



รายงานฉบับสมบูรณ์
การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต
Synthesis of Tourism Research and Trend of Future Research

โดย

นริศ คำแก่น
พรรณี สวนเพลง
เบญจพร ดามาพงศ์

มิถุนายน 2555

รายงานฉบับสมบูรณ์
การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต
Synthesis of Tourism Research and Trend of Future Research

คณะผู้วิจัย

รศ. ญ. ดร. นริศ คำแก่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ผศ.ดร. พรรณี สอนเพลง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ดร. เบญจพร ดามาพงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากการสนับสนุนการดำเนินการวิจัยตลอดระยะเวลาของโครงการจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริโรจน์ ผลพันธิน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และรองศาสตราจารย์ ดร. สุชุม เฉลยทรัพย์ ประธานที่ปรึกษาอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต รวมถึงสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ที่อำนวยความสะดวกในการประสานงาน ระหว่าง สกว. กับคณะผู้วิจัย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร. จันทรวีภา ธนะโสภณ ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และทีมงานที่ได้อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทุกขั้นตอน

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วลัยพันธ์ สถิตยुทธการ และ ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ ที่ได้ให้ความรู้ด้านศาสตร์ทางการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานทุกขั้นตอน

ท้ายนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์และผู้ช่วยวิจัยทุกท่าน ที่ได้ช่วยทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย
มิถุนายน 2555

บทสรุปผู้บริหาร

การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคตมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) สำรวจปริมาณงานวิจัยและทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. 2) วิเคราะห์แนวโน้มการศึกษาวิจัย ขอบเขตและระเบียบวิธีวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ 3) สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ 4) จัดทำระบบฐานข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ซึ่งการสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. คัดเลือกเฉพาะที่มีรหัสโครงการเป็น RDG (Research Development Grant) และ PDG (Project Development Grant) และงานวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ระหว่างปี พ.ศ.2545-2553 โดยสามารถสืบค้นรายงานฉบับสมบูรณ์ได้จาก e-library.trf.or.th ระหว่างเดือน พฤษภาคม – ตุลาคม พ.ศ.2554 มีการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อสร้างข้อสรุปจากงานวิจัย ทั้งนี้การสังเคราะห์รายงานการวิจัย เป็นกระบวนการที่นำไปสู่การสร้างข้อสรุปรวมเกี่ยวกับผลการวิจัยในรายงานต่าง ๆ ที่มีการศึกษาภายใต้ประเด็นวิจัยเดียวกัน ประเด็นในการสังเคราะห์งานวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) ข้อมูลพื้นฐานของโครงการวิจัย ประกอบด้วย ชื่อนักวิจัย จำนวนนักวิจัย พื้นที่ทำวิจัย และคำสำคัญ (Keyword) 2) การดำเนินงานด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมถึง การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว 3) การดำเนินงานด้านอุปทานของการท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมถึง การศึกษาเกี่ยวกับที่พักแรม ร้านอาหารของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคม/ขนส่งมีคฤหาสน์/ล้ามแปล ภัตตาคาร/ร้านอาหาร พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก และ 4) ปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมถึง แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้บางส่วนเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

ประเด็นข้อค้นพบจากการวิจัย ได้แก่

1. ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ จากผลการประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. ระหว่างปี พ.ศ.2545-2553 มีจำนวนงานวิจัยท่องเที่ยวทั้งหมด 187 เรื่อง เมื่อจำแนกตามภูมิภาคในประเทศไทยแล้ว พบว่า อันดับหนึ่ง คือ ภาคเหนือ อันดับที่สอง คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันดับสาม คือ ภาคอื่นๆ หรือไม่สามารถจำแนกภาคได้ อันดับสี่ คือ ภาคใต้ อันดับห้า คือ ภาคตะวันออก และอันดับสุดท้าย คือ ภาคกลาง โดยมีเอกสารที่เป็นงานวิจัยและโครงการที่เสร็จสมบูรณ์และสามารถสืบค้นได้จาก e-library.trf.or.th ระหว่างเดือน พฤษภาคม – ตุลาคม พ.ศ.2554 จำนวน 151 เล่ม เมื่อจำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยว 8 กลุ่มการท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 พบว่า อันดับหนึ่ง คือ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้อันดับที่สอง คือ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา อันดับสาม คือ กลุ่มท่องเที่ยวมหานครสองสมุทร อันดับสี่ คือ กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันดับ

ห้า คือ กลุ่มการกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach อันดับที่หก คือ กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง แต่ไม่พบงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast

2. ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จากผลการสังเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. ระหว่างปี พ.ศ.2545-2553 สามารถจัดจำแนกเป็น 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) การดำเนินงานด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เน้นการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว นอกจากนี้บางส่วนเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การส่งเสริมการขาย การผลิตวัสดุอุปกรณ์ ระบบโลจิสติกส์/การขนส่ง แต่ไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการประชุมนานาชาติ การจัดตั้งผู้แทนการตลาด การจัด Events และ 2) การดำเนินงานด้านอุปทานของการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เน้นการศึกษาเกี่ยวกับที่พักแรม ร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคม/ขนส่งมัคคุเทศก์/ล่ามแปล ภัตตาคาร/ร้านอาหาร พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้บางส่วนเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก บริการรถเช่า สิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา สุขภาพ/สปา แหล่งบันเทิงต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แต่ไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับบริการสื่อสาร/โทรคมนาคม สำนักงานให้ข่าวสารการท่องเที่ยว ศูนย์วัฒนธรรม/ศูนย์ประชุมนานาชาติ 3) ปัญหาและแนวทางการรักษาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน พบว่า ส่วนใหญ่เน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาด้านการให้บริการ แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ ปัญหาด้านการตลาด แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด นอกจากนี้บางส่วนเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

3. ช่องว่างของการวิจัย (Research Gap) ที่ค้นพบจากการสังเคราะห์งานวิจัย แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านนโยบาย 1.1) ไม่มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน ในการพัฒนางานวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม มีเพียงแต่การกระจายทุนการวิจัยเป็นชุดโครงการในแต่ละปี และยังไม่มีการประเมินผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) ที่ได้จากโครงการวิจัยดังกล่าว 1.2) ไม่มีการกำหนดนโยบายในการประเมินผลงานวิจัยที่ได้ให้ทุนสนับสนุนไปแล้ว สามารถที่จะนำไปพัฒนาหรือต่อยอดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ 1.3) กรอบนโยบายการพิจารณา ในการสนับสนุนการวิจัยยังไม่ครอบคลุมถึง ด้านการพัฒนาบริการสื่อสารโทรคมนาคม การให้ข่าวสารการท่องเที่ยว การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนำเที่ยว 1.4) ยังขาดกรอบนโยบายด้านการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการประชุมนานาชาติ การจัดตั้งผู้แทนการตลาด การจัด Events และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา 1.5) ขาดการกำหนดนโยบายในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยระยะยาว โดยเฉพาะยังขาดการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast อย่างเร่งด่วน เนื่องจากเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ 1.6) ขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ (Modern Tourism) ซึ่งยังขาดข้อมูลอุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ (Hospitality and tourism industry - demand side data) เช่น ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ, Themes park, Attraction และ MICE เป็นต้น และยังขาดข้อมูลอุปทานทางด้านการคมนาคมขนส่ง (Transportation - supply side data) เช่น ระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เป็นต้น 1.7) ขาดงานวิจัยเกี่ยวกับ

การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์และแนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว 1.8) ขาดการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดในประเทศและการวิเคราะห์คู่แข่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย 2) ด้านการพัฒนา 2.1) ขาดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงควรสนับสนุนการให้ทุนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนคนยากจน (Pro Poor Tourism: PPT) 2.2) ขาดการพัฒนาต้นแบบหรือแนวทางการปฏิบัติที่ดีสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 2.3) ขาดการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ 2.4) ยังขาดการวิจัยเพื่อพัฒนาตราสินค้า (Brand) และการติดตามตรา (Brand Tracking) ทางด้านการท่องเที่ยว 2.5) ขาดการวิจัยเพื่อสร้าง “มูลค่า” ของการตลาดการท่องเที่ยว และ 2.6) ขาดการสังเคราะห์และถอดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา

4. การปิดช่องว่างการวิจัยที่ค้นพบ แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านนโยบาย โดย 1.1) กำหนด “แผนยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการท่องเที่ยวของ สกว. ปี พ.ศ. 2556-2560” เพื่อที่จะกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และ ทิศทางการวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ผลการวิจัยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกำหนดให้มีแผนปฏิบัติการวิจัยประจำปี ซึ่งเป็นแผนระยะสั้นในแต่ละปีอย่างชัดเจน 1.2) พัฒนา “ระบบติดตามและประเมินการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์” โดยจะต้องกำหนดเงื่อนไขในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ตั้งแต่เริ่มทำสัญญารับทุนสนับสนุนการวิจัย 1.3) กำหนดทิศทางการวิจัยที่ชัดเจนและกำหนดระดับขั้นของความสำเร็จ (Milestone) ในแต่ละปี 1.4) กำหนดวาระเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ (Modern Tourism) เช่น การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ, Theme park, Attraction และ MICE เป็นต้น 1.5) กำหนดวาระเพื่อศึกษาผลกระทบและแนวโน้มการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์และแนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว, การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นต้น 2) ด้านการพัฒนา โดย 2.1) กำหนดโจทย์การวิจัยที่มีการบูรณาการความต้องการของผู้ใช้งานวิจัยจากภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมอื่นของประเทศไทย 2.2) กำหนดโจทย์การวิจัยที่ใช้กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อค้นหาต้นแบบ (Best Practice) ที่ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีให้กับอุตสาหกรรม รวมถึงควรมีการสังเคราะห์และถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในแต่ละปี เพื่อประมวลและจัดทำเป็นฐานความรู้ (Knowledge-based) ด้านการวิจัยท่องเที่ยวของ สกว. 2.3) กำหนดโจทย์การวิจัยเพื่อการสร้างตรา (Brand) รวมถึงการสร้างความรักภักดีต่อตรา (Brand Loyalty) และ “การสร้างมูลค่า” (Value Creation) ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ 2.4) กำหนดโจทย์การวิจัยที่สร้างช่องทางการตลาดแบบใหม่ เช่น e-Marketing, Social Network Marketing, E-Commerce เป็นต้น ที่ช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

5. แนวโน้มของการศึกษาวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2549 - 2553) พบว่า การทำวิจัยของการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับกรอบการวิจัยที่ สกว. ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย โดยมีปัจจัยนำเข้าด้านระเบียบวิชาการ (Disciplinary Input) ของการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Ritchie & Timur ทั้งหมด 13 กลุ่มเรื่อง ได้แก่ Tourism Education,

Economic of Tourism, Host-Guest Relationship, Political Issue, Geography of Tourism, New Venture Development, Landscape Design, Rural Tourism, Marketing of Tourism, History of Tourism, Management of Tourism Organization, Transportation Studied และ Hospitality Studies ทั้งนี้ยังมีประเด็นการวิจัยหรือโจทย์การวิจัยอื่นๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ใน ประเทศไทยอีก 8 กลุ่มเรื่อง ได้แก่ Political Issue, Tourism Motivation, Heritage and Environmental Management, Park and Recreation Management, Tourism Planning and Development, Tourism Law, Sport Tourism organization และ Casino Management ดังนั้น การท่องเที่ยวในอนาคตที่ควรกำหนดขอบเขตการวิจัย ทั้งหมด 8 เรื่อง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism), การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดการท่องเที่ยว (IT integrated with Tourism marketing), MICE, Gastronomic Tourism, Handicraft Tourism, EVENT Tourism, Sport Tourism และ Shopping Tourisms

6. ผลการวิเคราะห์ SWOT สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. ทั้งหมด 11 กลยุทธ์ แบ่งเป็น 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) จำนวน 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1.1) กำหนดโจทย์วิจัยที่เป็นช่องว่างให้เป็นวาระเร่งด่วน 1.2) บูรณาการการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม การท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ 1.3) ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ 2) กลยุทธ์พัฒนา ภายใน (WO Strategy) จำนวน 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 2.1) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการท่องเที่ยว สกว. พ.ศ. 2556 – 2560 2.2) จัดทำระบบประเมินและติดตามผลการวิจัย 2.3) กำหนดวาระการวิจัยที่ยังเป็นช่องว่าง 2.4) ศึกษาและทบทวนผลกระทบและแนวโน้มการวิจัยด้านการท่องเที่ยว 3) กลยุทธ์ปรับภายนอก (ST Strategy) จำนวน 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 3.1) กำหนดโจทย์วิจัยเกี่ยวกับพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) 3.2) กำหนดโจทย์วิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 3.3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัย ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน และ 4) กลยุทธ์เชิงปรับภายใน (WT Strategy) จำนวน 1 กลยุทธ์ ได้แก่ 4.1) กำหนดโจทย์การวิจัยเพื่อหาแนวทางในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ

บทคัดย่อภาษาไทย

รหัสโครงการ: RDG5450027

ชื่อโครงการ “การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต”

ชื่อนักวิจัย นริศ คำแก่น, พรรณี สวนเพลง และ เบญจพร ดามาพงศ์

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) สำรวจปริมาณงานวิจัยและทบทวนผลงานวิจัยการท่องเที่ยวของ สกว. 2) วิเคราะห์แนวโน้มการศึกษาริชัย ขอบเขตการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย 3) สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและบริการ และ 4) จัดทำระบบฐานข้อมูลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและบริการ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อสร้างข้อสรุปจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. คัดเลือกเฉพาะที่มีรหัสโครงการเป็น RDG และ PDG และงานวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ระหว่างปี พ.ศ.2545-2553 โดยสามารถสืบค้นรายงานฉบับสมบูรณ์ได้จาก e-library.trf.or.th ระหว่างเดือน พฤษภาคม – ตุลาคม พ.ศ.2554 จำนวน 151 เล่ม

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ จากผลการประมวลงานวิจัย สามารถจัดจำแนกออกเป็น 8 กลุ่มการท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 งานวิจัยในกลุ่มการท่องเที่ยวสามอันดับแรก ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร

2. ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จากผลการสังเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัย สามารถจัดจำแนกออกเป็น 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) การดำเนินงานด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นเน้นการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว 2) การดำเนินงานด้านอุปทานของการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นเน้นการศึกษาเกี่ยวกับที่พักแรม ร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง มัคคุเทศก์/ล่ำมแปล ภัตตาคาร/ร้านอาหาร พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว และ3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ส่วนใหญ่นเน้นการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการพัฒนา และแก้ปัญหา ด้านการตลาดและด้านการให้บริการ

3. ช่องว่างของการวิจัย ที่ค้นพบจากสังเคราะห์การวิจัย แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านนโยบาย 1.1) ไม่มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนางานวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม 1.2) ไม่มีการกำหนดนโยบายในการประเมินผลงานวิจัยที่ได้ให้ทุนสนับสนุนไปแล้ว 1.3) กรอบนโยบายการพิจารณาในการสนับสนุนการวิจัยยังไม่ครอบคลุมทุกด้าน 1.4) ขาดกรอบนโยบายด้านการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ 1.5) ขาดการกำหนดนโยบายในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยทุกพื้นที่ท่องเที่ยว 1.6) ขาดงานวิจัยด้านอุปสงค์และอุปทานเกี่ยวกับการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ 1.7) ขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์และแนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว 1.8) ขาดการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยวในต่างประเทศ 2) ด้านการพัฒนา 2.1) ขาดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามบริบทของประเทศ 2.2) ขาดการพัฒนาต้นแบบหรือแนวทางการปฏิบัติที่ดีด้านการท่องเที่ยว

2.3) ขาดการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการกับอุตสาหกรรมอื่น 2.4) ยังขาดการวิจัยเพื่อพัฒนาตราสินค้าและการติดตามตราทางด้านการท่องเที่ยว 2.5) ขาดการวิจัยเพื่อสร้าง “มูลค่า” ของการตลาดการท่องเที่ยว และ 2.6) ขาดการสังเคราะห์และถอดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา

4. ผลการศึกษาแนวโน้มของการวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสามารถเสนอแนะการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งหมด 8 เรื่อง ได้แก่ Medical Tourism, IT for Tourism marketing, MICE, Gastronomic Tourism, Handicraft Tourism, EVENT Tourism, Sport Tourism และ Shopping Tourisms

5. ผลการวิเคราะห์ SWOT สามารถเสนอแนะกลยุทธ์ในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. ทั้งหมด 11 กลยุทธ์ (3-SO 4-WO 3-ST 1-WT) แบ่งเป็น 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) จำนวน 3 กลยุทธ์ 2) กลยุทธ์พัฒนาภายใน (WO Strategy) จำนวน 4 กลยุทธ์ 3) กลยุทธ์ปรับภายนอก (ST Strategy) จำนวน 3 กลยุทธ์ และ 4) กลยุทธ์เชิงปรับภายใน (WT Strategy) จำนวน 1 กลยุทธ์

Code: RDG5450027

Title: Synthesis of Tourism Research and Trend of Future Research

Authors: Narisa Kamkean, Pannee Suanpang, Benjaporn Damapong

Abstract

The objective of this study was to 1) survey and review research results related to travel and tourism research funded by the Thailand Research Fund (TRF); 2) analyze trends in research scope and methodology in the tourism industry; 3) synthesize knowledge of research on tourism and services industries and their development in Thailand and 4) establish a database for research on the tourism industry and services industry that can be easily accessed.

The synthesis of TRF-funded research was related to tourism and travel in Thailand and completed during the years 2001-2010. One hundred and fifty-one of RDG and PDG research projects were retrieved from www.e-library.trf.or.th during May – October 2011. The selected research reports were synthesized by qualitative and quantitative research methods as well as primary and secondary data to lead to the research conclusion.

The results of the studies were as follows:

1. The quantitative analysis was investigated the process of tourism and travel-related research through the 151 TRF-funded projects previously mentioned. Most were conducted in south esan, followed by northern lanna and southern sea of Thailand, respectively.

2. The qualitative analysis was classified into three main activities:

- 1) The tourism demand-side activities which mostly focused on the content of target markets and tourists.

- 2) The tourism supply-side activities. Most of the research examined accommodation, souvenir shops, transportation, tour guides, restaurant and tourism locations and activities.

- 3) The guidelines of the demand-supply equilibrium. The main topics covered the guidelines for improving and solving marketing problems as well as the guidelines for improving and problem solving in tourism services.

3. Research gap was found in two issues:

- 1) Tourism policy: 1.1) No clear strategic policy for tourism research and development 1.2) No defined policy evaluation for outcome and impact of the

research projects 1.3) No cover policy framework in every tourism research themes 1.4) Lack of research funding policy for all tourism marketing information 1.5) Lack of long term research funding policy in all tourism locations and attractions 1.6) Lack of demand-supply research studies in modern tourism 1.7) Lack of research into the economic impact and trends of tourism industry and 1.8) Lastly, lack of the studies on an analysis of market trends and competition.

2) Tourism development: 2.1) Lack of research in sustainable tourism 2.2) Lack of research in best practice as a benchmark for tourism facilities 2.3) Lack of research in tourisms' link to other industries. 2.4) Lack of research to develop brand and brand tracking 2.5) Lack of research in value creation in the tourism industries and 2.6) Lastly, Lack of synthesis of knowledge information to support the tourism development.

4. Trend of tourism research topics should focus on 8 modern tourisms including medical tourism, IT for tourism marketing, MICE, gastronomic tourism, handicraft tourism, event tourism, sport tourism and shopping tourism.

5. SWOT analysis was conducted and 11 strategies (3-SO 4-WO 3-ST 1-WT) were proposed for further research funding.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
บทสรุปผู้บริหาร	(2)
บทคัดย่อภาษาไทย	(5)
Abstract	(8)
สารบัญ	(11)
สารบัญตาราง	(14)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	6
คำถามการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	9
ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	10
1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว	11
1.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	11
1.3 ระบบการท่องเที่ยว	13
1.4 การท่องเที่ยวมิติแห่งศาสตร์บูรณาการ	14
1.5 รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว	16
1.6 แนวคิดการศึกษาอุปสงค์ท่องเที่ยว	20
1.7 แนวคิดวงจรชีวิตของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว	20
ตอนที่ 2 นโยบายของรัฐต่อการท่องเที่ยว	21
2.1 บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พ.ศ. 2535-2545 และ พ.ศ. 2545-2554	38
2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ฉบับที่ 10 และ ฉบับที่ 11	41
2.3 กรอบของคณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทย พ.ศ. 2550- 2554	44

สารบัญ

	หน้า
2.4 ยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2550-2554	45
2.5 ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559	46
2.6 นโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. โดยมีกรอบวิจัย ท่องเที่ยว พ.ศ. 2549-2553	48
2.7 การจำแนกกลุ่มจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยว (Cluster)	51
2.8 นโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. โดยมีกรอบวิจัย ท่องเที่ยวปี 2549-2553	52
ตอนที่ 3 แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต	68
3.1 แนวโน้มการท่องเที่ยวของโลก	68
3.2 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย	72
3.3 แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต	77
3.4 ภาพรวมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ	79
ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	82
4.1 งานวิจัยในประเทศ	84
4.2 งานวิจัยต่างประเทศ	116
 บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	 123
กรอบแนวคิดการวิจัย	123
กระบวนการสังเคราะห์งานวิจัย	125
การวิเคราะห์ SWOT	127
 บทที่ 4 ผลการวิจัย	 130
ตอนที่ 1 ผลการสังเคราะห์งานวิจัย สกว.	130
1. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	132
2. กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	152
3. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	158
4. กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	176
5. กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	181
6. กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	185
7. กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	196

สารบัญ

	หน้า
8. กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร	196
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ Tourism Research Gap	229
 บทที่ 5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ	 240
สรุปผลและอภิปราย	240
1. สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว.	240
2. ช่องว่างการดำเนินงานวิจัยของนักวิจัยกับความต้องการของผู้ใช้งานวิจัย	244
3. แนวโน้มของการศึกษาวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ในรอบ 5 ปี	247
4. องค์ความรู้ที่สังเคราะห์จากงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ	253
5. การวิเคราะห์ SWOT และกำหนดกลยุทธ์ในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว.	256
ข้อเสนอแนะ	262
1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับ สกว.	262
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	262
 บรรณานุกรม	 263
ภาคผนวกที่ 1 ตัวอย่างของแบบสังเคราะห์งานวิจัย	279
ภาคผนวกที่ 2 รายชื่อโครงการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	283
ภาคผนวกที่ 3 ประวัติคณะผู้วิจัย	311

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 สรุปยุทธศาสตร์และกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระหว่าง ปี พ.ศ. 2545-2549	23
2.2 กลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่ม (Cluster)	51
2.3 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แนวโน้มของโลกและภูมิภาค ปี ค.ศ. 1990 – 2020	72
2.4 พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	73
2.5 การพยากรณ์จำนวนที่พัก	74
2.6 การพยากรณ์ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของประเทศไทย	74
2.7 การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศ	75
2.8 การพยากรณ์การเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	76
2.9 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้สืบค้น/หาข้อมูล	77
2.10 สรุปการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	82
2.11 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว	117
3.1 แมทริกซ์ TOWS (The TOWS Matrix)	128
4.1 ผลการวิเคราะห์งานวิจัยท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคในประเทศไทย	130
4.2 ผลการวิเคราะห์งานวิจัยและโครงการที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มท่องเที่ยว	131
4.3 แสดงผลการดำเนินกิจกรรมหลักในโครงการและงานวิจัย ด้านอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว ปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน จำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยวและการจัด Cluster การท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559	231
4.4 Tourism Research Gap in Thailand	234
5.1 ศาสตร์/สาขาวิชาทางการท่องเที่ยว	247
5.2 การวิเคราะห์ SWOT การให้ทุนสนับสนุนการวิจัยที่ผ่านมา	257

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ประเด็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์งานวิจัย	10
2.2 Disciplinary inputs to the tourism	15
2.3 Porter's Diamond Model	17
2.4 การวิเคราะห์ SWOT	18
2.5 แสดงวงจรชีวิตจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว	21
2.6 กรอบการทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	22
2.7 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย ปี พ.ศ. 2555-2559	49
2.8 กรอบการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว.	52
2.9 กรอบการวิจัย ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) ระยะที่ 1 จุดยืนผลิตภัณฑ์และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน	57
2.10 กรอบการวิจัย ชุดโครงการการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ กลุ่มจังหวัดอันดามัน ระยะที่ 2 การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่)	58
2.11 กรอบการวิจัย “นวัตกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดอันดามัน ในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย (Green Season)” ภายใต้ชุดโครงการ “การพัฒนากระบวนบริหารและกลไกการวิจัยการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC))”	59
2.12 กรอบการวิจัย “การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท บนฐานความสมดุลของฐานทรัพยากรและความต้องการของนักท่องเที่ยว” ภายใต้ชุดโครงการ “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดชัยนาท”	59
2.13 กรอบการวิจัย ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (เกาะช้าง)	60
2.14 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ “การวิเคราะห์บริบทเชื่อมโยงการพัฒนาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม”	61
2.15 กรอบการวิจัย ชุดโครงการกระบวนการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในผ่านกระบวนการเรียนรู้และเชื่อมโยง 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล	62
2.16 กรอบการวิจัย ชุดโครงการการยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ (Area-Based Learning Tour Packages) สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล	63

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.17 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ “การยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี”	64
2.18 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ “การยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี”	65
2.19 กรอบการวิจัยชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาตรีUniversity Tourism Linkage Grant: Bachelor Level (UTL-GB)	66
2.20 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโทUniversity Tourism Linkage Grant: Master Level (UTL-GM)	66
2.21 กรอบการวิจัย ชุดโครงการวาระแห่งชาติ เพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551 ”	67
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	123
4.1 ความเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์ อุปทานและอิทธิพลของการท่องเที่ยว	229
4.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	230
4.3 สรุปผลการสังเคราะห์งานวิจัย	239
5.1 การวิเคราะห์ช่องว่างการดำเนินงานวิจัยกับความต้องการของผู้ใช้งานวิจัย	244
5.2 องค์ความรู้ที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัย	254
5.3 เว็บไซต์ www.dusittourism.org	256
5.4 กลยุทธ์เชิงรุก	259
5.5 กลยุทธ์พัฒนาภายใน	260
5.6 กลยุทธ์ปรับภายนอก	261
5.7 Road Map ของการพัฒนาการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว.	262

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

“อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” เป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เนื่องจากในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมหลัก ที่ทำรายได้เข้าประเทศสูงสุด นโยบายของรัฐบาลได้มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมการพัฒนาลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างหนทางการก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันการท่องเที่ยว จึงได้จัดตั้ง “ชุดโครงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ขึ้นในปี พ.ศ.2543 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการทำการวิจัย เพื่อช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดนโยบายด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ถูกต้องบนพื้นฐานของหลักวิชาอันจะเป็นการนำเงินตราเข้าประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระจายรายได้ไปสู่ประชาชนทุกระดับอย่างเป็นธรรม และทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป สกว. เริ่มศึกษาวิเคราะห์ผลงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยให้ทุนวิจัยแก่ ดวงใจ หล่อธนะวณิช และคณะ (2540) ศึกษาประมวลผลการวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2529 - 2539 ผลการวิเคราะห์พบว่าในห้วงเวลาดังกล่าว มีงานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่ทำเสร็จในประเทศไทย 261 เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นโครงการเล็กๆ มีวัตถุประสงค์ไม่กว้าง เป็นงานวิจัยเดี่ยว ผู้วิจัยคนเดียว ใช้เวลาสั้นประมาณหนึ่งปี และส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ของนิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาโท มีงานวิจัยน้อยชิ้นที่เป็นโครงการใหญ่ ซึ่งส่วนมากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จ้างให้นักวิชาการจัดทำ เพื่อใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เมื่อ “ชุดโครงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ได้เริ่มดำเนินการ ก็มีศูนย์ประสานงานภาคเหนือของ สกว. ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยอยู่แล้ว เกี่ยวกับการวิจัยเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งมีโครงการเป็นจำนวนมากที่วิจัยด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว (Community Based Research in Tourism) ชุดโครงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงให้ทุนสนับสนุนการวิจัยโดยเน้นประเด็นเชิงนโยบายมากกว่าด้านพื้นที่ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน งานเริ่มต้นของชุดโครงการ คือ การประมวลผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ทำเสร็จ ในระหว่างปี พ.ศ.2529-2544 โดย นฤตย์ นิ่มสมบูรณ์ (2544) ภาควิชาบรรณารักษ์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลการวิเคราะห์พบว่า มีงานวิจัยในระหว่าง 5 ปีหลังนี้ ทำเสร็จแล้ว 455 เรื่อง และพบว่า ลักษณะของโครงการวิจัยมีลักษณะ

เช่นเดียวกับข้อค้นพบของ ผศ.ดวงใจ หล่อธนะวิชช์ จากการประมวลผลการวิจัยโดยอาจารย์ทั้งสองท่านนี้อาจสรุปได้ว่า ถึงแม้จะมีการทำวิจัยด้านการท่องเที่ยวมากขึ้นในระยะหลังนี้ แต่ก็ยังไม่มีผลกระทบโดยตรง ต่อการกำหนดนโยบายและแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมากนัก เพราะเป็นข้อมูลกระจัดกระจาย และขาดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ประโยชน์ อันเกิดจากการขาดการจัดการณ์ทางนั่นเอง

เพื่อตั้งเป้าให้ตอบสนองการวางแผนระดับนโยบาย ในปี พ.ศ.2545 จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น **ชุดโครงการ “การพัฒนานโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว”** โดยมี ศ.ดร.ทวีป ลีลารัศมี เป็นหัวหน้าชุดโครงการ โดยเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยที่มีลักษณะเฉพาะชัดเจนขึ้น เพื่อให้ นำผลงานวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้จริง โดยเน้นการเข้าร่วมมือกับองค์กร และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นผู้เสนอโจทย์วิจัย และร่วมพัฒนาโครงการวิจัยกับชุดโครงการ ในฐานะผู้ใช้ผลงานวิจัย (Users) และร่วมมือในการติดตามประเมินผลงานโครงการวิจัยด้วยอย่างสม่ำเสมอ (Monitoring and Evaluation) หน่วยงานที่กล่าวมานี้ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมทรัพยากรธรรมชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กรมศิลปากร องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ซึ่งมีสมาชิกเป็นผู้ประกอบการหลากหลาย เช่น สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สมาคมการจัดการท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมโรงแรม สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่าชุดโครงการนี้ได้ทำงานประสานการวิจัย เพื่อให้มีการจัดการวิจัยตั้งแต่ต้นทางให้ถูกต้อง นอกจากนั้น สกว. ได้แต่งตั้ง “คณะกรรมการนโยบายและติดตามประเมินผล” ของชุดโครงการ โดยมีผู้ว่าการ ททท. เป็นประธานคณะกรรมการ เพื่อนำประสบการณ์มาช่วยการทำงานของชุดโครงการ และเกิดการรับทราบและยอมรับของผู้จะนำผลงานวิจัยไปแปรเป็นนโยบาย

ชุดโครงการฯ ได้กำหนดขอบเขตการให้ทุนวิจัย เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย ในด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ 1) ระบบความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 3) การพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในด้านการจัดการท่องเที่ยว และ 4) การศึกษาวิเคราะห์ระบบสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนี้ ชุดโครงการฯ ได้พยายามพัฒนา สนับสนุน และติดตามประเมินผลโครงการวิจัย โดยเชิญชวนนักวิจัย ผู้แทนจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการซึ่งมีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในอุตสาหกรรมนี้เข้าร่วมในกระบวนการของโครงการตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดโครงการ โดยหวังว่า ผลงานวิจัย จะได้รับการยอมรับ และนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีหลักวิชาการและปฏิบัติได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์และความพึงพอใจอย่างเป็นธรรม

ในระยะต่อมา สกว. ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน จึงได้สนับสนุนการวิจัยเชิงบูรณาการในพื้นที่เฉพาะ (Area-based Research) ในระดับต่างๆ กัน เช่น ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ และระดับภูมิภาค เพื่อมุ่งผลในการใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง โดยเน้นการดำเนินงานที่ใช้โครงการวิจัยด้านการท่องเที่ยว และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการจัดการทรัพยากรร่วมกันของคนในพื้นที่ เป็น "เครื่องมือ" ในการ

พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังเน้นให้การสนับสนุน "สถาบันการศึกษาในพื้นที่" เป็นผู้ดำเนินการวิจัย และจัดกระบวนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งองค์กรในพื้นที่ได้ร่วมกระบวนการคิด วางแผน วิเคราะห์ และปฏิบัติการวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้มุ่งการนำไปสู่การสร้างระบบและกลไกการจัดการของพื้นที่ ที่จะสามารถสังสมข้อมูลความรู้อันเกิดจากกระบวนการวิจัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีความสามารถเชื่อมโยงข้อมูลความรู้เหล่านี้เข้าสู่การวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติในระยะยาวได้เป็นอย่างดี

สกว. จึงจัดตั้ง “สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน” ในปี พ.ศ.2546 โดยมี ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง เป็นผู้ประสานงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองการใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือในการพัฒนาในพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เน้นกลไกการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม การสร้าง “องค์ความรู้” ทางด้านการจัดการการท่องเที่ยว และการสร้าง “ธนาคารข้อมูล” ทางการท่องเที่ยว เน้นการสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่เฉพาะ (Area-Based Research) โดยมีเป้าหมายสูงสุด 3 ข้อ คือ 1) องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่เก็บไว้ในธนาคารข้อมูล 2) เครือข่ายสถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและภาคอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และ 3) รูปแบบการวิจัยด้านการท่องเที่ยวแบบใหม่ โดยเน้นการตั้งโจทย์วิจัยร่วมกันโดยทุกภาคีและหนุนเสริมการวิจัย โดยสำนักประสานงานฯ นำข้อมูลที่ได้ไปฝากไว้ในธนาคารข้อมูล เพื่อการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งภาคีที่เกี่ยวข้องสามารถถอนข้อมูลไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ และระดับภูมิภาคได้ต่อไป ทั้งนี้ สำนักประสานงานฯ ได้กำหนดกรอบการวิจัยการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งเป็น 4 กลุ่มงานหลัก คือ 1) การวิจัยท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การสร้างธนาคารข้อมูลทางการท่องเที่ยว 3) การพัฒนานโยบายและแผนการท่องเที่ยวมหภาค และ 4) การสร้างระบบสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว

ในการนี้ สำนักประสานงานฯ มี 2 แนวคิด ในการเลือกพื้นที่วิจัยด้านการท่องเที่ยว นั่นคือ 1) แนวคิดเมืองท่องเที่ยวบริวาร โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมายเบื้องต้น ได้แก่ ภาคเหนือ - กลุ่มล้านนา 4 จังหวัด ประกอบด้วยเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูนและแม่ฮ่องสอน ภาคใต้ - กลุ่มอันดามัน 3 จังหวัด ประกอบด้วยภูเก็ต พังงาและกระบี่ และภาคอีสานตอนใต้ - กลุ่มวัฒนธรรมขอม 5 จังหวัด ประกอบด้วยนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี และ 2) แนวคิดพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดน ได้แก่ สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย) ประกอบด้วยสงขลา ปัตตานี ยะลาและนราธิวาส สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (จีน พม่า ลาว ไทย) ประกอบด้วยเชียงใหม่ เชียงราย น่าน พะเยาและลำพูนและหกเหลี่ยมเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (พม่า ลาว จีนญานาน กัมพูชา เวียดนาม) ประกอบด้วยกลุ่มภาคเหนือตอนบน 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน แพร่ น่านและตาก กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ได้แก่ นครพนม เลย หนองคาย อุดรธานีอุบลราชธานี อำนาจเจริญและมุกดาหาร และกลุ่มภาคตะวันออก 2 จังหวัด ได้แก่ ปราจีนบุรีและสระแก้ว

ต่อมา ในปี พ.ศ.2551 “สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย” โดยมี ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้อำนวยการสถาบันฯ เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองการใช้งานวิจัย เป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนา

ในพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว และเน้นกลไกการจัดการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม และสร้าง "องค์ความรู้" ทางด้านการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว แล้วเก็บองค์ความรู้นั้นฝากไว้ในธนาคารข้อมูล เพื่อให้ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถถอนข้อมูลนำไปใช้วางแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนา และจัดการการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ ทั้งนี้สถาบันฯ ได้สนับสนุนการวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ทั้งในเชิงประเด็นและเชิงพื้นที่ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในฐานะเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ตลอดจนกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับมหภาคและจุลภาค โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ บนฐานความรู้จากกระบวนการวิจัย โดยดำเนินงานชุดโครงการวิจัยต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับฝ่ายต่างๆ ของ สกว. ทั้งฝ่ายเกษตร ฝ่ายชุมชนและสังคม โดยร่วมงานกับฝ่ายอุตสาหกรรม สกว. เป็นหน่วยงานหลัก มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) สร้างผลงานวิจัยท่องเที่ยวคุณภาพ 2) สร้างนักวิจัยท่องเที่ยวคุณภาพ 3) สร้างวิธีบริหารจัดการการวิจัยท่องเที่ยวแบบใหม่ โดยเน้นการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในพื้นที่ ร่วมกับผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัย เพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้จริงผ่านธนาคารข้อมูล เพื่อใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์และจัดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพทั้งในและต่างประเทศ “หัวใจการทำงาน” คือ การสร้างกลยุทธิในการจัดการการท่องเที่ยว ที่มีความสมดุลระหว่างเจ้าบ้าน (Host) และนักท่องเที่ยว (Guest) โดยให้ “สถาบันการศึกษาและภาคอื่นๆ ในพื้นที่” เป็นพระเอก เพื่อให้งานวิจัยทุกชิ้นเป็นจิ๊กซอว์ประกอบเป็น “ภาพ” ที่ใช้งานได้ และภารกิจสุดท้าย คือ การสร้างเครือข่ายนักวิจัยทางการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

กระบวนการวิจัยภายใต้กรอบงานของสถาบันฯ เน้นการทำงานร่วมกันในเชิงพหุภาคี ตั้งแต่กระบวนการสร้างกรอบการวิจัย จนถึงกระบวนการสุดท้าย ซึ่งได้งานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เพื่อเก็บไว้ในธนาคารข้อมูล โดยจัดกระบวนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งองค์กรในพื้นที่ ได้ร่วมกระบวนการคิด วางแผน วิเคราะห์และปฏิบัติกรวิจัย เพื่อพัฒนาพื้นที่ ทั้งนี้มุ่งไปสู่การสร้างระบบ และกลไกการจัดการของพื้นที่ ที่จะสามารถสังสมข้อมูลความรู้ อันเกิดจากกระบวนการวิจัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีความสามารถเชื่อมโยงข้อมูลความรู้เหล่านี้ เข้าสู่การวางแผนระดับชาติในระยะยาว ได้ “เครือข่ายงานวิจัย” ประกอบด้วย 3 กลุ่มงานหลัก คือ

1) ชุดโครงการธนาคารข้อมูล เพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ระดับจังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี อุบลราชธานี ชัยนาท นครปฐม ระดับกลุ่มจังหวัด ได้แก่ กลุ่มอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) กลุ่มล้านนา (เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน แม่ฮ่องสอน) กลุ่มอีสานใต้ (นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี ชัยภูมิ) กลุ่มบูรพา (จันทบุรี ตราด ระยอง ชลบุรี) และกลุ่ม 5 จังหวัดภาคใต้ (สงขลา พัทลุง ตรัง สตูล นครศรีธรรมราช) ระดับประเทศ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ระดับภูมิภาค ได้แก่ พื้นที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ร่วมกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย)

2) การสร้างเครือข่ายนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม หนุนเสริมศักยภาพนักวิจัยท่องเที่ยวและการโรงแรม ได้แก่ วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ หนังสือรวมบทความวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติประจำปี เว็บไซต์รวมความคิดเห็นทางการวิจัย

ท่องเที่ยวและการโรงแรม ฐานข้อมูลสถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม (www.ttresearch.org) ฐานข้อมูลนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม การประชุมสัมมนาวิชาการประจำปีด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม

3) งานวิจัยวาระแห่งชาติด้านการท่องเที่ยว กลุ่มงานวิจัยเร่งด่วน ประเด็นร้อนและกลุ่มงานวิจัยเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ชุดโครงการกลุ่ม Special Track (แม่ฮ่องสอน ลำพูน สมุทรสงคราม) โครงการนวัตกรรมสถาบันวิจัยท่องเที่ยว โครงการดำเนินการประสานก่อตั้งศูนย์ความร่วมมือด้านการวิจัยท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ท้องถิ่น ชุดโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อสร้างนักวิจัยการตลาดท่องเที่ยวมืออาชีพ

ดังนั้น “การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต” ในครั้งนี้ จึงเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว.และได้เสร็จสมบูรณ์แล้ว ในระหว่างปี พ.ศ.2545-2553 ซึ่งเป็นงานต่อเนื่องและเพิ่มเติมจากการประมวลผลงานวิจัยของ ผศ.ดวงใจ หล่อธนะวิชย์ และ ผศ.นฤตย์ นิ่มสมบูรณ์ ในระหว่างปี พ.ศ.2540-2544 โดยเน้นการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะในการทำวิจัยของผศ.นฤตย์ นิ่มสมบูรณ์ (2544) ในครั้งนั้น ได้แก่

1. การนำงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเข้าเก็บรวบรวมไว้ในฐานข้อมูลในคราวต่อไป ส่วนหนึ่งออกแบบโปรแกรมให้นักวิจัยด้านการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลงานวิจัยและบทความมาเพิ่มในฐานข้อมูลได้ด้วยตนเอง อาจกำหนดให้มีการลงทะเบียน มีรหัสผ่านเพื่อเป็นการคัดเลือกรายงานวิจัยที่มีมาตรฐาน เพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยว และทำให้ฐานข้อมูลมีความทันสมัย

2. ในส่วนของเว็บไซต์ฐานข้อมูล ควรมีการจัดแบ่งงานวิจัยเป็นกลุ่มต่างๆ เพื่อความสะดวกในการเลือกดูงานวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้อง อาจกำหนดกลุ่มโดยใช้กรอบโครงสร้างการท่องเที่ยวเป็นหลัก หรือแบ่งตามพื้นที่ ซึ่งในการจัดแบ่งกลุ่มควรมีการปรึกษาในระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและผู้จัดการด้านสารสนเทศ เพื่อให้การจัดแบ่งกลุ่มงานวิจัยมีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี

3. ควรมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ฐานข้อมูลงานวิจัยการท่องเที่ยว โดยการนำไปเชื่อมโยงไว้กับเว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของห้องสมุดสถาบันศึกษาระดับอุดมศึกษา เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เว็บไซต์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวต่อไป และควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านจดหมายข่าววิจัยของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. เนื่องจากการวิเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณเพื่อให้ทราบสถานภาพโดยทั่วไปของงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีการศึกษาในเชิงคุณภาพในเรื่องการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว จึงเห็นว่าควรมีการวิจัยในเรื่องดังกล่าว เพื่อให้เกิดโอกาสในการพัฒนาคุณภาพของงานวิจัยให้สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ

1. สำนวจปริมาณงานวิจัยและทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว.
2. วิเคราะห์แนวโน้มการศึกษาวิจัย ขอบเขตและระเบียบวิธีวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
3. สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย
4. จัดทำระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก

คำถามการวิจัย

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. ที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีปริมาณและคุณภาพอย่างไร
2. ช่องว่างการดำเนินงานวิจัยของนักวิจัยกับความต้องการของผู้ใช้งานวิจัย มีลักษณะอย่างไรและสามารถลดช่องว่างดังกล่าวได้อย่างไร
3. แนวโน้มของการศึกษาวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ในรอบ 10 ปี มีลักษณะอย่างไร และมีความแตกต่างกันหรือไม่ ระหว่าง 5 ปีแรก และ 5 ปีหลัง
4. องค์ความรู้ที่สังเคราะห์จากงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ มีลักษณะอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

ด้านเนื้อหา

การสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. และได้เสร็จสมบูรณ์แล้ว

ด้านประชากร

รายงานการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. คัดเลือกเฉพาะที่มีรหัสโครงการเป็น RDG (Research Development Grant) และ PDG (Project Development Grant) และงานวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ระหว่างปี พ.ศ.2545-2553

ด้านเวลา

รายงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. ในระหว่างปี พ.ศ.2545-2553 ที่สามารถสืบค้นรายงานฉบับสมบูรณ์ได้จาก e-library.trf.or.th ระหว่างเดือน พฤษภาคม – ตุลาคม พ.ศ.2554

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลประกอบการวางแผนเชิงนโยบายในการสนับสนุนงานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการอย่างมีทิศทาง
2. ได้องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่สามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของประเทศ
3. ได้แนวทางในการบริหารจัดการวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในอนาคต เพื่อจัดรวมเป็นศูนย์กลางข้อมูลในการศึกษา ค้นคว้า และอ้างอิงสำหรับนักวิจัยต่อไป

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

การสังเคราะห์งานวิจัย (Research synthesis) หมายถึง เทคนิควิธีการวิจัยตามระเบียบวิธีการที่นำผลการวิจัยจากงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นปัญหาวิจัยเดียวกัน มาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ หรือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอข้อสรุปอย่างมีระบบ ทำให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่ต้องการ ซึ่งมีลักษณะที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

การบริหาร (Administration) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มุ่งหมายขององค์การ ด้วยการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมมนุษย์ สภาพทางกายภาพ การเงิน สารสนเทศและทรัพยากรอื่นขององค์การ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การจัดการ (Management) หมายถึง การจัดหรือดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้ มาวางแผนและดำเนินงานให้บรรลุผล

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียด โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ในการผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรงานประจำ

อุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Tourism demand) หมายถึง ปริมาณนักท่องเที่ยว ที่ต้องการใช้บริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสามารถทำการซื้อได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism supply) หมายถึง ปริมาณของบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเต็มใจ และสามารถทำการขายได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

รหัสโครงการและประเภททุน สกว.

PPG (Pilot Project Grant) เป็นทุนวิจัยสำหรับโครงการขนาดเล็ก ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่การพัฒนาโครงการที่ใหญ่ขึ้น หรือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการใหญ่ ซึ่งไม่สามารถให้ทุนได้ทั้งโครงการ เนื่องจากยังมีความไม่แน่นอนอยู่มาก จึงให้เริ่มดำเนินการในรูปของโครงการนำร่องนี้ก่อน

RDG (Research Development Grant) เป็นทุนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาทั่วไป ผลลัพธ์คือการนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น เชิงพาณิชย์ เชิงสังคม ประโยชน์สาธารณะ แต่ไม่รวมถึงเชิงนโยบาย อาจมีรายรับเกิดขึ้นจากโครงการหรือไม่ก็ได้ แต่เป้าหมายหลักไม่ได้อยู่ที่รายได้ แต่อยู่ที่การพัฒนาไปสู่การใช้ประโยชน์

BRG (Basic Research Grant) เป็นทุนวิจัยองค์ความรู้ใหม่ ที่เป็นพื้นฐานต่อการพัฒนา หรือทุนเมธีวิจัย สกว. เป็นทุนวิจัยระดับกลางสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์ในการวิจัยพอสมควร

ทุนนี้เปิดรับสมัครปีละ 2 ครั้ง ผู้อยู่ในข่ายได้รับทุนต้องเคยมีผลงานตีพิมพ์ในวารสารวิชาการนานาชาติที่ทำในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 เรื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

MRG (MUA-TRF New Researcher Grant) เป็นทุนพัฒนาศักยภาพในการทำงานวิจัยของอาจารย์รุ่นใหม่ โดย สกว. ได้ร่วมกับทบวงมหาวิทยาลัยร่วมกันสนับสนุนอาจารย์รุ่นใหม่ให้ทำวิจัยได้อย่างต่อเนื่อง เปิดรับสมัครปีละครั้ง ผู้อยู่ในข่ายได้รับทุน คืออาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ซึ่งได้รับปริญญาในระดับสูงสุดที่มีการเปิดสอนในสาขาดังกล่าวแล้วไม่เกิน 5 ปี

RTA (Research Team Award) เป็นทุนทุนเมธีวิจัยอาวุโส เป็นทุนสร้างทีมวิจัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนนักวิจัยอาวุโสที่มีความสามารถ มีจริยธรรม มีผลงานเป็นที่ประจักษ์และเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับชาติและนานาชาติให้สร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ที่มีความสามารถทางวิชาการสูงให้แก่ประเทศ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ “การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต” มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
- 1.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 1.3 ระบบการท่องเที่ยว
- 1.4 รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว
- 1.5 แนวคิดการศึกษาอุปสงค์ท่องเที่ยว
- 1.6 แนวคิดวงจรชีวิตของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 นโยบายของรัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- 2.1 บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ. 2535-2545)
- 2.2 บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ. 2545-2554)
- 2.3 นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 2.4 กรอบของคณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทย พ.ศ. 2550-2554
- 2.5 ยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554
- 2.6 ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559
- 2.7 การจำแนกกลุ่มจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยว (Cluster)
- 2.8 นโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. โดยมีกรอบวิจัยท่องเที่ยว ปี 2549-2553

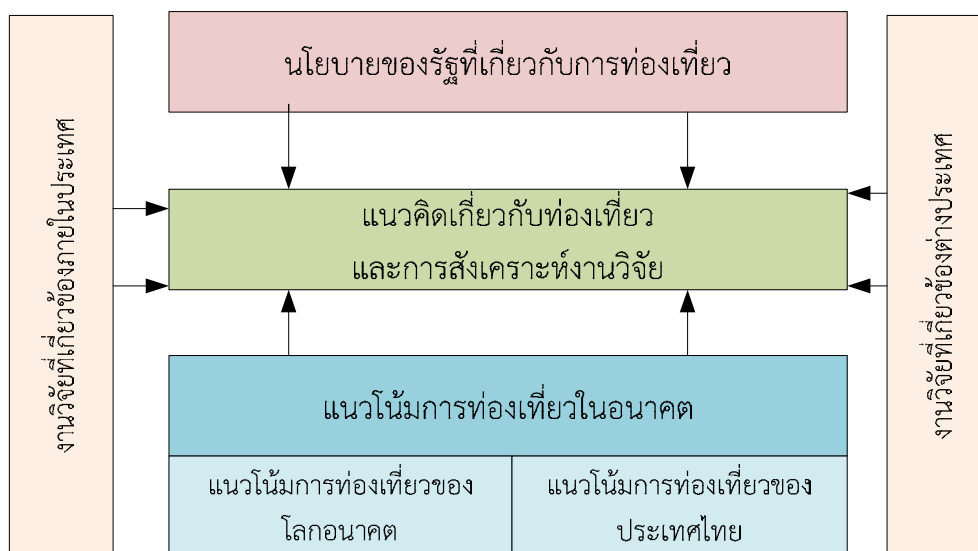
ตอนที่ 3 แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต

- 3.1 แนวโน้มการท่องเที่ยวของโลก
- 3.2 แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 4.1 งานวิจัยในประเทศ
- 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

สามารถสรุปออกเป็นแผนภาพของการทบทวนวรรณกรรม ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ประเด็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์งานวิจัย

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถนำเอาเงินตราต่างประเทศได้อย่างมากมาย และก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้า การลงทุน การพัฒนา การกระจายรายได้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศการท่องเที่ยวคิดเป็นประมาณร้อยละ 9.62 ของ GDP ของประเทศไทย การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรากฐาน ทางเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการจ้างงาน โดยในหมวดของโรงแรมและภัตตาคาร เมื่อปี พ.ศ. 2553 มีการจ้างงาน 2.65 ล้านคน หมวดการขนส่ง คมนาคมและคลังสินค้า มีการจ้างงาน 1.11 ล้านคน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตมาอย่างต่อเนื่องในปี 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 19,089,323 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2553 จำนวน 3,161,923 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 19.8 โดยตลาดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรกในปี 2554 ได้แก่ มาเลเซีย จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย เกาหลี อินเดีย ลาว ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา นำรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 734,591.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2553 จำนวน 141,797.37 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.92 การคาดการณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2555 จะขยายตัวต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2554 ในอัตราร้อยละ 8-10 ทำให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ ลดการสูญเสียดุลการค้าต่างประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และในช่วงเกิดวิกฤตเศรษฐกิจโลกหลายประเทศได้มีการนำเรื่องการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2555 หน้า 1)

ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมประกอบด้วย ความหมายของการท่องเที่ยว องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และวงจรการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด จากกิจกรรงานประจำและการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล การเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ จากการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องได้มีนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้คำนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวตั้งแต่ช่วงแคบจนขยายออกกว้าง เช่น

องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) กำหนดความหมายของการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า เป็น การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยเป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อ เยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

จากคำนิยามต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า **การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียด โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจ

1.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

องค์ประกอบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย (กรมการท่องเที่ยว, 2555 หน้า 2-4)

1.2.1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resources) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงหลักฐานทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งที่มีชีวิตในยุคต่าง ๆ ซึ่งมนุษย์สามารถนำ มาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและประกอบกิจกรรมนันทนาการอันนำมาซึ่งความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบต่างๆ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural tourism resources) ได้แก่ อุทยานแห่งชาติวนอุทยาน เขตอนุรักษพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และ

ร่องรอยของประวัติศาสตร์ ได้แก่ หลักฐานทางโบราณคดี ชุมชนโบราณศาสนสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี วัฒนธรรม สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน สวนสนุก เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของหน่วยงานภาครัฐหลาย ๆ หน่วยงาน เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีภาคเอกชนที่เป็นบริษัท ห้าง ร้าน เป็นผู้ลงทุนทำธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น

1.2.2) ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industries) ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่งและธุรกิจบันเทิงและพลัดเพลิน

1) ธุรกิจที่พักแรม หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้าง ซึ่งอาจมีการบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย ที่พักแรมมีหลายประเภท ได้แก่ โรงแรม และที่พักประเภทอื่น ๆ เช่น เกสต์เฮาส์ บังกะโล สถานที่พักแรมกลางแจ้ง เป็นต้น

2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง ธุรกิจในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยว หรือประชาชนทั่วไป ประกอบด้วย

(1) ภัตตาคารหรือร้านอาหารเดี่ยว ได้แก่ ภัตตาคาร ร้านอาหารทั่วไป ร้านอาหารจานด่วน เป็นต้น

(2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถาบัน เช่น ร้านอาหารในโรงแรม ร้านอาหารในศูนย์การค้า ร้านอาหารในสนามบินและสถานีขนส่งต่างๆ การบริการอาหารระหว่างการเดินทางบนเครื่องบิน รถโดยสาร รถไฟ และเรือสำราญ เป็นต้น การบริการจัดอาหารและเครื่องดื่มให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น

3) ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) ธุรกิจขนส่งทางบก ได้แก่ ทางรถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล รถเช่า รถโดยสารประจำทาง

(2) ธุรกิจขนส่งทางน้ำ เช่น เรือเดินทะเล เรือสำราญ เรือข้ามฟาก เรือใบ เรือยอร์ช เรือล่องแม่น้ำ เป็นต้น

(3) ธุรกิจขนส่งทางอากาศ เช่น การบินลักษณะเที่ยวบินประจำ เที่ยวบินไม่ประจำ เที่ยวบินเช่าเหมาลำ

4) ธุรกิจนำเที่ยว เป็นการจัดหรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ทักษนาจรหรือการให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว อาจขายให้นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว หรือการนำบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาขายในลักษณะเหมารวม (Package tour) บริการมัคคุเทศก์

5) **ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก** ได้แก่ สินค้าช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวตามห้างสรรพสินค้าและร้านค้าต่าง ๆ รวมถึงร้านปลอดอากร และธุรกิจของที่ระลึก

6) **ธุรกิจนันทนาการ** ประกอบด้วย การให้บริการเพื่อความบันเทิงและเพลิดเพลินสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว สวนสนุก ไนท์คลับ บาร์ ดิสโก้เธค คาสีโน ธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจจัดประชุมนิทรรศการและการท่องเที่ยวเป็นรางวัล (Meeting Incentive Convention and Exhibition: MICE) เป็นต้น

ทั้งนี้ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ธุรกิจท่องเที่ยวหมายรวมถึง

- (1) ธุรกิจนำเที่ยว
- (2) ธุรกิจโรงแรม
- (3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- (4) ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- (5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- (6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

1.2.3) **องค์ประกอบสนับสนุน** ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองตามท่าอากาศยาน ดำเนินการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา สื่อสาร สาธารณสุข ขนส่งสาธารณะ เป็นต้น สถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรนานาชาติสำหรับคนไทยและชาวต่างประเทศ องค์การของรัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การภาคเอกชนที่แสวงหากำไร

โดยสรุปจากองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีขอบเขตที่กว้างมาก และล้วนแต่มีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงควรครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เกิดคุณภาพในการพัฒนา

1.3 ระบบการท่องเที่ยว (Toursim Systems)

การศึกษากระบวนการท่องเที่ยวเป็นการพิจารณาถึงสภาพและการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงระบบย่อยและองค์ประกอบ หน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีลักษณะที่แตกต่างออกไป โดยต้องพิจารณารวมไปถึงความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ ระบบนิเวศวิทยานบนบก ในน้ำ และในอากาศ สภาพภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคม กิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ระบบการบริหาร ระบบการปกครองพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้ นอกจากจะมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในทางอ้อมแล้ว ยังอาจได้รับ

ผลกระทบจากการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและโดยอ้อมอีกด้วย องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ คือ

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อาทิเช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของท้องถิ่น

2) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) ได้แก่ การบริการเพื่อการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่

3) ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) เป็นส่วนของอุปสงค์ (Demand) ในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว การตลาดอาจพิจารณาได้ทั้งตัวนักท่องเที่ยวเอง กิจกรรมรูปแบบ หรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

ระบบการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมนี้ จะเป็นตัวแบ่งกลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับให้ชัดเจนเป็นสัดส่วนยิ่งขึ้น ทั้งนี้ได้แบ่งบทบาทหน้าที่ต่อการท่องเที่ยว (Tourism Function) เป็นด้านอุปสงค์ (Demand) อุปทาน (Supply) ทรัพยากร (Resource) รองรับผลกระทบ (Impact) และมีผลต่อการท่องเที่ยว (Effect)

1.4 การท่องเที่ยวมิติแห่งศาสตร์บูรณาการ

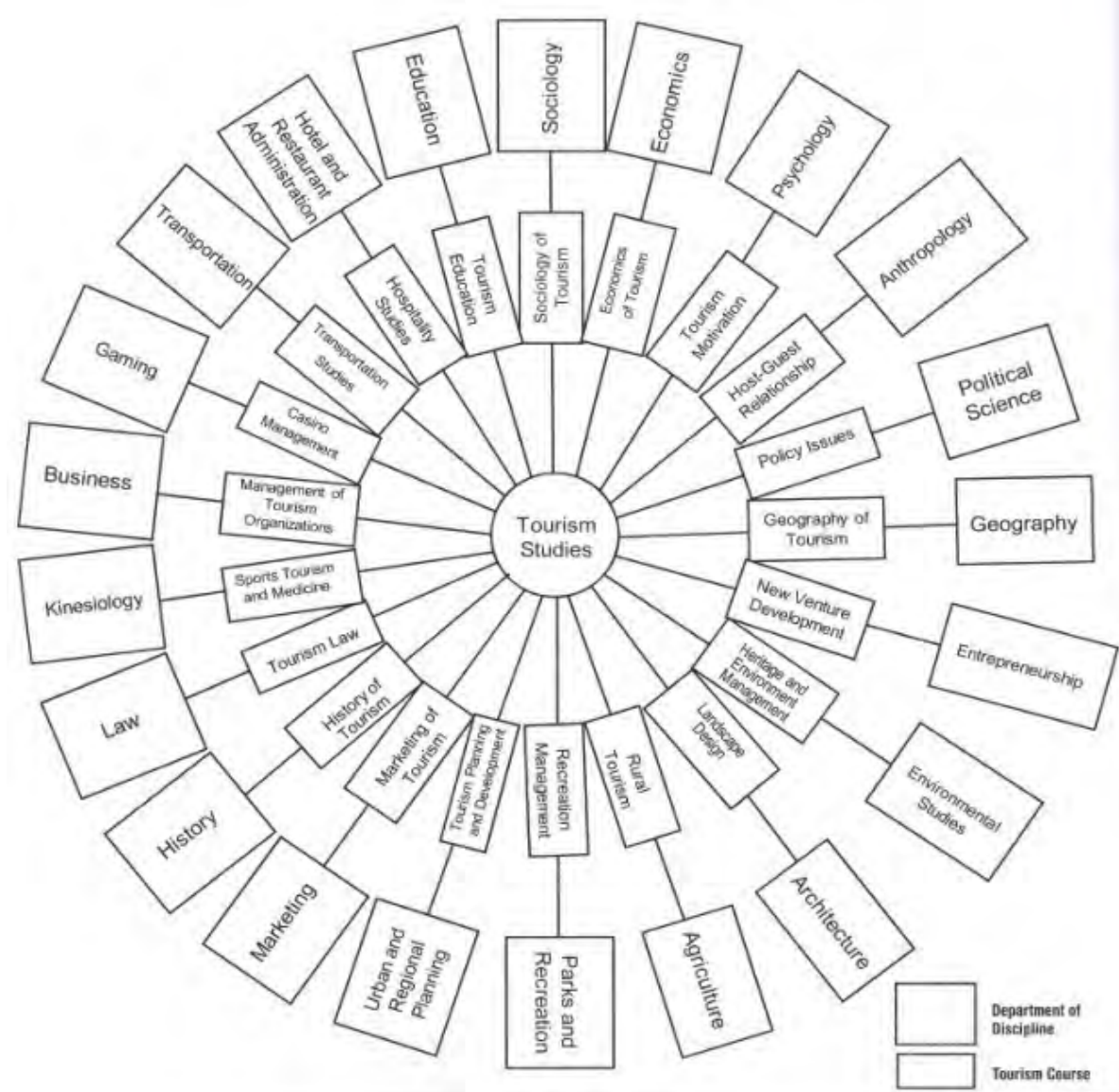
องค์ความรู้หรือศาสตร์ทางการท่องเที่ยวเป็นการศึกษาจากทุกมุมมองที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นศาสตร์ทางด้านสังคมศาสตร์ที่นำแนวคิดจากศาสตร์ต่าง ๆ ทางวิชาการ และวิชาชีพที่ต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และประยุกต์ใช้ได้จริงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่มาจากสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การให้บริการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมกันในเวลาเดียวกันเป็นงานอาชีพที่ท้าทายความรู้ความสามารถ และทักษะของผู้ให้บริการทุกระดับเป็นอย่างยิ่ง แนวคิดที่นำมาเป็นปรัชญาการศึกษาเรื่องนี้ได้อย่างชัดเจน คือ หลักการ แนวคิด จากทฤษฎีระบบการบริโภคการท่องเที่ยว (A Tourism Consumption System: TCS) ของ Mill and Morrison (1985) หรือเรียกว่า ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ในลักษณะวงจร เริ่มตั้งแต่

1) ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว อิทธิพลจากภายในและภายนอก พฤติกรรม กระบวนการตัดสินใจซื้อ และการจัดหา

2) การเดินทางท่องเที่ยวหลังจากการซื้อ การวิเคราะห์ตลาดหลัก การเคลื่อนย้ายอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยว และรูปแบบของการขนส่ง

3) การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการ ซึ่งต้องการการวางแผน การจัดการ และการพัฒนาอย่างเป็นระบบให้มีคุณภาพมาตรฐานสากล

4) การตลาดการท่องเที่ยว เป็นการตรวจสอบปัจจัยทางการตลาดของภาคธุรกิจ ทั้งที่ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการในเครือข่ายให้มีศักยภาพในการสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2555 หน้า 2)



ภาพที่ 2.2 Disciplinary inputs to the tourism
ที่มา ประยุกต์จาก Ritchie and Timur (2008)

ภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวมีมิติแห่งศาสตร์บูรณาการที่มีการผสมผสานหลายศาสตร์ด้วยกันทำให้การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์บูรณาการในรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และเป็นการบูรณาการปรากฏการณ์ในระบบของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความรู้ หลักการ แนวคิด ทฤษฎีจากศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ทั้งด้านสังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี มาเป็นศาสตร์แบบสหวิทยาการ ประกอบด้วยทฤษฎี และองค์ความรู้เฉพาะทางของการท่องเที่ยว ซึ่งมีพัฒนาการควบคู่กับการดำรงชีวิตของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคโบราณ การท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมการพักผ่อนในเวลาว่างในวิถีชีวิตปกติของบุคคลทั่วไป ส่งผลให้เกิดความต้องการเดินทาง การบริโภค การใช้บริการ

ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างมีคุณภาพมาตรฐาน การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่เข้าใจจิตวิทยาการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี องค์ความรู้การท่องเที่ยวแบบบูรณาการมุ่งเน้นการตอบสนองการเคลื่อนตัวของนักท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว ตั้งแต่ออกเดินทางจนกลับสู่ที่อยู่อาศัยปกติ จึงเป็นการบูรณาการเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand and Supply) อย่างสมดุล ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโต สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนหลายแสนล้านบาทต่อปี นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นการส่งเสริมบูรณาการทางความคิดของมนุษย์ในฐานะผู้อยู่ในสังคมเดียวกัน และสังคมต่างวัฒนธรรมกัน ทำให้ได้รับความรู้ ความคิดอย่างทัดเทียมกัน การท่องเที่ยวจึงเป็นศาสตร์บูรณาการที่ใช้เป็นหนทางไปสู่สันติภาพของโลกมาโดยตลอด ตั้งแต่ยุคเริ่มต้นของการเดินทาง และยังมีความหมายสำคัญจนถึงปัจจุบันนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2555 หน้า 4)

1.5 รูปแบบการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นการประเมินศักยภาพ ความเข้มแข็ง (Strength) และโอกาสทางการตลาด (Market Opportunity) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อประเมินความเข้มแข็ง รวมทั้งการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ (Critical Issues) เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจด้านการท่องเที่ยว รูปแบบที่เป็นที่นิยมนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง, ม.ป.ป., หน้า 10-12)

1.5.1) Diamond Model

Diamond Model คือ กรอบแนวคิดหรือตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือโดยเป็นการพิจารณาและประเมินสภาวะการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้านที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ โดยรวมในท้ายที่สุด ว่าสภาวะการณ์เหล่านั้นมีลักษณะที่จะเป็นการเอื้อหรือจะเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภาพของธุรกิจเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร และมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐที่จะมีผลต่อปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้านนั้นด้วย ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย (ดังภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 Porter's Diamond Model

1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions) ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แหล่งเงินทุน เป็นต้น ที่จะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

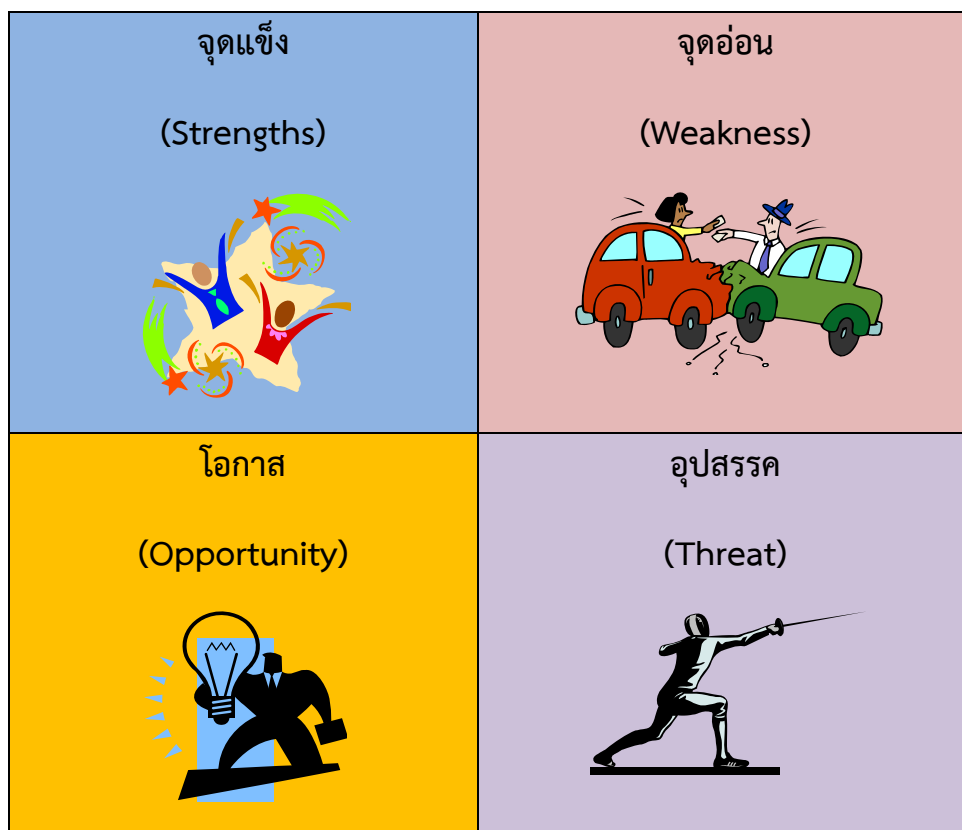
2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ได้แก่ ทศนคติและรสนิยมของผู้บริโภค ระดับความพึงพอใจและความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการของบริษัท ลักษณะและโครงสร้างการแบ่งส่วนการตลาดสำหรับสินค้าและบริการของบริษัท ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละส่วนการตลาดเป็นที่คาดเดาได้ในระดับใด เป็นต้น

3) บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context) ได้แก่ ลักษณะและบรรยากาศของการแข่งขันทางธุรกิจ กลไกการตลาด เป็นต้น ที่จะมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ

4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) ได้แก่ การมีอยู่ของกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันในสายของห่วงโซ่อุปทานมีความครบถ้วนมากน้อยเพียงใด และมีระดับของความสัมพันธ์ร่วมมือระหว่างกันเพียงใด เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ระหว่างกัน วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ / ตลาดร่วมกัน เป็นต้น

1.5.2) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

SWOT คือ กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์สถานภาพของคลัสเตอร์หนึ่ง ๆ โดยพิจารณาว่าอุตสาหกรรมหรือธุรกิจนั้น ๆ มี จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) (ดังภาพที่ 2.4) อะไรบ้างที่จะมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการพัฒนาความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้



ภาพที่ 2.4 การวิเคราะห์ SWOT
ที่มา พรรณี สวนเพลง (2555, หน้า 58)

โดยกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องสามารถนำเอาจุดแข็งและโอกาสที่ธุรกิจมีอยู่ มาลดผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากอุปสรรคและปรับปรุงแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อนให้ลดลงหรือหมดไป ทั้งนี้ การประเมินจุดแข็ง-จุดอ่อนเป็นการมองสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องภายในขององค์กร (Internal Analysis) ซึ่งอยู่ในขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบที่สมาชิก หรือผู้ที่มีส่วนได้เสียจะต้องหาทางปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขด้วยตัวเองให้มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น เช่น ความร่วมมือการประสานงานกัน ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและการดำเนินงาน ทักษะและความตระหนักของสมาชิก วิสัยทัศน์และความมุ่งมั่นของผู้นำ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจนั้น ๆ เป็นต้น ส่วนการประเมินโอกาส-อุปสรรคเป็นการมองสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องภายนอกองค์กร (External Analysis) และอยู่นอกเหนือบทบาท หรืออำนาจที่จะสามารถเข้าไปมีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงแก้ไขด้วยตัวเองให้เป็นไปในทางที่จะเอื้อต่อการพัฒนา เช่น นโยบาย กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ สภาพการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมทั้งของประเทศไทยและประเทศผู้นำเข้า ความก้าวหน้าทางวิทยาการของโลก ทักษะคน ทรัพยากร และพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น

1.5.3) กระบวนการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) คือทุก ๆ หน่วยหรือทุก ๆ กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าหรือบริการหนึ่ง ๆ ที่เริ่มต้นจากวัตถุดิบไปยังจุดสุดท้ายคือลูกค้า ครอบคลุมกิจกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตในแต่ละขั้นตอนที่เกี่ยวข้องอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยจุดที่สำคัญ ๆ เริ่มตั้งแต่ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ (Suppliers) หมายถึง ผู้ที่ส่งวัตถุดิบให้กับโรงงาน ผู้ผลิต (Manufacturers) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรรูปวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้ส่งมอบให้มีคุณค่าสูงขึ้น ผู้จัดส่งหรือผู้กระจายสินค้า (Distributors) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าจากโรงงานผลิตไปถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้จำหน่ายหรือผู้ค้าส่ง-ค้าปลีก (Wholesalers-Retailers) หมายถึง ร้านค้าที่ขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้บริโภคหรือลูกค้า (Customers) คือ จุดปลายสุดของห่วงโซ่อุปทานที่ไม่มีการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ อีก สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่ผลิตออกสู่ตลาดจะต้องผ่านทุกจุดหรือหน่วยต่าง ๆ ตลอดทั้งสายของห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้นคุณภาพของสินค้าและบริการนั้น จะขึ้นอยู่กับทุก ๆ หน่วยมิใช่หน่วยใดหน่วยหนึ่งโดยเฉพาะ การวิเคราะห์ supply chain ของการดำเนินงานการผลิตของคลัสเตอร์หนึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันเป็นทอด ๆ ของผู้ประกอบการกิจกรรมทางธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและ/หรือสนับสนุนกันเริ่มตั้งแต่ที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากแหล่งวัตถุดิบผ่านไปยังผู้ผลิตจนกระทั่งไปถึงผู้บริโภค ว่าจะต้องมีผู้เกี่ยวข้องเป็นใครบ้าง และหากสามารถบูรณาการผู้เกี่ยวข้องหน่วยต่าง ๆ ในสายของห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้กิจกรรมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ย่อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

1.5.4) ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบอุตสาหกรรม (Cluster Map)

Cluster Map คือ กรอบแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์ความครบถ้วนขององค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องและที่ควรมีอยู่ในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจหนึ่ง ๆ ซึ่งจะประกอบด้วยบริษัทเอกชนต่าง ๆ ทั้งที่เป็นธุรกิจ / บริการหลัก (core business) ของคลัสเตอร์ และธุรกิจ บริการสนับสนุน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรทางธุรกิจ สถาบันทางวิชาการ และยังสามารถรวมถึงอุตสาหกรรมหรือธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงในทางหนึ่งทางใดกับอุตสาหกรรมหรือธุรกิจนั้น ๆ ด้วย เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจุบัน องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้มีอะไรบ้าง มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในลักษณะใดโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจหลักของของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจ ระดับความสัมพันธ์ร่วมมือกันนั้นมีความเหนียวแน่นเข้มแข็งหรือเบาบางมากน้อยเพียงใด และแต่ละองค์ประกอบมีบทบาท / หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจนั้นอย่างไร ในการที่จะช่วยส่งเสริมให้ของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจพัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งและมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น การวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีอยู่ ณ ปัจจุบันยังช่วยให้เห็นว่าอาจยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ อีกที่สำคัญต่อการพัฒนา แต่ยังขาดอยู่หรือยังมีอยู่ไม่เพียงพอในของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจนั้น และจำเป็นที่จะต้องเร่งผลักดันให้เกิดมีขึ้นเพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์และประสิทธิภาพรวมทั้งผลผลิตภาพในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ให้สามารถแข่งขันกับภายนอกได้อย่างยั่งยืนมากขึ้นต่อไปในที่สุด

ในการสังเคราะห์งานวิจัยด้านท่องเที่ยวนี้จะประยุกต์ใช้ การวิเคราะห์ SWOT เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายในการให้ทุนของ สกว. ในอนาคต

1.6 แนวคิดการศึกษาอุปสงค์ท่องเที่ยว

การศึกษาหรือการวิเคราะห์อุปสงค์ท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยว เช่น การคาดการณ์จำนวน / รูปแบบนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง โดยใช้วิธีการคาดเดา (Prediction) การประมาณการ (Estimation) หรือ การพยากรณ์ (Forecasting) ซึ่งมีวิธีการและรูปแบบการวิเคราะห์อุปสงค์ (Demand Model) อยู่หลายวิธี ซึ่งการเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการศึกษา รวมทั้งฐานข้อมูลเดิมที่มีอยู่ ที่สามารถนำมาใช้เป็นปัจจัยนำเข้า (Data Inputs) ในการวิเคราะห์ อาทิเช่น การตัดสินใจจากผู้เชี่ยวชาญ (Delphi data) การศึกษาจากข้อมูลที่ผ่านมา (Time Series Methods) หรือการใช้รูปแบบการวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปรที่สำคัญ (Structural Model) เช่น ขนาดของประชากร (Population Size) ระยะทางของตลาด (Distance to market) ระดับของรายได้ (Income Levels) และการวิเคราะห์คุณภาพและการแข่งขัน (Measures of quality)

ผลจากการศึกษาอุปสงค์ท่องเที่ยวสามารถทำให้เราทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของจำนวน / รูปแบบนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ ซึ่งมีปัจจัยมาจากการเปลี่ยนแปลงราคา การประชาสัมพันธ์ การแข่งขัน การพัฒนาคุณภาพหรือการเพิ่มจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รองรับนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยการปรับเปลี่ยนทางอุปสงค์อื่น ๆ (Demand Shifters)

1.7 แนวคิดวงจรชีวิตของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวนั้น เปรียบเสมือนสินค้าอื่น ๆ ทั่วไปที่มีวงจรชีวิต Butler (1980) ได้นำเสนอรูปแบบวงจรจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง โดยกล่าวถึงวิวัฒนาการของจุดหมายปลายทางในระดับต่าง ๆ เริ่มจาก **การค้นพบ (Exploration)** ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ถูกค้นพบโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ และยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึง โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และความรู้และทักษะของคนในท้องถิ่นที่จะเข้ามาให้บริการและบริหารจัดการการท่องเที่ยว และมีวิวัฒนาการไปสู่ **วงจรการพัฒนา (Development)** เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาค้นพบและรู้จักจุดหมายปลายทางแห่งนี้เพิ่มมากขึ้น ก็จะมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่อย่างกว้างขวาง รวมทั้งมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จากจุดนี้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาก็จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนไปถึงจุดที่ทางทฤษฎีเรียกว่าเกินขีดความสามารถในการรองรับ และเกิด **การชะลอตัว (Stagnation)** ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับขีดจำกัดของสิ่งแวดล้อมและทางสังคม โดยทั่วไปแล้วการพัฒนาจากจุดค้นพบและจุดที่การท่องเที่ยวชะลอตัวมักเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยสามารถสังเกตได้จากการเติบโตของเส้นโค้งแบบ Exponential ดังแสดงในภาพ 2.4

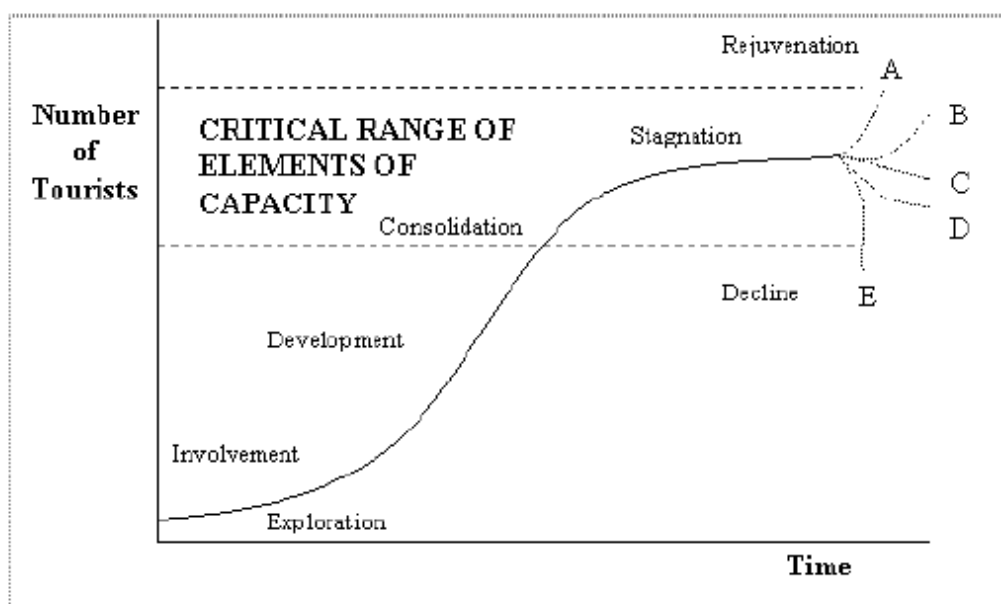
วิวัฒนาการของจุดหมายปลายทางหลังจากจุดที่เรียกว่า **การชะลอตัว (Stagnation)** นั้นสามารถแปรเปลี่ยนได้ใน 5 ทิศทาง โดยแสดงในเส้นประ A – E ในภาพ ซึ่งเป็นผลมาจากตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

- ทิศทาง A และ B มุ่งไปสู่การปรับตัวที่เพิ่มศักยภาพให้กับจุดหมายปลายทาง (Rejuvenation) คือการพัฒนาที่นำเอาเทคนิคและกลยุทธ์การพัฒนาในด้านต่าง ๆ เข้ามาใช้ หรือการ

ยกระดับการบริหารจัดการ โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้มีการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของจุดหมายปลายทางนั้น ๆ

- ทิศทาง C และ D มุ่งไปสู่การพัฒนาที่เป็นไปอย่างไม่ยั่งยืน จุดหมายปลายทางมีสภาพแวดล้อมที่มีความหนาแน่น แออัด มีสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ที่เป็นมลภาวะ ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีสภาพที่เสื่อมถอยเกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเริ่มลดลง และนักท่องเที่ยวเริ่มลดจำนวนลงด้วยเช่นกัน

- ทิศทาง E เป็นทิศทางที่จุดหมายปลายทางเข้าสู่สถานการณ์ที่เป็นวิกฤติ คือ เกิดการเสื่อมถอยของแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ และสังคมในขั้นรุนแรง ทิศทางนี้นักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดหมายปลายทางเป็นไปในเชิงลบ และอาจไปถึงขั้นที่ต้องกลายเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวราคาถูก (Cheap Destination) ไปในที่สุด



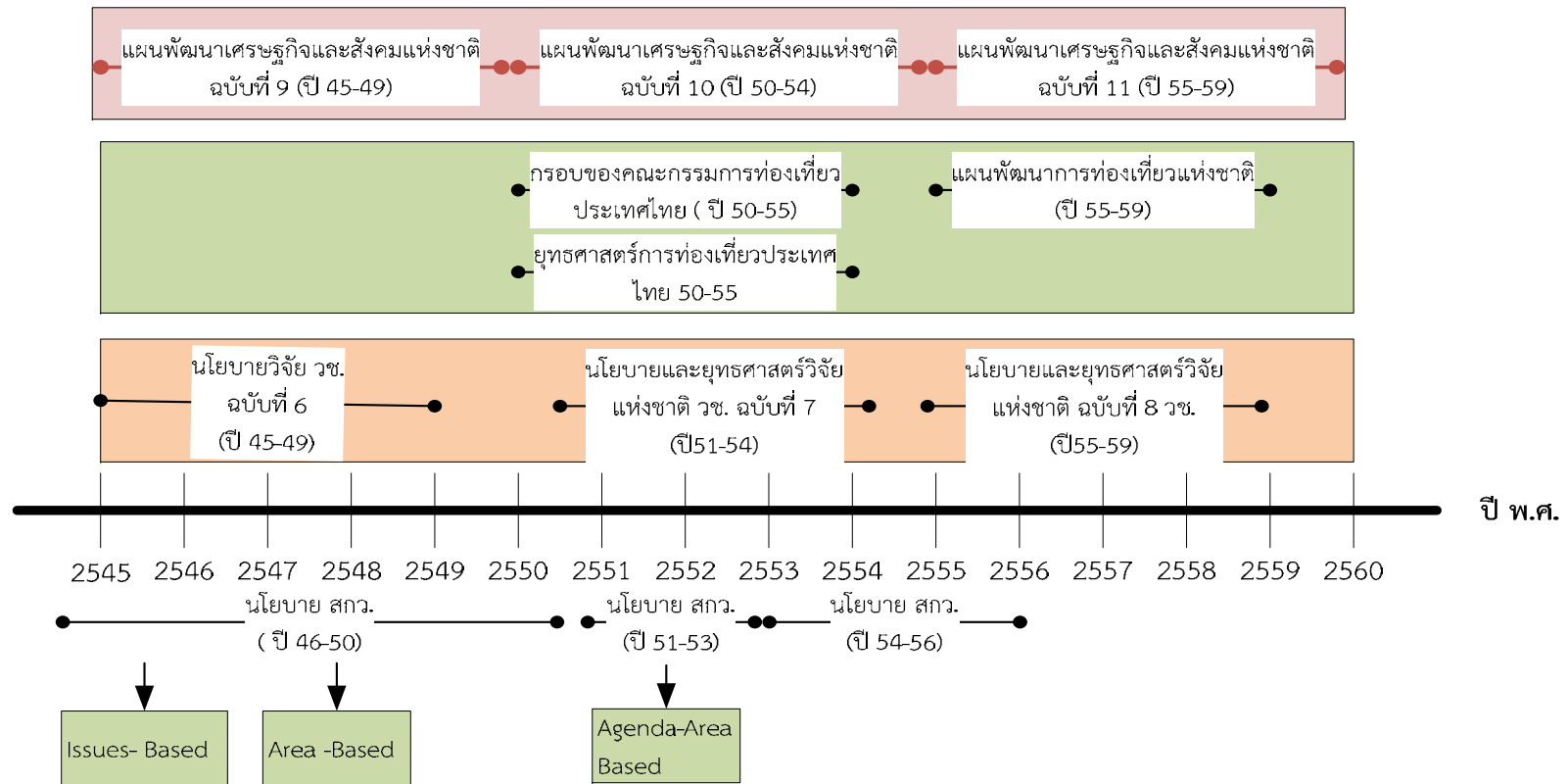
ภาพที่ 2.5 แสดงวงจรชีวิตจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

ที่มา Hypothetical Evolution of a Tourist Area (ดัดแปลงมาจาก Miller and Gallucci, 2004)

ตอนที่ 2 นโยบายของรัฐต่อการท่องเที่ยว

นโยบายของรับที่มีต่อการท่องเที่ยวสามารถสรุปและนำเสนอได้ดังภาพที่ 2.5 และตารางที่

2.1



ภาพที่ 2.6 กรอบการทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.1 สรุปยุทธศาสตร์และกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระหว่าง ปี พ.ศ. 2545-2549

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แผนการวิจัยของชาติ (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2545 – 2549)
วิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศ การพัฒนาประเทศไทยในอนาคต 20 ปี มีจุดมุ่งหมาย เน้นการแก้ปัญหาความยากจน และ ยกระดับคุณภาพชีวิต ของคนส่วนใหญ่ของประเทศให้เกิด “การพัฒนาที่ยั่งยืนและ ความอยู่ดีมีสุขของคนไทย” จึงได้กำหนดสภาพสังคมไทยที่พึง ประสงค์ โดยมุ่งพัฒนาสู่ “สังคมที่เข้มแข็งและมีดุลยภาพ” ใน 3 ด้าน คือ สังคมคุณภาพ สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และสังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ภายใต้วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักดังกล่าว เพื่อให้ การดำเนินงานในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 เป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ เห็นควรกำหนดยุทธศาสตร์ การพัฒนาที่ สนับสนุนและเชื่อมโยงกัน 3 กลุ่มยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ดังนี้ กลุ่มที่หนึ่ง สร้างระบบบริหารจัดการที่ดี ให้เกิดขึ้นในทุกภาค ส่วนของสังคมมีความ สำคัญเป็นลำดับสูงสุด เน้นการปฏิรูปให้ เกิดกลไกการบริหารจัดการที่ดีทั้งในภาคการเมือง ภาค ราชการ ภาคเอกชน และภาคประชาชน บนพื้นฐานการมีส่วนร่วม ของประชาชนในกระบวนการพัฒนาประเทศที่มี	นโยบายและแนวทางการวิจัยของชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2545-2549) ได้ให้การสนับสนุนแนวทางการพัฒนาตาม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545- 2549) แต่ภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากรการวิจัย จึงทำให้นโยบายการวิจัยฯ มีลักษณะเฉพาะเจาะจง โดยให้ความสำคัญ กับการวิจัยในสิ่งที่ประเทศชาติมีศักยภาพ และเป็นไปตาม ความจำเป็นของประเทศเป็นอันดับแรก วัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาอย่าง ยั่งยืนและเน้นในเรื่องการพึ่งตนเอง 2. เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่มีส่วนส่งเสริมขีดความสามารถในการ แข่งขัน 3. เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต 4. เพื่อปรับระบบการวิจัยของชาติให้เข้มแข็ง 1. ชุดโครงการวิจัยแห่งชาติ 1.4 ชุดโครงการวิจัยแห่งชาติด้านสังคมและวัฒนธรรม 1.4.3 ชุดโครงการวิจัยแห่งชาติเพื่อพัฒนา อุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว - มีเป้าหมายเพื่อ พัฒนาองค์ความรู้สำหรับใช้ปรับนโยบายและมาตรการในการ บริหารจัดการอุตสาหกรรมและบริการการท่องเที่ยวสำหรับ	พ.ศ.2545 ชุดโครงการ “การพัฒนานโยบายและแผนอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว” ได้กำหนดขอบเขตการให้ทุนวิจัย เพื่อส่งเสริมให้ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย ในด้าน ต่างๆ 4 ด้าน คือ 1) ระบบความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 3) การพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการ จัดการท่องเที่ยว 4) การศึกษาวิเคราะห์ระบบสายการบินต้นทุนต่ำ สำนักประสานงานฯ ได้กำหนดกรอบการวิจัย การท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งเป็น 4 กลุ่มงานหลัก คือ 1) การวิจัย ท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การสร้างธนาคารข้อมูลทางการ ท่องเที่ยว 3) การพัฒนานโยบายและแผนการท่องเที่ยวมห ภาค และ 4) การสร้างระบบสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อการ จัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว พ.ศ.2549 1. ชุดโครงการ จุดยืนผลิตภัณฑ์และยุทธศาสตร์การ พัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ธนาคารข้อมูลเพื่อการ ท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนอันดามัน (ภูเก็ต พังงา

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แผนการวิจัยของชาติ (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2545 – 2549)
ประสิทธิภาพ ประกอบด้วย (1) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการที่ดี เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการผลักดันให้ทุกยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนไปได้ โดยให้ความสำคัญกับ 1.1 การปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและโปร่งใส 1.2 การกระจายภารกิจและความรับผิดชอบให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างโปร่งใส 1.3 การป้องกันและปราบปรามการทุจริตประพฤติมิชอบ ทั้งในภาคการเมือง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน 1.4 การพัฒนาและเสริมสร้างกลไกการตรวจสอบถ่วงดุลทุกภาคส่วนในสังคม 1.5 การเสริมสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดีของภาคเอกชน ให้มีความโปร่งใส มีระบบการทำงานที่สามารถตรวจสอบได้ รักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ รวมทั้งสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค 1.6 การเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวและชุมชน กลุ่มที่สอง การเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้เข้มแข็ง เป็นกลุ่มยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคน ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้เป็นแกนหลักของสังคมไทย มีการเสริมสร้างความ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการอนุรักษ์ และเพื่อให้มีการใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน	กระบี่) 2. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มล้านนา 3. ชุดโครงการ ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ) 4. โครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดตราด(เกาะช้าง) ระยะที่ 1 5. โครงการ “การสำรวจและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย จังหวัดสมุทรสงคราม” 6. โครงการ “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน” 7. โครงการ “การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน” 8. ชุดโครงการ การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย (Tour Repackaging for Thailand) 9. ชุดโครงการกลุ่มงานการพัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษาและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยว

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แผนการวิจัยของชาติ (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2545 – 2549)
เข้มแข็งของชุมชนให้เชื่อมโยงกับการพัฒนาชนบทและเมือง รวมตลอดทั้งมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและการยกระดับ คุณภาพชีวิตให้คนไทยอยู่ดีมีสุขได้อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย (2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและการคุ้มครองทาง สังคม ให้ความสำคัญกับ 2.1 การพัฒนาคนให้มีคุณภาพและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง 2.2 การส่งเสริมให้คนมีงานทำ 2.3 การปรับปรุงระบบการคุ้มครองทางสังคมให้มี ประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั่วถึงและเป็นธรรม 2.4 การป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดและความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สิน 2.5 การส่งเสริมบทบาทครอบครัว องค์กรทางศาสนา โรงเรียน ชุมชน องค์กร พัฒนาเอกชน อาสาสมัคร และ สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา (3) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและ เมืองอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับ 3.1 การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาเมืองนำ อยู่ ชุมชนนำอยู่ เน้นการพัฒนากระบวนการชุมชนเข้มแข็งให้ เป็นฐานรากที่มั่นคงของสังคม มีการระดมพลังแก้ปัญหาและ พัฒนาชุมชนที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม มีการพัฒนาเมืองนำอยู่และ		

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แผนการวิจัยของชาติ (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2545 – 2549)
ชุมชนนํ้าอยู่ 3.2 การแก้ปัญหาความยากจนในชนบทและเมืองภายใต้ กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคทุกส่วนในสังคม ที่มุ่งเน้น การปรับกระบวนการชนและการจัดการ การแก้ไขปัญหา ความยากจนอย่างเป็นองค์รวม เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เน้นที่ตัวคนจน ด้วยการพัฒนาศักยภาพเพิ่มขีดความสามารถ ให้คนจนก่อร่างสร้างตัวพึ่งตนเองมากขึ้น และพัฒนา สภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหาเชิงระบบและโครงสร้าง 3.3 การสร้างความเชื่อมโยงของการพัฒนาชนบทและเมือง อย่างเกื้อกูล เพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมให้เท่า เทียมกัน 3.4 การจัดการพื้นที่เชิงบูรณาการที่ยึดพื้นที่ภารกิจและการมี ส่วนร่วม และเตรียมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นให้มีคนดีและระบบดี (4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับ 4.1 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเอื้อต่อการใช้ ประโยชน์และการอนุรักษ์ฟื้นฟู และการพัฒนาเศรษฐกิจฐาน รากของประเทศ 4.2 การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดม		

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แผนการวิจัยของชาติ (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2545 – 2549)
สมบูรณ์ 4.3 การอนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมชุมชน ศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว ให้เกื้อหนุนการพัฒนา คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน 4.4 การบริหารจัดการปัญหามลพิษอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อ พัฒนาให้เมืองและชุมชนมีความน่าอยู่ กลุ่มที่สาม การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้าสู่สมดุล และยั่งยืน เป็นกลุ่มยุทธศาสตร์ที่เน้นการบริหารนโยบาย เศรษฐกิจมหภาค ที่มุ่งส่งเสริมให้ฐานเศรษฐกิจของประเทศ แข็งแกร่งและขยายตัวได้อย่างมีคุณภาพโดยปรับฐานเศรษฐกิจ ตั้งแต่ระดับฐานราก ถึงระดับมหภาค และมีความเชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจโลกอย่างรู้เท่าทัน บนพื้นฐานการพึ่งตนเอง และมี ภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ควบคู่ไปกับ การรักษาสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้ง ระดับมหภาคและระดับสาขา รวมทั้งการสร้างความพร้อม และพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เน้น การพัฒนานวัตกรรมและการปรับใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่าง เหมาะสม ประกอบด้วย (5) ยุทธศาสตร์การบริหารเศรษฐกิจส่วนรวม ให้ความสำคัญ กับ 5.1 การดำเนินนโยบายการเงินเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อวิกฤต		

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แผนการวิจัยแห่งชาติ (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2545 – 2549)
เศรษฐกิจและช่วยกระจายความเจริญและสร้างความเป็นธรรม 5.2 การดำเนินนโยบายการคลังและสร้างความมั่นคงของ ฐานะการคลังและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค 5.3 การเตรียมความพร้อมของเศรษฐกิจและสังคม ภายในประเทศ ให้มีภูมิคุ้มกันจากผลกระทบของการ เปลี่ยนแปลงภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ (6) ยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถใน การแข่งขันของประเทศ ให้ความสำคัญกับ 6.1 การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและการค้า เพื่อสร้างฐาน การผลิตในประเทศให้เข้มแข็ง พึ่งพาตนเอง และสร้าง ภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ 6.2 เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเพิ่มสมรรถนะภาคการผลิตและบริการ 6.3 การผลักดันขบวนการเพิ่มผลผลิตของประเทศ 6.4 การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม และระบบสหกรณ์ ให้เป็นฐานรากที่เข้มแข็งในการสร้าง รายได้ของประเทศ ตลอดจนเน้นความเชื่อมโยงเครือข่ายช่วย การผลิตและบริการอย่างเป็นระบบครบวงจร 6.5 ปรับปรุงเจรจาและความร่วมมือในเวทีระหว่างประเทศ เพื่อสร้างเอกภาพในการเจรจาทางการค้า และเสริมสร้าง		

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ แผนการวิจัยแห่งชาติ (พ.ศ. 2545 – 2549)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2545 – 2549)
อำนาจต่อรองของไทยในเวทีเศรษฐกิจการค้าการลงทุน ระหว่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับ ประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นการวางรากฐานการพัฒนา ประเทศในระยะยาว 6.6 ส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงานและ กระจายรายได้ (7) ยุทธศาสตร์การพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ให้ความสำคัญกับ 7.1 การประยุกต์ใช้และการพัฒนาเทคโนโลยี 7.2 การพัฒนากำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 7.3 การยกระดับการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร เพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญในการเผยแพร่ องค์ความรู้และข่าวสาร ช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจและ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 7.4 การบริหารการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ มุ่งประสิทธิผล ให้นำไปประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ได้		

ตารางที่ 2.2 เศรษฐศาสตร์และกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระหว่าง ปี พ.ศ. 2550-2554

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
วิสัยทัศน์ประเทศไทย มุ่งพัฒนาสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบครัวยั่งยืน ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ดังนี้ 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ให้ความสำคัญกับ (1) การพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ เกิดภูมิคุ้มกัน	วิสัยทัศน์การวิจัยของชาติ (พ.ศ. 2551-2554) คือ “ประเทศไทยมีงานวิจัยที่มีคุณภาพ เพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน” โดยกำหนดพันธกิจการวิจัยของชาติ(พ.ศ.2551-2554) คือ “พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการวิจัยของประเทศให้สูงขึ้น และสร้างฐานความรู้ที่มีคุณค่าเพื่อสามารถประยุกต์และพัฒนาวิทยาการที่เหมาะสม รวมทั้งต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ โดยใช้ทรัพยากรและเครือข่ายวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ ที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม” ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 1 การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เป้าประสงค์การวิจัย : สร้างเสริมองค์ความรู้เพื่อเป็นพื้นฐานสู่การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยคำนึงถึง	พ.ศ.2550 1. ชุดโครงการการยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2. ชุดโครงการแนวทางการวิจัยและพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล 3. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลพื้นที่ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระยะที่ 3 และสร้าง Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC) 4. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลกลุ่มล้านนา (เชียงใหม่) ระยะที่ 2 5. ชุดโครงการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเน้นโรงพยาบาล (Health Tourism) 6. ชุดโครงการระบบการจัดการเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรม 7. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลกลุ่มวัฒนธรรมขอมระยะที่ 1 ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
(2) การเสริมสร้างสุขภาพคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ มีความสัมพันธ์ทางสังคมและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ (3) การเสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข 2. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ให้ความสำคัญกับ (1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน (2) การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน (3) การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูล 3. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับ (1) การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย (2) การสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ	หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลยุทธ์การวิจัยที่ 4 พัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 แผนงานวิจัย ดังนี้ 4.1 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว 4.2 การวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.3 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4.4 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 4.5 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	8. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด) 9. ชุดโครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย (Tour Repackaging for Thailand) 10. โครงการพัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษาและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวผ่าน www.ttresearch.org 11. โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทย นานาชาติ (E-Journal) และรวมเล่มบทความประจำปี 12. ชุดโครงการร่วมทุนวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อสร้างนักวิจัยตลาดท่องเที่ยว มีอาซีพ (MOU) 13. โครงการธนาคารข้อมูลเพื่อจัดการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 14. ชุดโครงการร่วมทุนวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประเด็นการท่องเที่ยว (WINDOW II) พ.ศ.2551 1. ชุดโครงการ “วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการ

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
(3) การสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม 4. ยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับ (1) การรักษาฐานทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ (2) การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน (3) การพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น 5. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ โดยให้ความสำคัญกับ (1) การเสริมสร้าง และพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมไทย (2) เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้สามารถเข้า	4.6 การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวในอนาคต	ท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551” 2. ชุดโครงการ “การยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรัง และสตูล” 3. ชุดโครงการ “ การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล ” 4. ชุดโครงการการค้นหาคีย์ภาพทางการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดนครปฐมบนฐานความเข้มแข็งของจังหวัด 5. ชุดโครงการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดชัยนาท 6. ชุดโครงการการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี 7. ชุดโครงการการยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี 8. ชุดโครงการแนวทางการวิจัยและพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล 9. ชุดโครงการการยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ (Learning

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
ร่วมในการบริหารจัดการประเทศ (3) สร้างภาคราชการที่มีประสิทธิภาพ และมีธรรมาภิบาล เน้น การบริการแทนการกำกับควบคุม และทำงานร่วมกับหุ้นส่วน การพัฒนา (4) การกระจายอำนาจการบริหารจัดการประเทศสู่ภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (5) ส่งเสริมภาคธุรกิจเอกชนให้เกิดความเข้มแข็ง สุจริต และมี ธรรมาภิบาล (6) การปฏิรูปกฎหมาย กฎระเบียบ และขั้นตอน กระบวนการเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อสร้าง ความสมดุลในการจัดสรรประโยชน์จากการพัฒนา (7) การรักษาและเสริมสร้างความมั่นคงเพื่อสนับสนุนการ บริหารจัดการประเทศสู่ดุลยภาพและความยั่งยืน การขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติ การขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติและ		Package Tour) โดยความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและ ชุมชนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล 10. ชุดโครงการการพัฒนากระบวนบริหารและกลไกการวิจัยการ ท่องเที่ยวติดพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC) 11. ชุดโครงการการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยการตลาดการ ท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัยและมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อสร้าง นักวิจัยตลาดท่องเที่ยวมืออาชีพ 12. โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทย นานาชาติ (E-Journal) เพื่อส่งเสริมตำแหน่งทางวิชาการแก่นัก วิจัยการท่องเที่ยวและโรงแรม 13. Website ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการ ท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน 14. ชุดโครงการร่วมทุนวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประเด็นการ ท่องเที่ยว (WINDOW II) พ.ศ.2552 1. ชุดโครงการ “วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการ ท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2552”

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
การติดตามประเมินผล โดยมีแนวทางสำคัญ ดังนี้ 5.1 เสริมสร้างบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนา จัดทำแผนปฏิบัติการในระดับต่างๆ ที่บูรณาการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 5.2 กำหนดแนวทางการลงทุนที่สำคัญตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 5.3 เร่งปรับปรุงและพัฒนากฎหมายเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล 5.4 ศึกษาวิจัยสร้างองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้เพื่อหนุนเสริมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10สู่การปฏิบัติ 5.5 พัฒนาระบบการติดตามประเมินผลและสร้างดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกระดับ		2. ชุดโครงการการยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ (Learning Package Tour) โดยความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและชุมชนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล 3. ชุดโครงการการพัฒนากระบวนบริหารและกลไกการวิจัยการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC)) 4. ชุดโครงการการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี 5. ชุดโครงการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่ยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดชัยนาท 6. ชุดโครงการการค้นหาค้นหาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดนครปฐมบนฐานความเข้มแข็งของจังหวัด 7. ชุดโครงการยุววิจัยท่องเที่ยว : การบูรณาการการศึกษาเศรษฐกิจ ภูมิคุ้มกันความเป็นชุมชน 8. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาตรี 9. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท 10. ชุดโครงการ 5 จังหวัดภาคใต้ระยะที่ 3 : สงขลา พัทลุง

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
5.6 สนับสนุนการพัฒนากระบวนการข้อมูลในทุกระดับและการเชื่อมโยงโครงข่ายข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานกลางระดับนโยบาย ตลอดจนระดับพื้นที่และท้องถิ่น		นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล 11. โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทย นานาชาติ (E-Journal) เพื่อส่งเสริมเส้นทางตำแหน่งทางวิชาการ แก่นักวิจัยการท่องเที่ยวและโรงแรม 12. Website ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน พ.ศ.2553 1. ชุดโครงการ “วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2553” 2. ชุดโครงการ “รวมปัญญาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเกิด ผ่าน HAND-Tourism จังหวัดนครศรีธรรมราช” ระยะที่ 1: “บริบทฐานรากการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชบนฐานจิตสำนึกรักบ้านเกิด 3. ชุดโครงการการเฝ้าระวังการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวไทย ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง (Tourism Watch for Thailand) 4. ชุดโครงการ ASEAN : การบูรณาการการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านหลักสูตรการท่องเที่ยว ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Learning Each Other Through ASEAN Tourism Education) 5. โครงการ “การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทาง

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
		วัฒนธรรมเพลงโคราช สู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวชน 6. ชุดโครงการวิจัยระดับมหาดำเนินการ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” 7. ชุดโครงการวิจัย 8. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท 9. ชุดโครงการการสร้าง “กลุ่มวิจัยการท่องเที่ยว” เพื่อพัฒนา กำลังคนสู่อาชีพในพื้นที่ (12 มหาวิทยาลัยราชภัฏ) 10. ชุดโครงการพัฒนาระบบบริหารและกลไกการวิจัยการ ท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC)) 11. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยว ระดับปริญญาตรี 12. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยว ระดับปริญญาโท 13. ชุดโครงการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี 14. ชุดโครงการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่าง ยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดชัยนาท 15. โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทย

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554)	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรอบการวิจัย (พ.ศ. 2550-2554)
		นานาชาติ (E-Journal) เพื่อส่งเสริมเส้นทางตำแหน่งทางวิชาการแก่นักวิจัยการท่องเที่ยวและโรงแรม 16. Website ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน 17. ชุดโครงการ 5 จังหวัดภาคใต้ระยะที่ 3 : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล 18. ชุดโครงการยโสธร 19. ชุดโครงการชัยภูมิ 20. ชุดโครงการนครราชสีมา 21. ชุดโครงการสมุทร 22. ชุดโครงการนครปฐม 23. ชุดโครงการสุโขทัย

2.1 บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ. 2535-2545)

การบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศย่อมมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ประการในหลายประเทศรัฐบาลถือเป็นหน่วยงานหลักที่มีความสำคัญต่อ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเนื่องจากเป็น อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีความซับซ้อน และก่อผลกระทบต่อ ประเทศทั้งด้านบวกและด้านลบมากมายภาครัฐยังเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือระหว่าง หน่วยงานภาครัฐด้วยกันเองกับภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวบนนโยบายและแผนพัฒนาต่าง ๆ โดยมากจึงเป็นการดำเนินงานโดยรัฐบาลและส่งต่อให้ หน่วยงานย่อยของภาครัฐและเอกชนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงอย่างไรก็ตามการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ไม่ได้ขึ้นอยู่กับนโยบายและแผนงานเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องอาศัยความร่วมมือจาก ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการ กำหนดนโยบายการ ประสานความร่วมมือ จนกระทั่งการนำแผนงานไปปฏิบัติร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมรัฐบาลจึง เข้ามามีบทบาทมากกว่าประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีสถานะเศรษฐกิจที่ใหญ่โตหลากหลายมากมาย นอกจากนี้รูปแบบและบทบาทหน้าที่ของรัฐบาลในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวยังมีความ แตกต่างกันระหว่างระบบสังคมนิยมและระบบเสรีนิยมอีกด้วยโดยรัฐบาลระบบสังคมนิยมจะมีบทบาท มากกว่ารัฐบาลในระบบเสรีนิยม แต่ในประเทศที่มีเศรษฐกิจแบบผสมผสานโดยทั่วไปจะมีการร่วมมือ กันระหว่างภาครัฐและเอกชนทั้งนี้บทบาทและหน้าที่ของรัฐบาลในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยทั่วไป จะมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศตนเองภายใต้ความ สมดุลระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้บทบาทและหน้าที่ของรัฐบาลในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยทั่วไปสามารถสรุปได้ดังนี้ (รัญจวน ทองรด, 2548)

นโยบายการส่งเสริมและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยจากอดีต ปัจจุบันนโยบายและกลยุทธ์ถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่เริ่มต้น อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของแต่ละประเทศย่อมแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศ สำหรับรูปแบบการกำหนด นโยบายร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนโดยรัฐบาลจะเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงาน ของภาครัฐ ภาคเอกชนตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วยวิธีการต่าง ๆ และนำข้อมูลดังกล่าวประมวล กลับกรองแล้วจึงนำไปกำหนดเป็นนโยบายนโยบายของคณะรัฐบาลหน่วยตลอดจนภาคเอกชนมี บทบาทที่เกื้อกูลและส่งเสริมการแสวงหาพัฒนาและขยายตลาดการค้าและการท่องเที่ยว ตลอดจนการ ลงทุนจากต่างประเทศเพื่อการสร้างงานและถ่ายทอดเทคโนโลยี และหลังจากนั้นก็ได้แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2534 อีกว่า “ด้านบริการนอกเหนือจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการ สร้างงานและนำเงินตราต่างประเทศเข้ามามากขึ้นแล้ว รัฐบาลจะเริ่มการพัฒนาบริการด้านการซ่อม บำรุงพาหนะทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ให้เป็นศูนย์กลางซ่อมบำรุงที่ใหญ่ในภูมิภาคนี้”

พ.ศ. 2534

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มีนายอานันท์ ปันยารชุน เป็นนายกรัฐมนตรี ได้ แถลงไว้ต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2534 ดังนี้ คือ

นโยบายต่างประเทศ จะส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและแรงงานกับมิตรประเทศ หรือกลุ่มประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย

นโยบายเศรษฐกิจ เน้นฟื้นฟูการท่องเที่ยว ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ตะวันออกกลางให้คืนสู่สภาพเดิมโดยเร็ว โดยเร่งส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีของประเทศไทยในตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อบริโภค การส่งเสริม การเกษตร อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

พ.ศ. 2535

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของคณะรัฐมนตรีที่มีนายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2535 ว่า เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทำรายได้แก่ประเทศเป็นจำนวนมากได้มีการพัฒนา ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง จึงได้กำหนดนโยบายไว้ดังนี้

- ส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรัฐ เป็นฝ่ายอำนวยความสะดวกและสนับสนุนรวมทั้งกำกับดูแลกิจกรรมภาคเอกชนให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับและมั่นใจของวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมและประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างประเทศรู้จักประเทศไทยในแง่มุมที่ถูกต้องและทราบถึงควมมีศักยภาพพร้อมมูล ทั้งในด้านการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน และการจัดกิจกรรมนานาชาติ
- พัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้โดยเร่งขยายเครือข่ายบริการพื้นฐาน พัฒนาอุตสาหกรรมบริการให้มีมาตรฐาน และเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น
- อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เอื้ออำนวยต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งดำเนินนโยบายป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

พ.ศ. 2539

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ เป็นนายกรัฐมนตรีได้แถลงไว้ต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2539 ว่า “รัฐบาลจะส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถทำรายได้เข้าประเทศมากยิ่งขึ้น “ โดยจะดำเนินการดังนี้

- เสริมสร้างค่านิยมให้ประชาชนท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้นและ กระจ่ายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี
- ส่งเสริมอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนให้ สามารถรองรับการเพิ่มตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้สะดวก ปลอดภัยมีความสวยงามและเป็น ที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวตลอดไปส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

ในภูมิภาคนี้ โดยร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการขยายโครงข่ายสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและบริการต่าง ๆ รวมทั้ง

- ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและมีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ

พ.ศ. 2544

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มีพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 โดยมีการกำหนดนโยบายไว้ดังนี้คือ “การท่องเที่ยว คือหนทางสำคัญของการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของงานบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว” ดังนี้

ด้านการพัฒนาภาคบริการ

- ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและ เสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทยทั้งด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรการบริการ การพัฒนารูปแบบการให้บริการและการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน
- จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการ
- เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะทั้งด้านภาษา มาตรฐานการบริการและจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงในเงื่อนไขภาคการบริการ ระหว่างประเทศ

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

- เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูทางผ่านหลักสำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว
- บริหารจัดการท่องเที่ยวโดยใช้การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนาและการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- เร่งพัฒนา บุคลากร พื่นพุมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทภาคเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

- เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และการใช้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดสรรจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

- เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

2.2 บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ. 2545-2554)

พ.ศ. 2549

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มีพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อรัฐสภาว่า เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2549 จะพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มีมาตรฐานความปลอดภัยและบริการระดับสากล เน้นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

พ.ศ. 2551

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มีนายสมัคร สุนทรเวช เป็นนายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2551 โดยมีนโยบายเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวคือ

- เร่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยฟื้นฟูพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ สามารถเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชนรวมถึงการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ควบคู่กับส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

- พัฒนาธุรกิจบริการที่ศักยภาพเพื่อสร้างโอกาสการขยายฐานการผลิตและการตลาดในระดับภูมิภาค โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ การส่งเสริมบรรยากาศการลงทุน มาตรฐานธุรกิจและการพัฒนาบุคลากร

- ส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือของกลุ่มอุตสาหกรรมการค้าและบริการที่เน้นความสำคัญของศักยภาพพื้นที่และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมรวมทั้งความสามารถทางด้านบุคลากรเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่มีนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2551 เกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวโดยเน้น

- ขยายฐานภาคบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศโดยเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจบริการ เพิ่มมูลค่า เพิ่มความสามารถในการแข่งขันพัฒนาฝีมือแรงงานโดยเชื่อมโยงธุรกิจภาค

บริการ อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนโดยรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเชื่อมโยงกับวิถีชุมชน รวมทั้งจัดตั้งเศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยวและกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาคและกลุ่มจังหวัดเหมาะสมและเกื้อกูลกันเช่น กรุงเทพมหานครที่ทรงเสน่ห์ ภาคใต้เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก ภาคเหนือเป็นศูนย์กลางอารยธรรมล้านนา ภาคอีสานเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมและชายแดน ภาคกลางเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวอารยธรรม มรดกโลกและมรดกธรรมชาติ เป็นต้น

- พัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว มาตรฐานการเดินทาง มาตรฐานร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มาตรฐานที่พักแรม เป็นต้น รวมทั้งพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ปรับปรุงมาตรฐาน การให้บริการของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งในด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และค่าธรรมเนียมและค่าบริการของรัฐ

- พัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาด และกำหนดกลยุทธ์เพื่อสนับสนุน จุดขายที่มีความโดดเด่นของไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศ และศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศ และศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศ และศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

- ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมดให้มีความทันสมัยและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และเพิ่มประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายทางด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

พ.ศ. 2554

นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลนางสาว ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร พ.ศ. 2554 ด้านการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการ มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1) การพัฒนาการท่องเที่ยว

1.1) ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและเร่งรัดการปรับปรุงมาตรฐานในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัย และสุขอนามัย โดยคำนึงถึงการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของผู้พิการและผู้สูงอายุ

1.2) พัฒนาบูรณะและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นกรอบ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศรวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นลงทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1.3)ยกระดับและรักษามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้การประกอบการและดำเนินธุรกิจเป็นไปตามมาตรฐานสากลรวมทั้งพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนปรับปรุงการบริการภาครัฐเพื่อให้สามารถดึงดูดและรองรับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4)ส่งเสริมสนับสนุนตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกในกลุ่มต่างๆ ทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศและศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจลงตรา การยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราแก่นักท่องเที่ยวที่อยู่ในกรอบการค้าเสรีหรือมีความสัมพันธ์ด้านการค้าการลงทุนร่วมกับประเทศไทย และการยกเว้นการตรวจลงตราแก่นักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มเป้าหมาย

1.5)ส่งเสริมกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว สนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทย และส่งเสริมการเสนอตัว ให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดกิจกรรมนานาชาติ ขนาดใหญ่

1.6)ผลักดันความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เพียงพอกับความต้องการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเพิ่มประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวก ดูแลความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งป้องกันแก้ไขปัญหามลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

1.7)พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก (เว็บไซต์รัฐบาลไทย, 2554)

จากนโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมาข้างต้น เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลแต่ละชุดมีลักษณะที่คล้ายกันคือ ตั้งเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจโดยเน้นการเป็นเครื่องมือในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ และทุกรัฐบาลกำหนดกรอบนโยบายการท่องเที่ยวไว้ในนโยบายเศรษฐกิจและการต่างประเทศ สำหรับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสังคม กลับพบว่ายังไม่มีรัฐบาลชุดใดกำหนดนโยบายไว้ ทั้งที่ในความเป็นจริงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีมิติทางสังคมซึ่งเกี่ยวข้องกับประชาชนทั้งในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การกำหนดนโยบายของรัฐบาลแต่ละยุคสมัยสิ่งที่พวกเขาต้องให้ความสำคัญควบคู่กันเสมอคือนโยบายของรัฐบาลจะต้องมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติซึ่งเป็นหน่วยงานที่เป็นผู้วางแผนแม่บทดังกล่าวต่อไป

2.3 นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2.3.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549)

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549 ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(4.3) การอนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมชุมชน ศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว ให้เกื้อหนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน (หน้า 10)

2.3.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554 ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ

(3) ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจบนหลักของความโปร่งใส ใช้ฐานทรัพยากรในพื้นที่ อาทิ การสร้างโรงงานไบโอดีเซล เกษตรอินทรีย์ หัตถกรรม บริการสุขภาพและสปา ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและล่องสแคว เป็นต้น

3.1) เสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ๆ แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก

3.2) ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การพำนักระยะยาว การจำหน่ายซื้อสินค้า สินค้าโอท็อปและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น

3.3) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งเพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีภาคบริการ บนฐานความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการในประเทศ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการด้านสุขภาพ และธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

3.4) ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษารฐานตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ เช่น ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมของรัสเซีย ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

3.5) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การ

พัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.6) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

2.3.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)

ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม

5.1.2 ปรับโครงสร้างภาคบริการ ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดย

1) เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับธุรกิจ ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการ และส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนสามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้า และกระแสด้านความต้องการของตลาดโลก ได้แก่ ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ เป็นต้น

2) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยการฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เสื่อมโทรม พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และกระแสด้านความต้องการของตลาดโลก เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการตลาดกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขยายไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ

3) บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพและเพียงพอ และบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติรวมทั้งสาขาการผลิตและบริการอื่นๆ

2.4 กรอบของคณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทย พ.ศ. 2550-2554

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างเสริมความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีงแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการเดินการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกันเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการกำหนดตลาดร่วมกันเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดการท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการและเสริมสร้างบุคลากรให้มีความรู้ทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อนที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการค้า

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (e-Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมอำนาจความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดย
ประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

2.5 ยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554

1. ยกระดับตำแหน่ง Brand ของประเทศไทยให้มีคุณค่าเพิ่มขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินงานหลักคือ รักษามาตรฐานการตลาดและยกระดับตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของไทย โดยให้มีการศึกษาเพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาดและกำหนด Brand ประเทศไทย การโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างรับรู้ Brand ในกลุ่มตลาดเดิมและตลาดใหม่

2. ส่งเสริมให้มีการกระจายการท่องเที่ยวอย่างสมดุลทั้งในเชิงพื้นที่ เวลา กลุ่มตลาด และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โดยมีแนวทางการดำเนินงานหลัก คือ

- ขยายฐานการตลาดในกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ตอนใต้ของเกาหลี ตอนเหนือของญี่ปุ่นและอังกฤษ เขตไซบีเรียและฝั่งตะวันออกของรัสเซีย และกลุ่มประเทศ CIS & Baltic State เป็นต้น

- ขยายตลาดคนไทยและตลาดต่างประเทศในกลุ่มตลาดเฉพาะอาทิ เช่น Health Tourism กลุ่ม Golf กลุ่มดำน้ำ กลุ่ม Eco Tourism กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเยาวชน เป็นต้น

- ส่งเสริมประเทศไทยเป็น Year Round Destination
- นำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวใหม่

3. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานด้านการตลาดโดยมีแนวทางการดำเนินงานหลัก คือ

- มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการพัฒนาผ่านระบบ E-Marketing, E-Information
- การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจทั้งในกลุ่ม Wholesale และ Retail Agents

- การดำเนินงานร่วมกับกลุ่มพันธมิตรต่างๆ
- การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและการวิจัยด้านการตลาด
- การส่งเสริมศักยภาพบุคลากรและองค์กรเครือข่ายด้านการตลาดการท่องเที่ยว

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัด และระหว่างภูมิภาค โดยมีแนวทางการดำเนินงานหลัก คือ

- การจูงใจเที่ยวแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มจังหวัดและภูมิภาคสำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย
- สร้างการเรียนรู้เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ (ตลาดคนไทย)

5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และสร้างสรรค์ประโยชน์แก่สังคมโดยมีแนวทางการดำเนินงานหลัก คือ

- สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดสู่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ผู้ด้อยโอกาส
- สนับสนุนกิจกรรมการศึกษาดูงานแก่หน่วยงาน องค์กรต่างๆ
- การประชาสัมพันธ์เผยแพร่โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity)

6. นำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สนับสนุนการยกระดับ Brand โดยมีแนวทางการดำเนินงานหลัก คือ

- คัดเลือกสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวให้พร้อม
- คัดเลือกสินค้าเพื่อสร้าง Value Creation
- การส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการนำเที่ยว
- ส่งเสริมการลงทุนทางด้านธุรกิจนำเที่ยว

2.6 ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

ประเด็นยุทธศาสตร์

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

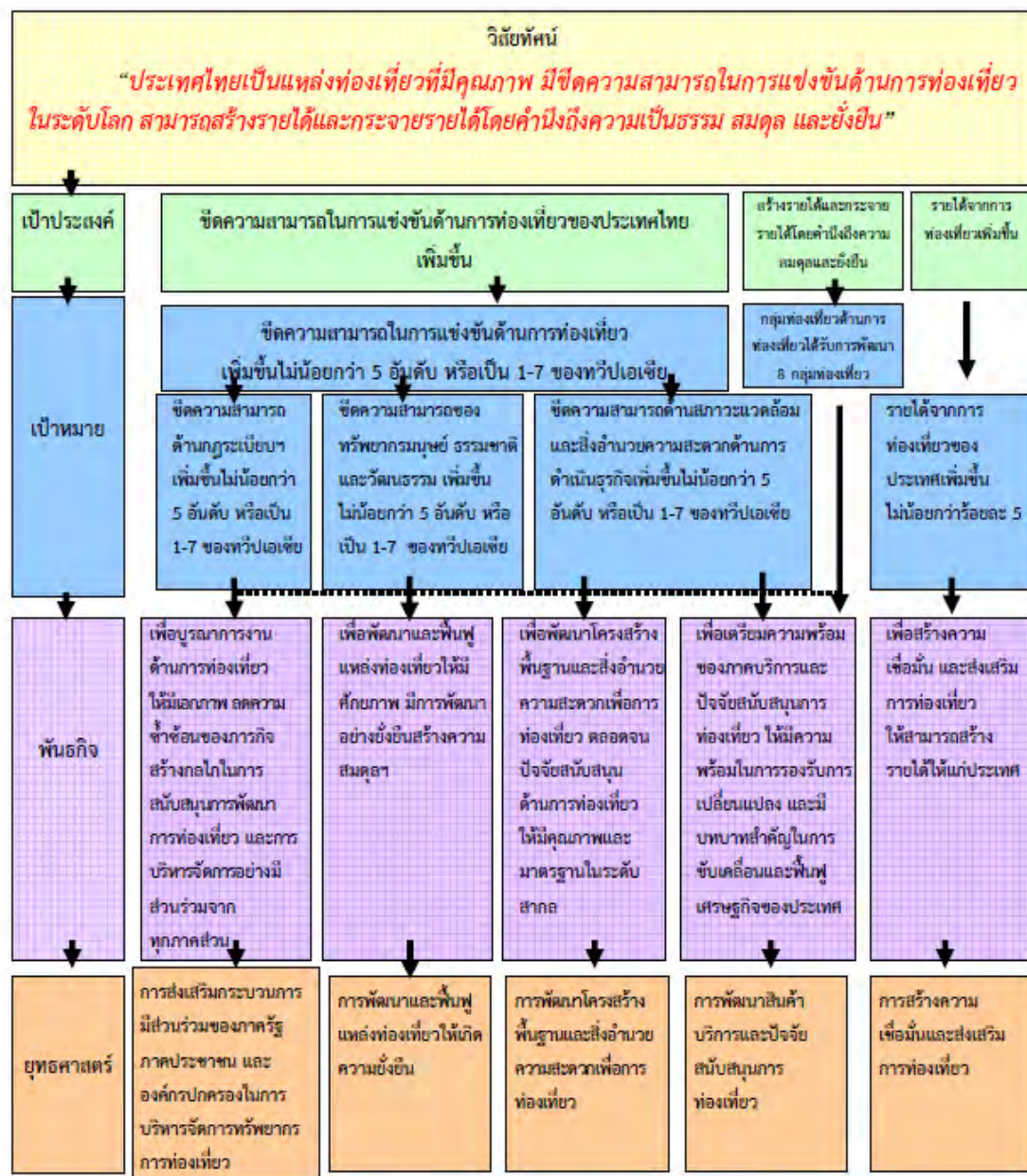
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.7 แผนที่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย ปี พ.ศ. 2555-2559

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
มีแนวทางการพัฒนาดังนี้

- 1.1 พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแนวทางการ
ดำเนินการ
- 1.2 พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวแนวทางการ
ดำเนินการ
- 1.3 สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวกับ
ประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาคแนวทางการดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
มีแนวทางการพัฒนาดังนี้

- 2.1 พัฒนาระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ
- 2.2 การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
- 2.3 การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
มีแนวทางการพัฒนาดังนี้

- 3.1 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการ
ท่องเที่ยว
- 3.2 การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- 3.3 การพัฒนามาตรฐานสินค้า และบริการท่องเที่ยว
- 3.4 การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางแก่นักท่องเที่ยว
- 3.5 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว
มีแนวทางการพัฒนาดังนี้

- 4.1 สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว
- 4.2 สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว
- 4.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- 4.4 สร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว
- 4.5 การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว
มีแนวทางการพัฒนาดังนี้

- 5.1 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- 5.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนา
ท่องเที่ยว

2.7 การจำแนกกลุ่มจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยว (Cluster)

แผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้จำแนกกลุ่มจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่ม (Cluster) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

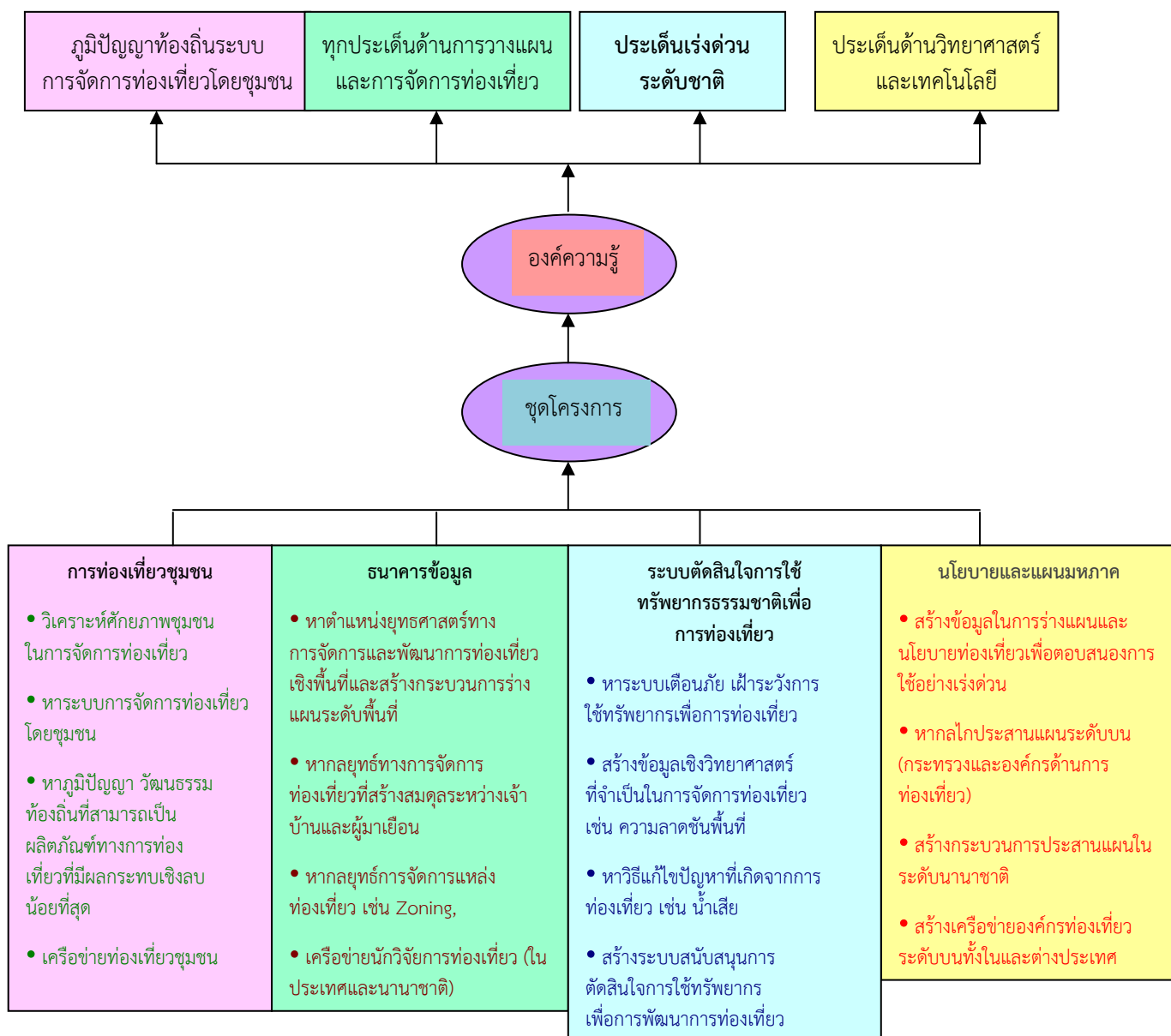
ตารางที่ 2.2 กลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่ม (Cluster)

กลุ่มท่องเที่ยว (Cluster)	จังหวัด
1. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	เชียงใหม่, เชียงราย, ลำพูน, ลำปาง, พะเยา, แพร่, น่าน และ จังหวัดอื่น ๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
2. กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลก เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	ตาก, สุโขทัย, กำแพงเพชร, พิจิตร, พิษณุโลก, นครสวรรค์, อุทัยธานี, พระนครศรีอยุธยา และจังหวัดอื่น ๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
3. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	นครราชสีมา, บุรีรัมย์, สุรินทร์, ศรีสะเกษ, ชัยภูมิ, อุบลราชธานี และ จังหวัดอื่น ๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
4. กลุ่มท่องเที่ยววิถีลุ่มน้ำแม่โขง	เลย, หนองคาย, นครพนม, มุกดาหาร, อำนาจเจริญ, อุบลราชธานี และจังหวัดอื่น ๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
5. กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำภาคกลาง	ชัยนาท, สิงห์บุรี, อ่างทอง, พระนครศรีอยุธยา, ลพบุรี, นครปฐม, นนทบุรี, ปทุมธานี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร, สมุทรสงคราม, ราชบุรี, กรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่น ๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
6. กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด และจังหวัดอื่นๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
7. กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	เพชรบุรี, ประจวบคีรีขันธ์, ชุมพร, ระนอง และจังหวัดอื่นๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
8. กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร	สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง สตูล พัทลุง สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส และจังหวัดอื่นๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน

ที่มา แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 หน้า 72

2.8 นโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. โดยมีกรอบวิจัยท่องเที่ยวปี 2549-2553

นโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. แบ่งออกเป็นสองระยะ คือ ระยะแรก (ปี พ.ศ. 2546-2550) มีการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยที่เป็นแบบ Area Based คือ สนับสนุนตามพื้นที่ซึ่งเน้นการให้ทุนเป็นชุดโครงการและโครงการวิจัย และระยะที่สอง (ปี พ.ศ. 2551-2553) มีการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยเป็นแบบ Agenda โดยมีการกำหนดโจทย์การวิจัยเป็นชุดโครงการและโครงการวิจัย (ดังภาพที่ 2.8) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2.8 กรอบการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว.

ปี พ.ศ. 2549

1. ชุดโครงการ จุดยืนผลิตภัณฑ์และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ธนาคารข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่)
2. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มล้านนา
3. ชุดโครงการ ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ)
4. โครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน จังหวัดตราด(เกาะช้าง) ระยะที่ 1
5. โครงการ “การสำรวจและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย จังหวัดสมุทรสงคราม”
6. โครงการ “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน”
7. โครงการ “การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน”
8. ชุดโครงการ การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย (Tour Repackaging for Thailand)
9. ชุดโครงการกลุ่มงานการพัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษาและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. 2550

1. ชุดโครงการการยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ชุดโครงการแนวทางการวิจัยและพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล
3. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลพื้นที่ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระยะที่ 3 และสร้าง Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC)
4. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลกลุ่มล้านนา (เชียงใหม่) ระยะที่ 2
5. ชุดโครงการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเน้นโรงพยาบาล (Health Tourism)
6. ชุดโครงการระบบการจัดการเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรม
7. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลกลุ่มวัฒนธรรมขอมระยะที่ 1 ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน
8. ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดบูรพา (ชลบุรี ระยอง จันทบุรีและตราด)

9. ชุดโครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย (Tour Repackaging for Thailand)

10. โครงการพัฒนาเครือข่ายสถาบันการศึกษาและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวผ่าน www.ttresearch.org

11. โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (E-Journal) และรวมเล่มบทความประจำปี

12. ชุดโครงการร่วมทุนวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อสร้างนักวิจัยตลาดท่องเที่ยวมืออาชีพ (MOU)

13. โครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

14. ชุดโครงการร่วมทุนวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประเด็นการท่องเที่ยว (WINDOW II)

ปี พ.ศ. 2551

1. ชุดโครงการ “วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551”

2. ชุดโครงการ “การยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรัง และสตูล”

3. ชุดโครงการ “ การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล ”

4. ชุดโครงการการค้นหาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดนครปฐมบนฐานความเข้มแข็งของจังหวัด

5. ชุดโครงการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดชัยนาท

6. ชุดโครงการการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี

7. ชุดโครงการการยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี

8. ชุดโครงการแนวทางการวิจัยและพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล

9. ชุดโครงการการยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ (Learning Package Tour) โดยความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและชุมชนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล

10. ชุดโครงการพัฒนาระบบบริหารและกลไกการวิจัยการท่องเที่ยวติดพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC)

11. ชุดโครงการการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อสร้างนักวิจัยตลาดท่องเที่ยวมืออาชีพ

12. โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (E-Journal) เพื่อส่งเสริมตำแหน่งทางวิชาการแก่นักวิจัยการท่องเที่ยวและโรงแรม

13. Website ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

14. ชุดโครงการร่วมทุนวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประเด็นการท่องเที่ยว (WINDOW II)

ปี พ.ศ. 2552

1. ชุดโครงการ “วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2552”

2. ชุดโครงการการยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ (Learning Package Tour) โดยความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวและชุมชนของ 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล

3. ชุดโครงการการพัฒนาระบบบริหารและกลไกการวิจัยการท่องเที่ยวติดพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC)

4. ชุดโครงการการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี

5. ชุดโครงการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดชัยนาท

6. ชุดโครงการการค้นหาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดนครปฐมบนฐานความเข้มแข็งของจังหวัด

7. ชุดโครงการยววิจัยท่องเที่ยว : การบูรณาการการศึกษา เศรษฐกิจ ภูมิคุ้มกันความเป็นชุมชน

8. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาตรี

9. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท

10. ชุดโครงการ 5 จังหวัดภาคใต้ระยะที่ 3 : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล

11. โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (E-Journal) เพื่อส่งเสริมเส้นทางตำแหน่งทางวิชาการแก่นักวิจัยการท่องเที่ยวและโรงแรม

12. Website ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

ปี พ.ศ. 2553

1. ชุดโครงการ “วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2553”

2. ชุดโครงการ “รวมปัญญาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านเกิดผ่าน HAND-Tourism จังหวัดนครศรีธรรมราช” ระยะที่ 1: “บริบทฐานรากการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช บนฐานจิตสำนึกรักบ้านเกิด

3. ชุดโครงการการเฝ้าระวังการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวไทย ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง (Tourism Watch for Thailand)

4. ชุดโครงการ ASEAN : การบูรณาการการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านหลักสูตรการท่องเที่ยว ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Learning Each Other Through ASEAN Tourism Education)

5. โครงการ “การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน”

6. ชุดโครงการวิจัยระดับมหาดำเนินการ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

7. ชุดโครงการยูวีวิจัย

8. ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท

9. ชุดโครงการการสร้าง “กลุ่มวิจัยการท่องเที่ยว” เพื่อพัฒนากำลังคนสู่อาชีพในพื้นที่ (12 มหาวิทยาลัยราชภัฏ)

10.ชุดโครงการพัฒนาระบบบริหารและกลไกการวิจัยการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC)

11.ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาตรี

12.ชุดโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท

13.ชุดโครงการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี

14.ชุดโครงการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดชัยนาท

15.โครงการวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (E-Journal) เพื่อส่งเสริมเส้นทางตำแหน่งทางวิชาการแก่นักวิจัยการท่องเที่ยวและโรงแรม

16.Website ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

17.ชุดโครงการ 5 จังหวัดภาคใต้ระยะที่ 3

18.ชุดโครงการโยธธ

19.ชุดโครงการชัยภูมิ

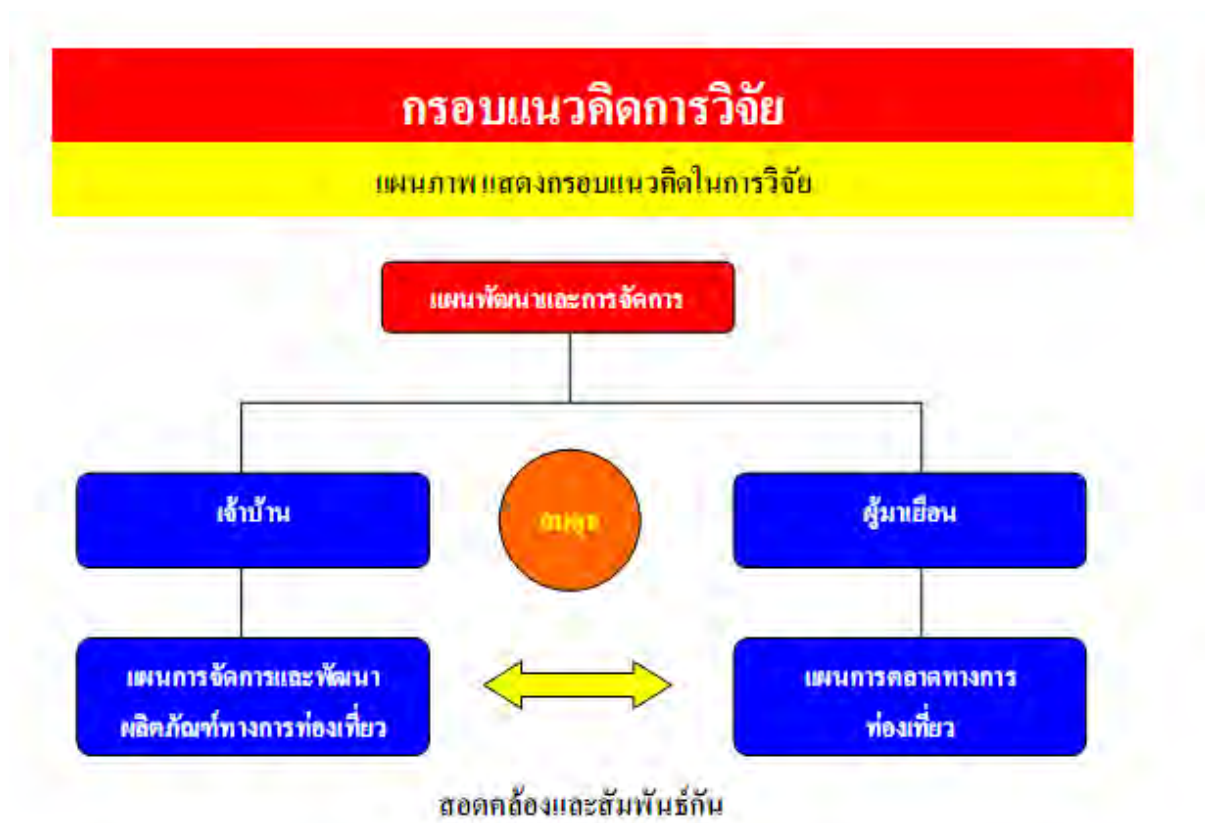
20.ชุดโครงการนครราชสีมา

21.ชุดโครงการสมุย

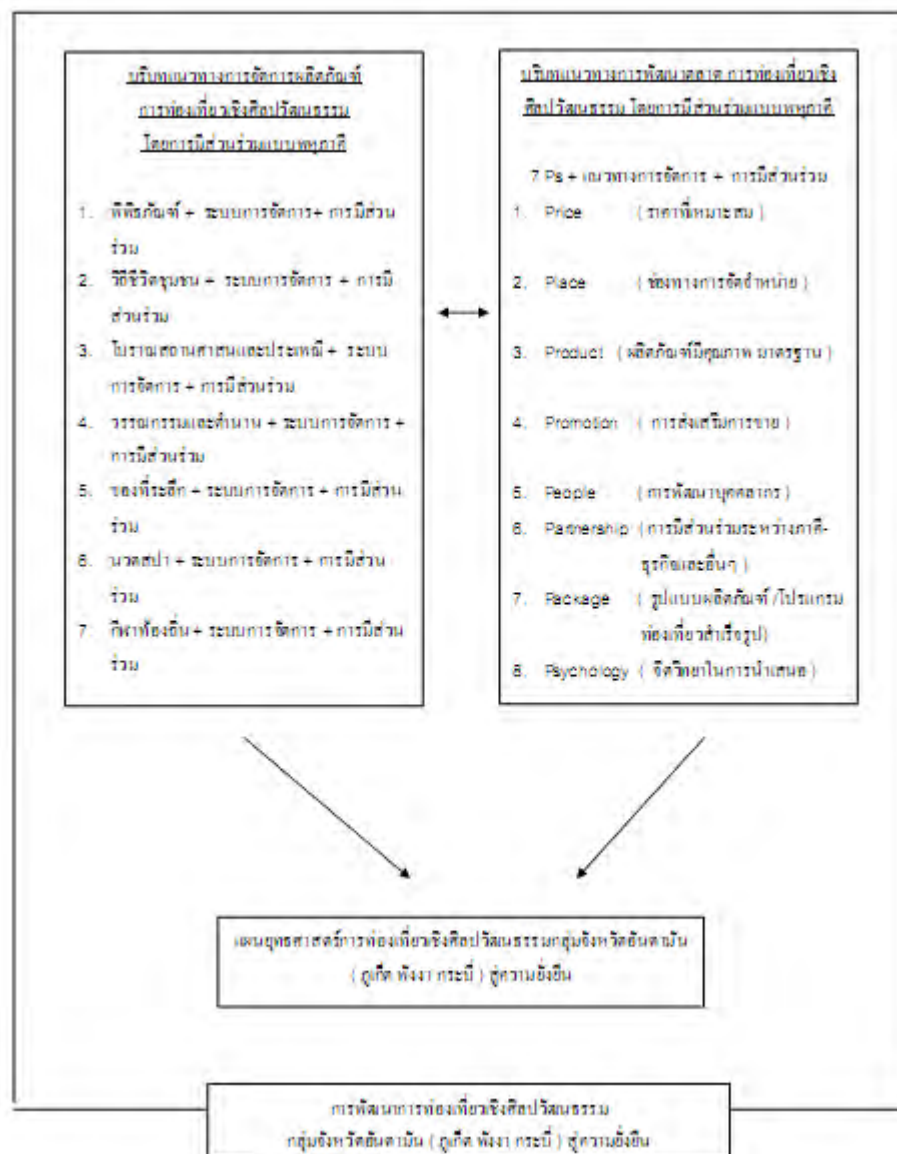
22.ชุดโครงการนครปฐม

23.ชุดโครงการสุโขทัย

ทั้งนี้ในแต่ละชุดโครงการมีการวิจัยที่แตกต่างกันออกไป ดังรายละเอียดในภาพที่



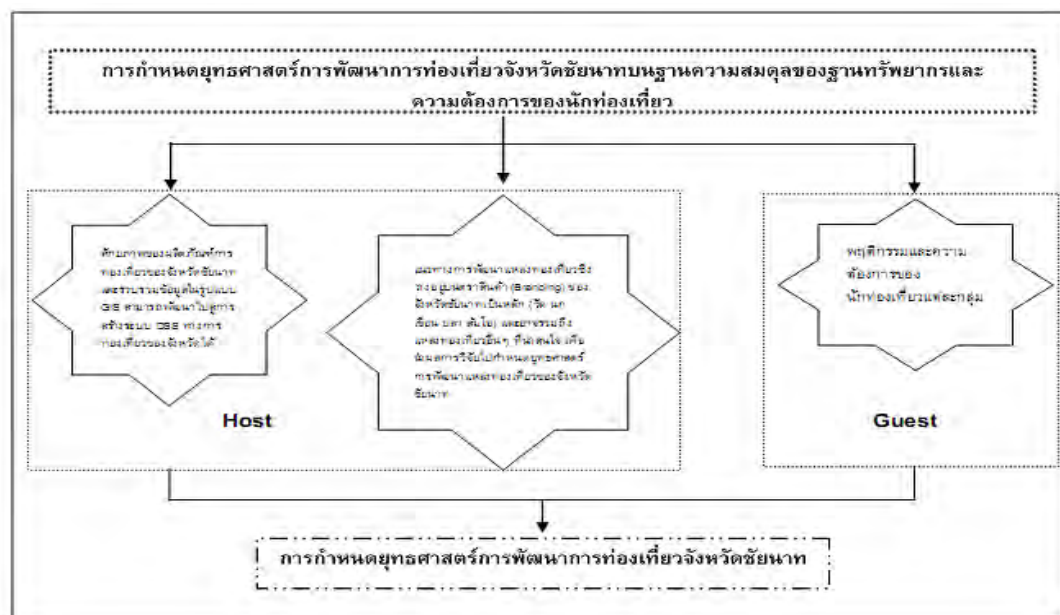
ภาพที่ 2.9 กรอบการวิจัย ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) ระยะที่ 1 จุดยืนผลิตภัณฑ์และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน



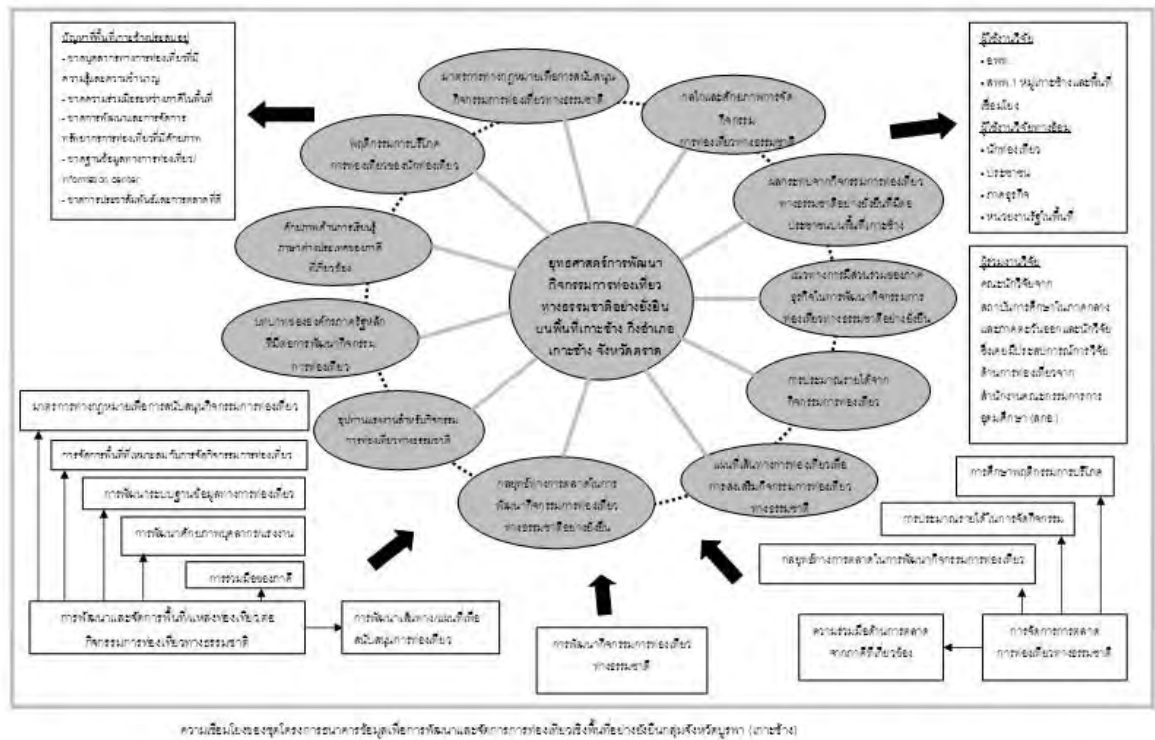
ภาพที่ 2.10 กรอบการวิจัย ชุดโครงการการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ กลุ่มจังหวัดอันดามัน ระยะที่ 2 การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่)



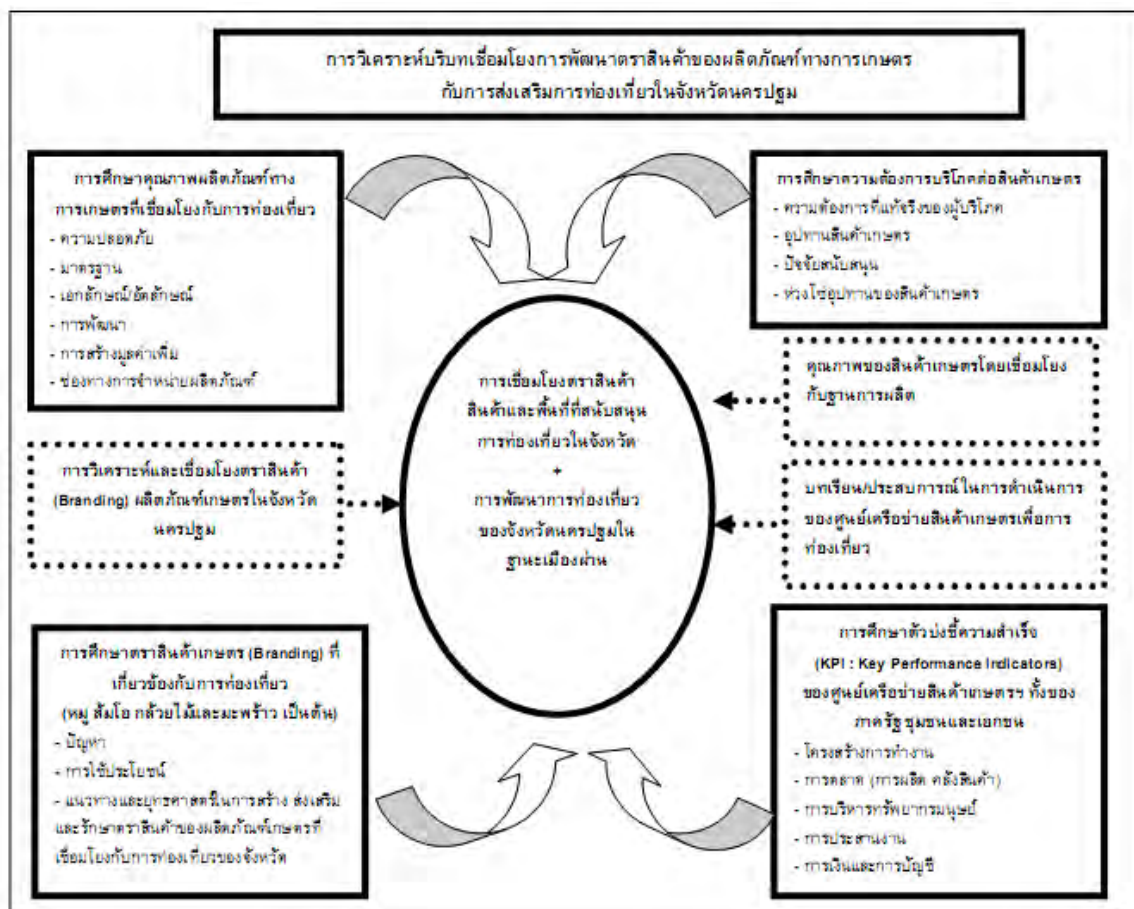
ภาพที่ 2.11 กรอบการวิจัย “นวัตกรรมการเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดอันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย (Green Season)” ภายใต้ชุดโครงการ “การพัฒนากระบวนการและกลไกการวิจัยการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Tourism Collaborative Research Centre (A-TCRC))”



ภาพที่ 2.12 กรอบการวิจัย “การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอันดามันบนฐานความสมดุลของฐานทรัพยากรและความต้องการของนักท่องเที่ยว” ภายใต้ชุดโครงการ “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่ยั่งยืนสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตจังหวัดอันดามัน”

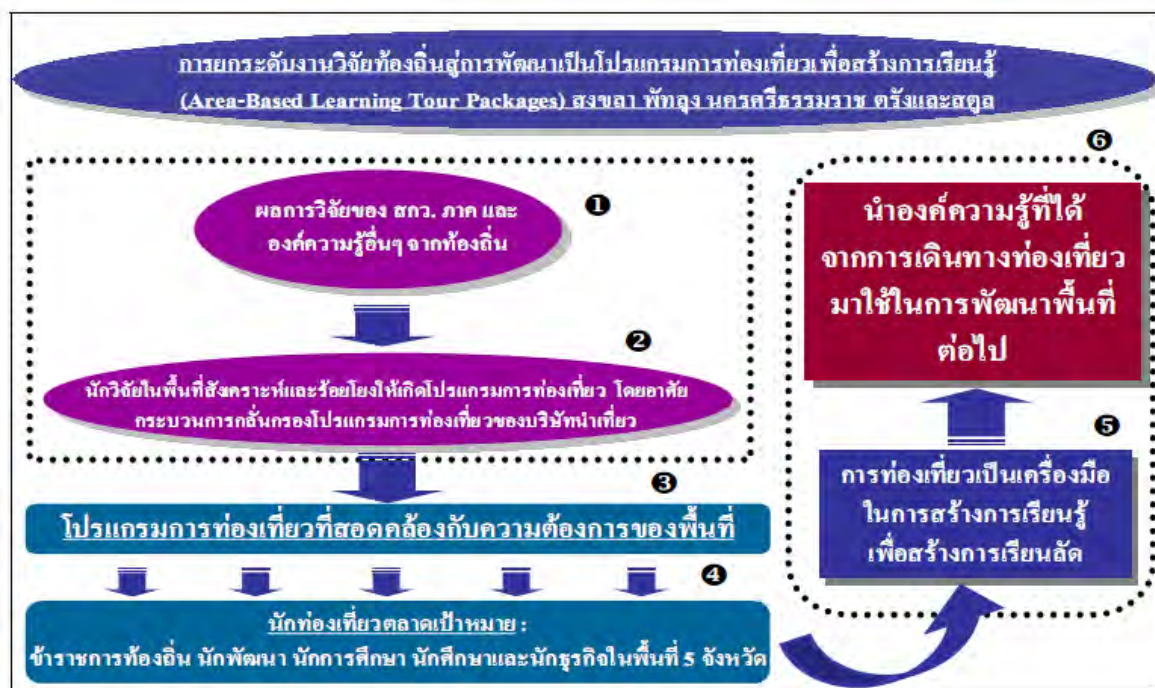


ภาพที่ 2.13 กรอบการวิจัย ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดบูรพา (เกาะช้าง)



ภาพที่ 2.14 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ “การวิเคราะห์บริบทเชื่อมโยงการพัฒนาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม”

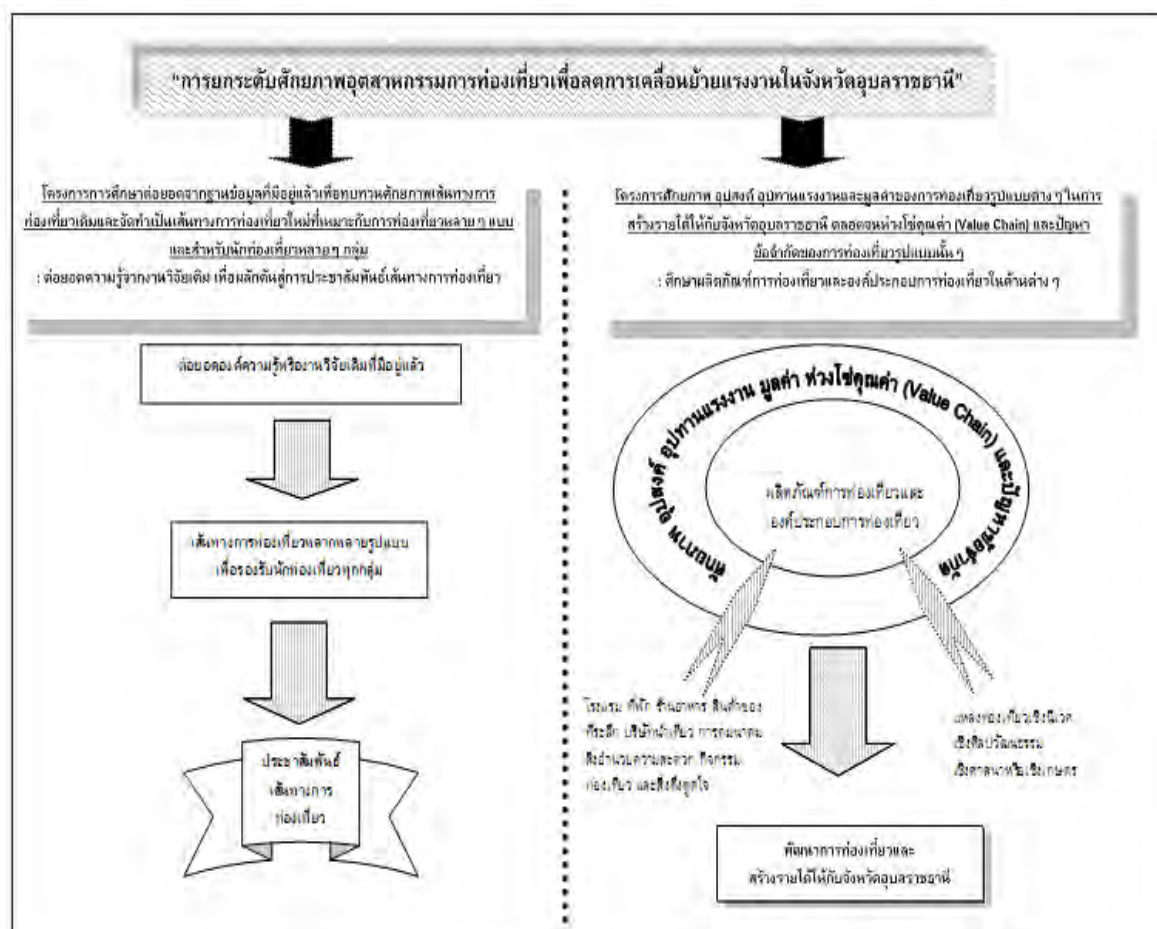
ภาพที่ 2.15 กรอบการวิจัย ชุดโครงการกระบวนการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในผ่านกระบวนการเรียนรู้และเชื่อมโยง 5 จังหวัดภาคใต้ : สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล



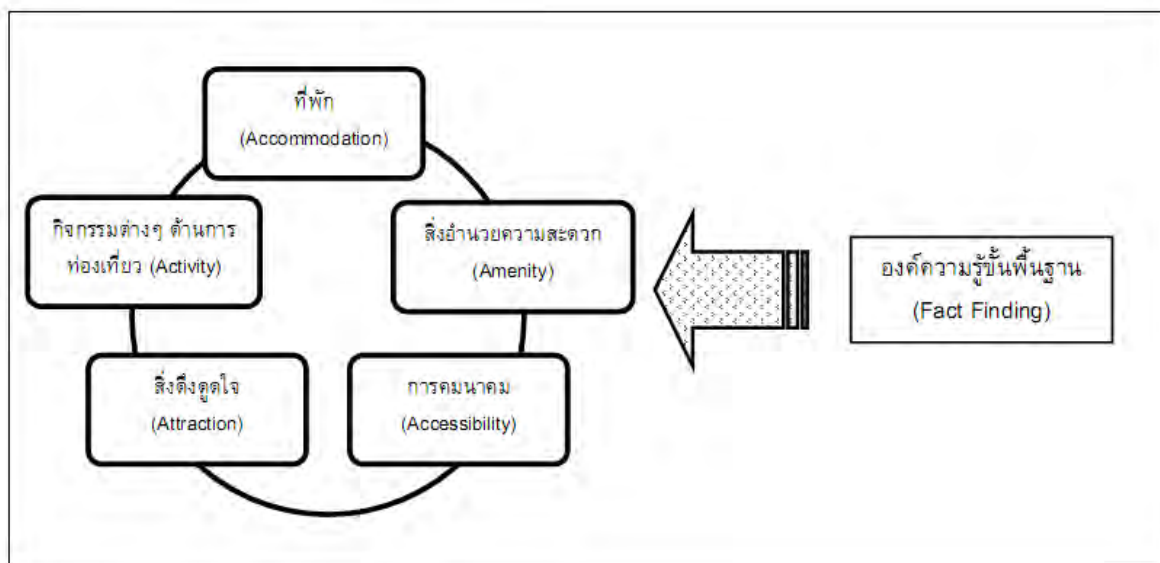
ภาพที่ 2.16 กรอบการวิจัย ชุดโครงการการยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ (Area-Based Learning Tour Packages) สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรังและสตูล



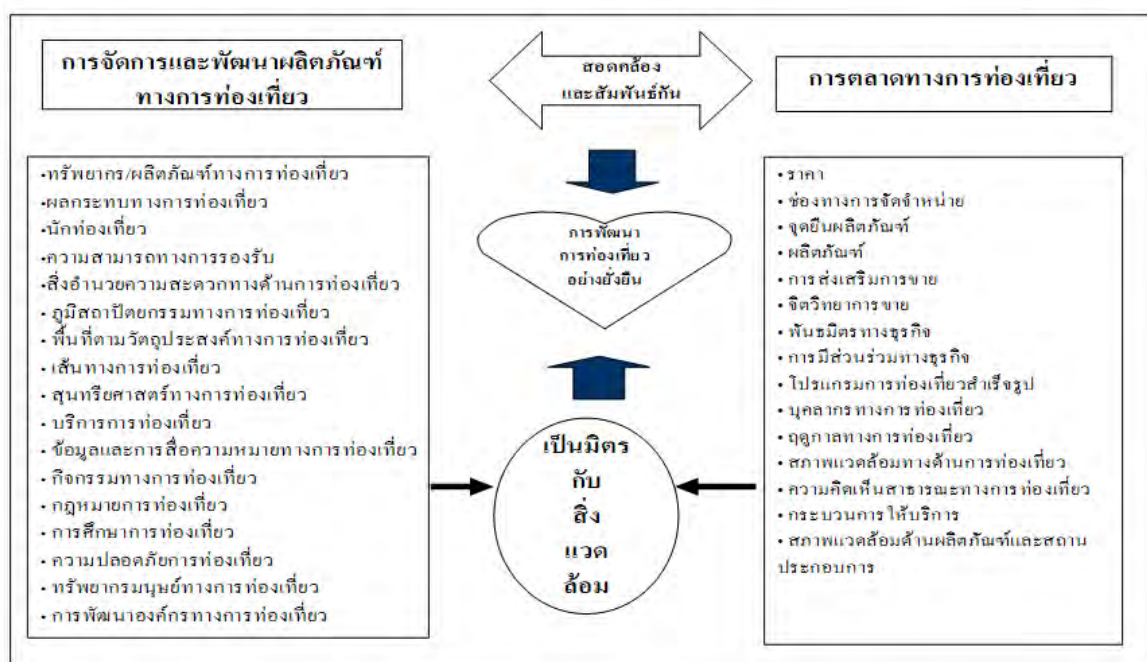
ภาพที่ 2.17 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ “การยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี”



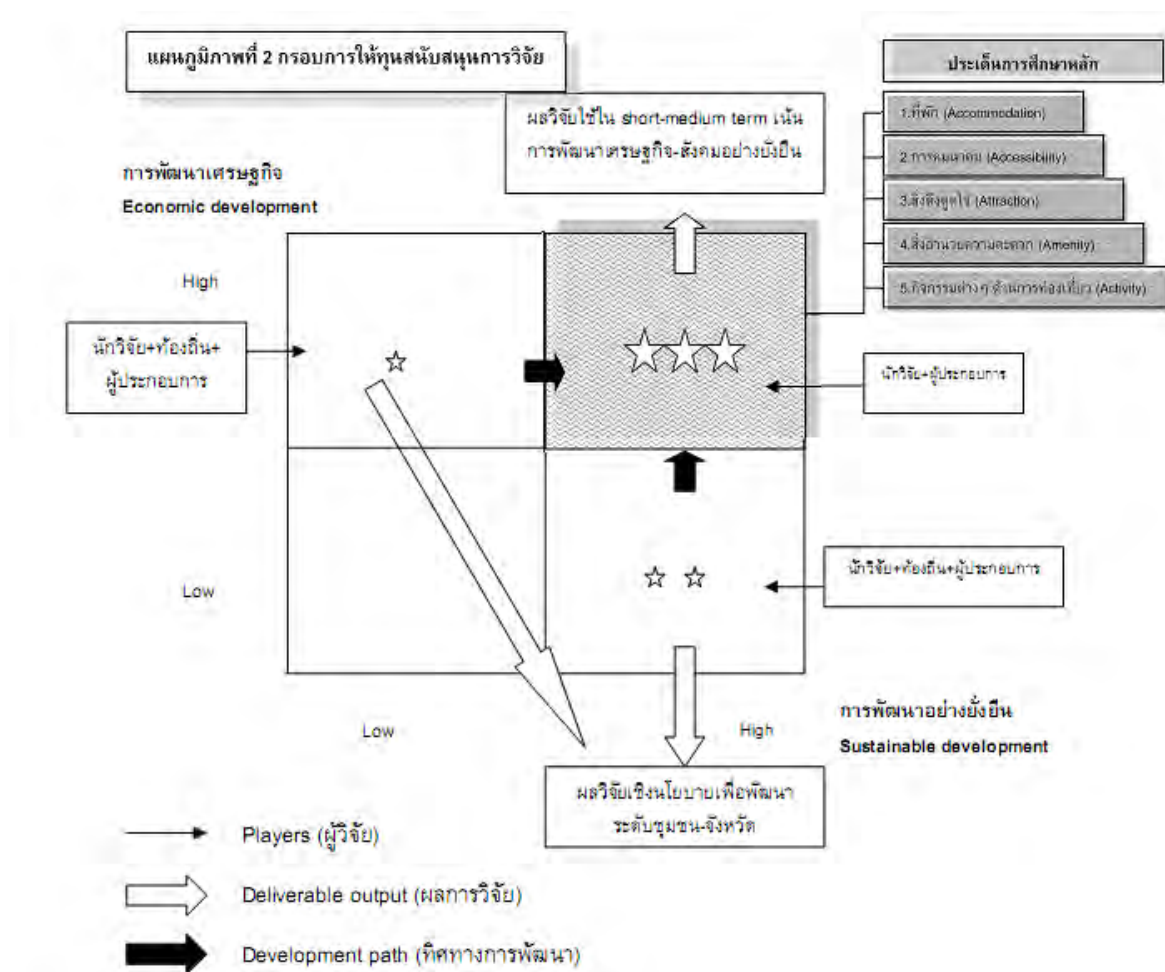
ภาพที่ 2.18 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ “การยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี”



ภาพที่ 2.19 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาตรี University Tourism Linkage Grant: Bachelor Level (UTL-GB)



ภาพที่ 2.20 กรอบการวิจัย ชุดโครงการ เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท University Tourism Linkage Grant: Master Level (UTL-GM)



ภาพที่ 2.21 กรอบการวิจัย ชุดโครงการวาระแห่งชาติ เพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551”

โดยสรุปนโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว. ในปี พ.ศ. 2549-2553 ที่ผ่านมายังไม่ได้มีนโยบายหรือทิศทางที่ชัดเจนในการให้ทุน ทั้งนี้จะเน้นการให้ทุนโดยเน้นตาม Cluster และ Area-Based เป็นหลัก จึงทำให้ภาพรวมของการพัฒนางานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว จึงไม่ได้มีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน

ตอนที่ 3 แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต

3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก

ตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ค.ศ. 1939-1945) การท่องเที่ยวของโลกได้มีการจัดระบบมีการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่โตมาอย่างต่อเนื่อง องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวโลกไว้ว่า ในปีค.ศ. 1960 มีผู้เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกเพียง 69 ล้านคน ในปีค.ศ. 1970 ได้เพิ่มเป็น 166 ล้านคน ในปีค.ศ. 1990 เป็น 458 ล้านคน ในปีค.ศ. 2010 จำนวน 935 ล้านคน นั่นคือโดยเฉลี่ยการท่องเที่ยวของโลกในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณ 19 ล้านคนต่อปี และในปีค.ศ. 2020 องค์การการท่องเที่ยวโลกได้คาดการณ์ไว้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Arrivals) จะมีไม่น้อยกว่า 1.6 พันล้านคน โดยแยกเป็นนักท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค (Intraregional Travelers) ประมาณ 1.2 พันล้านคน และนักท่องเที่ยวข้ามทวีป (Long-haul Travelers) ประมาณ 378 ล้านคน

สำหรับการเดินทางข้ามทวีป (Long-Haul) ทั่วโลกจะมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว คือประมาณร้อยละ 4.5 ต่อปี (จากปีค.ศ. 1995-2020) ซึ่งเปรียบเทียบการเดินทางระหว่างภูมิภาค (Intraregional) ที่มีเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.8 หมายถึงอัตราส่วนที่ขยับขึ้นมาจากประมาณ 82 ต่อ 18 ในปีค.ศ. 1995 จะเป็นอัตราส่วน 76 ต่อ 24 ในปีค.ศ. 2020 (UNWTO, 2010)

เมื่อปีค.ศ. 2009 (พ.ศ. 2552) องค์การการท่องเที่ยวโลกรายงานว่า ในภูมิภาคเอเชียประเทศจีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีพลวัตด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศประมาณ 50.8 ล้านคน หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 28 และประเทศมาเลเซียตามมาเป็นอันดับ 2 ประมาณ 23.6 ล้านคน ด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 13 ส่วนอันดับ 3 และ 4 ได้แก่ ฮองกงและประเทศไทย ประมาณ 16.9 ล้านคน และ 14.1 ล้านคน ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 9.3 และ 7.8 ตามลำดับ

ในส่วนของการรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปีค.ศ. 2008 มีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 12.4 ต่อปี ซึ่งจากสถิติการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ใช้จ่ายเงินวันละ 941 พันล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 125 ดอลลาร์สหรัฐต่อคน ประเทศจีนเป็นประเทศเดียวในภูมิภาคเอเชียที่มีการใช้จ่ายมากเป็นอันดับ 5 ของโลก ประมาณ 36.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในขณะที่การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในยุโรป คือ ประเทศเยอรมนี สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และฝรั่งเศส (91, 79.9, 68.5 และ 41.1 พันล้านเหรียญสหรัฐตามลำดับ) (UNWTO, 2010) ทั้งนี้มีปัจจัยที่จะส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโลก สรุปได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านประชากรในประเทศอุตสาหกรรม ประชากรโลกจะเพิ่มจาก 6,705 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2551 เป็น 8,000 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2568 และ 9,352 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2593 โดยจำนวนของประชากรสูงอายุมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aging Society) ในปีพ.ศ. 2583 และมีแนวโน้มว่าจะมีวัยเด็กลดน้อยลง ซึ่งขณะนี้ยุโรปกลายเป็นภูมิภาคที่มีผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก โดยเฉพาะในประเทศฝรั่งเศส สวีเดน อิตาลี เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น สำหรับประเทศไทยก็มีแนวโน้มเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เช่นเดียวกับหลายๆ ประเทศทั่วโลก ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปีพ.ศ. 2567 หรืออีก 15 ปีข้างหน้า ซึ่งอัตราการเพิ่มของจำนวนประชากรไทยลดลง สืบ

เนื่องมาจากการวางแผนครอบครัว ที่พบว่าปัจจุบันประชากรไทยมีอัตราเจริญพันธุ์โดยรวมลดลงต่ำกว่าระดับทดแทนถึงประมาณ 1.8 คน หรือผู้หญิง 1 คนจะมีลูกไม่เกิน 2 คน (ไพโรจน์ วงศ์วุฒิวัฒน์, 2551) การเปลี่ยนโครงสร้างประชากรเป็นประชากรสูงอายุนี้ มีผลกระทบอย่างกว้างขวางทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในระดับมหภาคและในระดับจุลภาค

2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและระบบข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย จากการเปลี่ยนแปลงของโลกในด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือการหาข้อมูลด้วยตนเองมีความสะดวกสบาย มีโอกาสรับทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมากขึ้น จึงหันมาสนใจมากขึ้นและมีโอกาสรับทราบข้อมูลข่าวสารจากการท่องเที่ยวมากขึ้น จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรท่องเที่ยวแห่งชาติและธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 1,257 คน พบว่าร้อยละ 65 คิดว่าแนวโน้มที่สำคัญที่สุดของผู้บริโภคในอีก 5 ปี ต่อไป คือ การจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และจากการสำรวจชุดเดียวกัน ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวร้อยละ 25 ยังมองว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นโอกาสที่สำคัญที่สุดเพียงอย่างเดียวในช่วงอีก 5 ปี ต่อจากนี้ไป (ยลรวี สิทธิชัย, 2553)

3. ประเทศเศรษฐกิจใหม่หรือตลาดเกิดใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม BRIC “บริค” คือบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน มีประชากรรวมกันถึงร้อยละ 40 ของประชากรโลก และมีผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ถึงร้อยละ 25 ของโลก ซึ่งที่ผ่านมาได้มีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจโลกฟื้นขึ้นจากวิกฤตการณ์การเงิน ในปี พ.ศ.2551 และ พ.ศ.2552 เป็นกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจที่ก้าวกระโดด คาดว่าภายในไม่เกิน 20 ปี กลุ่ม BRIC จะมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกับกลุ่มจีแปด “G 8” ซึ่งขนาดเศรษฐกิจจะขยายตัวเทียบเท่าสหรัฐอเมริกาได้ในปี พ.ศ.2563 จนเป็นที่สนใจของชาวโลก นอกจากนี้ยังมีประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ต้นทุนการผลิตแรงงานที่ถูกกว่าได้รับเชิญเข้าร่วมกลุ่มจาก BRIC กลายเป็นกลุ่ม BRICS และประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้มีส่วนขับเคลื่อนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในระดับที่มากอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน แทนที่จะพึ่งพาสหรัฐอเมริกาในฐานะผู้นำเศรษฐกิจเหมือนในอดีต ประเทศที่เติบโตเร็วที่สุดคือ จีน อาร์เจนตินา อินเดีย ซึ่งทั้งหมดอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ขณะที่ประเทศที่เติบโตช้าที่สุดเป็นประเทศในยุโรปทั้งหมด ได้แก่ สเปน อังกฤษ ฝรั่งเศส

4. ความพร้อมด้านเงินทุน มีการไหลเข้าของแหล่งเงินทุนจากต่างประเทศมากมาย และมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการว่าจ้างแรงงานจากภายนอก (Outsources) ทำให้การลงทุนในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีความพร้อมมากขึ้น

5. ประชากรในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้นโดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เร็วขึ้นและมีปริมาณมากขึ้นของระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา จึงทำให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม จนกลายเป็นกระแสเรียกร้องในเรื่องการท่องเที่ยวยั่งยืน ดังเช่น องค์การสหประชาชาติได้ผลักดันแนวคิดนี้ให้เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศในการประชุมสุดยอดเรื่องสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาหรือการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 1 เมื่อปี พ.ศ.2535 ณ ประเทศบราซิล

6. การลดข้อจำกัดและขั้นตอนต่างๆ ของการเดินทางและการจัดการด้านการท่องเที่ยว ทั้งระบบรวมและระบบย่อย เพราะความเป็นโลกาภิวัตน์และการแลกเปลี่ยนทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น การยกเว้นตรวจลงตราวีซ่า การจัดการทางการเงินระหว่างประเทศ ฯลฯ จึงเป็นปัจจัยที่เพิ่มความสะดวกสบายให้แก่บริษัททัวร์นำเที่ยวและนักท่องเที่ยวมากขึ้น

นอกจากนี้ สมาพันธ์การท่องเที่ยวโลก (WTTC) คาดการณ์ว่าในระยะยาวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะถูกคาดการณ์ว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 4.4 ต่อปี ในช่วงปี ค.ศ.2010 – 2020 ประเทศเกิดใหม่ถูกคาดการณ์ว่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของการเติบโต โดยที่จีนจะเป็นผู้นำและคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวออกสูงถึง 95 ล้านคนภายในปี ค.ศ.2020 รวมทั้งจะมีตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่แข็งแกร่งเพิ่มขึ้นเต็มตัว (ไศรยา หอมชื่น, 2523) สาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้ คือการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางการท่องเที่ยวและความนิยมของนักท่องเที่ยวได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจจะเพิ่มขึ้น รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ความสวยงาม เช่น ในปี ค.ศ.2005 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางไปทำศัลยกรรมตกแต่งที่ประเทศบราซิลกว่า 480,000 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกว่า 400,000 คนเดินทางมารับการรักษาที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ของประเทศไทย รวมทั้งเมืองหลวงอื่นๆ ที่ได้ให้ความสำคัญในจุดขายนี้ เช่น อินเดียน มาเลเซีย โคลัมเบีย และสิงคโปร์ เป็นต้น (พิจาริณี โลหะชัยยะกุล, 2551) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจะหันมาเที่ยวชายทะเลมากขึ้น ซึ่งฮาวาย อินโดนีเซีย มาเลเซีย จะได้รับมากที่สุด

2. ภายใต้การจู่โจมของเทคโนโลยีในยุคมิลเลเนียมที่ 21 การพัฒนาเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถึงผู้คนต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการพัฒนาการอย่างรวดเร็ว และแตกต่างไปจากอดีต กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตจะแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ มากขึ้น เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี กลุ่มครอบครัว และกลุ่มเยาวชน ฯลฯ

3. การท่องเที่ยวทางอากาศขยายตัวและมีการแข่งขันสูงมากขึ้นทั้งในลักษณะของการแข่งขันในกลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำและการเปิดเสรีทางการบินของเส้นทางการบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ นอกจากนี้การท่องเที่ยวทางเรือเดินสมุทร (Cruises) จะมีบทบาทมากขึ้น โดยบริษัทเดินเรือและนักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาให้ความสนใจท่องเที่ยวทางเรือในเอเชีย ซึ่งมีความแปลกใหม่และบริษัทเดินเรือสำราญมุ่งที่จะสร้างความหลากหลายไปยังกลุ่มลูกค้าทั้งกลุ่มผู้สูงอายุ คนรุ่นหนุ่มสาวและกลุ่มครอบครัวที่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

4. แม้ว่าปัญหาเศรษฐกิจโลกได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา อัตราการเติบโตจะลดลงแต่ยังคงมีผลประกอบการที่เป็นบวก แต่องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ยังคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าจะเริ่มฟื้นตัวในปี ค.ศ.2010 เป็นต้นไป ทั้งนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงควรพิจารณาเตรียมพร้อมเพื่อรับมือภายหลังการฟื้นตัวต่อไป

5. ประชาชนในประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว ได้เพิ่มความสนใจในประชาชนและวัฒนธรรมของประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ประเทศลาว พม่า กัมพูชา เวียดนาม เป็นต้น จึงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศที่กำลังพัฒนาเหล่านั้นมากขึ้น

6. เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างของประชากรในภูมิภาคเอเชียนี้ รวมทั้งประชาชนในภูมิภาคนี้มีรายได้และกำลังซื้อมากขึ้น เช่น ชาวจีน ชาวไต้หวัน ชาวเกาหลีใต้ เป็นต้น

7. การพัฒนาเทคโนโลยีและระบบข่าวสารที่ทันสมัยในภูมิภาคนี้ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกสะดวกสบายและมีเวลาเพิ่มมากขึ้นในการท่องเที่ยวในประเทศที่ห่างไกล

8. การขยายตัวทางด้านการขนส่งทางอากาศมีการแข่งขันกันสูงมีกลยุทธ์ทางการตลาดมากมายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นผลดีต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในราคาที่ถูกลง

9. การดำเนินงานด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยหน่วยงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคนี้มีเพิ่มขึ้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักในประเทศที่อยู่ห่างไกล เช่น ประเทศรัสเซีย ประเทศแถบทวีปยุโรปเหนือ

อย่างไรก็ตาม จากสถิติการท่องเที่ยวในอนาคตในแถบภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกนี้ก็มีส่วนผลักดันให้หลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคนี้เริ่มให้ความสนใจในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและมองเห็นปัญหาต่าง ๆ มีการวางแผนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคตด้วยเช่นกัน แต่ยังมีข้อจำกัด ความเสี่ยง และอุปสรรคในหลายๆ ด้านได้แก่

1. หลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคเอเชียนี้ ยังขาดการริเริ่มและการพัฒนารายการท่องเที่ยวใหม่ ๆ และบางประเทศยังไม่มีแผนการพัฒนาก่อสร้างการท่องเที่ยวในระยะยาว ส่งผลให้มีข้อจำกัดในการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินงานด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยว ประเทศเหล่านั้นยังเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา จึงมีความจำเป็นที่ต้องใช้งบประมาณสูงมากในการพัฒนาประเทศในด้านอื่น ๆ ในขณะเดียวกันกับความเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

2. จำนวนห้องพักบางประเทศมีเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน เมื่อปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2553) ในภูมิภาคนี้มีการก่อสร้างห้องพักเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเทศจีนที่ก่อสร้างเพิ่ม 323,194 ห้อง ส่วนอินเดียมีห้องพักเพิ่มขึ้น 80,738 ห้อง (Hospitality Net, 2011) ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น

3. การขาดแคลนบุคลากร (ที่มีคุณภาพ) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยว บางแห่งมีการใช้แรงงานจากภายนอก (Outsource) ซึ่งอาจจะเป็นคนต่างชาติ

4. ความไม่พร้อมในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานบางประเทศ เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบโทรศัพท์ และโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เป็นต้น

5. ปัญหาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากบางแห่งไม่มีการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ และอาจเกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างนักลงทุนกับชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวและปัญหาผลกระทบด้านการท่องเที่ยว

6. ภัยธรรมชาติ เนื่องจากภูมิภาคบางส่วนของภูมิภาคนี้ตั้งอยู่บนแผ่นเปลือกโลกที่มีความอ่อนไหวเปราะบางจึงมีแผ่นดินไหวบ่อยครั้งและสร้างความเสียหายรวมทั้งความรู้สึกไม่ปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ด้านการสาธารณสุขในบางประเทศยังไม่ได้มาตรฐานส่งผลต่อการแพร่ระบาดของเชื้อโรคมมากขึ้น รวมทั้งเชื้อโรคบางชนิดที่มีการพัฒนาการรุนแรงยากต่อการรักษา เช่น ไข้หวัดใหญ่ 2009 ไข้หวัด H5 N1 เป็นต้น

ตารางที่ 2.3 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แนวโน้มของโลกและภูมิภาค ปี ค.ศ. 1990 – 2020

ภูมิภาค	การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ล้านคน)			อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)	ส่วนแบ่งตลาด
	ค.ศ.1995	ค.ศ.2010	ค.ศ.2020	ค.ศ.1995-2020	ค.ศ.2020
ยุโรป	388.2	527.3	717	3.0	45.9
สหรัฐอเมริกา	108.9	190.4	282.3	3.9	18.1
เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก	81.4	195.2	397.2	6.5	25.4
แอฟริกา	20.2	47.0	77.3	3.6	5.0
ตะวันออกกลาง	12.4	35.	68.5	2.2	4.4
เอเชียใต้	4.2	106	18.8	6.2	1.2

ที่มา : Word-tourism, 2548

3.2 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากสถานการณ์ ภาพรวมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากข้อมูลสถิติของกรมท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ.2548 – 2553 พบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นปีละ 7.51 เปอร์เซนต์ จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 11,516,936 คน ในปี พ.ศ.2548 เป็น 15,841,683 คน ในปี พ.ศ.2553 และคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในปี พ.ศ.2554 จะมีจำนวนประชากร 16.5 – 16.6 ล้านคน จะขยายตัวประมาณ 4.4 – 5 เปอร์เซนต์ ซึ่งเป็นผลจากเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวโลก และความเข้มแข็งของปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของไทย เช่น การเปิดให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ การมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม นันทนาการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (บริการทางการแพทย์/สปา) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมระดับโลก (World Event) ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น มหกรรมพืชสวนโลก งานเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งทำให้ประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวระดับโลกหลายรายการเป็นประจำ เช่น รางวัล Best Tourist Country, Best Country for Value for Money เป็นต้น

จากรายงานการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2553 เกี่ยวกับภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย พบว่านักท่องเที่ยวตลาดหลัก มีจำนวน 11,574,347 คน โดยตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มาเลเซีย จีน และญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาตลาดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 15 อันดับแรก พบว่ามีจำนวนรวมกันเท่ากับ 11,574,347 คน คิดเป็นร้อยละ 73.06 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

3.2.1 การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต (2015)

รายงาน Thailand Tourism Report 2012 โดยบริษัท Business Morntor International ได้พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยปีจนถึง ค.ศ. 2015 มีรายละเอียดดังตารางที่ 2.4-2.8

ตารางที่ 2.4 พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย

Table: Arrivals Data, 2008-2015								
	2008	2009	2010	2011e	2012f	2013f	2014f	2015f
Arrivals ('000)	14,910	14,175	14,228	18,900	18,953	20,147	21,335	22,587
Tourists	14,200	13,500	13,550	18,000	18,050	19,188	20,319	21,511
% change y-o-y	-2	-5	0	33	0	6	6	6
Same-day	710	675	678	900	903	959	1,016	1,076
Tourist Arrivals by Mode of Transport Used ('000)								
Air	11,794	11,202	8,996	12,011	12,045	12,816	13,583	14,391
Road	2,114	2,020	2,027	2,623	2,630	2,783	2,934	3,094
Sea	291	278	279	363	363	385	406	428
Tourist Arrivals by Purpose of Trip ('000)								
Leisure	11,734	11,250	11,285	14,360	14,395	15,181	15,963	16,787
Business	1,895	1,740	1,751	2,736	2,747	2,999	3,249	3,513
Other	571	510	514	904	908	1,008	1,107	1,211

e/f = BMI estimate/forecast. Tourists are non-residents staying overnight, Tourists is sum of all regional tourists, Same day and Arrivals were estimated using proportions from 2001 in UNWTO data, as historic data is missing. Mode of Arrivals and Purpose of Trip were estimated using proportions from UNWTO. Source: World Tourism Organization (UNWTO), National Statistic Office (NSO)

ที่มา: Businessmornitor, 2012 p. 11

จากตารางที่ 2.4 ได้พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยปีจนถึง ค.ศ. 2015 พบว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 ในปี ค.ศ. 2013 ได้พยากรณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็น 19,188,000 คน ปี ค.ศ. 2014 เป็น 20,319,000 คน และ ปี ค.ศ. 2015 เป็น 21,587,000 คน โดยมีการเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี พบว่าการเดินทางจากทางเครื่องบินมากที่สุด ตามด้วยรถยนต์ และทางเรือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจ และอื่นๆ

ตารางที่ 2.5 การพยากรณ์จำนวนที่พัก

Table: Accommodation Data, 2008-2015 ('000)								
Accommodation ('000; unless stated)	2008	2009	2010	2011e	2012f	2013f	2014f	2015f
Overnight stays in hotels by tourists	109,959	104,538	104,925	139,384	139,772	148,582	157,341	166,575
Tourist guests to hotels	13,170	12,520	12,567	16,694	16,740	17,795	18,845	19,950
Hotels ('000; unless stated)								
Number of hotel rooms	404	388	403	414	423	434	445	456

e/f = BMI forecast. Tourist guests forecast using tourist growth rate. Source: UNWTO

ที่มา: Businessmornitor, 2012 p. 12

จากตารางที่ 2.5 พบว่าการพยากรณ์จำนวนห้องพักที่มีให้บริการจะเพิ่มขึ้นมากขึ้น โดยในปี ค.ศ. 2013 มีจำนวนการจองที่พักเพื่อค้างคืน จำนวน 148, 582,000 ห้อง ในปี ค.ศ. 2014 จำนวน 157,341,000 ห้อง และในปี ค.ศ. 2015 จำนวน 166,575,000 ห้อง

ตารางที่ 2.6 การพยากรณ์ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของประเทศไทย

Table: Tourism Expenditure And Economic Impact, 2008-2015								
Expenditure (% , unless stated)	2008	2009f	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
Tourist expenditure (US\$mn)	19,398	18,362	20,522	22,198	24,155	26,306	28,539	30,791
Tourism expenditure contribution to GDP	7.1	7.0	6.5	6.1	6.1	6.1	6.2	6.2
Tourism expenditure contribution to export of goods	11.1	12.2	10.6	10.2	9.9	9.8	9.8	9.8
Tourism expenditure contribution to export of services	58.1	61.3	60.3	58.2	57.6	57.6	57.8	58.3
Economic Impact (THBmn, unless stated)								
Direct Industry Employment ('000)	1,900	1,933	1,966	1,992	2,023	2,056	2,091	2,091
Government Expenditure - Individual*	8,734	10,174	10,037	11,940	13,063	13,335	13,543	13,754
Government Expenditure - Individual US\$mn	262	305	301	358	392	400	406	412
Government Expenditure - Collective†	20,022	23,329	23,016	27,378	29,952	30,576	31,053	31,537
Government Expenditure - Collective US\$mn	600.28	699.45	690.05	820.85	898.02	916.71	931.01	945.53

e/f = BMI estimate/forecast. *Individual Expenditure relates to investment in services with an identifiable individual consumer. †Collective Expenditure relates to investment in services that cannot be assigned to a particular group of tourists. Source: World Travel & Tourism Council

ที่มา: Businessmornitor, 2012 p. 12

จากตารางที่ 2.6 การพยากรณ์ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่าเพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งทำให้มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมของประเทศไทย ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งคาดการณ์ว่าใน ปี ค.ศ. 2013 จะทำให้มีการจ้างงานทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถึง 2,056,000 คน ปี ค.ศ. 2014 และ ค.ศ. 2015 จำนวน 2,091,000 คน

ตารางที่ 2.7 การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศ

Table: Inbound Tourism, 2008-2015								
	2008	2009	2010	2011e	2012f	2013f	2014f	2015f
Arrival of tourists at national borders, by region ('000; unless stated)								
Africa	102	103	105	108	111	115	119	122
% change y-o-y	-2.62	1.08	1.90	2.69	3.09	3.07	3.13	3.19
North America	792	749	780	818	854	891	930	970
% change y-o-y	1.92	-5.46	4.17	4.86	4.35	4.40	4.38	4.24
Latin America	45	45	46	48	50	52	54	57
% change y-o-y	10.44	-1.27	2.28	4.21	4.25	4.52	4.49	4.46
Asia Pacific	9,846	9,959	10,467	11,026	11,710	12,413	13,119	13,875
% change y-o-y	4.76	1.15	5.10	5.34	6.20	6.01	5.68	5.76
Europe	3,880	3,384	3,462	4,463	4,814	5,180	5,543	5,923
% change y-o-y	1.75	-12.76	2.30	28.90	7.86	7.62	6.99	6.86
Middle East	386	359	429	486	512	536	554	565
% change y-o-y	16.60	-6.97	19.50	13.16	5.53	4.62	3.42	1.93
Arrival of tourists at national borders by country ('000)								
Malaysia	1,618	1,601	1,681	1,737	1,789	1,835	1,891	1,951
Japan	1,304	1,117	1,228	1,221	1,268	1,303	1,336	1,370
South Korea	1,081	1,138	1,265	1,353	1,447	1,543	1,645	1,752
China	1,050	1,145	1,253	1,360	1,462	1,564	1,666	1,772
UK	877	798	815	831	846	871	906	940
US	726	651	700	727	754	797	843	888
Australia	750	759	860	933	975	1,040	1,109	1,174
Singapore	773	770	895	945	984	1,030	1,077	1,129
Germany	582	487	550	604	609	648	698	744
India	600	681	773	860	953	1,059	1,172	1,290

e/f = BMI estimate/forecast. Source: UNWTO

ที่มา: Businessmornitor, 2012 p. 13

ตารางที่ 2.8 การพยากรณ์การเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Table: Outbound Tourism, 2008-2015								
	2008	2009	2010	2011e	2012f	2013f	2014f	2015f
Expenditure (US\$mn)								
International tourism expenditure of residents	7,003	6,684	7,891	8,183	8,757	9,382	10,042	10,723
Total resident departures ('000)	5,369	5,118	5,910	6,299	6,749	7,238	7,755	8,288
% change y-o-y	14	-5	15	7	7	7	7	7
Resident departures by destination region ('000, unless stated)								
Africa	43	40	48	53	56	59	61	63
% change y-o-y	11.40	-7.61	19.45	10.47	5.12	5.04	4.21	3.40
North America	94	90	100	105	111	117	123	130
% change y-o-y	3.56	-3.34	10.96	4.83	5.37	5.54	5.55	5.43
Latin America	2	2	2	2	2	3	3	3
% change y-o-y	16.87	-7.21	24.55	9.64	10.25	10.11	9.71	9.14
Asia Pacific	4,999	4,767	5,505	5,865	6,286	6,744	7,227	7,727
% change y-o-y	14.53	-4.65	15.48	6.55	7.17	7.28	7.17	6.91
Europe	180	171	200	215	232	250	270	290
% change y-o-y	7.26	-5.21	17.42	7.25	7.89	7.95	7.79	7.46
Middle East	50	48	55	58	62	66	71	75
% change y-o-y	17.40	-4.16	13.71	5.89	6.49	6.63	6.57	6.37
Resident departures by destination country ('000)								
Malaysia	1,460	1,692	1,799	1,852	1,913	1,980	2,050	2,050
Laos	768	729	886	948	1,060	1,183	1,320	1,467
China	588	573	714	740	883	1,044	1,232	1,444
Singapore	329	331	377	375	436	505	588	683
Hong Kong,	286	278	342	354	419	493	578	675
South Korea	156	147	175	189	205	222	240	259
Japan	170	160	193	210	229	250	272	294
Cambodia	106	98	124	137	152	169	186	204
Australia	81	80	83	85	87	89	91	93
US	79	76	84	88	92	97	102	108

e/f = BMI forecast. Source: UNWTO

ที่มา: Businessmornitor, 2012 p. 14

ตารางที่ 2.7 พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ มาเลเซีย (คาดว่าปี ค.ศ. 2013 มีจำนวน 1,835,000 คน ปี ค.ศ. 2014 มีจำนวน 1,891,000 คน และ ปี ค.ศ. 2015 จำนวน 1,951,000 คน) อันดับที่สอง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจีน (คาดว่าปี ค.ศ. 2013 มีจำนวน 1,564,000 คน ปี ค.ศ. 2014 มีจำนวน 1,666,000 คน และ ปี ค.ศ. 2015 จำนวน 1,772,000 คน) อันดับสาม คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากเกาหลีใต้ (คาดว่าปี ค.ศ. 2013 มีจำนวน 1,543,000 คน ปี ค.ศ. 2014 มีจำนวน 1,645,000 คน และ ปี ค.ศ. 2015 จำนวน 1,752,000 คน)

ตารางที่ 2.8 พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ ซึ่งโดยรวมพบว่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปมากที่สุด คือ มาเลเซีย (คาดว่าปี ค.ศ. 2013 มีจำนวน 1,044,000 คน ปี ค.ศ. 2014 มีจำนวน 1,232,000 คน และ ปี ค.ศ. 2015 จำนวน 1,444,000 คน) อันดับสอง คือ ประเทศลาว (คาดว่าปี ค.ศ. 2013 มีจำนวน 1,183,000 คน ปี ค.ศ. 2014 มีจำนวน 1,320,000 คน และ ปี ค.ศ. 2015 จำนวน 1,467,000 คน) และอันดับสาม คือ ประเทศจีน (คาดว่าปี ค.ศ. 2013 มีจำนวน 1,044,000 คน ปี ค.ศ. 2014 มีจำนวน 1,232,000 คน และ ปี ค.ศ. 2015 จำนวน 1,444,000 คน)

3.3 แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต

1. แหล่งท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิก (มาเลเซีย ไทย สิงคโปร์ อินเดีย จีน ฮาวาย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ กวม และสหรัฐอเมริกา) ยังคงได้รับความนิยม และมีความสามารถในการแข่งขันสูง และนักท่องเที่ยวประเทศบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน คาดว่าจะมีอัตราการเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศเหล่านั้นเจริญเติบโตขึ้น

2. การค้าผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ทำให้เกิดความโปร่งใสในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว รวมทั้งการกำหนดราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Price Transparency) และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้พบว่าประเทศในเอเชียแปซิฟิก เช่น จีน อินเดีย ฮองกง เกาหลี มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าสหรัฐอเมริกาและยุโรป โดยเฉพาะอัตราการซื้อบริการท่องเที่ยวออนไลน์นั้นนับว่ามีการเติบโตอย่างชัดเจน (ตารางที่ 2.9)

ตารางที่ 2.9 แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้สืบค้น/หาข้อมูล

อันดับ	ปัจจัย
1	อินเทอร์เน็ต (82%)
2	ตัวแทนจำหน่ายบริการทางการท่องเที่ยว (54%)
3	การบอกปากต่อปาก (46%)
4	หนังสือ/นิตยสารท่องเที่ยว (34%)
5	สื่อมวลชน (21%)

ที่มา : TAT, 2549

ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดนั้น ไม่สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารแบบเดียวสำหรับทุกกลุ่มตลาด “ข้อมูลข่าวสาร” จึงเป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรจะต้องให้ความสนใจ เนื่องจากข้อมูลที่เป็นทางเลือกใหม่ๆ จะช่วยดึงดูดใจลูกค้า ดังนั้น สิ่งที่จะต้องดำเนินการคือ จัดการกับข้อมูล/สินค้า (Content Management) ผนวกการบริการย่อยๆ เข้าไว้ด้วยกัน (Fragmented Services Aggregation) โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย (End User) สามารถเรียกใช้ได้ตามที่ต้องการ นอกจากนี้องค์กรจำเป็นต้องลงทุนในการให้ความรู้เกี่ยวกับออนไลน์แก่ผู้ใช้ด้วย

3. การเดินทางท่องเที่ยวเริ่มมีลักษณะเฉพาะบุคคลมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา (Moving to niche) และเน้นความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ โดยนักท่องเที่ยวต้องการจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น การเดินทางท่องเที่ยวในแนวโน้มส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อการรักษาร่างกาย/สุขภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ ความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ จะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่แท้จริง การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะนี้จึงมีใช้จะเน้นแต่ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่หมายรวมถึงผู้คน วิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ในบริบทนั้นๆ ด้วย การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในลักษณะนี้เท่านั้นที่จะสามารถดึงดูดใจผู้คนได้ เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้จะสามารถหยิบยื่นประสบการณ์ที่แท้จริงให้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้ การพิจารณาเรื่องการเติบโตหรือปริมาณของนักท่องเที่ยวเพียงประการเดียวไม่อาจถือได้ว่าเป็นเรื่องที่ยั่งยืน

โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์รวมเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งในปัจจุบันนี้ นอกจากนักท่องเที่ยวจะต้องการได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงแล้วการท่องเที่ยวจะต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม/บริบทของพื้นที่นั้นๆ ที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มถึงร้อยละ 10 เพื่อช่วยปกป้องและรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อม และการจำกัดจำนวนในการเข้าไปเยี่ยมชมพื้นที่นั้นๆ ก็เป็นสิ่งจำเป็นหากพื้นที่นั้นๆ มีขีดความสามารถในการรองรับจำกัด ที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผู้คนในท้องถิ่นด้วย ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) เป็นการให้คำนิยามใหม่ที่ปรับปรุงจากแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. กลุ่มธุรกิจสำคัญๆ 3 กลุ่ม ที่จะได้รับผลกระทบ คือ

4.1 กลุ่มจัดจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Distribution) เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง และเทคโนโลยีสารสนเทศมีความทันสมัยมากขึ้นเป็นลำดับ ดังนั้น กลุ่มธุรกิจเหล่านี้จะต้องใช้วิธีการใหม่ๆ ในการหารายได้เข้าบริษัท

4.2 กลุ่มผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Services) เนื่องจากเทคโนโลยีทำให้ราคามีความแตกต่างหลากหลายซึ่งทำให้บริษัทสามารถทำกำไรเพิ่มขึ้นได้

4.3 กลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เนื่องจากนักท่องเที่ยวปัจจุบันนี้ต้องการการบริการ ความสะดวกสบายและข้อมูลข่าวสาร/เนื้อหาที่รวดเร็ว โดยการค้นหาข้อมูลจะเป็นลักษณะการค้นหาหลายระดับ (Multiple of Search) เพื่อรองรับการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวของคน

องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (Corporations) ส่วนใหญ่เน้นดำเนินการด้านนโยบาย (Policy Enforcement) เน้นการบริหารจัดการแบบกระบวนการ (Process Streaming) การจัดการผู้ร่วมค้า (Supplier Management) และมีการลดค่าใช้จ่าย แต่องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่เป็นผู้นำธุรกิจส่วนใหญ่มีการดำเนินการ 3 ประการ คือ (1) มีสินค้าหลากหลาย หลายตราหือ (2) เน้นการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงไม่ว่าจะเป็นเมื่อใดหรือที่ใดก็ตาม และ (3) เป็นหุ้นส่วนกับกลุ่มผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Partnership of IT Outsourcing) เพื่อใช้เป็นช่องทางขายหรือกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ทั้งนี้ ผู้นำธุรกิจจะเน้นที่กลุ่มตลาดมวลชนเป็นหลัก เช่น ตัวแทนจำหน่ายบริการทางการท่องเที่ยวมีการตัดคอมมิชชั่นและมีกิจกรรมทางการตลาดร่วมกันสายการบินรวมตัวกันในลักษณะพันธมิตร (Alliances) มีการตัดคอมมิชชั่นและต่อรองโดยตรง ธุรกิจโรงแรมมีการควมรวมกิจการมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง และโรงแรมที่มีลักษณะเฉพาะเช่น บุติคโฮเต็ลเท่านั้นที่จะอยู่รอดได้

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกรวมทั้งประเทศไทยยังมีศักยภาพที่จะเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ.2554 จะมีจำนวนประมาณ 16.5 – 16.6 ล้านคน และในปี พ.ศ.2563 จะเพิ่มขึ้นเป็น 36.96 ล้านคน (เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.5 ต่อปี) แม้ว่าในสถานการณ์ปัจจุบันการท่องเที่ยวไทยกำลังเผชิญกับปัจจัยด้านลบการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่นราคาน้ำมันในตลาดโลก การเก็บภาษี การโดยสารทางอากาศ (Air Passenger Duty) ในยุโรปภาวะการณ์ชะลอตัวทางเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ภัยธรรมชาติขนาดใหญ่ในต่างประเทศที่มีความถี่เพิ่มขึ้น สถานการณ์การเมืองภายในประเทศไทยที่ยังคงมีความไม่แน่นอน และค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มผันผวนรุนแรงกว่าปีที่ผ่านมา ยังคงมีปัจจัยบวกด้านการท่องเที่ยว คาดว่านักท่องเที่ยวเอเชียจะยังคงขยายตัวต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจ เช่น จีน อินเดีย เกาหลี ตะวันออกกลาง และยุโรปบางประเทศ เช่น รัสเซีย สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันตก เป็นต้น ตลอดจนภาวะเงินเฟ้อที่คาดว่าจะไม่แรงตัวสูงเหมือนในปี พ.ศ.2552 และราคาสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่ยังคงมีความคุ้มค่ากับการใช้จ่าย (Value of Money) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (RYT9.com, 2553)

3.4 ภาพรวมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศของไทย ในช่วงปี พ.ศ.2547 – พ.ศ.2548 ไม่ค่อยจะสดใสมากนัก ซึ่งมีปัจจัยด้านลบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลายประการ นอกเหนือจากผลกระทบจากกรณีธรณีพิบัติแถบอันดามัน การแพร่ระบาดและการกลายพันธุ์ของโรคไข้หวัดนก ความหวาดกลัวจากการก่อการร้าย ภาวะเศรษฐกิจของหลายประเทศชะลอตัวลงซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาอัตราการว่างงานสูง ภาวะเงินเฟ้อ และที่สำคัญคือ ราคาน้ำมันในตลาดโลกทำให้สายการบินหลายแห่งต้องปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมน้ำมัน โดยเฉพาะในเส้นทางการบินระยะไกล (Long Haul) ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ในภาวะดังกล่าว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศกันมากขึ้น ควบคู่กับการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่อาจจะต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร ทั้งนี้เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทยที่อาจจะพึงพิงรายได้จาก

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งสถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วงครึ่งปีของ พ.ศ.2553 มีปัจจัยภายในประเทศที่สำคัญที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ได้แก่

1. ภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวขึ้นจากปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ยังคงอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะภาคการส่งออกที่ส่งผลดีต่อกำลังซื้อโดยรวมในประเทศ และเอื้ออำนวยต่อการช่วยกันออกมาจับจ่ายในด้านต่างๆ รวมทั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

2. บรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศโดยรวม เริ่มคลี่คลายลงสู่ภาวะปกติตั้งแต่ช่วงปลายเดือนพฤษภาคม 2553 เป็นต้นมา ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจัดกิจกรรมต่างๆ ในกรุงเทพฯ เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ และเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ได้รับความเสียหาย ส่งผลดีต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศของไทยโดยรวม ซึ่งเป็นต้นแบบให้กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ในการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ

3. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ เช่น แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด ฯลฯ ส่งผลกระทบทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศของคนไทยมีแนวโน้มชะลอการเติบโตลง เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย

4. มาตรการช่วยเหลือการท่องเที่ยวของรัฐบาล ในส่วนของมาตรการภาษีซึ่งมีผลช่วยให้ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น และเพื่อกระตุ้นให้คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ได้แก่

4.1 การลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาไม่เกินคนละ 15,000 บาท (สิ้นปี พ.ศ.2553) ให้แก่ผู้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศโดยซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวจากบริษัทจัดนำเที่ยว

4.2 การอนุญาตให้เอกชนที่ไปออกร้านหรือเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถหักรายจ่ายได้ 2 เท่า (สิ้นปี พ.ศ.2554)

4.3 การอนุญาตให้ภาคเอกชนที่จัดฝึกอบรมสัมมนาภายในให้แก่ลูกจ้างสามารถนำค่าใช้จ่ายค่าห้องสัมมนา ห้องพักรับรอง ค่าขนส่ง ค่าอาหารหรือรายจ่ายอื่นที่เกี่ยวข้องมาหักค่าใช้จ่ายได้ 2 เท่า (สิ้นปี พ.ศ.2554)

5. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลดราคาในรูปแบบแพ็คเกจสุดคุ้มให้เลือกหลายร้อยรายการ ทั้งรูปแบบแพ็คเกจท่องเที่ยว แพ็คเกจโรงแรม และส่วนลดพิเศษของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวไทย ทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศมีแนวโน้มถูกลง

ด้วยนโยบายการกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย คาดการณ์ว่าปี พ.ศ.2553 การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้คิดเป็นมูลค่าประมาณ 4 แสนล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ซึ่งนับเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นจากปี พ.ศ.2552 ที่เติบโตประมาณร้อยละ 2 โดยภูมิภาคที่คาดว่าจะมีศักยภาพสำหรับตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ภาคใต้ชายฝั่งทะเลอันดามันและอ่าวไทย รวมทั้งชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก สำหรับผู้ชื่นชอบธรรมชาติของชายหาดและท้องทะเล อาหารทะเล และกิจกรรมต่างๆ (การดำน้ำ และการพายเรือคายัค เป็นต้น) ภาคตะวันออกเฉยงเหนือ ที่มีแหล่งอารยวัฒนธรรมต่างๆ ให้เรียนรู้ มีธรรมชาติที่สวยงามตามแนวภูเขาต่างๆ รองรับด้วย ส่วนภาคกลาง ในหลายจังหวัดที่ชุมชนในท้องถิ่นได้อนุรักษ์วิถี

การดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมแบบไทยๆ ในอดีตไว้ เช่น ตลาดน้ำอัมพวา สมุทรสงคราม ศิลปาศีพ
บางไทร เมืองโบราณ บางปู เป็นต้น (วิจัยกสิกรไทย, 2553)

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 2.10 สรุปการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ	งานวิจัยต่างประเทศ
1. การศึกษาทบทวนงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2529 – 2539 โดย ผศ.ดวงใจ หล่อธนวิชัย และคณะ (2543)	1. โครงการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดย TOUREG: Competitiveness and Knowledge in the Tourism Sector (2008)
2. การประมวลผลงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ.2540-2544 โดย ผศ.นฤตย์ นิมสมบุญ (2549)	2. โครงการศึกษาแนวโน้มและผลกระทบของการท่องเที่ยวทางทะเล โดย ดร.ฮันนี และแคลนซ์ (2007)
3. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) โดย ศ.ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2544)	3. Applying a knowledge management framework to tourism research โดย Ruchanen & Cooper (2011)
4. โครงการวิจัย เรื่องโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดย อาจารย์เสรี วังสไพจิตร และคณะ (2547)	
5. โครงการวิจัยด้านการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 – 2554 5.1 โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยบริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี จำกัด (2553) 5.2 โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำกิจกรรม Shopping & Entertain โดย บริษัท ดี อินเตอร์แอคทีฟ รีเสิร์ช จำกัด (2553) 5.3 โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพและความงาม (Spa and Wellness) โดย บริษัท มาเก็ตไวส์ จำกัด (2553) 5.4 โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ โดยบริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2554) 5.5 โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่ม Honeymoon & Wedding โดย Synovate Business Consulting	

งานวิจัยในประเทศ	งานวิจัยต่างประเทศ
5.6 โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กลุ่มกอล์ฟ (Golf) โดย บริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด 2553 5.7 โครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนเชิงรุกในการเจาะกลุ่ม ลูกค้าใหม่สำหรับ 4 ตลาดในเอเชีย (จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน) 5.8 การสัมมนาภายใต้โครงการกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์ (Bangkok Creative City Skills Mapping) โดย ไศรยา หอมชื่น, เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน (2553) 5.9 การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของ ประเทศไทย โดย ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2553)	

4.1 งานวิจัยในประเทศ

4.1.1 การศึกษาบทบาทงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ.

2529 – 2539 โดย ผศ.ดวงใจ หล่อธนะวิชช์ และคณะ (2543) เพื่อให้ทราบสถานภาพและประเมินองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเสนอแนวทางการวิจัยที่เพียงพอต่อการปรับเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ผู้วิจัยได้จัดแบ่งงานวิจัยออกเป็น 2 ประเภท คือ งานวิจัยเชิงวิชาการ และงานวิจัยเชิงนโยบาย ผลการวิเคราะห์พบว่า มีงานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่ทำเสร็จในประเทศไทยจำนวน 261 เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นโครงการเล็กๆ มีวัตถุประสงค์ไม่กว้าง เป็นงานวิจัยเดี่ยว ผู้วิจัยคนเดียว ใช้เวลาสั้นประมาณหนึ่งปี งานวิจัยเชิงวิชาการส่วนใหญ่เป็นวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา และสาขาวิชาที่ใช้ในการศึกษามากที่สุด คือ สาขาสิ่งแวดล้อม และทั้งหมดใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบประยุกต์ (Applied Research) ส่วนใหญ่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ประเด็นวิจัยเป็นการศึกษาปัจจัยแวดล้อมภายนอกมากที่สุด คือ เป็นการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวกับนโยบายและแผนการท่องเที่ยว และงานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในเชิงสังคมวิทยา เศรษฐกิจ และงานวิจัยเชิงนโยบายทั้งหมดไม่ครอบคลุมทุกองค์ประกอบที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว สำหรับงานวิจัยเชิงนโยบาย ผู้รับผิดชอบงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการในสถาบันการศึกษา และเป็นการวิจัยเพื่อวางนโยบายและแผนการท่องเที่ยวมากที่สุด และสำหรับงานวิจัยเชิงนโยบายด้านการวางแผนการตลาด ซึ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ก็ไม่ได้เสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นไปได้ในประเทศไทย แต่ศึกษาเป็นกลุ่มประเทศ และเป็นพฤติกรรมโดยรวม ไม่ได้วิเคราะห์ถึงภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยภาพรวมพบว่างานวิจัยเชิงนโยบาย เป็นการศึกษาแบบไม่ครบกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้ความรู้ที่ได้มีลักษณะแบบแยกส่วน ไม่สอดคล้องกัน และมีการศึกษาน้อย เมื่อเทียบกับความต้องการที่จะพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ

4.1.2 การประมวลผลงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระหว่างปี

พ.ศ.2529-2544 โดย ผศ.นฤตย์ นิมสมบุญ แห่งภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2549) ได้ศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบสถานภาพของงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย การวิเคราะห์เนื้อหา งานวิจัยนั้นวิเคราะห์เฉพาะงานวิจัยที่สามารถค้นหาเอกสารต้นฉบับหรือบทความได้เท่านั้น ผู้วิจัยได้จัดแบ่งงานวิจัยออกเป็น 2 ประเภท คือ งานวิจัยเชิงวิชาการ และงานวิจัยเชิงนโยบาย ผลการวิเคราะห์พบว่า มีงานวิจัยในระหว่าง 5 ปีหลังนี้ทำเสร็จแล้วจำนวน 392 ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงวิชาการ ร้อยละ 76 และเป็นงานวิจัยเชิงนโยบาย ร้อยละ 24 ในส่วนของงานวิจัยเชิงวิชาการ พบว่า งานวิจัยเชิงวิชาการ ส่วนใหญ่ร้อยละ 85 เป็นงานวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา และเป็นงานวิจัยของนักวิจัยในสถาบันการศึกษาเพียงร้อยละ 15 เท่านั้น สาขาวิชาที่ใช้เป็นหลักในการศึกษามากที่สุด คือ สาขาสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยเกือบครึ่งหนึ่งจัดทำโดยนักวิชาการเพียงคนเดียว ซึ่งศึกษาโดยใช้สาขาวิชาที่ตนเชี่ยวชาญเป็นหลักในการศึกษา เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาตามโครงสร้างของการท่องเที่ยว พบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวและชุมชนมีมากที่สุด สำหรับผลการวิเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัยเชิงนโยบาย พบว่า ผู้สนับสนุนส่วนใหญ่ของการวิจัยเชิงนโยบาย คือ หน่วยงานของรัฐ ซึ่งหมายรวมถึงงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และงานวิจัยเชิงนโยบายที่การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทยสนับสนุน ส่วนใหญ่จัดทำโดยสถาบันการศึกษา และการวิจัยเพื่อการวางแผนการตลาด ครั้งหนึ่งเป็นการศึกษาการวางแผนทางการพัฒนาและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว

4.1.3 โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) โดย ศ.ดร.มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2544) กล่าวโดยสรุปไว้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศแนวหน้าในด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย จะเป็นรองก็เพียงจีนเท่านั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนกว่า 300,000 ล้านบาทต่อปี จากนักท่องเที่ยวนานาชาติประมาณ 9.5 ล้านคน และเป็น ภาคเศรษฐกิจที่สามารถโอ้อุ้มและเกื้อหนุนประเทศไทยได้ในยามเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ในปีสุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาประเทศไทยไม่น้อยกว่า 14 ล้านคน อัตราเฉลี่ยการขยายตัวของ นักท่องเที่ยว นานาชาติคาดว่าจะมีถึงร้อยละ 7 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวของคนไทยนั้นในปี พ.ศ. 2549 ประเมินว่า จะสูงถึง 59 ล้านคนครั้งต่อปี

การวิเคราะห์สภาพภายนอก) องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้ประมาณอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว ของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2543 ถึง 2553 เท่ากับร้อยละ 4.2 และได้คาดคะเนอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เท่ากับร้อยละ 7.7 สำหรับประเทศไทย WTO คาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 7.8 ในช่วงแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่สุดน่าจะเป็นการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาและการทรุดตัวลงอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจญี่ปุ่น ซึ่งจะมีผลต่อเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ซึ่งกำลังอยู่ในระยะฟื้นตัว ผลที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ ความต้องการท่องเที่ยวของนานาชาติจะลดลง ในขณะที่การแข่งขันเพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยว จะรุนแรงมากขึ้น ถึงแม้ว่าประเทศคู่แข่งของไทยในภูมิภาค ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และ มาเลเซีย ต่างก็มีปัญหาด้านการเมืองและสังคม ทำให้ความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวลดลง แต่ก็อาจมีการแข่งขันกันสูงขึ้นในตลาดราคาต่ำ ในทศวรรษที่ 2000 โลกตะวันตกได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy หรือ Digital Economy) นักท่องเที่ยวที่มาจากไทยเป็น นักท่องเที่ยวที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-tourists) มากขึ้น และต้องการสินค้าบริการที่มีส่วนประกอบ ของสาระและความรู้ บริการที่ยืดหยุ่นและบริการที่เหมาะสมกับความต้องการรายบุคคล (personalized service) มากขึ้น ในขณะเดียวกันไทยก็ยังมีลูกค้าจากระบบเศรษฐกิจดั้งเดิมอยู่ส่วน หนึ่ง ความสามารถที่ไทยจะรักษาความเป็นประเทศผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย ขึ้นอยู่กับ การปรับโครงสร้างการจัดการที่เหมาะสมทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน กระแสวิวัฒนาการเทคโนโลยี การบินที่สามารถสร้างยานที่บินได้ไกลขึ้น และการขยายเส้นทางบินของสายการบินต่างๆ ทำให้ความ ได้เปรียบด้านที่ตั้งของไทยลดลง ในขณะเดียวกันการเปิดตัวของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และแบบ แผนการทำงานและการดำรงชีวิต ในประเทศตะวันตก มีผลให้การท่องเที่ยวของนานาชาติในอนาคตมี แนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวบ่อยครั้งในหนึ่งปี แต่มีระยะเวลาสั้นลงในแต่ละครั้ง กระแสเช่นนี้อาจ ทำให้ความพยายามที่จะเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนไทยเป็นไปได้ยากขึ้น (WTO, 2544) แต่การเพิ่มจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวต่อปีและค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวต่อวัน ขึ้นอยู่กับ ศักยภาพและความสามารถในการดึงดูดใจของแต่ละประเทศเมื่อแนวโน้มการแข่งขันด้านการ

ท่องเที่ยวในกระแสโลกาภิวัตน์รุนแรงขึ้นตามลำดับ นานาประเทศต่างก็ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) มาเป็นอาวุธสำคัญในการช่วงชิงตลาดในโลกของการพาณิชย์ผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ สาระและสารสนเทศกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและสร้างคุณค่า ยิ่งไปกว่านี้ลักษณะ (Characteristics) ของนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากการแสวงหาความบันเทิงมาเป็นสาระบันเทิง ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงมิใช่การหาความสนุกสนานเพียงอย่างเดียว การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้กำลังเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มีคุณค่า และมูลค่าสูง ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจึงต้องการการลงทุนในแนวใหม่ นั่นคือการสร้างความรู้และสาระบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์สภาพภายใน) ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) จะเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารจัดการท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2540 ซึ่งจะต้องมีการกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่น แต่การปกครองในระดับท้องถิ่น เป็นการปกครองในแนวราบที่เป็นเอกเทศต่อกัน ซึ่งการบริหารจัดการแยกส่วนในระบบนิเวศเดียวกัน อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่พึงประสงค์ได้ ทำให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม นอกจากนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้การพัฒนาต่อยอดเป็นไปในแนวทางที่ไม่เป็นผลดีได้ ในประเทศที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว นานาชาติในระดับสูงนั้น ในบางครั้งพบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้มีผลกระทบ ทางลบต่อวิถีชีวิตชุมชน การกระจายรายได้และสิ่งแวดล้อมทำให้ผลประโยชน์ที่ประเทศอาจได้จากการท่องเที่ยว ต่ำกว่าตัวเลขที่ปรากฏ สำหรับประเทศไทยการสำรวจทัศนคติของประชาชนกว่า 3,000 รายทั่วประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพบว่า ประชาชนตัวอย่างมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์สุทธิเป็นบวก และมีความต้องการให้รัฐส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคและแปซิฟิก ถึงแม้ประชาชนไทยจะเห็นว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้และการจ้างงาน แต่ก็มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่ไม่ทั่วถึง ประชาชนให้ความสำคัญต่อประโยชน์ของการท่องเที่ยวสูงสุดเป็นผลประโยชน์ทางนามธรรม กล่าวคือเป็นความภูมิใจในชื่อเสียงของประเทศในด้านผลกระทบด้านวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่ายังไม่มีผลทางลบมากนัก

จุดแข็ง) ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามหลายประเภท และในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ก็ได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่จุดเด่นของประเทศไทยที่ทำให้เราเหนือกว่าประเทศอื่นๆในภูมิภาคเดียวกัน ได้แก่ ประชาชนมีอัธยาศัยใจคอดี มีการลงทุนของภาคเอกชน ในระดับสูง และมีการให้บริการที่คุ้มค่า เงื่อนไขประการสุดท้ายนี้สำคัญสำหรับลูกค้าที่มีรายได้และการศึกษาสูง มีรัฐบาลในระบอบประชาธิปไตยที่เน้นการมีส่วนร่วมจากประชาชน ด้วยจุดแข็ง เหล่านี้ประเทศไทยจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทชนวนทัศน์ (Sight Seeing Destination) และในขณะเดียวกัน ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Holiday Destination) ได้ด้วย

จุดอ่อน) จุดอ่อนของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ถูกกล่าวขวัญเสมอ ได้แก่ การให้บริการที่ไม่สม่ำเสมอ การรองรับที่สนามบิน และการจราจรที่แออัดในเมืองใหญ่ เช่นที่ กรุงเทพมหานคร และมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในเมืองท่องเที่ยวอย่างเช่นเชียงใหม่ สภามลพิษ และสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม สาธารณูปโภคไม่เพียงพอโดยเฉพาะการกำจัดขยะในเมืองต่างๆ เพราะความต้องการท่องเที่ยวหน้า ไปก่อนความสามารถในการจัดการสาธารณูปโภคเพื่อรองรับปัญหาความหยาบคายในการบังคับใช้กฎหมาย เช่น การลงโทษผู้ที่หลอกลวง นักท่องเที่ยว (ไกด์ผี และ/หรือ อัญมณีปลอม) ปัญหาการฉ้อราษฎร์บังหลวงที่เสนอในสื่อต่างประเทศ รวมทั้งการขาดความร่วมมือ และขาดการประสานงานภายในรัฐ ที่จริงแล้ว ทั้งหมดนี้เป็นอาการของปัญหามากกว่ารากเหง้าของปัญหา และต้นตอปัญหาที่แท้จริง คือระบบการบริหารราชการไทยที่แยกส่วนการศึกษา ที่ผ่านมามีการขาดการบริหารในภาครัฐซึ่งเป็นระบบที่ต่างคนต่างทำ ไม่มีการประเมินและวัดผลปฏิบัติงาน และไม่มีระบบการติดตามผลงานอย่างจริงจัง สิ่งเหล่านี้เป็นจุดอ่อนสำคัญในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศการบริหารจัดการอุปสงค์ (demand) ของไทยในปัจจุบันนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาจากระบบเศรษฐกิจใหม่ หากความไม่สมดุลนี้ขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ ผลก็คือการสูญเสียตลาดที่มีรายได้สูง ตลอดจนการเข้ามาช่วงชิงตลาดภายในประเทศไทย โดยธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์จากต่างประเทศซึ่งจะมีผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย จุดอ่อนที่สำคัญของรัฐอีกประการหนึ่ง ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวไทยอ่อนแอลงในอนาคต ได้แก่ การไม่ปฏิบัติตามแผนและเวลาที่ได้กำหนดไว้ ทำให้ความสำคัญของแผนลดลงในสายตาของภาคเอกชน เพราะบทเรียนของภาคเอกชนที่ต้องประสบความขาดทุนเพราะหลงเชื่อแผนสาธารณูปโภคของรัฐ "แผน" ของรัฐจึงไม่สามารถเป็นเครื่องมือการประสานการลงทุนระหว่างภาครัฐและ ภาคเอกชน ในระดับจังหวัด จุดอ่อนคือการรองรับนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับกำลังรองรับทางธรรมชาติ เช่นภูเก็ตและหัวหิน มีปัญหาด้านอุปทาน (supply) น้ำ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ในหลายจังหวัดทางภาคใต้ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่สำคัญของไทย ปรากฏว่า สถิติอาชญากรรมอยู่ในระดับสูง และโดยทั่วไปมาตรฐานความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจน สภาพสุขอนามัยไม่สูงนัก จุดอ่อนอีกประการหนึ่งก็คือ ปัญหาของความอ่อนแอของภาคเอกชน ซึ่งส่วนหนึ่งของปัญหานี้เกิดจากการที่ผู้ ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอันมาก ความพยายามที่จะรวมตัวกันก็มักเป็นการ ต่อรองเพื่อลดหย่อนกฎระเบียบของรัฐ หรือขอความช่วยเหลือจากรัฐ นอกจากนี้ ภาคเอกชนส่วนหนึ่งก็เป็นบ่อเกิดของปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น เป็นผู้สร้างมลพิษโดยไม่รับผิดชอบ หลอกลวงนักท่องเที่ยว ฯลฯ ในส่วนของททท. ก็ขาดประสบการณ์และขาดโครงการที่ชัดเจนใน การกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรม

โอกาส) ถึงแม้การแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวนานาชาติจะเข้มข้นขึ้น แต่ประเทศไทยก็ยังมีความมีโอกาสที่จะพัฒนาตัวเองให้พ้นจากตลาดล่างไปสู่ การท่องเที่ยวประเภทการประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวที่เป็นรางวัล รวมทั้งการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวอิสระ (free independent tourists: FITs) โดยอาศัยแพ็คเกจของกิจกรรมที่หลากหลายในประเทศไทย และการพัฒนาสาระน่ารู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อวัน และขยายจำนวนวันพัก

ในปัจจุบันสิงคโปร์ได้ก้าวแซ่งหน้าไทยไปในฐานะศูนย์กลางการบินในภูมิภาค และจีนซึ่งมีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวระดับมหัสจรรย์ของโลกก็ก้าวขึ้นไป เป็นประเทศที่ดึงดูด

นักท่องเที่ยวนานาชาติได้มากที่สุดที่สุดในเอเชีย อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีโอกาสที่จะสร้างพันธมิตรกับสิงคโปร์และจีน รวมถึงประเทศในกลุ่มภูมิภาคอินโดจีน โดยรวมจุดแข็งของพันธมิตรแต่ละฝ่าย ทั้งการตลาดและการบริการ เพื่อขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะจีนซึ่งไทยมีโอกาสดีในฐานะที่เป็นประตูสู่จีนตะวันตกและจีนตอนใต้ การท่องเที่ยวซึ่งแต่เดิมเป็นโอกาสของคนกรุงเทพฯ กำลังกลายเป็นโอกาสของคนในชนบทและคนในภาคเกษตรมากยิ่งขึ้น เพราะการท่องเที่ยวในชุมชน (community-based tourism) ได้เริ่มแผ่กระจายไปทั่วประเทศ ซึ่งสร้างโอกาสไม่เพียงแต่ในด้านการจ้างงานและรายได้เท่านั้น แต่การท่องเที่ยวยังสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนชนบท ทั้งการเรียนรู้เกี่ยวกับตนเอง ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ ไปจนถึงทักษะการจัดการการท่องเที่ยว และยังเป็นโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย โอกาสสำคัญที่ประเทศไทยยังไม่ได้ให้ความสนใจอย่างจริงจัง คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในฤดูฝน (Green Season) การเพิ่มอัตราเข้าพักในฤดูฝน จะเป็นการเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวโดยไม่ต้องลงทุนในด้านการรองรับมากขึ้น แต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในฤดูฝนต้องอาศัยการจัดการที่ยืดหยุ่นให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมในร่ม (เช่น นวดแผนโบราณ อบสมุนไพร ตรวจสุขภาพ Theme Tourism ฯลฯ) ในช่วงเวลาที่ฝนตก และอาจจะต้องเจาะตลาดพิเศษมากขึ้น เช่น ตลาดประเทศทะเลทราย ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดนักศึกษา ตลาดน้ำผึ้งพระจันทร์ ฯลฯ

สัญญาณเตือนภัย) การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ก้าวหน้าไปเร็วกว่าที่สาธารณูปโภคจะรองรับทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวและบริการเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การแพร่ระบาดของไวรัสศูนย์เหรียญ และการขายสินค้าและบริการในราคาต่ำทำให้เกิดภาพลักษณ์ว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก และตกอยู่ในวงจรหรือกับดักของราคาที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่อง เพราะราคาขายที่ต่ำเกินไป ทำให้ไม่มีการฟื้นฟูสภาพสินค้าและบริการ ซึ่งก็หมายความว่าจะทำให้ราคาต่ำไปอีกเรื่อย ๆ การศึกษาความได้เปรียบในตลาดท่องเที่ยวพบว่า ความได้เปรียบของไทยซึ่งเคยมีอยู่ใน 28 ตลาดนานาชาติ ในปี พ.ศ. 2537 ได้ถดถอยลงถึง 18 ตลาด ซึ่งรวมทั้งตลาดสำคัญ ๆ อาทิ เช่น มาเลเซีย เยอรมนี สเปน อิตาลี เบลเยียม ฯลฯ สาเหตุของความถดถอยลงนี้อาจเกิดจากการแข่งขันด้านการตลาดที่รุนแรงขึ้น และอาจเกิดจากความเสื่อมโทรมของสิ่งดึงดูดใจในประเทศไทย ผู้เชี่ยวชาญจากองค์การท่องเที่ยวโลกมีความเห็นว่าการโฆษณาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่งดงามและบริสุทธิ์ภายใต้แผนรณรงค์ "Amazing Thailand" ได้ถึง "จุดอิ่มตัว" แล้ว กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าสินค้าไทยในความเป็นจริงเริ่มที่จะไม่เป็นไปตามความคาดหวังที่เกิดจากภาพลักษณ์ที่โฆษณาออกไป ความพยายามที่จะเสนอภาพลักษณ์ที่งดงามของสินค้าท่องเที่ยวไทยในอนาคตต้องมีการลงทุน ดูแลรักษาและฟื้นฟูอย่างจริงจังไปพร้อม ๆ กัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาแล้วนี้ นับวันก็จะสะสมตัวและทำลายภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรและมรดกท่องเที่ยวของชาติให้สูญสิ้นไป จึงมีความจำเป็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคท่องเที่ยวต้องร่วมกันแก้ไขปัญหา และปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

4.1.4 โครงการวิจัย เรื่องโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดย อาจารย์เสรี วังสีไพจิตร และคณะ (2547) กล่าวโดยสรุปไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศทั่วโลก ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็มีพลังที่ส่งผลกระทบทั้งในทางบวกและในทางลบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างกว้างขวาง องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองก็มีความหลากหลาย และมีลักษณะเป็นสหวิทยาการอย่างมาก แต่ละองค์ประกอบล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์และมีความเชื่อมโยงระหว่างกัน หรือต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้น การที่จะให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังประโยชน์สูงสุดให้แก่ประเทศชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และมีความยั่งยืน จึงจำเป็นต้องพิจารณาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศโดยส่วนรวม

บทสรุปและข้อเสนอแนะของโครงการวิจัย เรื่องโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้ประมวลสรุปสาระของรายงานการศึกษาที่ได้เสนอไว้ข้างต้น โดยจัดระเบียบการเรียบเรียงเป็น 5 หัวข้อ ได้แก่ 1) ลักษณะของการท่องเที่ยว 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว 3) บทบาทขององค์การภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว: โครงสร้างและภารกิจ 4) การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคเอกชน: โครงสร้างและการดำเนินงาน และ 5) ข้อเสนอแนะ

1) ลักษณะของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของไทย ซึ่งได้กำหนดคำนิยามเป็นทางการไว้แล้วตามกรอบของแนวคิดสากล เมื่อนำมาจับกับความเป็นจริงของความเป็นไปในวงการท่องเที่ยว อาจจัดการท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ด้วยกัน กลุ่มหนึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ (In Bound) กลุ่มที่สองได้แก่นักท่องเที่ยวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศ (Internal) และกลุ่มที่สามได้แก่นักท่องเที่ยวไทยที่ออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Out bound)

ทั้งสามกลุ่มนี้กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวกลุ่มแรก คือ นักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นเป้าหมายที่ได้รับความนิยมและทุ่มเทมากที่สุดในระยะที่ผ่านมา ผลประโยชน์โดยตรงของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต่อเศรษฐกิจของไทยที่เห็นได้ชัดเจนก็คือการท่องเที่ยวกลุ่มนี้เปรียบเสมือนหนึ่งการส่งออกบริการทำให้ได้รับเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange – Forex) เข้ามา เมื่อประเทศไทยเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวประเภทนี้และเริ่มก่อตั้ง อ.ส.ท. ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2503 ใกล้เคียงกับระยะเริ่มใช้แผนพัฒนาประเทศในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ระยะนั้นยังขาดความพร้อมในแง่ของโครงสร้างพื้นฐานและสถาบันบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีสนามบินขนาดเล็กและคับแคบ กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นนครหลวงของประเทศและเป็นเมืองเอก (Primate City) ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าเมืองอันดับสอง คือ เชียงใหม่ หลายสิบเท่า แต่มีโรงแรมเพียง 575 ห้อง (เป็นโรงแรมชั้นหนึ่งเพียง 223 ห้อง ทั้งประเทศมีโรงแรม 1,406 ห้อง เป็นห้องพักชั้นหนึ่งเพียง 400 ห้อง) ระบบขนส่งมวลชนมีแต่เพียงรถประจำทางสาธารณะที่ไม่ได้มาตรฐาน ขาดฐานข้อมูล สื่อและกลไกการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่สำคัญในการท่องเที่ยว เมื่อได้ผ่านช่วงการพัฒนาการท่องเที่ยวมากกว่า 40 ปี ปรากฏว่าได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ขึ้นมากกว่า 2,800 แห่ง จำนวนห้องพักโรงแรมทั่วประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 335,421 ห้อง เป็นห้องพักในกรุงเทพฯ 81,184 ห้อง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

เพิ่มจำนวนขึ้นมหาศาล และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสิ่งที่สร้างรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับต้นๆ แขนงยอดรายได้จากการส่งออกสินค้าประเภทอื่นๆ เกือบทุกรายการ

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สอง คือนักท่องเที่ยวไทยท่องเที่ยวในประเทศไทยเอง ซึ่งโดยหลักการแล้วไม่ได้สร้างรายได้ประเภทเงินตราต่างประเทศเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มแรก แต่ก็มีส่วนช่วยกระจายรายได้ไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยเริ่มให้ความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ซึ่งมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลา ตัวเลขค่าใช้จ่ายของชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศแต่เดิมไม่สามารถค้นคว้าได้ การศึกษานี้พบว่านักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพิ่งเริ่มมีการเก็บข้อมูลด้านนี้เมื่อปี พ.ศ. 2540 และได้นำเสนอตารางข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2545 ไว้แล้ว ประมวลรายได้เมื่อปี พ.ศ. 2545 จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทย เป็นเงินถึง 235,337 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม คุณค่าของการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างจากเรื่อง การสร้างเงินตราต่างประเทศแบบนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มแรก แต่เป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจแบบอื่น พื้นที่ท่องเที่ยวที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวไทยยอมรับว่าการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายเงินของคนไทยมีผลดีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นไม่ต่างกับชาวต่างประเทศ และวิเคราะห์ได้ว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยมีส่วนเสริมการเติบโตของผลผลิตมวลรวมในฐานะที่เป็นตัวกระตุ้นหรือตัวคูณอัตราการเติบโต (Multiplier Effects) หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานสถิติแห่งชาติ หน่วยงานที่จัดทำบัญชีรายได้ประชาชาติ สถาบันวิจัยเพื่อการศึกษาหรือเพื่อการพัฒนา หรือหน่วยงานด้านนโยบายและแผน หรือยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ อาจจะวางแผนและงบประมาณให้มีการศึกษาวิจัยในหัวข้อหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตัวคูณการเติบโตหรือค่าทวีคูณอันเนื่องจากการท่องเที่ยวภายในประเทศแยกจาก ตัวคูณการเติบโตจากการใช้จ่ายด้านอื่นที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว (Non-Tourism Expenditure) ต่อไปในอนาคต เพื่อที่จะให้รู้โดยชัดเจนว่าการเติบโตด้านนี้ มีขนาด (volume) เท่าใด นอกจากนี้ คุณค่าของการท่องเที่ยวในประเทศในเชิงสังคมมีอยู่เพียงใด อย่างไร? การศึกษาหัวข้อนี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อน ซึ่งต้องใช้วิธีการประเมินเชิงคุณภาพอย่างเข้มข้นด้วย

สำหรับกลุ่มที่สาม คือชาวไทยที่ออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ กลุ่มนี้สถาบันที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและวางแผนเศรษฐกิจและสังคมอาจเห็นว่าไม่ใช่ประเด็นที่รับผิดชอบ เพราะไม่ใช่เป็นนโยบายที่มุ่งส่งเสริม แต่ก็มีประเด็นที่น่าพิจารณาว่าการศึกษาวิจัยเพื่อประเมินผลกระทบของคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศนับเป็นประเด็นสาธารณะ (Public Issue) ที่มีสาระเรื่องหนึ่งซึ่งสมควรจะมีการวิเคราะห์นโยบาย (Policy Analysis) โดยองค์การที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพราะภารกิจของสถาบันกำหนดนโยบายสาธารณะ (Policy Making Unit) นั้นไม่จำกัดเพียงเหตุผลของนโยบายที่ควรทำหรือควรส่งเสริม แต่ควรรวมความถึงประเด็นที่ไม่ควรทำหรือควรต่อต้านอีกด้วย นอกจากนี้ อาจจะตั้งเป็นประเด็นว่า สถาบันกำหนดนโยบายสาธารณะทราบแล้วหรือยัง หรือสนใจจะทราบบ้างหรือไม่ว่าการสูญเสียเงินตราต่างประเทศของระบบเศรษฐกิจมหภาค สำหรับรายจ่ายที่ไม่ใช่การนำเข้าสินค้าประเภททุน มีขนาด องค์กรปกครองหรือรายละเอียดอย่างไร เป็นรายจ่ายเชิงบริโภคของชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นสัดส่วนเท่าใด

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) ธรรมชาติพื้นฐานของอุตสาหกรรมบริการก็คือ ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวย่อมเดินทางมาบริโภคหรือมาใช้บริการ ณ ที่ตั้งของ

ทรัพยากรการท่องเที่ยว แตกต่างจากอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing Industry) ซึ่งตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จะจัดส่งไปถึงตัวลูกค้าตามช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels) จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเป็นที่นิยมหรือทำการตลาดได้ดีเพียงใด ส่วนสำคัญจะขึ้นอยู่กับความน่าสนใจหรือพลังดึงดูดของทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญ เงื่อนไขอื่นๆ ก็จะเป็นด้านความสะดวก ความปลอดภัย ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาสู่ (Access) แหล่งทรัพยากร

สำหรับสังคมการท่องเที่ยวโดยทั่วไปมักจะผูกพันการท่องเที่ยวกับกิจกรรมด้านการพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure) และจะคำนึงถึงทรัพยากรท่องเที่ยวในกรอบ 3S ดังเดิมได้แก่ หาดทราย (Sand) ทะเล (Sea) และแสงแดด (Sun) ต่อมาทรัพยากรตามกรอบนี้ก็ขยายไปครอบคลุม S อื่นๆ อีก ได้แก่ เซ็กส์ (Sex) บริการ (Service) หรืออาจจะเติมการช้อปปิ้ง (Shopping) เข้ามาด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อความหมายสากลของการท่องเที่ยวได้กำหนดให้ครอบคลุมกิจเชิงธุรกิจนอกเหนือจากด้านนันทนาการเข้าไว้ด้วย คำนียามและแนวคิดนี้ได้รับการเผยแพร่ให้รู้จักและเข้าใจกันแพร่หลายมากขึ้น ผู้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องก็เริ่มรับคำนียามและจัดประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวตามแนวคิดร่วมสมัย เอกสารนี้ได้รายงานการจัดกลุ่มทรัพยากรท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้เป็น 3 ประเภทได้แก่ (1) ประเภทธรรมชาติ (2) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ/สถานและศาสนา และ (3) ประเภทศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมที่จัดขึ้น นอกจากนี้ ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2547 – 2549 ได้กำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาทรัพยากรและบริการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานและสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน จึงได้มีการจัดกลุ่มทรัพยากรและบริการการท่องเที่ยวไว้ 5 กลุ่มให้เจาะจงและชัดเจนยิ่งขึ้น ได้แก่ (1) หาดทราย ชายทะเล (2) อุทยาน ป่า เขา (3) ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม (4) สินค้า (บริการ) ตามความสนใจเฉพาะ (5) สินค้า (บริการ) ที่มนุษย์สร้างขึ้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ ถ้าเป็นกิจกรรมหรือมหกรรมที่ภาครัฐ และหรือภาคเอกชนจัดขึ้น หรือเป็นสถานบริการของธุรกิจเอกชนเอง ก็ไม่สู้จะเป็นปัญหาเท่าใดนัก ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องหรือต้องอาศัยการประสานงานระหว่างหลายฝ่ายที่มีปัญหา ได้แก่ ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ/สถานและศาสนา และประเภทศิลปวัฒนธรรม ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานภาครัฐรูปใดรูปหนึ่ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจเพื่อประเมินทรัพยากรเหล่านี้เบื้องต้นเมื่อ ปี 2540 พบว่ามีจำนวน 2,637 แห่งด้วยกัน (เป็นแหล่งธรรมชาติ 1,200 แห่ง ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน หรือศาสนสถาน 1,040 แห่ง และประเภทศิลปวัฒนธรรมอีก 397 แห่ง ต่อมาได้สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมขึ้นอีก 220 แห่ง รวมเป็น 2,857 แห่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้กระจายกันอยู่ภายใต้การดูแลของส่วนราชการเป็นส่วนใหญ่ ของภาคเอกชนมีอยู่เล็กน้อย

นอกจากสถานบริการของเอกชน เช่น สวนสนุก (Theme Parks) รีสอร์ท เช่น สวนสามพราน สวนนงนุช พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง หรือเมืองโบราณ หรือหน่วยราชการบางแห่ง เช่น พิพิธภัณฑ์สถาน ที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ชมอย่างชัดเจน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าจะมีปัญหาด้านการจัดการหรือบริการได้แก่ทรัพยากร แหล่ง หรือพื้นที่ที่มีได้กำหนดภารกิจด้านการท่องเที่ยวไว้เป็นงานหลัก และมีงานหลักเพื่อสนองวัตถุประสงค์ด้านอื่นซึ่ง

ลักษณะเช่นนี้นับเป็นประเด็นหลักของการวิเคราะห์บทบาท อำนาจหน้าที่และปัญหาการประสานงาน ส่วนใหญ่ที่ได้กระทำในรายงานการศึกษานี้

เรื่องสำคัญที่จะหยิบยกมาพิจารณาในหัวข้อเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวก็คือ ประเด็นดังต่อไปนี้ ประการแรก ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมากอยู่ภายใต้อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ (Jurisdiction of Authority) ของหน่วยราชการหรือหน่วยงาน ที่จัดตั้งขึ้นมาหลายรูปแบบ บ้างก็ตั้งขึ้นตามหน้าที่ (Functional Based) บ้างก็ตั้งขึ้นตามบริการหรือผลงาน (Divisional Based) หรือบ้างก็ตั้งขึ้นตามพื้นที่ที่รับผิดชอบ (Area Based) ข้อสำคัญก็คือหน่วยงานเหล่านี้ส่วนใหญ่มีภารกิจหลักด้านอื่นและมีการท่องเที่ยวเป็นงานรองหรืองานฝาก ปัญหาก็คือทำอย่างไรจะให้ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแล และบำรุงรักษาอย่างถูกหลักวิชาและอย่างยั่งยืน และทำอย่างไรจะประสานงานให้ทรัพยากรเหล่านี้รองรับหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวได้โดยสะดวกโดยไม่ขัดแย้งต่องานหลักของหน่วยที่ดูแลอยู่ อีกประการหนึ่งการมองทรัพยากรท่องเที่ยวในสายตาของหน่วยงานที่รับผิดชอบไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานทางการบริหาร (Administrative Division) หน่วยสาขาของราชการส่วนกลาง (Field Office) หน่วยบริหารพื้นที่เฉพาะหรือหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Self-Government) ก็ตาม เป็นโลกทัศน์ที่แตกต่างจากมุมมองของฝ่ายนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจทรัพยากรการท่องเที่ยวจากคุณสมบัติหรือพลังดึงดูดในแง่การท่องเที่ยว ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนเส้นทางคมนาคม ความสะดวกของโครงสร้างพื้นฐานและความปลอดภัยมากกว่าจะสนใจว่า จะอยู่ในขอบเขตอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานใด

ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การจัดวางตำแหน่งทรัพยากรการท่องเที่ยว (Positioning) ให้น่าสนใจ จำเป็นต้องมองในแง่การตลาดและความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้า ความน่าสนใจหรือแรงดึงดูดของทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ควรจะพิจารณาแต่ละทรัพยากรอย่างเป็นเอกเทศ อันที่จริงควรคำนึงถึงกลุ่ม (Package) ของทรัพยากรหลายๆ แห่งโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายและความเป็นไปได้ (Feasibility) ในการจัดโปรแกรมสำหรับนักท่องเที่ยวมากกว่าจะสนใจว่า ทรัพยากรหนึ่ง ๆ ตั้งอยู่ในท้องที่ใด อันที่จริงควรจะต้องจัดโปรแกรมโดยพิจารณาข้ามพรมแดนการบริหารของหน่วยงานหรือแม้กระทั่งพรมแดนทางการเมืองระหว่างประเทศ โดยผนวกเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจของประเทศเพื่อนบ้านเข้าไว้ในยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วย

3) บทบาทขององค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว: โครงสร้างและภารกิจ

ประเทศไทยเป็นรัฐเดี่ยว ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยโดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข (Constitutional Monarchy) และเป็นระบบรัฐสภา (Parliamentary System) สถาบันหลักในการปกครองประเทศ นอกจากสถาบันพระมหากษัตริย์ สถาบันนิติบัญญัติ คณะรัฐมนตรีและระบบราชการ สถาบันตุลาการ แล้วยังมีองค์กรอิสระอีกจำนวนหนึ่ง

องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้แก่องค์กรที่อยู่ในฝ่ายบริหาร ฝ่ายบริหารระดับการเมืองได้แก่คณะรัฐมนตรีซึ่งประกอบกันเป็นคณะรัฐบาล ส่วนฝ่ายบริหารระดับราชการประจำจำแนกเป็นราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค และราชการส่วนท้องถิ่น ถึงแม้ตามกฎหมายจะถือหลักการแบ่งราชการบริหารเป็น 3 ส่วน แต่ในแง่กรอบความคิดที่เป็นตรรกะและ

สะดวกในการเป็นกรอบการวิเคราะห์ในการศึกษานี้ น่าจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกได้แก่รัฐบาลไทย (Royal Thai Government – RTG) มีคณะรัฐมนตรีและกระทรวงทบวงกรมของราชการส่วนกลาง เป็นสำนักงานใหญ่ (Headquarter) มีราชการส่วนภูมิภาค (จังหวัดและอำเภอ) และระบบการปกครองท้องถิ่น (ตำบลและหมู่บ้าน) เป็นสำนักงานย่อย โดยมีจังหวัดเป็นสำนักงานสาขาหลักในพื้นที่ (field offices) ส่วนที่สองได้แก่หน่วยการปกครองท้องถิ่น (local governments) 7,950 หน่วย ในบรรดาหน่วยการปกครองท้องถิ่นเหล่านี้ มีเทศบาล 1,129 แห่งและหน่วยการปกครองรูปพิเศษ 2 หน่วยเป็นหน่วยปกครองชุมชนเมืองและกึ่งเมือง (Urban and Semi-Urban Governments) มีหน่วยการปกครองพื้นที่ชนบท คือ องค์การบริหารส่วนตำบล 6,744 หน่วย สภาตำบล 216 หน่วย โดยมีองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) 75 หน่วย มีอาณาบริเวณครอบคลุมทั้งเขตเมือง เขตกึ่งเมือง และเขตชนบท

รายงานการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ได้ระบุบทบาทขององค์การภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ 7 ประการ ได้แก่การกำหนดนโยบายและแผน การประสานงาน การออกกฎหมายและบังคับใช้ การเป็นผู้ประกอบการ การกระตุ้นการดำเนินงานของภาคเอกชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และการเป็นผู้ปกป้องผลประโยชน์

การวิเคราะห์สภาพและปัญหา เกี่ยวกับโครงสร้างและการดำเนินงานขององค์การภาครัฐ อาจจำแนกกว้างๆ ได้เป็นระดับนโยบายและแผน และระดับปฏิบัติตามแผน (Implementation) ปัญหาของระบบวางแผนก็มีทั้งปัญหาโครงสร้าง ปัญหากระบวนการ และกรรมวิธี

อย่างไรก็ตาม เมื่อคำนึงถึงธรรมชาติขององค์ประกอบของภาคเอกชนและความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในกรอบของปรัชญาระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม สภาพธรรมชาติของระบบที่ต้องยอมรับก็คือความแตกต่าง ความหลากหลายและกระจัดกระจาย (Fragmentation) ขององค์กรและกลไกทั้งหลายในระบบ ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งก็คือบทบาทของภาครัฐ หรือนโยบายหรือแผนที่ภาครัฐเป็นรัฐรับดำเนินการจะมีฐานะเป็นเพียงแนวทางหรือแผนชี้ทาง (Indicative) ซึ่งจะครอบคลุมสาระด้านทิศทาง เป้าหมาย และยุทธศาสตร์กว้างๆ เพื่อเป็นแนวทางร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนเท่านั้น ไม่อาจจะลงลึกไปถึงขั้นกำหนดการ วิธีการ หรือแผนปฏิบัติการได้

4) การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคเอกชน: โครงสร้างและการดำเนินงาน

ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจบริการ ในขณะที่บริการด้านอื่นๆ ส่วนใหญ่ในตลาดมีเนื้อหาและขอบข่ายที่เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อนมากนัก แต่บริการท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษ เนื่องจากมีขอบข่ายกว้างขวาง มีวงจรที่ยืดยาว และมีองค์ประกอบของเนื้อหาที่มีจำนวนมากและหลากหลาย อันที่จริงน่าจะเรียกการท่องเที่ยวว่าเป็น “กลุ่มบริการ” หรือ “กลุ่มธุรกิจ” น่าจะสอดคล้องกับความเป็นจริงมากกว่า ในรายงานการศึกษาได้บันทึกบัญชีของธุรกิจจำนวนหนึ่งไว้ในกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจสถานบริการและสถานที่ตากอากาศ ธุรกิจการค้าสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวหรือของที่ระลึก ธุรกิจการกีฬา ธุรกิจการจัดนิทรรศการ มหกรรม การประชุมสัมมนา งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ การขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยก็จัดอยู่ในข่ายที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน

ธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของระบบเศรษฐกิจเสรี เช่น ในกรณีของประเทศไทย แทบทั้งหมดเป็นธุรกิจเอกชน องค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ

ทรัพยากรการท่องเที่ยว อาจจะเป็นสถานที่ กิจกรรมหรือมหกรรม อันเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุอันเป็นสมบัติส่วนรวม พื้นที่สาธารณะที่เปิดต่อสาธารณะเต็มพื้นที่หรือเปิดอย่างมีเงื่อนไข ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางรายการอาจอยู่ในเขตพื้นที่สงวน หรือเขตที่มีกฎหมายควบคุมเข้มงวดเช่นอุทยานแห่งชาติ หรือเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า นอกจากนี้อาจมีข้อยกเว้นที่ธุรกิจในระบบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวบางรายเป็นรัฐวิสาหกิจด้วย เช่น บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) การรถไฟแห่งประเทศไทย การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย โรงแรมบางแห่ง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นโยบายของรัฐบาลในระยะหลังๆ นี้ ได้ให้น้ำหนักแก่การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) อย่างเป็นลำดับขั้น ฉะนั้น ในแง่ของผู้รับบริการ พฤติกรรมการให้บริการของรัฐวิสาหกิจไทย แทบจะไม่มีข้อแตกต่างจากการบริการของภาคธุรกิจเอกชน

องค์ประกอบของธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีความแตกต่างและหลากหลายในแง่ของขนาด ชีตความสามารถ ความเป็นมืออาชีพและประสิทธิภาพการให้บริการ เช่น โรงแรมก็มีตั้งแต่โรงแรมในเครือค่ายธุรกิจนานาชาติระดับห้าดาวไปจนถึงโรงแรมท้องถิ่นของคนไทย จนกระทั่งถึงเกสต์เฮาส์หรือชาวบ้านที่เปิดรับนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ บริการเช่ารถยนต์นั้นก็อาจมีธุรกิจที่เป็นสาขาของบริษัทนานาชาติ ในขณะที่เดียวกันมีบางบริษัทเปิดดำเนินการเองในท้องถิ่น เป็นต้น การประกอบธุรกิจบริการในระบบเศรษฐกิจเสรีย่อมยึดถือการแข่งขันโดยเสรีเป็นกติกา แต่ก็เคยมีการแข่งขันอย่างเอาเป็นเอาตาย (Cut Throat) ซึ่งมักจะเป็นกรณีที่ธุรกิจใหญ่ที่มีทุนรอนมาก และมีความได้เปรียบเพราะยึดพื้นที่หรือตลาดทำธุรกิจมาก่อน นอกจากนี้ ยังมีความได้เปรียบที่ราคาต้นทุนต่อหน่วยบริการต่ำกว่าบริษัทเล็ก เนื่องจากธุรกิจใหญ่มีข้อได้เปรียบในแง่ความประหยัดเพราะมีขนาดใหญ่พอ (Economy of Scale) สำหรับการแข่งขัน

อย่างไรก็ดี นักธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้แสดงความพยายามที่จะสร้างความประสานสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ในระดับหนึ่ง มักจะคบกันในบางท้องที่อาจรวมตัวเป็นสมาคมมักคบคบกันอาชีพ นักธุรกิจท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจโรงแรมบางจังหวัดรวมตัวกันเป็นสมาคมหรือชมรมที่มีกิจกรรมหรือการประชุมพบปะกันเป็นครั้งคราว การสร้างเครือข่ายสายสัมพันธ์ในลักษณะเช่นนี้ย่อมเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม โดยปรกตินักธุรกิจไม่ว่าสาขาใดย่อมมีเวทีที่จะพบปะหารือกันอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นสมาคมโลออนส์ สโมสรโรตารี หอการค้า หรือสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม ในกรณีนี้ถือได้ว่าบรรดานักธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้ประสบความสำเร็จในการก่อตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้น เป็นสถาบันอย่างเป็นทางการในระดับชาติโดยมีกฎหมายรองรับ นับเป็นความสำเร็จที่มีลักษณะเป็นการบุกเบิกกรุยทางเป็นตัวอย่างแก่อุตสาหกรรมอื่นๆ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนี้ จะทำหน้าที่เป็นเวทีระดมข้อมูลข่าวสาร ความคิดอ่าน ข้อเสนอ หาข้อยุติ หรือทางออกสำหรับข้อขัดแย้งใดๆ ที่จะพึงมีระหว่างธุรกิจบริการหลายสาขาและหลายพื้นที่ในอุตสาหกรรมเดียวกันนี้ เป็นความพยายามที่องค์การภาคเอกชนสร้างเวทีที่จะประสานงานกันเอง ก่อนที่จะอาศัยกลไกระดับต่างๆ ของภาครัฐยื่นมือเข้ามาประสานหรือจัดระเบียบอีกชั้นหนึ่ง

5) ข้อเสนอแนะ

จากบทวิเคราะห์โครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และจากการประมวลสภาพปัญหาของโครงสร้าง และการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐและองค์กรภาคเอกชนในระยะที่

ผ่านมา พอจะสรุปประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการบริหารและความเป็นมาของปัญหาได้ 4 ประการ คือ

- 5.1 ปัญหาความรู้ความเข้าใจของบุคลากรในโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 5.2 ปัญหาการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 5.3 ปัญหาการบูรณาการการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 5.4 ปัญหาด้านกฎหมาย

ปัญหาความรู้ความเข้าใจของบุคลากรในโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากการศึกษาวิจัยเพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยการส่งแบบสอบถามไปยังภาคส่วนต่างๆ ทั้งที่เป็นองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั่วประเทศ เพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วทุกภูมิภาค ได้พบว่าความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีระดับความรู้ปานกลางและระดับความรู้ต่ำ ส่วนการทดสอบทัศนคติที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีทัศนคติในเชิงบวก หรือระดับมาก จึงตั้งสมมติฐานได้ว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องและอยู่ในวงการท่องเที่ยวเองยังมีระดับความรู้ปานกลางไปหาน้อย ดังนั้น บุคลากรที่อยู่ภายนอกวงการท่องเที่ยวน่าจะมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวน้อยลงไปอีก จึงเป็นปัญหาสำคัญและกระทบต่อการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองก็มีความสลับซับซ้อนมองได้หลายแง่หลายมุม และหลายมิติ หากการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้การดูแลรับผิดชอบของบุคลากรที่ขาดความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างแท้จริงแล้ว คงเป็นการยากที่จะคาดหวังในความสำเร็จ

ปัญหาการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ศึกษาวิจัยได้พบว่าในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีภาคส่วนต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อาทิ องค์กรภาครัฐในระบบราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน ทั้งที่เป็นโครงสร้างที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย ให้ดำเนินการกิจด้านการท่องเที่ยวโดยตรงและโครงสร้างที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายให้ดำเนินการกิจด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวแต่การดำเนินการตามภารกิจนั้น มีผลกระทบและมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการบริหารแบบกระจายอำนาจไปสู่องค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบต่าง ๆ และรูปแบบพิเศษ ซึ่งมีองค์กรที่เกี่ยวข้องและมีอำนาจหน้าที่ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่น้อยกว่า 7,950 หน่วย เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล สภาตำบล เทศบาล การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ คือ กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา เป็นต้น ในโครงสร้างดังกล่าวนี้ ทำให้เกิดปัญหาความไม่คล่องตัวเนื่องจากระบบราชการทั้งระบบมีความใหญ่โต เทอะทะ มีความหลากหลายของลักษณะองค์กร ทั้งในรูปแบบรวมอำนาจ แบ่งอำนาจและแบบกระจายอำนาจทางพื้นที่และทางภารกิจ จึงมีความสับสนในบทบาทอำนาจหน้าที่ และมีปัญหาการประสานการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม

ในขณะเดียวกัน ภาคส่วนที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงหรือที่มีส่วนช่วยสนับสนุน ซึ่งภาคส่วนนี้ยังคงมีปัญหาอยู่ด้วยเช่นเดียวกัน กล่าวคือยังไม่สามารถร่วมมือและประสานงานกันอย่างมีบูรณาการ โดยที่การประสานประโยชน์จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์ร่วมกันและไม่ได้มีการร่วมมือกันเพื่อมุ่งไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีลักษณะการแข่งขันในเชิงธุรกิจที่ไม่เป็นผลดีต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินธุรกิจที่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมประเพณี ขาดจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ และไม่ให้ความสำคัญต่อมาตรฐานและคุณภาพในการให้บริการของผู้ประกอบการบางกลุ่มบางราย สำหรับในส่วนของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ยังคงมีปัญหาอยู่ว่าจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แผน หรือยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวให้กับรัฐบาลได้ในลักษณะใด และจะมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมได้อย่างไร รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ที่จะมีต่อภาครัฐกิจท่องเที่ยวเอกชนด้วยตนเอง และโครงสร้างของการบริหารที่ยังไม่มีความชัดเจนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับอนุภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น

ในภาคส่วนที่เกี่ยวกับบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น ได้พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวกระทบต่อวิถีชุมชนอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และเป็นที่น่าสนใจได้ว่า ถ้าประชาชนหรือคนในท้องถิ่นไม่ให้การต้อนรับหรือไม่ให้ความร่วมมือ ก็อาจเกิดปรากฏการณ์บางอย่าง เช่น การคัดค้าน การต่อต้าน หรือการวางเฉย ภาคประชาชนและชุมชนในท้องถิ่นในนานาอารยประเทศได้รับการยอมรับในสถานะภาพ บทบาท ความสำคัญ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชาติ ซึ่งสถานะภาพ บทบาท และความสำคัญดังกล่าวนี้ยังขาดความสมบูรณ์และยังไม่สอดคล้องกับสิทธิประชาชนหรือสิทธิชุมชนดังที่ได้บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ชัดเจนว่า ภาคส่วนของประชาชนและชุมชนท้องถิ่นยังไม่ได้รับการยอมรับและให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบาย วางแผน และการพัฒนา

ปัญหาการบูรณาการการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัญหาส่วนนี้ผู้ศึกษาวิจัยได้พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีปัจจัยหลากหลายที่เข้ามาขับเคลื่อนทั้งในเชิงองค์กรมากมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและในเชิงการบริการ และอำนาจความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกประเภทซึ่งการท่องเที่ยวต้องพึ่งพา รวมทั้งบุคลากรทุกประเภททุกระดับที่เข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รัฐบาลจึงต้องบริหารงานด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความสลับซับซ้อนและความหลากหลายขององค์ประกอบต่างๆ ดังกล่าว

ลักษณะความหลากหลายและความสลับซับซ้อนขององค์กร ตลอดจนบทบาทอำนาจหน้าที่ที่ทับซ้อนกัน ระบบและวิธีการบริหารที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมองค์กรที่ไม่เหมือนกัน การขาดความรู้ความเข้าใจของบุคลากรที่ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวล้วนแล้วแต่ก่อให้เกิดปัญหาด้านการประสานงานและบูรณาภาพในการบริหารงานโดยรวม นอกจากนี้การสะท้อนปัญหาและความต้องการของภาครัฐกิจท่องเที่ยวเอกชนและชุมชนในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่าที่ควร หรือแม้แต่นโยบายการพัฒนาอย่างบูรณาการโดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ก็ยังมีปัญหาที่

ผู้ว่าราชการจังหวัดไม่อาจมีบทบาทในการนำนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัดและในระดับพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากในแต่ละจังหวัดเองก็มีหน่วยราชการส่วนกลางไปตั้งอยู่ที่ส่วนภูมิภาคเป็นจำนวนมาก รวมทั้งระดับราชการส่วนท้องถิ่นที่ผู้ว่าราชการส่วนกลางยอมมอบหมาย หรือโอนอำนาจให้ผู้ว่าราชการจังหวัดตามความกระบวนกรทางกฎหมาย หรือตามระเบียบการบริหารราชการแผ่นดิน ข้อจำกัดดังกล่าวนี้ล้วนแล้วแต่เป็นอุปสรรคบั่นทอนพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและไม่มีโอกาสสร้างบูรณาการในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เลยภายใต้สถานะภาพเช่นนี้

ปัญหาด้านกฎหมาย การดำเนินงานของรัฐเพื่อผลักดันนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สำเร็จลุล่วงไปนั้น ต้องอาศัยกลไกและเครื่องมือต่างๆ เพื่อให้นโยบายและภารกิจที่กำหนดไว้ได้รับการนำไปปฏิบัติ จึงได้มีการจัดตั้งองค์กรรับผิดชอบ กำหนดตัวบทกฎหมายและบทบัญญัติภายใต้หลักความชอบด้วยกฎหมายเพื่อให้มีการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ จากการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารราชการแผ่นดิน และกฎหมายฉบับต่าง ๆ ที่ให้อำนาจองค์กรภาครัฐเข้าไปใช้อำนาจในการออกกฎ ระเบียบ ประกาศ และคำสั่ง ได้พบว่าในปัจจุบันมีกฎหมายอยู่เป็นจำนวนมากที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทอำนาจหน้าที่ของภาครัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริหารการท่องเที่ยวและการควบคุมกำกับดูแลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาอำนาจตามกฎหมายขององค์กรภาครัฐในระบบหลัก ซึ่งหมายถึงองค์กรภาครัฐที่กฎหมายให้อำนาจดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น และองค์กรภาครัฐในระบบรอง ซึ่งหมายถึงองค์กรภาครัฐที่กฎหมายให้อำนาจดูแลรับผิดชอบภารกิจอื่น ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ องค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ดูแลรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ธรรมชาติ ป่าไม้ โบราณสถานโบราณวัตถุ วัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น ซึ่งสถานที่และกิจกรรมเหล่านี้ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ทางภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยว และในหลายกรณีได้เกิดความขัดแย้งและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบสถานที่และกิจกรรมดังกล่าว จำเป็นต้องปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายที่ให้อำนาจไว้ ซึ่งไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว

หากจะพิจารณาถึงการบริหารราชการตามกฎหมาย ในกรณีของการบริหารราชการส่วนภูมิภาค ได้พบว่าผู้ว่าราชการจังหวัด ซึ่งมีอำนาจบริหารราชการตามกฎหมาย และระเบียบแบบแผนของทางราชการ เมื่อต้องเข้ามารับภารกิจด้านการบริหารการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นภารกิจส่วนหนึ่งของจังหวัดก็ยังคงมีปัญหาในทางปฏิบัติ เนื่องจากภารกิจด้านการท่องเที่ยวยังคงอยู่กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นการบริหารราชการส่วนกลาง โดยที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬายังไม่ได้มอบอำนาจในการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดตามกระบวนกรทางกฎหมายและระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน

ในกรณีการบริหารราชการตามกฎหมายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบต่างๆ ซึ่งต่างก็เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นตามหลักการกระจายอำนาจ และมีอิสระในการบริหารงานทำให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีความเป็นเอกเทศไม่มีองค์กรใดขึ้นตรงกับองค์กรใด และไม่มีองค์กรใดสั่งการ

ตามระบบการบังคับบัญชา หรือควบคุมกำกับด้วยกฎหมาย และเนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่การดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบต่างๆ หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว และใช้อำนาจตามกฎหมายกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ก็จะทำให้เกิดผลเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวอันเป็นการทำลายประโยชน์ระยะยาวของท้องถิ่นนั้นไป

การทำหน้าที่ของรัฐในการปกป้องผลประโยชน์ของชาติและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอันนำมาซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลากหลาย ได้พบว่ากิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลายกรณีส่งผลกระทบต่อภารกิจในการปกป้องผลประโยชน์ของชาติ โดยเฉพาะการดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยมิได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งเท่ากับเป็นการทำลายต้นทุนทางสังคม และนำไปสู่การสร้างปัญหาที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและบั่นทอนทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางสังคม และภาครัฐเองย่อมมีส่วนร่วมในกระบวนการดังกล่าวนี้โดยยังไม่ได้ใช้ความพยายาม หรือปล่อยปละละเลยในการควบคุมและจัดระเบียบตามอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่ตามกฎหมาย

จากปัญหาและความเป็นมาของปัญหาทั้ง 4 ประการ คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางเบื้องต้นในการวางระบบการบริหารการท่องเที่ยวเป็น 2 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 เป็นแนวทางที่ยังคงพิจารณาใช้ประโยชน์จากโครงสร้างการบริหารในรูปแบบเดิม

แนวทางที่ 2 เป็นแนวทางที่เสนอให้พิจารณาจัดตั้งโครงสร้างการบริหารในรูปแบบใหม่ โดยประกอบด้วยแนวทาง 4 ประการ คือ

- 1) แนวทางในการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2) แนวทางในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 3) แนวทางในการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 4) แนวทางในการจัดทำปรับปรุงและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.1.5 โครงการวิจัยด้านการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2554 ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเน้นการท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Special Tourism) ดังนี้

1) โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยบริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี จำกัด (2553)
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้านของการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยที่มีถิ่นพำนักอย่างถาวรในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล
2. เน้นการศึกษาให้ได้ผลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาด สำหรับกลุ่มเป้าหมายอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

3. ผลการศึกษาครอบคลุมประเด็นสำคัญทางการตลาดเพื่อการวางแผนกลยุทธ์
4. สามารถนำผลการศึกษา来确定แนวทางการส่งเสริมการตลาด ต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างมั่นใจและได้ผล

ผลการศึกษา

1. แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ นักเดินทางท่องเที่ยวชาว กรุงเทพฯ และปริมณฑล มีพัฒนาการแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปในระดับหนึ่ง จากเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวตามเทศกาล งานบุญ เป็นส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เบื้องต้นเพียงเพื่อให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ มาเป็นการใช้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการแสวงหาความรัก และมันคงให้เกิดแก่นในสังคมขนาดย่อยๆ มากขึ้นเป็นลำดับ ทว่าอย่างไรก็ตามพัฒนาการตามลำดับดังกล่าวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่สามารถระบุได้ว่ามีความก้าวหน้าถึงขั้นที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการแบ่งปันและแสวงหา “การยอมรับนับถือ” หรือเพื่อแสวงหา “ตัวตน”

2. การจัดกลุ่มคนกรุงเทพฯ และปริมณฑลตามทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวและวิถีชีวิต

- กลุ่มที่ 1 In-Trend “เรียนรู้คู่กระแส” มีสัดส่วนร้อยละ 8.7
- กลุ่มที่ 2 Explorer “บุกเบิกค้นหา” มีสัดส่วนร้อยละ 2.5
- กลุ่มที่ 3 Festive “เร่ร่อนเทศกาล” มีสัดส่วนร้อยละ 10.9
- กลุ่มที่ 4 Friends & Lovers “เพื่อเพื่อนและแฟน” มีสัดส่วนร้อยละ 10.6
- กลุ่มที่ 5 Family Value “ครอบครัวสำคัญ” มีสัดส่วนร้อยละ 38.8
- กลุ่มที่ 6 Safety Techie “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” มีสัดส่วนร้อยละ 13.7
- กลุ่มที่ 7 Conservative “อนุรักษ์นิยม” มีสัดส่วนร้อยละ 5.0

3. ข้อจำกัดหรืออุปสรรคต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑล ถึงร้อยละ 56.0 ที่ไม่สามารถแม้กระทั่งจะวางแผนเดินทางไปในที่ที่ตนเองอยากไปมากที่สุดได้ และเหตุผลที่กลุ่มดังกล่าวแสดงไว้ล้วนเป็นเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับ เวลา ค่าใช้จ่าย ความปลอดภัย และสุขภาพทั้งสิ้น

4. พฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑล

- พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ ร้อยละ 79.5/ปี
- พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน 2.1 ครั้ง/คน/ปี
- แหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ คนกรุงเทพฯ และปริมณฑลมากที่สุด คือ หัวหิน ร้อยละ 5 ภูเก็ต ร้อยละ 3.9 เกาะเสม็ด ร้อยละ 3.6 ดอยสุเทพ ร้อยละ 3.3 ซะอำ 3.2
- แหล่งท่องเที่ยวที่คนกรุงเทพฯ และปริมณฑลส่วนมากต้องการไปเที่ยวมากที่สุด นั้น คือ ปาย ร้อยละ 12.2 เกาะพีพี ร้อยละ 7.3 ภูเก็ต ร้อยละ 5.5 ดอยอินทนนท์ ร้อยละ 4.8 น้ำตกทีลอซู ร้อยละ 3.6

5. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- การใช้การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และศึกษา พบว่าเพศชายมีแนวโน้มใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มากกว่าเพศหญิง ขณะที่วัยรุ่นและกลุ่มคนเกษียณอายุใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และศึกษามากกว่ากลุ่มคนทำงาน

- การใช้การท่องเที่ยวเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัวและสังคมกลุ่มย่อย การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรัก เพิ่มพูน เต็มเต็ม หรือรักษาไว้ซึ่งความรัก ความสัมพันธ์ระหว่างตนกับสังคมใกล้เคียงอย่างเด่นชัดมากขึ้น

- การพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวในประเทศ จะใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประกอบกิจกรรมอันแสดงได้ถึงความชื่นชอบของตนเองในรูปแบบอื่นๆ นอกจากเพื่อวัตถุประสงค์การพักผ่อน เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงเทศกาลประเพณี การท่องเที่ยวแบบย้อนยุค

- ช่องทางการสื่อสารด้านการเดินทางท่องเที่ยว การศึกษาพบว่าช่องทางการสื่อสารทางเว็บไซต์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ของททท. รวมถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยว เช่น Pantip, Blueplanet, Sanook ได้รับความน่าเชื่อถือในสัดส่วนที่สูง

- การสื่อสารข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตพบว่า คนกรุงเทพฯ และปริมณฑล กลุ่มเป้าหมายสัดส่วนร้อยละ 70.8 เคยมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ขณะที่เพียงร้อยละ 29.2 ยังไม่เคยลองใช้ไม่ว่าจะเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตในรูปแบบใด ๆ หรือจากสถานที่ใด

- การสื่อสารข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ ททท. พบว่ามีเพียงร้อยละ 34.8 ของหน่วยตัวอย่างที่เคยเขาใช้เว็บไซต์ของททท. เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการเดินทางท่องเที่ยว

- การสื่อสารข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์อื่น ๆ มีเว็บไซต์ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่สมควรกล่าวถึงเพียง 6 เว็บไซต์เท่านั้น Google ร้อยละ 23, Pantip ร้อยละ 7.5, Blueplanet ร้อยละ 1.3, Sanook ร้อยละ 0.9, Kapook ร้อยละ 0.5 และแพรวกิ้งไทย ร้อยละ 0.4

- แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระบบการสื่อสารพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และยังส่งผลต่อการใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ลดลง

6. แผนการเดินทางท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2553 เดินทางในประเทศอย่างเดียวร้อยละ 75.9 เดินทางต่างประเทศอย่างเดียวร้อยละ 7.6 เดินทางทั้งในประเทศและต่างประเทศร้อยละ 5.3 สำหรับจุดประสงค์ตามแผนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2553 พบว่าส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อ “การไปท่องเที่ยวพักผ่อน” ในสัดส่วนที่สูงที่สุด ถึงร้อยละ 93.2 รองลงมา ได้แก่ การไปเยี่ยมเยียนญาติและเพื่อน ร้อยละ 15.8 และการเดินทางกลับบ้านเกิด ร้อยละ 5.8 เพื่อกระทำพิธีกรรมทางศาสนา เช่น ปฏิบัติศีลภาวนา ไปไหว้พระ ทำบุญ ร้อยละ 2.5 และเพื่อจับจ่ายซื้อของ เพื่อประชุม เพื่อบวช หรือเพื่อฮันนีมูน ร้อยละ 1.1

ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การตลาด

1. โดยการจัดกลุ่มหมวดหมู่สินค้า (Segmentation) ทางการท่องเที่ยวตามการคาดการณ์ความต้องการตามลักษณะกลุ่มวิถีชีวิต
2. การนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตามลักษณะกลุ่มวิถีชีวิต (Place for Communication)
3. การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดโดยใช้ราคา (Price) เพื่อเจาะจงตามลักษณะของกลุ่มวิถีชีวิต
4. การกำหนดแผนการส่งเสริมการขาย (Promotion) ตามลักษณะกลุ่มวิถีชีวิต

2) โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำกิจกรรม Shopping & Entertain โดย บริษัท ดี อินเทอร์เน็ตพี รีเสิร์ช จำกัด (2553) วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารวบรวมฐานข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาทำกิจกรรมด้าน Shopping และด้าน Entertainment ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเดินทาง การตัดสินใจเลือกสถานที่ทำกิจกรรมด้าน Shopping และด้าน Entertainment และความพึงพอใจจากการทำกิจกรรมดังกล่าวในประเทศไทย
3. เพื่อทราบถึงสถานภาพ/ตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทย จุดแข็ง จุดอ่อน และสินค้าด้าน Shopping และด้าน Entertainment รวมทั้งแนวทางส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมกิจกรรมนี้ โดยวิเคราะห์จากแนวความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
4. เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษามาปรับแผนการส่งเสริมตลาด และปรับปรุงพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวของไทยให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษา

- ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ทำกิจกรรมด้านช้อปปิ้ง มีการจำแนกโควตาชายและหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยที่นักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 25-35 ปี มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 42) ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวที่มีอายุค่อนข้างมากเกินกว่า 45 ปี (ร้อยละ 21) 18-24 ปี (ร้อยละ 20) และอยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี (ร้อยละ 17)
- ประเภทของนักท่องเที่ยวที่ทำกิจกรรมด้านช้อปปิ้ง ดังนี้
 - นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น เน้นการจับจ่ายซื้อของฝาก (ร้อยละ 40)
 - นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป นิยมจับจ่ายซื้อสินค้าไว้ใช้สอยเอง เน้นหัตถกรรมไทย
 - นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย นิยมการจับจ่ายสินค้าโดยทั่วไป ในห้างมาบุญครอง
 - นักท่องเที่ยวจากแถบตะวันออกกลาง นิยมจับจ่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับ

- เหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาตินึกถึงประเทศไทยในด้านเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านช้อปปิ้ง จำแนกออกได้เป็น 3 มิติ คือ มิติด้านสินค้า มิติด้านสถานที่ มิติด้านบริการ

- *สถานที่ช้อปปิ้งในศูนย์การค้า* ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาคมากที่สุด คือ มาบุญครอง (ร้อยละ 22) สยามพารากอน, สยามดิสคัฟเวอร์, สยามเซ็นเตอร์ (ร้อยละ 11), เดอะ แพลทินัม แฟชั่นมอลล์ (ร้อยละ 6), เซ็นทรัลเวิลด์, เซ็น, อิเซตัน (ร้อยละ 5), เซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยา บีช (ร้อยละ 3) สำหรับ*สถานที่ช้อปปิ้งนอกศูนย์การค้า* ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาคมากที่สุด คือ ตลาดกลางคืน, ถนนคนเดิน (ร้อยละ 29), ถนนข้าวสารและสวนจตุจักร

- ผลการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มกิจกรรมบันเทิง พบว่ามีการ จำแนกโควตาชายและหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 25-35 ปี มีจำนวน มากที่สุด (ร้อยละ 39) ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากเกินกว่า 45 ปี (ร้อยละ 24) 18-24 ปี (ร้อยละ 23) และในช่วงอายุ 36-45 ปี (ร้อยละ 14)

- ประเภทของสถานที่ด้านกิจกรรมบันเทิงที่นักท่องเที่ยวนิยม ดังนี้ สถานที่บันเทิง เช่น ผับ บาร์ (ร้อยละ 80), การแสดงมหรสพต่าง ๆ เช่น ละคร เพลง กีฬา (ร้อยละ 49), สวนสัตว์ (ร้อยละ 42), สวนสนุก (ร้อยละ 19)

- เหตุผลหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวนึกถึงประเทศไทยในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านความบันเทิง จำแนกออกเป็น 4 มิติ ดังนี้ มิติด้านกิจกรรมและการแสดง, มิติด้านสถานที่, มิติ ด้านบริการ, มิติด้านราคา

- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำกิจกรรมช้อปปิ้งและกิจกรรมบันเทิง ผล วิจัยในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสองกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความพึงพอใจในเชิงบวกซึ่ง หมายความว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพของบริการจากการท่องเที่ยวนี้ในประเทศไทยได้รับการตอบสนองที่ดีเกินจากความคาดหวัง อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรพิจารณา คือ นักท่องเที่ยว ต่างชาติอาจมีความไม่คาดหวังสูงมากสำหรับประเทศไทยเกี่ยวกับการให้บริการการท่องเที่ยวทั้งสอง กลุ่มนี้ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุจากการรับรู้ในภาพรวมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มักถูกเชื่อมโยง กับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม มากกว่าการรับรู้เกี่ยวกับ กิจกรรมท่องเที่ยวด้านช้อปปิ้งและกิจกรรมด้านบันเทิง

ข้อเสนอแนะ

ด้านช้อปปิ้ง

1. การพัฒนาศักยภาพการจัดการความรู้ความสามารถของบุคลากรในการตอบ คำถามของนักท่องเที่ยว

2. การสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการทำกิจกรรมและความปลอดภัยต่อ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมบันเทิง

- การพัฒนาปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานในสถานที่ด้านกิจกรรมบันเทิง เช่น ราคาบริการที่ สมเหตุสมผล ป้ายบอกทางข้อมูลที่มีหลากหลายภาษา เป็นต้น

3) โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพและความงาม (Spa and Wellness) โดย บริษัท มาเก็ตไวส์ จำกัด (2553) วัตถุประสงค์

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลในด้านของผู้ให้บริการทางสุขภาพและความงามและธุรกิจสนับสนุน (Supply Side)
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพและความงาม (Demand Side)
3. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแผนตลาดเชิงรุกในภาพรวมและแผนการตลาดสำหรับแต่ละกลุ่มการตลาดเพื่อเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงได้อย่างถูกต้องและมีทิศทาง

ผลการศึกษา

1. อุตสาหกรรมสุขภาพความงาม จากรายงาน Thailand Spa Benchmark Report (December 2009) ของ Intelligence Spa พบว่าในปี 2008 มีผู้ประกอบการธุรกิจสปาในประเทศไทยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 695 แห่ง และคาดการณ์การเติบโตของปี 2009 ที่ร้อยละ 7 ทั้งนี้ หากพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสปาจำแนกตามประเภทจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปา กลุ่มที่ใหญ่ของในประเทศไทยยังเป็นผู้ให้บริการประเภท Destination Spa ซึ่งรวมถึงผู้ให้บริการทั้งประเภท Hotel Spa และ Resort/Retreat Spa โดยมีสัดส่วนรวมอยู่ที่ ร้อยละ 54 ส่วนอีก ร้อยละ 46 เป็นผู้ให้บริการประเภท Day Spa

2. แนวโน้มที่สำคัญของอุตสาหกรรมสุขภาพความงาม

- จากกลุ่มผู้ใช้บริการสปาชาวต่างประเทศทั้งหมด พบว่าประมาณ ร้อยละ 18 เป็นกลุ่มชาวต่างชาติที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย และที่ 82% เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศ โดยกลุ่มตลาดที่คาดว่าจะมีการเติบโตสูงขึ้นมาในอนาคต ได้แก่ กลุ่มเอเชียตะวันออก และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- ผู้บริหารสถานประกอบการสุขภาพความงามคาดการณ์แนวโน้มตลาดโดยรวมเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 5-10% ในปีข้างหน้า ในขณะที่อีก 3 ปีข้างหน้าคาดการณ์ว่าตลาดจะเติบโตสูงขึ้นอีก 20-30%

- กลุ่มนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยายกว้างขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (อายุ 25-39 ปี) และลูกค้าผู้ชายที่รักในสุขภาพ/การดูแลตัวเองนอกจากนี้ตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นคู่รัก และนักท่องเที่ยว/นักธุรกิจที่ใช้บริการสปาในระหว่างการเดินทางก็เป็นอีกกลุ่มตลาดที่กำลังเติบโต

- มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มขึ้น เช่น การให้บริการสปาแบบต่างๆ เช่น การให้บริการครบวงจรที่รวมบริการ Spa และ Wellness เข้าไว้ด้วยกัน

- Day Spas ขยายการให้บริการจากบริการที่เน้นการผ่อนคลายไปสู่การบริการที่นำเสนอประสบการณ์และวิธีการดำเนินชีวิตเพื่อการเรียนรู้ เช่น การเติบโตของสปาที่นำเสนอประสบการณ์แบบธรรมชาติและไร้อาหารพิษ

3. ประเทศผู้ให้บริการสุขภาพความงามคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ อินโดนีเซีย จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น

4. ลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาใช้บริการทางสุขภาพความงามในประเทศไทยจำนวน 382 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อใช้บริการสุขภาพความงามร่วมกับเดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นด้วย เช่น ร้อยละ 82 มาเพื่อการท่องเที่ยว ร้อยละ 13 มาเพื่อติดต่อธุรกิจ ร้อยละ 10 มาเยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 5 มาใช้บริการทางสุขภาพด้านการรักษา และร้อยละ 1 มาเพื่อศึกษา/อบรม/สัมมนา

5. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญสูงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการด้านสุขภาพความงาม ซึ่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญ ได้แก่ การให้บริการที่เป็นมิตร/มารยาท/ความสุภาพ ความสะอาดของที่ตั้งของประเทศไทย ความหลากหลายครบวงจรของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ความชำนาญของผู้ให้บริการและผลลัพธ์ที่ดีจากการใช้บริการ ตลอดจนราคาค่าบริการที่เหมาะสมมีความคุ้มค่า โดยหากเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีต่อการบริการสุขภาพความงามในประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ ที่ตนเองเคยไปใช้บริการพบว่า บริการสุขภาพความงามของประเทศไทยสร้างความพึงพอใจได้ในระดับที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งอย่าง จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฮ่องกง ในทุก ๆ ด้าน ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอย่างเกาหลีใต้ สิงคโปร์ และออสเตรเลีย เป็นประเทศที่ได้ระดับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวในระดับที่สูงกว่าประเทศไทยในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความหลากหลาย ครบวงจรของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ผลลัพธ์จากการใช้บริการ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และความปลอดภัยภายในประเทศ

แนวทางในการเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม

1. กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทยที่ชัดเจน ตลอดจนใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามของประเทศไทย
2. ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสื่อสารตำแหน่งทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์เกี่ยวกับประเทศไทย
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่นและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดและจับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ
4. ปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการสุขภาพความงามในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจ การใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ
5. สร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อสร้างความร่วมมือและการบูรณาการ เพื่อการพัฒนาตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามอย่างยั่งยืน

4) โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ โดยบริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2554)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มดำน้ำ

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา

1. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำ จำนวน 153 ราย
2. นักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มดำน้ำ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มดำน้ำเลือกที่เดินทางมาประเทศไทย โดยได้ทำการกระจายโควตา จำนวน 400 ราย

ผลการศึกษาในภาพรวม

- ประเทศไทยมีพื้นที่ทางทะเลอันกว้างใหญ่ไพศาล โดยมีพื้นที่มากกว่า 350,000 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยสองฝั่ง คือ ฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทย ทะเลฝั่งอ่าวไทยได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจากประเทศจีน ทำให้มีฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่ปลายเดือนเมษายนถึงเดือนพฤศจิกายน ส่วนทะเลฝั่งอันดามันได้รับลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จากมหาสมุทรอินเดีย มีฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน เมื่อรวมทะเลไทยทั้งสองฝั่งเข้าด้วยกัน จึงทำให้เห็นภาพรวมการท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยว่า สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี โดยผลัดกันฝั่งละ 6 เดือน ดังนั้น ประเทศไทยควรกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของไทยด้านการดำน้ำลึก (Scuba Diving) ให้เป็นประเทศที่มีความหลากหลายของจุดดำน้ำ มีอุณหภูมิของน้ำที่เอื้ออำนวยต่อการดำน้ำ มีความหลากหลายของแพคเกจโปรแกรมในการดำน้ำ และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน

- จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว เห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของจุดดำน้ำ และมีจำนวนของแหล่งดำน้ำที่มาก ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นของประเทศ หากเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในสายตาของนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ (เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และออสเตรเลีย เป็นต้น)

- จากผลการจัดอันดับ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำไม่ว่าจะเป็นในกลุ่มคนไทยหรือชาวต่างชาติ จะรู้จักและมีความสนใจที่จะไปดำน้ำในจุดดำน้ำที่คล้ายคลึงกัน ประกอบกับผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้นี้ยืนยันว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำชาวต่างชาติโดยส่วนใหญ่รู้จักและเคยไปแหล่ง/จุดดำน้ำด้านอันดามันมากกว่าด้านอ่าวไทย และเมื่อถามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่าเคยไปดำน้ำที่ใดบ้างในแต่ละฝั่งของประเทศไทย ผลปรากฏว่า ฝั่งอันดามัน: นักท่องเที่ยวเคยไปดำน้ำที่ภูเก็ตมากที่สุด ร้อยละ 67.5 รองลงมาได้แก่ เกาะพีพีและหมู่เกาะสิมิลัน โดยมีจำนวนเท่ากับ ร้อยละ 34.3 และ ร้อยละ 29.3 ตามลำดับ ฝั่งอ่าวไทย: นักท่องเที่ยวเคยไปดำน้ำที่พัทยามากที่สุด ร้อยละ 39.3 รองลงมาได้แก่ เกาะสมุยและเกาะช้าง โดยมีจำนวนเท่ากับ ร้อยละ 37 และ ร้อยละ 30.5 ตามลำดับ

- อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึงระดับความพึงพอใจ พบว่าค่าคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 3.87 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) หรือมีค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับ ร้อยละ 81.8 โดยประเด็นที่ได้รับระดับความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก (ตาม %T2B) ได้แก่

ความสวยงามของภูมิทัศน์ใต้ทะเล ร้อยละ 79.0 อุณหภูมิของน้ำทะเล ร้อยละ 76.3 ความปลอดภัยในการดำน้ำ ร้อยละ 75.3 ความสวยงามของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล ร้อยละ 75 ความหลากหลายของแนวปะการังและปะการังใต้ทะเล ร้อยละ 73.8

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

เชิงนโยบาย

1. นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเล
2. นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเล
3. นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประติมากรรมใต้น้ำเพื่อส่งเสริมแหล่ง/จุดดำน้ำใหม่ๆ
4. นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่อย่างเคร่งครัด

สำหรับผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำที่มากขึ้นทะเลเป็นและมีใบอนุญาตจะต้องแจ้งให้ภาครัฐทราบ
2. ทำการปรับปรุงมาตรฐานของเรือและอุปกรณ์ที่มีไว้บริการนักท่องเที่ยว
3. ผู้ประกอบการควรทำการคัดเลือกกลุ่มลูกค้าคุณภาพ

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสทางการตลาดในแต่ละประเทศ
2. กลยุทธ์/วิธีการทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมาย
3. กำหนดตำแหน่งทางการตลาดสำหรับประเทศไทย
4. แนวทางและช่องทางการส่งเสริมการตลาดร่วมกับผู้ประกอบการสินค้าและบริการ

ดำน้ำ

5) โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่ม Honeymoon & Wedding โดย Synovate Business Consulting

ผลการศึกษาในภาพรวม สาเหตุที่ปัจจุบันการแต่งงานนอกประเทศกำลังเป็นที่นิยมของคู่รักชาวต่างชาติทั่วโลก

1. เป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การจัดงานแต่งงานนอกประเทศทำให้คู่รักรวมถึงแขกที่เดินทางไปร่วมงาน ได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ในถิ่นที่ตนเองไม่ได้อยู่อาศัย ถือเป็นความทรงจำที่น่าจดจำอีกหนึ่งความทรงจำ ซึ่งโดยมากสถานที่ที่เลือกไป มักเป็นประเทศที่มีอากาศแตกต่างจากประเทศของตน
2. ความคุ้มค่าในการเดินทาง เนื่องจากการเดินทางไปแต่งงานในสถานที่เดียว แต่สามารถใช้เป็นสถานที่อันนินได้พร้อมกัน นอกจากนั้นแขกที่มาร่วมงานยังสามารถใช้โอกาสนี้ในการเดินทางมาเที่ยวได้อีกด้วย
3. ความคุ้มค่าด้านการใช้จ่าย ในการจัดงานแต่งงานนอกประเทศโดยรวมแล้วอาจมีราคาค่าใช้จ่ายต่ำกว่า หากคู่รักควบคุมจำนวนแขกที่เชิญมาให้เหมาะสม

4. ความเป็นส่วนตัว คู่รักต่างชาติที่เดินทางไปแต่งงานนอกประเทศ มักจะเลือกสถานที่ที่แปลกใหม่และมีความสุขงาม เพื่อใช้ช่วงเวลาที่ดีกับคนที่รักในการจัดงานแบบที่ตนต้องการ และใช้เวลากับครอบครัวของตนได้อย่างอิสระ ด้วยกระแสการแต่งงานและฮันนีมูนนอกประเทศดังกล่าวทำให้ประเทศต่าง ๆ ที่มีความสุขงาม ได้มีการจัดวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเจาะกลุ่มคู่รักโดยเฉพาะสำหรับประเทศไทยเอง ได้มีคู่รักชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาจัดงานแต่งงานและฮันนีมูนบ้างแล้ว โดยสถานที่ที่เป็นที่นิยม คือ จังหวัดริมทะเลและหมู่เกาะทางภาคใต้ เนื่องจากมีทัศนียภาพที่สวยงาม และจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมีประเพณีและวัฒนธรรมการจัดงานแต่งงานดั้งเดิมที่แปลกใหม่และสวยงาม ในสายตาของคู่รักชาวต่างชาติ จากการศึกษา ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มประเทศคู่แข่งหลัก ๆ ดังนี้

คู่แข่งตลาดฮันนีมูน

1. กลุ่มประเทศโรแมนติก เช่น ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี สเปน กรีซ สาธารณรัฐเชก และโมนาโก
2. กลุ่มประเทศที่มีจุดขายเรื่องชายหาดและท้องทะเลที่สวยงาม เช่น กลุ่มประเทศแคริบเบียน มัลดีฟส์ มอริเชียส สาธารณรัฐเซเชลส์ ไซปรัส รัฐฮาวาย และบาฮามาส
3. กลุ่มประเทศการฮันนีมูนแบบผจญภัย เช่น แอฟริกาใต้ ออสเตรเลีย แคนาดา
4. กลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เช่น เมืองเซบและบูโรโคในประเทศฟิลิปปินส์ เกาะลังกาวีในประเทศมาเลเซีย และเกาะบาหลีในประเทศอินโดนีเซีย

คู่แข่งตลาดแต่งงาน

1. กลุ่มประเทศโรแมนติก เช่น ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี สเปน กรีซ สาธารณรัฐเชก โมนาโก
2. กลุ่มประเทศที่มีจุดขายเรื่องชายหาดและท้องทะเลที่สวยงาม เช่น กลุ่มประเทศแคริบเบียน มัลดีฟส์ มอริเชียส สาธารณรัฐเซเชลส์ ไซปรัส รัฐฮาวาย และ บาฮามาส
3. กลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เช่น เมืองเซบและบูโรโคในประเทศฟิลิปปินส์ เกาะลังกาวีในประเทศมาเลเซีย และเกาะบาหลีในประเทศอินโดนีเซีย

แนวทางในการเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม

1. กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทยที่ชัดเจน ตลอดจนใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามของประเทศไทย
2. ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสื่อสารตำแหน่งทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์เกี่ยวกับประเทศไทย
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่นและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดและจับกลุ่มเป้าหมาย ใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ
4. ปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการสุขภาพความงามในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจ การใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ
5. สร้างเครือข่ายพันธมิตร เพื่อสร้างความร่วมมือและการบูรณาการ เพื่อการพัฒนาตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามอย่างยั่งยืน

6) โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยว

ชาวต่างประเทศกลุ่มกอล์ฟ (Golf) โดย บริษัท แบรนด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด 2553

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มกอล์ฟ เช่น พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านความรู้ต่อสินค้า ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มข้างต้น รวมถึงแนวโน้มการกลับมาใช้บริการในอนาคต

2. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านอุปทานของธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มกอล์ฟ เช่น ตำแหน่งทางการตลาด จุดอ่อน จุดแข็ง ข้อจำกัดของสินค้า โดยวิเคราะห์จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

3. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการจัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มกอล์ฟ
2. ผู้ประกอบการด้านกอล์ฟ

การศึกษาด้านอุปทานสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการด้านกอล์ฟ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือ In-depth Interview จำนวน 33 ราย และการศึกษาด้านอุปสงค์สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ผ่านการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า หรือ Face-to-Face Interview จำนวน 330 ราย

ผลการศึกษา

นักท่องเที่ยวกลุ่มกอล์ฟในประเทศไทย ลูกค้าหลักของผู้ประกอบการธุรกิจกอล์ฟส่วนใหญ่ คือ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย และ ไต้หวัน นักกอล์ฟชาวยุโรปที่นิยมเดินทางมาตีกอล์ฟยังประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เยอรมัน ฟินแลนด์ เดนมาร์ก ฝรั่งเศส สเปน และเนเธอร์แลนด์ อายุเฉลี่ยของนักกอล์ฟทั้งชาวเอเชียและชาวยุโรปส่วนใหญ่อยู่ที่ 40 ปี นักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่นิยมซื้อแพคเกจท่องเที่ยวกอล์ฟแบบ 3 วัน 2 คนและ 4 วัน 3 คน ทั้งนี้ นักกอล์ฟชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมตีกอล์ฟเฉลี่ยวันละ 1 รอบ โดยนักกอล์ฟชาวเอเชียนิยมตีกอล์ฟทุกวันจนกว่าจะเดินทางขึ้นเครื่องกลับประเทศของตนเอง ในขณะที่นักกอล์ฟชาวยุโรปมักนิยมทำกิจกรรมเสริมหลังตีกอล์ฟ เช่น Spa ที่ียวกลางคืน (Nightlife) หรือติดต่อธุรกิจ

ปัจจัยและองค์ประกอบที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางมาตีกอล์ฟยังประเทศไทย

ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- พนักงานให้บริการ (People)
- บริการเสริม (Additional Service) รวมทั้ง ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมทางสังคม ด้านระบบอำนวยความสะดวก และด้านภูมิประเทศ

ประเทศคู่แข่ง

ประเทศจีน ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย ประเทศสเปน จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มกอล์ฟส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการตีกอล์ฟในประเทศไทยอยู่ในระดับพึงพอใจ หรือพึงพอใจอย่างสูง (ร้อยละ 82.3) ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มกอล์ฟเพียงร้อยละ 3.3 รู้สึกไม่พึงพอใจต่อการตีกอล์ฟในประเทศไทย โดยประเทศที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมต่อการตีกอล์ฟในประเทศไทยสูงที่สุดได้แก่ กลุ่มประเทศอาเซียน ประเทศสหรัฐอเมริกา/แคนาดา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ และประเทศอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5 (จากค่าคะแนน 6)

ข้อเสนอแนะ

- 1.ควรเน้นปัจจัยด้านการบริการและแค็ตตอรีเป็นหลัก
- 2.เน้นเรื่องของช่วงเวลาการตีกอล์ฟในประเทศไทยเป็นจุดขาย หรือสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าของประเทศไทย
- 3.ประชาสัมพันธ์และแบ่งประเภทของสนามกอล์ฟในประเทศไทยออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- 1) Country heritage golf course (สนามกอล์ฟคลาสสิก)
- 2) New and exciting golf course (สนามกอล์ฟสร้างใหม่)

ใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ เช่น การทำ Road Show การลงโฆษณาในนิตยสารกอล์ฟ โดยอยู่ในรูปแบบของ Editorial Review และการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตตาม Website หรือ Web board ของประเทศต่าง ๆ ในประเทศที่มีแนวโน้มที่ดีในอนาคต คือ สหราชอาณาจักร เยอรมัน กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น ฮองกง และสิงคโปร์

7) โครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนเชิงรุกในการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่สำหรับ 4 ตลาดในเอเชีย (จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน)

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศ เพื่อกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Market segment) และวิธีการเข้าถึงพร้อมชักจูงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ศึกษาทัศนคติ ค่านิยม ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรมการวางแผนเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน ที่ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย
3. ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน ที่มีต่อประเทศไทย และเหตุผลที่ยังไม่เลือกมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

พร้อมทั้งเปรียบเทียบทัศนคติดังกล่าวกับประเทศคู่แข่งที่นักท่องเที่ยวทั้ง 4 ตลาด ตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อกำหนดแนวทางในการแข่งขัน

4. เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษามาปรับแผนการส่งเสริมตลาด และนำเสนอแนวทางเพื่อการปรับปรุงพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวของไทยให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน ได้กำหนดจำนวนตัวอย่าง ทั้งหมด 2,200 ตัวอย่าง โดยเป็นกลุ่มประเทศเป้าหมาย คือ ประเทศจีน 1,000 ตัวอย่าง ประเทศญี่ปุ่น 400 ตัวอย่าง ประเทศอินโดนีเซีย 400 ตัวอย่าง และประเทศไต้หวัน 400 ตัวอย่าง

นิยามศัพท์

1.กลุ่มเดลตา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังไม่มีประเทศเป้าหมายในการท่องเที่ยว คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่ ททท.น่าจะเข้าไปสื่อสารด้วยเป็นกลุ่มแรก เนื่องจากยังสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้มาท่องเที่ยวประเทศไทยได้

2.กลุ่มโอเมกา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่วางแผนการเดินทางไว้นานแล้ว และได้ท่องเที่ยวตามแผนที่วางไว้ โดยมักจะท่องเที่ยวซ้ำประเทศเดิม กล่าวโดยสรุป โอเมกา คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยากจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ผลการศึกษา

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน จากผลการสำรวจภาคสนามยังพบว่าไทยถือเป็นประเทศจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเดลตา ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยโดยเฉพาะเรื่องอาชญากรรมซึ่งจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างมาก เน้นการสื่อสารเรื่องค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง และนิยมไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำหรับกลุ่มโอเมกา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ สถานการณ์ความเป็นไปของสถานที่หรือประเทศเป้าหมาย ส่วนประเทศคู่แข่งสำคัญในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ ออสเตรเลีย อย่างไรก็ตามไทยมีข้อได้เปรียบออสเตรเลียในเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางที่สั้นกว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ประเทศสามอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจและพิจารณาเป็นประเทศแรกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และอิตาลี ซึ่งสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยม คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเลและชายหาด อาหาร และมรดกแผ่นดิน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และเรื่องความปลอดภัย ส่วนที่มีความแตกต่างนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น กลุ่มเดลตาและกลุ่มโอเมกา คือลักษณะของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กลุ่มแรกท่องเที่ยวผ่านบริษัทตัวแทน กลุ่มหลังนิยมหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียนิยมคือ ทะเลและชายหาด แพชั่นและช้อปปิ้ง อาหาร และมรดกแผ่นดิน ประเทศคู่แข่งคือ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และซาอุดีอาระเบีย นักท่องเที่ยว กลุ่มเดลตา นั้นมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่โดดเด่นกว่า กลุ่มโอเมกา ในเรื่องของการได้ไปยังสถานที่ที่กำลังเป็นที่นิยม ซึ่ง กลุ่มโอเมกา นั้นมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างเพื่อไปยังสถานที่ที่สนใจหรือสถานที่ที่ใฝ่ฝันจะไปเป็นอันดับแรก

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน ประเทศที่อยู่ในความสนใจอันดับแรกของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน คือ ประเทศญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันมองว่าประเทศไทยมีความน่าสนใจในด้านเทศกาลงานประเพณี ทะเล และชายหาด สปาและการนวด และกิจกรรมดำน้ำ แต่นิยมไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหาร และมรดกแห่งแผ่นดิน ซึ่งเป็นสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันนิยมมากที่สุด กลุ่มเดลด้า มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ คือ สปาและการนวด ส่วน กลุ่มโอเมกา ชื่นชอบการท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตของคนในประเทศเป็นพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

1. ประเทศจีน ควรมุ่งเน้นการสื่อสารเรื่องความหลากหลายของสินค้าและบริการมาเป็นพิเศษ รวมถึงระยะเวลาในการเดินทางที่รวดเร็ว และความไม่ยุ่งยากในการดำเนินการด้านเอกสารเข้าเมือง

2. ประเทศญี่ปุ่น มุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จในสินค้าและบริการของประเทศไทย โดยสร้างความแตกต่าง ความมีชื่อเสียง ความหลากหลายของสินค้าและบริการโดยดึงดูดเด่นด้านความเป็นไทยให้มากยิ่งขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

3. ประเทศอินโดนีเซีย สินค้าและบริการที่ควรมุ่งเน้น คือ ทะเลและชายหาดโดยเพิ่มคุณภาพและความน่าสนใจของตัวสินค้าและบริการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด, รูปแบบการท่องเที่ยวแบบครอบครัว

4. ประเทศไต้หวัน เพิ่มการรับรู้โดยมุ่งเน้นไปที่สถานที่ท่องเที่ยวประเภททะเล ชายหาด สปา และการนวด ซึ่งเป็นสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีศักยภาพโดดเด่นในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน และมุ่งเน้นความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว กีฬาและกิจกรรมทางน้ำ ยังมีส่วนสนับสนุนให้เกิดความหลากหลายควบคู่ไปกับทะเลและชายหาดอีกด้วย

8) การสัมมนาภายใต้โครงการกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์ (Bangkok Creative City Skills Mapping) โดย ศรียา หอมชื่น, เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน (2553)

จัดขึ้นโดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ โดยได้เชิญผู้กำหนดนโยบายและผู้นำทางความคิด ซึ่งมีบทบาทในการพัฒนาเมือง สร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศร่วมระดมความคิด และแลกเปลี่ยนมุมมอง มีสาระสำคัญ ดังนี้

1. ความพร้อมของกรุงเทพฯ ก่อนเข้าสู่เมืองสร้างสรรค์

- ต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานโลกและแตกต่าง
- รัฐบาลควรพิจารณามาตรการทางภาษี สิทธิในการอาศัยอยู่ในประเทศไทยและการ
- เมืองสร้างสรรค์เป็นสถานที่ที่เปิดให้คนเข้ามาเรียนรู้ แสดงความคิดเห็น สร้างนวัตกรรมใหม่ในการทำอาชีพต่างๆ
- เมืองในมุมมองของกายภาพจะต้องเน้นในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ในมุมมองของคนจะต้องมีความเป็นอยู่ที่ดี
- การผสมผสานและให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้เทคโนโลยีจะเกี่ยวข้องกับ 3 ส่วนคือ รัฐ ผู้ใช้งาน และสายตาชาวโลก

- กรุงเทพมหานครกำหนดตำแหน่งของตนเองให้เป็น Gateway
- เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ต้องไปคู่กับ Creative City คนต้องเป็นศูนย์กลาง
- ทิศทางการดำเนินงานของ กทม.คือสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ได้รู้จักคิดวิเคราะห์ได้
- ด้านการจราจรภายในกรุงเทพฯ จะต้องมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จะทำให้มี wifi ที่สามารถส่งไฟล์ข้อมูลได้ถึง 8 Megabit และจะสร้าง Virtual City เป็น Platform เมืองเสมือนจริง

2. การนำเสนอผลงานวิจัย 6 พื้นที่สร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้จัดทำงานวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ในการสำรวจสินทรัพย์สร้างสรรค์ของเมืองที่ประกอบไปด้วย คน กิจกรรมทางสังคม ธุรกิจสร้างสรรค์ และสถานที่ที่กระจายตัวอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร โดยเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพ 6 แห่งคือ จตุจักร ทองหล่อ สยามสแควร์ ทาวน์อินทาวน์ อาร์ซีเอ และสุขุมวิท โดยมีเป้าหมายในการค้นหาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ที่แท้จริงของพื้นที่เหล่านี้ในด้านบุคลากร การใช้พื้นที่เพื่อทำงานสร้างสรรค์ ระบบเครือข่ายที่ทำให้การทำงานสร้างสรรค์มีประสิทธิภาพ และหน้าที่หลักของแต่ละพื้นที่ในการเป็นกลไกขับเคลื่อนกรุงเทพมหานครสู่เมืองสร้างสรรค์ในอนาคต จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่ากรุงเทพฯ มีศักยภาพของการพัฒนาไปสู่เมืองสร้างสรรค์ จากสภาพแวดล้อมที่ไม่หยุดนิ่งตลอด 24 ชั่วโมง เป็นที่รวมของกลุ่มคนหลายเชื้อชาติ และเป็นพื้นที่ผสมผสานวัฒนธรรมที่หลากหลายสามารถเชื่อมโยงความเป็นตะวันออก และตะวันตกได้อย่างกลมกลืน พื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งเสริมความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของกรุงเทพฯ

3. การออกแบบเมืองสร้างสรรค์ - หลักสถาปัตยกรรมและการวางผังเมือง ซึ่งจำเป็นในการกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม

โอกาสเชิงกลยุทธ์ในการสนับสนุนให้เกิดเมืองสร้างสรรค์ มี ดังนี้

- การวางผังและการออกแบบผ่านการทำงานขนาดใหญ่รูปแบบใหม่ควรมีเขต (Arcade) ในบริเวณของ workplace area เป็นพื้นที่ส่วนกลางเนื่องจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์จะโยกย้ายศูนย์กลาง (The Creative class craves centers) แทนที่จะลงทุนสร้างตึกใหม่เป็นสถานที่ทำงาน ควรจะสร้างพื้นที่สนับสนุนความเป็นอยู่ของตึกแบบเดิม

- บ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ และการร่วมกันก่อผลงานจากสภาพแวดล้อมที่มีอยู่เดิมของเมืองมาผสมผสานกับอาคารสถานที่ทำงานใหม่ ทำให้อยู่ด้วยกันได้อย่างสนับสนุนซึ่งกันและกัน อย่าคิดแต่การสร้างใหม่โดยไม่สนใจของเก่าที่มีอยู่ มีการเชื่อมโยงพื้นที่ ทั้งที่มีค่าใช้จ่ายสูงและต่ำเพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์

- Retrofitting คือ มีพื้นที่สาธารณะให้คนทำกิจกรรมร่วมกัน มีร้านค้า ที่พักอาศัย หอประชุม แล้วบรรยากาศที่เป็นสำนักงานก็จะเปลี่ยนไปเป็นพื้นที่ที่น่าอยู่มีชีวิตชีวา(เปลี่ยนจาก No Street life ไปสู่ vibrant street life)

- Neighborhood หรืออาณาบริเวณแวดล้อม ควรมีการสร้างพื้นที่สีเขียวให้อยู่ในระยะที่สามารถเดินถึง มีระบบขนส่งมวลชนให้คนที่ทำงานในพื้นที่เดินทางได้สะดวก ปัจจุบันความชอบของนักลงทุนเริ่มจะสอดคล้องกับความชอบของกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์แต่ข้อจำกัดก็ยังมีอยู่ เช่น ระบบขนส่งมวลชน ซึ่งมีความจำเป็นแต่กลับมีไม่เพียงพอ ทำอย่างไรจึงจะร่นระยะทางให้มีการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน บทเรียนที่ได้รับคือการสร้างการเติบโตของพื้นที่ที่อยู่ใกล้สถานขนส่งมวลชน

4. การพัฒนากรุงเทพฯ สู่มืองสร้างสรรค์

กลยุทธ์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (สปร.)

1. สร้างกระแส/บรรยากาศ เพื่อให้เกิดการฟื้นตัวและเห็นความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

2. สร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อขยายแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Creative Economy ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ทั้งนี้ประเทศไทยต้องมุ่งไปที่ 3 อย่าง คือ Going Green, Going Back to the Future, Going Creative

ยุทธศาสตร์ของรัฐบาลในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การประชุมในกลุ่มผู้มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ข้อสรุป

- วางโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์/เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ส่งเสริม/ผลักดันการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ปรับปรุงแก้ไข กฎหมาย

กฎระเบียบต่างๆ

- ผลักดันการจัดสรรงบประมาณเพื่อให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศ3G

ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างองค์ความรู้ การศึกษาที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างบรรยากาศทางธุรกิจให้ส่งเสริมการทำงานด้านความคิดสร้างสรรค์

กลยุทธ์ในการทำกรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ซึ่งจะเกิดขึ้นได้โดย

- ภาครัฐต้องส่งเสริม แต่ทุกคนช่วยกัน
- กรุงเทพฯ เป็นเมืองสร้างสรรค์ได้โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เนื่องจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใช้ Idea เป็นเรื่องประวัติศาสตร์ + ศิลปะ + วัฒนธรรม = อัตลักษณ์
- การสร้าง Inspiration นอกจากเครื่องมือด้านเทคโนโลยีแล้ว เอกชนต้องการการเอื้ออำนวยทาง กฎระเบียบ เพื่อให้เกิดช่องทางการพัฒนาได้ Innovative Spirit, Branding, and Positioning

ข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนากรุงเทพฯ สู่มืองสร้างสรรค์

1. ควรเร่งให้มีการศึกษาพื้นที่อื่นๆของกรุงเทพฯ และในจังหวัดอื่นๆ
2. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ที่เป็นพื้นที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แท้จริง
3. ควรกำหนดประเภทขอบเขต และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนของโครงการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่กำลังจะเกิดขึ้น
4. ควรมีนโยบายการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่เป็นระบบ
5. ควรกำหนดประเภทและขนาดของเมืองสร้างสรรค์ให้มีบริบทของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการพัฒนาแบบใหม่ (New Development)

1. ทำพื้นที่ให้เอื้อต่อการมีจิตวิญญาณที่สร้างสรรค์ (The place that give innovative spirit)
2. พื้นที่ซึ่งเอื้อต่อวิถีชีวิตและประสบการณ์ใหม่ๆ (New lifestyle and experience)
3. พื้นที่ซึ่งทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของเมือง (The place that function as an organic component of the city)
4. พื้นที่ซึ่งคนสามารถอยู่อาศัย ทำงาน และมีคุณภาพชีวิตที่ดี (The place that you can live + work + have good life)

9) การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย โดย ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2553)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย โดยหน่วยงานที่สามารถเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติได้แล่นั้น จะนำมาซึ่งคุณประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั้น ถือว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมการประชุมนานาชาติเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Visitors) จากการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมมาของผู้เขียนพบว่าในการเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติในแต่ละครั้งนั้น ต้องอาศัยการวางแผนกลยุทธ์อย่างแยบยลด้วยความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ หลายฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนการดำเนินงานเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดประชุมนานาชาติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 2 ขั้นตอนหลัก คือ การประกอบขึ้นของกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปใช้ปฏิบัติ ซึ่งมีพื้นฐานสำคัญจากข้อมูลที่ได้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (External Analysis) เพื่อกำหนดโอกาสและภัยคุกคาม และการวิเคราะห์ศักยภาพของหน่วยงานและประเทศไทยในภาพรวม (Internal Analysis) เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งซึ่งจะทำให้หน่วยงานสามารถกำหนด “กลยุทธ์” ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี

ความหมายของการเสนอขอเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมนานาชาติ

การเสนอขอเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมนานาชาติ หมายถึง การเสนอตัวเข้าแข่งขันเพื่อขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม ซึ่งประเทศและหน่วยงานที่จะเสนอตัวเข้าแข่งขันจะต้องมีคุณสมบัติและมีการดำเนินงานตามที่สมาคมหรือองค์กรระดับนานาชาติกำหนด

การประชุมนานาชาติ (International Convention)

เป็นแขนงหนึ่งของธุรกิจไมซ์ (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition: MICE) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพ (Quality Visitors) เข้าสู่ประเทศไทยปีละมากกว่า 8 แสนคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.93 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดยรวมตลอดปี นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มนี้ มีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 3-4 เท่า ดังนั้น จึงทำให้สัดส่วนของรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สูงถึงร้อยละ 12.69 ของรายได้รวมที่เกิดจากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยในปี 2550 สามารถประมาณการรายได้ของประเทศที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สูงถึง 69,517.47 ล้านบาท และจากการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ที่ได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จัดทำรายงานการศึกษาถึงผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ระบุว่า ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา (2547-2552) สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจไมซ์ให้กับประเทศไทย 278,000 ล้านบาท จากงบประมาณที่ได้รับจากรัฐบาลจำนวนทั้งสิ้น 2,573 ล้านบาท คิดเป็นการสร้างรายได้คืนให้กับประเทศ 127 เท่าของการลงทุน

การจัดประชุมนานาชาติของกลุ่มองค์กร

ประกอบไปด้วย การจัดประชุมของสมาคมหรือองค์กรระดับนานาชาติ (Association Meeting) และการจัดประชุมของภาครัฐ (Government Meeting) โดยเฉพาะการจัดประชุมของสมาคมหรือองค์กรนานาชาติมักเป็นการประชุมขนาดใหญ่ที่มีการวางแผนล่วงหน้าและมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากเดินทางมาจากทั่วโลก การจัดประชุมประเภทนี้จะเลือกจุดหมายปลายทางสำหรับการประชุมด้วยการเลือกประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นเจ้าภาพโดยหมุนเวียนตามลำดับของอักษรนำหน้าของประเทศสมาชิก หรือการเปิดโอกาสให้ประเทศสมาชิกที่มีศักยภาพเสนอตัวแข่งขัน ซึ่งในปัจจุบัน มักจะเป็นการเสนอตัวแข่งขันมากกว่าซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปในหมู่ผู้ประกอบการว่า “การประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพ” ดังนั้น “การชนะการประมูลสิทธิ์” ของประเทศไทยเพื่อเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมนานาชาติ จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายและกำหนดกลยุทธ์เพื่อเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกของสมาคมหรือองค์กรระดับนานาชาติ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมในการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ โดยในปัจจุบันมีแนวโน้มของการแข่งขันรุนแรงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากรัฐบาลของหลายประเทศต่างเห็นตรงกันว่า การจัดประชุมนานาชาติขนาดใหญ่แต่ละครั้งนำมาซึ่งรายได้และผลประโยชน์ต่อประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างมหาศาล จึงพยายามผลักดันด้วยการสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในประเทศของตนเข้าแข่งขันเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติมากขึ้นกว่าในอดีต

การพัฒนากลยุทธ์เพื่อเสนอขอเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมนานาชาติของประเทศไทย

ประกอบไปด้วยกระบวนการที่สำคัญซึ่งจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพของสมาคมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย ที่ต่างมุ่งผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดประชุมนานาชาติชั้นนำของโลกและถือเป็นภารกิจที่ทำหายอย่างมาก นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการเชื่อมโยงภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในการเป็นเป้าหมายหลักของการจัดประชุมนานาชาติในสายตาของหน่วยงานระดับนานาชาติทั่วโลก รวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาธุรกิจไม่ซ้ำร่วมนกัน ไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนาบุคลากร การกำหนดมาตรฐานรวมทั้งการปรับปรุงกฎระเบียบและข้อปฏิบัติต่างๆ ที่ส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจไม่ซ้ำร่วมนกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้น การสร้างความโดดเด่นของธุรกิจไม่ซ้ำร่วมนกันในกลุ่มประเทศแถบอาเซียน ซึ่งปัจจุบัน ประเทศสิงคโปร์มาเป็นอันดับหนึ่งนั้น ยิ่งมีอาจจะมองข้ามไปได้ เนื่องจากประเทศไทยนั้นมีข้อได้เปรียบในด้านที่ตั้งอันเป็นศูนย์กลางการเดินทางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบกับมีจุดแข็งเรื่องพันธมิตร ความคุ้มค่าเงิน ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความเข้มแข็งของสมาคมหรือหน่วยงานต่างๆ ที่จะเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติ โดยได้มีการคาดการณ์กันว่า ปี 2552-2553 โอกาสของประเทศไทยในการเป็นผู้นำของประเทศแถบอาเซียนด้านการจัดประชุมนานาชาติมีสูงมาก ดังนั้น จึงต้องเตรียมความพร้อมอย่างต่อเนื่องและอาศัยจุดแข็งในการสร้างกลยุทธ์ที่เฉียบคมเพื่อเอาชนะประเทศคู่แข่งอื่นๆ ได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ผู้นำเสนอควรเลือกใช้สื่ออื่น ๆ ประกอบการนำเสนอเพื่อกระตุ้นความสนใจของคณะกรรมการตัดสินคัดเลือก และควรสร้างความคุ้นเคยกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ก่อนการนำเสนอจริง ได้แก่ โปรแกรม Power Point และวีดิทัศน์ ซึ่งการใช้วีดิทัศน์ประกอบการนำเสนอด้วยเอกสารจะมีผลโน้มน้าวการตัดสินใจของคณะกรรมการตัดสินคัดเลือกได้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้เทคนิคการสื่อสารด้วยการเร้าอารมณ์ (Emotional Appeal) ซึ่งสามารถทำได้ผ่านการเรียบเรียงเนื้อหา ภาพ เสียงเพลงประกอบ เสียงบรรยาย ตลอดจนเทคนิคในการนำเสนอ โดยปัจจุบันเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบและนํ้าออกแบบของไทยมีฝีมือสูงมาก การจัดทำวีดิทัศน์เพื่อนำเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดประชุมนานาชาติจึงทำได้ไม่ยากและมีราคาไม่สูงเหมือนในอดีต

4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

4.2.1 โครงการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

โดย TOUREG: Competitiveness and Knowledge in the Tourism Sector (2008) คณะผู้วิจัย (หน้า 6 -10) ได้กล่าวไว้ในบทสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มท่องเที่ยวเขตยุโรปไว้ว่า เป็นกลุ่มธุรกิจกลุ่มหนึ่งที่ใหญ่ที่สุดและมีการเจริญเติบโตเร็วที่สุดในโลกตามที่ UNWTO (2008) พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 924 ล้านคน โดยในปี 2010 นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติทั่วโลกมีถึง 1 พันล้านคน ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ Mass Tourism แบ่งส่วนแบ่งตลาด ได้ถึงร้อยละ 70 รวมทั้งยังส่งผลต่อการพัฒนาในเทคโนโลยี และระบบขนส่ง จากกรณีศึกษาของประเทศกรีซ ที่มีความดึงดูดในการท่องเที่ยวไว้ว่า 3S คือ Sea-Sand-Sun และครอง

ใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ถึง ร้อยละ 85 แต่ภายหลังได้มีการเปลี่ยนแปลง ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ตามสถิติที่แสดงรายละเอียดที่น่าสนใจ

ตารางที่ 2.11 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

Rank	Activity	Percentage*
อันดับที่ 1	Leisure Recreation and holidays	51%
อันดับที่ 2	Other purposes (visiting friends and relatives, religious reasons, health treatment, etc.)	27%
อันดับที่ 3	Business travel	15%
อันดับที่ 4	Rebound tourism activities	7%

*ข้อมูลจาก EU ปี 2008

คณะวิจัย (หน้า 10 -15) ยังได้กล่าวถึงนวัตกรรมและแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 นวัตกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับ “Information and Communication Technologies” ด้านที่ 2 นวัตกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับ “Energy technologies” ด้านที่ 3 นวัตกรรม การ ท่อง เทียว ที่ เกี่ยว ขอบ “Environmental Technologies”

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่รวมถึงการรับและส่งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการสืบค้นหาข้อมูลประกอบแหล่งท่องเที่ยว การทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ การบริหารงาน การหากลุ่มลูกค้าใหม่และเก่า ผ่านวิธีการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี เช่น Web 2.0 ซึ่งแนวโน้มและทิศทางของการใช้ข้อมูลสารสนเทศนี้ อาจเป็นกรอบที่สามารถสร้างและสนับสนุนการเกิดธุรกิจแนวใหม่ขึ้นได้ อาทิ ภาวะการจ้างงานที่ลดลงเมื่อผู้ประกอบการนำเอาเทคโนโลยีมามีส่วนในการทำงาน เก็บฐานข้อมูลเบื้องต้น และอื่น ๆ อีกนัยที่ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี การรับและส่งข้อมูลข่าวสารส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลง คือ ปฏิสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารทางสังคมที่ทำให้เกิดสังคมออนไลน์ ที่สามารถส่งผลที่ดีและส่งผลที่ไม่ดีต่อธุรกิจได้เช่นกัน โดยในบางบริษัทได้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี มีการฝึกปฏิบัติการใช้งานของ ICT จากกาสนับสนุนของรัฐบาล เทคโนโลยีพลังงานได้ถูกนำมามีบทบาทสนับสนุนเพื่อตอบสนองความต้องการพลังงานในปัจจุบันถึงอนาคตของบริษัทท่องเที่ยวโดยการลงทุนในงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าของธุรกิจของตนเอง และบรรลุมาตรฐานสูงสุดของการดำเนินงาน การใช้พลังงานทดแทนเพื่อรักษาและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่นในประเทศโปรตุเกส มีการสนับสนุนโครงการ “One Planet Tourism” หรือ “Green Hotel” และ “Green Customers” จากนโยบายดังกล่าวทำให้เกิด กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ICT เช่น E-Business ที่มีการประยุกต์ใช้ ICT เพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและสนับสนุนความร่วมมือของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางถึงธุรกิจขนาดย่อยภายใต้กิจกรรมที่เรียกว่า E-Tourism

จากการศึกษางานวิจัย พบว่าในกลุ่มประเทศแถบยุโรปได้ให้ความสำคัญและมีปฏิบัติสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่รักษาและมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมการส่งเสริมทั้งผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในสาขาต่าง ๆ และรวมถึงนักท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ (Green Tourists) ใน

ประเทศไทยเองควรมีการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวตระหนักเห็นความสำคัญของธรรมชาติสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนการวิจัยที่ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

นอกจากนั้น การบูรณาการเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกุญแจสำคัญที่จะประสบความสำเร็จในยุคของโลกแห่งสังคมออนไลน์ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นศึกษาแนวทางการสื่อสารทางท่องเที่ยว จากอดีตจนถึงปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป จากผลกระทบของการเคลื่อนย้ายตลอดเวลาทางสังคมออนไลน์ นอกจากเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการค้นคว้า การแสวงหาสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปก็ยังส่งผลกลับ ให้การดำเนินธุรกิจ และกิจกรรมต่างๆของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน เช่น การส่ง-รับ ประชาสัมพันธ์โฆษณา ที่ต้องมีความทันสมัย รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง และนำหน้าคู่แข่งเสมอ

4.2.2 โครงการศึกษาแนวโน้มและผลกระทบของการท่องเที่ยวทางทะเล โดย ดร.ฮัน

นีและแคลนซ์ (2007 หน้า 15) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอเมริกา โดยเน้นถึงลักษณะของแนวโน้มและผลกระทบของการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชายฝั่งทะเล ในการศึกษาครั้งนี้ได้พบผลกระทบหลักที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม โดยจำแนกตามบทบาทสำคัญของกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. กลุ่มผู้ใช้พื้นที่เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง รวมถึงภาครัฐและภาคเอกชน โดยจะได้รับการจัดสรรเม็ดเงินลงทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคต่างๆ ผ่านองค์กรเอกชนและรัฐบาล ผลจากการเคลื่อนย้ายของกลุ่มนักลงทุนหรือเงินลงทุน เหล่านี้อาจส่งผลต่อภาพรวมในการท่องเที่ยวทั้งหมด
2. กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงสถาบันการเงิน และนักพัฒนาเพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนตั้งแต่ระดับท้องถิ่นถึงนานาชาติ
3. กลุ่ม Tourism Operator เช่น Hotel Chains และกลุ่มผู้รับสัมปทานการเดินทางเรือเพื่อการท่องเที่ยว
4. กลุ่ม Tourism Consumers และ Consumer Demand

ดร.ฮันนีและแคลนซ์ (2007 หน้า 16) ยังได้กล่าวถึง Global Tourism Trends ใน 3 หัวข้อ คือ ความสำคัญของการท่องเที่ยว ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แนวโน้มของตลาดในปี 2000-2020 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยว (Importance of Tourism)

การท่องเที่ยวนับว่าเป็นธุรกิจที่คลุมพื้นที่ใหญ่ที่สุดในเศรษฐกิจโลก โดยนับเป็น 10% Global GDP ติด 1 ใน 12 ของผู้ทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ คิดเป็น 35% ของกลุ่มส่งออกด้านบริการ ในปี 2005 มีเงินหมุนเวียน พบว่าเป็นจำนวน \$6.82 Trillion โดยเพิ่มจาก ปี 2004 ถึง \$49 Billion ดร.ฮันนีและแคลนซ์ (2007) ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา โดย นับเป็นเปอร์เซ็นต์ถึง 70% ในกลุ่มประเทศที่ด้อยพัฒนา และ 83% ในประเทศที่กำลังพัฒนา และ 40% ในกลุ่มประเทศยากจน อีกนัยสำคัญ คือ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจน้ำมันนับว่าเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญที่ติด 1 และ 2 อันดับของโลกในกลุ่มที่มีการแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างชาติ

จากการศึกษาสถิติการเติบโตการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงการเคลื่อนย้ายพฤติกรรมที่เน้นชัดของผู้บริโภคโดยเฉพาะชาวต่างชาติ (ชาวตะวันตก) ที่มีความนิยมท่องเที่ยวและ Discovery ในกลุ่มประเทศที่ยังไม่มีการพัฒนาหรือกำลังพัฒนา หรือกลุ่มประเทศที่มีความร่ำรวยในแหล่งท่องเที่ยวที่มีสังคมวัฒนธรรมที่สะอาด โดยยังไม่ถูกครอบงำจากกลุ่มอารยธรรมตะวันตก ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ดังนั้น อาจสรุปได้ว่ากลุ่มประเทศตั้งแต่ประเทศที่ยากจน จนถึงประเทศที่กำลังพัฒนานั้นควรมีการศึกษาวิจัยที่เน้นการท่องเที่ยวยั่งยืน (Sustainable Development) และให้ความสำคัญทางสังคมและความร่ำรวยในประเพณี วัฒนธรรมประจำชาติ (Cultural Heritage) ที่หลายประเทศไม่มี เสริมควบคู่เป็นลักษณะคู่ขนานไปกับแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามทางธรรมชาติ

2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Impacts)

งานวิจัย ดร.ฮันนีและแคลนซ์ (2007 หน้า 17-20) ตระหนักให้เห็นความสำคัญของผลกระทบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศธรรมชาติ ในการศึกษาได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ได้แก่ กิจกรรมชายฝั่งที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ เช่น อาบแดด วัยน้ำ ดำน้ำแบบตื้น ขี่เจ็ตสกี ล่องเรือใบ ชมปะการัง ตกปลา สำนวณธรรมชาติทางน้ำ ล่องเรือชมวิว หรือแม้แต่การรับประทานอาหารริมทะเล ซึ่งล้วนที่เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบให้ระบบนิเวศทางธรรมชาติเปลี่ยนแปลงและเสียหาย

อีกนัยหนึ่ง คือ ผลกระทบจากสถาน/แหล่งสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ทางเดินเท้า อาคารที่พักอาศัย โรงแรม สวนสาธารณะ สวนออกกำลังกาย สถานีไฟฟ้า สถานีส่งน้ำ ที่กำจัดขยะ คมนาคมขนส่ง เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวนี้ล้วนแต่สามารถส่งผลที่ดี และส่งผลเสียต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว หากมีการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวอย่างจริงจังและแบบยั่งยืน พร้อมสามารถดำเนินการควบคุมตรวจสอบดูแล ให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีการวิจัย ค้นคว้าผลกระทบทางระบบนิเวศธรรมชาติ จากทุกกิจกรรมรอบชายฝั่งพร้อมทั้งหาวิธีการป้องกันและแก้ไขเพื่อให้ระบบนิเวศดังกล่าวอยู่คู่กับประเทศตลอดไป

3. แนวโน้มของตลาดในปี 2000-2020

งานวิจัย ดร.ฮันนีและแคลนซ์ (2007 หน้า 24-27) ได้กล่าวถึง แนวโน้มและมีการพยากรณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวนานาชาติ ไว้ว่า 2 กลุ่มที่ชัดเจน คือ 1) Baby Boomers ในอเมริกา 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน UNWTO ได้คาดการณ์ไว้ว่าในปี 2020 ประเทศจีนจะกลายเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก และในทางกลับกันชาวจีนก็จะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่กลุ่มใหญ่ที่สุดเช่นกัน แต่ที่น่าสนใจ คือ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจีนเปรียบเสมือนการมองเหรียญ 2 ด้าน กล่าวคือ พัฒนาและศึกษาองค์ประกอบ 2 ข้างพร้อมกัน เช่น เหรียญด้านแรก ประเทศจีนส่งเสริมตระหนักแผนพัฒนาแบบเร่งด่วนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อลดจำนวนประชากรของตนเองไปท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยลง โดยมีนโยบายเพิ่มมาตรการ 4 แนวทางคือ 1) เพิ่มรายได้

(Disposal Income) 2) เพิ่มวันหยุดราชการ 3) สร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบ Eco-Tourism และ 4) เพิ่ม Package ทัวร์ บริการเสริมที่อำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวในประเทศ และ เหรียญด้านที่สอง จีนป้องกันและตระหนักถึง การบริหารจัดการ ควบคุม และแบ่งกลุ่มตลาดของนักท่องเที่ยว ความสำคัญต่อการรักษาสภาวะแวดล้อม ระบบนิเวศธรรมชาติ ศึกษาสืบสานวัฒนธรรม ชนบท ตลอดจนการรักษาอนุรักษ์ สถาปัตยกรรม อาคาร บ้านโบราณ และ ครอบคลุมถึงการก่อสร้างของอาคารใหม่

กรณีศึกษาของประเทศไทย เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยยึดหลักการส่งเสริมและป้องกันอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และอีกนัยสำคัญของการศึกษาของ ดร.ฮันนี่และแคลนซ์ (2007) การให้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม วัฒนธรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน หากต่อไปมีการศึกษาวิจัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวจีนข้ามผ่านวัฒนธรรมของประเทศไทยก็อาจส่งผลที่ดีต่อการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต และกลุ่ม Baby Boomers จัดให้มีการศึกษาและตามติดนโยบายของประเทศอเมริกาหรือประเทศอื่น ในเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งเสริมและตอบสนองของกลุ่ม Baby Boomers หรือกลุ่มใกล้เคียง

4.2.3 Hospitality marketing research: Recent trends and future directions โดย Line & Runyan (2011) ได้ศึกษางานวิจัยด้านการตลาดในอุตสาหกรรมบริการซึ่งตีพิมพ์ในวารสารชั้นนำด้านอุตสาหกรรมบริการจำนวน 4 เล่ม ระหว่าง ปี 2008-2010 เพื่อศึกษาแนวโน้มและช่องว่าง บทความจำนวน 274 เรื่อง ได้รับการวิเคราะห์และจัดประเภทตามหัวข้อ สาขาที่เป็นจุดเน้นและเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มงานวิจัยด้านการตลาดในอุตสาหกรรมบริการยังขาดหลักทฤษฎีซึ่งเป็เหตุให้ขาดการเชื่อมโยงระหว่างการศึกษาทางการตลาดกับกรอบแนวคิดโดยภาพรวมของงานวิจัยด้านการตลาดในอุตสาหกรรมบริการ โดยสามารถลดปัญหาได้โดย

1) สร้างองค์ความรู้โดยการจัดกลุ่มและสังเคราะห์งานวิจัยเพื่อบูรณาการเข้าด้วยกัน (Runyan & Droge, 2008) จากนั้นจึงวิเคราะห์ห่อภิมาณ (Meta-Analysis) โดยกำหนดหัวข้อโดยละเอียด ศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นจำนวนมาก และศึกษาข้อมูลเชื่อมโยงระหว่างงานวิจัย

2) นำความรู้ด้านการศึกษาข้ามวัฒนธรรมมาใช้ ซึ่งในปัจจุบันมีงานวิจัยหลายชิ้นที่นำความรู้ด้านนี้มาใช้ อย่างไรก็ตามนอกจากการคำนึงถึงการศึกษาข้ามวัฒนธรรม ผู้วิจัยควรตระหนักถึงความถูกต้องของกลวิธีการวัดผลในประเด็นของการศึกษาข้ามวัฒนธรรม โดยวิธีการที่ได้ผลในการทดสอบความถูกต้องของการศึกษาข้ามวัฒนธรรม คือ การวัดค่าคงที่ (Invariance) (Steenkamp & Baumgartner, 1998) ซึ่งพบการทดสอบนี้พบได้ไม่บ่อยนักในงานวิจัย ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้นักวิจัยดำเนินการทดสอบนี้ในการวิจัยที่ใช้การศึกษาข้ามวัฒนธรรมในอนาคต

นอกจากนี้ในการสร้างทฤษฎี พบว่านักวิชาการด้านอุตสาหกรรมบริการมักนำทฤษฎีด้านการตลาด จิตวิทยา/เศรษฐศาสตร์มาใช้ ซึ่ง Line & Runyan (2008, p 485) เห็นว่านักวิชาการด้านอุตสาหกรรมบริการน่าจะสามารถค้นพบกรอบทฤษฎีโดยเฉพาะสาขานี้ได้ เนื่องจากงานวิจัยหลายเรื่องในสาขานี้มีลักษณะเป็นงานวิจัยที่ใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based research) ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยมาพัฒนาเป็นทฤษฎีได้ เช่น การศึกษาพฤติกรรมการให้ทิปในการบริการที่

แตกต่างกันในแต่ละสังคม และยังไม่เป็นที่เข้าใจมากนักควรจะมีทฤษฎีรองรับในการอธิบายถึงพฤติกรรมเหล่านี้ รวมถึงการสร้างทฤษฎีที่เกี่ยวกับการผูกพันกับงานของพนักงานในสายบริการแทนการมุ่งเน้นไปที่การศึกษาปัญหาของอัตราการออกจากงาน นอกจากนี้ยังควรสนับสนุนให้มีงานวิจัยที่ใช้สภาวะแวดล้อมเฉพาะตัวของอุตสาหกรรมบริการในการสร้างทฤษฎีใหม่ที่เป็นการผสมผสานกับสาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น การสร้างแบรนด์ และการทำการตลาดแบบ e-marketing ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนการศึกษาแบบสหวิทยาการระหว่างศาสตร์ด้านการตลาดในอุตสาหกรรมบริการกับศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ประการสุดท้าย ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพให้มากขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาคุณภาพของงานวิจัย เนื่องการขาดแคลนการวิจัยเชิงคุณภาพในอุตสาหกรรมบริการประกอบกับการขาดแคลนการเก็บข้อมูลงานวิจัยในระยะยาวทำให้เป็นอุปสรรคต่อการสร้างทฤษฎีด้านการบริการ

4.2.4 Applying a knowledge management framework to tourism research โดย Ruchanen & Cooper (2011) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้และการท่องเที่ยว รวมทั้งนำเสนอองค์กรที่น่าแนวคิดการจัดการความรู้มาใช้ต่อยอดงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว คือ ศูนย์ความร่วมมือด้านการวิจัยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (The Cooperative Research Center for Sustainable Tourism: CRC ST) ซึ่งเป็นองค์กรที่ได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาลออสเตรเลีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นผู้นำของโลกด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศออสเตรเลีย องค์กรนี้ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการเชื่อมโยงนักวิจัย และผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยทั้งจากมหาวิทยาลัย ภาคเอกชนและภาครัฐกิจ เพื่อความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยและพัฒนาในระยะยาวร่วมกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยและพัฒนาในระดับชาติ CRC ใช้กระบวนการวิจัยแบบร่วมมือเพื่อการบริหารจัดการงานวิจัย การดำเนินการเชิงพาณิชย์ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อกระตุ้นการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปใช้ในอุตสาหกรรม (Mercer & Stocker, 1998) ในประเทศออสเตรเลียมีศูนย์ CRC ประมาณ 65 ศูนย์เกี่ยวข้องกับหลายสาขา เช่น เทคโนโลยีการผลิต เทคโนโลยีด้านข้อมูลและการสื่อสาร พลังงานและเหมืองแร่ การเกษตร ยา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม ในจำนวนนี้มีศูนย์ที่กำลังอยู่ในระหว่างการดำเนินงานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาทิ ศูนย์วิจัยแนวปะการัง (CRC Reef Research Center) ศูนย์วิจัยป่าดิบชื้น (Rainforest CRC) ศูนย์วิจัยระบบนิเวศน้ำจืด (CRC for Freshwater Ecology) และศูนย์วิจัยทุ่งหญ้าสะวันนาเขตร้อน (Tropical Savanna CRC)

ในการจัดการความรู้ มีความจำเป็นที่จะต้องหากรวิจัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจกระบวนการและแนวปฏิบัติเพื่อสร้าง กำหนด เลียนแบบ และกระจายองค์ความรู้ (Sharif, 1997) ดังนั้น ในปี 2001 โครงการวิจัยภายใต้ศูนย์ CRC เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (CRC ST) ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นหรือเกือบเสร็จสิ้นทำให้ได้รับทราบถึงแนวปฏิบัติในการถ่ายทอดความรู้ และการดำเนินการเสร็จสิ้นหรือเกือบเสร็จสิ้นทำให้ได้รับทราบถึงแนวปฏิบัติในการถ่ายทอดความรู้ และการดำเนินการเชิงพาณิชย์จากผลการวิจัย โดยสามารถสรุปวิธีการหลักๆ ในการส่งผ่านความรู้ไปยังชุมชน คือ การตั้งบริษัทใหม่ การออกใบอนุญาตให้บุคคลที่สาม การบริการให้คำปรึกษา การอบรมเชิงปฏิบัติการ และโปรแกรมการศึกษาต่างๆ

Ruchanen & Cooper (2002 p. 9) ได้เสนอว่าการถ่ายทอดความรู้จะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อบูรณาการแผนการวิจัยเข้ากับกระบวนการจัดการความรู้ โดยการให้ภาคอุตสาหกรรม และนักวิจัยเข้ามามีส่วนร่วม และกำหนดเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้ก่อนเริ่มการวิจัย อย่างไรก็ตาม การถ่ายทอดความรู้จากโครงการต่างๆ ของ CRC ST ยังอยู่ในรูปของรายงาน และการอบรมเชิงปฏิบัติการและในกลุ่มผู้รับสารที่จำกัด (Copper, Prideaux, Ruhauen, Mules & Carson, 2002) ซึ่งปัญหานี้เกิดจากการขาดความเข้าใจของกลุ่มนักวิจัยในหลักการของ CRC ST ที่กำหนดให้งานวิจัยของโครงการต้องนำไปสู่ผลการวิจัยที่มีมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถนำไปสู่การดำเนินการเชิงพาณิชย์ หรือคืนต้นทุนการผลิตได้ ซึ่งปัญหานี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการท่องเที่ยว และอาจไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในประเทศออสเตรเลียเท่านั้น เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว CRC จึงจัดโครงการอบรมนำร่องเพื่อให้ความรู้แก่นักวิจัยในเครือข่าย CRC ST ให้สามารถพัฒนางานวิจัยที่มีผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อภาคการท่องเที่ยวตลอดจนได้รับการจดลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญาจากการวิจัย โดยผลที่ได้รับจากการอบรมครั้งนี้ที่สำคัญที่สุด คือ คู่มือการอบรมที่ประกอบด้วยกรณีศึกษา เอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้และการดำเนินการเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ CRC ยังได้สร้างกลไกในการกระตุ้นให้เกิดการดำเนินการเชิงพาณิชย์กับการวิจัยและการถ่ายทอดความรู้โดยการจัดตั้งหน่วยงานที่ชื่อว่า Sustainable Tourism Service Pty Ltd เพื่อช่วยเหลือนักวิจัยในการกำหนดและพัฒนาผลงานวิจัยเพื่อการพาณิชย์และการถ่ายทอดความรู้จากงานวิจัยของ CRC ST

นอกจากนี้ยังมีโครงการเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยแวดล้อมในการประยุกต์ใช้ความรู้จากการวิจัยของภาคการท่องเที่ยว และศึกษาผลจากการที่ภาคการท่องเที่ยวได้นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ตลอดจนวิธีการที่นิยมใช้ในการรับการถ่ายทอดงานวิจัยเพื่อให้ได้วิธีการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการถ่ายทอดความรู้ และทรัพย์สินทางปัญญาไปสู่ภาคอุตสาหกรรม

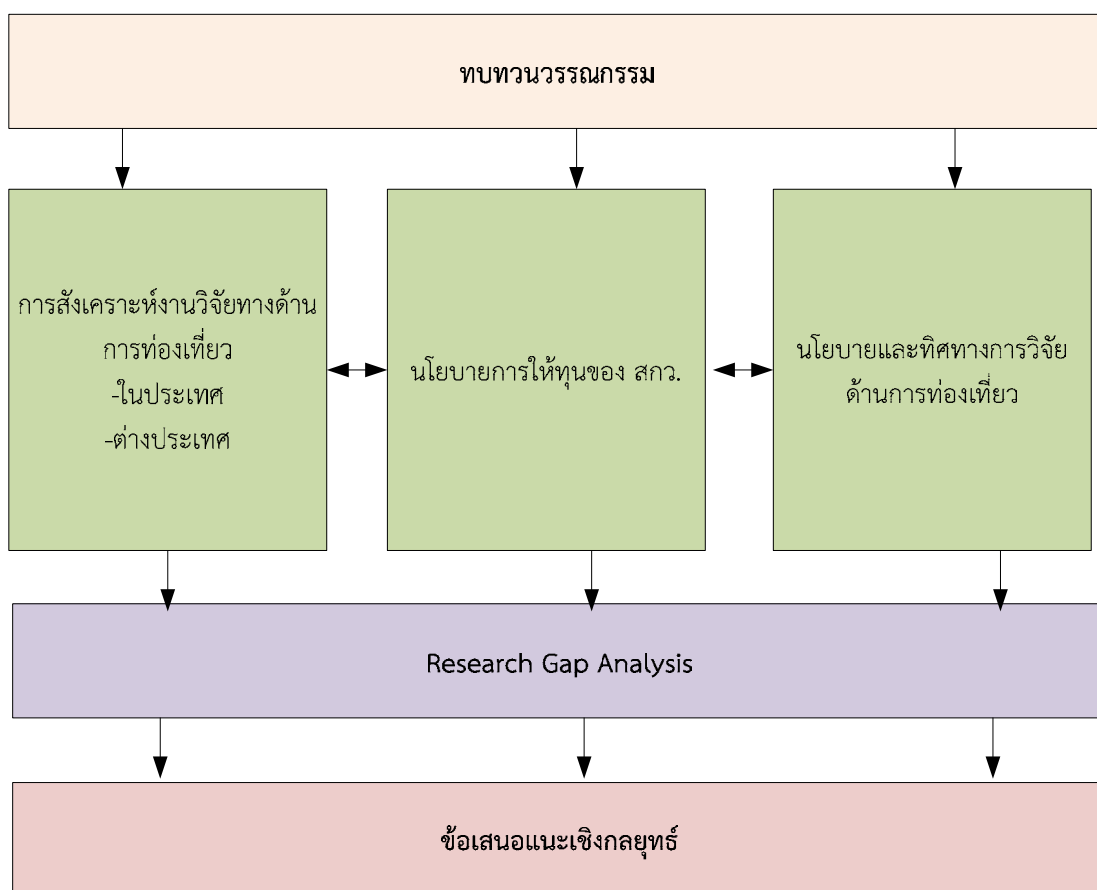
โดยสรุป เนื่องจากทรัพย์สินทางความรู้ของประเทศและนวัตกรรมขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ภาคการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ ปรับตัว และรับสิ่งใหม่ๆ มาใช้ หากการท่องเที่ยวต้องการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยอมรับโครงสร้างเศรษฐกิจรูปแบบใหม่นี้ก็จำเป็นต้องเปลี่ยนจุดมุ่งเน้นงานวิจัยโดยภาพรวมใหม่ และดำเนินการมากกว่าการวิจัยระยะสั้น งานวิจัยเฉพาะกิจที่ไหลไปตามกระแสของตลาด แนวทางการจัดการความรู้ควรเป็นฐานของจุดประสงค์การวิจัยในอนาคต เพื่อให้ทุนทางปัญญาที่เพิ่มขึ้นในภาคการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนรูปไปสู่การแข่งขันทางอุตสาหกรรม และความยั่งยืน การศึกษาโดย CRC ST ของประเทศออสเตรเลียได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการก่อให้เกิดผลเชิงพาณิชย์จากการลงทุนในรูปของการวิจัยซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในรูปแบบเดียวกันในประเทศอื่นๆ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต” ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการทำงานวิจัยได้มีการกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัย และเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการสังเคราะห์ผลงานวิจัย ทั้งที่เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อสร้างข้อสรุปจากงานวิจัย ทั้งนี้การสังเคราะห์การรายงานการวิจัย เป็นกระบวนการที่นำไปสู่การสร้างข้อสรุปรวมเกี่ยวกับผลการวิจัยในรายงานต่าง ๆ ที่มีการศึกษาภายใต้ประเด็นวิจัยเดียวกัน แต่อาจมีความแตกต่างในวิธีการดำเนินการหรือแนวทางการแก้ไขปัญหา หรือสภาพบริบทเงื่อนไขที่ต่างกัน ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการสังเคราะห์การวิจัย เพื่อให้ได้ข้อความรู้ในเชิงสรุปผลการวิจัยที่มีอยู่กระจัดกระจาย ให้มีความชัดเจนและได้ข้อยุติยิ่งขึ้น

ประเด็นในการสังเคราะห์งานวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

- 1) ข้อมูลพื้นฐานของโครงการวิจัย ประกอบด้วย
 - 1.1) ชื่อนักวิจัย
 - 1.2) จำนวนนักวิจัย
 - 1.3) พื้นที่ทำวิจัย
 - 1.4) คำสำคัญ (Keyword)
- 2) การดำเนินการด้านอุปสงค์ (Demand Side) ซึ่งครอบคลุมถึงการวิเคราะห์
 - 2.1) ตลาดเป้าหมาย
 - 2.2) กลุ่มที่มาท่องเที่ยว
- 3) การดำเนินงานด้านอุปทาน (Supply Side) มีประเด็นในการสังเคราะห์ คือ
 - 3.1) ที่พักแรม
 - 3.2) บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 3.3) ร้านค้าของที่ระลึก
 - 3.4) ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง
 - 3.5) มัคคุเทศก์/ล่ามแปล
 - 3.6) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร
 - 3.7) บริการรถเช่า
 - 3.8) สิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา
 - 3.9) สุขภาพ/สปา
 - 3.10) แหล่งบันเทิงต่างๆ
 - 3.11) ประชาชน
 - 3.12) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
 - 3.13) พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว
- 4) ปัญหาและแนวทางการพัฒนาดุลยภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน (Demand-Supply Equilibrium) มีประเด็นในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ คือ
 - 4.1) ปัญหาด้านการตลาด
 - 4.2) แนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาด้านการตลาดของการท่องเที่ยว
 - 4.3) ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวก
 - 4.4) แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาการให้บริการ

4.5) การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.6) กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

กระบวนการสังเคราะห์งานวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1. วิธีการเก็บข้อมูล

การสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. และได้เสร็จสมบูรณ์แล้วในระหว่างปี พ.ศ. 2545-2553

วิธีที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัย คือ การสังเคราะห์เชิงปริมาณ และการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ

1. 1 การสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงปริมาณ โดยใช้การแจกแจงความถี่

1.1.1 กำหนดนิยามปฏิบัติการ ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม ประเภทงานวิจัย ลักษณะงานวิจัย ได้แก่ ตัวแปรเกี่ยวกับงานวิจัยและการพิมพ์ ตัวแปรเกี่ยวกับเนื้อหาสาระส่วนนำ และทฤษฎีและตัวแปรเกี่ยวกับวิธีการวิจัย

1.1.2 ทดลองบันทึกข้อมูลในแบบบันทึกสาระสำคัญ โดยใช้รายงานวิจัย จำนวน 10 เรื่อง

1.1.3 อภิปรายผลการบันทึก เพื่อแก้ไขวิธีการบันทึก ให้มีความสอดคล้องระหว่างผู้บันทึก รวมทั้งปรับปรุงแบบบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัย

1.1.4 ดำเนินการบันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัย โดยจะมีการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างผู้บันทึก โดยการสุ่มตรวจสอบ จำนวน 10 เรื่อง

1.1.5 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการบันทึก โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ และสรุปผลการสังเคราะห์ อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ในการจัดทำทิศทางการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

1.2 การสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

1.2.1 อ่านงานวิจัยแต่ละเรื่องตลอดทั้งเล่มและจดบันทึกรายละเอียดเฉพาะส่วนผลการวิจัย ลงในแบบบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัย

1.2.2 ทำการวิเคราะห์เนื้อหา และจัดจำแนกประเภทข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อสรุปตามหลักการสังเคราะห์งานวิจัย

1.2.3 สรุปรายงานผลการสังเคราะห์ อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำทิศทางการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเอกสาร (Document) ซึ่งประกอบด้วย โครงการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. คัดเลือกเฉพาะโครงการวิจัยท่องเที่ยวพื้นฐาน และโครงการวิจัยและพัฒนา เฉพาะที่มีรหัสโครงการเป็น RDG (Research Development Grant) และ PDG (Project Development Grant) และงานวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ในระหว่างปี พ.ศ.2545-2553 จำนวน 187 โครงการ และสามารถสืบค้นรายงานฉบับสมบูรณ์ได้จาก e-library.trf.or.th ระหว่าง เดือน พฤษภาคม – ตุลาคม พ.ศ.2554 จำนวน 151 เล่ม จากนั้นทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ จำแนกตามการจัด Cluster การท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 8 Cluster ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ซึ่งครอบคลุมพื้นที่การวิจัยด้านการท่องเที่ยว ทั่วประเทศ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการรวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้เผยแพร่แล้วใน ฐานข้อมูล e-Library ของห้องสมุด สกว. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบบันทึกสาระสำคัญและ รายละเอียดต่างๆที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

4. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบการเขียนรายงานวิจัย สามารถนำมากำหนดหัวข้อในแบบบันทึก สาระสำคัญของงานวิจัย

1. สร้างแบบบันทึกสาระสำคัญและรายละเอียดของงานวิจัย เป็นแบบเลือกตอบและ เติมความ โดยกำหนดหัวข้อและประเด็นดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับงานวิจัย ประกอบด้วย

- 1.1 รหัสโครงการวิจัย
- 1.2 ชื่อเรื่องงานวิจัย
- 1.3 ประเภทงานวิจัย
- 1.4 ชื่อผู้วิจัย
- 1.5 หน่วยงานต้นสังกัด
- 1.6 ปี พ.ศ. ที่พิมพ์เผยแพร่

ตอนที่ 2 การกำหนดปัญหางานวิจัย ประกอบด้วย

- 2.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา
- 2.2 สมมติฐานงานวิจัย
- 2.3 วัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

ตอนที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย ประกอบด้วย

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล
- 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 5 ผลที่ได้จากการวิจัย

ตอนที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ประกอบด้วย

6.1 บทสรุป

6.2 การอภิปรายผล

6.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

6.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2. นำแบบบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัยให้ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ตรวจสอบความเหมาะสมและความครอบคลุม แล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

3. นำแบบบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัยที่ได้รับการตรวจสอบและเสนอแนะ จากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัยไปทดลองบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัยที่มีระเบียบวิธีวิจัยที่แตกต่างกัน เพื่อหาความเที่ยงตรงของการบันทึก

5. นำผลการบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัยไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบว่าผู้วิจัยบันทึกข้อมูลถูกต้องเพียงใด โดยตรวจสอบความถูกต้องของการบันทึกสาระสำคัญของงานวิจัยเป็นรายข้อตามหัวข้อที่ปรากฏในแบบสรุปสาระสำคัญของงานวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสังเคราะห์งานวิจัย สามารถจำแนกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานวิจัยและประเภทงานวิจัย

1.1 ศึกษาการกระจายของรายงานการวิจัย ตามตัวแปรต่างๆ โดยใช้ความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงคุณภาพ

2.1 อ่านและทำความเข้าใจรายงานการวิจัยที่นำมาสังเคราะห์

2.2 จัดหมวดหมู่งานวิจัย และแยกสาระงานวิจัยตามหมวดหมู่ที่กำหนด

2.3 วิเคราะห์เนื้อหา รายงานการวิจัยแต่ละกลุ่ม ให้ได้ข้อสรุปตามหลักการสังเคราะห์งานวิจัย

การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT จัดทำขึ้นหลังจากที่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเคราะห์งานวิจัย และการวิเคราะห์ Research Gap เพื่อมาใช้ในการวิเคราะห์ SWOT โดยใช้แนวคิดของ Bartol, Kathryn, M. & David C. Martin (1997) ซึ่งได้เสนอให้มีการวิเคราะห์ จุดอ่อน (Weakness) จุดแข็ง (Strength) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ขององค์กร

ผลการวิเคราะห์ SWOT มาใช้ประโยชน์ในการประเมินสถานการณ์ขององค์กรได้ ผลสรุปของการวิเคราะห์เพื่อกำหนดปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (Strategy Factor) ทั้งปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร ยังสามารถนำมาใช้จัดทำกลยุทธ์ทางเลือกที่เป็นไปได้อีกมากมาย โดยการนำปัจจัยต่างๆ ทั้ง 4 อย่างมาจับคู่ในรูปแบบของแมทริกซ์ ซึ่งเรียกว่า “TOWS Matrix”

ตารางที่ 3.1 แมทริกซ์ TOWS (The TOWS Matrix)

ปัจจัยภายใน (Internal Factors) (IFAS) ปัจจัยภายนอก (External Factors) (EFAS)	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	S1 เลือกเขียน S2 5-10 รายการ S3 : : S10	W1 เลือกเขียน W2 5-10 รายการ W3 : : W10
โอกาส (O) O1 เลือกเขียน O2 5-10 รายการ O3 : : O10	กลยุทธ์ SO จัดทำกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็ง เพื่อสร้างความได้เปรียบจาก โอกาส	กลยุทธ์ WO จัดทำกลยุทธ์โดยเอาชนะ จุดอ่อนเพื่อใช้ประโยชน์จาก โอกาส
อุปสรรค (T) T1 เลือกเขียน T2 5-10 รายการ T3 : : T10	กลยุทธ์ ST จัดทำกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็ง เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือภัย คุกคาม	กลยุทธ์ WT จัดทำกลยุทธ์เพื่อลดจุดอ่อน และหลีกเลี่ยงอุปสรรค

ที่มา พรณี สวนเพลง (2555, หน้า 65)

TOWS Matrix จะแสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรค ที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ สามารถนำมาจับคู่เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยภายในเป็นจุดแข็งและจุดอ่อน (ดังตารางที่ 3.1) ซึ่งสามารถจับคู่ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้ คือ

1. เขียนรายการปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส (O) ที่สำคัญที่สุดขององค์กร หรือ หน่วยย่อยโดยเลือกจากตาราง External Factor Analysis Summary :EFAS
2. เขียนรายการปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค (T) ที่สำคัญที่สุดขององค์กร หรือหน่วยย่อยที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันหรืออนาคต จากตาราง EFAS

3. เขียนรายการปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็ง (S) ที่สำคัญที่สุดขององค์กร หรือ หน่วยย่อยโดยเลือกจากตาราง Internal Factor Analysis Summary: IFAS

4. เขียนรายการปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อน (W) ที่สำคัญที่สุดขององค์กร หรือ หน่วยย่อยโดยเลือกจากตาราง IFAS

5. จับคู่ จุดแข็งภายใน (S) กับ โอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ SO

6. จับคู่ จุดอ่อนภายใน (W) กับโอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WO

7. จับคู่จุดแข็งภายใน (S) กับอุปสรรคภายนอก (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ ST

8. จับคู่จุดอ่อนภายใน (W) กับอุปสรรคภายนอก (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WT

1. กำหนดกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และตัวชี้วัด

สำหรับแนวทางการจัดทำกลยุทธ์ทั้ง 4 รูปแบบ มีวิธีการจัดทำดังนี้

1. กลยุทธ์ SO (SO strategy) เป็นการคิดหาแนวทางการดำเนินงานขององค์กรหรือหน่วยย่อย โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่เอื้ออำนวยให้

2. กลยุทธ์ WO (WO strategy) เป็นการใช้ความพยายามเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนภายในองค์กรให้ดีขึ้น ด้วยการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นภายนอก สถานการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นเมื่อองค์กรพบว่า มีโอกาสที่ดีเกิดขึ้นภายนอก แต่องค์กรมีจุดอ่อนภายในไม่สามารถที่นำโอกาสที่เกิดขึ้นนั้นมาใช้ประโยชน์เต็มที่

3. กลยุทธ์ ST (ST strategy) เป็นการใช้จุดแข็งขององค์กรเพื่อหาทางหลีกเลี่ยง หรือลดผลกระทบจากอุปสรรคหรือภัยคุกคามจากภายนอก

4. กลยุทธ์ WT (WT strategy) เป็นยุทธวิธีป้องกันตัว (Defensive Tactics) ขององค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดจุดอ่อนภายในให้เหลือน้อยที่สุด และเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากภายนอก

2. กำหนดแนวทางการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ

การกำหนดแนวทางการนำยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติทำได้โดยการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ในแต่ละปี ซึ่งจะต้องมีการกำหนดโครงการ เป้าหมาย และตัวชี้วัดของแต่ละโครงการ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต” โดยกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย สกว.

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ช่องว่างการวิจัย (Research Gap)

ตอนที่ 1 ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย สกว.

การรายงานผลในส่วนนี้จะเป็นการสังเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องและพัฒนาการของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในประเด็นการดำเนินงานด้านอุปสงค์และอุปทานและประเด็นการดำเนินงานด้านการพัฒนา โดยใช้กรอบวงจรการท่องเที่ยวและปัญหาอุปสรรคในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นหลัก และรายงานตามลำดับของการจัด Cluster การท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากผลการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ.2545 – 2553 จำนวนงานวิจัยท่องเที่ยวทั้งหมด 187 เรื่อง พบว่าเมื่อจำแนกตามภูมิภาคในประเทศไทยแล้ว อันดับที่หนึ่ง คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 28.34 อันดับที่สอง คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 25.67 อันดับสาม คือ ภาคอื่นๆ หรือไม่ สามารถจำแนกภาคได้ คิดเป็นร้อยละ 20.86 อันดับสี่ คือ ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 16.04 อันดับห้า คือ ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 5.88 และอันดับสุดท้าย คือ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.21 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์งานวิจัยท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคในประเทศไทย

ภาค	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ	อันดับ
ภาคเหนือ	53	28.34	1
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	48	25.67	2
ภาคกลาง	6	3.21	6
ภาคตะวันออก	11	5.88	5
ภาคใต้	30	16.04	4
อื่นๆ	39	20.86	3
รวม	187		

จากผลการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ.2545 – 2553 พบว่าเมื่อจำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยวแล้ว มีเอกสารที่เป็นงานวิจัยและโครงการจำนวน 151 เล่ม ในกลุ่มการท่องเที่ยว 8 กลุ่มการท่องเที่ยว อันดับที่หนึ่ง คือ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ คิดเป็นร้อยละ 31.79 อันดับที่สอง คือ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา คิดเป็นร้อยละ 25.83 อันดับที่สาม คือ กลุ่มท่องเที่ยวมทศจรรยสองสมุทร 22.52 อันดับสี่ คือ กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คิดเป็นร้อยละ 7.28 อันดับห้า คือ กลุ่มการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach คิดเป็นร้อยละ 5.34 อันดับหก คือ กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.31 แต่ไม่พบงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์งานวิจัยและโครงการที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มท่องเที่ยว

กลุ่มท่องเที่ยว	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ	อันดับ
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือ	39	25.83	2
กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	11	7.28	4
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	48	31.79	1
กลุ่มการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	7	4.64	5
กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	5	3.31	6
กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	7	4.64	5
กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	0	0.00	7
กลุ่มท่องเที่ยวมทศจรรยสองสมุทร	34	22.52	3
รวม	151	100	-

ผลการจำแนกงานวิจัยและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2545 – 2553 จำนวน 151 เล่ม พบว่าเมื่อจำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยวแล้ว มีโครงการทั้งสิ้น 69 เล่ม และม้งานวิจัยทั้งสิ้น 82 เล่ม โดยในกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีโครงการ 19 เล่ม และม้งานวิจัย 20 เล่ม รวมงานวิจัยและโครงการ 39 เล่ม กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีโครงการ 5 เล่ม และม้งานวิจัย 6 เล่ม รวมงานวิจัยและโครงการ 11 เล่ม กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ มีโครงการ 24 เล่ม และม้งานวิจัย 24 เล่ม รวมงานวิจัยและโครงการ 48 เล่ม กลุ่มการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง มีโครงการ 3 เล่ม และม้งานวิจัย 4 เล่ม รวมงานวิจัยและโครงการ 7 เล่ม กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง มีเพียงงานวิจัย 5 เล่ม กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach มีโครงการ 5 เล่ม และม้งานวิจัย 2 เล่ม รวมงานวิจัยและโครงการ 7 เล่ม และกลุ่มท่องเที่ยวมทศจรรยสองสมุทร มีโครงการ 13 เล่ม และม้งานวิจัย 21 เล่มรวมงานวิจัยและโครงการ 34 เล่ม โดยมีรายละเอียดของ กลุ่มการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. ชื่อโครงการและงานวิจัย จังหวัดที่ทำโครงการและงานวิจัย จำนวนผู้ทำโครงการและงานวิจัย ดังแสดงในภาคผนวกที่ 3

ผลการสังเคราะห์งานวิจัยและโครงการที่ได้ดำเนินการมาแล้วตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีอุปสงค์และอุปทานด้านการท่องเที่ยว เป็นแนวคิดหลัก และนำเสนอข้อมูลจำแนกการดำเนินกิจกรรมด้านอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว ปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ตามการจัดกลุ่มการท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ทั้ง 8 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา 2) กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ 4) กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง 5) กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง 6) กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach 7) กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast และ 8) กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร ซึ่งมีรายละเอียดดังหัวข้อต่อไปนี้



1. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

งานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จำนวนทั้งสิ้น 37 ชิ้นงาน ใน 8 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ 11 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของ วชิรพันธ์ ศรีสัตบุตร และคณะ, มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, อภิโชค เลชะกุล และกรุณา รัชชวิณ , โฉมศิริ ทิมสุทินและคณะ, นางดุชนี ขาวนา และคณะ, อิศระ ศิริไสยาสน์ และคณะ , อิศระ ศิริไสยาสน์ และคณะ, ลีศักดิ์ ฤทธิเนติกุล และคณะ, โอฬาร อ่องพะ และคณะ, สภาวิณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะและฐิติ ฐิติจำเริญพร และคณะ

จังหวัดเชียงราย 23 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของเฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศรี, ศุภสิน สุริยะ และชัยวัฒน์ ทองอินทร์, เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และจิราพร ขุนศรี, ปริญญญา แก้วโพธิ์ และคณะ, ประภาพรรณ ไชยานันท์ และชไมพร พึ่งเพ็ญ, มานะ ชิตตะสังคะ และคณะ, ศรีสมร คุณากรบดินทร์และคณะ,นางสาวบุษบา สิทธิการ และคณะ, นายปรมินทร์ อริเดช และคณะ, สภา วิณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ,ประภาพร พนมไพร และคณะ, จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และ มะณี สม รัก, นายเพทาย บำรุงจิตต์ และคณะ, วิรุณสิริ ใจมา และอัครเรศ รักสุริยา, นางอรรวรรณ จำพุฒ และ นายอัครพล นิยมลรัตน์, วิชร นันตะยานา และคณะ, ชุกกลีน อนุวิจิตร และคณะ, พันธมน บุญยราศรี และ นพพรรณ สังเวียนวงศ์, อาริรัตน์ โกสิทธิ์ และตามร คำไตรย์, พลวัฒน์ ประพัฒน์ ทอง และทรงสรรค์ อุดมศิลป์, นางสุจิตราภา พันธุ์วิไล และนายธีรเทพ ขนไมตรี, สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมล, ศศิธร รุ่งกิจเลิศสกุล และเนตรดาว วุฒิอิน

จังหวัดแม่ฮ่องสอน 4 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของนายประพันธ์ รักเรียน และคณะ, สมศักดิ์ คงแดง และคณะ, สภาวิณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ และฐิติ ฐิติจำเริญพร และคณะ

จังหวัดลำพูน 1 ขึ้นงาน ได้แก่ งานของสุภาวณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ

จังหวัดลำปาง 1 ขึ้นงาน ได้แก่ งานของสุภาวณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ

จังหวัดแพร่ 2 ขึ้นงาน ได้แก่ งานของ พระครูวิมลจิตตสุนทร และคณะ และสุภาวณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ

จังหวัดน่าน 1 ขึ้นงาน ได้แก่ งานของสุภาวณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ

จังหวัดพะเยา 2 ขึ้นงาน ได้แก่ งานของ ปัทมา สมิตะสิริและคณะ และสุภาวณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ

คำสำคัญของงานวิจัยและโครงการ ได้แก่

1) รูปแบบ

- รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย
- รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแตก

2) ศักยภาพ

• ศักยภาพผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

• ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

- ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
- ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา

3) ผลกระทบ

• กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

- ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนการท่องเที่ยว
- ผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพทางเศรษฐกิจ

4) พฤติกรรม

- พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน

5) การจัดการ

- การจัดการท่องเที่ยวบริเวณวัดพระธาตุซ่อแฮ โดยความร่วมมือของชุมชน
- การจัดการและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- การจัดการท่องเที่ยวบ้านศิลปินเชียงราย

6) การวางแผน

- การวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว
- การวางแผนและจัดการท่องเที่ยวขององค์กรปกครอง
- การวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของภาคประชาสังคมและ NGO

7) ผลิตรภัณฑ์

- ผลิตรภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
- ผลิตรภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
- ผลิตรภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

8) มูลค่าเพิ่ม

- มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

9) อื่นๆ

- เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปะหัตถกรรม Art and Craft

Shopping Routes

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน
- อัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
- หัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในการสนับสนุนการท่องเที่ยว
- การบริหารระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- การประสานความร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและสถานประกอบการในการ

จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- การเสริมสร้างศักยภาพชุมชนที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- กระบวนการเรียนรู้ เพื่อจัดทำสื่อภูมิประเทศจำลองดอยหลวงเชียงดาวโดยชุมชน
- การสร้างและพัฒนาระบบเครือข่ายการท่องเที่ยว
- ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย
- การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม
- ปัญหาและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว
- ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปาจากน้ำแร่ธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิง

นิเวศรูปแบบโฮมสเตย์ในบริบทของนักท่องเที่ยวและชุมชน

โดยมีรายละเอียดแสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

1.1 ตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยของวัชรินทร์ ศรีสัตบุตร และคณะ (2545) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของบ้านถ้ำหนองเป็ก ที่เป็นเยาวชน นักเรียน นักศึกษา ที่จะเข้ามาเรียนรู้ ศึกษาดูงาน ศึกษาวินิทัศน์ วัฒนธรรมวิถีชีวิตชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือโรงเรียน กลุ่มองค์กร ชุมชน ที่จะจัดค่ายคุณธรรมจริยธรรม หรือจัดอบรมปฏิบัติธรรมของวัด และบุคคลทั่วไป ผู้ที่ชื่นชอบ การเดินทางท่องเที่ยว แสวงหาเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ ชอบความสนุกตื่นเต้นผจญภัย (เดินป่า ปีน จักรยาน ปีนเขา) ชอบการศึกษาเรียนรู้จากธรรมชาติ จากวัฒนธรรมวิถีชีวิตชาวบ้านแบบพื้น ๆ หรือ ชอบท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อหลีกเลี่ยงความบันเทิงแบบจำเจ เช่น การตั้งแคมป์ปิ้ง เป็นต้น รูปแบบที่ นักท่องเที่ยวมาเยือน มาเที่ยวกันเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เข้ามาเยือนกลับ ไม่มีการพักค้างแรม โดยกลุ่มที่มา ท่องเที่ยวมี กิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติที่สำคัญๆ คือ ชมความสวยงามตามธรรมชาติของหินงอก

หินย่อน และเข้าถ้ำมีดชมมหัศจรรย์ธาตุน้ำ หรือบางคนจะหลบอากาศในฤดูร้อนไปสัมผัสความชุ่มเย็น ด้วยการพักผ่อน ทานอาหารมื้อกลางวันที่นี่ หรือหาความสวยงามทางใจนั่งตกปลาที่หนองเปี้ย เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นไปเองตามธรรมชาติ และจากการศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2546) พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2541 นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะพักอยู่ในเชียงใหม่ประมาณ 3 วัน ทว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวจะพักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 4 วัน โดยเฉลี่ย ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะพักอยู่ในเชียงใหม่ยาวนานกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเล็กน้อย

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จากการศึกษางานวิจัยของเฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศรี (2548) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย ช่วงอายุ 20-30 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวมาจากภาคเหนือ และเป็นผู้ที่เคยเดินทางมาเที่ยวเชียงราย 2-4 ครั้งแล้วการเดินทางโดยรถส่วนตัวและตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีทั้งเพศหญิงและชาย ช่วงอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่จะมาจากประเทศซีโกลตะวันตก เดินทางโดยเครื่องบินและตัดสินใจมาเที่ยวด้วยตนเอง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่จะพัก ในเชียงรายจำนวน 2 คืน

ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการศึกษางานวิจัยของสมศักดิ์ คงแดง และคณะ (2547) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาภายใต้การรณรงค์ และประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานของทางราชการ นักท่องเที่ยวในลักษณะนี้มีข้อจำกัดในแง่ที่ว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมงานเป็นลักษณะของการขายบัตร ทำให้เน้นเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เป็นคนในท้องถิ่นแม่ฮ่องสอนเท่านั้น และเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านก็จะเข้ามาซื้อชา หรือขี้ม้า เด็ดยอดชา หรือเข้ามารับประทานอาหารจีนยูนาน เสร็จแล้วจึงเดินทางกลับ ส่วนนักท่องเที่ยวอิสระที่เดินทางโดยการเช่ารถขับเข้ามาเอง หรือนั่งรถเช่าเข้ามาในหมู่บ้าน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ และสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจากบริษัทรถเช่า หรือบริษัททัวร์ต่างๆ และขับรถแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆไปเรื่อยๆ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มโดยซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวที่สำเร็จรูปจากบริษัททัวร์ ที่มีเครือข่ายติดต่อกันตั้งแต่ระดับจังหวัดไปจนถึงระดับประเทศหรือระดับโลก ดังนั้นรายการท่องเที่ยวต่างๆนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีการกำหนดไว้เรียบร้อยแล้ว

2. การดำเนินกิจกรรมด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

2.1 ที่พักแรม

ที่พักแรมในพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษางานวิจัยของ วชิรินทร์ ศรีสัตบุตร และคณะ (2545) พบว่า ในด้านที่พักของนักท่องเที่ยวได้ใช้บ้านของชาวบ้านที่มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน และการให้นักท่องเที่ยวเข้าพักกับชาวบ้านเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกัน เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักหมู่บ้าน วิถีของชุมชนมากขึ้น นอกจากนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ โฉมศิริ ทิมสุทินและคณะ (2547) ที่ศึกษาพบว่าที่บ้านแม่กาบอง ปัจจุบันในหมู่บ้านมีการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านและเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เสริม ชุมชนมีห้องพักแบบโฮมสเตย์อยู่ทั้งหมด 11 หลัง ซึ่งมีความเพียงพอกับนักท่องเที่ยว บ้านแม่กลางหลวง มีบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืน มีให้เลือก 3 แบบคือ 1) ที่พักแบบ Village Stay อยู่อย่าง

กลมกลืนกับธรรมชาติ ท่ามกลางขุนเขาและป่าเขียว รายล้อมด้วยนาขั้นบันไดและกลิ่นไอของดอกข้าว ในบริเวณหมู่บ้านแม่กลางหลวง 2) ที่พักแบบ Home Stay สัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้าน 3) ที่พักแบบ Camping สามารถกางเต็นท์ในพื้นที่บริเวณศูนย์การท่องเที่ยวใกล้แปลงนาขั้นบันได หรือบริเวณหุบเขาบนแปลงนาขั้นบันได (นอกฤดูปลูกเพาะปลูก) และชุมชนบ้านถ้ำหนองเบี้ย ก็มีบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืนแบบ Home Stay เช่นกัน

ที่พักแรมในพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย จากการศึกษาของ เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศรี (2548) ได้จำแนกที่พักออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) โรงแรม 2) เกสต์เฮาส์ 3) บังกาโล/รีสอร์ท 4) บ้านญาติ/บ้านเพื่อน 5) ที่พักในอุทยานแห่งชาติ 6) บ้านพักรับรองของทางราชการ และจากการศึกษาของสภาวินิ ทองพรวาณิช และคณะ (2548) ที่กล่าวถึง จังหวัดเชียงรายว่ามีการอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยการเพิ่มที่พักแบบโฮมสเตย์และที่พักพื้นบ้านมากกว่าการสร้างโรงแรม

ที่พักแรมในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการศึกษาของ สมศักดิ์ คงแดง และคณะ (2547) พบว่า ในปัจจุบันเริ่มมีการสร้างที่พักนักท่องเที่ยวแบบบ้านดินหรือบ้านไม้ไผ่ยกพื้นแบบชาวไทยใหญ่ และมีการสร้างที่พักแบบโฮมสเตย์และที่พักพื้นบ้านมากกว่าการสร้างโรงแรมเช่นเดียวกันกับจังหวัดเชียงราย

2.2 บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาของ อภิโชค เลชะกุล และกรุณา รักชวิน (2546) พบว่า มีการพัฒนาระบบการขายสินค้าที่ใช้ระบบของ Online หรือ Internet เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้การเลือกซื้อสินค้าทำได้ง่ายโดยไม่ต้องไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้านั้นจริงๆ นอกจากนี้ การศึกษาของอิสระ ศิริไสยาสน์ และคณะ (2550) ยังพบว่า มีการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ในรูปแบบการให้บริการทางระบบ GPRS เพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงเว็บไซต์ในช่องทางใหม่ๆ เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ในอนาคต

2.3 ร้านค้าของที่ระลึก

จากการศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2546) พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีร้านค้าของที่ระลึกเป็นอุตสาหกรรมเครื่องเงินและศิลาดล ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ จากการศึกษาของ อภิโชค เลชะกุล และกรุณา รักชวิน (2546) พบว่า ของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่เป็นสินค้าศิลปหัตถกรรม เพราะสินค้าศิลปหัตถกรรมของเชียงใหม่มีชื่อเสียง มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และไม่ถูกมองเป็นสินค้าราคาถูกที่จะหาที่ไหนก็ได้ และ ลีศึก ฤทธิ์เนติกุล และคณะ (2546) ได้ศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และการผลิตวัสดุจากธรรมชาติ เช่น นาคอไม้ รากไม้ มาผลิตเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ถ้วย แก้ว ช้อน ชาม ถาด ก็จัดเป็นของที่ระลึกของจังหวัดเชียงใหม่เช่นกัน

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ร้านค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมซื้อส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องประดับและงานแกะสลักไม้ เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ ความคงทนและประโยชน์ใช้สอย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเลือกซื้อสินค้าประเภทงานแกะสลักไม้มากที่สุด ส่วนหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในจังหวัดเชียงรายในอำเภอเมือง คือการผลิตและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์ดอกไม้จากดินหอม งานทอผ้าพื้นเมือง ตัดเย็บเสื้อผ้าม่อฮ่อม งานหัตถกรรมแกะสลักไม้ งานตุ๊กตา ปูนยิบซั่ม ทอเสื่ออก งานเครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์

เครื่องเรือนไม้ไผ่ งานตีเหล็ก งานหัตถกรรมชาวเขา งานผลิตภัณฑ์จากนุ่น งานเจียรไนพลอย งานหัตถกรรมจักสานของประดับต่างๆ งานผ้ามัดย้อมเสื้อผ้าพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย ผ้าปักชาวเขา เครื่องดนตรี งานทำเครื่องเงิน เฟอร์นิเจอร์ทราย ภาพเขียน พรหมปูพื้น ศิลปะประดิษฐ์จากใบลาน งานเครื่องประดับจากการจักสารไม้ไผ่ ที่อำเภอเวียงป่าเป้า มีการผลิตและสร้างสรรค์ ผลงานปูนปั้น ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ งานจักสาน งานทอผ้าพื้นเมืองหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์ (งานประดิษฐ์) จากกระดาษ งานทำไม้กวาดดอกหญ้า งานตีมีด งานผ้า ผลิตภัณฑ์ของใช้จากเครื่องเคลือบผลิตภัณฑ์แกะสลักไม้ เสื้อผ้าพื้นเมือง อำเภอเชียงแสน มีผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์งานแกะสลักไม้ งานเจียรไนพลอย งานทอผ้าพื้นเมือง งานจักสานหวาย งานจักสานไม้ไผ่ งานตีเหล็ก หัตถกรรมทอตุ้ง งานประดิษฐ์ดอกไม้แห้ง งานศิลปะประดิษฐ์ ตุ้งเงิน ตุ้งทอง ตุ้งล้านนา อำเภอแม่จัน มีผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา งานทอผ้าพื้นเมือง หัตถกรรมผ้าปักมือ งานเครื่องปั้นดินเผา งานตัดเย็บหนัง ประดิษฐ์หมอนเมือง ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก ผลิตภัณฑ์ของใช้จากผ้าฝ้าย พรหมปูพื้น ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์บรรจุห่อหมอดูดกลิ่น งานศิลปะปูนปั้น งานศิลปะแกะสลักไม้ อำเภอแม่สาย มีงานแกะสลักเป็นประติมากรรม แกะสลักหยก ศิลปะประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า ปักชาวเขา งานประดิษฐ์เครื่องประดับ หัตถกรรมไม้มัลลคลประดิษฐ์งานแกะสลักหยกเครื่องประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม งานอัญมณี งานทอเสื่อกก วัตถุโบราณจำลอง อำเภอเวียงชัย มีหัตถกรรมจักสาน งานทอเสื่อกก งานทอผ้าพื้นเมือง สไบประดิษฐ์ของใช้จากไม้ งานประดิษฐ์ตุ้งกระดาษ ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ งานทำไม้กระดาษดอกหญ้า งานตัดเย็บเสื้อผ้า จักสานทางมะพร้าว งานผ้าปัก อำเภอเทิง มีงานจักสานเครื่องหวาย งานทอผ้า งานตีเหล็ก ผลิตภัณฑ์จากนุ่น ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อุปกรณ์ใส่ของจากเชือก อำเภอขุนตาล มีงานจักสาน หัตถกรรมดอกไม้แห้ง งานจักสานเครื่องหวาย งานตีเหล็ก งานไม้กวาดจากดอกหญ้า งานผ้าปักมุก งานเครื่องนอน ผ้าคลุมโบราณ ไม้กวาดแสงจันทร์ ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอเชียงของ มีการผลิตและสร้างสรรค์ผลงานผ้าทอมือ งานประดิษฐ์ดอกไม้ผ้าทอพื้นเมืองไหล่องานหัตถกรรม ประดับเงิน กระเป๋าผ้าปัก อำเภอแม่สรวย มีงานผลิตภัณฑ์จากกระดาษ งานจักสาน หัตถกรรมชาวเขา งานทอผ้า งานประดิษฐ์ ดอกไม้ ประดิษฐ์ของเล่นพื้นเอง ผ้าปักพื้นเมือง อำเภอพญาเม็งราย มีงานจักสานไม้ไผ่ งานประดิษฐ์ดอกไม้จากดินหอม ผ้าทอไหล่องานอำเภอแม่ฟ้าหลวง มีหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา หัตถกรรมชาวเขา งานทอตุ้ง ผ้าคลุมหมอน สมุนไพรสุขภาพ อำเภอเวียงแก่น มีผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน อำเภอป่าแดด มีงานจักสานเครื่องใช้จากไม้ไผ่ ตัดเย็บเสื้อผ้า ผ้าไหมมัดหมี่ จักสาน ไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์ผักตบชวา ผ้าลายปักมือ งานทอเสื่อกก กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง มีผ้าคลุมแต่งกาย ภาพประดับมุก สไบทอมือ (ปริญญา แก้วโพธิ์ และคณะ. 2548)

ในพื้นที่จังหวัดแพร่ พระครูวิมลจิตติสุนทร และคณะ (2545) ได้ทำการศึกษาพบว่าสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดแพร่ คือ การทำผ้าตันมือ โดยตัดเศษผ้าเป็นชิ้นเล็กๆ ตามลายที่ต้องการและเย็บด้วยมือต่อเศษผ้าที่ตัดเป็นลวดลาย เป็นผ้าบุโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง ปลอกหมอน ฯลฯ สามารถส่งขายในตลาดต่างประเทศได้ จุดอ่อนของลานร้านค้าคือไม่มีที่นั่งพักสำหรับนักท่องเที่ยว แม่ค้าขายสินค้าตัดราคากันเอง ไม่ช่วยกันรักษาความสะอาด ไฟฟ้าไม่สว่าง ถึงขยะไม่เพียงพอ ไม่มีสวนหย่อมที่สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จุดแข็งของลานร้านค้า มีอาคารร้านค้าที่ถาวร มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ มีศูนย์เศรษฐกิจชุมชนของจังหวัด และสถานที่สร้างรายได้กับชุมชน

นอกจากนี้ สภาวิณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ (2548) ได้ศึกษาพบว่า จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน ยังมีของที่ระลึกที่เป็นสินค้า พื้นบ้านหรือสินค้าโอท็อปของแต่ละชนเผ่า เช่น ร้านหัตถกรรมของชาวเขา ผ้าทอมูเซอ ผ้าทอ ธรรมชาติ ผ้าปัก และอาหารตามชนเผ่า กุ๊ป (หมวกไต) ผ้าทอลายไทย ไม้กวาดทำจากดอกยุง รองเท้า ของป้อ น้ำมันงา ยาสมุนไพร เครื่องแต่งกายประจำเผ่า ครกไม้ แคนน้ำเต้า พืชผักผลผลิต เป็นต้น

2.4 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

จากการศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2545) พบว่า ที่พบว่า เชียงใหม่ยังไม่มีระบบขนส่งมวลชนของรัฐ มีรถสองแถวแดงบริการ แต่มีความแตกต่างในด้าน มาตรฐานการบริการ ความสะดวก และความปลอดภัย ดังนั้น ควรจัดให้มีระบบขนส่งมวลชนใน เชียงใหม่ที่มีบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และเป็นเวลา โฉมศิริ ทิมสุทินและคณะ (2547) ได้ศึกษา พบว่าในแต่ละวันจะมีรถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ รถบัสปรับอากาศ และรถสองแถวบริการ ซึ่งใน ระหว่างเส้นทางการเดินทางนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับธรรมชาติ ต่อมา เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิ ดา เรืองศรี (2548) ได้ศึกษา พบว่า สามารถเดินทางโดยเครื่องบิน, รถโดยสาร, รถส่วนตัว ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของ ประภาพร พนมไพร และคณะ (2548) ที่พบว่า อุตสาหกรรมการขนส่ง ผู้โดยสารจะมีทั้ง ทางอากาศยาน ทาเรือ รถโดยสาร มีอย่างเพียงพอ

นอกจากนี้ สภาวิณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ (2548) ได้ศึกษาพบว่า จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน มีระบบขนส่งที่ส่วนมากจะเป็น การเดินทางไปเองของนักท่องเที่ยว นั่งรถประจำทาง รถตู้ รถจี๊ปเล็ก และถ้าเที่ยวตามหมู่บ้านที่เป็น เขาจะมีรถม้าบริการ

2.5 มัคคุเทศก์/ล่ามแปล

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาค้นคว้าของ โฉมศิริ ทิมสุทินและคณะ (2547) และ ฐิติ ฐิตีจำเริญพร และคณะ (2549) พบว่า มีบริการนำเที่ยวโดยมัคคุเทศก์ท้องถิ่น นอกจากนี้ โอฬาร อ่องพะ และคณะ (2547) ได้ศึกษาพบว่า มีบริการนำเที่ยวโดยผู้นำทางหรือลูกหาบ ซึ่งจะต้อง มีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) ต้องได้รับรองความประพฤติจากผู้ใหญ่บ้าน 2) ผู้นำทางและลูกหาบต้อง ลงทะเบียนประวัติไว้กับเขต ฯ เชียงดาวทุกคน 3) ต้องได้รับการอบรมเป็นผู้นำของท้องถิ่น หรือ ลูกหาบ

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาค้นคว้าของ ประภาพร พนมไพร และคณะ (2548) และ จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และ มะณี สมรัก (2548) พบว่า มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวตามบริษัทนำเที่ยว และมีบริษัทนำเที่ยวหลายบริษัทมีการส่งเสริมการบริการโดยการ ลด แลก แจก แถม มีความสามารถ ทางด้านภาษา/ราคารวมของโปรแกรมการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ สภาวิณี ทรงพรวาณิชย์ และคณะ (2548) ได้ศึกษาพบว่า จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน จะมีไกด์ประจำหมู่บ้านนั้นๆ พา เที่ยว ซึ่ง ไกด์ 1 คน/นักท่องเที่ยว 2 คน หรือขึ้นอยู่กับปริมาณของนักท่องเที่ยว แต่ถ้าเป็นทัวร์พา เที่ยวจะมีไกด์มาด้วย

2.6 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2545) พบว่า ภัตตาคารและร้านอาหารของจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย ภัตตาคาร ภัตตาคารในโรงแรม ร้านอาหารท้องถิ่น ร้านอาหารประเภทจานด่วน และแฟรนไชส์ รวมทั้งแผงลอย เถลิ้มชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศรี (2548) ศึกษา พบว่า จะมีอาหารจากโรงแรม-ที่พัก อาหารพื้นเมือง Fast Food อาหารตามสั่ง และมีร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัด

การศึกษาเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหารในพื้นที่จังหวัดเชียงราย พบว่า มีร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก จำนวน 1 ร้านอาหารที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท ลาบ หลู้ ส้า ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง จำนวน 1 ร้าน ที่จำหน่ายอาหารประเภทลาบ แกงอ่อม ต้มขมิ้น ต้มแซบ และร้านอาหารขนาดใหญ่ จำนวน 1 ร้าน ที่จำหน่ายเป็นอาหารประเภท ลาบ หลู้ ส้า แกงอ่อม ต้มขมิ้น ต้มแซบ ไส้อั่ว อย่างต่างๆ (ศรีสมร คุณากรบดินทร์และคณะ. 2548)

ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร คือ สมศักดิ์ คงแดง และคณะ (2547) พบว่า มีการจัดสร้างภัตตาคาร ร้านอาหารขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น มีการจัดเทศกาลอาหารจินยูนานขึ้นเป็นประจำในวันที่ 5 ธันวาคม ของทุกปี เพื่อเป็นการร่วมเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

2.7 บริการรถเช่า

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2545) ได้ศึกษา พบว่า มีธุรกิจมอเตอร์ไซค์ให้เช่า ธุรกิจการให้เช่าอุปกรณ์ขนส่งทางอากาศ ธุรกิจลีมูซีน ธุรกิจรถเช่าและธุรกิจรถตุ๊กตุ๊ก

2.8 สิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2545) ได้ศึกษาพบว่า ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีอุตสาหกรรมการสนาหมกอล์ฟของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมียอดขายในปี พ.ศ. 2545 เป็นมูลค่า 195 ล้านบาท แยกเป็นยอดขายจากลูกค้าต่างประเทศ ร้อยละ 43.40 ลูกค้าคนท้องถิ่น ร้อยละ 39.78 และลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทยอีก ร้อยละ 16.82 นอกจากนี้ ยังพบว่าอุตสาหกรรมการสนาหมกอล์ฟเป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการต่างก็เป็นผู้มีฐานะดี จึงไม่จำเป็นต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐ นอกจากการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว

2.9 สุขภาพ/สปา

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2545) ได้ศึกษา พบว่า ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีสปาอยู่ประมาณ 25 แห่ง เนื่องจากอุตสาหกรรมการสปาถูกจัดเป็นธุรกิจประเภทเดียวกับธุรกิจอาบอบนวด อยู่ภายใต้ พ.ร.บ. สถานบันเทิง ซึ่งกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องเสียภาษีสรรพสามิตร้อยละ 10 ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินยุทธศาสตร์ที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการบริการเพื่อสุขภาพ

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาคูหาของ สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และ เบญจวรรณ โหมกมล (2548) พบว่า ผู้ให้บริการประเภทสถานบริการสปาในจังหวัดเชียงราย ส่วนมากเป็นแบบ Resort/Hotel Spa มีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 6 แห่ง และเป็นแบบ น้ำพุร้อน Amenity Spa , Day Spa, Destination Spa ซึ่งเปิดบริการเพื่อสุขภาพในสถานพยาบาลเพื่อกายภาพบำบัด การนวดและอบสมุนไพร และแบบ Salon Spa ซึ่งส่วนมากพัฒนามาจากร้านเสริมสวย และมีเพียง 3

แห่งที่ได้รับรองมาตรฐาน จากกระทรวงสาธารณสุข อีกประมาณ 16 แห่ง อยู่ระหว่างการเตรียมการ ซึ่งส่วนใหญ่ยินดีต่อการกำหนดมาตรฐานภาครัฐ การที่ผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยแต่ละแห่งได้มีการวางตำแหน่งทางธุรกิจและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยขึ้นอยู่กับความชอบของเจ้าของธุรกิจและสถานภาพทางการเงิน โดยจะพยายามสร้างวัฒนธรรมและภาพลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ ศุภสิน สุริยะ และ ชัยวัฒน์ ทองอินทร์ (2548) ได้ศึกษาพบว่า จังหวัดเชียงรายยังมีสถานบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ 3 แห่งคือโรงพยาบาลแม่ลาว โรงพยาบาลพญาเม็งราย และวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยโรงพยาบาลแม่ลาวให้บริการด้านการฝังเข็มและนวดแผนไทย โรงพยาบาลพญาเม็งรายให้บริการด้านการนวดแผนไทย การรักษาโรคด้วยสมุนไพรและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ในขณะที่วิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือกมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ให้บริการด้านการรักษาหรือดูแลสุขภาพโดยใช้ความรู้และเทคนิควิธีการของการแพทย์แผนไทยและยาสมุนไพรไทย

2.10 แหล่งบันเทิงต่างๆ

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2545) ได้ศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมบันเทิงยามราตรีของจังหวัดเชียงใหม่แบ่งได้เป็นสองประเภท คือ อุตสาหกรรมบันเทิงภาคกลางวัน และอุตสาหกรรมบันเทิงยามราตรี ซึ่งผู้ใช้บริการกิจกรรมบันเทิงส่วนใหญ่ร้อยละ 48.12 เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ รองลงมาร้อยละ 34.91 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และอีกร้อยละ 16.97 เป็นคนท้องถิ่น อุตสาหกรรมบันเทิงยามราตรีโดยทั่วไปต้องการให้รัฐเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามสิ่งที่รัฐบาลท้องถิ่นควรมีการจัดทำโซนนิ่งอุตสาหกรรมบันเทิง ทั้งนี้เพราะเชียงใหม่เป็นเมืองประวัติศาสตร์เป็นเมืองศาสนา การโซนนิ่งจะทำให้การขยายตัวของอุตสาหกรรมไม่ขัดต่อสภาพภูมิทัศน์และวัฒนธรรมของเชียงใหม่

2.11 ประชาชน

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลีลิก ฤทธิ์เนติกุล และคณะ (2546) ได้ศึกษาพบว่า ประชากรบ้านห้วยน้ำรินแยกตามการนับถือศาสนาได้ดังนี้ นับถือวิญญานบรรพบุรุษ (พุทธ) จำนวน 15 ครอบครัว 80 คน นับถือศาสนาคริสต์ จำนวน 17 ครอบครัว 78 คน

ในพื้นที่จังหวัดแพร่ พระครูวิมลจิตตสุนทร และคณะ (2545) ได้ศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนมากประกอบอาชีพทางการเกษตร เช่น การทำนา ทำสวน และทำไร่

ในพื้นที่จังหวัดพะเยา ปัทมา สมิตะสิริและคณะ (2547) ได้ศึกษา พบว่า การประกอบอาชีพของประชาชน แบ่งได้ ดังนี้ 1) การเพาะปลูก ได้แก่ ผัก ถั่ว ข้าว ข้าวโพด ลำไย ลิ้นจี่ หอมแดง กระเทียม ยาสูบ 2) การเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ ได้แก่ การเลี้ยงกบ หมูเป่า วัว เป็นต้น 3) อาชีพอื่นๆ ได้แก่ การทำปราชสสำหรับใช้ในพิธีศพ การจักสาน การหาของป่า การเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงครั่ง

2.12 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาของ ดุชนิ ขาวนา และคณะ (2548) พบว่า การดูแลความปลอดภัยให้แก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญมาก ความปลอดภัยเป็นประเด็นสำคัญอันดับต้นๆ ที่นักท่องเที่ยวทุกคนคำนึงถึง ดังนั้นการจัดการด้านนี้ต้องมีความพร้อมมากที่สุดเช่นกัน รวมถึงการเตรียมการเรื่องการปฐมพยาบาลอย่างถูกต้องด้วย

2.13 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น ถ้ำตับเต่า เป็นศาสนสถานโบราณ มีตำนานความเป็นมาหลายร้อยปี มีลำธารน้ำใสไหลมาจากแหล่งน้ำรู มีทั้งถ้ำมืดและถ้ำแจ้ง ในถ้ำมืดมีสิ่งน่าสนใจหลายอย่าง เช่น ทรายไหลแห้ง ประตูดาบป ชาติภูมิเกร็ดระยิบระยับของหินงอกหินย้อย ส่วนถ้ำแจ้งนั้นในอดีตหลายร้อยปีเคยเป็นที่พักของผู้สัญจรผ่านจากพม่ามาไทยหรือไทยไปพม่ารวมถึงเป็นจุดพักพลของการเคลื่อนทัพ ที่สำคัญเป็นนิเวศสถานของความศักดิ์สิทธิ์ของนักบวช ฤๅษี นักพรต แต่ครั้งโบราณของพม่าและไทยใช้ในการปฏิบัติสัปปายะบำเพ็ญศีลภาวนา (วัชรินทร์ ศรีสัตบุตร และคณะ. 2545) ส่วนพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 95 แห่ง เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่จัดตั้งโดยบุคคล องค์กรเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 18 แห่ง มีการดำเนินงานในรูปแบบของการบริการทางด้านวัฒนธรรม และมีเพียง 3 แห่งที่มีการเก็บค่าบริการการเข้าชมหรือค่าบำรุงพิพิธภัณฑ์ (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. 2546) นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านและศูนย์วัฒนธรรมปกากะญอ ที่รวบรวมศิลปวัตถุและเรื่องราวของชาวปกากะญอ กลุ่มน้ำกลาง มีพิพิธภัณฑ์ชาวเขาจัดแสดงประวัติข้อมูลประชากรแต่ละเผ่า เครื่องมือเครื่องใช้ของชนเผ่าต่างๆ พิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง จัดแสดงครกตำของชนเผ่ากะเหรี่ยง และมัง (โณมศิริ ทิมสุทินและคณะ. 2547) น้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติมีอยู่หลายแห่ง เช่น น้ำตกตาด้อย น้ำตกตาดครก น้ำตกศรีสังวาลย์ เป็นต้น จุดชมวิวดอยสุเทพ สามารถมองเห็นทิวทัศน์ที่สวยงามของขุนเขาและป่าไม้ในพื้นที่ได้ชัดเจนและมองเห็นดอยสุเทพ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ บ้านม้งดอยปุย สวนสองแสน ป่าต้นน้ำเป็นป่าที่ยังคงมีความสมบูรณ์อยู่ บางส่วนมีตาน้ำที่เป็นแหล่งกำเนิดของลำห้วยหลายสาย เช่น ห้วยหวาย ห้วยปางเจ้า ห้วยปูลอด ห้วยปันหมอง เป็นต้น (ประยงค์ บุญไทย และคณะ. 2551) หมู่บ้านห้วยริน เป็นหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง และเผ่ากะเหรี่ยง เป็นหมู่บ้านที่ยังคงสภาพธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนแบบดั้งเดิม มีหมู่บ้านกะเหรี่ยง บ้านคนเมือง แม่น้ำแม่วาง ซึ่งเป็นที่ล่องแพแลปางช้างอยู่ใกล้เคียง (ลีศึก ฤทธิ์เนติกุล และคณะ. 2546) ป่าบริเวณดอยหลวงเชียงดาวที่มีความหลากหลายทางชีวภาพทั้งทางด้านสภาพป่า พันธุ์พืช พันธุ์ไม้และพันธุ์สัตว์ (โอฬาร อ่องพะ และคณะ. 2547)

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศรี (2548) ได้ศึกษาพบว่า เชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย ซึ่งมีชายแดนติดกับประเทศพม่าและประเทศลาว ประกอบกับมีภูมิประเทศเป็นภูเขา โดยมีชาวเผ่าต่างๆมากมาย จึงมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและมีอากาศที่เย็นสบายตลอดปี แหล่งท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเที่ยวมากที่สุดคือด่านพรมแดนแม่สาย รองลงมาคือดอยตุง-พระตำหนักฯ ไนท์บราซาร์ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด่านพรมแดนแม่สาย รองลงมาคือไนท์บราซาร์ และสามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน และพลวัต พัฒนทอง และทรงสรรค์ อุดมศิลป์(2548) ได้นำเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวบ้านศิลปินเชียงราย ดังนี้ 1) ถวัลย์ ดัชนี เป็นบ้านที่มีลักษณะทรงล้านนา ลานข้างประยุกต์ โดยเรียกกันทั่วไปว่า “บ้านดำ” มีลักษณะเป็นหลังแยกเดี่ยว ในแต่ละหลังจะมีลักษณะเด่นและการใช้งานเฉพาะตัว สามารถเป็นที่พำนักได้สำหรับแขก ซึ่งในบริเวณนี้มีหลังหนึ่งเป็นที่ทำงานของศิลปินเอง ขณะที่ (พ.ศ.2549) กำลังทำวิหารใหญ่สำหรับเก็บและจัดแสดงผลงานของศิลปินเอง ขณะนี้นักท่องเที่ยวเข้าชมพอสมควร แต่ต้องขออนุญาตเป็นครั้งๆไป โดยมีการจำกัดบริเวณการเข้า

ชมในแต่ละกรณี มีการสะสมศิลปวัตถุที่มีคุณค่ามากมาย ขณะนี้ทราบว่า บุตรชายกำลังศึกษาทางด้าน พิพิธภัณฑศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งคาดว่าจะกลับมาช่วยทำให้สถานที่แห่งนี้เป็นแหล่งความรู้ที่ดีแห่งหนึ่งในเชียงราย 2) เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ วัดร่องขุน หรือเรียกว่า “วัดขาว” เปรียบเสมือน บ้านทางจิตวิญญาณของศิลปินเนื่องจากศิลปินได้ทุ่มเทกำลังใจและแรงงานในการสร้างสรรค์ วัดแห่งนี้ เปรียบเสมือนตัวแทนผลรวมของผลงานของตนเองที่ได้ทำมาตลอดชีวิตเป็นศาสนสถาน เป็นที่แสดงผลงานศิลปกรรม โดยความร่วมมือกับชุมชนเป็นอย่างดี มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากมาย ในอนาคต โดยสมาคมศิลปินคาดหวังว่าวัดร่องขุนจะเป็นจุดเริ่มต้นความเป็นศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวบ้านศิลปิน 3) ฉลอง พินิจ สุวรรณ โดยบ้านของ พินิจสุวรรณ ได้สร้างเป็น หอศิลป์ไต้ยวน เป็นพื้นที่แสดงผลงาน ศิลปะในรูปแบบห้องแสดงภาพและเปิดแสดงผลงานศิลปกรรมของศิลปินเชียงรายและจากที่ต่างๆ นับว่าเป็นพื้นที่ของบ้านศิลปินที่พร้อมจะรับนักท่องเที่ยวที่เข้าใจงานศิลปะ 4) สมรักษ์ ปันติบุญ คือ “เชรามิกคอตดินแดง” เป็นชื่อของบ้านศิลปินเครื่องปั้นดินเผาที่มีบ้านที่มีลักษณะโดดเด่นในความ กลมกลืนกับธรรมชาติเนื่องจากใช้ดินเป็นส่วนผสมในการฉาบน้ำ มีพื้นที่แยกเป็นสามส่วน ส่วนแรก คือ โรงงานเครื่องปั้นดินเผาและพื้นที่ทำงานของศิลปิน ส่วนที่ 2 คือห้องแสดงผลงานเครื่องปั้นดินเผา ที่เป็นงานศิลปะ และที่อยู่อาศัย ส่วนที่ 3 เป็นส่วนของร้านขายเครื่องปั้นดินเผาที่ทำเป็นงาน ศิลปหัตถกรรมโดยผลงานทุกชิ้นที่ลักษณะเฉพาะตัว 5) เรวัตร ดีแก้ว บ้านของเรวัตร ดีแก้ว ติดกับ บ้านของฉลอง พินิจสุวรรณ แต่บ้านของเรวัตรนี้ยังไม่มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวบ้านศิลปิน แบบตลาดเวลาหรือกำหนดเวลา แต่จะเหมาะสมกับการทำ Work Shop ทางศิลปะด้านเครื่องเงิน แกะสลักเครื่องหนังและเคยมีชาวต่างประเทศมาฝึกฝนกับเรวัตร และเรวัตรมีแนวโน้มที่จะปรับปรุง บ้านด้านหน้าให้เป็นสถานที่แสดงผลงานศิลปะแต่ยังไม่ใช้ในระยะเวลาอันใกล้ 6) สมพงษ์ สาร ทรัพย์ สำหรับบ้านของสมพงษ์ สารทรัพย์ เป็นบ้านที่อยู่อาศัยและมีบริเวณกว้าง โดยรอบบ้าน เหมาะสมกับคนทำ Work Shop ได้และสามารถจัดผลงานศิลปะได้ในอนาคต และสมพงษ์ยังมีห้อง แสดงภาพที่ในเมืองอีก พื้นที่หนึ่งไว้จัดแสดงผลงานศิลปะแบบหมุนเวียนกันทุกเดือน และเป็นพื้นที่ทาง ศิลปะแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงรายที่ศิลปินรุ่นใหม่ ๆ มาพบปะกันเป็นประจำ 7) พรมา อินยาสี บ้านของพรมา เป็นมีบริเวณที่เป็นห้องแสดงภาพและห้องทำงานไปพร้อมๆกัน และเปิดให้เข้าชม โดยขอเข้าชมล่วงหน้า มีนักเรียนศิลปะและนักเรียนทั่วไป รับนักท่องเที่ยวได้พร้อมๆกัน 50 คน กำลังเหมาะในแต่ละครั้ง บ้านของพรมายังมีข้อดีอีก คือศิลปินที่จะมาพบพูดคุยกันได้คือมีที่พักแยก ออกไปต่างหากและมีศิลปินและคนที่รู้จักมาพักกันอยู่เสมอ 8) พานทอง แสนจันทร์ บ้านพานทอง มีความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งโดยการติดต่อล่วงหน้าจะได้รับความสะดวก บ้านของ พานทองมีส่วนต่อขยายออกไปเป็นห้องแสดงภาพ พร้อมห้องทำงานและมีพื้นที่สำหรับพักอาศัย สำหรับแขกด้วย ในบริเวณใกล้เคียงของบ้านพานทอง ในอำเภอพานที่กำลังมีการสร้างหอศิลป์ของ อำเภอพานขึ้นนับว่าเป็นจุดท่องเที่ยวทางศิลปะอีกแห่งหนึ่งในอนาคต 9) ทรงเดช ทรัพย์ทอง บ้าน ของทราเดชเป็นบ้านที่อยู่อาศัยและสร้างขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่ในการแสดงผลงานศิลปะไปในตัว บริเวณ พื้นที่ทำงานมีการจัดแสดงผลงานศิลปะของศิลปินต่างๆที่ทรงเดชได้รับมาจากทุกๆแห่ง นับว่าเป็น บ้านที่มีการสะสมผลงานศิลปินขนาดเล็กที่ดี เนื่องจากเจ้าของบ้านได้ให้ความสนใจกับผลงานทุกๆชิ้น บ้านของทรงเดช มีพื้นที่ท่องเที่ยวต่อเนื่องเป็นอย่างดีกับวัดที่ทรงเดชไปวาดภาพฝาผนังไว้ มีเจดีย์ที่ทรง เดชออกแบบให้วัดและก่อสร้างเสร็จสิ้นแล้วมีความงดงาม รายล้อมด้วยบรรยากาศเชิงเขาในบริเวณนี้

มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนนิยมคือ พระซุ้ม้า และโครงการทำเครื่องเรือนไม้ไผ่ที่มีฝีมือและการออกแบบที่ได้รับการยอมรับจากคนต่างประเทศ 10) อภิรักษ์ ปันมูลศิลป์ บ้านอยู่บนดอยแม่สลองมีการจัดแสดงภาพและห้องทำงานไปด้วย แต่แท้ที่จริงภายในบ้านของอภิรักษ์นั้นจะอยู่บนดอยแม่สลองเป็นหลัก อภิรักษ์ได้บอกว่ายินดีที่นักท่องเที่ยวที่เข้าใจงานศิลปะจะเดินทางไปดูเขาทำงานในพื้นที่เสมอ แต่ต้องไม่เป็นการรบกวน ผลงานของศิลปินจะมาจากพื้นที่สวยๆในดอยแม่สลองหลายแห่ง

ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว คือ งานเมืองสามหมอก จัดขึ้นทุกปี ระหว่างวันที่ 1-7 กุมภาพันธ์ โดยมีการออกร้านจากทั้งหน่วยราชการ เอกชน และองค์กรต่างๆรวมทั้งการแสดงมหรสพรื่นเริงเพื่อประชาชนในท้องถิ่นได้เพลิดเพลินกับกิจกรรมต่างๆในงานมีการแสดงของชาวเขาเผ่าต่างๆในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่น่าสนใจ และยังมีงานเทศกาลชิมชาบ้านรักไทย จัดในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ บริเวณหมู่บ้านรักไทยหมู่ 6 ตำบลหมอกจำแป่ อำเภอเมืองหมู่บ้านรักไทยเป็นหมู่บ้านชายแดน ราษฎรมีอาชีพปลูกชาเป็นหลักมีนักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นไปเที่ยวเป็นจำนวนมาก การจัดงานเพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ปลูกชา และส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน ในงานมีการชิมชารอบหมู่บ้านเที่ยวชมธรรมชาติ ชิมชาชั้นดี ชมการแสดงจากชาวจีนยูนนาน และการละเล่นพื้นบ้าน รวมทั้งสามารถรับประทานอาหารจีนยูนนาน รสเลิศได้ด้วย ประเพณีปอยส่างลอง หรือ ประเพณีบรรพชาสามเณร ตามประเพณีชาวไทยใหญ่ ซึ่งถือว่าได้กุศลแรงกว่าการอุปสมบท พระภิกษุ จึงจัดอย่างยิ่งใหญ่ ช่วงเดือนมีนาคม เมษายน และพฤษภาคม เด็กที่จะบรรพชาเรียกว่า “ส่างลอง” จะโกนผมแต่ไม่โกนคิ้ว แล้วแต่งกายประดับประดาด้วยเครื่องประดับอันมีค่า เช่น สวมสร้อย กำไล แหวน และใช้ผ้าโพกศีรษะแบบเมียนมาร์สวมถุงเท้ายาว นุ่งโสร่ง ทาแป้งขาวเขียนคิ้วทาปาก ทั้งนี้เชื่อกันว่า พระพุทธเจ้ามีฐานะเป็นกษัตริย์ยังสละกิเลสได้ การประดับประดาแสดงว่ามีฐานะดีก็สละกิเลสไปชาวได้เช่นกัน ถ้าไม่มีม้าก็จะขี่คอคน ซึ่งเรียกว่า “พี่เลี้ยง” หรือ “ตะแปส่างลอง” แห่ไปตามถนนสายต่างๆ มีกลดทอง หรือ “ทีคำ” แบบพม่าก้นกันแดด ประเพณีอภพรชา หรือ งานปอยหลินสิบเอ็ด เป็นประเพณีที่มีความสำคัญมากสำหรับชาวจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยเดือน 11 ระหว่างขึ้น 13-14 ค่ำจะมีงานตลาดนัดขายของกันทั้งวันทั้งคืน ประชาชนจะไปซื้ออาหารและสิ่งของต่างๆสำหรับไปทำบุญที่วัดในวันขึ้น 15 ค่ำพอรุ่งเช้าของวันขึ้น 15 ค่ำ จะตักบาตรเทโวที่วัดพระธาตุดอยกองมูและเดินลงมาสู่วัดม่วยต่อ ซึ่งอยู่บริเวณเชิงเขา พระภิกษุสามเณรและประชาชนนับร้อยจะเรียงรายสองข้างทางเพื่อทำบุญตักบาตรเป็นภาพที่งดงามยิ่ง ตอนกลางคืนตามบ้านเรือนและวัดต่างๆจะมีการจุดประทีปโคมไฟสว่างไสว มีการแห่ “จองพารา” หรือ “ปราสาทรับเสด็จพระพุทธเจ้า” ซึ่งตกแต่งประดับประดาอย่างสวยงามมีการแสดงการละเล่นพื้นเมืองและมหรสพต่างๆและ “หลูตันเหิง” หรือการแห่เทียนพันเล่มด้วย งานพิธีลอยกระทง ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือนยี่ หรือทางเหนือเรียกว่า “ยี่เป็ง” โดยประชาชนจะทำกระทงเล็กๆไปลอยตามแม่น้ำ มีการประกวดกระทงใหญ่ที่หนองจองคำ มีมหรสพรื่นเริง ตามบ้านเรือนจุดประทีปโคมไฟสว่างไสวนอกจากนี้ยังมีการลอยกระทงสวรรค์คือนำกระทงที่จุดประทีปโคมไฟผูกติดกับลูกโป่ง ลอยขึ้นไปในอากาศแลดูสว่างไสวไปทั่ว กล่าวกันว่า การลอยกระทงสวรรค์มีขึ้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นแห่งแรก งานเทศกาลดอกบัวตอง ในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายนถึงกลางเดือนธันวาคม ทุกๆปี บริเวณดอยแม่อูคอ จะมีดอกบัวตองบานเหลืองอร่ามทั่วบริเวณขุนเขา อำเภอขุนยวมจะจัดเทศกาลให้นักท่องเที่ยวขึ้นไปชาตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน ถึง 10 ธันวาคม โดยทางอำเภอจะจัดเตรียมต้นที่ปักให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการจะค้างคืนบริเวณดอยแม่อู

คอ และพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิตของชุมชนและวัฒนธรรมที่หลากหลายของชนเผ่าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีพฤติกรรมการบริโภคด้านการท่องเที่ยวทั้งที่เหมือนและแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยและจีนชอบการเดินทางมาเป็นกลุ่ม เป็นคณะ ชอบไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและชอบสิ่งของที่เป็ผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น กระเป๋า ผ้าทอ น้ำมันงา และขนมงา เป็นต้น ไปฝากเพื่อนบ้าน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศชอบการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองตามคำแนะนำของหนังสือท่องเที่ยว (Guide Book) ขึ้นชอบวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชนเผ่าและชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในลักษณะการผจญภัย เช่น การล่องแพ เดินป่า ไต่เขา เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่สนใจและหาซื้อ เช่น หมวกของชาวเขา กระเป๋าถือ ตุ๊กตาชนเผ่า เป็นต้น (ประพันธ์ รักเรียน และคณะ. 2548)

ในพื้นที่จังหวัดแพร่ จากการศึกษางานวิจัยของ พระครูวิมลกิตติสุนทร และคณะ (2545) พบว่า นอกจากเทศบาลตำบลช่อแฮจะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญคือ วัดพระธาตุช่อแฮ แล้ว ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถไปชมได้ในบริเวณใกล้เคียง คือ น้ำตกเชิงทอง อยู่ห่างจากวัดพระธาตุช่อแฮประมาณ 10 กิโลเมตร (อยู่ด้านหลังวัดพระธาตุช่อแฮ) ไปตามถนนป่าแดง-น้ำกลาย เป็นส่วนหนึ่งของป่าสงวนแห่งชาติแม่ก้อย-แม่สาย น้ำตกมีความสวยงามแห่งหนึ่งของจังหวัดแพร่มีน้ำไหลตลอดทั้งปี เต่าปูลู เป็นเต่าขนาดเล็ก เมื่อโตเต็มที่จะมีขนาดยาว 20 เซนติเมตร น้ำหนักประมาณ 500 กรัม มีอยู่ที่บ้านนาตอง อยู่ห่างจากวัดพระธาตุช่อแฮประมาณ 23 กิโลเมตร อึ่งเทามีเล็บที่สามารถปีนป่ายต้นไม้ได้

ในพื้นที่จังหวัดพะเยา จากการศึกษาของ ปัทมา สมิตะสิริและคณะ (2547) พบว่ามีพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว คือตำบลแม่กาเป็นพื้นที่ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีพื้นที่ป่าเบญจพรรณบนเทือกเขา บางส่วนอยู่ในเขตป่าสงวน บางส่วนอยู่ในเขตอุทยาน บางส่วนเป็นป่าชุมชน จึงมีทั้งความอุดมสมบูรณ์ และความหลากหลายในด้านพืชพรรณ สัตว์ป่า แมลง นก ก่อให้เกิดทรัพยากรและทิวทัศน์ที่สวยงาม ตามธรรมชาติ ซึ่งสรุปได้คือ แหล่งน้ำ มีแหล่งน้ำจำนวนมาก ทั้งในลักษณะที่เป็นลำน้ำ ลำห้วย อ่างเก็บน้ำ ฝาย ในพื้นที่ของทุกหมู่บ้านอาจมีมากน้อยต่างกันไป มีเส้นทางดูนก วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนแม่กามีลักษณะที่เด่นชัดและยังคงรักษาแบบแผน วัฒนธรรมและประเพณี พื้นที่อย่างแน่นแฟ้น ได้แก่ประเพณี ตานก๋วยสลาก ประเพณีสงกรานต์ ประเพณี “สงฆ์น้ำพระ” ประเพณี “สืบชะตา” ประเพณีสู่ขวัญ ประเพณี “ตานข้าวใหม่” ประเพณี “ตานหลัว (พิน) พระเจ้า” ประเพณี “เข้ากรรม” พิธี “เลี้ยงผี” พิธีกรรม “แก้บน” พิธี “เป่าแหก” พิธีการสะเดาเคราะห์ ประเพณี “กินอ้อผญา” ประเพณี “การบวชป่า” และประเพณี “ทำบุญขึ้นบ้านใหม่”

3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

3.1 ปัญหาด้านการตลาด

จากการศึกษางานวิจัยของ อรพรรณ จำพุฒ และอัครพล นิยมรัตน์ (2548) เกี่ยวกับปัญหาด้านการตลาดในพื้นที่จังหวัดเชียงราย พบว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP หาซื้อได้ยาก จะมีการจำหน่ายเมื่อมีการจัดงานแสดงสินค้าเท่านั้น เนื่องจากขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า ไม่มีตลาดที่สามารถ

หารายได้ตลอดเวลา (ไม่มีร้านที่สามารถวางจำหน่ายทุกวันได้) ทำให้ผู้ซื้อไม่ทราบถึงแหล่งจำหน่าย ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วย ส่งผลให้จำนวนร้านค้าที่เปิดขายมีน้อย เมื่อนักท่องเที่ยวมาแวะชม ไม่เกิดความประทับใจ หรืออีกกรณีหนึ่ง นักท่องเที่ยวเห็นมีร้านจำหน่ายจำนวนน้อยราย จึงไม่แวะชมสินค้า ทำให้ร้านที่มาจำหน่ายได้จำหน่ายสินค้าในปริมาณน้อย นอกจากนี้ผู้ผลิตยังขาดความรู้ด้านการทำบรรจุภัณฑ์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ทำให้ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์แต่ไม่สวยงาม ขาดประสบการณ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและตรงกับความต้องการของตลาด และในด้านการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ยังขาดหลักเกณฑ์ในการควบคุมคุณภาพที่แน่นอนสมาชิกในกลุ่มไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมด

3.2 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด

จากการศึกษางานวิจัยของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2546) พบว่า ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาดคือ การเพิ่มช่องทางการตลาด และหาตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ตลาดครอบครัว โดยใช้หมี่แพนด้าเป็นจุดขาย

ส่วนในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จากการศึกษางานวิจัยของปริญญ์ แก้วโพธิ์ และคณะ (2548) พบว่า 1) ในการผลิตสินค้าคำนึงถึงควมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แสดงถึงศิลปะของท้องถิ่นของตน และควรจะเน้นความเป็นสากลและประโยชน์การใช้สอย ภาครัฐและภาคเอกชนควรจะมีการสนับสนุนโดยการให้ความรู้ด้านการออกแบบสินค้าและหีบห่อ การจัดตกแต่งร้าน เทคนิคการขาย การบริการ ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและจรรยาบรรณในธุรกิจท่องเที่ยว และเน้นการใช้วัสดุภายในท้องถิ่นให้มากที่สุด 2) จัดโครงการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ขายและผู้ผลิต เพื่อเปิดโอกาสให้ได้พบปะกันโดยตรง เพื่อจะได้แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นปัญหาที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้ปรับปรุงแก้ไขอันจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจต่อไป 3) จัดโครงการพัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าหัตถกรรม โดยนำผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมประเภทเดียวกันมาแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อคิดเห็น ปัญหา และเพิ่มศักยภาพให้แก่ผู้ผลิต โดยภาครัฐและเอกชนได้มีโอกาสเข้ามาส่งเสริม ทักชะ ความรู้ ในการผลิตสินค้าหัตถกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และยังคงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะตัวอันแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นของตนไว้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาวิจัยของ อรรพรรณ จำพุฒ และอัครพล นิยมรัตน์ (2548) ที่ศึกษาพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ควรมีการออกแบบสินค้าให้เหมาะสม มีดีไซน์ ทันสมัย โดดเด่น ใช้งานได้ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม หอบหิ้วได้ โหลดได้ท้องเครื่องบินได้แข็งแรง มีตราสัญลักษณ์กลุ่มที่สวยงาม เช่น ตรา OTOP ที่บ่งบอกว่าเป็น OTOP ที่ได้มาตรฐานของเชียงราย เพื่อรับประกันการซื้อ ผลิตภัณฑ์ควรเน้นภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด เพื่อเป็นจุดเด่นของสินค้าและสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า โดยใช้ความแตกต่างเป็นจุดขาย เพิ่มมูลค่าให้สินค้า เช่น เสื้ออก อาจเย็บขอบเสื้อด้วยผ้า และเพิ่มราคาขายให้สูงขึ้นหรือเสื้อผ้าพื้นเมือง อาจให้นักออกแบบมาเป็นผู้ออกแบบ และติดป้ายราคาเพื่อให้ขายได้ราคาสูงขึ้น ควรมีการจัดตั้งศูนย์กลางการจำหน่าย OTOP ของเชียงรายในตัวเมืองเชียงราย เพื่อเป็นศูนย์รวมสินค้าทุกอย่างจากทุกอำเภอ นอกจากนั้น ในแต่ละอำเภอ อาจมีร้านเล็กๆ ของอำเภอเองด้วย ประชาสัมพันธ์หลายๆ ช่องทางและเป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าโดยตรงหรือโดยเฉพาะกลุ่ม สร้างเครือข่ายพันธมิตรการจำหน่ายสินค้าทั้งระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและเชื่อมโยงการตลาดร่วมกัน

3.3 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาของ โอฬาร อ่องพะ และคณะ (2547) พบว่ามีปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวคือ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยหลวงเชียงดาว จุดพักแรมไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ด้วยระบบนิเวศของหลวงเชียงดาวนั้นเป็นระบบนิเวศที่เอกเขินปูน พื้นที่ราบเชิงเขา หรือยอดดอยมีไม่มากนัก อีกทั้งบริเวณที่เป็นที่ราบส่วนใหญ่ยังเป็นจุดกำเนิดของระบบนิเวศพันธุ์พืชเฉพาะถิ่นที่สำคัญ เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ระบบนิเวศบริเวณโดยรอบทั้งเส้นทางเดิน จุดพักแรม ต้องเผชิญกับปัญหาขยะ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อม และการอยู่อาศัย การหากินของสัตว์ป่าในเขตพื้นที่อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า และ ฐิติ ฐิตีจำเริญพร และคณะ (2549) ได้ศึกษา พบว่าเกิดปัญหาที่สำคัญ เช่น ชุมชนไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวหรือการพักแบบโฮมสเตย์ ไม่เห็นประโยชน์ของการเปิดหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยว ไม่เห็นความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของตนเอง ไม่มีกฎระเบียบหรือมาตรการในการปฏิบัติที่ถูกต้อง ไม่เข้าใจการดูแลผลประโยชน์หรือผลตอบแทนที่ได้รับ และอีกปัญหาที่ประสบคือ การที่บุคคลภายนอกเดิมที่เข้ามาท่องเที่ยว ต่อมาเข้ามาตั้งถิ่นฐานในหมู่บ้านพร้อมดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวและไม่ยอมรับกฎระเบียบของหมู่บ้าน

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาของ เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศรี (2548) พบว่า มีปัญหาในเรื่องของการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่ยังไม่มีความสะดวกเนื่องจากไม่มีรถโดยสารบริการอย่างเพียงพอ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดต่อเนื่อง จะพบปัญหาเกี่ยวกับการจราจรที่ติดขัดบริเวณทางขึ้นดอยตุงและในเขตตัวเมืองอำเภอแม่สาย ซึ่งควรมีหน่วยงานในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ ศุภสิน สุริยะ และชัยวัฒน์ ทองอินทร์ (2548) ศึกษาพบว่า การขาดแคลนบุคลากรในการดำเนินงานการให้บริการแพทย์ทางเลือกหรือบริการฝังเข็ม ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่มีหน้าที่ภาระและความรับผิดชอบประจำอยู่แล้วจึงไม่สามารถจัดสรรเวลาได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ งบประมาณในการให้บริการและแนวทางการบริหารจัดการซึ่งต้องขึ้นอยู่กับอำนาจการตัดสินใจของต้นสังกัดจึงทำให้การดำเนินงานไม่คล่องตัว มุมมองด้านรัฐบาลพบว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือแนวทางของภาครัฐยังขาดการบูรณาการที่สอดคล้องประสานและงบประมาณในการดำเนินที่เป็นรูปธรรม อีกทั้งยังไม่ได้มีการวางแผนการดำเนินการในระยะยาว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพรวมถึงขาดการประชาสัมพันธ์และจูงใจให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปเห็นความสำคัญและตระหนักถึงการรักษาโดยการแพทย์ทางเลือกและการฝังเข็ม นอกจากนี้ ศรีสมร คุณากรดินทร์ และคณะ (2548) ได้ศึกษาพบว่า ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็กและขนาดกลางมีจำนวนมากที่กระจายอยู่ในทุกอำเภอยังไม่มีศักยภาพและความพร้อมที่รองรับนักท่องเที่ยว

3.4 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ

จากการศึกษาในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีของแนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ คือ อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในเชียงใหม่จำเป็นต้องรักษาและเพิ่มคุณภาพการบริการในทุกระดับ ดังนั้นผู้ประกอบการ ภาครัฐและสมาคมโรงแรม จึงควรร่วมมือกันเพื่อพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้วยการตัดราคา พัฒนางานวิจัยด้านปฏิบัติการ และการวิจัยเพื่อแสวงหาภูมิปัญญาล้านนาที่มาประยุกต์ใช้ใน

กิจกรรมโรงแรม เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์ของการบริการและเพื่อให้การเข้าพักในโรงแรมเป็นประสบการณ์ด้านท่องเที่ยวโดยตัวของมันเอง เช่น บางโรงแรมอาจทำห้องนั่งเล่นที่เป็นคลังรูปโบราณในล้านนาหรือสร้างบรรยากาศที่ย้อนยุค และควรศึกษาเกี่ยวกับบรรณนิยมและพฤติกรรมของผู้มาเยือนในแต่ละประเทศ เพื่อจัดบริการให้เหมาะสมปะทะปะทับใจ พัฒนาและเพิ่มศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมนำเที่ยวโดยเฉพาะมัคคุเทศก์ในเรื่องของภาษาต่างประเทศ ตลอดจนคุณภาพของการให้บริการหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งให้ข้อมูลแก่ผู้ประกอบการด้านกลยุทธ์การสร้างตลาดในประเทศ และสนับสนุนการจัดสิทธิบัตรแก่ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการคิดค้นขึ้น การพัฒนามาตรฐานการให้บริการเกสต์เฮาส์หรือเรือนแรมควรดำเนินการในทำนองเดียวกับโรงแรม แต่เน้นในด้านความสะอาดและปลอดภัย และควรจัดทำทำเนียบเกสต์เฮาส์ที่ได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจัดทำบุพพิเศษ ณ สนามบินสถานีรถไฟ เพื่อให้บริการจองเกสต์เฮาส์ได้มาตรฐาน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภทบริการทางด้านวัฒนธรรมหรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในฐานะผู้ให้บริการด้านวัฒนธรรมและการศึกษา เพื่อให้สามารถคงอยู่ได้ในอนาคต ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ส่งเสริมการทัศนศึกษาของเยาวชนในด้านศิลปวัฒนธรรม ทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. 2546) ส่วน อภิโชค เลขาภกุล และกรุณา รัชชวิน (2546) ได้ศึกษาพบว่า ควรพัฒนาระบบการผลิตสินค้า ของที่ระลึกให้สะอาดและทันสมัย และเปลี่ยนแปลงการประกอบการไปสู่ความเป็นธุรกิจที่สมบูรณ์มากขึ้น ทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด และการบริการ ยกเลิกการแข่งขันเรื่องราคา สร้างระบบกำหนดและรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า เพื่อเตรียมการรับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น ดุษณี ขาวนา และคณะ (2548) ได้ทำการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนยั่งยืนได้ ต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมมือกันจัดการทรัพยากรของตนเองที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดแก่ระบบนิเวศและความสัมพันธ์ทางสังคม วิถีชีวิตของคนในชุมชนทั้งประโยชน์การอนุรักษ์และฟื้นฟู ซึ่งควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุกขั้นตอน มีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรมแนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนทั้งทางพื้นที่และทางสังคมของชุมชน การท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและคนในชุมชนได้ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะต่างๆ ค่อยๆ ปลูกฝังค่อยๆ ซึมซับตามเวลา พยายามเผยแพร่และหาโอกาสสร้างคนรุ่นใหม่ให้ได้มีโอกาสเข้ามาทำงานเพื่อชุมชนและค่อยๆ สร้างการยอมรับในชุมชนเองจนสามารถมีกลุ่มอายุต่างๆ กันและถ่ายทอดวิธีการแนวทางและภูมิปัญญาให้สืบทอดไปได้ นอกจากนี้ ฐิติ ฐิติจำเจริญพร และคณะ (2549) ได้ทำการศึกษาพบว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ควรสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ โดยชุมชนต้องพัฒนาและยึดมั่นในเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมไปยังรุ่นลูกหลาน และเพื่อการอยู่รอดของตนเอง จัดองค์กรหรือกลุ่มบริหารจัดการของชุมชนให้มีศักยภาพที่สามารถบริหารจัดการเพื่อการดำเนินกิจการของชุมชนในระบบการตลาดได้ โดยคนในชุมชนและเพื่อชุมชนของตนเอง

ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาของ เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศรี (2548) พบว่า แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ คือหน่วยงานด้านการ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายควรมีหน่วยงานในการจัดทำเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวของเชียงรายที่มีข้อมูลน่าสนใจ เป็นปัจจุบัน และมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่วนประเด็นที่ควรใช้เป็นจุดขายของเชียงรายควรเน้นที่ อากาศดีและสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ ธุรกิจที่จะลงทุนด้านที่พักในจังหวัดเชียงราย ควรเป็นที่พักประเภทโรงแรม เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติต้องการที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุดโดยราคาไม่ควรเกิน 1,000 บาท นอกจากนี้ยังต้องการบริการเพิ่มเติมในด้านโรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัดและราคาถูก การทำที่พักประเภทโรงแรมที่ไม่เน้นความหรูหรามากนักแต่ราคาประหยัดน่าจะตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุดทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงราย ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว ควรเน้นเป็นประเภทอาหารพื้นเมือง เพราะจากผลวิจัยนั้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ศรีสมิตร คุณากรบดินทร์และคณะ(2548) ได้ศึกษาพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ควรให้ความสนใจและสนับสนุนส่งเสริมร้านอาหารต่าง ๆ ในการพัฒนาและยกระดับให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาอาหาร ร้านอาหารพื้นเมืองจึงควรแจ้งราคาอาหารในรายการให้ชัดเจนและกำหนดราคาอาหารอย่างเป็นธรรม ไม่แพงจนเกินไป ควรมีรายการอาหารเป็นภาษาต่างชาติด้วย โดยรายการอาหารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศควรอธิบายถึงส่วนประกอบ ลักษณะของอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ วิธีรับประทาน อย่างสั้นๆให้อ่านเข้าใจง่ายและมีภาพอาหารชนิดนั้นๆ ประกอบและควรเน้นประเด็นอาหารพื้นเมืองเป็นอาหารสุขภาพปรุงด้วยผักพื้นบ้าน บุขบา สิทธิการ และคณะ (2548) ได้ศึกษาพบว่า ควรศึกษาบริบทสังคมและศิลปวัฒนธรรมของชุมชนเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนา ตลอดจนกำหนดแนวทางป้องกันการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ สร้างโอกาสให้ชุมชนได้พัฒนาตามแนวทางที่ต้องการ จะส่งผลให้ชุมชนมีส่วนร่วมคิดและวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ยกย่องเชิดชูศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน โดยส่งเสริมการเรียนรู้และสืบทอดอย่างต่อเนื่อง ให้ชุมชนมีความตระหนักและภูมิใจ อันจะช่วยเป็นเครื่องป้องกันการเกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยว ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดของการเชิงอนุรักษ์โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนา ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นแก่ชุมชนชาวบ้านในระดับรากหญ้า ที่เป็นเจ้าของพื้นที่ ปรมินทร์ อริเดช และคณะ (2548) ได้ศึกษาพบว่ารัฐบาลควรให้การสนับสนุนด้านงบประมาณมากขึ้น และเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทมากขึ้น หน่วยงานระดับจังหวัดควรส่งเสริมสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และให้ความช่วยเหลือตามที่ชุมชนต้องการและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นควรเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนด้วย หน่วยงานทางการศึกษา เช่น สถาบันอุดมศึกษา ควรให้การช่วยเหลือแหล่งท่องเที่ยวในการให้ความรู้ด้านต่างๆและพัฒนาศักยภาพของชาวบ้านให้สามารถดำเนินการจัดการและรักษาแหล่งท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เพทาย บำรุงจิตต์ และคณะ (2548) ได้ทำการศึกษาพบว่าควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายชุมชน การให้ประชาชนในชุมชน หรือพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในระดับตั้งแต่ประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการภาคบริการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคราชการ และองค์กรเอกชน ได้มี

ส่วนร่วมในกระบวนการจัดการตั้งแต่การวางแผน การดำเนินกิจกรรม การตรวจสอบ จนถึงการประเมินผลร่วมกัน จะเป็นการสร้างความรู้สึกให้กับประชาชนในพื้นที่ให้เกิดความรัก ความหวงแหน รักษา ดูแลสภาพของพื้นที่สิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างเครือข่ายขอการจัดการร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคีเครือข่ายภาคส่วนต่างๆ ส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คณะกรรมการดำเนินการของจังหวัดจะต้องสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ได้เข้าใจปรัชญาที่แท้จริงของการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ เน้นการมีงานทำของประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ แบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ส่งเสริมให้มีกิจกรรมหรืองานที่เป็นธุรกิจต่อเนื่องของการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมกานำผลิตภัณฑ์ OTOP มาขายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยสร้างความเข้าใจให้กับชุมชนว่า การทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการต้อนรับ การดูแลความซื่อสัตย์ และการขายสินค้าที่ได้มาตรฐานในราคาที่ยุติธรรมไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยว ส่งผลให้การท่องเที่ยวในชุมชนเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป วิรุณศิริ โงมา และอัครเรศ รักสุริยา(2548) ทำการศึกษาพบว่า ควรเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วม ในการวางแผน และจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้มากขึ้น เช่น เปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจมีโอกาสเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังข้อมูลและร่วมเสนอความคิดเห็น เป็นต้น ควรร่วมกันสร้างจิตสำนึก หรือ ความตระหนักถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งควรสร้างให้ตระหนักถึงความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วม ในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้มากขึ้น ทั้งนี้ทำได้โดยการประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญและประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อภาคธุรกิจ วิชกร นันตะยานา และคณะ (2548) ได้ศึกษาพบว่าแนวทางในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ทำได้ดังนี้ 1) จังหวัดเชียงรายต้องมีนโยบายและแผนการพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม รวมทั้งมีนโยบายและแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง สร้างความตระหนักและจิตสำนึกไม่เห็นแก่ตัว โดยให้มีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบอย่างชัดเจนและให้โครงการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม มีงบประมาณสำหรับการบริหารจัดการ และควรมีการศึกษาดูงานต่างพื้นที่เพื่อนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ 2) นโยบายและการวางแผนนอกจากหน่วยงานภาครัฐ องค์กรส่วนท้องถิ่นเป็นผู้รับผิดชอบแล้ว ต้องให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอน รวมทั้งการร่างกฎ ระเบียบ ข้อปฏิบัติต่างๆ เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น มาตรการรักษาความปลอดภัย 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนด้านนโยบายและการวางแผนควรมีการจัดการอย่างบูรณาการ คือ ต้องมีความร่วมมือกันปฏิบัติในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านทรัพยากรมนุษย์ การสื่อสารกฎหมายและโครงสร้างพื้นฐาน และการศึกษาความต้องการของชุมชน 4) ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นจริงอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อให้รับทราบโดยทั่วกัน นโยบายและการวางแผนควรเน้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยมีการจัดการที่ดีสร้างความตระหนัก พื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม สร้างความเข้าใจให้คนในชุมชน หน่วยงานของรัฐเข้ามารับผิดชอบ ดูแลอย่างใกล้ชิด 5) หน่วยงานที่รับผิดชอบและจังหวัดเชียงรายต้องมีการศึกษาวิจัยความต้องการของคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวางแผนโดยนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (มรช.) และมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (มฟล.) มีส่วนร่วมในการศึกษาผลกระทบด้านต่างๆ เช่น ผลกระทบทางสังคม สุขภาพอนามัย เป็นต้น

โดยเป็นการศึกษาเชิงลึกด้านความต้องการ ผลดีผลเสีย โครงสร้างพื้นฐาน การเตรียมความพร้อมของชุมชน เช่น พื้นที่ตำบลศรีดอนชัย ตำบลห้วยซ้อ ตำบลสถาน นอกจากนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงยังเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารทั้งผลดีและผลเสียของอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวแก่หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และควรเสนอแนะแนวทางแก้ไขที่เป็นจริงต่อคนในพื้นที่ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้ถูกต้องและนำไปสู่การวางแผนพัฒนาจังหวัดอย่างเป็นรูปธรรม 6) มีนโยบายและแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ เส้นทางคมนาคม และมีระบบการบริหารจัดการที่ดี 7) จัดระบบข้อมูล ฐานข้อมูลให้ชัดเจนลงใน Web Site โดยมีศูนย์ข้อมูลด้านวัฒนธรรมของจังหวัดที่ทันสมัยและสมบูรณ์ 8) ในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายต้องมีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลทั้งในจังหวัด และต่างจังหวัด ต่างประเทศ โดยเชิญสื่อมวลชนเข้ามาเที่ยวชมในพื้นที่เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ อีกทางหนึ่ง 9) ต้องมีนโยบาย แผนและโครงการที่ให้ความรู้ด้านกฎหมาย เขตเศรษฐกิจชายแดนให้ประชาชนในพื้นที่ที่รับทราบเพราะปัจจุบันประชาชนในพื้นที่ยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง 10) ควรมีการแบ่งพื้นที่ (Zone) ให้ชัดเจน เช่น พื้นที่เขตอุตสาหกรรมที่จะต้องคำนึงถึง แรงงานต่างด้าว ความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น พื้นที่ท่องเที่ยวที่อาจมีผลกระทบจากคนนอกต่อคนในพื้นที่ โดยให้ภาครัฐส่งเสริมสนับสนุน รวมทั้งมีมาตรการชัดเจน รัดกุมสามารถควบคุมและจัดการผลกระทบต่าง ๆ เพื่อให้ชาวบ้านได้รับผลดีมากกว่าผลเสีย 11) การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวควรให้มีการท่องเที่ยวที่ครบวงจรโดยมีศูนย์บริการการท่องเที่ยว และให้คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ล้านนา และให้มีการฟื้นฟู ส่งเสริมการแต่งกายล้านนา และสร้างบ้านแบบล้านนา 12) ในการวางแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสมาคมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีอำนาจต่อรองทางจังหวัดในการทำแผนการท่องเที่ยวส่วนหน่วยงานราชการ องค์การที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรมนั้นพบว่าได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารเทศบาล เทศบาล ชุมชน ท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอุตสาหกรรมจังหวัด หน่วยงานด้านการศึกษา สาธารณสุข โรงพยาบาล/อนามัย หอการค้า สภาวัฒนธรรม พาณิชยจังหวัด ตำรวจท่องเที่ยว กรมทรัพยากรธรณี กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโยธาธิการและผังเมือง พัฒนาชุมชน กรมแรงงาน กระทรวงพัฒนาสังคม กรมศิลปากร เกษตรจังหวัดกรมส่งเสริมการเกษตร สอดคล้องกับ พันธมน บุญยาศรัย และ นพพรณ สังเวียนวงศ์ (2548) ที่ศึกษาพบว่า หน่วยงานทุกภาคส่วนควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดแก่ภาคประชาชนทั้งในการอบรมสัมมนา การให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยว รวมถึงการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ภาคประชาชนได้ตระหนักถึงบทบาทและหน้าที่ของตนเอง เพื่อที่จะสามารถวางแผนด้านการท่องเที่ยว เพื่อรองรับและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป สุจิตราภา พันธุ์วิไล และธีรเทพ ชนโมตรี (2548) ทำการศึกษา พบว่า การวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดเชียงรายควรดูแลรักษาความสะอาด ตกแต่งสภาพภูมิทัศน์ของชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวด้วยพันธุ์ไม้และดอกไม้พื้นเมือง ท้องถิ่นควรมีการแบ่งโซน หรือเขตรับผิดชอบในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวให้ชุมชนมีส่วนในการรับผิดชอบดูแลและบำรุงรักษาควรสร้างห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะเพิ่มขึ้น ในจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งควรร่วมมือในการดูแลรักษาความสะอาด โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล

ท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างสุขนิสัยที่ดีแก่ชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน พร้อมกับสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ อาริรัตน์ โกสทิธิ และตามร คำไตรย์ (2548) ทำการศึกษา พบว่า ควรสร้างระเบียบปฏิบัติต่อสถานที่ต่างๆเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยและการรักษาความสะอาดและให้มีเจ้าหน้าที่ประจำสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อดูแลรักษาและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ควรกำหนดให้มีการปิดปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นช่วงเวลาหนึ่งบ้างเพื่อดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์อยู่เสมอ และควรทบทวนกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องการผังเมืองในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเพื่อป้องกันปัญหาการบุกรุกสถานที่ท่องเที่ยว และเพื่อสร้างภูมิทัศน์ที่ดีสำหรับที่ท่องเที่ยว ศศิธร รุ่งกิจเลิศสกุล และเนตรดาว วุฒิอิน (2548) ได้ทำการศึกษาพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาลตำบลต้องร่วมมือกับภาครัฐ สถาบันการศึกษา และชุมชนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและในการวางแผนการท่องเที่ยวควรต้องทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้นำมาวางแผนให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ควรเริ่มจากการสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น มีการเตรียมบุคลากรที่เป็นคนในชุมชนท้องถิ่นให้มีทักษะด้านการบริการ ด้านการสื่อสารและควรได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของบุคลากร ต้องมีความรู้ความสามารถ มีความสุภาพอ่อนโยน มีความเข้าใจลูกค้า และสามารถที่ดูแลความปลอดภัยรอบบริเวณ ดังนั้นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อจะได้ส่งมอบบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุดและอยากกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีแนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ คือกลุ่มผู้นำชุมชนที่มีความเข้าใจและมีความเข้มแข็งควรกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนมีความตระหนักถึงคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น การสืบทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนในการสร้างจิตสำนึกการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ จะทำให้ความเป็นอยู่ของชุมชนมีความยั่งยืนทั้งเชิงสังคมและเชิงเศรษฐกิจที่ดี ควรมีองค์กรพัฒนาหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเข้าไปช่วยชุมชนด้านการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ที่เข้าใจระบบการจัดการด้านการตลาด การวางแผน การวางแผนโปรแกรมการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึง ควรมีองค์กรที่เป็นคนกลางประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจากภายนอกเพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์การจัดส่งนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าให้ โดยพิจารณาผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการภายนอกพื้นที่และชุมชนเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรคำนึงถึงสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ ชุมชนควรได้รับการสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือจากองค์กรหรือสถาบันภายนอก สร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ โดยชุมชนต้องพัฒนาและยึดมั่นในเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมไปยังรุ่นลูกหลานและเพื่อการอยู่รอดของตนเอง (ฐิติ ฐิติจำเจริญพร และคณะ. 2549)

ในพื้นที่จังหวัดแพร่ พระครูวิมลจิตติสุนทร และคณะ (2545) ได้ศึกษาพบว่ามีแนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ คือ ทำการประชาสัมพันธ์ ควบคู่ไปกับการปรับปรุงบริเวณวัดพระธาตุช่อแฮ สวนรุกขชาติช่อแฮ และลานร้านค้า ให้สวยงาม และจัดตั้งชมรมขึ้น

เพื่อหาแนวร่วมในการช่วยกันวางแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2 ควรส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น จัดทำป้ายบอกระยะทางไปวัดพระธาตุช่อแฮ ป้ายตู้ไฟประวัติวัดพระธาตุช่อแฮ ป้ายสถานที่สำคัญในวัดพระธาตุช่อแฮโดยตรง ไม่ต้องผ่านจังหวัดหรือถ้าผ่านจังหวัด ควรระบุในหนังสือให้ชัดเจนว่าทำป้ายสำหรับพระธาตุช่อแฮ และจัดการประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ เนื่องจากวารสารของการท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุมในระดับรากหญ้า



2. กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในปี พ.ศ.2545 - 2553 มีงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวนทั้งสิ้น 9 ชิ้นงาน ใน 7 จังหวัด คือ จังหวัดอุดรธานี 2 ชิ้นงาน ได้แก่งานของ ทวีศิลป์ อินทะจักรและคณะ และพรรณี จุฑานนท์และคณะ

จังหวัดตาก 1 ชิ้นงาน คือ งานของ พระสมศักดิ์ สิริจินโท (ภักดีเสนานฤนาท) และคณะ

จังหวัดพิษณุโลก 4 ชิ้นงาน ได้แก่งานของ ประจักษ์ แต่งท้าวและคณะ, ถาวร พงษ์พานิชและคณะ วศิน ปัญญา วุฒตระกูล และ ศุภลักษณ์ วิริยะสุนน และคณะ

จังหวัดเพชรบูรณ์ 4 ชิ้นงาน ได้แก่งานของ กนิษฐา อู่ถาวรและคณะ, วศิน ปัญญา วุฒตระกูล และ ศุภลักษณ์ วิริยะสุนน และคณะ

จังหวัดกำแพงเพชร 2 ชิ้นงาน ได้แก่งานของ ชาตรี ชูจิตร และคณะ และ วศิน ปัญญา วุฒตระกูล

จังหวัดสุโขทัย 2 ชิ้นงาน ได้แก่งานของ วศิน ปัญญา วุฒตระกูล และ ศุภลักษณ์ วิริยะสุนน และคณะ

จังหวัดพิจิตร 1 ชิ้นงาน คือ งานของ ศุภลักษณ์ วิริยะสุนน และคณะ

คำสำคัญของงานวิจัยและโครงการ ได้แก่

- การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมือขององค์การบริหารส่วนตำบล
- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สอดคล้องกับชีวิตชาวมูเซอดำ
- การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้นน้ำลำต้น
- การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ระเบียง
- ศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

โดยมีรายละเอียดแสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมด้านอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว

1.1 กิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย

จังหวัดพิษณุโลก จากการศึกษาของ ถาวร พงษ์พานิชและคณะ (2545) พบว่า มีกิจกรรมการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างและทุกรูปแบบและมีการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์

2. แนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

2.1 ที่พักแรม

ในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก จากการศึกษาของ ประจักษ์ แต่งท้าวและคณะ (2546) พบว่า มีโฮมสเตย์ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาผลงานวิจัยของวศิน ปัญญา วุฒตระกูล (2548) พบว่า จังหวัดสุโขทัย นักเที่ยวนิยมพักค้างคืนที่บ้านญาติมากที่สุดรองลงมาคือพักที่โรงแรม, จังหวัดกำแพงเพชร นิยมพักที่โรงแรมมากที่สุด รองลงมาคือบ้านญาติ, จังหวัดพิษณุโลก นิยมพักที่โรงแรมมากที่สุด รองลงมาคือบ้านญาติ และ จังหวัดเพชรบูรณ์ นิยมพักค้างคืนที่บังกะโล มากที่สุดรองลงมาคือโรงแรม

2.2 ร้านค้าของที่ระลึก

จากการศึกษาผลงานวิจัยของ ทวีศิลป์ อินทะจักร และคณะ (2545) ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี พบว่าจังหวัดอุดรธานีมีของมีระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมคือ ผ้าชิ้นตีนจก ปัจจุบัน ตีนจกใช้สีเขียว-เหลือง ตัวชิ้นจะเป็นชิ้นกร ชิ้นมุก และชิ้นชีว ซึ่งเป็นชิ้นที่มีสีเขียว และการต่อหัววินยังคงใช้ผ้าขาว-แดงมุก เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ ส่วนมากเป็นเครื่องจักสานไม้ไผ่เพื่อผลิตเป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องมือหาอาหาร เครื่องมือจับสัตว์ ภาชนะใส่ของ เป็นต้น งาม้างจำลองจากไม้ไผ่ เนื่องจากไม้ไผ่มีสีขาวนวล เนื้อละเอียด เมื่อขัดเกลี้ยงเนียนและทาแลคจะดูคล้ายงาช้าง น้ำเต้าผ้าเช็ดหน้าทอมือ ข้าวแคบที่จะทำเป็นมัดๆ และจากการศึกษาของ พรธณี จุฑานนท์และคณะ (2546) พบว่ามีสินค้าของที่ระลึกที่เป็นผลผลิตจากชุมชน เช่น ไม้กวาด ผ้าทอลับแล เครื่องจักสาน ยาสมุนไพร

จากการศึกษาผลงานวิจัยของวศิน ปัญญา วุฒตระกูล (2548) พบว่า สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกของจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ กล้วยไข่ หัตถกรรมหินอ่อน เครื่องเงิน จักสานจากผักตบชวา, จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ กล้วยตากบางกระพุ่ม แหนมและหมวยสุพรรณ หมีชู้, จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ มะขามหวาน ไก่ย่างวิเชียรบุรี ขนมจีนหล่มเก่า และจังหวัด สุโขทัย ได้แก่ กล้วยอบเนยขนมเกลียว ขนมฝิง ทองม้วน ทองพับ เครื่องปั้นดินเผาทุ่งหลวง ทองโบราณศรีสัชนาลัย ผ้าทอนาต้นจัน

2.3 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี การคมนาคมมี 2 ทาง คือ ทางบกและทางน้ำ โดยทางบกใช้การสัญจรโดยรถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถแท็กซี่รับจ้าง และรถอื่นๆ ส่วนทางน้ำใช้สัญจรโดยทางเรือ มีเรือยนต์ เรือเร็ว เรือหางยาว และเรืออื่นๆ (ทวีศิลป์ อินทะจักร และคณะ. 2545)

ในพื้นที่จังหวัดจังหวัดกำแพงเพชร จากการศึกษาของ วศิน ปัญญาอุตรตระกูล (2548) พบว่า ทางรถไฟเป็นการคมนาคมทางบกที่นิยมใช้กันมาก โดยเริ่มจากกรุงเทพมหานครผ่านภูมิภาคตอนกลางเกือบทุกผ่านพื้นที่ศึกษาคือ จังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย แล้วเข้าสู่ภาคเหนือสิ้นสุดที่จังหวัดเชียงใหม่

นอกจากนี้จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดสุโขทัย จากการศึกษาของ วศิน ปัญญาอุตรตระกูล (2548) พบว่ามีการคมนาคมทางอากาศโดยมีสนามบินอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ และสนามบินการบินพาณิชย์บริษัท Badkok Airway จำกัด จังหวัดสุโขทัย

2.4 มัคคุเทศก์/ล่ามแปล

ในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ จากการศึกษาของ กนิษฐา อู่ถาวรและคณะ (2545) พบว่า มีไกด์ชาวบ้าน หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นพานักท่องเที่ยวเดินเที่ยวชมป่าศึกษาธรรมชาติ และจากการศึกษาของ พรรณี จุฑานนท์และคณะ (2546) พบว่ามีการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ชุมชน โดยการจัดแบ่งนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ๆ ละประมาณ 10 คน ต่อมัคคุเทศก์ 1 คน โดยมีจุดประสงค์ให้มัคคุเทศก์ชุมชน ดูแลนักท่องเที่ยวและสามารถอธิบายเรื่องราวต่างๆได้อย่างทั่วถึง

ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร จากการศึกษาของ ชาตรี ชูจิตร และคณะ (2549) พบว่า ชาวบ้านบางคนอาจจะรับหน้าที่เป็นผู้ดูแลที่พัก หมุนเวียนกันทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นพานักท่องเที่ยวไปดูนก เดินป่าศึกษาธรรมชาติพืชพรรณไม้ หรือพืชพรรณสมุนไพร ฯลฯ กิจกรรมที่แต่ละคนหมุนเวียนกันรับผิดชอบช่วยให้มีรายได้อย่างทั่วถึง ลดช่องว่างระหว่างคนมีโอกากับคนด้อยโอกาส คนรวยกับคนจน และลดความขัดแย้งหรือความแตกแยกในชุมชน

2.5 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ จากการศึกษาของ พรรณี จุฑานนท์และคณะ (2546) พบว่า ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านและวัฒนธรรมการกินมีความคล้ายคลึงกับผู้คนในภาคเหนือที่มีวัฒนธรรมแบบล้านนา เนื่องจากชุมชนนาทะเลเป็นชุมชนที่อพยพมาจากจังหวัดเชียงราย การดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ภาษา รูปแบบบ้านเรือน ความเชื่อ รวมทั้งวัฒนธรรมการกิน ที่นิยมบริโภคข้าวเหนียว แต่อาหารพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของลับแล ซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายทั่วไป ได้แก่ ข้าวแคบ ข้าวปุ้น (ข้าวพุ้น) หมี่พุ้น ข้าวพุ้นผัด ลอดช่องเค็ม ผู้ที่มีภูมิปัญญาเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปทั้งภายในชุมชนและนอกชุมชน ว่าสามารถรักษาเอกลักษณ์ของอาหารพื้นบ้านประเภทนี้ได้ดี ก็เป็นบุคคลในชุมชนนาทะเลที่พร้อมจะนำเสนออาหารพื้นบ้านประเภทนี้แก่ผู้มาเยือน ข้าวแคบ (ข้าวเกรียบ) ข้าวปุ้น (ข้าวพุ้น) ข้าวพุ้นผัด ลอดช่องเค็ม

2.6 ประชาชน

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาของ ทวีศิลป์ อินทะจักรและคณะ (2545) พบว่า ชาวบ้านส่วนใหญ่ทำอาชีพการเกษตร ทำนา ทำเพื่อบริโภคมากกว่าขายเอื้อเพื่อชั่งกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนอาหาร สิ่งของ ในพื้นที่มี

ในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ จากการศึกษาของ พรรณี จุฑานนท์และคณะ (2546) พบว่าอาชีพหลักของประชาชนในหมู่บ้าน ได้แก่ การทำนา ปลูกหอมแดง ซึ่งปัจจุบันเป็นพืชที่ทำรายได้หลักมาสู่ชุมชนคือการปลูกหอมแดง ซึ่งมีทั้งการปลูกตลอดปีและปลูกสลับการทำนา การเลี้ยง

สัตว์มีทั้งการเลี้ยงควาย เป็ดและไก่ การทอผ้า การจักสาน การทำข้าวแคบ ข้าวพัน ข้าวพันผัก การทำขนมไทย การเย็บผ้า และรับจ้างทั่วไป

2.7 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

พื้นที่จังหวัดอุดรดิตถ์ จากการศึกษาของ พรรณี จุฑานนท์และคณะ (2546) พบว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านและวิถีชีวิตที่สามารถนำไปจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและยังคงรักษาภูมิปัญญาพื้นบ้านตลอดจนวิถีชีวิต แบบดั้งเดิมของชุมชนไว้ด้วยความภาคภูมิใจ โดยจัดไปทัศนศึกษาชุมชนนาทะเล เยี่ยมชมและกราบพระที่วัดนาทะเล ชมนิทรรศการผ้าทอลับแล ณ ศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านนาทะเล และดูการสาธิตการทอผ้า เพื่อแสดงภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการหัตถกรรม ชุมสภาพบ้านเรือนวิถีชีวิต และชมงานหัตถกรรมจักสาน สวนสมุนไพร

พื้นที่จังหวัดพิษณุโลก จากการศึกษาของ ประจักษ์ แต่งท้าว (2546) พบว่า มีการจัดการเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งประกอบด้วย การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ชมถ้ำ ดูนกและศึกษาธรรมชาติ และกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งนี้เวศ เช่น เล่นน้ำตก ถ่ายรูป พักผ่อน รับประทานอาหาร การพักแรม การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การละเล่นพื้นบ้านและวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย 1) บ่อเกลือ เป็นบ่อน้ำที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 เมตร ลึก 3 เมตร เป็นบ่อที่มีน้ำเค็มผุดขึ้นมาจากดิน 2) น้ำตกวังครุเยี่ยม เป็นน้ำตกที่พบในการล่องลำน้ำตอน เป็นน้ำตกขนาดเล็กที่มีน้ำไหลจากลานหน้าผา ลงสู่สระน้ำด้านล่าง มีความกว้างประมาณ 8 เมตร ยาว 150 เมตร ลึก 4 เมตร บริเวณโดยรอบเป็นหินปนทราย มีหาดทรายสวยงามมาก 3) ตาดต่ำ เป็นหน้าผาขนาดเล็ก ไม่สูงมากนัก สามารถเล่นน้ำตกได้ น้ำจะไหลจากตาดลงสู่สระน้ำด้านล่าง มีความกว้างประมาณ 8 เมตร ยาว 100 เมตร ลึก 1-2 เมตร ผังหนึ่งมีลักษณะเป็นหินที่มีต้นไม้อื่นขึ้นแซมและอีกฝั่งหนึ่งเป็นหินทราย 4) ตาดดีหมี่ ห่างจากตาดต่ำประมาณ 200 เมตร มีลักษณะเป็นหน้าผาสูง 2 ชั้น ข้างหน้าผาตะมิด้าขนาดเล็ก รอบสระน้ำจะเป็นหาดทรายทั้งหมด มีความกว้างประมาณ 10 เมตร ยาว 7-8 เมตร 5) ตาดใหญ่ เป็นหน้าผาสูงมีขนาดสูงใหญ่มาก และมีน้ำตกไหลลงสู่สระน้ำขนาดใหญ่ด้านล่าง มีความกว้างประมาณ 50 เมตร ยาว 10 เมตร สูง 4 เมตร มีต้นไม้อ้อมรอบ ด้านบนหน้าผาเป็นลานหินบริเวณกว้าง 6) น้ำตกท้ายเรือ เป็นหน้าผาสูงมีน้ำไหลมาจากหน้าผาสูงลงสู่สระน้ำด้านล่างมีความกว้างประมาณ 10 เมตร ทั้งสองฝั่งมีหินที่มีลักษณะคล้ายเรือ มีหินอก หินย้อย และในช่วงเดือนเมษายนจะมีรังผึ้งมาสร้างรังตามหินทั้งสองฝั่ง นอกจากนี้ยังมีถ้ำขนาดใหญ่ที่สามารถจุคนได้ประมาณ 200 คน และมีค้างคาวอาศัยอยู่ในถ้ำนี้ 7) น้ำตกวังหลุม มีหน้าผาสูงประมาณ 200 เมตร และน้ำจะไหลลงมาที่เดียวจนทำให้สระน้ำเป็นหลุมลึก 10 เมตร ทั้งสองฝั่งข้างจะมีหินอกหินย้อยตลอดทางจากตาดท้ายเรือ

จากการศึกษาของ ชาตรี ขูจิตร และคณะ (2549) พบว่าจังหวัดกำแพงเพชร เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่งของประเทศ มีโบราณสถานเก่าแก่ ซึ่งก่อสร้างด้วยศิลาแลง มีโบราณสถานหลายแห่งรวมกันอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จากองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมสหประชาชาติ (UNESCO) เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534 นอกจากนี้ยังมีจุดเด่นคือ แก่งน้ำตกเกาะใหญ่ ที่มีลักษณะเป็นโขดใหญ่น้อยทอดตัวเป็นบริเวณกว้างขวางลำน้ำแม่วังค์ น้ำตกซับหน้าผา ยอดเขาจอกกบ แหล่งดุนก แก่งน้ำตก

ลานนกกุง และลำห้วยต่างๆ ที่ไหลผ่านผืนป่าชุมชน (Food Bank) มีป่าชุมชน เนื้อที่ประมาณ 2,100 ไร่ ซึ่งเป็นป่าเต็งรังและป่าเบญจพรรณที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ จากการที่นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อน หย่อนใจที่แก่งเกาะใหญ่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากชุมชนมีศักยภาพและจุดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ สัตว์ป่า ถ้ำ น้ำตก ป่าชุมชน และเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ทำให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นจะเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ ผ่านการจัดการป่า การจัดการน้ำ และสัตว์ป่าของชุมชน โดยเน้นให้เกิดการสร้างกระบวนการเรียนรู้และชื่นชมธรรมชาติ ป่าเขา สมุนไพร ต้นน้ำ และธรรมชาติที่มีอยู่จำนวนมากในชุมชน โดยนำเสนอการท่องเที่ยวในเชิงเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ในแหล่งป่าชุมชนของหมู่บ้าน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้นน่าจะเป็นกลุ่มเฉพาะที่สนใจ

จากการศึกษาพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดพิจิตร ของ ศุภลักษณ์ วิริยะสุนัน และคณะ (2550) พบว่า มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ น่าสนใจมากมายไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ภูมิปัญญาพื้นบ้านและวิถีชีวิตของชุมชน ที่สามารถนำมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวได้เหมาะสม เช่น ในจังหวัดพิษณุโลก มีอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญที่ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในเขตอุทยานทุ่งแสลงหลวง ที่หนองแม่นาซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของแมงกะปุนน้ำจืดแห่งเดียวของประเทศไทย และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชาวบ้านเขาเผ่าม้ง ส่วนในจังหวัดพิจิตร มีแหล่งผลิตสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น

2.8 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ จากการศึกษาค้นคว้าของ กนิษฐา อู่ถาวรและคณะ (2545) พบว่า ไกด์ชาวบ้านมีความรู้ ซึ่งเป็นความรู้ท้องถิ่นตามที่พวกเขาทำมาหากินอยู่ แต่อาจไม่มีความรู้ในเรื่องที่นักท่องเที่ยวสนใจได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้ในแง่มุมที่ชาวบ้านมีความคุ้นเคยเท่านั้น และจากการศึกษาของ พรณี จุฑานนท์และคณะ (2546) พบว่า มัคคุเทศก์ชุมชนที่ทำการจัดแบ่งให้ดูแลนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว 10 คน ต่อมัคคุเทศก์ 1 คน ปรากฏว่าเมื่อการเที่ยวชมหมู่บ้านผ่านไปในช่วงระยะเวลาหนึ่งมัคคุเทศก์ชุมชนจะกลับมาเดินรวมกัน มีผลให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถสอบถามข้อมูลที่ต้องการจากใคร จึงเริ่มลดความสนใจลง นอกจากนี้มัคคุเทศก์ชุมชนควรเป็นผู้ที่มีความรู้อย่างลึกซึ้งด้านหัตถกรรมทอผ้าขึ้นตีนจก เพราะเป็นจุดเด่นของชุมชนที่ต้องการเสนอแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นบุคคลที่มีความพร้อมและมีความสามารถปฏิบัติหน้าที่มัคคุเทศก์ชุมชนได้อย่างเหมาะสม ด้วยเหตุข้างต้นจึงมีอยู่ในกลุ่มคนจำนวนไม่มากนัก

ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร สุโขทัย พิษณุโลก และเพชรบูรณ์ พบว่า ประสบปัญหาใน 2 มิติ คือ 1) มิติของผู้มาเยือนมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ และลักษณะของการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มีลักษณะกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวอยู่ในเมืองหลัก ประกอบกับลักษณะของผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันทำให้ไม่อาจนำรูปแบบหนึ่งแบบใดมาใช้ได้ในกิจกรรมท่องเที่ยวได้ 2) มิติของสภาพแหล่งทรัพยากรถึงแม้ว่าจะมีลักษณะพิเศษและโดดเด่นในระดับนานาชาติประเทศ แต่ปรากฏว่าการสื่อสารที่จะสร้างความสัมพันธ์

ระหว่างวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ประสบปัญหาเรื่องภาษาและการขาดมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว (วคิน ปัญญา วุฒตระกูล, 2548)

พื้นที่จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดพิจิตร ของ ศุภลักษณ์ วิริยะสุนัน และคณะ (2550) พบว่า ยังขาดผู้นำที่เข้มแข็งและมีวิสัยทัศน์ ผู้นำและชาวบ้านยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ขาดป้ายสื่อความหมายและแผนที่แสดงเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

2.9 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ

ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จากการศึกษาของ กนิษฐา อู่ถาวรและคณะ (2545) พบว่า ควรมีการจัดฝึกอบรมชาวบ้านในการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ดี ซึ่งตัวชาวบ้านท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะที่เป็นธรรมชาติมีเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างถิ่นสนใจอยู่แล้ว เพียงแต่ชาวบ้านต้องเรียนรู้ในเรื่องการสื่อสาร และการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจจากการท่องเที่ยวมากขึ้น . ควรให้ชาวบ้านได้รับความรู้ และประสบการณ์เพิ่มขึ้นโดยการนำพาไปดูงานในต่างพื้นที่ซึ่งมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในท้องถิ่นโดยชาวบ้านเหมือนกัน เพื่อให้ชาวบ้านเกิดความมั่นใจในแนวทางที่ทำ และเป็นการเพิ่มบทเรียนให้กับชาวบ้านนำมาปรับปรุงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในท้องถิ่นของตนต่อไป และจากการศึกษาของ ทวีศิลป์ อินทะจักรและคณะ (2545) พบว่า สมควรที่จะจัดทำสวนหย่อมปลูกเสริมไม้ดอกไม้ประดับตามเกาะให้ดูสวยงามและสมควรในการจอดรถ และให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดอุดรธานี นอกจากนี้ จากการศึกษาของ พรณี จุฑานนท์และคณะ (2546) พบว่า ควรขอความร่วมมือจากองค์กรท้องถิ่น ในด้านการพัฒนาความพร้อมของชุมชนเพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนควรมีการพัฒนาทั้งด้านสภาพทั่วไปของชุมชนด้านบุคลากรที่สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวให้กับชุมชน ควรมีการสร้างเครือข่ายกับชุมชนใกล้เคียง เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้าง ความเข้าใจถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร จากการศึกษาของ ชาตรี ชูจิตร และคณะ (2549) พบว่าควรมีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากขึ้น กลุ่มองค์กรชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจนในเรื่องของการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม และใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาภูมิในชุมชน ควรมีคณะกรรมการของชุมชนที่มาจากหลายๆกลุ่มร่วมรับผิดชอบดูแลและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชน และควรมีการเชื่อมโยงความร่วมมือกับชุมชนใกล้เคียงที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร สุโขทัย พิษณุโลก และเพชรบูรณ์ จากการศึกษาของ วคิน ปัญญา วุฒตระกูล (2548) พบว่า ควรพัฒนาระบบบริหารจัดการในลักษณะ “การค้นหาทีมงาน” เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายเรียนรู้และประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านตลอดจนพัฒนาและวิเคราะห์

ความสัมพันธ์ของทีมงานกับปัจจัยที่เกี่ยวข้อด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน ตลอดจนเข้าใจถึงหลักการที่สำคัญในการดำเนินการจัดการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีกระบวนการให้ทีมงานได้เรียนรู้ร่วมกันมากที่สุด



3. กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

ในปี พ.ศ. 2549 มีงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ จำนวนทั้งสิ้น 45 ชิ้นงาน ใน 6 จังหวัด คือจังหวัดสุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ ได้แก่งานของชยุ กำลังงาม และคณะ, กานดา สีหเนตร และคณะ, ประดิษฐ์ วงศ์สุวรรณ และคณะ, ปองพล ธวัชชัยกุล และคณะ, ขนิษฐา สุริยะ และคณะ, ไพฑูรย์ นิยม นานา และคณะ, กานดา สีหเนตร และคณะ, บัญชา นาคทอง และคณะ, สันติ ปานน้อยและคณะ, ศิริกัญญา ฤทธิ์แปลก และคณะ, ชลิดา รินทร์พรหม และคณะ, นิคม บุญญานุสิทธิ์ และคณะ, ดำเกิง โกทองและวสันต์ชัย กากแก้ว, เชิดศักดิ์ ฉายถวิลและคณะ, จิตติมาภรณ์ โสมะเกษตริณ และคณะ, สายใจ ทั่นการ และคณะ, ชื่น ศรีสวัสดิ์ และคณะ, สมหมาย ชินนาค และคณะ, กฤษฎา พินศรี และคณะ, สุรินทร์ หลวงนาและคณะ, สำเนา เสาวกุล และคณะ, ศักดิ์ศิริ นัน ตะสุข และคณะ, วิลาวัลย์ บุญศรี และคณะ, นันทพร อติเรกโชติกุล และคณะ, ณัฏฐินี ศรีวงศ์ ตระกูลและคณะ, จิตติมาภรณ์ โสมะเกษตริณ และคณะ, จารุณี ชัยโชติอนันต์ และคณะ, พชร นนท์ ศิริอำพันธ์กุลและคณะ, กฤษณียา ศังขจันทรานนท์ และคณะ, รุ่งรัตน์ หัตถกรรมและคณะ ,จุฑามาศ กระจางศรีและโสภณ บุญล้ำ, วิไลรัตน์ ยาทองไชยและคณะ,จรีพร จันท์พานิชย์ และ คณะ, พิสมัย ประชานนท์ และคณะ, ภัคณิชา อภิสุมกรกุลและ กุลกันยา ศรีสุข, ปิยาภรณ์ ศิริ ภาณุมาศ และคณะ, นายธานินทร์ ไชยเย็น และคณะ, นงลักษณ์ ทองศรี และคณะ, ปรีชา ปาโนรัมย์ และชัตติยา ชัชวาลพานิชย์, นิรันดร์ กุลทามันท์ และคณะ, วิไลรัตน์ ยาทองไชย และ คณะ, จรีพร จันท์พานิชย์ และคณะ, จิตติมาภรณ์ เวียงวิเศษและคณะ, กิ่งแก้ว ปะติตังโฆ และคณะ, ปวีรพรต สมนึก และคณะ, เลิศพร ภาระสกุลและกิตกยาภรณ์ หิรัณยชาติรี จังหวัดสระแก้ว 2 ชิ้นงาน ได้แก่งานของกิ่งแก้ว ปะติตังโฆ และคณะ และเลิศพร ภาระสกุล และคณะ จังหวัดยโสธร 1 ชิ้นงาน ได้แก่งานของพัชรินทร์ ศิริอำพันธ์กุลและคณะ และงานวิจัยและโครงการภายนอกประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 11 ชิ้นงาน ได้แก่งานของสมหมาย ชินนาคและคณะ, กฤษฎา พินศรี และคณะ, นิรันดร์ กุลทามันท์ และคณะ, กิ่งแก้ว ปะติตังโฆ และคณะ และเลิศพร ภาระสกุล และคณะ

คำสำคัญของงานวิจัยและโครงการ ได้แก่

1) การท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- การท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้าง

2) การพัฒนา

- การพัฒนาเส้นทางการจัดการท่องเที่ยว
- การพัฒนาศักยภาพเชิงเกษตรกรรม
- การพัฒนาเครือข่ายโฮมสเตย์
- การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- การพัฒนาศักยภาพ
- การพัฒนานอุทยาน
- การพัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยว

3) พฤติกรรม

- พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี
- พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พัก

4) อื่นๆ

- การจัดการความปลอดภัยนักท่องเที่ยว
- ระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน
- การจำหน่ายของที่ระลึก, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัย
- แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้าง
- ศูนย์ศาสตร์การท่องเที่ยว
- ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
- อุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า
- การสนับสนุนการท่องเที่ยว
- แนวทางการบริหารจัดการ
- การจัดการความรู้
- บทบาทของผู้นำองค์กรการปกครองท้องถิ่น
- ภาวะผู้นำของกลุ่ม
- ความยั่งยืนของโฮมสเตย์
- การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น
- การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

โดยมีรายละเอียดแสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมด้านอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว

1.1 กิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย

จากการศึกษางานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ของนันทพร อติเรก โชติกุลและคณะ และณัฐินี ศรีวงศ์ตระกูล (2549) พบว่า ในปี 2549 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ใช้เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขายหรือจุดประชาสัมพันธ์ โดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการมาสัมผัสวิถีชีวิตที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของคนในพื้นที่ กิจกรรมส่วนใหญ่ที่จัดให้มีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการแข่งขัน การประกวด สินค้าเกษตร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

จรีพร จันทรพาณิชย์ และคณะ (2549) ได้ศึกษาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ พบว่าสภาพทั่วไปของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือการท่องเที่ยว วารสาร จะให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ความสำคัญ สิ่งที่น่าสนใจ เส้นทางและระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่างๆ เช่นร้านอาหาร ไร่ชาของที่ระลึก พร้อมเบอร์โทรศัพท์และมักมีแผนที่ประกอบ สื่อประเภทโทรทัศน์ เน้นการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและโดดเด่น รวมทั้งเทศกาลประเพณีสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การนำเสนอจะเป็นช่วงงานประเพณีเท่านั้นสื่อประเภทวิทยุ ให้ข้อมูลกว้างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ความยาวในการออกอากาศ 5 - 7 นาที ซึ่งการนำเสนอข้อมูลเป็นเชิงบรรยาย หรืออ่านประกอบดนตรีสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดจัดทำผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยส่วนใหญ่เป็นข้อมูลทั่วไปของจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของแต่ละจังหวัด สื่อประเภทวีซีดี ส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในรูปสารคดี ระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไว้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวไว้มากมาย ยกตัวอย่างเช่น เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ล่องแก่ง การส่องสัตว์ การดูนก การตกปลา และกิจกรรมการปีนหน้าผา ซึ่งล้วนแล้วเป็นกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความชอบของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ เพราะกิจกรรมเหล่านี้ทางอุทยานแห่งชาติ และวนอุทยาน รวมทั้งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่ามองว่าเป็นกิจกรรมที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้นนักท่องเที่ยวควรที่จะได้รับสารสนเทศก่อนเดินทางและขณะท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้ ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ความปลอดภัย ซึ่งแต่ละจังหวัดได้มีสถานี่อำนวยความสะดวก ที่ดึงดูดให้เข้ามาท่องเที่ยว ดังนี้

ในพื้นที่จังหวัด อุบลราชธานี มีประเด็นสำคัญของกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย คือ มีการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น การเดินป่าสัมผัสธรรมชาติ สมุนไพร่ มีทั้งดอกไม้ป่าภูเขา แม่น้ำ อยู่ในแหล่งเดียวกัน ตำนานพื้นบ้าน หมอลำกองไฟ ศึกษาวิถีชีวิตของชาวหมู่บ้านท่าซ้อง ล่องเรือชมสองฝั่งโขง เชื้อนปากมูล บันไดปลาโจน ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน การจับปลาการทำตุ้ม ศึกษาธรรมชาติ อุปนิสัยของม้าพันธุ์พื้นบ้าน มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ มีทรัพยากรท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีวรรณกรรมและการละเล่นของท้องถิ่น พิพิธภัณฑที่สำคัญ

ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ซึ่งภายในมีการจัดแสดงเรื่องราวท้องถิ่น วัดที่สำคัญ ได้แก่ วัดทุ่งศรีเมือง วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองป่าพง วัดป่านานาชาติ วัดภูเขาแก้ว และวัดภูอานนท์ งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีแห่เทียนพรรษา, มหาสงกรานต์แก่งสะพือ, งานเทศกาลไม้ดอกไม้ประดับ, งานไหลเรือไฟ งานแข่งขันเรือยาว ท่องเที่ยวประกอบด้วยการล่องเรือชมความงามของทิวทัศน์สองฝั่งโขง ชมเกาะแก่งหินและหาดทราย ชมวิถีการทำประมงพื้นบ้านปากแม่น้ำมูล แม่น้ำสองสี เวินบึก หาดวิจิตรตา ผาแต้ม เสาเฉลียง ผาชนะได น้ำตกตาดโตน น้ำตกสร้อยสวรรค์ เชื่อนสิรินธร พัทธยาน้อย ช่องเม็ก ปราสาทวัดภูคองพะเพ็ง ตาดฟาน ตาดผาส้ม และอื่นๆ โบราณสถาน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัดศรีอุบลรัตนาราม และวัดหนองบัว ศึกษาวิถีชีวิต การทอผ้าไหม ศึกษากระบวนการหล่อทองเหลือง แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย เข้ามปอานุรักษ์ สวนสัตว์เปิดของชุมชน ชมกระบวนการหล่อทองเหลืองโบราณ แหล่งที่พักผ่อนใหญ่มีบริการด้านนวดเพื่อสุขภาพ หรือสปา หรือสุคนธ์บำบัด วัฒนธรรมและประเพณีจะนึกถึงประเพณีแห่เทียนพรรษา คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อดำรงไว้ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน ร้านอาหาร มีราคา การแต่งกาย การจัดทำป้ายชื่อในในแนวเดียวกัน เน้นการบริการที่ดี อาหารถูกปาก ราคายุติธรรม ได้มาตรฐาน การกำหนดราคาของที่ระลึกในราคาเดียวกัน สืบสานวัฒนธรรมประเพณีควบคู่กับการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก ได้แก่ ผ้ากาบบัว และ เครื่องทองเหลือง จัดที่พักแบบโฮมสเตย์ ระบบขนส่งสามารถใช้ได้ทั้ง 3 ระบบ ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะทางราง ระบบขนส่งสาธารณะทางบก ระบบขนส่งสาธารณะทางอากาศ การประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอทุกสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือต่าง ๆ รวมทั้งอินเทอร์เน็ต

ในพื้นที่จังหวัด สุรินทร์ มีประเด็นสำคัญของกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย คือ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผาแต้ม เสาเฉลียง ผาแต้ม หาดคูเดื่อ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และอุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับช้าง อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการคล้องช้าง และให้ความรู้ในเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับช้าง อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ ปราสาทโบราณ ปราสาทหินบ้านพลวง ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทภูมิโปน และปราสาทบ้านเบ็ญ งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีตรุษสงกรานต์ ประเพณีแข่งเรือที่แม่น้ำมูล และประเพณีบวชนาคแห่ช้าง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนสมุนไพร บริการอบสมุนไพรรักษาโรค หมู่บ้านทอผ้าไหมครบวงจร เกษตรอินทรีย์ บ้านหนองโชค ชมวิถีชีวิตชุมชนเกษตรทอผ้าไหมสุรินทร์ โดดเด่นที่การย้อมและลวดลายเฉพาะ เช่น มัดหมี่โฮรหรือจองโฮร จองชิน จองกรง ลายผสม ลายอันลุ่มยัม สินค้าที่ระลึก ได้แก่ ผ้าสรหมอ ผ้าสาคุ ผ้าอันลุ่มเสียม ผ้ามัดหมี่ และผ้าโฮลสีธรรมชาติ การเดินทางสะดวกสบายเดินทางได้หลายเส้นทางทั้งทางรถไฟ รถยนต์ รถประจำทาง สามารถใช้ระบบขนส่งได้ทั้ง 3 ระบบ ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะทางราง ระบบขนส่งสาธารณะทางบก ระบบขนส่งสาธารณะทางอากาศ มีผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ สวนผลไม้ปลอดสารพิษ (ส้ม ฝรั่ง ชมพู่ ส้มโอ) และ การทำเครื่องเงินที่มีชื่อเสียง

ในพื้นที่จังหวัด ศรีสะเกษ มีประเด็นสำคัญของกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย คือ โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ พระธาตุเรืองรอง สดุดีคู่ ปราสาทสระกำแพงน้อย ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทห้วยทับทัน ปราสาทปรางค์กู่ ปราสาทตาเล็ง ปราสาท

โดนตวล อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ผามออีแดง และภาพสลักนูนต่ำ โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดศรีสะเกษ พบจำนวน 4 แห่ง ธาตุบ้านเมืองจันทร์ ปราสาทบ้านปราสาท (ธาตุบ้านปราสาท) สิมวัดโนนผึ่ง วัดโสภณวิหาร วัดที่สำคัญได้แก่ วัดมหาพุทธาราม วัดปามหาเจดีย์แก้ว งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีดอกกลาดวน และงานเทศกาลเงาะทุเรียน ระบบขนส่งสาธารณะทางบก โบราณสถาน 1 ผลิตรภัณฑ์ คือ วัดปามหาเจดีย์แก้ว (วัดล้านขวด) บ้านละลม เป็นที่ตั้งของกลุ่มกิจกรรมไร่สารพิชละลม เน้นเรื่องของการเรียนรู้ การผลิตปุ๋ยชีวภาพ การผลิตสบู่ การผลิตสารป้องกันแมลง ตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จุดผ่านแดนช่องสะงำ สินค้าที่ระลึก ได้แก่ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายลายลิต สินค้าหัตถกรรม เครื่องจักรสาน และสินค้าอาหารเช่น หอม กระเทียม

ในพื้นที่จังหวัด บุรีรัมย์ มีประเด็นสำคัญของกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย คือ โบราณสถาน 2 ผลิตรภัณฑ์ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และปราสาทหินเมืองต่ำ โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดบุรีรัมย์ พบจำนวน 2 แห่ง สิมวัดท่าเรือ สิมวัดบรมคงคา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 1 ผลิตรภัณฑ์ คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีฮีตสิบสอง ประเพณีแข่งเรือยาวลำน้ำมูล งานประเพณีแห่เทียนพรรษาอำเภอประโคนชัย งานประเพณีขึ้นเขากระโดง งานกวนข้าวทิพย์ งานบุญบั้งไฟ และงานเทศกาลข้าวมะลิหอม ปลาจ่อมกุ้ง งานดอกฝ้ายคำบาน ประเพณีแข่งเรือยาวมหกรรมว่าวอีสาน ชมทุ่งนกประโคนชัย ผลิตรภัณฑ์ที่พักอาศัยเพื่อสุขภาพบุรีรัมย์เลิศพาร์คมีทรัพยากรด้านพืชผักผลไม้ที่สมบูรณ์ รีสอร์ทแห่งนี้เป็นแหล่งดูนกธรรมชาติที่มีมากกว่า 150 ชนิด เป็นนกในท้องถิ่น นกต่างถิ่น และนกอพยพหนีอากาศหนาวเย็น ของที่ระลึกผ้าไหมนาโพธิ์ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนหมอนไหมตาเป็ก การแปรรูปผลิตรภัณฑ์ “ปลาต้มฟัก” การแปรรูปกล้วย สาธิตวิธีการและขั้นตอนการผลิตกุ่มจ่อม กระจ่างสารท และน้ำพริก ผลิตภัณฑ์และจำหน่ายผลิตรภัณฑ์จากเส้นใยกก ผลิตภัณฑ์และจำหน่ายสัมพันธุ์โซกุน พันธุ์พืชมองต์ และจำหน่ายกิ่งพันธุ์ สาธิตการทำปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด ทอผ้าไหม การทำโรงสีชุมชน และการปลูกผักอินทรีย์ การเดินทางสะดวกสบายเดินทางได้หลายเส้นทางทั้งทางรถไฟ รถยนต์ รถประจำทาง สามารถใช้ระบบขนส่งได้ทั้ง 3 ระบบ ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะทางราง ระบบขนส่งสาธารณะทางบก ระบบขนส่งสาธารณะทางอากาศ

ในพื้นที่จังหวัด นครราชสีมา มีประเด็นสำคัญของกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย คือ พิพิธภัณฑสถานที่สำคัญได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มหาวิรุวงศ์ พิพิธภัณฑสถานไม่กลายเป็นหิน และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย วัดที่สำคัญได้แก่ วัดศาลาลอย วัดป่าสาละวัน วัดเทพพิทักษ์ปุณณาราม และวัดบ้านไร่ โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ ปราสาทสถานเมืองเสมา ปราสาทโนนกู่ ปราสาทเมืองแขก ปราสาทเมืองเก่าและอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย โบราณสถาน 3 ผลิตรภัณฑ์ ได้แก่ วัดบ้านไร่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดนครราชสีมา พบจำนวน 2 แห่ง สิมวัดศรีสุภณ (ทองหลางน้อย) สิมวัดบ้านชิน การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 3 ผลิตรภัณฑ์ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ไทรงามพิมาย และสถานีวิจัยสะแกราช การท่องเที่ยวเชิงเกษตรชมทัศนียภาพที่สวยงาม “สวิตเซอร์แลนด์แดนอีสาน” สวนผักสลัด และ สวนไม้ผลปลอดสารพิษ ศูนย์รวมดอกเบญจมาศและหน้าวัว สถานท่องเที่ยวได้แก่ หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน และแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท งานประเพณีที่สำคัญของทุกปีได้แก่ งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี และงานแข่งเรือยาวพิมาย แหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้แก่ แหล่งหินตัดสี่คิ้ว มีการคัดเลือกหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว OTOP ต้นแบบ การเยี่ยมชมแปลงปลูกเบญจมาศหลากหลายสายพันธุ์ สวนดอกหน้าวัว การประกอบการเกษตรอินทรีย์ได้แก่ การปลูกผักและการทำสวนผลไม้อินทรีย์ การเพาะเห็ดหอมสวนองุ่น มีอากาศที่บริสุทธิ์ มีทิวทัศน์ที่สวยงาม การเดินทางสะดวกสบายเดินทางได้หลายเส้นทางทั้งทางรถไฟ รถยนต์ รถประจำทาง สามารถใช้ระบบขนส่งได้ทั้ง 3 ระบบ ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะทางราง ระบบขนส่งสาธารณะทางบก ระบบขนส่งสาธารณะทางอากาศ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นเน้นการออกแบบให้เข้ากับสภาพของธรรมชาติรอบข้าง มีศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง มีศูนย์การเรียนรู้ด้านอาชีพ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพแบบสมัยใหม่ ที่มีผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดีมากจนได้รับรางวัลจากสถาบันอันทรงเกียรติเป็นเครื่องยืนยันใน พ.ศ. 2549 สองแห่งได้แก่ สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราชและอำเภอน้ำเหืองสินค้าที่ระลึกได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ สินค้าหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ไส้กรอก กุนเชียง หมูหยอง

ในพื้นที่จังหวัด ชัยภูมิ มีประเด็นสำคัญของกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย คือ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 7 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำตกตาดโตน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว หุบกระมัง อุทยานแห่งชาติตาดโตน อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติภูแล่นคา และเขื่อนจุฬาภรณ์ โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ ภูพระ-สระหงษ์ ศาลเจ้าพ่อพระยาแล วัดที่สำคัญได้แก่ วัดพระธาตุหนองสามหมื่น งานประเพณีที่สำคัญของทุกปีได้แก่ งานฉลองอนุสาวรีย์เจ้าพ่อพระยาแล, งานประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อพระยาแล งานแห่เทียนเข้าพรรษา ประเพณีรำผีฟ้า งานบุญเดือนสี่ และงานวันดอกกระเจียวบาน โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดชัยภูมิ พบจำนวน 3 แห่ง พระธาตุหนองสามหมื่น ธาตุโนนกอก ธาตุหนองจอก กิจกรรมการท่องเที่ยวจะเน้นการท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น หุบกระมัง มีช่องหินหลบภัยบริเวณหน้าผา มีที่ท่องเที่ยวเช่น คลองปูเจ็ดสี (ปูราชินี) จะมีปูเป็นหมื่นๆตัว ถ้ำค้างคาว ไทรสามขา ผาเทียมเมฆ ไม้ไผ่ปล้องยาวที่สุด ผาน้ำย่อย จุดชมวิว ป่าหินงาม สนามบินโบราณ น้ำตกเทพนา ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อสุขภาพ โสมสเตย์นี้มีลักษณะพิเศษตั้งอยู่บนที่สูงมีอากาศดี เย็นสบาย และใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สินค้าที่ระลึกได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้าย ผ้าขิด หมอนขวาน เครื่องจักสาน ไส้กรอกอีสาน ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีชื่อเสียงคือเครื่องดื่มผลไม้ที่บรรจุอยู่ในขวดแก้ว ได้แก่ น้ำมะเมา น้ำลูกสำรอง และน้ำมะขอมป้อม

1.2 กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

การพัฒนามาตรฐานโสมสเตย์เชื่อมโยงไทย ลาวและกัมพูชาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นสำหรับนักท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัย คือ การพัฒนามาตรฐานของโสมสเตย์ร่วมกันของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้เกิดได้มาตรฐานเดียวกัน ดังตัวอย่างเช่น มาตรฐานของโรงแรมหรือการให้ดาวของธุรกิจโรงแรม

การสร้างแบรนด์หรือภาพลักษณ์ (Image) ของโสมสเตย์ร่วมกันระหว่างไทยและเพื่อนบ้าน ในการสร้างภาพลักษณ์จะทำได้เนื่องจากการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 2 และ 3 ก่อนจึงจะสามารถสร้างภาพลักษณ์เดียวกันได้ ทั้งนี้เนื่องจากหากมาตรฐานของโสมสเตย์ยังไม่ได้รับรองมาตรฐานร่วมกัน ถ้าสร้างภาพลักษณ์ไปแล้วอาจจะทำให้เกิดภาพที่ไม่ดีในวงกว้าง

2. แนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

2.1 ที่พักแรม (ภายในประเทศ)

การดำเนินงานด้านการพัฒนาที่พักแรมกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ จากการศึกษาของชุย กำลังงาม (2549) พบว่าในนักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะพักแรมร้อยละ 64.14 แต่ส่วนใหญ่จะพักกับญาติที่พักรวมมีเพียงร้อยละ 28.64 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการพักแรมร้อยละ 63.9 แบ่งเป็นการพักในโรงแรมร้อยละ 50.8 พักเกสเฮ้าส์ร้อยละ 13.1 ส่วนการพักในอพาร์ทเมนต์และรีสอร์ทคิดเป็นร้อยละ 3.3 และ 1.6 จากการศึกษาของปองพล ธวัชหทัยกุล และคณะ (2549) ได้กล่าวถึงการพักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม พบว่าส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ร้อยละ 66.83 และการพักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ผลการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 53.62 พักค้างคืนในที่พักรับนักท่องเที่ยวและร้อยละ 46.38 พักร่วมกับเกษตรกรในพื้นที่ (ฟาร์มสเตย์ หรือ โฮมสเตย์) และจากการศึกษาของกานดา สีหเนตร และคณะ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้เข้าพักที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีจะเลือกที่พักประเภทโรงแรม หรือ รีสอร์ท ผู้เข้าพักที่มีอายุ 20-30 ปี จะใช้วิธีการสำรองห้องพักทางโทรศัพท์มากที่สุด อัตราค่าห้องพักที่ผู้เข้าพักเลือกจะขึ้นอยู่กับอายุ แต่ไม่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา อาชีพของผู้เข้าพัก และ ระดับรายได้ โดยผู้เข้าพักที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จะเลือกห้องพักในอัตราค่า 500 – 1,000 บาท มากที่สุด เนื่องจากราคาห้องพักในเขตอีสานใต้ที่มีราคาใกล้เคียงกัน

ที่พักแรม (ภายนอกประเทศ)

จากการศึกษาของณัฐินี ศรีวงศ์ตระกูล (2549) ได้ศึกษาถึงยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์เชื่อมโยงไทย ลาว และกัมพูชาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นสำหรับนักท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัย คือ การพัฒนามาตรฐานของโฮมสเตย์ร่วมกันของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้เกิดได้มาตรฐานเดียวกัน ดังตัวอย่างเช่น มาตรฐานของโรงแรมหรือการให้ดาวของธุรกิจโรงแรม และยุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์หรือภาพลักษณ์ (Image) ของโฮมสเตย์ร่วมกันระหว่างไทยและเพื่อนบ้าน ในการสร้างภาพลักษณ์จะทำได้ต่อเนื่อง จึงจะสามารถสร้างภาพลักษณ์เดียวกันได้ ทั้งนี้เนื่องจากหากมาตรฐานของโฮมสเตย์ยังไม่ได้รับรองมาตรฐานร่วมกัน ถ้าสร้างภาพลักษณ์ไปแล้วอาจจะทำให้เกิดภาพที่ไม่ดีในวงกว้าง

2.2 บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ จากการศึกษาของกานดา สีหเนตรและคณะ (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักในเขตอีสานใต้ พบว่า การเลือกและติดต่อสถานที่พักใช้อินเตอร์เน็ตมาช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พักและติดต่อสถานที่ท่องเที่ยว มีการพัฒนาระบบการขายสินค้าที่ใช้ระบบของ Internet เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้การเลือกซื้อสินค้าทำได้ง่ายโดยไม่ต้องไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้า

2.3 ร้านค้าของที่ระลึก

จากการศึกษาของสำเนาวิ เสาวกุลการและคณะ (2549) พบว่าการดำเนินงานด้านการพัฒนาร้านค้าของที่ระลึกในกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ควรพัฒนาสินค้าที่ระลึก สินค้า

OTOP ที่เป็เนอเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ พัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากสินค้าที่ขายในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน ไม่ใช่สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยและไม่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ สินค้าที่ขายมีลักษณะเหมือนกันทุกแห่ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิลาวัลย์ บุญศรี และคณะ (2549) พบว่าการสร้างงานขึ้นในชุมชน ควรพัฒนาให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อให้มีความแตกต่างจากสินค้า จากที่อื่น ใครมีฝีมือจักสาน ก็ช่วยกันทำ พัฒนาฝีมือให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ คนปลูกข้าวปลอดสาร ก็รักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน และงานทอผ้าก็เช่นเดียวกัน ต้องคิดทำอะไรให้ดีขึ้น และใหม่เพิ่มขึ้น มีการประชาสัมพันธ์กับชุมชนขอความร่วมมือ ประชาสัมพันธ์ โดยผ่านทางเครื่องขยายเสียง ควรมีการประสานงาน การติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะรวบรวมสินค้าของที่ระลึกในท้องถิ่น มีการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลจากการประกวดไปจัดแสดงเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายบางร้านก็จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทเดียว แต่มีหลากหลายรูปแบบ เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย เครื่องปั้นดินเผาไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์จากกก ผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา และผลิตภัณฑ์จากไม้มะม่วง เป็นต้น ด้านสถานที่ มีการตกแต่งร้านสวยงาม เป็นระเบียบ จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาชม ด้านราคา สินค้าที่นำมาจำหน่ายจะมีหลากหลายราคาตั้งแต่ราคาสูงจนถึงระดับปานกลาง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายทั้งวัย และฐานะ ส่วนใหญ่สินค้าที่นำไปขายจะรวมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เข้าไปกับราคาสินค้า จึงทำให้ราคาสินค้าสูงกว่าที่ซื้อในแหล่งผลิต ในกรณีที่ผู้ประกอบการนำสินค้าที่มีลักษณะเหมือน ๆ กันไปขายรวมกันมาก ๆ บางครั้งก็มีการขายตัดราคากันเพื่อสร้างยอดขาย ซึ่งส่งผลให้การขายไม่ได้ตามเป้าแต่เป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อ ควรตั้งราคาสินค้าที่ใกล้เคียงกับแหล่งจำหน่ายในท้องถิ่น ด้านพนักงานขายควรเป็นคนในท้องถิ่น ซึ่งสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญคือการใช้ภาษาสื่อสารกับผู้ซื้อที่เป็นคนภาคอีสานด้วยกันก็มีผลต่อการซื้อ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติในกรณีที่ผู้ขายไม่มีทักษะการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศก็มีผลต่อการขายเช่นกัน ดังนั้นผู้ขายควรมีทักษะด้านภาษาที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้จากการศึกษาของพัชรินทร์ ศิริอำพันธ์กุลและคณะ (2549) พบว่ากระบวนการให้บริการที่ร้านมี 2 รูปแบบ 1) แบบพิเศษ ลักษณะการให้บริการ ผู้ประกอบการ/พนักงานขาย ต้อนรับ บริการนำดื่ม ชมการสาธิตกระบวนการผลิต การแนะนำสินค้า/ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ชมสินค้า และเลือกซื้อสินค้า บริการขายสินค้า หีบห่อ และชำระเงิน บริการแก้ปัญหาให้ลูกค้า เช่น เสื้อ กระโปรงที่ขนาดใหญ่หรือเล็กเกินไป บริการเสริม เช่น ออกแบบเสื้อผ้า และบริการตัดเย็บ บริการความปลอดภัย เช่น การดูแลทรัพย์สินของลูกค้าที่มาใช้บริการ 2) แบบธรรมดา ลักษณะเป็นแบบบริการการขายทั่ว ๆ ไป ซึ่งมีกระบวนการบริการดังนี้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงร้าน เดินเข้ามาในร้านเดินดูสินค้าที่จำหน่ายในร้าน ชักถามข้อมูลเกี่ยวกับเลือกซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ และต่อรองราคา ตกลงซื้อ จ่ายเงิน เก็บสินค้าใส่ถุง เดินออกจากร้าน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สะดวกซื้อ และตั้งอยู่บนเส้นทางหลัก ด้านส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวต้องการผู้ขาย/พนักงานขายที่มีความรู้ ความสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง ชัดเจน ผู้ขายพนักงานขาย นักท่องเที่ยวมีความต้องการพนักงานขายที่มีความกระตือรือร้น การนำหลักจิตวิทยาบริการมาใช้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้

เทคนิคการขายหลายรูปแบบ เช่น การประชาสัมพันธ์โดยมีคฤศก์ การจัดแสดงนิทรรศการ การสาธิตตกแต่งสถานที่ แสดงการใช้ประโยชน์ของสินค้าในลักษณะต่าง ๆ การขายโดยผ่านกระบวนการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ การสร้างความหมาย และความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึกของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยเชื่อมโยงกลุ่มผู้ผลิตในท้องถิ่นในภาคอีสาน เพื่อความเข้มแข็ง การเชื่อมโยงผ่านการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ เช่น ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การพัฒนาแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ร่วมกับการตั้งสมาคมผู้ประกอบการ แลกเปลี่ยนการศึกษาดูงาน การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลางสินค้าของที่ระลึกของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน จัดทำจดหมายข่าว การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัดพยายามสร้างให้เกิดอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ทั้งนี้เพื่อพัฒนาให้เป็นของฝาก หรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ถ้าต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแล้ว เรื่องของการศึกษาอัตลักษณ์ของผ้าพื้นของกลุ่มชนนั้นๆ จึงเป็นเรื่องที่ควรทำอย่างยิ่ง ซึ่งนอกจากนี้ นางลักษณ ท่องศรี และคณะ (2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางของการจัดการเครือข่ายศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ได้ดังนี้ ด้านการพัฒนาบุคลากร ต้องสร้างทีมงานที่เข้มแข็ง ด้วยเทคนิคการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ให้ตรงและชัดเจน มีแผนงานแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ มีกฎ กติกา วิธีการ แนวปฏิบัติอย่างเหมาะสม และติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ควรมีการให้รางวัลและชื่นชมกันตามผลงาน หาวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมระหว่างกัน อย่างไรก็ตามการสร้างทีมงานที่เข้มแข็ง ต้องเริ่มจากการสรรหาผู้นำที่ทุ่มเทเสียสละ มีความรับผิดชอบสูง ซึ่งถ้ามีผู้นำที่ดีแล้ว วิธีโน้มน้าวให้สมาชิกทำงานร่วมกัน และสร้างบารมีให้สมาชิกเชื่อฟังและทำตาม ก็จะทำให้ทำได้ง่าย ด้านหน่วยงานสนับสนุน ควรพัฒนาความสามารถในบทบาทของหน่วยงานสนับสนุน เพื่อนำแนวทางพัฒนาใหม่ๆ ไปสู่การปฏิบัติ เพราะการพัฒนาความสามารถของหน่วยงานสนับสนุนจะทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เสริมสร้างบทบาทด้านการประสานงานและนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่เหมาะสม ด้านการเงิน ให้ความรู้ในด้านการบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาใช้ในการควบคุมด้านการเงินให้เป็นระบบ มีหลักในการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้านการพัฒนาศักยภาพของชุมชน โดยการสืบทอดภูมิปัญญา การใช้ และการสร้างวัฒนธรรมให้เป็นแนวทางในการรวมพลังชุมชนให้มีความสามัคคี รักใคร่ เกื้อกูล แบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และปลูกฝังทัศนคติพึ่งพาตนเองเพื่อเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมที่รอความช่วยเหลือจากรัฐบาลเพียงอย่างเดียว เช่น การทำการเกษตรผสมผสาน การรวมหุ้นเป็นกลุ่มเพื่อดูแลสวัสดิการซึ่งกันและกัน จัดสรรทรัพยากรธรรมชาติให้สามารถใช้ร่วมกันได้อย่างสมดุลและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีกระบวนการผลิตมาสาธิตให้เห็นในสถานที่จำหน่ายเพื่อการส่งเสริมการขาย สรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์ความเป็นชาติไทยมาไว้เพื่อการจำหน่าย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและประณีต มีการรับประกันคุณภาพ มีตราหยัที่จำง่าย และที่สำคัญควรมีขนาดเล็กกะทัดรัด เหมาะกับการพกพา รวมถึงการกำหนดราคาให้ชัดเจน ราคาถูก มีคุณภาพ และได้ปริมาณมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดกลุ่มผู้จำหน่ายเคลื่อนที่ตามกลุ่มผู้บริโภค เช่น เมื่อมีการประชุมกลุ่มหอการค้าระดับประเทศหรือ ระดับนานาชาติ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ควรมีหลากหลาย สร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ๆ เช่น การเดินแฟชั่นโชว์ การใช้บัตรเครดิต การขายทางอินเทอร์เน็ต การให้ค่าตอบแทนแก่บริษัททัวร์ที่นำนักท่องเที่ยวมาซื้อ

ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์เส้นทางสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือส่งเสริมการตลาดในผลิตภัณฑ์เด่นของแต่ละจังหวัด เป็นต้น ด้านการสร้างพันธมิตรธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีการรวมกลุ่มให้มากยิ่งขึ้น ทั้งในกลุ่มอาชีพเดียวกัน หรือต่างกลุ่มอาชีพเพื่อแลกเปลี่ยนและแก้ปัญหา ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ด้านของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องรู้หน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างให้เกิดการพัฒนาธุรกิจมากยิ่งขึ้น เช่น ร่วมกันประชุมเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการกำหนดกิจกรรมตามเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ประเพณี ศูนย์การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก นอกจากนี้ภาครัฐต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านการขนส่ง มักคุเทศก์มีทักษะใน ภาษาต่างประเทศ ที่พักอาศัยได้มาตรฐาน สถานที่จอดรถเพียงพอ บรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ วิถีชีวิต ของชุมชนที่เป็นธรรมชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ รัฐบาลควรส่งเสริมให้เกิด มาตรฐานในผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มากขึ้นโดยไม่มีข้อจำกัดว่าหนึ่งผู้ประกอบการมีสิทธิ์เสนอผลิตภัณฑ์ ชุมชนได้เพียงรายการเดียว ควรมีการส่งเสริมการส่งออกด้วยการยกเว้นภาษี จัดแสดงผลิตภัณฑ์ ชุมชนอย่างต่อเนื่อง และรัฐบาลต้องเป็นตัวแทนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเทศต่างๆอย่าง จริงจังและต่อเนื่อง สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ จากการศึกษาของชยุ กำลังงามและคณะ (2549) พบว่าจังหวัดอุบลราชธานี สินค้าที่ระลึก ได้แก่ ผ้ากาบบัว และ เครื่อง ทองเหลือง จังหวัดสุรินทร์ สินค้าที่ระลึก ได้แก่ ผ้าสระมอ ผ้าสาकु ผ้าอันลุนเสียม ผ้ามัดหมี่ และผ้า โอลสีธรรมชาติ จังหวัดศรีสะเกษ สินค้าที่ระลึก ได้แก่ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายลายลิติต สินค้าหัตถกรรม เครื่องจักรสาน และสินค้าอาหารเช่น หอม กระเทียม จังหวัดนครราชสีมา สินค้าที่ระลึกได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ สินค้าหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ไส้กรอก กุนเชียง หมู หยอง จังหวัดชัยภูมิ สินค้าที่ระลึกได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้าย ผ้าขิด หมอนขวาน เครื่องจักรสาน และ ไส้กรอกอีสาน และจากการศึกษาของและจากการศึกษาของสมบัติ ประจัญ และคณะ (2549) พบว่า จังหวัดบุรีรัมย์ สินค้าที่ระลึก ได้แก่ ปลาสามฟัก กล้วยแปรรูป กระยาสารท น้ำพริก เสือกก

2.4 บริษัทนำเที่ยว/บริการนำเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยของรุ่งรัตน์ หัตถกรรม (2549) พบว่าการบริการนำเที่ยว รถเช่า ส่วนใหญ่จะอยู่ที่จังหวัดอุบลราชธานี เพราะสามารถนำเที่ยวภายในจังหวัดซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์อยู่จำนวนหลายแห่ง ขณะเดียวกันก็สามารถให้บริการนำ เที่ยวข้ามประเทศไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนลาวตอนใต้ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และ ธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ น้ำตกหลี่ผี และคอนพะเพ็ง เป็นต้น สำหรับจังหวัดอื่น ๆ ไม่ค่อยมีบริการ ประเภtnี้นัก ส่วนปัญหา/ข้อเสีย ของบริษัทนำเที่ยวคือไม่นิยมนำคณะท่องเที่ยวมาเที่ยว เนื่องจากไม่มีการประสานงานกันระหว่างบริษัทนำเที่ยวกับสถานบริการ จึงทำปัญหาที่เกิดจากบริษัท นำเที่ยว ร้อยละ13.5 โดยรายละเอียดของปัญหาที่เกิดจากบริษัทนำเที่ยวระดับมีระดับปัญหาที่พบไม่ บ่อย ดังนี้คือ นักท่องเที่ยวพลาดเที่ยวบินเพราะสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยวไม่เข้าใจบริษัทนำเที่ยวไม่มี ความรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบาย พบปัญหาในแหล่งท่องเที่ยวที่แหล่ง ท่องเที่ยวอยู่ไกลและเปลี่ยว ร้อยละ 62.5 รายละเอียดของปัญหาในแหล่งท่องเที่ยวมีดังนี้ ระดับ ปัญหาที่พบบ่อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลและเปลี่ยว สัตว์มีพิษ เช่น งู คางคก มด ผึ้ง ต่อ แตน ตะขาบ กิ้งกือ ชุกชุม ไม่มีป้ายหรือแผ่นพับเตือนภัย ระดับปัญหาที่พบบ่อย ได้แก่ พืชมีพิษ ไม่มี

อาสาสมัครนำเที่ยวและหน่วยรักษาความปลอดภัย ไม่มีหน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ไม่มีแผนรื้อกัน ไม่มีกฎระเบียบก่อนเข้าชม ไม่มีการให้ความรู้ก่อนเข้าชมมีการปล้นจี้ ชิงทรัพย์ ขโมย ล้วงกระเป๋า และเมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวพบว่ามีความแข็งแรง (Strengths) คือ

1. เป็นแหล่งที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ แหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอมแม่น้ำโขง และพื้นที่หลากหลายทางชีวภาพ
2. พื้นที่กว้างขวางสามารถรับนักท่องเที่ยวได้มาก การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทอารยธรรมขอม
3. ความยิ่งใหญ่และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวยิ่งใหญ่ และมีความดึงดูดนักท่องเที่ยวได้สูง เช่น ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง และปราสาทหินเขาพระวิหาร และมีแม่น้ำโขงซึ่งเป็นแม่น้ำระหว่างประเทศ
4. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอม และแหล่งท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม
5. มีพื้นที่เหมาะสม มีเส้นทางรถยนต์ สามารถเชื่อมต่อด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรม วัฒนธรรม และประเพณีที่สามารถพัฒนาศักยภาพได้
6. ประชาชนในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว สอดส่องดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว
7. สินค้า OTOP หลากหลายชนิด นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ตามใจชอบ
8. มีสถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

จุดอ่อน (Weakness) คือ

1. มีพื้นที่กว้างใหญ่ แหล่งท่องเที่ยวอยู่ห่างกระจายห่างไกลกัน ต้องเสียเวลาเดินทาง
2. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีสภาพเสื่อมโทรม และขาดความเคลื่อนไหวในเชิงรุก
3. การศึกษา ค้นคว้าด้านแหล่งท่องเที่ยวยังมีหลักฐานน้อย
4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติไม่ต่อเนื่อง
5. บริการขั้นพื้นฐานการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ
6. ชุมชนหน่วยงานต่าง ๆ มีส่วนร่วมมีน้อย
7. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะในการปฏิบัติงาน
8. การเชื่อมโยงกับบริษัทท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง
9. ราคาสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวราคาสูงกว่าปกติ
10. ช่วงระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวช่วงสั้น จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีตลาดค่อนข้างจำกัด เนื่องจากความเหมือนของแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

แนวทางยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในกลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับ กลุ่มประเทศเพื่อนมีการ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพโดยการให้ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศให้กับมัคคุเทศก์

พนักงานโรงแรม ตำรวจท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆ ที่มีหน้าที่และความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยตรง โดยสถาบันการศึกษาอาจดำเนินการให้เป็นหลักสูตรทั้งระยะสั้นและระยะยาว ในเรื่องภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เกาหลี เยอรมัน รัสเซีย รวมถึงภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง นั่นคือ ภาษาเขมร ลาว และเวียดนาม และความรู้ด้านการท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัย ด้านแหล่งท่องเที่ยวของพิสมัย ประชานนท์ (2549)พบว่า นักท่องเที่ยวจำนวนมากพบปัญหาด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสกปรก แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ไม่ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กองอุทยานต่างๆ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีแนวทางในการพัฒนา ให้มีกระบวนการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

1. จัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการจัดการ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณที่เป็นอันตรายแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติในขณะท่องเที่ยว

2. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวตระหนักในด้านการร่วมด้วยช่วยกันรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงความสวยงามเช่นเดิม

3. จัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับคนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับการสร้างสัมพันธ์ไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรปรับแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น และควรวางแผนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านได้ด้วย เพื่อให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

5. หน่วยงานภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงอีสานใต้สู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปิดช่องทางชายแดนทุกช่องที่เกี่ยวข้องและสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เพื่อความหลากหลายของเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว)

จากการศึกษางานวิจัยของภักดิษา อภิศุภกรกุลและกันยา ศรีสุข (2549) ด้านบริษัทท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางด้วยตนเอง ดังนั้นบริษัทนำเที่ยวควรมีกลยุทธ์การตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มการใช้บริการจากบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดย จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และตามวัยต่างๆ เพิ่มขึ้น และควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายควบคู่กันไปด้วย การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเทศกาลการท่องเที่ยวประจำปี ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สามารถทำได้โดยการปลูกฝังให้เล็งเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมและประเพณีไว้ โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ให้มากและสม่ำเสมอตลอดเวลา เพราะนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลตลอดเวลาแล้ว

ยังเป็นการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวและงานประเพณีที่งดงามให้นักท่องเที่ยวได้ทำการศึกษา ก่อนออกเดินทางมาท่องเที่ยวอีกด้วย อีกทั้งยังทำให้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจ ห่วงแหน ความรัก และพร้อมจะช่วยกันสืบสานประเพณีอันดีงามเอาไว้สืบทอดไม่ให้เกิดความสูญหายไป รวมถึงการหมั่นจัดกิจกรรมที่มีระยะเวลาในการจัดกิจกรรมต่างๆตามสถานที่ท่องเที่ยวและภายในจังหวัดอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะช่วยส่งเสริมประเพณีไม่ให้เกิดสูญหาย และยังสามารถเรียกเก็บเงินจากนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นธรรมเพื่อนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในการทำสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทางสื่อต่างๆ เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมและเทศกาลประเพณีอย่างเต็มที่อีกด้วย อาทิ เช่น การจัดรายการท่องเที่ยวเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.5 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

จากการศึกษาของชัชวาลย์ กาลังงาม (2549) ในเขตอีสานใต้ ได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดชัยภูมิ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้รถยนต์เดินทางในการท่องเที่ยวร้อยละ 59.8 ส่วนใช้รถจักรยานยนต์ร้อยละ 20 เนื่องจากมาจากจังหวัดใกล้เคียง และชาวต่างชาติใช้การเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางร้อยละ 40.8 ซึ่งจากการศึกษาของชนิษฐา สุริยะ (2549) พบว่าจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดนครราชสีมา ใช้ระบบการขนส่ง 3 ระบบ ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะทางบก ระบบขนส่งสาธารณะทางอากาศ ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ ใช้ระบบการขนส่ง 2 ระบบ ได้แก่ ระบบขนส่งสาธารณะทางบก ระบบขนส่งสาธารณะทางราง ระบบขนส่งสาธารณะทางราง ด้านธุรกิจธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง คือ หากต้องการเที่ยวตามสถานที่ภายในจังหวัดจะมีรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง รถสามล้อเครื่อง รถสาธารณะรับจ้าง รถโดยสารประจำทาง

2.6 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ในพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดศรีสะเกษจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดชัยภูมิ จากการศึกษานักวิชาการ ศิริอำพันธ์ และคณะ (2549) พบว่าการบริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มทุกจังหวัดมีภัตตาคารที่ได้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข มีจำนวนภัตตาคารมากในเขตเมืองหลัก และเมืองท่องเที่ยว ได้แก่ นครราชสีมา อุบลราชธานี และสุรินทร์ จากการศึกษาเพิ่มเติมของทัศนัยวรรณ ดวงมาลา และคณะ (2549) ทางด้านร้านอาหารควรจะต้องมีการพัฒนาให้มีศักยภาพ เป็นอาหารพื้นเมือง พร้อม ๆ กับการพัฒนาร้านอาหาร เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้สู่ความยั่งยืน ภัตตาคาร ร้านอาหาร จะต้องได้มาตรฐาน ได้สอดคล้องกับการศึกษาของจารุณี ชัยโชติอนันต์ (2549) พบว่า อาหารของกลุ่มอีสานใต้ประกอบไปด้วยพืชผักและสมุนไพรที่หลากหลายตามที่มีในท้องถิ่น อาหารอีสานบางชนิดเช่นส้มตำ มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีอัตลักษณ์ในเรื่องของอาหารที่คล้ายคลึงกัน อาหารการกินเหล่านี้ก็เป็นไปตามอัตลักษณ์ในเรื่องของวัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมความเป็นอยู่ พิธีกรรม พิษพรรณธัญญาหารที่มีอยู่ในพื้นที่ ตามฤดูกาลที่แตกต่างกันออกไป ที่โดดเด่น คือ ผักคั่ว กล้วย ส้มตำ ขนมหิน ไส้กรอกอีสาน ซึ่งหากินได้ในทุกจังหวัด อาหารบางชนิด บางพื้นที่มีชื่อเสียงติดระดับประเทศมาช้านาน เช่น กล้วยจักราช กล้วยท่าช้าง จังหวัดนครราชสีมา หมูยอ และปลาสามฝัก หรือเค็มบักนัด จังหวัดอุบลราชธานี ขาหมูนางรอง จังหวัด

บุรีรัมย์ ไก่ย่างไม้มะดัน จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น นอกจากนี้ในแต่ละท้องถิ่น ยังมีอาหารตามวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ได้ลองชิมอีกมากมาย ระดับความมีสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เกี่ยวกับรสชาติ คุณค่า และความน่าสนใจของอาหารท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 4 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ อยู่ในระดับ 5 4 3 จำนวนเท่าๆกัน และสุรินทร์ อยู่ในระดับ 5 ส่วนจังหวัดอุบล อยู่ในระดับ 3 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับความมีสุนทรียศาสตร์ เฉลี่ยในระดับ 5 โดยมีจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และอุบลราชธานี อยู่ในระดับ 5 นอกจากนี้จากการศึกษาของพิสมัย ประชนนธ์ และคณะ (2549) พบว่าผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร ภัตตาคาร ควรวางแผนทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานสาธารณสุข ในการตรวจสอบมาตรฐานของร้านอย่างต่อเนื่อง พัฒนาทักษะการบริการให้แก่พนักงานในด้านการสร้างสัมพันธ์มิตรต่อลูกค้า และจากผลการศึกษาของนายนิรันดร์ กุลทวนันท์ และคณะ (2549) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ยังไม่มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการนักท่องเที่ยว แต่ส่วนมากจะพบว่า มีร้านจำหน่ายอาหารเครื่องดื่มไว้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งบางแห่งก็มีการกำหนดเวลา การให้บริการไว้ด้วย อาหาร เครื่องดื่มส่วนใหญ่ที่พบว่ามีจำหน่ายในร้านโดยทั่วไป คือ ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ น้ำดื่ม เป็นต้น

2.7 สุขภาพ/สปา

จากการศึกษาของศิริกัญญา ฤทธิ์แปลก และคณะ (2549) ในพื้นที่กลุ่มอีสานใต้พบว่า การบริการ สปาในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนมากแหล่งที่พักมักจะมีบริการด้านนวดเพื่อสุขภาพ สปาและสัคนบำบัดเป็นบริการเสริมให้ เช่น ที่พักในอำเภอวังน้ำเขียว อำเภอปากช่อง เพื่อการผ่อนคลายอารมณ์ ที่พักบางแห่งสามารถจัดให้ได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่พักอาศัย เช่น ที่พักโฮมสเตย์ในอำเภอวังน้ำเขียว หากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ ต้องการนำนักท่องเที่ยวไปรับบริการตามสถานประกอบการการสปา และนวดเพื่อสุขภาพ สามารถดำเนินการได้ ในพื้นที่จังหวัดชัยภูมิ บริการสปาแหล่งที่พักที่มีบริการด้านนวดเพื่อสุขภาพ สปาและสัคนบำบัดจำนวนน้อย มีร้านสปาที่มีลักษณะได้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข แต่ในจังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานีมีบริการสปาจำนวนน้อย ส่วนมากจะจัดบริการให้ตามแหล่งที่พัก

2.8 ประชาชน

กานดา สีหเนตร และคณะ (2549) ได้ศึกษาโครงการศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พบว่าประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึก ผู้ประกอบการและผู้ขายควรเป็นประชาชนในชุมชนเนื่องจากสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ แต่ปัญหาคือการใช้ภาษากับนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นยังไม่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ จากการศึกษานักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและคณะ (2549) ได้ศึกษาโครงการศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอีสานใต้ พบว่าประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนในด้านวิถีชีวิตของท้องถิ่น และจากการศึกษาของสุรินทร์ หลวงนา และคณะ (2549) พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเป็นระบบการบริหารจัดการทางธุรกิจการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวโดยให้มีประสิทธิภาพ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีฐานการดำรงชีวิตในอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทำให้เกิดการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประชากร ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรของประเทศ จังหวัดในเขตอีสานใต้เป็นจังหวัดที่ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตชนบทและประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก

2.9 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

รุ่งรัตน์ หัตถกรรมและคณะ (2549) ได้วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มอีสานใต้โดยรวมระหว่างคณะผู้วิจัย ดำรวจท่องเที่ยว กองกำกับการ 2 (นครราชสีมา) และตำรวจท่องเที่ยว กองกำกับการ 3 (อุบลราชธานี) กล่าวได้ว่าในรอบปี 2549 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนอย่างต่อเนื่องในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของแต่ละจังหวัด ไม่พบปัญหาอาชญากรรมใดๆ ที่ร้ายแรงต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอีสานใต้ ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในอีสานใต้นั้นล้วนเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงาม ได้แก่ ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ และงานช้างจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ก่อนการจัดงานแต่ละครั้งผู้จัดงานได้ประชาสัมพันธ์ความสำคัญของการจัดงานและการปฏิบัติตัวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ จึงไม่มีเหตุการณ์ใดร้ายแรงต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวปรากฏทางหน้าหนังสือพิมพ์ ถึงแม้ว่าจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้หลายจังหวัด เช่น บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี จะมีชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน แต่กลับไม่มีเหตุการณ์ผิดปกติด้านความปลอดภัยใดๆ เกิดขึ้นอย่างรุนแรงเลย ทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวในอีสานใต้มากยิ่งขึ้น

2.10 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

ในพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดศรีสะเกษจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดชัยภูมิ จากการศึกษาของซูย์ กำลังงามและคณะ (2549) กฤษฎา พินศรี และคณะ (2549) มีพื้นที่ แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยวดังนี้

ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วยพิพิธภัณฑสถานที่สำคัญได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ซึ่งภายในมีการจัดแสดงเรื่องราวท้องถิ่น วัดที่สำคัญได้แก่ วัดทุ่งศรีเมือง วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองป่าพง วัดป่านานาชาติ วัดภูเขาก้าว และวัดภูอานนท์ งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีแห่เทียนพรรษามหาสงกรานต์แก่งสะพือ งานเทศกาลไม้ดอกไม้ประดับ งานไหลเรือไฟและงานแข่งขันเรือยาวประเพณี อุทยานที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานโขงเจียม เขื่อนสิรินธร อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะสวนเกษตรเขียวสดโพธิ์ไทร ศึกษาวิถีชีวิตของชาวหมู่บ้านท่าซ้อง ล่องเรือชมสองฝั่งโขง เขื่อนปากมูล บันไดปลาโจนปากแม่น้ำมูล แม่น้ำสองสี เวินบึกหาดวิจิตรา ผาแต้ม เสาเฉลียง ผาชนะได น้ำตกตาดโตน น้ำตกสร้อยสวรรค์ เขื่อนสิรินธร พัทธาน้อยช่องเม็ก ปราสาทวัดภูคอนพะเพ็ง ตาดฟาน ตาดผาส้ม โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่สิมวัดบ้านด้าย สิมวัดแจ้ง สิมวัดบ้านนาควาย หอไตรวัดทุ่งศรีเมือง หอไตรวัดบูรพาราม ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ การทำนาฝักบัว นาฝักกระเจด การทำนาข้าวริมน้ำมูล หมู่บ้านเลี้ยงปลาในกระชัง หุ่นขี้ผึ้งหลวงปู่ชา ล่องเรือชมทัศนียภาพหาดทรายน้ำมูล และหาดคูเดื่อ

ในพื้นที่จังหวัดจังหวัดสุรินทร์ มีพื้นที่ แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ ปราสาทโบราณ ปราสาทหินบ้านพลวง ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทภูมิโปน และปราสาทบ้านเบ็ญ งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีตรุษสงกรานต์ ประเพณีแข่งเรือที่แม่น้ำมูล และประเพณีบวชนาคแห่ช้าง อุทยานที่สำคัญได้แก่ วนอุทยานพนมสวาย ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสุรินทร์ ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสุรินทร์ มีการส่งเสริมให้ศูนย์เป็น "ห้องสมุดธรรมชาติ" และมีการสาธิตการผลิตหม่อนไหมทุกขั้นตอน แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดี ปราสาทศีขรภูมิ หมู่บ้านช้างตากกลาง วัดบูรพา พระพุทธรูปหลวงพ่อบุระชีว์ และรูปเหมือนหลวงปู่ดูล อตุโล หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง โรงงานทอผ้ายกทองโบราณ

ในพื้นที่จังหวัดจังหวัดบุรีรัมย์ มีพื้นที่ แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีดอกกล่าวน และงานเทศกาลงะตุเรียน งานประเพณีที่สำคัญของทุกปี ได้แก่ ประเพณีฮีตสิบสอง ประเพณีแข่งเรือยาวลำน้ำมูล งานประเพณีแห่เทียนพรรษาอำเภอประโคนชัย งานประเพณีขึ้นเขากระโดง งานกวนข้าวทิพย์ งานบุญบั้งไฟ งานเทศกาลข้าวมะลิหอม ปลาจ่อมกุ้ง ชมทุ่งนกประโคนชัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพอเพียงได้แก่ สวนส้มละหานทราย แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมที่ทำการศึกษาค้นคว้าได้แก่ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประเพณีและวิถีชีวิต ได้แก่ศูนย์วัฒนธรรม โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้าง พบจำนวน 2 แหล่ง ได้แก่ สิมวัดท่าเรียบ และ สิมวัดบรมคงคา ท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนหม่อนไหมตาเป็ก ท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืน อ.พุทไธสง

ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ มีพื้นที่ แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ พระธาตุเรืองรอง สลุปคู่ ปราสาทสระกำแพงน้อย ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทห้วยทับทัน ปราสาทปรางค์กู๋ ปราสาทตาเล็ง ปราสาทโดนตวล วัดที่สำคัญได้แก่ วัดมหาพุทธาราม วัดปามหาเจดีย์แก้ว อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ผามออีแดง และภาพสลักนูนต่ำสวนเกษตรงะตุเรียน

โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดศรีสะเกษ พบจำนวน 4 แหล่ง ได้แก่ ธาตุบ้านเมืองจันทร์ ปราสาทบ้านปราสาท (ธาตุบ้านปราสาท) สิมวัดโนนผึ่ง วัดโสภณวิหาร หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “วัดบ้านลุมพุก” ตั้งอยู่ใกล้ปราสาทตาเล็ง (ปราสาทลุมพุก)

ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์ที่สำคัญได้แก่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มหาวิรุณศ พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน และพิพิธภัณฑ์แห่งชาติพิมาย วัดที่สำคัญได้แก่ วัดศาลาลอย วัดป่าสระวัน วัดเทพพิทักษ์ปุณณาราม และวัดบ้านไร่ โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ ปราสาทสถานเมืองเสมา ปราสาทโนนกู่ ปราสาทเมืองแขก ปราสาทเมืองเก่าและอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย สถานที่ท่องเที่ยวได้แก่ หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน และแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท งานประเพณีที่สำคัญของทุกปีได้แก่ งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี และงานแข่งเรือยาวพิมาย สถานที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งหินตัดสี แหล่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ อยู่ในระดับดีมากจนได้รับรางวัลจากสถาบันอันทรงเกียรติเป็นเครื่องยืนยันใน พ.ศ. 2549 สองแห่งได้แก่ สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช

และอำเภอวังน้ำเขียวสามารถจัดให้เดินชมธรรมชาติ วัง หรือขี้จักรยาน โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดนครราชสีมา พบจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ สิมวัดศรีสุภณ (ทองหลางน้อย) สิมวัดบ้านชิน

ในพื้นที่จังหวัดชัยภูมิ มีพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ ภูพระ-สระหงษ์ ศาลเจ้าพ่อพระยาแล วัดที่สำคัญได้แก่ วัดพระธาตุหนองสามหมื่น งานประเพณีที่สำคัญของทุกปีได้แก่ งานฉลองอนุสาวรีย์เจ้าพ่อพระยาแล งานประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อพระยาแล งานแห่เทียนเข้าพรรษา ประเพณีรำผีฟ้า งานบุญเดือนสี่ และงานวันดอกกระเจียวบาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพอเพียง กิจกรรมการท่องเที่ยวจะเน้นการท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ทุ่งดอกกระเจียว มีช่องหินหลบภัยบริเวณหน้าผา มีที่ท่องเที่ยวเช่น คลองปู่เจ้า (ปูราชินี) จะมีปูเป็นหมื่นๆตัว ถ้ำค้างคาว ไทรสามขา ผาเทียมเมฆ ไม้ไผ่ปล้องยาวที่สุด ผาน้ำย้อย จุดชมวิว ป่าหินงาม สนามบินโบราณ น้ำตกเทพนา มอหินขาว เขื่อนลำปะทาว น้ำตกถ้ำค้างคาว น้ำตกไทรทอง ป่าหินงาม วนอุทยานตาโดน มีน้ำตกตาโดน น้ำตกตาดีฟ้า น้ำตกผาเอียง โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในจังหวัดชัยภูมิ พบจำนวน 3 แห่ง พระธาตุหนองสามหมื่น ตั้งอยู่ที่วัดพระธาตุสามหมื่น ธาตุโนนกอก (พระธาตุพิพวย) ธาตุหนองจอก (กุดจอก) ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านคำน้อย

2.11 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ในพื้นที่ในกลุ่มอีสานใต้มีประเด็นสำคัญของปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวคือผู้เข้าพักในที่พักรู้อย่างเหมาะสมจะประสบกับปัญหาสถานที่ตั้ง เช่น คับแคบ การคมนาคมไม่สะดวก สภาพห้องพัก เช่น ห้องพักไม่สะอาด ตกแต่งไม่สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในสภาพไม่พร้อมใช้งาน ตลอดจนระบบรักษาความปลอดภัย เนื่องจากที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติอยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐ ดังนั้นรัฐบาลจึงควรเพิ่มงบประมาณสนับสนุนเพื่อพัฒนาที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติให้มีความทัดเทียมกับที่พักของเอกชน ผู้จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกยังไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ การบริการด้านสเปซยังมีบริการไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวในบางจังหวัด แต่จังหวัดหลักยังมีเพียงพอ บริษัทนำเที่ยวไม่นิยมนำคณะท่องเที่ยวมาเที่ยวเนื่องจากไม่มีการประสานงานกันระหว่างบริษัทนำเที่ยวกับสถานบริการ(กานดา สีหเนตรและคณะ. 2549)

2.12 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ

ศักดิ์ศิริ นันตะสุข และคณะ (2549) ได้กล่าวถึงแนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ด้านความรู้ความเข้าใจ การสร้างความตระหนัก ความรู้ความเข้าใจการเห็นคุณค่าที่ต้งาม และการอนุรักษ์ที่กลมกลืนกับยุคสมัยในประเพณี วัฒนธรรมความเป็นอยู่และทรัพยากรธรรมชาติแก่คนในท้องถิ่น รวมถึงผู้เกี่ยวข้อง ควรได้ศึกษาและทำความเข้าใจชีวิตของคนในท้องถิ่นในบริบทของคนในท้องถิ่นที่เขาเป็นอยู่ทั้งประเพณี วัฒนธรรมภาษาทั้งภาษาพูดภาษากาย ที่มักพูดหรือทำให้สนุกทั้งที่อาจเป็นการดูหมิ่น เหยียดหยามทางวัฒนธรรมอย่างไม่ตั้งใจ รวมถึงการศึกษาและทำความเข้าใจแบบแผนการปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อการปฏิบัติที่ถูกต้อง เกิดความเข้าใจและเป็นการให้เกิดมิตรระหว่างกัน ทั้งยังเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างกัน ในการร่วมมือและการทำงานร่วมกันที่สำคัญยิ่งระหว่างคนท้องถิ่นต่างวัฒนธรรม การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำ ร่วมประเมิน ร่วมพัฒนา และร่วมชื่นชม ใน

รูปแบบของกลุ่ม หรือองค์กรเป็นองค์ประกอบหลัก การสร้างหรือการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ ประเพณี วัฒนธรรม การพัฒนาทักษะต่าง ๆ ได้แก่ ภาษา ทักษะเชิงสังคมและวัฒนธรรม การดำรงอยู่ในเจตคติที่ดีและเข้าใจระหว่างกัน อย่างลึกซึ้งและสม่ำเสมอ ดังนั้น สิ่งที่จะต้องทำควบคู่กันไปคือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง การใช้ประโยชน์ร่วมกัน การใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่เดิมให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่จำเป็นต้องสร้างขึ้นใหม่หรือดัดแปลงสิ่งที่มีอยู่เดิมในพื้นที่จนกระทบกับวิถีชีวิตหรือคุณค่าของคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อนจำเป็นที่ผู้เกี่ยวข้องต้องดำเนินร่วมกันอย่างใกล้ชิด และเป็นการจัดการที่ได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม

พัชรินทร์ ศิริอำพันธ์กุลและคณะ (2549) และสายใจ ทันการและคณะ (2549) ได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

1. หน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวควรจะทำให้มีความสำคัญกับการนำหลักจิตวิทยาบริการโดยเฉพาะเรื่องคุณภาพบริการ ทั้งนี้เพราะคุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจแบบเดียวกันแต่แตกต่างกันด้านคุณภาพของการให้บริการ โดยเฉพาะในยุคที่ธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงในปัจจุบัน

2. การบริการจำหน่ายของที่ระลึก ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการ ทั้งด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้า ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี มีความสนใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และมีจิตใจต่อการให้บริการ

3. ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น

4. ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกร่วมกันทั้งในท้องถิ่นและต่างถิ่น เพื่อพัฒนาสินค้าของที่ระลึกของท้องถิ่นให้มีคุณภาพได้มาตรฐานและสามารถส่งไปขายต่างประเทศได้

5. การจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกควรมีการกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน สำหรับสินค้าประเภทเดียวกัน มีมาตรฐานการผลิตและต้นทุนการผลิตที่ใกล้เคียงกัน

6. ผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกควรมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่เอาเปรียบ หลอกลวงนำสินค้าที่ด้อยคุณภาพมาขายในราคาแพง เพราะจะทำให้ผู้ซื้อขาดความเชื่อถือ และส่งผลต่อการขายสินค้าในอนาคต

7. สินค้าพื้นบ้านทางภาคอีสานที่จะเป็นของฝากของที่ระลึกในแต่ละท้องถิ่นมีน้อย และไม่มีหลากหลายทั้งผลิตภัณฑ์และราคา เช่นผ้าไหมแท้จะมีราคาสูง การนำผ้าไหมมาตัดชุดหนึ่งชุดให้เงินหลายพันบาท จะซื้อเป็นของฝากของที่ระลึกก็ซื้อได้ไม่บ่อยนัก หากนำผ้าไหมแท้มาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ อื่น ๆ เช่น กระเป๋าใส่เงินรูปแบบแปลก ๆ มีให้เลือกหลายขนาด ออกแบบและใช้สีดูมีรสนิยมดี ดอกไม้ประดับเสื้อ-ประดับบ้าน เป็นส่วนควบที่สามารถนำมาประยุกต์ตกแต่งให้สวยงามได้ทุกที่ ของชิ้นเล็ก ๆ ที่ดูดี ราคาไม่สูงและพกพาสะดวก จะขายได้ง่ายกว่าผ้าผืนใหญ่ที่มีราคาแพง รัฐบาลควรสนับสนุนให้ชุมชนพัฒนางานฝีมือที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างจริงจัง ให้ความรู้ด้านการตลาด ให้ทักษะ ให้กำลังใจ และหาช่องทางในการทำตลาดให้ขายสินค้าได้ บางชุมชน

ผลิตผ้าทอมือใช้เวลา 2-3 วัน ได้ผ้า 1 ผืน ผลิตแล้วขายไม่ได้ เพราะลวดลายไม่สวย สีไม่มีรสนิยม เป็นต้น

8. ด้านที่พักโรงแรม โฮมสเตย์ ควรหาง่ายโดยการจัดประชาสัมพันธ์ สถานที่พักมีราคาเหมาะสมกับราคา สะอาด ตรงตามมาตรฐานที่ทางศูนย์เครือข่ายกำหนด มีการตรวจสอบคุณภาพสม่ำเสมอ



4. กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง

ในปี พ.ศ.2545-2550 มีงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง จำนวนทั้งสิ้น 5 ชิ้นงานใน 3 จังหวัดของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด 1 ชิ้นงาน คืองานของ อำคา แสงงามและคณะ

จังหวัดอุบลราชธานี 3 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของ กาญจนา ทองทั่วและคณะ, เรวัต สิงห์เรืองและคณะ และ ปรีวรรต สมนึกและคณะ

จังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ของสาธารณรัฐสังคมนิยมประชาธิปไตยประชาชนลาว 1 ชิ้นงาน คืองานของ เศกสรรค์ ยงวิชัยและคณะ

คำสำคัญของงานวิจัยและโครงการ ได้แก่

- ทางการบริหารจัดการแก่งสะพือแบบมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านวังอ้อ
- แนวทางการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โดยรายละเอียดแสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การดำเนินงานด้านอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว

1.1 ตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาของ อำคา แสงงามและคณะ (2547) พบว่า กลุ่มที่มาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเยี่ยมชมโบราณสถานกุฎกาสิงห์ตามอัยยาศัย หรือกลุ่มที่เข้ามาทัศนศึกษา ซึ่งโดยทั่วไปเป็นกลุ่มนักเรียน นิสิต และนักศึกษาหรือบุคคลทั่วไป ซึ่งเข้ามาศึกษาเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ขอม และมักจะมาเป็นคณะ มีการประสานกับโรงเรียนให้นำมาทัศนศึกษาที่น่าน้ำคุดน้อยน่าน้ำเทียว นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่เข้ามาทัศนศึกษาดูงาน ซึ่งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่สนใจต้องศึกษาดูงานการบริหารงานของกลุ่มแม่บ้าน และชม

โบราณสถาน ซึ่งกลุ่มนี้จะมีการประสานงานกับพื้นที่และมีกำหนดการที่ชัดเจน โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่พักค้างคืนจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาในช่วงงานท่องเที่ยวประจำปี "งานกินข้าวทุ่งนุ่นผ้าไหม" ซึ่งกำหนดกิจกรรม 1 คืน 2 วัน และการเข้าค่ายพักแรมชีวิตสืบสานภูมิปัญญาพื้นบ้าน ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ของบ้านกู่กาสิงห์ในรูปแบบของการเป็นศูนย์หรือเป็นสถานที่จัดให้มีการเข้าค่ายอบรมด้านภูมิปัญญาชาวบ้าน กำหนด 3 วัน 2 คืน

ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี กาญจนา ทองทั่วและคณะ (2545) ได้ศึกษาพบว่า กลุ่มที่มาท่องเที่ยวแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ นักศึกษา ประชาชนทั่วไป ผู้มาศึกษาดูงาน เด็กและเยาวชน และผู้มาพักค้างแรม ซึ่งมีทั้งแบบเช้ามาเย็นกลับ และแบบพักค้างแรม แต่ละกลุ่มบุคคลแต่ละรูปแบบจะมีการต้อนรับและการเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รูปแบบจะไม่ตายตัวสามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และเงื่อนไขของเวลาได้ แต่ที่สำคัญก็คือการให้ความรู้ ความบันเทิง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งการปลูกจิตสำนึกของผู้มาเยือนให้มีความรู้ความเข้าใจ ความผูกพันกับป่าเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.2 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด

ในพื้นที่จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ มีประเด็นสำคัญของแนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาดคือ ควรมีการกำหนดราคาที่พักอย่างแน่นอน เช่น ช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High season) หรือนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low season) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (เศกสรรค์ ยงวิชัยและคณะ. 2549)

จังหวัดอุบลราชธานี จากการศึกษาของ เรวัต สิงห์เรืองและคณะ (2547) พบว่า ควรมีการกำหนดราคาสินค้าของร้านขายของที่ระลึกมาตรฐานจำหน่ายสินค้าราคาเดียวกัน

2. การดำเนินงานด้านการพัฒนา

2.1 ที่พักแรม

ในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาของ อำคา แสงงามและคณะ (2547) พบว่า มีโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวเข้าพักเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน บ้านกู่กาสิงห์มีบ้านพักโฮมสเตย์ไว้บริการจำนวน 30 หลัง และมีบ้านพักรีสอร์ทที่สวนเกษตรจำนวน 2 หลัง

ส่วนในพื้นที่จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ จากการศึกษาของ เศกสรรค์ ยงวิชัยและคณะ (2549) พบว่า มีที่พัก (Accommodation) มีโรงแรมที่พักระดับต่างๆ ให้เลือก ในอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล

2.2 ร้านค้าของที่ระลึก

จังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาของอำคา แสงงามและคณะ (2547) พบว่า มีผ้าไหม ซึ่งลักษณะเด่นของผ้าไหมบ้านกู่กาสิงห์คือลวดลายผ้าไหมละเอียดสวยงาม เนื้อผ้าไหมละเอียด ทอเนื้อแน่น สีของผ้าไหมไม่ตก

จังหวัดอุบลราชธานี จากการศึกษาของกาญจนา ทองทั่วและคณะ (2545) พบว่า ร้านค้าของที่ระลึกจะเป็นงานหัตถกรรมและเครื่องจักรสาน สอดคล้องกับการศึกษาของ เรวัต

สิ่งเครื่องและคณะ (2547) ที่พบว่า ของที่ระลึกได้แก่ ผ้ากาบบัว เครื่องจักสาน กระเป่า สิ่งประดิษฐ์ต่างๆ

จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ จากการศึกษาของ เศกสรรค์ ยงวิชัยและคณะ(2549) พบว่า สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) มีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

2.3 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

จากการศึกษาของ เศกสรรค์ ยงวิชัย และคณะ (2549) พบว่า จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ มีการคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

ส่วนในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีงานวิจัยของ กาญจนา ทองทั่วและคณะ (2545) ซึ่งพบว่า การคมนาคมมีความสะดวกสบาย มีถนนลาดยาง 2 เลน มีรถประจำทางวิ่งผ่านเป็นระยะๆ และสามารถเดินเท้าหรือใช้รถไถเดินตามได้ เส้นทางเดินในป่าเป็นแนวกันไฟซึ่งชาวบ้านดูแลทำความสะอาดเป็นประจำอยู่แล้ว ภายในป่ามีหลายเส้นทางด้วยกันทั้งรอบป่าและภายในป่า มีการปลูกต้นไม้ ดอกไม้เสริมบ้างบางเส้นทางที่ไม่ถูกทำลายไปมาก

2.4 มัคคุเทศน์/ล่ามแปล

จากการศึกษาของ อำคา แสงงามและคณะ (2547) พบว่าจังหวัดร้อยเอ็ดมีมัคคุเทศน์น้อยเป็นผู้นำเที่ยว ซึ่งชมรมมัคคุเทศก์น้อยโรงเรียนกุกาสิงห์เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545

ส่วนในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีงานวิจัยของกาญจนา ทองทั่วและคณะ (2545) ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีการอบรมยุวมัคคุเทศก์ หลังการลงฝึกปฏิบัติการพานักท่องเที่ยวลงพื้นที่แล้ว พบว่าเยาวชนในหมู่บ้านมีความตื่นตัว สนใจการเป็นมัคคุเทศก์เป็นอย่างมากเข้าร่วมกิจกรรมในการทดลองอย่างสม่ำเสมอ

2.5 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีงานวิจัยของกาญจนา ทองทั่วและคณะ (2545) พบว่ากรณีนักท่องเที่ยวพักค้างแรม อาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ชุมชนจะเตรียมอาหารบางอย่างที่ทำสำเร็จแล้ว เช่น ลาบปลา ต้มหน่อไม้ ส่วนปลาปิ้งหรืออาหารง่ายๆ แม่บ้านจะเตรียมอุปกรณ์ไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ทำอาหารเองด้วยโดยมีกลุ่มแม่บ้านช่วยดูแล ส่วนการศึกษาของ เรวัต สิ่งเรื่องและคณะ (2547) พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าอาหารให้ใส่เสื้อเป็นสีเดียวกัน วันจันทร์ใส่ฟริสไต้ล วันอังคาร ใส่เสื้อสีเหลือง วันพุธ ใส่เสื้อสีขาว/ชมรมอาหาร วันพฤหัสบดี ใส่เสื้อสีแดง วันศุกร์ ใส่เสื้อฟริสไต้ล วันเสาร์ ใส่เสื้อสีเขียว วันอาทิตย์ ใส่เสื้อสีแดง และมีการการจัดทำเมนูอาหารให้เหมือนกัน / รูปแบบ / ราคา จัดร้านให้เป็นระเบียบ จัดทำป้ายชื่อร้านให้มีขนาดและรูปแบบเป็นแนว ซึ่งจากการพัฒนาแก่งสะพือ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี อาหารถูกปาก ราคายุติธรรม และได้มาตรฐาน

จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ จากการศึกษาของ เศกสรรค์ ยงวิชัยและคณะ (2549) พบว่า มีร้านอาหาร (Food and Beverage) ซึ่งนอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้ว ยังถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่แน่นอน

2.6 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

จากการศึกษาจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ ของ เศรษฐสรรค์ ยงวณิชและคณะ(2549) พบว่า มีความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ซึ่งจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว สำหรับในพื้นที่จังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์นั้น นักท่องเที่ยวไม่ค่อยกังวลใจในเรื่องนี้เท่าใดนัก เนื่องจากว่า ทั้งจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์เป็นเมืองเล็กๆ ที่สงบเงียบ ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรีที่น่ารัก

2.7 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาคณะ อ่ำคา แสงงามและคณะ (2547) พบว่ามีรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้ ด้านธรรมชาติประกอบด้วย 1) พงกุลาร่องไห้ มีตำนานเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนมายาวนานหลายพันปี แม้มีสภาพเปลี่ยนแปลงไปแต่ชื่อและความเป็นมายังเป็นจุดขายได้ดี โดยเฉพาะการพัฒนาเป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียงระดับโลก 2) โพนซันก ตั้งอยู่ด้านใต้ของหมู่บ้านกู่กาสิงห์ มีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับตำนานของพงกุลาร่องไห้ โดยพอสซิลหอยหินปูนมีอายุประมาณ 2 ล้านปี เป็นหลักฐานทางธรณีวิทยาให้เห็นว่าบริเวณทุ่งแห่งนี้เคยเป็นทะเลมาก่อน 3) แม่น้ำเสียวใหญ่ ถือว่าเป็นแม่น้ำศักดิ์สิทธิ์สายสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนมาตั้งแต่สมัยขอมจนถึงปัจจุบัน และเป็นเส้นทางแสวงบุญวัฒนธรรมขอมเข้ามาสู่พงกุลาร่องไห้ด้านประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย บ้านกู่กาสิงห์ ซึ่งมีโบราณสถานขอม 3 หลัง ตั้งอยู่ในหมู่บ้าน คือ 1) กู่กาสิงห์ สร้างขึ้นตามคติความเชื่อทางศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย โดยนับถือพระศิวะเป็นเทพเจ้า เป็นศิลปะแบบบาปวน อยุธยาราวพุทธศักราช 1550-1630 2) กู่โพนวิจ สันนิษฐานได้ว่าในเบื้องต้นอาจเกี่ยวข้องกับคติความเชื่อทางศาสนาฮินดู ลัทธิไวษณพนิกาย แต่ภายหลังได้เปลี่ยนมาเป็นเทวสถานพระศิวะ 3) อโรคยาศาลากู่โพนระฆัง เป็นโบราณสถานขอมศิลปะแบบบาปวน มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 18 สร้างขึ้นตามคติความเชื่อทางพระพุทธศาสนาเถรวาทนิกายนิกาย ทั้งนี้กู่กาสิงห์ กู่โพนวิจ ได้รับการบูรณะเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่วนกู่โพนระฆังอยู่ระหว่างการขุดค้ำยันและวิเคราะห์รูปแบบสถาปัตยกรรม นอกจากนี้พื้นที่โดยรอบใกล้เคียงหมู่บ้านทางด้านทิศใต้ปากภูมิถนนโบราณยาวประมาณ 10 กิโลเมตรไปจดสระซึ่งเป็นสระขุดโบราณ ส่วนทิศเหนือของหมู่บ้านพบถนนโบราณเรียกว่าถนนคูขาด เป็นถนนคันดินขนาดใหญ่ ออกจากบริเวณกู่โพนระฆังผ่านลำแม่น้ำเสียวใหญ่ขึ้นไปจดเนินดินทางทิศตะวันตกบ้านโพนพะอุง อำเภอสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นทำนบกั้นน้ำโบราณ ในส่วนนี้ยังไม่มีหน่วยงานใดเข้าไปอนุรักษ์เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์แต่ประการใด

ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี กาญจนา ทองทั่วและคณะ (2545) ได้ศึกษาพบว่า รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว คือ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ และการพักค้างแรมในป่า เส้นทางเดินป่ามี 7 ฐานความรู้ คือ ฐานแผนที่ ฐานอนุรักษ์ป่า ฐานสมุนไพร ฐานทำลาย ฐานอนุรักษ์ป่าชุมชน ฐานถ้ำวัลย์ ฐานลำเซบาย นอกจากนี้ เรวัต สิงห์เรืองและคณะ (2547) ได้ศึกษาพบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากร ได้แก่ แก่งสะพือ ถ้ำกีกีกาก แก่งไข่มุก แก่งหมื่น แก่งกลาง แก่งคำพวง แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุที่สำคัญที่พบในแก่งสะพือคือหิน

พระปรมาภิไธย ชากปราสาทหิน ใบเสมา ฐานศิวิลิ่งค์ อุโรจนะ แผ่นศิลาอักษรปัลลวะ ทับหลังวัดสระแก้ว พระพื้อม์ โบราณสถานที่สำคัญ วัดสระแก้ว ตึกดิน วัดกุแก้ว

2.8 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีงานวิจัยของกาญจนา ทองทั่วและคณะ (2545) ที่ศึกษาพบว่า ป่าดงใหญ่บ้านวังอ้อ มีข้อจำกัดคือสามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวได้ในฤดูปลายฝนต้นหนาว และฤดูร้อน เนื่องจากเป็นฤดูฝนป่าจะขึ้นมาก ลำเขาบายจะชุ่มชื้นน้ำไม่ได้ ไม่มีไฟฟ้า ต้องใช้เทียนคบชี้ได้ เพื่อทำให้เกิดแสงสว่าง นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องการขาดความรู้ความเข้าใจในการเป็นมัคคุเทศก์อีกด้วย

2.9 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ

ในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด ควรสนับสนุนงบประมาณ พัฒนาบุคลากรในชุมชน ให้มีความรู้ความเข้าใจและเกิดความตระหนักในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเน้นสร้างจิตสำนึกให้คนมีความเข้าใจว่าเป็นงานของทุกคนที่ต้องช่วยกันพัฒนา ควรมีความกล้าพอที่จะดำเนินนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยพัฒนาแหล่งชุมชนอุทยานประวัติศาสตร์ เทศบาลตำบลกุลาสิงห์ ควรประสานงานกับส่วนราชการทุกหน่วยทั้งในระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน และสร้างความสัมพันธ์อันดีทั้งระดับบุคคลและหน่วยงาน ควรส่งเสริมสนับสนุนชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งให้สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยว ทั้งด้านงบประมาณ การจัดการ โดยเทศบาลเป็นผู้ช่วยเหลือในส่วนที่ยังไม่เข้มแข็ง และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโบราณ ควรประสานกับหน่วยงานทุกระดับเพื่อมาวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพเพิ่มจุดขายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมมากขึ้น (อำคา แสงงามและคณะ .2547)

จังหวัดอุบลราชธานี จากการศึกษาของ เรวัต สิงห์เรืองและคณะ (2547) พบว่าควรจัดให้มีการจัดฝึกอบรม ถ่ายทอดความรู้เรื่องพันธ์พืช สมุนไพรและชื่อพันธ์ไม้ชนิดต่างๆโดยเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ผู้รู้ในชุมชน รวมทั้งเยาวชนที่ค้นคว้าจากหนังสือต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความมั่นใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยว ควรประสานงานแจกเอกสารประชาสัมพันธ์และแจ้งในที่ประชุมของหน่วยงานระดับอำเภอ อบต. ถึงความก้าวหน้าของการจัดการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และให้ความสำคัญของกิจกรรม นอกจากนี้ ชุมชน ชาวบ้านต้องฝึกความอดทนต่อคำพูด เสียงวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ ที่ทำให้เสียกำลังใจและนำสิ่งเหล่านั้นมาพิจารณาว่าสามารถแก้ไขอย่างไร ได้หรือไม่ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชนของตนและใช้กระบวนการพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชนเป็นแนวทางแก้ปัญหาและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน รวมทั้งการบอกนักท่องเที่ยวถึงวัตถุประสงค์ของการเปิดป่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เน้นการสร้างภาพลักษณ์ในการดูแลทรัพยากรป่าและการมีส่วนร่วมของชุมชน ในฤดูกาลทำนาถ้าปฏิเสธการศึกษาดูงานไม่ได้ จำเป็นต้องใช้รูปแบบการต้อนรับที่เป็นกลุ่มเยาวชนทั้งหมด รวมทั้งการเป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวด้วย ในช่วงเวลาของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คณะทำงานชุมชนและเยาวชนร่วมกันแลกเปลี่ยนกับผู้มาศึกษาดูงาน การติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกควรเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์พื้นฐานภายในหมู่บ้านที่สามารถฝากข้อความให้รายละเอียดการท่องเที่ยวได้ ในการเตรียมการต้อนรับคณะนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องวางแผนสำรองไว้ ถ้าคณะนักท่องเที่ยวมาไม่ตรงเวลานัดหมาย

หากผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนมีไม่มากนักและไม่หลากหลายควรจะประสานงานกับชุมชนข้างเคียงที่มีสินค้าหลากหลายนำมาจำหน่ายที่ศูนย์สาธิตของหมู่บ้าน โดยเฉพาะของที่ระลึกที่ขึ้นไม่ใหญ่นัก เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเครือข่ายป่าและชุมชนข้างเคียง สร้างความช่วยเหลือซึ่งกันและกันขึ้น ในเครือข่ายชุมชนต้องทำความเข้าใจ ชี้แจงกฎระเบียบในการเดินป่าให้ชัดเจน รวมทั้งข้อห้ามต่างๆ และบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวรับทราบและคำนึงถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม

จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ จากการศึกษาของ เศกสรรค์ ยงวณิชย์และคณะ (2549) ได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการบริการด้านการคมนาคม ว่าควรปรับปรุงการคมนาคมทางอากาศ ถนน ส่วนราคาค่าโดยสาร รถสายสะพานมิตรภาพไทย-ลาว รถตู้ และรถสามล้อเครื่อง ไม่ควรมีราคาแพงเกินไป และในด้านกิจการการท่องเที่ยว ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรฟื้นฟูการเล่นพื้นเมืองของแต่ละท้องถิ่นขึ้น และนำมาแสดงเป็นประจำ ภาครัฐควรสร้างแหล่งท่องเที่ยวครบวงจรที่ให้บริการทั้งกลางวันและกลางคืน เนื่องจากปัจจุบันมีแต่แหล่งท่องเที่ยวกลางวันเท่านั้นและควรปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สวยงาม สะอาด รับประทานความปลอดภัย การเดินทางไปมาสะดวก รวมทั้งส่งเสริมให้มีการลงทุนด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ศิลปะและธรรมชาติ ควรตรวจสอบอย่างเข้มงวดกับบรรดาร้านอาหาร ร้านบันเทิงที่ไม่ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะและธุรกิจบ้านพักขนาดเล็กควรร่วมมือกันไม่ใช่แข่งขันกันลดราคา ควรตกลงกันให้มีการกำหนดราคามาตรฐาน นอกจากนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ ในส่วนของการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ณ เขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ ควรมีการร่วมกันจัดทำนโยบายการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมขึ้น



5.กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

ในปี พ.ศ.2545 - 2553 มีงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลางจำนวนทั้งสิ้น 4 ชิ้นงานใน 3 จังหวัด เชื่อมโยง 1 มณฑล คือ จังหวัดสมุทรสงคราม 1 ชิ้นงาน คือ งานของ ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร-มณฑลกวางตุ้ง 1 ชิ้นงาน คือ งานของ ราณี อิลิชัยกุล และคณะ จังหวัดชัยนาท 2 ชิ้นงาน คือ งานของสยามล เทพทาและคณะ และงานของ ณิช กุสิษฐ์และคณะ

คำสำคัญของงานวิจัยและโครงการ ได้แก่

- รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย
- การท่องเที่ยวชมหิ่งห้อย
- การจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย
- การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

- ตลาดท่องเที่ยวจีน
- คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

โดยมีรายละเอียดแสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมการดำเนินงานด้านอุปสงค์และอุปทาน

1.1 ตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว

จากการศึกษาในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้มาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางกลับโดยไม่ค้างคืน และกลุ่มผู้มาพักตามโฮมสเตย์ต่างๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะพักแรม 1 คืน (ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ. 2548)

ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร-มณฑลทวาย ตั้งจากการศึกษาของ ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2549) พบว่า การจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีนมาประเทศไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มพนักงานขายและตัวแทนจำหน่าย มีวัตถุประสงค์หลักของการจัดโครงการการให้รางวัลท่องเที่ยวคือการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ซึ่งผู้เดินทางส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก หรือในหลายกรณีเป็นการเดินทางไปต่างประเทศครั้งแรก

1.2 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด

ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม จากการศึกษาคูหาของ ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ (2548) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงน่าที่จะปรับปรุงลักษณะการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเส้นทางน้ำในจังหวัดสมุทรสงครามให้มีความสอดคล้องกับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งมีพฤติกรรมบริโภคนิยม การท่องเที่ยวเพื่อการทำบุญการขึ้นชมธรรมชาติ จึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเหล่านี้ควบคู่ไปกับการชมหิ่งห้อยด้วย

2. การดำเนินการดำเนินงานด้านการพัฒนา

2.1 ที่พักแรม

การพักแรมในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามจะมีโฮมสเตย์ต่างๆ ไว้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่ติดแม่น้ำแม่กลองหรือคลองต่าง ๆ โดยมีผู้ประกอบการบางรายจะนำนักท่องเที่ยว เที่ยวชมหิ่งห้อยในแหล่งที่ใกล้ที่พักของตนเองเพื่อความสะดวกและไม่มีสิ่งรบกวน (ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ. 2548)

ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร-มณฑลทวาย ตั้งจากการศึกษาของ ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2549) เกี่ยวกับที่พักแรม พบว่า การจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีนมาประเทศไทย ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวจะเป็นโรงแรมที่อยู่ในระดับ 4 ดาว และรีสอร์ทริมทะเล หากมีความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย มาตรฐานของโรงแรมห้องพักร้อยอย่างต่ำต้องเป็นระดับ Deluxe แต่ไม่ให้ความสำคัญกับระดับความหรูหรามากนัก

2.2 บริษัทนำเที่ยว/บริการนำเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดจังหวัดกรุงเทพมหานคร-มณฑลกว่างตุง จากการศึกษาของ ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2549) พบว่า ปัจจุบันรัฐบาลจีนได้อนุญาตบริษัทนำเที่ยวที่สามารถจัดนำเที่ยวต่างประเทศได้ประมาณ 1,100 กว่าบริษัท ซึ่งสามารถสอบถามรายชื่อได้จาก CNTA หรือสำนักบริหารการท่องเที่ยวของแต่ละมณฑล/เมือง ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริษัทนำเที่ยวจีนมีวิวัฒนาการและได้รับการพัฒนาภายใต้การควบคุมของรัฐบาล จนสามารถให้บริการทั้ง Domestic Inbound และ Outbound Tour โดยจัดเป็นกลุ่มได้ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และบริษัทนำเที่ยวเหล่านี้จึงสามารถขยายงานและจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้

2.3 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม การท่องเที่ยวชมหิ่งห้อยในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามหากแบ่งตามเส้นทางสามารถแบ่งได้เป็นทางบกและทางน้ำ โดยทางบกใช้การเดินทาง, รถยนต์และจักรยานในการเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวในที่ต่างๆ ส่วนทางน้ำซึ่งจังหวัดสมุทรสงครามมีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านและมีคลองใหญ่ที่เรือสามารถสัญจรได้และคลองเล็กที่ไม่สามารถใช้เป็นเส้นทางสัญจรได้ โดยมีประเภทของเรือที่พบในพื้นที่ได้แก่ เรือมาด เรืออู๋ปาย เรือหางยาว เรือแม่ และเรือประเภทอื่นๆ (ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ. 2548)

ธุรกิจคมนาคม/ขนส่งในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร-มณฑลกว่างตุง จากการศึกษาของ ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2549) พบว่า การขนส่งผู้โดยสารลักษณะทั่วไปของการจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีนมาประเทศไทย มีรูปแบบการเดินทางแบบเป็นกลุ่มอาจเป็นกลุ่มขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก

2.4 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

จากการศึกษาพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า แหล่งท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเภทอันได้แก่ ประเภทโบราณวัตถุและศาสนา เช่น เรือแถมไม้ อุทยาน ร.2 ค่ายบางกุ้ง วัดต่างๆ ประเภทศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาและกิจกรรม เช่น ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ตลาดน้ำท่าคา เตาตาล โฮมสเตย์ เป็นต้น และประเภทสุดท้ายประเภทธรรมชาติ เช่น ดอนหอยหลอด ป่าชายเลน โดยหิ่งห้อยจัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติซึ่งไม่สามารถเพาะพันธุ์หรือประดิษฐ์ขึ้นมา (ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ. 2548)

ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร-มณฑลกว่างตุง พบว่า เมืองหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมส่วนใหญ่ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต กิจกรรมหลักสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ การจับจ่ายซื้อสินค้า การพักผ่อนตามรีสอร์ทชายหาด การเล่นคาสิโน และการล่องเรือสำราญกำลังเริ่มได้รับความนิยม (ราณี อธิชัยกุล และคณะ, 2549)

คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทในมุมมองของชุมชน โดยทำการประเมินคุณค่าความสำคัญทางวัฒนธรรมในด้านสุนทรียศาสตร์ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า แหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดชัยนาทมีศักยภาพโดยรวมค่อนข้างดี ผลการประเมินคุณค่ามีดังนี้ วัดปากคลองมะขามเฒ่ามีคุณค่าความสำคัญมากที่สุด รองลงมาวัดธรรมามูลวรวิหารและเขื่อนเจ้าพระยามีคุณค่าความสำคัญระดับปานกลาง สำหรับสวนนกชัยนาทและวัดมหาธาตุมีคุณค่าความสำคัญระดับน้อย (สยามล เทพทา และวิลาศ เทพทา, 2552)

การจัดลำดับของรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท พบว่า การท่องเที่ยวทางศาสนา การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจัดอันดับสูงสุด นอกจากนี้ในความต้องการ/ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า 6 อันดับแรกอยู่ในกลุ่ม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น วัดธรรมามูลวรวิหาร วัดปากคลองมะขามเฒ่า วัดไถ่ก่งวรส วัดมหาธาตุ เป็นต้น ส่วนการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ เชื้อนเจ้าพระยา และสวนนก อยู่ในอันดับ 9 และ 10 ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทเหมือนกันว่า สวนนก หลวงปู่ศุขและ ประเพณีงานประกวดส้มโอ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชัยนาท (ณัฏฐ์ กุลิสร และคณะ, 2552)

2.5 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม จากการศึกษาของ ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ (2548) พบว่า ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นควบคู่มากับการจัดการท่องเที่ยว อันเป็นปัญหาที่จะต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อยยังคงดำรงอยู่ต่อไป คือ ศักยภาพของท้องถิ่น โดยเฉพาะความเข้มแข็งของชุมชนยังอยู่ในระดับที่ต้องส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งขึ้น เพราะความเข้มแข็งของชุมชนจะทำให้การท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อยเป็นไปอย่างยั่งยืน

ในพื้นที่จังหวัดชัยนาท จากการศึกษาของสยามล เทพทา และวิลาศ เทพทา (2552) พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการด้านกายภาพและความงามด้านภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว และความน่าสนใจของสภาพภูมิทัศน์โดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมในจังหวัด และด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ในด้านที่ควรมีการปรับปรุง คือ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกรายละเอียดของสถานที่ และแผ่นพับสำหรับให้ข้อมูล

2.6 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ

ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม มีแนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ คือ ภาครัฐและภาคเอกชน ควรเข้าไปส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อทำให้การท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อยเป็นไปอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะปัญหาผลกระทบทางเสียง สิ่งแวดล้อม จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น กำลังเป็นตัวทำลายการท่องเที่ยว การที่ประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะก็เพื่อให้เกิดการสร้างเสริมความเข้มแข็งแก่ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ องค์กรชุมชน ควรส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวได้ครบวงจรมากกว่าที่จะปล่อยให้ผู้ประกอบการดำเนินการแต่เพียงลำพังนอกจากนี้ ควรมีมาตรการอนุรักษ์พื้นที่และวิถีชีวิต ของชาวบ้านควบคู่กันไป เนื่องจากหากชาวบ้านไม่มีการอนุรักษ์หรือหวงแหนพื้นที่ มีการบุกรุก ทำลายสภาพภูมิทัศน์ของพื้นที่ เช่น การทิ้งขยะในแม่น้ำลำคลอง หรือการตัดไม้ขายเลน ซึ่งมีผลต่อการดำรงอยู่ของหิ่งห้อยหรือวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวบ้านที่เปลี่ยนไป อาจส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวได้ ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องมีการวางแผนเพื่อการอนุรักษ์และทำความเข้าใจต่อชาวบ้านในพื้นที่รวมถึงนักท่องเที่ยว ด้วย (ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ, 2548)

แผนพัฒนาด้านกายภาพและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดชัยนาท ด้วยการสร้างภูมิทัศน์ใหม่ให้กับแหล่งท่องเที่ยว และการใช้ภูมิทัศน์เป็นอัตลักษณ์ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวและใช้เป็นอัตลักษณ์ร่วมของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด รวมทั้งการพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ใช้สอยใหม่ให้เป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการออกแบบที่ว่าง และพื้นที่ใช้สอยทางสถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรมส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ นอกจากนี้การพัฒนากระบวนการสื่อความหมายและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าแก่แหล่งท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสื่อความหมายโดยการ สื่อโดยบุคคล ป้ายสื่อความหมาย การจัดนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์ และศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้นักท่องเที่ยว และช่วยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สยามล เทพทา และวิลาศ เทพทา, 2552)

แผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเชิงบูรณาการในการมีส่วนร่วมของทุกภาคในจังหวัดชัยนาท โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก ประกอบด้วย กลุ่มคนรักชัยนาทและกลุ่มชัยนาทพาเพลิน โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มนี้ให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่ สวนนก วัดปากคลองมะขามเฒ่า และวัดธรรมามูลวรวิหาร ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ กลุ่มชัยนาทวังเวง โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเช่นกัน ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มนี้ให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่ วัดปากคลองมะขามเฒ่า สวนนก ผลไม้ เชื้อนเจ้าพระยาและวัดธรรมามูลวรวิหาร ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวหลักของชัยนาท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ส่วนสินค้ารอง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเอาอารยธรรมข้าวมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท เนื่องจากชัยนาทเป็นแหล่งกำเนิดสินค้าเกษตร หรือแหล่งอารยธรรมทางเกษตรที่เก่าแก่ที่สุด (ณัฏฐ์ กุลิสร และคณะ, 2552)



6.กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

ในปี พ.ศ.2545 - 2553 มีงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach จำนวนทั้งสิ้น 7 ชิ้นงาน ใน 2 จังหวัด คือ จังหวัดตราดมี 5 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของ รักษ์พงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล และคณะ, นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ และคณะ, ปิติพร จูปราง และคณะ และงานของวัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ และคณะ และจังหวัดชลบุรีมี 2 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของราณี อธิชัยกุลและจุฑามาศ วิศาลสิงห์ และงานของสายใจ ทันการ และคณะ

คำสำคัญของงานวิจัยและโครงการ ได้แก่

- บทบาทของโลจิสติกส์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่เกาะล้านอย่างยั่งยืน
- บทบาทขององค์กรภาครัฐต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- การประมาณรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- ศักยภาพด้านการเรียนรู้ ภาษาต่างประเทศภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลทางตั้ง ที่มึต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดแสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมการดำเนินงานด้านอุปสงค์และอุปทาน

1.1 ตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว

จากการศึกษาของงานวิจัยของรัชพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ (2549) พบว่า ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพำนักรบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราดเป็นระยะเวลาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.8 วัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเฉลี่ย 2.27 วัน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ เฉลี่ย 3.38 วัน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเกาะช้างประมาณร้อยละ 90 มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยกลุ่มที่มาท่องเที่ยวมี กิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติที่สำคัญๆ คือ 1) การดำน้ำลึก ดำน้ำดูปะการังตามบริเวณเกาะที่เป็นบริวารของเกาะช้าง ซึ่งมีความลึกของการดำน้ำอยู่ระหว่าง 7-30 เมตร เกาะที่นักท่องเที่ยวนิยมไปดำน้ำลึกคือ เกาะหินลูกบาท เกาะหินสามเสา เกาะหินราบ และเกาะรัง ซึ่งฤดูกาลที่เหมาะสมกับการดำน้ำดูปะการังคือระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤษภาคม 2) การดำน้ำบริเวณผิวน้ำ ซึ่งมีทั้งการดำน้ำดูปะการังตามแนวชายฝั่งของเกาะช้างและตามบริเวณเกาะบริเวณ การดำน้ำบริเวณผิวน้ำนี้มีผู้ประกอบการให้บริการเป็นจำนวนมาก โดยเกาะที่นักท่องเที่ยวนิยมไปดำน้ำผิวน้ำดูปะการัง คือ เกาะรัง เกาะไผ่ เกาะกระ ซึ่งฤดูกาลที่เหมาะสมกับการดำน้ำดูปะการังคือระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤษภาคม เช่นกัน 3) การเดินป่า ปีนผา และเล่นน้ำตก ซึ่งการเดินป่ามีทั้งกิจกรรมการเดินป่าโดยการขี่ช้างเข้าไปยังพื้นที่สาธารณะที่ไม่อยู่ในเขตป่าสงวน และการเดินป่าในเขตป่าสงวน โดยเส้นทางการเดินป่าในเขตป่าสงวนที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินคือ เส้นทางจากน้ำตกคลองพลูไปน้ำตกธารมะยม และเส้นทางเดินป่าบริเวณบ้านสลักเพชร นอกจากนี้ยังมีเส้นทางเดินป่าชายเลนบริเวณบ้านสลักคอกและบ้านสลักเพชร 4) การล่องแพ/เรือคายัค ซึ่งมีตั้งแต่การให้เช่าเรือใบ เรือสปีดโบท ไปจนถึงเรือคายัคโดยนักท่องเที่ยวในกรณีของเรือใบและเรือสปีดโบทนั้นมักเป็นการเช่าเพื่อท่องเที่ยวทางทะเล ส่วนในกรณีของเรือคายัคนั้นนักท่องเที่ยวมักเช่าเพื่อพายท่องเที่ยวตามแนวป่าชายเลนบริเวณอ่าวสลักคอก อ่าวสลักเพชร และอ่าวคลองพร้าว โดยในปัจจุบันชาวชุมชนสลักคอกได้พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวป่าชายเลนให้มีการรับประทานอาหารตอนเย็นบนเรือสำหรับนักท่องเที่ยว (ถ้าละไม่เกิน 4 คน) และชาวชุมชนสลักเพชรได้พัฒนาทางการท่องเที่ยว

ขายเลนเพื่อชมหิ่งห้อย 5) การอาบแดด ว่ายน้ำ เป็นกิจกรรมบริเวณชายหาดฝั่งตะวันตก โดยหาดที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวได้แก่ หาดทรายขาว หาดคลองพร้าว หาดไถ่แก้ว และหาดโปลาน และ 6) การตกปลา เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงวิถีชีวิตของชาวประมงและเพื่อความเพลิดเพลินของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะนิยมให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางในช่วงเย็นถึงหัวค่ำและกลับมาในช่วงดึก

ในจังหวัดชลบุรี ราณี อิศัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2549) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย ตามแนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว) โดยพบว่ากลุ่มผู้บริหารของบริษัท (Corporate Group) ของประเทศจีนที่มีนโยบายการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่ พนักงานกลุ่มบริษัทนำเที่ยวจีนในประเทศไทยที่เป็น Land Operator ให้แก่บริษัทนำเที่ยวจีน กลุ่มบริษัทนำเที่ยวหรือบริษัท Destination Management Company ที่มีคุณภาพบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย กลุ่มผลประโยชน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สายการบิน โรงแรมบริษัทจัดการแสดง ธุรกิจสปา เป็นต้น โดยในการจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีนที่มาประเทศไทย จะเป็นการจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มพนักงานขายและตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแบบเดินทางเป็นกลุ่ม (Group Travel) กลุ่มแบ่งเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ (5,000-7,000 คน) และขนาดเล็ก (20-500 คน) และผู้เดินทางส่วนใหญ่เดินทางไปต่างประเทศเป็นครั้งแรก เมืองหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมส่วนใหญ่ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต กิจกรรมหลักสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่ การจับจ่ายซื้อสินค้า การพักผ่อนตามรีสอร์ตชายทะเล การเล่นคาสิโน และการล่องเรือสำราญกำลังเริ่มได้รับความนิยม พักแรมในโรงแรมระดับ 4 ดาว หรือรีสอร์ตริมทะเล ระยะเวลาท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 5-6 วัน และราคาค่าท่องเที่ยวแบบ Inclusive ทั้งหมดรวมบัตรโดยสารเครื่องบินด้วยจะอยู่ระหว่าง 2,000 ถึง 10,000 หยวนต่อนักท่องเที่ยว 1 คน อย่างไรก็ตามก็ได้โปรแกรมที่มีราคาถูก เช่น 2,000 หยวน สำหรับในกลุ่มนี้มักจะจัดมีโปรแกรมที่เน้นให้ไปซื้อสินค้าที่ระลึกมาก เนื่องจาก Land Operator ได้กำไรต่อคนน้อย โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การจับจ่ายซื้อสินค้า และการพักผ่อนตามรีสอร์ตชายทะเล ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต เป็นต้น และมีสถานที่ใหม่แต่มีการส่งเสริมการตลาดน้อย เช่น เชียงใหม่ กระบี่ โดยมีระยะเวลาระหว่าง 5-6 วัน สำหรับความคิดเห็นต่ออุปสงค์หรือความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย พบว่าในประเทศไทยมีสาธารณูปโภคที่เพียงพอและมีมาตรฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ สำหรับคุณภาพของบริการต่างๆ ในด้านความปลอดภัย พบว่าความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ประเทศไทยเริ่มที่จะต้องการความแปลกใหม่ สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เลือกประเทศไทย เนื่องจากสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม และต้องการให้มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ และข้อสำคัญคือ งบประมาณไม่สูงนัก ถ้าหากมีงบประมาณสูงหรือปานกลางมักเลือกไปแถบยุโรปแทน

จุดแข็งของประเทศไทยสำหรับตลาดจีน (ราณี อิศัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2549)

1. ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาของคนจีนที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนไทยและคนจีน
 2. สภาพแวดล้อมดี มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและสวยงาม
 3. มีแหล่งท่องเที่ยวประเภท Sun-Sea-Sand ที่สวยงาม
 4. มีวัฒนธรรมที่โดดเด่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธที่ลึกซึ้งและน่าติดตาม
 5. เป็นจุดหมายปลายทางที่คุ้มค่าและราคาไม่แพง
 6. มีระยะทางไม่ไกลจากประเทศจีนและใช้ระยะเวลาเดินทางไม่นาน
 7. มีศูนย์ประชุมที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากได้ เช่น ศูนย์ประชุม Impact และ ศูนย์ประชุม BITEC รวมทั้งโรงแรมส่วนใหญ่มีบริการการประชุมหรือจัดงานที่มีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับบริการในประเทศจีน
 8. คนไทยมีความเป็นมิตรและเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยเฉพาะต่อคนจีนซึ่งสร้างความรู้สึกถึงความจริงใจต่อคน
- จุดอ่อนของไทยสำหรับตลาดจีน (ราณี อีสัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2549)
1. ขาดแคลน Land Operator หรือบริษัท DMC ไทยที่มีความเชี่ยวชาญตลาดจีนและที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้
 2. มัคคุเทศก์ไทยที่รับตลาดจีนยังคงเน้นการขายสินค้าไทยหรือของที่ระลึกและรายการ Option Tour มากเกินไป
 3. ประเทศไทยยังคงมีภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางราคาถูกสำหรับคนจีนส่วนใหญ่ รวมทั้งประสบปัญหาเรื่องเรียนจากการบังคับหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว
 4. สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการของประเทศไทย (TCEB) ดำเนินการส่งเสริมหรือทำการตลาดเชิงรุกสำหรับตลาดจีนยังไม่มากนัก บริษัทนำเที่ยวจีนหลายแห่งไม่รู้จัก TCEB แต่รู้จัก Singapore Tourism Board และ Australia Tourism

1.2 ระบบโลจิสติกส์/การขนส่ง

สำหรับการเดินทางและการขนส่งระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวที่มาในพื้นที่ พัทยา จังหวัดชลบุรี ราณี อีสัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2549) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย ตามแนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑล กวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว) โดยพบว่าประเทศไทยมีความสามารถและมีความสะดวกเนื่องจากมีระยะทางบินไม่ไกลเกินไป ราคาต่ำโดยสารไม่สูงเกินไป และการขอวีซ่าต้องสะดวก

1.3 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด

ภาคประชาชนมีความคิดเห็นว่า 1) ภาครัฐควรมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ให้เกาะช้างเป็นแหล่งกิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทต่างๆ และรายชื่อกิจกรรมที่ให้บริการกิจกรรมเหล่านั้น 2) ภาครัฐควรมีบทบาทในด้านการสร้าง ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การประชาสัมพันธ์ และการตลาดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (รักษัพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2549)

ภาคเอกชนก็มีความคิดเห็นต่อบทบาทภาครัฐในการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค (รักษพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2549)

2. การดำเนินงานด้านการพัฒนา

2.1 ที่พักแรม

ที่พักแรมในพื้นที่ของเกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านตะวันออกของเกาะช้าง พบว่ามีที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรม ราคาสูง ถนนหนทางคดเคี้ยวและชัน แต่มีนักท่องเที่ยวมาพักเพื่อทำกิจกรรมพายเรือ เล่นน้ำ และดำน้ำดูปะการัง มีรถบริการสาธารณะตลอดเส้นทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย แต่ในด้านตะวันตกของเกาะช้าง พบว่ามีที่พักส่วนใหญ่เป็นโฮมสเตย์จำนวนมาก และราคาถูก ถนนหนทางสะดวกและไม่คดเคี้ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพัก เพื่อพักผ่อนทางธรรมชาติ เช่น นั่งเล่นริมหาด หรือพายเรือคายัค หรือซื้ออาหารทะเลมาทำทานกัน เนื่องจากใกล้หมู่บ้านชาวประมง ทำให้ได้อาหารทะเลราคาถูกๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อย (ปิติพร จูปร่าง และคณะ, 2549)

สำหรับในพื้นที่จังหวัดชลบุรี คณะผู้ทำการจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีน จะเลือกที่พักในประเทศไทยที่เป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว หรือรีสอร์ทริมทะเล โดยมาตรฐานของห้องพักในโรงแรม อย่างต่ำต้องเป็นระดับ Deluxe แต่จะไม่ให้ความสำคัญกับระดับความหรูหรามากนัก (ราณี อีสัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2549)

ในพื้นที่ของเกาะล้าน การพักค้างคืนส่วนใหญ่ร้อยละ 58.1 ต้องการพักค้างคืนที่เป็นบ้านพักตากอากาศ รองลงมาเป็นโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 25.8 และบ้านพักส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ ซึ่งเกาะล้านอยู่ห่างจากเมืองพัทยาออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร และสามารถเดินทางโดยเรือเร็ว และเรือโดยสาร ซึ่งใช้เวลาไม่นานนัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมพักค้างแรมบนเกาะรายชื่อที่พัก เช่น เกาะล้านรีสอร์ท หาดนวล ชมทะเลรีสอร์ท บริเวณสนามยิงปืน หาดเทียนบังกะโล แหลมทองคลิฟ บีช รีสอร์ท หาดแสม บ้านผกา ลานน้ำรีสอร์ท บ้านทะเลเกาะล้าน ร้านอาหารหาดเทียน เป็นต้น ซึ่งเป็นที่พักที่เปิดให้บริการมานานและจำนวนที่พักยังไม่เพิ่มขึ้น เนื่องจากยังสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ (สายใจ ทันการ และคณะ, 2550)

2.2 บริษัทนำเที่ยว/บริการนำเที่ยว

ผลการศึกษาจากผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยว 36 ราย ในจังหวัดตราด พบว่ารายได้จากการประกอบธุรกิจกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติรวมของทั้ง 11 ประเภท มีมูลค่าประมาณ 175.77 ล้านบาท และจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 617 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ชาวต่างประเทศ 217 คน พบว่าจำนวนเงินค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวมีจำนวนรวมทั้งสิ้นประมาณ 274.77 ล้านบาท และผลการศึกษาไม่พบว่ามีหน่วยงานภาครัฐหน่วยงานใดที่รับผิดชอบในการจัดเก็บภาษีรายได้จากการประกอบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 11 ประเภทนี้โดยตรง (วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล และคณะ, 2549)

ในด้านเส้นทางแผนที่เส้นทางท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นผู้สร้างให้ จะมีของหน่วยงานของรัฐจำนวนน้อย ปัญหาที่พบคือข้อมูลที่มีอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ตขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย และการค้นหาข้อมูลเป็นเรื่องยาก และช้า ไม่ครบถ้วนตามความต้องการ ที่เป็นเช่นนี้เกิดจากการขาดผู้รับผิดชอบอย่างจริงจัง สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมควรมีมากกว่า 1 วัน เนื่องจากระยะเวลาที่เดินทางมาถึงเกาะช้างต้องใช้เวลามากพอประมาณ เช่น จากกรุงเทพฯ มาเกาะช้างจะใช้เวลาเดินทางประมาณ 5 ชั่วโมง จึงไม่เหมาะที่จะเข้ามาแล้วกลับภายใน 1 วัน ดังนั้นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เวลาที่เหมาะสมจึงระหว่าง 2 ถึง 3 วัน หากเกินกว่านี้ พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่สนใจ เนื่องจากวันหยุดพักผ่อนของคนไทยมักไม่เกิน 3 วันในแต่ละครั้ง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักอยู่ยาวนาน จะมีบ้างที่มาพักผ่อนกับเพื่อนคนไทย และอยู่เป็นเวลาสั้นๆ เหมือนนักท่องเที่ยวไทย และเส้นทางท่องเที่ยวมักจัดให้อยู่บริเวณใกล้เคียงกันและสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ในเวลาที่เหมาะสม และเสียเวลาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อย

ในด้านแรงงานที่ประกอบธุรกิจบนเกาะช้างทั้งหมดจึงเป็นแรงงานด้านการท่องเที่ยว มีแรงงานที่จดทะเบียนเป็นผู้ประกันตนร้อยละ 40.92 ของแรงงานตามทะเบียนราษฎรบนเกาะช้าง ขณะที่อาจมีแรงงานนอกระบบที่ทำงานบนเกาะช้างแต่ไม่เป็นผู้ประกันตน ซึ่งอาจเป็นแรงงานจากต่างชาติที่แอบแฝงมาในรูปนักท่องเที่ยวมาทำธุรกิจการท่องเที่ยวบนเกาะช้างโดยใช้ชื่อคนไทยเป็นเจ้าของกิจการ รวมถึงมีแรงงานต่างชาติจากประเทศข้างเคียง ภาครัฐจึงควรมีหน่วยงานมาทำการสำรวจแรงงานด้านการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ทั้งเพื่อความปลอดภัยด้านอาชญากรรมและอนามัย ซึ่งบทบาทของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในการพัฒนาคุณภาพแรงงาน พบว่า 1) กลุ่มผู้ประกอบการ ต้องการแรงงานด้านทักษะภาษาซึ่งมีใช้ภาษาอังกฤษ เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น เยอรมัน รัสเซีย สแกนดิเนเวีย ญี่ปุ่น และจีน ขณะเดียวกันผู้ประกอบการได้ร่วมมือกับหน่วยงานบนเกาะช้าง ในการส่งเจ้าหน้าที่ไปร่วมเก็บขยะในทะเล และร่วมกิจกรรมในการรักษาธรรมชาติทุกครั้ง ส่วนผู้ประกอบการที่พักอาศัยเชิงครัวเรือน (Home Stay) จะใช้แรงงานในครัวเรือน แต่ต้องการพัฒนาทักษะด้านภาษา กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทน (Agency) จะมีปัญหาด้านการมีแรงงานต่างชาติแอบแฝงมาในรูปนักท่องเที่ยว และมาดำเนินธุรกิจตัวแทน (Agency) โดยใช้ชื่อคนไทยเป็นเจ้าของกิจการ 2) กลุ่มตัวอย่างผู้นำกิจกรรมหรือมัคคุเทศก์ผู้นำกิจกรรมหรือมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น ต้องการพัฒนาทักษะด้านภาษาเพื่อใช้ในการพานักท่องเที่ยวชมรอบเกาะ ตกปลา ตกปลาหมึก ชมป่าโกงกาง และชมหิ่งห้อย เนื่องจากบางกิจกรรมต้องทราบเวลาน้ำขึ้น-น้ำลง ซึ่งคนท้องถิ่นเท่านั้นจึงจะสามารถทราบได้ กลุ่มตัวอย่างนี้ต้องการให้ส่วนราชการจัดส่งชาวต่างชาติมาฝึกตัวอยู่กับคนในชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาด้านภาษาได้ดีกว่าการส่งวิทยากรมาอบรม ผู้นำกิจกรรมหรือมัคคุเทศก์เหล่านี้จะร่วมมือกันในการรักษาธรรมชาติ เช่น กรณีการชมป่าโกงกาง และหิ่งห้อยของชุมชนสลักคอก จะมีการพูดคุยกันในชุมชนที่ไม่ตัดไม้โกงกาง ทั้งนี้ เพื่อให้ป่าโกงกางมีความสมบูรณ์และเป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป 3) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ต้องการให้แรงงานที่ควบคุมกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่างๆ ควรมีใบอนุญาตการทำงาน เพื่อเป็นความปลอดภัย เช่น การดำน้ำตื้น การดำน้ำลึก การล่องแพ การเดินป่า นักท่องเที่ยวต้องการให้แรงงานบริการต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างเท่าเทียมกัน ต้องการให้มี

การจัดแรงงานสำหรับกำจัดขยะ และให้บริการข้อมูลข่าวสารสำหรับการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง รวมถึงควรมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยดูแลความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขป้อม และ

4) กลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐ มีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการด้านการนำเที่ยว ต้องผ่านการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ จาก ททท. ผู้ประกอบการด้านเรือทัวร์ ต้องมีใบอนุญาตจากกรมขนส่งทางน้ำและทรัพยากร ผู้ประกอบการเดินป่า ต้องมีใบอนุญาตจากกรมอุทยานแห่งชาติ ผู้นำด้านการดำน้ำตื้น ดำน้ำลึก ต้องมีประกาศนียบัตร หากสถานประกอบการใดไม่มีใบอนุญาตควรต้องปรับปรุง และจัดส่งเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการมาร่วมอบรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ และคณะ, 2549)

2.3 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

ในจังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.87) เดินทางมาโดยรถส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.37) เดินทางมาโดยรถโดยสาร (รักษพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2549)

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะล้าน ส่วนใหญ่ร้อยละ 33.3 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางคิดเป็นร้อยละ 30.6 รถบริการนำเที่ยวของกลุ่มทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 17.1 ซึ่งเท่ากับการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ เช่น รถตู้ให้เช่า คิดเป็นร้อยละ 17.1 รถจักรยานยนต์คิดเป็นร้อยละ ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือเรื่องของความปลอดภัยของเรือข้ามฟากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 รองลงมาเป็นเรื่องของค่าบริการเรือข้ามฟาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 ความปลอดภัยของเรือสปีดข้ามฟากค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.88 เรื่องของความสะอาด/สบายและความถี่ของเรือสปีดข้ามฟากค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 เรื่องของค่าบริการเรือสปีดข้ามฟากค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 เรื่องของกิจกรรมการพาในการให้บริการของเรือสปีดข้ามฟากจากพัทยาไปเกาะล้านและกิจกรรมการพาของเรือข้ามฟาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 ตามลำดับ สำหรับผู้ประกอบการบนเกาะล้านจะให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยของยานพาหนะที่ให้บริการบนเกาะล้านมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาคือเรื่องของ ความสะอาดและรวดเร็วในการเดินทางมายังเกาะล้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังเกาะล้าน 4.13 และความปลอดภัยสำหรับการเดินทางภายในเกาะล้าน 4.07 ตามลำดับ (สายใจ ทันการ และคณะ, 2550)

2.4 มัคคุเทศน์/ล่ามแปล

ในจังหวัดตราด พบว่า ผู้นำเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นชาวบ้าน แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะซื้อแพ็คเกจผ่านบริษัททัวร์ (รักษพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2549)

2.5 ประชาชน

นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ และคณะ (2549) ได้ศึกษาศักยภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งพบว่า ศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มภาคี (ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน) 1) การใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในงาน/ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายของกลุ่มภาคี พบว่าภาครัฐใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในงาน/ธุรกิจเป็นประจำทำนองเดียวกับภาคเอกชน แต่ในภาคประชาชนพบว่า ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติในงาน/ธุรกิจ 2) ปัญหาในการสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาการสื่อสารหรือการสื่อความหมายทางภาษา ทั้งด้านการฟัง และการสนทนากันไม่เข้าใจ 3) ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศโดยทั่วไป ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ ความสามารถในการสนทนาภาษาต่างประเทศ พบว่า โดยภาพรวม พบว่า ความสามารถในการสนทนาโดยใช้ภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มภาคีมีระดับความสามารถในการสนทนาโดยใช้ภาษาต่างประเทศในการกล่าวขอบคุณและขอโทษสูงที่สุด 4) ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในงานเฉพาะทางภาครัฐส่วนใหญ่สามารถใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวในงานของตนได้ในระดับปานกลางหรือพอใช้ แต่ไม่ค่อยละเอียดนัก ส่วนภาคเอกชนส่วนใหญ่สามารถใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวในงานของตนได้ในระดับพอใช้ถึงใช้ได้ดี โดยสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้รู้เรื่องเนื่องจากใช้เป็นประจำจนเคยชินทุกวัน แต่ภาคประชาชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยถนัดในการใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวในงานของตน เนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้ภาษา เพราะส่วนมากนักท่องเที่ยวจะมีไกด์แนะนำอยู่แล้ว 5) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความช่วยเหลือที่ต้องการ ภาคีต้องการเพิ่มทักษะการพูด ฟัง เพื่อใช้ในการสนทนาทั่วไป โดยกลุ่มภาคีส่วนใหญ่เห็นว่า วิธีการได้รับความช่วยเหลือทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศติดต่อกับนักท่องเที่ยว คือการเรียนรู้จากสื่อด้วยตนเองมากที่สุด สำหรับผลการศึกษาข้อมูลนักท่องเที่ยว 1) การใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับภาคี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวเกาะช้างส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารกับภาคีฝ่ายภาคประชาชนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นการสอบถามข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยว/ความช่วยเหลือ รองลงมาคือ การสื่อสาร/สนทนาทั่วไป และการทักทายทั่วไปตามลำดับ ส่วนฝ่ายของภาคีที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติติดต่อสื่อสารรองลงมาคือ ภาคเอกชน และภาครัฐตามลำดับ 2) ประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารของภาคี ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารของภาคีในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติฝ่ายภาครัฐนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารสูง ส่วนภาคเอกชนนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าผู้ประกอบการนำเที่ยวมีประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารสูง ขณะที่ภาคประชาชนนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าภาคประชาชนที่อาศัยอยู่ในเกาะช้างมีประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารสูงกว่าผู้นำชุมชนเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งเมื่อสอบถามปัญหาด้านการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษกับภาคี พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ประสบปัญหาความเข้าใจภาษาในการสื่อสารระหว่างกันทั้งสองฝ่าย สำหรับผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการสื่อสารกับภาคี โดยเฉพาะกับภาคประชาชนซึ่งนับเป็นอุปสรรคสำคัญในการทำความเข้าใจภาษาในการสื่อสารระหว่างกันทั้งสองฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่เคยมาเที่ยวบนเกาะช้างมาก่อน แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวบนเกาะช้างแล้ว พบว่าแม้จะมี

ปัญหาด้านการสื่อสารแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คิดว่าไม่มีปัญหามากนักเนื่องจากสามารถใช้ประสบการณ์ในการแก้ปัญหาได้

ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ภาคีต้องการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมมากที่สุดคือทักษะด้านการพูด โดยภาคีให้เหตุผลว่า ต้องการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อให้สามารถนำมาใช้ในสายงานหรือติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ ซึ่งหัวข้อที่ภาคีต้องการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมมากที่สุด ในส่วนของภาคประชาชนคือหัวข้อเกี่ยวกับการสอบถามข้อมูลทั่วไป ทั้งนี้ในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน พบว่าต้องการหัวข้อที่เกี่ยวกับงานที่ทำอยู่เพื่อสามารถนำไปใช้ได้จริง ส่วนช่วงระยะเวลาที่ต้องการให้จัดนั้น สรุปได้ว่าภาครัฐต้องการให้จัดเป็นประจำและสม่ำเสมอ โดยจัดช่วงใดก็ได้ แต่ภาคเอกชนต้องการให้จัดช่วงหมดฤดูกาลท่องเที่ยว โดยจัดครั้งละประมาณ 1-2 วัน ระหว่างเดือนพฤษภาคม-กันยายน ส่วนภาคประชาชนคิดว่าจัดช่วงใดก็ได้ เมื่อสอบถามภาคีเกี่ยวกับหน่วยงานที่ต้องการให้เป็นผู้รับผิดชอบในการจัด ภาคีเห็นว่า ไม่จำกัดว่าเป็นหน่วยงานใด แต่ต้องให้ตรงกับงานหรือหัวข้อที่ต้องการเท่านั้น โดยภาคเอกชนเห็นว่าควรมีการฝึกอบรมทักษะภาษาต่างประเทศให้ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ พนักงานในพื้นที่ให้มากขึ้น โดยอยากจะให้ภาครัฐและภาคเอกชน จัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศให้กับบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถให้มากขึ้น และเก่งขึ้น ในรูปแบบของการจัดอบรมฟรีให้ตรงกับสายงานเฉพาะงานที่ทำ โดยเป็นการอบรมสั้นๆ ใช้เวลาน้อยที่สุด

2.6 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

จังหวัดตราด มีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 30.33) นิยมไปเที่ยวบริเวณหาดทรายขาว รองลงมา ได้แก่ หาดคลองพร้าว (ร้อยละ 22.83) หาดไก่แบ้ (ร้อยละ 16.17) และน้ำตกคลองพลู (ร้อยละ 9.02) ตามลำดับ โดยหน่วยงานภาครัฐมีความเห็นว่าตนเองมีบทบาทต่อการสนับสนุนปรับปรุงกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 2.87 ซึ่งจัดอยู่ในระดับสูงมาก ส่วนหน่วยงานเอกชนและภาคประชาชนมีความเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์และการตลาดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.93 และ 3.02 จัดอยู่ในระดับที่สูงมากเช่นกัน (รักษพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2549)

ประเภทของกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยกิจกรรม 2 ด้าน คือ 1) กิจกรรมทางบก ได้แก่ เทียนน้ำตก เดินป่า/ส่องสัตว์/ดูนก นั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน พักแรมด้วยเต็นท์ พักแรมตามวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์) นั่งเรือพายเรือคายัคชมหิ่งห้อย ชมป่าชายเลน ขี่จักรยาน/จักรยานยนต์/นั่งรถยนต์ชมทัศนียภาพรอบเกาะช้าง และ 2) กิจกรรมทางทะเล ได้แก่ ล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวประมง ตกปลา/ปลาหมึก พายเรือ (แคนู/คายัค) ดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) ดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) นั่งเรื่อนำเที่ยวชมทัศนียภาพทางทะเล (นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ และคณะ, 2549) แต่กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักถูกจัดการโดยผู้ประกอบการที่พัก ซึ่งเสนอแนะในสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถจัดการให้ได้เท่านั้น มิได้แนะนำกิจกรรมอื่นๆที่น่าสนใจ มีอยู่บนเกาะช้างสำหรับความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มีความหนาแน่นทางทิศตะวันออก มากกว่าทิศตะวันตกตั้งแต่ 3 ถึง 5 เท่า ซึ่งถือว่าเป็นความแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณหาดทรายขาว และหาดคลองพร้าว เนื่องจากบริเวณดังกล่าว มีลักษณะหาดเป็นหาดทราย นักท่องเที่ยวสามารถลงเล่นน้ำหรือกิจกรรมอื่นๆทางน้ำได้ ในขณะที่ส่วนอื่นๆ เป็นหาด

หินนักท่องเที่ยวไม่สามารถลงเล่นน้ำหรือกิจกรรมบางกิจกรรมได้ นอกจากนี้ บริเวณดังกล่าวมีสิ่งอำนวยความสะดวก อันได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านมินิมาร์ท รถบริการสาธารณะ จำนวนมาก ในขณะที่ทางด้านตะวันตกมีจำนวนน้อย จนถึงไม่มีบริการเลย เช่น รถบริการสาธารณะ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวพิจารณาเลือกมาท่องเที่ยว (ปิติพร จูปราง และคณะ, 2549)

2.7 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ในพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราดมีปัจจัยที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้แก่ สภาพภูมิอากาศ เนื่องจากเกาะช้างอยู่ในเขตรมสู่ม ในฤดูฝนจะมีฝนตกชุกทำให้มีนักท่องเที่ยวไม่มาก ผู้ประกอบการบางรายต้องปิดกิจการชั่วคราว เนื่องจากมีรายได้ไม่เพียงพอค่าใช้จ่าย ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นแต่ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับอัตราค่าบริการให้สูงขึ้นได้เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคา นอกจากนั้นแล้วยังเกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เสื่อมโทรมลง ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบางประเภทสูญหายไป เช่นกิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวประมง และกิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อยที่กำลังจะสูญหายไป แนวทางการแก้ไขปรับปรุงเพื่อเพิ่มรายได้คือ ทุกภาคีจะเป็นรัฐบาลผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ควรช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติไม่ให้เสื่อมโทรมลง ต้องมีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาทดแทนเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิตและเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย จะเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสนใจ (วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล และคณะ, 2549)

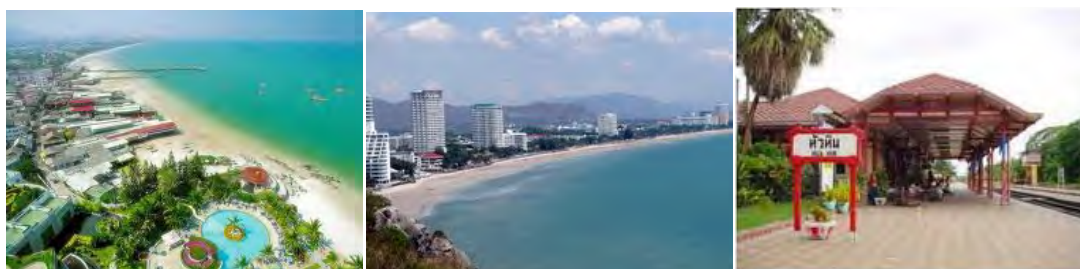
2.8 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ

ในพื้นที่จังหวัดตราด ควรมีการพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านการพัฒนาสาธารณูปโภคสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางชาตินั้น เนื่องจากผู้ประกอบการและประชาชนยังขาดการรับรู้โครงการต่างๆ ที่ภาครัฐได้จัดทำ และอาจเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐยังมีบทบาทในด้านดังกล่าวไม่เต็มที่นัก(รักษพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2549) โดย 1) หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางชาติดบนพื้นที่เกาะช้าง ควรตระหนักถึงกลไกการพึ่งพาพึ่งหวางองค์กรของตนกับองค์กรอื่นๆ ทั้งในด้างบประมาณประมาณและหน้าที่การทำงาน โดยควรมีการกันวางแผนการพัฒนาเพื่อร่วมกันจัดทำงบประมาณและวางแผนกิจกรรมที่ไม่ซ้ำซ้อน ไม่แยกขาดกัน (ไม่ยึดติดเฉพาะตามกรอบการดำเนินงานขององค์กรตนเท่านั้น) และเป็นกิจกรรมที่เสริมหรือเชื่อมโยงต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ทั้งความร่วมมือในแนวตั้งตามลำดับจากองค์กรส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น และความร่วมมือในแนวราบระหว่างองค์กรต่างๆ) 2) ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ควรเปิดโอกาสให้หัวหน้างาน/เจ้าหน้าที่ /พนักงานในระดับปฏิบัติการได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดข้อเสนอโครงการหรืองบประมาณต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานกลุ่มดังกล่าวเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดและเข้าใจปัญหาตลอดจนทราบถึงความต้องการของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) องค์กรที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพดูแลการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนเกาะช้างต้องมีความมั่นคงในแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยทุกโครงการและกิจกรรมที่จัดขึ้นควรมีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยหากเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง

สาธารณูปโภคและระบบจะต้องคำนึงถึงความพร้อมของหน่วยงานที่ต้องทำหน้าที่ดูแลอย่างต่อเนื่อง และควรเป็นกิจกรรมที่ไม่นำไปสู่ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการไม่ได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆในระยะยาว 4) องค์กรที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติควรปลูกฝังให้ประชาชนและภาคส่วนต่างๆตระหนักถึงผลกระทบ ในทางลบของการท่องเที่ยวแบบบริโภคนิยม และหลังจากนั้นจึงควรให้ภาคส่วนต่างๆเหล่านี้เข้ามามี ส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการเพื่อการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติภายใต้ระบบที่มี ความโปร่งใสและตรวจสอบได้ 5) รัฐบาลส่วนกลางและส่วนภูมิภาคควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา ศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในทุกๆด้าน ทั้งด้านงบประมาณ จำนวนบุคลากร ชีต ความสามารถของบุคลากร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเร่งพัฒนาระดับศักยภาพในด้าน หน้าที่ต่างๆที่ต้องกำกับดูแล โดนควรสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวอย่าง จริงจัง 6) ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการใช้ทรัพยากร บริเวณพื้นที่เกาะช้าง โดยตรง โดยจัดตั้งในรูปของคณะกรรมการที่มีตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักอุทยาน แห่งชาติ กรมเจ้าท่า สำนักงานที่ดิน เป็นต้น โดยหน่วยงานดังกล่าวมีอำนาจหน้าที่ในการจัดสรรและ วางแผน วางผัง และควบคุมการใช้ที่ดิน ปะการังและทรัพยากรอื่นๆ ของผู้ประกอบการและชุมชน 7) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ควรสร้างภาพลักษณ์ให้เกาะช้างเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมควรได้รับการอนุรักษ์ 8) ควรมีการศึกษาเชิงลึกถึงบทบาทของหน่วยงาน ภาครัฐในระดับท้องถิ่นและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง ทั้ง ในด้านความพร้อมของทรัพยากร ศักยภาพ และความสามารถในการบริหารจัดการ ทั้งนี้เนื่องจากใน อนาคตหน่วยงานในระดับดังกล่าวจะได้รับการถ่ายโอนอำนาจให้มีบทบาทมากขึ้นในการจัดการ ท่องเที่ยวของเกาะช้าง ซึ่งการศึกษาดังกล่าวจะช่วยเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างศักยภาพของ องค์กรที่มีบทบาทหน้าที่โดยตรงและ 9) ควรมีการศึกษาเรื่องกลไกการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆที่ เกี่ยวข้องกับการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านรูปแบบการมีส่วนร่วม ในปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากการมีส่วนร่วมของทั้งภาคส่วนเป็น กลไกที่สำคัญที่สุดในการบริหารจัดการให้กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (รักษพงษ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2549)

สำหรับแนวทางการพัฒนาในกลุ่มของกลุ่มผู้ประกอบการ มีความต้องการให้ มีการอบรมหรือพัฒนาแรงงานด้านทักษะภาษาที่มีใช้ภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาเยอรมัน สเปน อิตาลี จีน และญี่ปุ่น รวมถึงการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคลากร ในกลุ่มผู้นำกิจกรรมหรือมัคคุเทศก์ ต้องการให้ภาครัฐจัดส่งชาวต่างชาติมาอยู่ร่วมกับคนท้องถิ่น ซึ่งจำทำให้การพัฒนาภาษาได้ผลดีกว่า การส่งเจ้าหน้าที่มาอบรม นอกจากนั้น ผู้นำกิจกรรมหรือมัคคุเทศก์ในชุมชนได้มีการวางระเบียบของ ชุมชนในการไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติการท่องเที่ยว โดยประชากรในชุมชนจะร่วมกันสอดส่อง ดูแล ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ต้องการให้มีการอบรมผู้นำกิจกรรมหรือมัคคุเทศก์ให้ได้มาตรฐานสากล ควรมีการรักษาความปลอดภัยโดยเฉพาะเมื่ออยู่ในน้ำ ส่วนการท่องเที่ยวบนบกควรให้มัคคุเทศก์ระวัง การเหยียบย่ำพืชพันธุ์ไม้ รวมถึงไม่ควรให้ขับขีจักรยานภูเขาในป่า เพราะเป็นการทำลายพืชพันธุ์ไม้ได้ เช่นกัน ต้องการให้มัคคุเทศก์เป็นคนท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยอธิบายสิ่งต่างๆได้ดีกว่ามัคคุเทศก์ที่ไม่ใช่คน ท้องถิ่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการให้มีหลักสูตรการทำอาหาร และแนวทางการพัฒนา

แรงงาน ภาครัฐควรมีการกำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง มีการสำรวจแรงงานด้านการท่องเที่ยวและควรตราออกมาเป็นกฎหมายให้การพัฒนาแรงงานมีคุณภาพและมาตรฐานแรงงานด้านการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน (วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ และคณะ, 2549)



7. กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast

ช่วง ปี พ.ศ.2545 – 2550 ไม่พบเอกสารงานวิจัยและโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast



8.กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร

ในปี พ.ศ.2545 - 2553 มีงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร จำนวนทั้งสิ้น 26 ชิ้นงาน ใน 4 จังหวัด คือ จังหวัดภูเก็ตมี 16 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของ สายฝน ยวนแหล และคณะ, วัชร ดำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธุ์, ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาชา, กมลธรรณ์ พรหมพิทักษ์ และคณะ, อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ, ประทีป นวลเจริญ และคณะ, ปวาร์ณา อัจฉริยบุตร และคณะ, กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, พรพิชญ์ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ, สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์ และคณะ, วรวิทย์ สุวัน ณ เขมรรัฐ และคณะ, กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, วัชร หิรัญพันธุ์ และคณะ, รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ, วิญญู วีรยางกูร สกุล และคณะ, ปวาร์ณา อัจฉริยบุตร และคณะ และงานของราณี อีสัยกุลและ จุฑามาศ วิศาลสิงห์

จังหวัดพังงามี 16 ชิ้นงาน ได้แก่ งานของ สายฝน ยวนแหล และคณะ, ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาชา, กมลธรรณ์ พรหมพิทักษ์ และคณะ, อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ,

ประทีป นวลเจริญ และคณะ, ปวาร์ณา อัจฉริยบุตร และคณะ, กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, พรพิชญ์ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ, สมหมาย ปิ่นพุทธรศิลป์ และคณะ, สมภารธ สมจิตต์ และคณะ, วรวิณฑ์ สุวัฒน์ เขมรรัฐ และคณะ, กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, วชิร หิรัญพันธ์ และคณะ, รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ, วิญญู วีรยางกูร สกุล และคณะ และงานของ ปวาร์ณา อัจฉริยบุตร และคณะ

จังหวัดกระบี่มี 17 ชำนาญ ได้แก่งานของสายฝน ยวนแหล และคณะ, ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และ ศิริชัย ศิลปอาษา, กมลธรรณ พรหมพิทักษ์ และคณะ, อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ, ประทีป นวลเจริญ และคณะ, ปวาร์ณา อัจฉริยบุตร และคณะ, กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, พรพิชญ์ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ, สมหมาย ปิ่นพุทธรศิลป์ และคณะ, ชุตินา ต่อเจริญ และคณะ, , วรวิณฑ์ สุวัฒน์ เขมรรัฐ และคณะ, กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, วชิร หิรัญพันธ์ และคณะ, รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ, วิญญู วีรยางกูร สกุล และคณะ, ปวาร์ณา อัจฉริยบุตร และงานของ ราณี อธิชัยกุล และจุฑามาศ วิชาลสิงห์ และจังหวัดสุราษฎร์ธานีมี 4 ชำนาญ ได้แก่งานของ วรณวิชนี ทองอินทราช และคณะ, สมมาศ เส่งสุข และคณะ, วชิร พิชผล และเนาวรัตน์ คงวิเชียรวัฒน์, และงานของ จุฑามาศ กระจำศรี และโสภณ บุญล้ำ

คำสำคัญของงานวิจัยและโครงการ ได้แก่

1) ศักยภาพ

- ศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว
- ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบก
- ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม
- ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
-

2) การจัดการ

- การจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่น
- การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
- การจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- การจัดการความรู้สู่เรื่องเล่าของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน

และแนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลทางตั้งที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย

3) รูปแบบ

- รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา
- รูปแบบการฝึกอบรมบุคลากรด้านคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
- รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4) อื่นๆ

ศิลปวัฒนธรรม

- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

- ประสิทธิภาพของการให้บริการในการขนส่ง
- พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
- แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม
- การพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสำเร็จรูป
- การส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาการบริการ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ศิลปวัฒนธรรม

- กลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
- ระบบการจัดการพิพิธภัณฑ์โบราณสถาน ศาสนาสถาน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ทางวัฒนธรรม

- อุปสงค์ อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- กิจกรรม และการสื่อความหมาย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โดยมีรายละเอียดแสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมการดำเนินงานด้านอุปสงค์และอุปทาน

1.1 กิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ของสายฝน ยวนแหล และคณะ (2547) พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา อันดับแรก คือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ Planet Holiday เป็นต้น (ร้อยละ 53 , 59 และ 58 ตามลำดับ) แหล่งข้อมูลที่ได้รับคามนิยมในการหาข้อมูลของจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ อันดับ 2 และอันดับ 3 คือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 43 และ 38 ตามลำดับ) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 31 และ 25 ตามลำดับ) ในขณะที่แหล่งข้อมูลที่มีความนิยมอันดับ 2 และ 3 ในการหาข้อมูลของจังหวัดพังงา คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 42) และอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 34) สำหรับแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่ และภูเก็ตสูงสุดสองอันดับแรกเหมือนกันคือ เพื่อน (ร้อยละ 51.6 และ ร้อยละ 50.5 ตามลำดับ) รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45.9 และ ร้อยละ 35.2 ตามลำดับ) ในขณะที่งานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว (ร้อยละ 36.1) และบริษัททัวร์ (ร้อยละ 21.3) เป็นแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้หาข้อมูลของจังหวัดกระบี่ในอันดับรองลงมา ส่วนแหล่งข้อมูลของจังหวัดภูเก็ตที่ได้รับความนิยมรองจากเพื่อน และอินเทอร์เน็ต คือบริษัททัวร์ (ร้อยละ 32.1) และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ Lonely Planet นิตยสาร และวารสารต่างๆ (ร้อยละ 12.2) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ

48.0) รองลงมาคือเพื่อน (ร้อยละ 36.0) บริษัททัวร์ (ร้อยละ 30.0) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 30.0) ซึ่งผลดังกล่าวใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ตติยาพร จารุณรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา (2547) ที่พบว่านักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ตจากคำแนะนำและคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติมากที่สุด ร้อยละ 60 ในขณะที่สื่อโฆษณาต่างๆ หนังสือแนะนำเที่ยวและอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอันดับ 2 และ 3 และในขณะที่ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสำคัญน้อยที่สุด ในกรณีจังหวัดกระบี่ พบว่าเพื่อนและญาติมิตรเป็นแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุดก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รองลงมาคือหนังสือแนะนำเที่ยวและอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่และรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้าม พบว่า บริษัทนำเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญต่ำที่สุด และในจังหวัดพังงา พบว่า คำแนะนำและคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติเป็นสื่อข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุดก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และหนังสือแนะนำเที่ยวอินเทอร์เน็ต สื่อโฆษณา มีความสำคัญรองลงมา สื่ออื่นๆ เช่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาและรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รายงานข่าว บทความ ก็มีความสำคัญเช่นกัน แต่บริษัทนำเที่ยวมีความสำคัญน้อยที่สุด

ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบว่า เหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต เกิดจากการบอกกล่าวจากบุคคลอื่นที่เคยรู้สึกประทับใจจังหวัดภูเก็ตมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 23.40 รองลงมาได้แก่ ความสวยงาม ของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 20.50 ส่วนการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ก็ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รับทราบข้อมูลข่าวสารและส่งผลต่อการตัดสินใจได้เช่นกัน ถึงร้อยละ 18.10 และร้อยละ 15.30 ได้แก่กิจกรรมต่างๆที่น่าสนใจ โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคแถบอเมริกา เอเชีย และแอฟริกา จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่มาจากทุกมุมโลก บริษัทนำเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเข้าถึงง่าย สำหรับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทย มีแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว จุลสาร วารสารเพื่อการท่องเที่ยว ไปรษณียบัตร เป็นต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ถือเป็นอีกแหล่งข้อมูลหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการทำโฆษณา และประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ และส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่จังหวัดภูเก็ตนั้น ได้แก่ ภาคตะวันตก ภาคกลาง และภาคใต้ ส่วนแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ เพื่อแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยได้ให้เหตุผลว่า มีเพื่อนซึ่งเป็นคนไทย หรือหากเดินทางมาพักผ่อนในจังหวัดภูเก็ตก็สามารถสอบถามข้อมูลได้จากโรงแรมที่เข้าพัก และอีกกลุ่มหนึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารจากโรงพยาบาลที่ตนเองเข้ารับการรักษาโรค และรับรู้ได้จากการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ (วัชรวิธ ดำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธุ์, 2547)

ในด้านการให้ข่าวสารการบริการสปาในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การใช้บริการสปา 1-2 ครั้ง โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับบริการสปามาจากบริษัททัวร์ หลังจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของเดย์สปา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการและผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุผลหลักๆ คือ บริการที่ดี ราคาที่เหมาะสม และสปาที่ทันสมัยที่ดี ใน

จังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การใช้บริการสปามาก่อน กับมีประสบการณ์การใช้บริการสปา 1-2 ครั้ง มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันโดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา มาจากโรงแรมหรือรีสอร์ทที่พัก และหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่างๆ หลังจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของเดย์สปา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการและผลิตภัณฑ์สปา ด้วยเหตุผลหลักๆ คือ บริการที่ดี สปาที่ทันสมัยดี การตกแต่งและบรรยากาศที่สวยงาม และราคาที่เหมาะสม และในจังหวัดพังงา นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การใช้บริการสปา 1-2 ครั้ง โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา มาจากโรงแรมหรือรีสอร์ทที่พัก หลังจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของรีสอร์ทสปา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการและผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุผลหลักๆ คือ บริการที่ดี สปาที่ทันสมัยดี การตกแต่งและบรรยากาศที่ดี และราคาที่เหมาะสม (กมลธรรณ์ พรหมพิทักษ์ และคณะ, 2547)

ในด้านการให้ข่าวสารเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น พบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยรับประทานอาหารท้องถิ่นแต่ต้องการทดลองชิม และกลุ่มนักท่องเที่ยวได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นว่า นักท่องเที่ยวไม่ค่อยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นทางการ แต่จะรู้จักเฉพาะอาหารไทย (Thai Food) จากการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ลักษณะเด่นของอาหารท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัด กระบี่ พังงา ภูเก็ต ไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น หากต้องการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีความจำเป็นต้องส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ (อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ, 2547)

ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวฟาร์มสเตย์พื้นที่อ่าวบ้านดอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือเพื่อน/คนรู้จัก/คนในครอบครัวแนะนำให้มาเที่ยว โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับฟาร์มสเตย์จากเพื่อน/คนรู้จัก/คนในครอบครัว ส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวในฤดูร้อน ซื้อบริการการท่องเที่ยวผ่านตัวแทนกลุ่มขององค์กร เช่นตัวแทนจากสถาบันการศึกษา ชมรมต่างๆ และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการพบว่า จุดเด่นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องบุคลากรและอาหาร ในส่วนของบุคลากรที่มีจิตบริการ (Service Mind) นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า บุคลากรที่ให้บริการข้อมูลและดูแลนักท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและมีมนุษยสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถในการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว (วรรณวิชณี ทองอินทราช และคณะ, 2549)

1.2 การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์

จากการศึกษารูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) ของวิภาวรรณ บัวทอง และคณะ (2549) ในเรื่องประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน พบว่าในปัจจุบันจะเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายวรรณกรรมและตำนานแบบทางอ้อม ต่างจากอดีตที่เคยเป็นแบบทางตรงและทางเดียว คือ รอผู้บริโภค รูปแบบการจัดจำหน่ายในปัจจุบันมีการจัดแสดง มีบริษัททัวร์ที่สนใจผลิตภัณฑ์ทางวรรณกรรมและตำนานมากขึ้น เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคบางส่วนเปลี่ยนแปลง จึงมีการจัดพิมพ์แผ่นพับ แนะนำวรรณกรรมตำนานที่น่าสนใจลงในรายการนำเที่ยว ซึ่งรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่ควรจะเป็น ภาครัฐควรผลักดันให้มากกว่าเท่าที่เป็นอยู่ เพราะวรรณกรรมและตำนานส่วนใหญ่อยู่ในความดูแลของภาครัฐ เช่น ควรใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง ควรจัดภูมิทัศน์ พื้นฟู

วรรณกรรม ตำนาน และรักษาไว้ให้คงอยู่ เนื่องจากยุคโลกาภิวัตน์ จะทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วรรณกรรม ตำนาน เลือนหายไป (ในขณะที่ประเทศทางซีกโลกตะวันตก กลับมาฟื้นฟู และรักษา วัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น ประเทศเยอรมนี ที่มีการประกวดเมืองวัฒนธรรม ของประเทศ)

สำหรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมใน จังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต ส่วนใหญ่จะใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กร โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ คือ สปาและการนวดแผนไทย สำหรับการใช้อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวร้อยละ 36.5 ตอบว่ามี ร้อยละ 44 ตอบว่าไม่มี และ ร้อยละ 19.5 ไม่ทราบว่ามีการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากคำบอกเล่าของเพื่อน โบรชัวร์และเว็บไซต์ ตามลำดับ (ชุดิ มา ต่อเจริญ และคณะ, 2548)

1.3 ตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว

ในปี 2545 จังหวัดภูเก็ตมีผู้เยี่ยมชม 3,990,702 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 5.31 ในจำนวนนี้ ร้อยละ 70.81 เป็นชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 4.19 สำหรับชาวไทยเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละปี 2545 จังหวัดพังงามีอัตราการเติบโตของผู้เยี่ยมชมสูงขึ้นถึงร้อยละ 16.25 โดยเฉพาะผู้เยี่ยมชมชาวต่างประเทศซึ่งเป็นตลาดหลักของพื้นที่จังหวัดพังงา มีอัตราการเดินทางเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 17.75 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และพังงา ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยคิดเป็นร้อยละ 50.0 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นิยมเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ตและพังงา ไม่เกิน 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 80.0, 68.0 และ 84.0 ตามลำดับ และใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางอย่างน้อย 1 เดือนคิดเป็นร้อยละ 65.0, 67.0 และ 56.0 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงาใช้เวลาในการพำนักในจังหวัดนั้นๆ ประมาณ 1-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 88.0 75.0 และ 78.0 ตามลำดับ และทั้ง 3 จังหวัดมีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนน้อยมากที่พักในจังหวัดนั้นๆมากกว่า 8 วัน โดยเฉพาะในจังหวัดกระบี่คือร้อยละ 1 และไม่มีนักท่องเที่ยวพำนักในจังหวัดพังงามากกว่า 8 วัน ในขณะที่ในจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 11 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ใช้เวลาในการเที่ยวประมาณ 2-4 สัปดาห์ (ร้อยละ 40) รองลงมาคือ มากกว่า 3 เดือน (ร้อยละ 28) และ 1-3 เดือน (ร้อยละ 25) และมีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 7) ที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยมีระยะเวลาในการเที่ยวน้อยกว่า 2 สัปดาห์ สำหรับจังหวัดภูเก็ตพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยวไม่เกิน 1 เดือน (ร้อยละ 75) รองลงมา คือ 1-3 เดือน (ร้อยละ 14.5) และมากกว่า 3 เดือน (ร้อยละ 10) ส่วนจังหวัดพังงาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2-4 สัปดาห์ (ร้อยละ 57) รองลงมาคือ 1-3 เดือน (ร้อยละ 19) น้อยกว่า 2 สัปดาห์ (ร้อยละ 14) และมากกว่า 3 เดือน (ร้อยละ 10) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ใช้เวลาในการพำนักในจังหวัดนั้นๆ ประมาณ 1-7 วัน (ร้อยละ 71.3 ,51 และ 56 ตามลำดับ) รองลงมา คือ 8-14 วัน (ร้อยละ 14.8 ,28.5 และ 26 ตามลำดับ) นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวใช้เวลาพำนักที่จังหวัดภูเก็ตนานที่สุด (ร้อยละ

ละ 17) คือมากกว่า 14 วัน เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่พำนักในจังหวัดกระบี่ (ร้อยละ 9) และ พังงา (ร้อยละ 10) (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2547) ซึ่งผลการวิจัยในช่วงดังกล่าวใกล้เคียงกับงานวิจัยของประทีป นวลเจริญ และคณะ (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นิยมเดินทางพักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ตนานที่สุดคือ 4-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.20 คือกลุ่มตัวอย่างที่พักผ่อนในจังหวัดภูเก็ตนานต่ำที่สุด 3 วัน และงานวิจัยของ วชิร คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธุ์ (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเพื่อท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จะพักอยู่ตั้งแต่ 1-7 วัน ร้อยละ 58.89 จำนวนวัน 8-14 วัน ร้อยละ 20.94 จำนวนวัน 15-21 วัน ร้อยละ 5.93 จำนวน 22-30 วัน ร้อยละ 1.58 มากกว่า 30 วัน ร้อยละ 12.64 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ใช้เวลาอยู่ในจังหวัดภูเก็ตต่ำกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 38.80 ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่พักในจังหวัดภูเก็ตนาน 4-7 วัน ร้อยละ 38.30 รองลงมาได้แก่ 8-15 วัน ร้อยละ 11.50 และร้อยละ 9.40 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พักผ่อนอยู่ในจังหวัดภูเก็ตนานมากกว่า 1 เดือน

และในปี พ.ศ. 2548 มีโครงการของวชิร หิรัญพันธุ์ และคณะ (2548) ซึ่งได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินโครงการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.0 มีช่วงอายุ 16 – 25 ปี ร้อยละ 37.0 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 83.4 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 35.7 ระดับรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 37.9 เป็นโสดมากที่สุด ร้อยละ 57.3 ประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 24.7 ส่วนมีภูมิลำเนาจากภาคใต้ ร้อยละ 51.2 กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนมากที่สุด ร้อยละ 53.0 ประเภทของสื่อที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 53.6 บุคคลที่นักท่องเที่ยวพอใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยมากที่สุดคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 40.4 จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อครั้ง ได้แก่ 1-3 ร้อยละ 33.6 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 2-5 คน ร้อยละ 65.1 กลุ่มตัวอย่างนิยมพักอาศัยโรงแรม หรือรีสอร์ท มากที่สุด ร้อยละ 61.8 ความต้องการและความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยพาหนะส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 63.3 โดยกลุ่มตัวอย่างต้องการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมด้านพิพิธภัณฑ์ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณวัตถุมากที่สุด ร้อยละ 54.4 ระดับความต้องการรับประทานอาหารพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างของชาวไทยมีน้อยกว่าชาวต่างประเทศเล็กน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.63 สะดวกที่จะรับรู้ข้อมูลความรู้เมื่อมาถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอันดับ 1 ได้แก่ จากป้ายประกาศตามจุดต่างๆ อันดับ 2 ได้แก่ ต้องการรับรู้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่หรือวิทยากร และอันดับ 3 ได้แก่ เอกสารส่งพิมพ์ สำหรับปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม คือ ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมน่าสนใจ รองลงมาได้แก่ ราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป และที่พักและการเดินทางสะดวกสบาย ตามลำดับ นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจเมื่อผู้ให้บริการหน้าตาดีมีอัธยาศัยไมตรี มีการต้อนรับอย่างดี เต็มใจบริการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ บรรยากาศดี สวยงาม การเดินทางสะดวก สบาย และประทับใจในผู้ให้บริการแสดงความเป็นห่วงเป็นใยดูแลเอาใจใส่ตลอดการท่องเที่ยว ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทางธรรมชาติในกลุ่มจังหวัดอันดามันมากเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และประเพณี และอันดับ 3 ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.0 มีช่วงอายุ 26 – 35 ปี ร้อย

ละ 28.8 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 67.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 43.1 ช่วง รายได้มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 22.2 สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน ร้อยละ 49.9 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 23.3 เดินทางมาจากทวีปยุโรปมากที่สุด ร้อยละ 35.0 กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนมากที่สุด ร้อยละ 35.7 ประเภทของสื่อที่สามารถเข้าถึงมากที่สุด ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 40.1 บุคคลที่นักท่องเที่ยวพอใจที่จะเดินทาง มาท่องเที่ยวด้วยมากที่สุดคือ คนในครอบครัว ร้อยละ 47.4 จำนวนวันที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางมา เที่ยวต่อครั้ง จำนวน 7-9 วัน ร้อยละ 29.1 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 2-5 คน ร้อยละ 65.1 กลุ่มตัวอย่างนิยมพักอาศัยที่โรงแรมหรือรีสอร์ท มากที่สุด จำนวนร้อยละ 71.7 ความ ต้องการและความสะดวกในการเดินทางประเภทที่รวมในโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปมากที่สุด ร้อยละ 31.6 โดยกลุ่มตัวอย่างต้องการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมด้านพิธีกรรม พิธีกรรม ประวัติศาสตร์ หรือ โบราณวัตถุมากที่สุด ร้อยละ 46.8 ระดับความต้องการรับประทานอาหารพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่าเฉลี่ย 3.78 สะดวกที่จะรับรู้ข้อมูลความรู้เมื่อมาถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจากมัลติมีเดียมากเป็นอันดับ 1 ส่วนอันดับ 2 ได้แก่ จากเจ้าหน้าที่หรือ วิทยากร และอันดับ 3 ได้แก่ แผนที่ประกอบการเดินทาง สำหรับปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อโปรแกรม การท่องเที่ยวสำเร็จรูป เนื่องจากปัจจัยด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ร้อยละ 45.8 รองลงมา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมน่าสนใจ และค่าของเงิน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ รายการนำเที่ยวสร้างความตื่นเต้นเร้าใจ และมีธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กลุ่มตัวอย่างรู้สึกประทับใจเมื่อผู้ให้ บริการหน้าตาดีมีเสน่ห์ มีบริการต้อนรับอย่างดี เต็มใจให้บริการ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้ ให้บริการแสดงความเป็นห่วงเป็นใย ดูแลเอาใจใส่ตลอดการท่องเที่ยว และบรรยากาศดี สวยงาม การ เดินทางสะดวกสบาย ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทางธรรมชาติใน กลุ่มจังหวัดอันดามันมากเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ โบราณคดี และอันดับ 3 ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

1.4 ระบบโลจิสติกส์/การขนส่ง

สำหรับการเดินทางและการขนส่งระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวที่มาใน พื้นที่จังหวัดภูเก็ต ธานี อีสานกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2549) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการ จัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย ตามแนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑล กวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว) โดยพบว่าประเทศไทยมีความสามารถและมีความสะดวก เนื่องจากมีระยะทางบินไม่ไกลเกินไป ราคาค่าโดยสารไม่สูงเกินไป และการขอวีซ่าต้องสะดวก

1.5 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด

จังหวัดภูเก็ตควรมีการจัดการกับไกด์ผี จังหวัดพังงา ควรมีการ ประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ ควรมีเอกสาร/วารสารนำเที่ยว ภาษาที่ใช้ ใช้ภาษาถิ่น และควรมีการจัดการ อบรมผู้นำเที่ยว ส่วนจังหวัดกระบี่ควรมีเจ้าหน้าที่และวารสารการนำเที่ยว (ประทีป นวลเจริญ และ คณะ, 2547) ซึ่งสอดคล้องกับ สายฝน ยวนแหล และคณะ (2547) ที่สรุปข้อเสนอแนะของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ ว่า ควรมีสวนข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่สามารถให้ คำแนะนำนักท่องเที่ยว ที่สามารถให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่และพื้นที่ข้างเคียงได้

สำหรับรูปแบบและแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ ในด้านสปาและนวดแผนไทย วัชร พืชผล และเนาวรัตน์ คงวิเชียรวัฒน์ (2550) ได้สรุปแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1. สภาพปัจจุบัน สปาที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีงบประมาณเพียงพอในการส่งเสริมการตลาด จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องและสอดคล้องกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนมุสลิมสปาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและมูลนิธิ แต่ยังคงขาดการส่งเสริมการตลาด บุคลากรด้านการตลาดและการผลิตสื่อ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์มากเกินไปจนไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

2. รูปแบบการส่งเสริมการตลาด ควรจะดำเนินการโดย 1) พยายามพัฒนาแผนการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) มีการส่งเสริมการตลาดในทุกรูปแบบ 3) เน้นตราสินค้า เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ จดจำได้ และกลับมาใช้บริการซ้ำ และ 4) มีการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ สร้างรายได้ให้ประชาชนในชุมชน

3. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาด ในด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์ ควรจะดำเนินการโดย 1) การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุสารแจกฟรีบนเครื่องบิน เว็บไซต์ของและบริษัทนำเที่ยว หรือ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวี และ 2) การโฆษณาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรจะดำเนินการโดย 1) การเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรม โดยการส่งข่าวแจก ภาพข่าวแจกไปยังสื่อมวลชน หรือเว็บไซต์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี 2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เพื่อช่วยเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จัดทำทำเนียบสื่อมวลชน เชิญสื่อมวลชนร่วมกิจกรรมพิเศษต่างๆ 3) การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อการเผยแพร่และพูดคุยอย่างต่อเนื่อง เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่สามารถดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมงาน และวัดผลได้ทันที 4) ชุมชนสัมพันธ์ ควรให้ความร่วมมือกับกิจกรรมในชุมชน กระจายรายได้พัฒนาชุมชนให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี สำรวจความต้องการและร่วมกันพัฒนาชุมชนเท่าที่จะทำได้ 5) กิจกรรมสาธารณะที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ และสังคมต้องการ สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท 6) การพัฒนาบุคลากรของสปา เพิ่มความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ การบริการ บุคลิกภาพ มนุษย์สัมพันธ์ สร้างความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์และภาพพจน์องค์กร

4. การส่งเสริมการขาย ควรจะดำเนินการโดย 1) การส่งเสริมการขายแบบมุ่งสู่ลูกค้า โดยลดราคาโปรแกรมในช่วง 10-25 เปอร์เซ็นต์ของราคาปกตินำเสนอให้เห็นชัดเจน เพื่อกระตุ้นการซื้อในปริมาณที่มากขึ้น และ 2) การส่งเสริมการขายแบบมุ่งสู่บริษัทนำเที่ยว จูงใจการจ่ายเงินสด โดยคิดจากยอดขาย การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ หรือ ความพยายามในการขาย

5. การขายโดยบุคคล ควรจะดำเนินการโดย 1) การใช้พนักงานขายร่วมกับการประชาสัมพันธ์ พนักงานขายจะเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดี และ 2) การใช้พนักงานขายร่วมการส่งเสริมการขาย สู่บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และพนักงานขาย ด้วยสิ่งจูงใจ เช่น โบนัสเงินสด ของขวัญ หรือ การเดินทางท่องเที่ยวฟรี

6. การตลาดทางตรง ควรจะดำเนินการโดย 1) จัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว เก็บรวบรวมรายชื่อ ณ ปัจจุบัน ลบข้อมูลเก่า ปรับข้อมูลใหม่ ติดตามการซื้อ ความถี่ในการซื้อซ้ำ

ศึกษาแนวโน้ม ประเภท และรูปแบบการซื้อ จะช่วยพัฒนาความสัมพันธ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 2) การส่งจดหมายตรงทางอินเทอร์เน็ต หรือแผ่นพับแทรกลงในนิตยสาร หรือแคตตาล็อก เพื่อเสนอขายโปรแกรม ฯ โดยใช้ชื่อ ที่อยู่ และอีเมลล์ตามฐานข้อมูล แนบไปกับนิตยสารแบบ Free-Standing Insert และ 3) การตลาดทางโทรศัพท์ จัดตั้งศูนย์บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวโทรเข้ามาสอบถามข้อมูล การบริการ หรือเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

2. การดำเนินงานด้านการพัฒนา

2.1 ที่พักแรม

จากโครงการพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ ของสายฝน ยวนแหล และคณะ (2547) พบว่า ในปี 2545 จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนที่พักแรม 510 แห่ง จำนวนห้องพัก 26,637 ห้อง มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 57 และมีผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้น 3,492,324 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 6.61 ซึ่งในจำนวนนี้มีผู้ที่เข้าพักแรมชาวต่างประเทศทั้งสิ้น จำนวน 2,607,375 คน คิดเป็นร้อยละ 74.66 มีสัญชาติหลัก ๆ ได้แก่ ไต้หวัน เยอรมัน และสหราชอาณาจักร จังหวัดพังงามีสถานที่พักแรม 93 แห่ง จำนวนห้องพัก 2,591 ห้อง มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 50.50 และมีผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้น 315,086 คนเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 30.70 ในจำนวนนี้ร้อยละ 56.36 เป็นผู้เข้าพักแรมชาวต่างชาติ ซึ่งมีสัญชาติหลัก ๆ ได้แก่ เยอรมัน สวีเดน และสวิตเซอร์แลนด์ และจังหวัดกระบี่มีจำนวนสถานที่พักแรมเพื่อการท่องเที่ยว 290 แห่ง จำนวนห้องพัก 9,088 ห้อง อัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 43.02 และมีผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้นจำนวน 983,900 คน โดยร้อยละ 67.77 เป็นชาวต่างประเทศ ประเภทที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้บริการในจังหวัดกระบี่ปีก็คือ รีสอร์ท (ร้อยละ 44) รองลงมาคือ โรงแรมในเมือง (ร้อยละ 26) บ้านเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 11) และอีกร้อยละ 11 ของที่พักทั้งรีสอร์ทและโรงแรมในเมือง สำหรับในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมพักรีสอร์ท (ร้อยละ 32) รองลงมาคือ บ้านเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 23) และโรงแรมในเมือง (ร้อยละ 20) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่ใช้บริการรีสอร์ท (ร้อยละ 36) รองลงมาคือเต็นท์ (ร้อยละ 32) (การที่อัตราส่วนการพักเต็นท์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาค่อนข้างสูงเนื่องจากข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เก็บได้จากพังงาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะสิมิลัน และพักเต็นท์ของอุทยานฯ) และบ้านเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 12) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่พักรีสอร์ท/บังกะโล ร้อยละ 36.1 โรงแรมในเมือง (ร้อยละ 13.9) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตนิยมพักรีสอร์ท/บังกะโล ร้อยละ 52.5 และโรงแรมในเมือง ร้อยละ 17.5 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงานิยมพักรีสอร์ท/บังกะโล ร้อยละ 72.0 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เลือกพักในเกสเฮาส์ ในจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 47.5 จังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 18 (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2547)

สำหรับความคิดเห็นของเจ้าบ้าน จากการศึกษาของพรพิชญ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ (2547) พบว่า เจ้าบ้านมีความพอใจกับที่พักในจังหวัดภูเก็ต และคิดว่าโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ มีความหลากหลาย และมีความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สำหรับจังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยกับ

การวิจัยที่ระบุว่าที่พักของกระบี่มีความหลากหลาย บรรยากาศดี และมีการบริการที่เพียบพร้อม และเจ้าบ้านยังระบุว่ากระบี่มีจำนวนห้องพักที่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนในจังหวัดพังงาผู้เข้าร่วมชี้แจงว่านักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นผู้ทำลายสิ่งแวดล้อมและความสงบ แต่สาเหตุที่แท้จริงมาจากผู้ประกอบการจากต่างถิ่นที่ขาดความเข้าใจในจุดขายของพังงา นักลงทุนที่เข้ามาลงทุนอย่างรวดเร็วหลายกลุ่มไม่ได้คำนึงถึงลักษณะการท่องเที่ยวและความต้องการของตลาด เช่นการลงทุนสร้างรีสอร์ทขนาดใหญ่ แล้วต้องการนำกลุ่มตลาดเอเชียเข้ามาจำนวนมากจะทำลายความสงบ อันเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป หรือเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม และเจ้าบ้านมีความเห็นสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ระบุว่าพังงามีความพร้อมในเรื่องของที่พักโดยเฉพาะเขาหลักที่มีบรรยากาศดีตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวฟาร์มสเตย์พื้นที่อ่าวบ้านดอน จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นครั้งแรก ส่วนใหญ่พำนักรอยู่ในฟาร์มสเตย์จำนวน 1 คืน ผู้ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นหมู่คณะมากกว่า 50 คน สำหรับฟาร์มสเตย์ตัวอย่าง ได้แก่ 1) สีนมามะฟาร์มสเตย์สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ โดยมีขีดความสามารถได้การรองรับนักท่องเที่ยวประเภทค้างคืนได้ไม่เกิน 100 คนและประเภทไปเช้า-เย็นกลับได้ไม่เกิน 200 คน โดยมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทค้างคืนเป็นลักษณะลานกว้าง สามารถกางเต็นท์หรือนอนเบาที่จัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยว และ 2) เคียงบุรีโดยมีขีดความสามารถได้การรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 30 คน โดยมีห้องพักแยกเป็นสัดส่วน จำนวน 3 ห้อง (วรรณวิษณีย์ ทองอินทรราช และคณะ, 2549)

2.2 ร้านค้าของที่ระลึก

จังหวัดภูเก็ตร้านขายของที่ระลึกมีจำนวนมาก คุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต พบว่ามีความแตกต่างทางสถิติและมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ (ภูเก็ต = 4.24 พังงา = 3.64 กระบี่=4.03) ในส่วนของจังหวัดพังงา คุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแตกต่าง และมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ (ภูเก็ต = 3.46 พังงา = 3.1 กระบี่=3.37) (ตติยาพร จารุมณรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา, 2547) สำหรับงานหัตถกรรม เช่น ผ้าบาติก เป็นสินค้าที่ระลึกของชาวจังหวัดภูเก็ต ไข่มุก ซึ่งภูเก็ตมีฟาร์มไข่มุก อยู่หลายแห่ง ไข่มุกจึงเป็นเครื่องประดับที่นักท่องเที่ยวสนใจซื้อหากันอยู่เสมอเมื่อได้มาเยือนภูเก็ต สำหรับดอกไม้ประดิษฐ์จากยางพาราและเกล็ดปลา เป็นดอกไม้ที่มีความประณีต สวยงามและเกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดพังงา ปัจจุบันเป็นสินค้าที่ระลึกประจำจังหวัด ผลิตผลทางการเกษตรและอาหารทะเล พังงาเป็นแหล่งผลิตกะปิจากกุ้งฝอยที่มีชื่อหลายแห่ง เช่น กะปิเกาะยาว กะปิเกาะปันหยี และยังเป็นแหล่งผลิตกุ้งเสียบออกสู่ตลาดในจังหวัดใกล้เคียง (สมหมาย ปันพุทธศิลป์ และคณะ, 2547)

สำหรับรูปแบบการบริการของที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ พบว่า ในปัจจุบันมี 2 ลักษณะ คือ 1) ขายของที่ระลึกเพียงอย่างเดียว ไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ 2) ของที่ระลึกที่มีขายร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว การส่งเสริมทางการตลาดยังมีน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ และยังมีปัญหาเรื่องการล่อลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาที่เกิดขึ้น

โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตจากชุมชน ยังไม่สามารถพัฒนาได้อย่างสมดุลกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (วัชร พิษผล และเนาวรัตน์ คงวิเชียรวัฒน์. 2550)

2.3 บริษัทนำเที่ยว/บริการนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต และพังงา ส่วนใหญ่จัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 66 , 88 และ 66 ตามลำดับ) สำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการจัดการเรื่องที่พัก (ร้อยละ 33.3) รองลงมา คือ ที่พัก และการรับส่งสนามบิน (ร้อยละ 22.2) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวภูเก็ตส่วนใหญ่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการจัดการกับการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 27.7) รองลงมาคือ ที่พักและการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 22.2) และที่พัก การรับส่งสนามบิน และการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 22.2) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการดูแลเรื่องที่พัก (ร้อยละ 27) รองลงมาคือ ที่พัก การรับส่งสนามบิน และอาหาร (ร้อยละ 20) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่พักและการนำเที่ยวท้องถิ่น (ร้อยละ 30) รองลงมา คือ การรับส่งสนามบิน (ร้อยละ 22.0) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวภูเก็ตใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องที่พักและการรับส่งสนามบิน (ร้อยละ 54) รองลงมา คือการรับส่งสนามบินอย่างเดียว (ร้อยละ 13.0) และที่พักอย่างเดียว (ร้อยละ 11.0) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพังงานิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในเรื่องนำเที่ยวท้องถิ่นสูงที่สุด (ร้อยละ 26) รองลงมา คือ ที่พักอย่างเดียว (ร้อยละ 21.0) (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2547) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชร คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธุ์ (2547) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตโดยการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 59.50 เลือกวิธีเดินทางมาด้วยตนเอง ร้อยละ 36.30 และเลือกวิธีอื่นๆ ร้อยละ 4.20 และนักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมเดินทางด้วยตนเองมากกว่าที่จะซื้อแพคเกจทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 75.50 และร้อยละ 8.20 ตามลำดับ ส่วนการเดินทางอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.30

2.4 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ คือรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 61) รองลงมาคือ เครื่องบิน (ร้อยละ 25) และรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 10) ส่วนยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่คือเครื่องบิน (ร้อยละ 43) รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 26) และรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 23) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัดพังงาส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 46) รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 32) และรถเช่า (ร้อยละ 12) (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2547) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาชา (2547) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางสู่จังหวัดภูเก็ต โดยเครื่องบินร้อยละ 53 ในขณะที่นักท่องเที่ยวประมาณ 33 เปอร์เซ็นต์เดินทางโดยพาหนะอื่นๆ และเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 14 โดยการใช้บริการรถโดยสารในจังหวัดภูเก็ตราคาค่าโดยสาร สภาพถนนหนทางที่ดี รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางสู่จังหวัดกระบี่ โดยพาหนะอื่น เช่น รถ

ส่วนตัว เรือ ร้อยละ 58.5 ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั้งหมด ร้อยละ 31.5 เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง และร้อยละ 10 โดยเครื่องบิน โดยเจ้าบ้าน มีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลวิจัยที่ระบุว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ดีกว่าจังหวัดภูเก็ตในแง่ของความรู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง (ค่าเฉลี่ยของกระบี่=3.75 ค่าเฉลี่ยของภูเก็ต = 3.55) สภาพถนนหนทางและสาธารณูปโภค (ค่าเฉลี่ยของภูเก็ต =3.22 ค่าเฉลี่ยของพังงา = 3.75 ค่าเฉลี่ยของกระบี่=3.62) และความเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยของกระบี่=3.8 ค่าเฉลี่ยของภูเก็ต = 3.54) ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดกระบี่ตั้งอยู่ไม่ไกลกันมาก และสภาพการจราจรที่ไม่ติดขัด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในจังหวัดพังงา ร้อยละ 55 เป็นชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพังงาส่วนใหญ่ เป็นชาวยุโรปร้อยละ 42 นอกจากนี้ร้อยละ 3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด คือชาวอเมริกัน ซึ่งเดินทางมายังจังหวัดพังงาโดยใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 40 และอื่นๆ เช่น รถส่วนตัว เรือ ร้อยละ 60

ด้านการใช้บริการระบบคมนาคมขนส่งประเภทประจำทางนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 40.42 และ 35.06 ตามลำดับ และประเภทของบริการแบบประจำทางทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างประเทศนิยมใช้รถประจำทางปรับอากาศ สำหรับการใช้บริการสำหรับการใช้บริการระบบคมนาคมขนส่งประเภทไม่ประจำทาง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ในร้อยละ 46.41 และ 32.15 ตามลำดับ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมใช้บริการรถไม่ประจำทางรถแท็กซี่มากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในทุกปัจจัยของระบบคมนาคมขนส่งในระดับพอใช้ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในปัจจัยผลิตภัณฑ์ของการบริการมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 3.07 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาค่าโดยสารซึ่งมีความพึงพอใจใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 3.06 และมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของการบริการน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.70 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในปัจจัยกระบวนการให้บริการมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 3.21 รองลงมา คือ สถานที่ให้บริการ หรือจุดรับส่งผู้โดยสาร ซึ่งมีความพึงพอใจใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.98 นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบคมนาคมขนส่งประเภทรถประจำทางในระดับพอใช้ทุกด้าน โดยด้านผลิตภัณฑ์ของการบริการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจเหมือนกัน คือ ขนาดรถเหมาะสมกับเส้นทาง ด้านราคาค่าโดยสารมีความพึงพอใจต่างกัน ด้านสถานที่รอรับส่งผู้โดยสาร และจุดรอรับส่งมีความพึงพอใจเหมือนกัน คือการเข้าถึงจุดบริการง่ายและสะดวก ด้านการส่งเสริม และการประชาสัมพันธ์การบริการและด้านผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่างกัน ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการมีความพึงพอใจเหมือนกัน คือมีช่องจำหน่ายตั๋วที่เพียงพอและด้านกระบวนการให้บริการมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ในขณะที่ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อระบบคมนาคมขนส่ง ประเภทไม่ประจำทาง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจระดับพอใช้ทุกปัจจัยที่มีผลต่อระบบการคมนาคมขนส่งโดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในปัจจัยผลิตภัณฑ์ของการบริการ คิดเป็นร้อยละ 3.05 และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยราคาค่าโดยสาร คิดเป็นร้อยละ 2.83 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึง

พอใจในผลิตภัณฑ์ของการบริการ และกระบวนการให้บริการในระดับที่ดี และมีความพึงพอใจในราคา ค่าโดยสาร และผู้ให้บริการ ในระดับพอใช้ โดยมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด และพึงพอใจด้านราคาค่าโดยสารน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.32 และ 3.07 ตามลำดับ นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้ระบบคมนาคมขนส่งประเภทรถไม่ประจำทางในระดับพอใช้ทุก ด้าน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจระดับดีกับด้านผลิตภัณฑ์ของการบริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านราคาค่าโดยสาร และผู้ให้บริการความพึงพอใจในระดับพอใช้ โดยผลิตภัณฑ์ของการบริการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจเหมือนกัน คือ ขนาคารถเหมาะสมกับเส้นทาง ด้านราคาค่าโดยสาร และด้านการให้บริการมีความพึงพอใจต่างกัน ส่วนด้านกระบวนการให้บริการมีความพึงพอใจเหมือนกัน คือพนักงานมีความกระตือรือร้น (กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, 2548)

ข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพของการให้บริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้คมนาคมขนส่ง และข้อควรปรับปรุงแก้ไขเร่งด่วนของระบบคมนาคมขนส่ง จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่พบว่า 1) ประสิทธิภาพของการให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่ารถประจำทางประเภทรถปรับอากาศมีคุณภาพและประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมา คือ รถแท็กซี่ รถสิมูขึ้น รถเช่า และรถพัดลม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นว่ารถไม่ประจำทางประเภทรถแท็กซี่มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมาคือ รถปรับอากาศ รถตุ๊กตุ๊ก รถสิมูขึ้นและรถเช่า 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถประจำทาง ปัจจัยด้านความสะดวกและง่ายในการใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบคมนาคมขนส่งประเภทประจำทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา ความปลอดภัย การมีเส้นทางเดินรถที่หลากหลายและความถี่ ความรวดเร็ว ความตรงต่อเวลา ในขณะที่ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบคมนาคมขนส่งประเภทประจำทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้บริการ ด้านความถี่ ความรวดเร็วและตรงต่อเวลา ด้านความปลอดภัย และการมีเส้นทางเดินทางรถที่หลากหลาย 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไม่ประจำทาง ปัจจัยด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบคมนาคมขนส่งประเภทไม่ประจำทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยปัจจัยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านราคาค่าโดยสาร การมีเส้นทางเดินรถที่หลากหลายและติดต่อง่ายมีข้อมูลเพียงพอ ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศปัจจัยรองลงมาคือปัจจัยด้านราคาค่าโดยสาร ด้านจำนวนความถี่ ความรวดเร็วและความตรงต่อเวลา ด้านความปลอดภัย และติดต่อง่ายมีข้อมูลเพียงพอตามลำดับ(กุลวรา สุวรรณพิมล และคณะ, 2548)

ด้านการคมนาคมขนส่งมีถนนเพชรเกษม มีจุดรถของ บ.ข.ส. มีรถผ่านหลายสาย เช่น รถสาย ภูเก็ต-กรุงเทพ สายพังงา-กรุงเทพ สายระนอง-ภูเก็ต สายระนอง-กระบี่ และรถประจำทางสายกระบี่-พังงา (สมมาส เส็งสุย และคณะ, 2549)

สำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่าวบ้านดอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ไม่มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง อาศัยเรือโดยสารไปยังฟาร์มสเตย์ในอัตราเหมาจ่าย และจากข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการสำรวจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์เป็นนักท่องเที่ยวประเภท The organized mass tourist พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะใช้บริการรายการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่มีบริการครบ เดินทางไปกับคณะทัวร์ มีผู้นำทัวร์ บริการทุกอย่างถูกจัดเตรียมไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (วรรณวิษณีย์ ทองอินทรราช และคณะ, 2549) ส่วนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์น้ำตำบลดอนสัก อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในประเด็นการเข้าถึงพื้นที่กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์น้ำของนักท่องเที่ยว ระยะทางไม่ไกลจากศูนย์กลางชุมชน และสภาพถนน/การคมนาคมที่สะดวกสบายอยู่ในระดับมาก (สมมาส เสงี่ยม และคณะ, 2549)

2.5 มัคคุเทศน์/ล่ามแปล

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีไกด์นำเที่ยวจำนวนร้อยละ 25.25 ไม่ได้ใช้ไกด์นำเที่ยวจำนวนร้อยละ 74.75 จังหวัดภูเก็ตควรมีการจัดการกับไกด์ผี จังหวัดพังงา ควรมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ ควรมีเอกสาร/วารสารนำเที่ยว ภาษาที่ใช้ ใช้ภาษาถิ่น ควรมีการจัดการอบรมผู้นำเที่ยว และจังหวัดกระบี่ควรมีเจ้าหน้าที่และวารสารการนำเที่ยว (ประทีป นวลเจริญ และคณะ, 2547)

2.6 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่ใช้บริการ คือร้านอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 85, 72 และ 74 และ 51 ตามลำดับ) รองลงมาคือ ร้านอาหารของโรงแรม (ร้อยละ 42, 24 และ 51 ตามลำดับ) ในขณะที่ไม่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการร้านอาหารประจำชาติในจังหวัดพังงา อาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้บริการที่จังหวัดกระบี่ภูเก็ต และพังงา คือร้านอาหารท้องถิ่น (คิดเป็นร้อยละ 84.3, 83.9 และ 90.2 ตามลำดับ) รองลงมาสำหรับกระบี่และพังงา คือรถเข็นข้างทาง (ร้อยละ 47.9 และ 40.0 ตามลำดับ) และร้านอาหารของโรงแรม (ร้อยละ 31.4 และ 36.0 ตามลำดับ) ในขณะที่แหล่งอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการรองลงมาจากร้านอาหารท้องถิ่นที่จังหวัดภูเก็ต คือ ร้านอาหารในโรงแรม (ร้อยละ 33.7) ร้านรถเข็นข้างทาง (ร้อยละ 25.6) ร้านอาหารประจำชาติ และร้านอาหารจานด่วน (ร้อยละ 24 เท่ากัน) (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2547) และพบว่ามีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติในส่วนของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก ในคุณลักษณะฯ อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ตั้งแต่ร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ในคุณลักษณะฯ อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย (ภูเก็ต=4.26 พังงา = 3.975 กระบี่=3.98) ในส่วนของจังหวัดพังงา พบว่า ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะประเภทของร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่ร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด (ภูเก็ต = 4.21 พังงา = 3.86 กระบี่=4.16) และสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว (ภูเก็ต = 4.006 พังงา = 3.73 กระบี่=3.98) แตกต่างและมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ (ตติยาพร จารุมณรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา, 2547) แลจากการศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่พังงา ภูเก็ต เมื่อพิจารณาในปัจจุบันต่างๆ ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูง โดยนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ที่จังหวัดกระบี่มีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยต่อคนต่อวันเป็นเงิน 322.27 บาท นักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ที่จังหวัดพังงามี

ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เป็นเงิน 299.70 บาทนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ที่จังหวัดภูเก็ตมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เป็นเงิน 364.48 บาท และจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่รับประทานอาหารเช้าก่อน ในพื้นที่ ศึกษาทั้ง 3 จังหวัด นิยมรับประทานอาหารเช้าที่มีรสเผ็ด-ร้อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่มียืนทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน (อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ, 2547) สำหรับอาหารพื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ตมีทั้งคาวหวานมากมายหลายชนิด มีหลายวิธีการปรุงและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น 1) ขนมจีนภูเก็ต 2) โอ้ต้าว3) หมี่ฮกเกี้ยน 4) โลบะ 5) น้ำพริกกุ้งเสียบ 6) เบอทอด และ 7) ไอ้เอ๋ว เป็นต้น (สมหมาย ปันพุทธศิลป์ และคณะ, 2547)

ประเด็นมีร้านอาหาร และบริการต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์น้ำ ตำบลดอนสัก อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี อำเภอดอนสักมีอาณาเขตติดต่อกับทะเลบริเวณที่เรียกว่าอ่าวบ้านดอนหรืออ่าวไทยฝั่งตะวันออกถึง 2 ด้าน จึงเป็นสิ่งเอื้ออำนวยต่อการดำรงชีพทางการประมงน้ำเค็ม ทั้งในรูปแบบประมงชายฝั่ง และประมงน้ำลึก มีแพปลา รับซื้ออาหารอาหารทะเลทั้งสดและแห้ง และการแปรรูปทุกชนิดแบบครบวงจร ซึ่งอาชีพดังกล่าวทำรายได้ให้กับอำเภอดอนสักปีละหลายร้อยล้านบาท เนื่องจากอำเภอดอนสักมีอาณาเขตติดต่อกับทะเลบริเวณที่เรียกว่าอ่าวบ้านดอน หรืออ่าวไทยฝั่งตะวันออกถึง 2 ด้าน จึงเป็นสิ่งเอื้ออำนวยต่อการดำรงชีพทางการประมงน้ำเค็มทั้งในรูปแบบประมงชายฝั่ง และประมงน้ำลึก มีแพปลา รับซื้ออาหารอาหารทะเลทั้งสดและแห้ง และการแปรรูปทุกชนิดแบบครบวงจร อาชีพดังกล่าวทำรายได้ให้กับอำเภอดอนสักปีละหลายร้อยล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์น้ำมี 2 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์ และกุ้งแห้ง (สมมาส เสงี่ยม และคณะ, 2549)

2.7 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการกีฬา

จากการศึกษาการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวทั้งอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน ภูเก็ต พังงา กระบี่ ของวรวินท์ สุวัณ ญ เชมรรัฐ และคณะ (2548) พบว่ามีกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ อันดามันแรลลี่ดำน้ำ อันดามันมินิมาราธอน เลียบชายหาด อันดามันจักรยานข้ามทุ่ง เติ่นป่า ปีนผา ไรด์ตัว อันดามันแรลลี่ อันดามันแรลลี่เรือคายัค อันดามันไตรกีฬาผจญภัย

สำหรับชาวบ้านหรือเจ้าบ้านที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านคมนาคม คือ ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม ติดป้ายบอกทาง จัดบริการรถโดยสารและการเดินเรือ ปรับปรุงเรือโดยสารให้มีมาตรฐานและป้องกันภัยทางน้ำ และระเบียบว่าด้วยเรื่องเสื้อชูชีพในระดับสูง คือมีค่าเฉลี่ย 3.25 3.27 และ 3.31 ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่า เจ้าบ้านทั้ง 3 จังหวัดมีความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านคมนาคมไม่แตกต่างกัน (วรวินท์ สุวัณ ญ เชมรรัฐ และคณะ, 2548)

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่ร้อยละ 46.97 ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาดำน้ำ รองลงมาร้อยละ 29.61 ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาออลฟ์ และต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาวอลเลย์บอลชายหาด มีน้อยที่สุดร้อยละ 23.42 กีฬาดำน้ำ ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.69 ต้องการไปดำน้ำที่เกาะเฮ รองลงมาร้อยละ 29.23 ต้องการไปดำน้ำที่เกาะราชาใหญ่ และต้องการไป

เกาะไม้ท่อนน้อยที่สุด ร้อยละ 28.08 กีฬาอล์ฟ ส่วนใหญ่ร้อยละ 37.27 ต้องการไปเล่นกอล์ฟที่บลู แคนยอนคันทรีคลับ รองลงมาร้อยละ 25.91 ต้องการไปเล่นกอล์ฟที่ภูเก็ตคันทรีคลับร้อยละ 18.46 ต้องการไปลอสปาล์มกอล์ฟคลับ และร้อยละ 18.18 ต้องการไปลา구나ภูเก็ตกอล์ฟคลับกีฬา วอลเลย์บอลชายหาด ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.90 ต้องการไปเล่นวอลเลย์บอลชายหาดที่หาดป่าตอง รองลงมาร้อยละ 23.56 ต้องการไปเล่นวอลเลย์บอลชายหาดที่หาดกะรน และต้องการไปเล่น วอลเลย์บอลชายหาดที่หาดกะตะน้อยที่สุดร้อยละ 19.54 ในจังหวัดพังงา ส่วนใหญ่ร้อยละ 65.10 ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาดำน้ำ รองลงมาร้อยละ 28.38 ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาพายเรือแคนู และต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาอล์ฟ มีน้อยที่สุดร้อยละ 6.53 กิจกรรมกีฬาดำน้ำ ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.21 ต้องการไปดำน้ำที่เกาะแปด (อ่าวเกือก) รองลงมาร้อยละ 7.27 ต้องการไปดำน้ำที่เกาะเจ็ด (หินหัวกะโหลก) และร้อยละ 6.57 ที่เกาะสี่ (เกาะเมียง) ตามลำดับ ส่วนเกาะกลางเป็นเกาะที่ดำน้ำ น้อยที่สุด ร้อยละ 0.69 กิจกรรมกีฬาอล์ฟ ส่วนใหญ่ร้อยละ 65.52 ต้องการไปเล่นกอล์ฟที่ สนาม กอล์ฟฐานทัพเรือทับละมุ รองลงมาร้อยละ 34.48 ต้องการไปเล่นกอล์ฟที่ท้ายเหมืองบีชกอล์ฟแอนด์ มารีนากิจกรรมกีฬาพายเรือแคนู ส่วนใหญ่ร้อยละ 58.73 ต้องการไปพายเรือแคนูที่เกาะห้อง รองลงมาร้อยละ 25.40 ต้องการไปพายเรือแคนูที่เกาะพนักและต้องการไปพายเรือแคนูที่น้ำตกโตน ปรีวัฒน์ น้อยที่สุดร้อยละ 15.87 สำหรับจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.19 ต้องการเข้าร่วม กิจกรรมกีฬาดำน้ำ รองลงมาร้อยละ 17.81 ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาพายเรือแคนู และต้องการ เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาปีนหน้าผา มีน้อยที่สุดร้อยละ 12.00 กิจกรรมกีฬาดำน้ำส่วนใหญ่ร้อยละ 68.14 ต้องการไปดำน้ำที่เกาะพีพี รองลงมาร้อยละ 6.49 ต้องการไปดำน้ำที่เกาะรอก และร้อยละ 5.60 ที่คิง ครุสเซอร์ตามลำดับ ส่วนอเนมोनรีฟ เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวต้องการไปดำน้ำน้อยที่สุด ร้อยละ 2.07 กิจกรรมกีฬาปีนหน้าผา ส่วนใหญ่ร้อยละ 79.31 ต้องการไปปีนหน้าผาที่ อ่าวไร่เลย์ รองลงมาร้อยละ 12.02 ต้องการไปปีนหน้าผาที่เกาะพีพี และต้องการ ไปปีนหน้าผาที่อ่าวนาง น้อยที่สุดร้อยละ 8.62 กิจกรรมกีฬาพายเรือแคนู ส่วนใหญ่ร้อยละ 54.65 ต้องการ ไปพายเรือแคนูที่บ้านบ่อท่อ (ถ้ำผีหัวโต และถ้ำลอด) รองลงมาร้อยละ 45.35 ต้องการไปพายเรือแคนูที่อ่าวท่าเลน (วรวินท์ สุวัณ ญ เขมรรัฐ และคณะ, 2548)

2.8 สุขภาพ/สปา

โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลัก (Core Service Product) อยู่ 2 กลุ่ม คือกลุ่มผลิตภัณฑ์บริการทางการแพทย์ แลผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ โดย บริการทางการแพทย์ เป็นการบำบัดรักษา หรือฟื้นฟูสุขภาพที่สามารถการรักษาได้ เช่น การ ตรวจสุขภาพ บริการทันตกรรม บริการศัลยกรรม บริการล้างพิษ บริการแพทย์แผนจีน บริการแก้ไข สายตาด้วยวิธี lasik บริการคลอดบุตร บริการผิวพรรณและความงาม บริการส่งเสริมสุขภาพ เป็นการ บำบัดเพื่อผ่อนคลาย ช่วยเสริมสร้างให้มีสุขภาพจิตและกายที่ดี ส่วนใหญ่อยู่กลุ่มการแพทย์ทางเลือก เช่น แพทย์แผนไทย ซึ่งประกอบไปด้วย การนวดแผนไทย การนวดเท้า การประคบสมุนไพร จากการ สสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวชาว ไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความต้องการการใช้บริการในกลุ่มแพทย์แผนไทย เมดิคอล สปา กลุ่มสุขภาพและความงาม ซึ่งเป็นกลุ่มการบริการที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องเตรียมตัวในการรับบริการมาก นัก ราคาไม่สูง สะดวกในการรับบริการ ส่วนการสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่ม

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการใช้บริการโรงพยาบาล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความคาดหวังในการบริการสูง และได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี ทำให้ได้รับความพอใจ ต้องการใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาส (วัชร หิรัญพันธุ์ และคณะ, 2548)

ด้านการวางแผนไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ยังให้ความสนใจการนวดแผนไทยเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตภูมิภาค แอฟริกา เอเชีย และออสเตรเลีย ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจเดินทางมาใช้บริการ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพรับราชการ พนักงานในหน่วยงานเอกชน หรือแม้แต่กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุราชการหรือว่างงาน แต่การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงรายได้ 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน มักมาใช้บริการนวดแผนไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ช่วงรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน แต่ช่วงรายได้ มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนก็หันมาใช้บริการด้วยเช่นเดียวกัน จากการศึกษาพบว่า ชาวออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ นิยมการใช้บริการแพทย์แผนไทยหรือนวดแผนไทย โดยเฉพาะการนวดฝ่าเท้า (Foot Massage) เกิดความประทับใจ และความพึงพอใจในการบริการมาก สำหรับโปรแกรมสุขภาพอื่นๆ ที่กำลังได้รับความนิยม คือการแพทย์ทางเลือก การใช้บริการคลินิกฝังเข็ม โดยศาสตร์ทางการแพทย์ของชาวจีน เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่โรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต สามารถให้บริการได้ ส่วนในด้านสุขภาพและความงาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากเขตภูมิภาค แอฟริกา ออสเตรเลีย และยุโรป ตามลำดับ เคยมาใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต ส่วนกลุ่มอาชีพที่สนใจในเรื่องสุขภาพและความงามมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุราชการ หรือว่างงาน รองลงมาได้แก่ นักเรียน นักศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการด้านสุขภาพและความงาม คือกลุ่มช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน รองลงมา ได้แก่ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน และ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย พบผลเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศที่สนใจ และนิยมใช้บริการนวดแผนไทยของโรงพยาบาล โดยกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาจากภาคตะวันตก เช่น กาญจนบุรี ตาก ราชบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น เคยมาใช้บริการเพื่อสุขภาพนวดแผนไทยมากที่สุด ตามด้วยเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระที่นิยมนวดแผนไทย เช่น มัคคุเทศก์ แพทย์ หนายความ รองลงมา ได้แก่ กลุ่มผู้เกษียณราชการหรือว่างงาน และพนักงานในหน่วยงานเอกชน ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการด้านสุขภาพของโรงพยาบาลคือกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ช่วงรายได้ประมาณ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก ให้ความสนใจต่อสุขภาพของตนเอง นอกเหนือจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแล้ว โปรแกรมการตรวจสุขภาพประจำปียังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่ใส่ใจการตรวจสุขภาพประจำปี ได้แก่ ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ พนักงานในหน่วยงานเอกชนและกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ กลุ่มผู้ใช้บริการโปรแกรมตรวจสุขภาพมาเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน รองลงมา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และโปรแกรมการตรวจสุขภาพยังขยายไปยังผู้รักสุขภาพ กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนอีกด้วย (วัชร คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธุ์, 2547)

ในจังหวัดภูเก็ต มีเดย์สปา 15 แห่ง รีสอร์ทสปา 62 แห่ง และจากการศึกษาจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการเดย์สปา เป็นผู้หญิง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 73 จากจำนวนนักท่องเที่ยว 297 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือ ระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเดย์สปาในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศแถบเอเชียตะวันออก และเป็นผู้ที่มีรายได้สูง คือ มากกว่า 80,000 บาท ต่อเดือน และเป็นที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ เป็นเจ้าของกิจการ และลูกจ้างในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน หรืออาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวเดย์สปาเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ส่วนนักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาของจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 66 จากจำนวนนักท่องเที่ยว 179 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือ ระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ชาวไทยและเอเชียตะวันออก ลดหลั่นตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีรายได้สูง คือ มากกว่า 80,000 บาท ต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ และลูกจ้าง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและผลิตภัณฑ์เดย์สปาในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะในเรื่องของผู้ให้บริการ และการบริการ ที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงถึง 4.40 และ 4.31 ตามลำดับนอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวเดย์สปาในจังหวัดภูเก็ตมีความประทับใจต่อการบริการและผลิตภัณฑ์สปา ในส่วนของการบริการมากที่สุด และคาดว่าจะกลับมาใช้บริการสปา

จังหวัดกระบี่ มีเดย์สปา 4 แห่ง รีสอร์ทสปา 19 แห่ง โดยนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการเดย์สปา เป็นผู้หญิง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 64.4 จากจำนวนนักท่องเที่ยว 59 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือ ระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเดย์สปาในจังหวัดกระบี่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากประเทศแถบยุโรปในจำนวนอัตราส่วนที่เท่ากัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลมีช่วงเวลาคาบเกี่ยวกับช่วง Low Season ของจังหวัดกระบี่ นักท่องเที่ยวเดย์สปาในจังหวัดกระบี่เป็นผู้ที่มีกำลังซื้อสูงเนื่องจากมีรายได้ มากกว่า 80,000 บาท ต่อเดือน และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา เจ้าของกิจการ และลูกจ้าง ลดหลั่นตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาของจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่ เป็นผู้หญิง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 60 จากจำนวนนักท่องเที่ยว 93 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือ ระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และชาวไทย ลดหลั่นตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีรายได้สูง คือ มากกว่า 80,000 บาทต่อเดือน โดยประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 38.7 และ 30.1 ตามลำดับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและผลิตภัณฑ์เดย์สปาในจังหวัดกระบี่ อยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะในเรื่องของผู้ให้บริการ และการบริการ ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงถึง 4.36 และ 4.26 ตามลำดับนอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวเดย์สปาในจังหวัดกระบี่ มีความประทับใจต่อการบริการและผลิตภัณฑ์สปา ในส่วนของการบริการมากที่สุด และคาดว่าจะกลับมาใช้บริการสปาอีก ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและผลิตภัณฑ์รีสอร์ทสปาในจังหวัดกระบี่ อยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะในส่วนของผู้ให้บริการและ การบริการ ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงถึง 4.32 และ 4.09 ตามลำดับนอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาในจังหวัดกระบี่มีความประทับใจต่อการบริการและผลิตภัณฑ์สปา ในส่วนของ

การบริการมากที่สุด และอัตราส่วนร้อยละ 100 จะกลับมาใช้บริการสปาอีกในส่วนของคำแนะนำเพิ่มเติมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของสปา นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งมีความคิดเห็นว่า ราคาของผลิตภัณฑ์และบริการสปาสูงเกินไป และความไม่หลากหลายของผลิตภัณฑ์อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวอีกจำนวนหนึ่งมีความประทับใจ ในความเป็นมิตร กิริยามารยาทที่สุภาพนุ่มนวล และความเป็นกันเองของพนักงานสปา ตลอดจนการให้บริการและสปาที่รีพรีเมนต์ที่มีคุณภาพ (กมลธรรณ์ พรหมพิทักษ์ และคณะ, 2547)

จังหวัดพังงา ไม่มีเดียสปาแต่มีรีสอร์ทสปา 15 แห่ง โดยนักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาของจังหวัดพังงาทั้งเพศหญิงและเพศชายมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 56 จากจำนวนนักท่องเที่ยว 75 คน และมีอายุระหว่าง 25-44 ปี และมีการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือ ระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ยุโรปและเอเชียตะวันออก ลดหลั่นตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มียรายได้สูง คือ มากกว่า 80,000 บาท ต่อเดือน และส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อบริการและผลิตภัณฑ์รีสอร์ทสปาในจังหวัดพังงา อยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะในส่วนของผู้ให้บริการ และการบริการ ที่มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 และ 4.00 ตามลำดับนอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวรีสอร์ทสปาในจังหวัดพังงามีความประทับใจต่อบริการและผลิตภัณฑ์สปา ในส่วนของการบริการมากที่สุด และคาดว่าจะกลับมาใช้บริการสปาอีก ในส่วนของคำแนะนำเพิ่มเติมต่อผลิตภัณฑ์และบริการของสปา นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งมีความคิดเห็นว่า ราคาของผลิตภัณฑ์และบริการสปาสูงเกินไป การเข้าถึงสถานประกอบการสปาที่ยากลำบาก จำนวนพนักงานนวดที่ไม่เพียงพอ และพนักงานสปาควรมีความรู้ภาษาอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ ตลอดจนความไม่หลากหลายของผลิตภัณฑ์อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวอีกจำนวนหนึ่งมีความประทับใจ ในความเป็นมิตร กิริยามารยาทที่สุภาพนุ่มนวล และความเป็นกันเองของพนักงานสปา ตลอดจนการให้บริการและสปาที่รีพรีเมนต์ที่มีคุณภาพ (กมลธรรณ์ พรหมพิทักษ์ และคณะ, 2547)

สำหรับการบริการสปาส่วนใหญ่ในแถบอันดามันควรเน้นจุดหมายของการให้บริการ คือเน้นเรื่องการคลายเครียด และพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คือปัจจัยเรื่องราคา ความสะอาดของสถานที่ ตลอดจนความสะอาดของผู้ให้บริการ ระยะเวลาที่ให้บริการไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมง และบริการที่กลุ่มตัวอย่างนิยมคือการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย และพบว่าตามความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการมองว่าสถานบริการสปาส่วนใหญ่ในแถบอันดามันมีคุณภาพอยู่ในระดับ 4-5 ดาวดังนั้นในมุมมองนี้ ผู้ให้บริการควรพยายามดำรงไว้ซึ่งคุณภาพเพื่อใช้เป็นจุดขายต่อไป (ปวรณ์ อัจฉริยบุตร และคณะ, 2547)

ในภาพรวมทั้ง 3 จังหวัด ผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจสปามีความเหมาะสมกับทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ นอกจากนี้แถบชายฝั่งอันดามันมีทรัพยากรท่องเที่ยวโดดเด่น สวยงาม หลากหลาย และมีชื่อเสียง มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคง มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และบริการสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต มีจำนวนมากทั้งในรูปของรีสอร์ทสปา และเดียสปา จึงมีการแข่งขันสูง และมีการตัดราคากันในบางแห่ง รวมทั้งการขาดผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญในขณะที่ความต้องการในการใช้บริการมีสูง ทำให้

เกิดการซื้อตัวนักสุขภาพบำบัด แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ตได้มีการพยายามแก้ปัญหาเหล่านี้ ในรูปแบบของการรวมตัวเป็นเครือข่าย และมีการสร้างความร่วมมือกับสถาบันทางการศึกษาในท้องถิ่น เพื่อผลิตบุคลากรเข้ามาทำงานในสถานประกอบการสปาโดยเฉพาะ ซึ่งขณะนี้มีการดำเนินการไปแล้วบางส่วน และคาดว่า ในอนาคตสปาภูเก็ตจะมีบุคลากรผู้ให้บริการ และผู้ดำเนินการสปาที่มีความรู้ในสาขานี้โดยตรง ลดปัญหาการขาดแรงงานในสถานประกอบการสปาได้ ในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่ ตั้งอยู่บริเวณเขาหลักเป็นรีสอร์ตสปา เพราะเป็นการรองรับความต้องการของแขกที่มาพักในโรงแรม จุดเด่นของธุรกิจสปาในจังหวัดพังงา คือสถานประกอบการสปายังมีน้อย จึงมีการแข่งขันทางธุรกิจน้อยและมีความพยายามที่รวมกลุ่มผู้ประกอบการสปาจัดตั้งเป็นชมรม อีกทั้งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงาเป็นนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ สถานประกอบการทุกแห่งเป็นสถานประกอบการที่อยู่ในโรงแรม มีความเป็นธรรมชาติสูง บรรยากาศเงียบสงบ ซึ่งผ่านมาตรฐานของโรงแรมในด้านสถานที่และความสะอาด แต่สปาพังงายังขึ้นอยู่กับฤดูกาลทางการท่องเที่ยว ทำให้สปาในจังหวัดพังงาบางแห่งต้องปิดในช่วงฤดูฝน เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยว(ปวธรรณ อัจฉริยบุตร และคณะ, 2547) ในส่วนของกิจกรรมเพื่อสุขภาพอย่างสปานั้น ภาครัฐได้มีการผลักดันให้กระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจึงเริ่มมีการตอบรับเป็นอย่างดีจากการลงทุนภาคเอกชน แต่ปัญหาในปัจจุบัน คือ ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสปา ความพร้อมของบุคลากร และเจ้าบ้านได้ตระหนักว่า กระบี่ต้องสร้างความหลากหลายแตกต่างในเรื่องของสปาจากจังหวัดภูเก็ต โดยควรเน้นสปาขนาดเล็ก ที่มีบรรยากาศที่ร่มรื่น(พรพิชญ์ พรหมศิวัช พัลลภ และคณะ, 2547) และในจังหวัดกระบี่ พบว่า ได้รับความนิยม และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ทั้งของภาครัฐและเอกชน ปัจจัยที่สนับสนุนที่สำคัญของจังหวัดกระบี่ คือ การมีสนามบินนานาชาติในอนาคต และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย การมีแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในลักษณะน้ำตกร้อน ประเภทสปาในจังหวัดกระบี่มีทั้งรีสอร์ตสปาและเดย์สปาเช่นกันกับภูเก็ต กลุ่มผู้ใช้บริการสปาในจังหวัดกระบี่มักมาจากแขกที่พักโรงแรม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวสแกนดิเนเวีย และเป็นกลุ่มที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม เช่น การดำน้ำ การพายเรือ และการปีนเขา เป็นต้น ปัจจุบันสปากระบี่มีการรวมตัวกัน และจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการธุรกิจสปาจังหวัดกระบี่ ทั้งนี้โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันและจัดทำแนวทางการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสปาร่วมกันด้วย (ปวธรรณ อัจฉริยบุตร และคณะ, 2547)

2.9 แหล่งบันเทิงต่างๆ

จากการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ของตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา (2547) ในเรื่องกิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืน พบว่า ทั้ง 3 จังหวัดมีความแตกต่างทางสถิติโดยที่ค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงามีค่าต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับอีก 2 จังหวัด (ค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงา = 2.79 ค่าเฉลี่ยของจังหวัดกระบี่ = 3.3 ค่าเฉลี่ยของจังหวัดภูเก็ต = 3.85) (ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา, 2547)

ในส่วนของกิจกรรมบันเทิงและสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนในจังหวัดพังงา พบว่าการดำเนินการในพื้นที่เขาหลักมีการดำเนินการได้อย่างเหมาะสมแล้ว กล่าวคือ ไม่ควรมีกิจกรรมเหล่านี้

เพราะไม่เป็นที่ต้องการของตลาดอีกทั้งจะเป็นการทำลายความสงบและการพักผ่อนของแขก (พรพิชญ์ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ, 2547)

2.10 ประชาชน

อาชีพส่วนใหญ่ของชาวภูเก็ต คือ จะเป็นด้านการบริการธุรกิจการท่องเที่ยว การทำสวนยาง สวนผัก สวนผลไม้ อาชีพส่วนใหญ่ของชาวพังงา คือ การทำสวนยางพารา ทำนา สวนปาล์ม สวนผลไม้ การประมง และอาชีพส่วนใหญ่ของชาวจังหวัดกระบี่จะเป็นการทำสวนยางพารา สวนปาล์ม การประมง (สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์ และคณะ, 2547) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมมาส เส็งสุข และคณะ (2549) ที่พบว่าอาชีพหลักของชาวบ้านในชุมชนตลอดสองฝั่งคลองนางย่อน จังหวัดพังงา มีวิถีชีวิตการประกอบอาชีพที่เป็นจุดเด่นน่าสนใจ โดยชาวบ้านได้ทำการเกษตร เกือบทั้งหมด ซึ่งปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการทำการเกษตร คือ สภาพดินในพื้นที่ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์อย่างสูง ประกอบกับการมีสภาพภูมิอากาศที่มีฝนตกชุกเกือบทั้งปี ทำให้ผลผลิตของชุมชนมีออกมาอย่างหลากหลายตลอดทั้งปี ผลผลิตที่สำคัญคือ ยางพารา ผลไม้ เช่น มังคุด ทุเรียน ลองกอง ลำไย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีพืชผักพื้นบ้าน พืชสมุนไพร ที่ปลูกผสมผสานกันได้อย่างกลมกลืนกับพื้นที่ รวมไปถึง แดงโมซึ่งเป็นพืชที่ขึ้นชื่อจัดได้ว่าเป็นของดีของนางย่อน ส่งไปขายให้ผู้บริโภคยังอำเภอและจังหวัดอื่นๆ นำรายได้สู่ชาวนางย่อนเป็นจำนวนมากต่อปี โดยรวมแล้วกล่าวได้ว่าด้านการเกษตรกรรมของชุมชนนางย่อนมีหมุนเวียนกันออกมาสู่ตลาดผู้บริโภคตลอดทั้งปี

การละเล่นของเด็กในกระบี่ พังงา และภูเก็ต เช่น ดาวเดอร์ ไล่จับ หมากเก็บ อีฉูด อีตัก ระเบิดน้ำเต้ามหาสมุทร เช่น รองเง็ง โนรา กลองยาว(สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์ และคณะ, 2547)

สำหรับรายละเอียดของคนในชุมชน พบว่ามีโครงการของ รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ (2548) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยพบว่า 1) ชุมชนชาวไทยถิ่นบ้านโคกยางที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา เป็นชุมชนชุมชนบ้านโคกยางที่มีวิถีชีวิตชุมชนที่เข้มแข็งแต่ไม่มีการนำเสนอวิถีชีวิตของชุมชนของตนเองให้เป็นที่ต้องการเข้าไปเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวเพราะวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นอาชีพ อาหาร การแต่งกาย ความเป็นอยู่ยังไม่โดดเด่นจนเป็นจุดขายหรือเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว ส่วนประเพณีที่น่าสนใจ เช่น ประเพณีวันสารทเดือนสิบ วรรณกรรมท้องถิ่น เช่น ลิเกป่า เพลงบอก สิ่งเหล่านี้ไม่ได้มีนำเสนอเพื่อการท่องเที่ยว แม้จะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมบ้างประปราย ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยี่ยมชมมักจะเป็นผู้ที่สนใจงานด้านวัฒนธรรม ดังนั้นการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ โรงแรม จึงไม่ได้จัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยว 2) ชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา เป็นชุมชนบ้านกระทุ้ง ซึ่งมีวิถีชีวิตที่โดดเด่น คือความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชนแบบชาวจีนที่ยังคงเป็นแบบดั้งเดิมเช่นเดียวกับในอดีต เช่น อาหาร ลักษณะการแต่งกาย ลักษณะที่อยู่อาศัย อาคารบ้านเรือน การดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะประเพณีการกินเจ ประเพณีไหว้บรรพชนจากเหตุการณ์อ้งยี่ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ได้เข้าไปเยี่ยมชมส่วนใหญ่จะเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน และประเพณี ส่วนวรรณกรรมท้องถิ่นไม่ค่อยเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมากนัก เจ้าบ้าน นักวัฒนธรรมท้องถิ่นองค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ให้ดำรงอยู่เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ส่วนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวนั้นถือว่าเป็นความสำคัญระดับรอง เพราะเชื่อว่าเมื่อชุมชนมีเอกลักษณ์แล้วนักท่องเที่ยวก็ย่อมสนใจเข้าไปเยี่ยมชม

3) ลักษณะการจัดการท่องเที่ยวชุมชนชาวไทยมุสลิม ชุมชนชาวไทยมุสลิมที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา เป็นชุมชนบ้านเกาะปันหยี ที่มีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ โดยสภาพความเป็นอยู่ของผู้คนที่สร้างบ้านเรือนอยู่กลางน้ำ การประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน การทำกะปิ เป็นต้น แม้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้าไปเยี่ยมชมจะใช้สถานที่ของหมู่บ้านเกาะปันหยีเป็นทางผ่านหรือเป็นจุดพักก่อนที่จะเดินทางยังเกาะอื่นๆ ก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็ยินดีที่จะแวะชมวิถีชีวิตของผู้คน ทำให้หมู่บ้านเกาะปันหยีมีร้านค้าขายของที่ระลึกเป็นจำนวนมาก รวมถึงร้านอาหารที่มีมาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกัน ลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนเกาะปันหยีส่วนใหญ่เป็นการพึ่งพาตนเอง ชาวบ้านดูแลช่วยเหลือกันเอง หน่วยงานภาครัฐไม่ค่อยมีบทบาทในการเข้าไปดูแลมากนัก เพราะไม่ค่อยเกิดปัญหาเหมือนกับชุมชนอื่นๆ เป็นต้นว่า มีความปลอดภัยสูงมาก ชาวบ้านมีรายได้พอที่จะเลี้ยงดูครอบครัวได้ รายได้ของชาวบ้านจะมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ดังนั้นชาวบ้านจึงต้องสร้างวิถีชีวิตชุมชนของตนเอง รวมทั้งสิ่งดึงดูดใจต่างๆ ให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว และ 4) ชุมชนชาวเลที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา เป็นชุมชนชาวเลบ้านส้างาอู ซึ่งมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจ เช่น การสร้างบ้านเรือน การประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน แต่ลักษณะของการจัดการสิ่งดึงดูดใจของวิถีชีวิตชุมชนชาวเลเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจน แม้จะมีหน่วยงานภายนอกเข้าไปช่วยเหลือให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ แล้วก็ตาม เพราะชาวเลขาดจุดยืนที่ชัดเจน จึงทำให้ความคิดโดนครอบงำด้วยอิทธิพลของเงิน เพราะความต้องการสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยี่ยมชมปรารถนาที่จะเห็นความเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมซึ่งปัจจุบันเริ่มหาได้ยาก ชุมชนชาวเลไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะถือนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยี่ยมชมสามารถใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกได้จากในเมืองที่สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพออยู่แล้ว นอกจากนี้เทศบาลประเพณีของชาวเลก็ไม่ได้จัดขึ้นเพื่อมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม เพราะจัดกันเองภายในชุมชนตามความเชื่อที่ถือปฏิบัติกันมา และโดยเฉพาะวรรณกรรมท้องถิ่นก็เป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสได้ค่อนข้างยาก

2.11 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความหลากหลายในทุกๆ มิติของการท่องเที่ยว เช่น มิติของการท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจนั้นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างเห็นพ้องว่าจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจ ที่รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เชิงสังคมและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น แหล่งช้อปปิ้งที่ดี สวนสนุกที่น่าสนใจ เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่สวยงาม รวมถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าบ้าน ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้านในจังหวัด ในด้านของมิติของการท่องเที่ยวประเภทการเดินทาง พบว่าภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงานั้น เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายในการเดินทางโดยเครื่องบิน ความสะอาดของสนามบินและสถานีขนส่ง ส่วนของมิติของการท่องเที่ยวประเภทสถานที่พัก พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงาในด้านของความหลากหลายของที่พัก รวมถึงจำนวนของห้องพัก มิติของการท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมสันทนาการนั้น พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ในด้านบวกมากมายหลายประการ ในด้านของมิติของการท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะอาดต่างๆ พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เชิงบวกกว่ามีความหลากหลายของประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม ความหลากหลายของร้านอาหาร และจำนวนร้านขายของที่ระลึกที่มากมาย นอกจากนี้ ภูเก็ตยังมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าทั้งสองจังหวัด ในส่วนของความพร้อมของการเป็นสถานที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือ MICE tourism เพราะจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมกว่าทั้งสองจังหวัดในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวก ห้องพัก สถานที่จัดประชุม รวมถึงคุณภาพของบุคลากร ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ที่ทางจังหวัดภูเก็ตได้กำหนดไว้ว่า จะพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าจังหวัดภูเก็ตมีสถานที่พักที่หลากหลาย จำนวนห้องพักที่เพียงพอ และเจ้าบ้าน ได้เห็นด้วยกับผลวิจัยที่ระบุว่าจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์โดดเด่นในด้านความหลากหลายและจำนวนห้องพักที่เพียงพอ แต่เจ้าบ้านบางคนแย้งว่าในฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาห้องพักในจังหวัดภูเก็ตมีราคาค่อนข้างสูงและจำนวนห้องพักอาจไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ในสายตาของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดภูเก็ตมีความเหมาะสมกับกลุ่มตลาดที่มีรายได้สูงหรือกลุ่ม High End (ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาชา , 2547)

ในส่วนของจังหวัดกระบี่ พบว่าภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดกระบี่ที่มีความโดดเด่นในสายตานักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายทางธรรมชาติทางทะเล หาดทรายและทะเลที่สวยงาม ความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อน ผู้คนเป็นมิตร รวมถึงความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกวัย ซึ่งเจ้าบ้านในจังหวัดกระบี่ต่างก็เห็นพ้องกับผลวิจัยดังกล่าว ภาพลักษณ์ด้านบวกอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย ความสะดวกในการเดินทางโดยเครื่องบิน สภาพถนนหนทางและความรู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางในจังหวัดกระบี่ ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทที่พักนั้น พบว่า จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในประเภทของที่พักที่มีความหลากหลาย รวมถึงบรรยากาศ ที่พักที่น่าพักผ่อน และเจ้าบ้าน ได้เห็นด้วยกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวชี้ระบุว่าสถานที่พักของจังหวัดกระบี่มีบรรยากาศที่ดีและน่าพักผ่อน และในส่วนของจำนวนที่พัก ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยว่า จังหวัดกระบี่มีจำนวนห้องพักที่เพียงพอ โดยเฉพาะในเขตอ่าวนาง นอกจากนี้ เจ้าบ้าน ได้เสริมว่าในขณะที่ โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้บริเวณชายหาดหรือทะเล จะต้องมีความสูงไม่เกิน 6 เมตร ซึ่งจะส่งผลดีต่อทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ (ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาชา, 2547)

ในส่วนของจังหวัดพังงา พบว่าภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจที่จังหวัดพังงามีความโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ คือความสงบของแหล่งท่องเที่ยวเหมาะต่อการพักผ่อน ไม่พลุกพล่าน เหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัยและมีสภาพป่าไม้และวนอุทยานที่ได้รับการดูแลอย่างดี ซึ่งก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปจังหวัดพังงา โดยเฉพาะบริเวณหาดเขาหลักเพราะชื่นชมกับความสงบเงียบของจังหวัดพังงา ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทาง พบว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงาได้รับผลเชิงบวกเกี่ยวข้องกับสภาพถนนหนทางที่ดี ความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด และเจ้าบ้าน มีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ระบุว่าพังงามีภาพลักษณ์ที่เด่นในส่วนของสถานที่พักมีบรรยากาศดีและน่าพักผ่อน และไม่ขัดแย้งกับผลวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าพังงามีความหลากหลายและจำนวนที่พักน้อยกว่าภูเก็ต นอกจากนี้ยังเสริมว่าการเพิ่มเติมจำนวนห้องพักในพื้นที่

จังหวัดพังงา ยกเว้นเขตเขาหลักอาจทำได้ง่ายขึ้นและอาจไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดพังงาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดภูเก็ต และไม่นิยมค้างคืนที่จังหวัดพังงา นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมประชุม เสนอให้รัฐบาลยื่นมือมาช่วยเหลือในด้านการยกเว้นภาษีให้กับนักลงทุนที่สนใจสร้างโรงแรมในตัวเมืองจังหวัดพังงาเป็นกรณีพิเศษ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการลงทุนและลดความเสี่ยงด้านการลงทุนในส่วนของโรงแรมในบริเวณเขาหลัก ผู้เข้าร่วมประชุม กล่าวถึงการก่อสร้างโรงแรมระดับห้าดาวขนาดใหญ่ ในบริเวณเขาหลักที่อาจก่อให้เกิดปัญหา เช่น การเดินทางเข้ามาของกลุ่มตลาดเอเชีย เช่น จีน ไต้หวัน เพื่อสร้างรายได้และเติมห้องพักให้เต็ม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวยุโรปซึ่งนิยมความเงียบสงบ ไม่พอใจและเลือกที่จะไม่เดินทางมายังเขาหลัก ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้อาจให้นักลงทุนที่ไม่ใช่คนท้องถิ่น ขาดความเข้าใจกับการท่องเที่ยวในบริเวณเขา (ตติยาพร จารุมณรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา, 2547)

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างทางสถิติของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกิจกรรมสันทนาการ พบว่า มีความแตกต่างทางสถิติในคุณลักษณะ ๖ หลายประการเช่น กิจกรรมสันทนาการที่มากมาย กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม กิจกรรมช้อปปิ้ง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในการจัดกิจกรรมกีฬา ภาพลักษณ์ของพังงาในส่วนของคุณลักษณะ ๖ กิจกรรมสันทนาการมากมาย พบว่ามีความแตกต่างทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดกระบี่และภูเก็ต แต่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า พังงามีกิจกรรมทางปามากกว่าจังหวัดภูเก็ต ในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ของภูเก็ตในส่วนของกิจกรรมช้อปปิ้ง (ภูเก็ต = 3.63 พังงา = 2.67 กระบี่=3.24) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ (ภูเก็ต = 4.19 พังงา = 3.66 กระบี่=3.93) และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวต่อกิจกรรมกีฬา (ภูเก็ต =3.69 พังงา = 3.00 กระบี่=2.90) มีความแตกต่างและมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าจังหวัดพังงาและกระบี่ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของภูเก็ตมีความแตกต่างและชัดเจนกว่าจังหวัดพังงาในส่วนของกิจกรรมที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม (ภูเก็ต=3.46 พังงา = 3.17) (ตติยาพร จารุมณรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา, 2547)

สำหรับพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี วัชรวิทย์ พิษผล และเนาวรัตน์ คงวิเชียรวัฒน์ (2550) ได้ศึกษากิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่กรณีศึกษา สวนสมุนไพร่ ตำบลคลองปราบ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้ผลการสำรวจข้อมูลทั้งจากเจ้าของพื้นที่และนักท่องเที่ยว พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุดคือ กิจกรรมด้านสุขภาพ (การนวด, การอบสมุนไพร) ร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ นำชมสวนสมุนไพร่ ร้อยละ 52.7 ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร่ร้อยละ 48.9 การศึกษาพันธุ์ไม้และพืชสมุนไพร ร้อยละ 45.7 การสาธิตขยายพันธุ์สมุนไพร่ ร้อยละ 44.6 การสาธิตการแปรรูปสมุนไพร ร้อยละ 43.3 และการชมทัศนียภาพ ร้อยละ 41.4 ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวข้างต้นนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรมีในสวนสมุนไพร่ คือ ป้ายบอกชื่อและให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร่ ร้อยละ 50.3 ศาลาหรือม้านั่งพักผ่อน ร้อยละ 46.5 ห้องน้ำ ร้อยละ 45.7 ป้ายบอกทางภายนอก (ก่อนเข้าสวนสมุนไพร่) ป้ายแผนผังและภายในสวนสมุนไพร่ ร้อยละ 34.1

เอกสารและคู่มือแนะนำสวนสมุนไพร ร้อยละ 39.2 ป้ายแผนผังภายในสวนสมุนไพร และ ลานจอดรถ ร้อยละ 36.8 จุดทิ้งขยะ ร้อยละ 36.3 ป้ายอาคาร ร้อยละ 31.7 สถานที่จัดอบรมและสัมมนา ร้อยละ 20.2 บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 38.2 และสถานที่พักผ่อน ร้อยละ 12.6 และความคิดเห็นในการใช้บริการภายในสวนสมุนไพร คือ สนใจในการ การศึกษาดูงาน ร้อยละ 53.2 ห้องเที่ยวพักผ่อนอย่างเดียว ร้อยละ 40.3 และ การฝึกอบรม 6.5 จากการสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยว การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดจากเจ้าของสวนสมุนไพร และกลุ่มสมาชิก เพื่อกำหนดกิจกรรมที่จะจัดขึ้นภายในสวนสมุนไพร ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและ เจ้าของสวนสมุนไพร และกลุ่มสมาชิก เป็นไปในแนวทางเดียวกันและยังทำให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวว่ากิจกรรมใดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด มาก และปานกลาง เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมภายในสวนสมุนไพร (วัชร พิษผล และเนาวรัตน์ คงวิเชียรวัฒน์, 2550)

สำหรับชุมชนแหลมโพธิ์ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี (จุฑามาศ กระจ่างศรี และโสภณ บุญล้ำ, 2550) การดำเนินกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวพร้อม ๆ กับการดูวิถีชีวิตการทำประมงไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีในชุมชนได้แก่ การล่องเรือลงพื้นที่ชมทิวทัศน์อ่าวพุมเรียง กิจกรรมในการล่องเรือจะทำกิจกรรมย่อย เช่น ตกเบ็ด ชมนกน้ำนกทะเลนา ๆ ชนิด ชูดูหอยและจับหอย จับปูเปี้ยว เที่ยวชมป่าชายเลนที่มีความอุดมสมบูรณ์ ชมหิ่งห้อย ปลาตีน ตัวเงินตัวทอง ลิงกัง เทียวเกาะเสียด ตากอากาศ ชมโครงการเลี้ยงปูม้าในคอกและร่วมกันจัดการทรัพยากรชายฝั่งในการสร้างที่อยู่อาศัยให้สัตว์น้ำและห่วงโซ่อาหารอย่างยั่งยืน เช่น การสร้างปะการังเทียม การจัดเรือไปดูป่าเชิงอนุรักษ์ ดูหอยขาว หอยไฟไหม้ หอยตลับ จับหอยรอกและหอย อื่น ๆ รวมทั้งศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในอาชีพประมง นอกจากการชมอาชีพประมงและร่วมกันจับสัตว์น้ำแล้ว ผลผลิตที่จับได้สามารถที่จะร่วมกันนำมาประกอบอาหารได้หลากหลายชนิด ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสในการประกอบอาหารด้วยตนเองร่วมกับชาวประมงซึ่งยินดีจะให้คำแนะนำในการประกอบอาหาร ซึ่งอาหารที่นักท่องเที่ยวสามารถประกอบอาหารและทำกินกัน เช่น ปูมานึ่ง ปูดำนึ่ง หอยต้ม กินพร้อมน้ำจิ้มที่ทำเอง ปลาตุ๋นทะเลผัดเผ็ด ปลาทูรายและปลาลิ้นหมาคดเกลือแล้วทอด แกงส้มปลากระบอกกับผักพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทำกินได้เลยในครอบครัวของชาวประมง

2.12 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

จากการศึกษาเปรียบเทียบสภาพลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ของตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาษา (2547) พบว่า สภาพลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวการเดินทางของจังหวัดภูเก็ต หลายประการด้อยกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงา ประกอบด้วย ความรู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทาง โดยรถโดยสารประจำทาง (กระบี่ = 3.75 ภูเก็ต = 3.55) ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว (กระบี่ = 3.8 ภูเก็ต = 3.54) สภาพถนนหนทางและสาธารณูปโภค (ภูเก็ต = 3.22 พังงา = 3.75 กระบี่ = 3.62) ความเหมาะสมของค่าโดยสารของรถรับจ้างและรถโดยสาร (ภูเก็ต = 2.79 พังงา = 3.49 กระบี่ = 3.41) เจ้าบ้านได้ยอมรับว่าปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นปัญหาที่จังหวัดภูเก็ต กำลังประสบอยู่ทั้งสิ้นในด้านสภาพลักษณะของความปลอดภัยในขณะที่เดินทางในจังหวัดภูเก็ตนั้น เจ้าบ้านยอมรับว่าสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง เช่น ปัญหาการแย่งชิงนักท่องเที่ยว การพูดจาที่ไม่สุภาพของคนขับรถ ปัญหาการลักทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยว ซึ่งเจ้าบ้านได้

ชี้แจงว่าปัญหาดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากพนักงานขับรถติดๆกันบางคนโดยเฉพาะผู้ที่เช่ารถจากผู้ประกอบการ ขาดความรู้เกี่ยวกับกฎจราจร ความเชี่ยวชาญในเส้นทางเนื่องจากมิได้เป็นชาวภูเก็ต ไม่มีใบอนุญาตขับรถโดยสารประจำทาง ขาดการดูแลตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ และมุ่งเน้นในการสร้างรายได้มากเกินไป ด้านภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าการเดินทางในจังหวัดภูเก็ตไม่รวดเร็วเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางในจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ เจ้าบ้านให้เหตุผลว่า อาจมีผลสืบเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ห่างไกลกัน เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงา ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวหลัก อยู่ไม่ไกลกันมากนัก ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางน้อยกว่า และนอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่พักผ่อนอยู่ในบริเวณเขาหลัก จังหวัดพังงา มักใช้เวลาส่วนใหญ่พักผ่อนอยู่ในโรงแรมและเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางไม่มากนัก และนอกจากนี้ การจราจรในจังหวัดภูเก็ตซึ่งหนาแน่นกว่าทั้งสองจังหวัดอาจเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางในจังหวัดภูเก็ตด้านราคาค่ารถโดยสารประจำทางในจังหวัดภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีความค่อนข้างแพงนั้นเจ้าบ้านมีความคิดเห็นตรงกัน เช่น ราคาค่าโดยสารรถแท็กซี่มีเตอร์ที่มีราคาแพงและผู้ขับรถแท็กซี่ไม่สนใจที่จะให้บริการในเขตเมืองภูเก็ต เนื่องจากรายได้ที่ต่ำกว่าค่าบริการที่รถติดๆกันได้และเมื่อเปรียบเทียบกับ การให้บริการที่บริเวณสนามบินที่สามารถตั้งราคาได้ โดยไม่ต้องอิงกับระยะทางที่ระบุตามมิเตอร์ และปัญหาผู้มีอิทธิพลตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลักซึ่งบังคับมิให้รถแท็กซี่ให้บริการในจุดต่างๆ ในจังหวัดกระบี่เจ้าบ้านมีความคิดเห็นว่าจังหวัดกระบี่ควรที่จะปรับปรุงสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางให้ดีขึ้น เช่น ขยายถนนให้เป็นถนน 4 หรือ 6 ช่องทางเดินรถ เพิ่มป้ายบอกทาง เน้นความปลอดภัยของรถโดยสารประจำทางและคุณภาพของพนักงานขับรถ นอกจากนี้ เจ้าบ้านเห็นว่าค่าโดยสารของรถรับจ้างและรถโดยสารในจังหวัดกระบี่ค่อนข้างแพง ซึ่งขัดแย้งกับผลของงานวิจัย แต่เจ้าบ้านมีความคิดเห็นตรงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อความสะดวกและสะดวกสบายของสนามบิน/สถานีขนส่งที่จังหวัดกระบี่ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะสถานีขนส่งของจังหวัดกระบี่ที่ยังไม่ได้รับการปรับปรุง สกปรก และขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีผลจากหลายสาเหตุ อาทิ ปัญหางบประมาณ รัฐไม่ให้ความสำคัญให้เกิดการลงทุนแก่ภาคเอกชนนอกจากนี้ จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างเด่นในส่วนการเดินทางโดยเครื่องบิน แต่เจ้าบ้านเสนอให้มีการเพิ่มเที่ยวบินไปยังจังหวัดกระบี่ของสายการบินราคาต่ำ (Low Cost Airlines) เช่น สายการบินนกแอร์ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว กระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งจะส่งผลดีให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ด้วยเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบัน สายการบินต่างๆ ก็มุ่งเน้นที่จะเพิ่มเที่ยวบินไปยังจังหวัดที่มีจำนวนเที่ยวบินที่ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว เช่น จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวเสนอให้มีการปรับปรุงระบบการจัดการของเรือหางยาว ซึ่งในขณะนี้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า เรือหางยาวไม่เป็นระเบียบ ไม่มีความปลอดภัยในการเดินทางโดยเรือหางยาว ราคาค่าโดยสารเรือหางยาวแพงนั้นเจ้าบ้านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลวิจัยดังกล่าว ซึ่งก่อให้เกิดปัญหามากมายเช่น เสี่ยงรบกวนของเรือหางยาว ความสกปรกบนชายหาดจากน้ำมันของเรือหางยาว การแย่งชิงลูกค้า การรบกวนนักท่องเที่ยว และปัญหาดังกล่าวมีผลจากการขาดกฎระเบียบและการบังคับใช้กฎหมายของภาครัฐสำหรับจังหวัดพังงาเจ้าบ้าน มีความคิดเห็นพ้องด้วยผลวิจัยที่ระบุว่า ความสะดวกและสะดวกสบายของสถานีขนส่ง ที่จังหวัดพังงาด้อยกว่าจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ ซึ่งปัญหาดังกล่าว สืบเนื่องจาก

สาเหตุหลายประการ เช่น ห้องน้ำไม่สะอาดที่มีผลสืบเนื่องจากการขาดผู้ดูแลและงบประมาณด้านการบำรุงรักษา นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุม เสนอให้มีการปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น การระบุราคาตามระยะทางที่ชัดเจน เวลาที่ใช้ในการเดินทาง ป้ายบอกจุดหมายปลายทางบนรถโดยสารประจำทาง การให้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีขนส่งและการพัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากรที่ทำงาน ณ สถานีขนส่ง ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางในจังหวัดพังงายังประสบปัญหาดังกล่าว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเขาหลัก จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานีขนส่ง อำเภอดงทับปด และเดินทางย้อนกลับมาเขาหลัก ซึ่งในความเป็นจริง นักท่องเที่ยวสามารถสามารถลงรถได้ระหว่างทาง หากพนักงานบนรถให้ข้อมูลที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุม เสนอให้มีการพัฒนาระบบขนส่งเชื่อมระหว่างภูเก็ตและพังงาที่ดีขึ้น เช่น การสร้างรางเชื่อมจากท่าอากาศยานภูเก็ตไปยังจังหวัดพังงา ซึ่งใช้งบประมาณน้อยกว่าสร้าง Land Bridge หรือ ถนน 4 เลน และช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าปัญหาด้านการเดินทางที่ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความสนใจและอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงา คือ การดูแลท่าเรือต่างๆ ในจังหวัดพังงา ในขณะนี้ มีปัญหาเรื่องความสะอาด ไม่มีระเบียบ ขาดหน่วยงานที่ดูแลและระบบที่ชัดเจน มีการแย่งชิงลูกค้าตั้งแต่ทางเข้าหรือบริเวณถนนทางเข้า ซึ่งปัญหาเหล่านี้ สามารถแก้ไขได้ หากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนร่วมมือจัดระบบที่ถูกต้องและเป็นธรรมสำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

สำหรับปัญหาด้านภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดพังงา พบว่าราคาอาหารที่เขาลูกสูงมาก ไม่สมเหตุสมผล และจำนวนร้านอาหารน้อยมาก (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2547)

2.13 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ

ด้านที่พักแรม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรควบคุมการสร้างโรงแรมหรือรีสอร์ทในจังหวัดพังงาให้จริงจังกว่าการปัจจุบันนี้เพื่อไม่ให้เหมือนภูเก็ต หรือสมุย ในจังหวัดกระบี่ โรงแรมในตัวเมืองกระบี่มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างมาก ควรมีศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่สามารถให้คำแนะนำนักท่องเที่ยว ที่สามารถให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดกระบี่และพื้นที่ข้างเคียงได้ และผู้ประกอบการ ไม่ควรฉวยโอกาสขึ้นราคาห้องพัก สำหรับจังหวัดพังงา อุทยานฯ ควรปรับปรุงที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากกว่านี้ โดยเฉพาะห้องน้ำ (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2547) นอกจากนี้ปัญหาที่พังงากำลังประสบอยู่คือการเจริญเติบโตของธุรกิจโรงแรมอย่างรวดเร็วบริเวณเขาหลัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความสงบเงียบอันเป็นจุดขายของเขาลูก การขาดแคลนบุคลากรที่ทำงานโรงแรมก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ผู้เข้าร่วมประชุมกำลังเป็นห่วงในด้านปริมาณและคุณภาพ จึงส่งผลให้โรงแรมที่เกิดขึ้นใหม่ดึงตัวพนักงานจากโรงแรมที่ตั้งอยู่ก่อนแล้ว เหตุผลของการขาดแคลนเพราะคนในพื้นที่ไม่มีความรู้ในด้านการทำงานโรงแรม ทั้งความรู้เกี่ยวกับการทำงานและภาษา ขาดการฝึกอบรมในด้านนี้ทั้งจากการศึกษาในระบบและการฝึกอบรมจากภาครัฐ ปัจจุบันมีแค่วิทยาลัยการอาชีพที่สามารถผลิตบุคลากรได้ในจำนวนจำกัด และมีข้อจำกัดในด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและอาจารย์ผู้สอน นอกจากนี้จังหวัดเองไม่สามารถผลิตบุคลากรเพื่อรองรับกับความต้องการของภาคธุรกิจโรงแรมพื้นที่ได้แล้ว สภาพแวดล้อมของพังงาเขาลูกยังไม่สามารถดึงดูดบุคลากรจากต่างถิ่นไม่ว่าจะเป็นจากจังหวัดใกล้เคียงอย่างภูเก็ตหรือกระบี่เพราะความเงียบ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่หลากหลายและเพียงพอ นอกจากนี้ฤดูกาลท่องเที่ยว ที่มีระยะเวลาแค่ 4-6 เดือน ของเขา

หลักทำให้พนักงานมีรายได้เพียงเวลา 4-6 เดือน ส่วนระยะเวลาที่เหลือ 6-8 เดือนในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวพนักงานมีโอกาสได้รับค่าจ้างต่ำมากเพราะโรงแรมส่วนมากปิดเพื่อซ่อมบำรุง ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงทำให้พนักงานขาดแคลนบุคลากรในโรงแรมอย่างรุนแรง (พรพิชญ์ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ, 2547)

ด้านร้านค้าของที่ระลึก

จากผลการดำเนินโครงการของ วิญญู วีรยางกูร สุกุล และคณะ (2548) ที่ดำเนินโครงการ กลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ได้มีข้อเสนอแนะที่สำคัญ คือ

1. จากผลการวิจัยสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคา คือ การมีป้ายบอกราคาและความโดดเด่นน่าประทับใจของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ดังนั้น จึงควรจะมีการปรับปรุงในด้านต่างๆ คือ 1) ให้มีการจัดทำป้ายบอกราคาสินค้าที่ได้มาตรฐาน และสังเกตเห็นได้ชัดเจน 2) ควรมีการตรวจสอบราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมและใกล้เคียงกันในแต่ละผลิตภัณฑ์ 3) ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นในแต่ละท้องถิ่นและสามารถเชื่อมโยงให้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวได้ 4) ควรจัดให้มีหน่วยงานเข้ามาดูแลและตรวจสอบระดับราคาและป้ายบอกราคาอย่างสม่ำเสมอ

2. จากผลการสัมมนากลุ่มย่อยพบว่า ภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน การกำหนดรูปแบบ และทิศทางของการตั้งราคาของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมค่อนข้างน้อย ซึ่งมีผลทำให้รูปแบบการตั้งราคาไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดย 1) ควรให้มีการระดมความคิดเห็นจากภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม 2) ให้เจ้าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นในการทำความเข้าใจในกระบวนการวางแผน การกำหนดรูปแบบและการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้มีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน 3) ควรมีการจัดฝึกอบรมและศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จให้แก่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (วิญญู วีรยางกูร สุกุล และคณะ, 2548)

ด้านบริษัทนำเที่ยว/บริการนำเที่ยว

ควรจะมีการฝึกอบรมภาษาให้กับเยาวชนในท้องถิ่นเพื่อที่จะให้เยาวชนสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ โดยทั้งงบประมาณที่ใช้ในการนี้ควรมาจาก อบต. หรือเทศบาลร่วมมือ (สมมาส เส็งสุย และคณะ, 2549)

ด้านธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง

การคมนาคมในจังหวัดภูเก็ต ผู้ใช้ยานพาหนะควรมีน้ำใจในการขับขี่ยานพาหนะ การคมนาคมไม่ค่อยสะดวก เนื่องจากป้ายรถเมล์ในเมืองไม่ชัดเจน ไม่มีรถโดยสารประจำทางราคาถูกที่สามารถนำเที่ยวรอบเกาะภูเก็ตได้ ระยะเวลาการให้บริการรถเมล์ในแต่ละวันน้อยเกินไป ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการคมนาคมในจังหวัดพังงา คือ ทางหลวงและทางอื่นๆในตัวเมืองพังงาค่อนข้างจะสับสน ควรมีป้ายบอกหมายเลขเส้นทางอย่างชัดเจน เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบกับแผนที่ทางหลวง ควรปรับปรุงระบบการจราจรทางน้ำ และระบบเข้า - ออกของ

เรื่อนำเที่ยวตามเกาะต่างๆ ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ควรมีระบบการขนส่งมวลชนที่ดีกว่านี้เพื่อบริการรับ - ส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ในราคาที่สมเหตุสมผล ควรมีการจัดระเบียบการจราจรอย่างจริงจัง โดยเฉพาะ การขับซิ่งรถจักรยานยนต์ ควรปรับปรุงถนน โดยเฉพาะที่เกาะลันตา ควรมีการควบคุมกำหนดราคาค่าเรือไปเกาะพีพีที่แน่นอน ชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต ควรมีบริการขนส่งมวลชนที่ดี เนื่องจากรถตู้รถตุ๊กและรถแท็กซี่ราคาแพงมาก หรือควรติดตั้งมิเตอร์ให้รถรับจ้างดังกล่าว ควรปรับปรุงระบบการจราจรทั้งจังหวัด เนื่องจากที่ภูเก็ตอันตรายมากๆ คนไม่ค่อยเคารพกฎจราจร ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดพังงา ควรติดตั้งป้ายแสดงเวลาการเดินทางโดยสารประจำทางเพื่อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ควรมีมาตรการควบคุม และจัดการกับพนักงานขับแท็กซี่ ที่ขับรถอันตราย และน่ากลัว และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดกระบี่ ควรมีการปรับปรุงขนส่งมวลชน (สาย ฝน ยวนแหล และคณะ, 2547) นอกจากนี้ในประเด็นดังกล่าวแล้วในจังหวัดพังงา พบว่า บขส. เป็นจุดอ่อนในด้าน ความสะดวกในการเดินทาง เพราะขาดความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ดี รวมถึงยังด้อยในเรื่องทักษะการสื่อสารของคนขับรถโดยสารและเจ้าหน้าที่ที่ บขส. ขาดการให้ข้อมูลเรื่องการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว และห้องน้ำที่ไม่สะอาดเพราะขาดผู้ดูแล และไม่มีงบประมาณดูแลรักษา จึงควรมีการปรับปรุงการให้ข้อมูลเรื่องการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ เช่น การระบุราคาค่าโดยสารตามระยะทางที่ชัดเจน ควรพัฒนาการให้ข้อมูลที่ บขส. โดยการฝึกให้พนักงานที่ บขส. และพนักงานขับรถโดยสารมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษและมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ รวมทั้งการรักษาความสะอาดอย่างจริงจัง อีกประเด็นที่ คือ ควรมีการพัฒนาบริการขนส่งมวลชนเชื่อมระหว่างภูเก็ต พังงา กระบี่ ซึ่งจะทำให้สะดวกทั้งคนในท้องถิ่นเอง และนักท่องเที่ยว ถึงแม้จะต้องลงทุนสูงก็ตาม เพราะจะช่วยแก้ปัญหาหลายอย่าง เช่น ลดการใช้พลังงาน แก้ปัญหาการติด ลดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและลดการลงทุนสำหรับการทำถนนเพื่อรองรับการจราจรที่เพิ่มขึ้น (พรพิชญ์ พรหมศิวัชพัลลภ และคณะ, 2547)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา

วรวิทย์ สุวัฒน์ เขมรรัฐ และคณะ (2548) ได้ศึกษาการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่ศูนย์กีฬาในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน ภูเก็ต พังงา กระบี่ และได้เสนอทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่ศูนย์กีฬาในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืนซึ่งมีผลการวิจัยที่ควรนำมาพิจารณาดังนี้ 1) ควรให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้เขต 4 เป็นองค์กรประสานงานกลางและมีศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัด และศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันเป็นองค์กรเครือข่ายในลักษณะศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One-Stop-Service Center) และมีวิสัยทัศน์คือมุ่งมั่นให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลโดยเชิดชูกีฬาทางน้ำ (Aquatic Sport) และกีฬาพื้นฐาน (Local Sport) เป็นภาพลักษณ์และจุดขายผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันดำเนินการสอน ฝึกทักษะ และจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและกีฬาพื้นเมือง อันได้แก่ มวยไทย กระบี่กระบอง ตะกร้อและเซปักตะกร้อ ตามลำดับ 3) ควรให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันจัดกิจกรรมกีฬาในฤดูท่องเที่ยว คือเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือน

เมษายนของปีถัดไป จัดกิจกรรมบริเวณที่มีปัจจัยดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอันได้แก่ ทะเล แสงแดด และหาดทราย และจัดกิจกรรมในวันเทศกาลประจำปีตามความเหมาะสม 4) ควรให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้หน่วยงานต่างๆ ชุมชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบ และรับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 5) ให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันใช้ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริมการตลาดกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย เสริมจุดแข็งโดยการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพทั้งในและต่างประเทศ และ 6) ให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันจัดกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบของจักรยานข้ามทุ่ง การเดินป่าปีนผาโรยตัว อันดามันไตรกีฬาผจญภัย มินิมาราธอนเลียบชายหาดตามลำดับสำหรับการแข่งขันแรลลี่เรือคายัค กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันเป็นไปได้ในระดับน้อย ทั้งนี้เพราะว่าเป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติยาก และจำกัดเฉพาะนักกีฬาที่มีประสบการณ์เท่านั้น ไม่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั่วไป

ด้านสุขภาพ/สปา

สปาควรมีการจัดการอย่างเป็นระบบ ตกแต่งสถานที่สวยงาม การแต่งกายเป็นเอกลักษณ์ แนวคิดชัดเจน ดึงดูดใจ ให้ความสำคัญกับสุขภาพนักท่องเที่ยว เน้นเรื่องความสะดวก ความปลอดภัยของสมุนไพร มีกิจกรรมเสริมหลากหลาย โปรแกรมฯ ของสปาปรับเปลี่ยนไปตามกระแส และความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความหลากหลาย ส่วนมุสลิมสปา เน้นลูกค้าในท้องถิ่นเป็นหลัก สื่อประชาสัมพันธ์เกินจริง การตั้งชื่อสปาสวนทางกับแนวปฏิบัติ (วัชร หิรัญพันธุ์ และคณะ, 2548)

ด้านพื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว

จากผลการดำเนินโครงการแนวทางการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาด และจิตวิทยาการบริการ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ของวัชร หิรัญพันธุ์ และคณะ (2548) ได้ข้อสรุปและมีแนวทางในการพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) วิถีชีวิตชุมชน ภาควิชาครุศาสตร์ชูนโยบายการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและการประชาสัมพันธ์ต้องพร้อมที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว กำหนดเงื่อนไขให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติที่ชัดเจน จัดทำปฏิทินกิจกรรมประจำปี ส่วนผู้ประกอบการการนำเที่ยวจะช่วยส่งเสริมการขายตลาดวิถีชีวิตชุมชนเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก

2) พืชพันธุ์ ควรกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้ชัดเจน ผู้ประกอบการจะสามารถวางรูปแบบการส่งเสริมการตลาดและการบริการได้ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวพืชพันธุ์มากกว่าชาวต่างประเทศ พืชพันธุ์ควรคำนึงการเข้าถึงเส้นทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกัน สิ่งอำนวยความสะดวก อาหาร จุดจำหน่ายของที่ระลึก ทำให้พืชพันธุ์มีชีวิต ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม ชมการแสดงทางประวัติศาสตร์ จุดสาธิต ควรจัดให้พืชพันธุ์รายการนำเที่ยวแรกๆ เพื่อให้เห็นภาพรวมของประวัติศาสตร์อันดามันและแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ ซึ่งพืชพันธุ์ควรเอื้อประโยชน์ร่วมกันกับผู้ประกอบการ และส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย หากได้รับการสนับสนุนด้านนโยบายจากภาครัฐ จะพัฒนาตลาดได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีความเสี่ยงน้อย หากเกิดปัญหาทางพืชพันธุ์และผู้ประกอบการต้องบอกให้นักท่องเที่ยวทราบ และจัดกิจกรรมเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมอย่างคุ้มค่า

3) ตำนานและวรรณกรรม ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน สำนวนความต้องการของตลาด นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวศึกษาดำเนินงานและวรรณกรรมมากกว่าชาวต่างประเทศ ควรจัดนำเที่ยวตามเรื่องราวของตำนานและวรรณกรรมเป็นแกน เดินทางท่องเที่ยวตามท้องเรื่อง เช่น ตำนานท้าวเทพกระษัตรี ท้าวศรีสุนทร โดยเชื่อมโยงกับโบราณสถานศาสนสถานได้ หรือชมการแสดงเรื่องราวตามตำนานและวรรณกรรมจากงานเทศกาล สำหรับภาคีภาครัฐควรชูนโยบายการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและการประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการนำเที่ยวได้รับผลประโยชน์ชัดเจน ชุมชนร่วมกันจัดสภาพแวดล้อมและคงเอกลักษณ์ไว้ มัคคุเทศก์มีทักษะในการถ่ายทอดเรื่องราวที่ถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ และในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจัดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหารพื้นเมือง ห้องน้ำ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก หรือ จุดแวะชมสถานที่จำลองเหตุการณ์ และชุมชนในฐานะผู้ดูแลพื้นที่ ควรรักษาเอกลักษณ์ของพื้นที่แห่งตำนานและวรรณกรรมไว้ มัคคุเทศก์เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวตามตำนาน และผู้ดูแลอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

และ รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ (2548) ได้เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดย

1) การจัดการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณี และวรรณกรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ควรตั้งอยู่บนแนวความคิดของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความเป็นเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่มีวิถีชีวิต และจารีตประเพณีแตกต่างกันออกไปตามความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา การให้คุณค่า และพิธีกรรมของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ ให้ประสานสอดคล้องและไม่ทำลายคุณค่าที่มีอยู่

2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมุ่งเน้นจุดหมายให้ชุมชนท้องถิ่นมีจิตสำนึก มีความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ประเพณีของตนก่อนเป็นอันดับแรก และสามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเข้าใจในวิถีชีวิต ประเพณี และวรรณกรรมท้องถิ่นของตนว่ามีคุณค่าอย่างไร

3) ลักษณะการจัดการท่องเที่ยวควรเป็นไปในรูปแบบของการส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติ ชุมชนท้องถิ่นกับวิถีชีวิต ประเพณี และวรรณกรรมท้องถิ่น โดยเป็นไปในลักษณะของการประสานสัมพันธ์ระหว่างการอนุรักษ์ การจัดการองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ และการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งสามารถบริหารจัดการชุมชนให้มีคุณภาพ และเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม ไม่เป็นการทำลายธรรมชาติ วิถีชีวิต ประเพณี และวรรณกรรมท้องถิ่นซึ่งมีคุณค่าต่อชุมชน

4) หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวทางการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ่ายทอดบทเรียนของแต่ละชุมชน และเป็นที่ปรึกษาด้านการจัดการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง เป็นการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมระหว่างกัน พร้อมทั้งสนับสนุน และสร้างโอกาสให้บุคลากรในชุมชนได้พัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

5) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีการสร้างเครือข่ายร่วมกับแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ หรือมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่รู้จัก จึงควรเสนอเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ สร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ดีให้นักท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว องค์กรต่างๆ ในชุมชน อำเภอ และจังหวัด เพื่อให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวดังกล่าว

6) ควรมีการสนับสนุนให้มีการศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของชุมชน โดยมุ่งเน้นประเด็นการศึกษาลักษณะศักยภาพของชุมชน และการจัดการการท่องเที่ยว การวางแผนกลยุทธ์การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ การศึกษาถึงศักยภาพด้านโครงสร้างขององค์กรที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว ผลกระทบที่จะตามมา การศึกษาด้านการเตรียมความพร้อมของแต่ละชุมชนต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การศึกษาด้านการจัดการองค์ความรู้ของแต่ละชุมชนเพื่อนำเสนอในรูปแบบการท่องเที่ยว การศึกษาถึงแนวทางด้านการจัดการการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยเน้นการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นสำคัญ

7) ควรมีการสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม การศึกษาด้านการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเกณฑ์มาตรฐานในการลดผลกระทบต่างๆ ที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยว

8) ควรส่งเสริมและปลูกฝังให้เยาวชนรักการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน ประเพณี และวรรณกรรมท้องถิ่นของชุมชน ตลอดจนให้เยาวชนดังกล่าวทำหน้าที่ในการถ่ายทอด หรือเป็นมัคคุเทศก์อาสาสมัครให้นักท่องเที่ยวได้

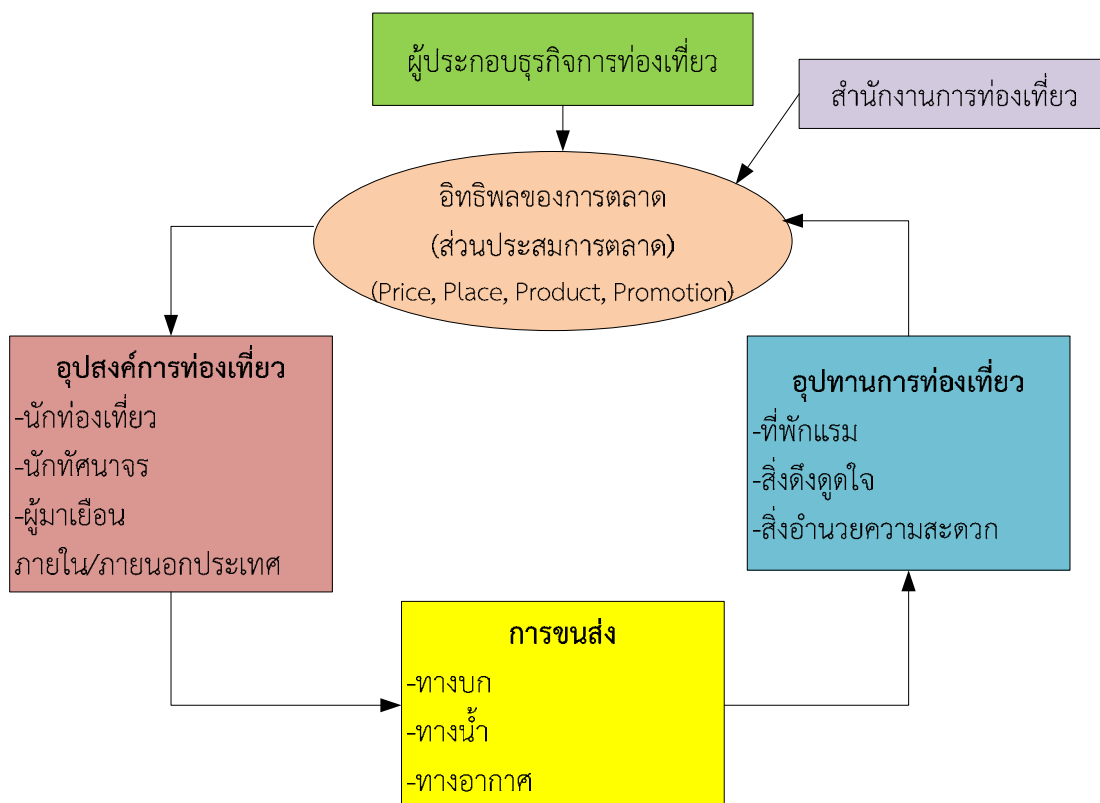
9) ควรมีการจัดทำตารางปฏิทินประจำปีของแต่ละชุมชน ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ เพื่อจะได้เลือกท่องเที่ยวให้ตรงเทศกาลงานประเพณีที่ตนเองสนใจ

10) ควรจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมุ่งเน้นไปที่ชุมชนซึ่งยังคงรักษาอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนให้ดำรงอยู่ในวิถีชีวิตปัจจุบัน และสมาชิกในชุมชนต่างให้ความสำคัญ มีจิตสำนึกและเห็นคุณค่าในวัฒนธรรมของตน โดยมีได้มุ่งหวังที่จะสร้างวัฒนธรรมเทียมขึ้นมาเพื่อเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เพราะจะเป็นการทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิมมากกว่าที่จะเป็นการอนุรักษ์อย่างแท้จริง ซึ่งจะส่งผลกระทบให้การจัดการท่องเที่ยวดังกล่าวไม่สอดคล้องกับหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

11) ควรส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นหลัก ซึ่งควรส่งเสริมให้ชุมชนได้มีส่วนสำคัญในการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมของตนและให้ความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อที่ชุมชนจะได้ปรับทิศทางการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและไม่ทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีคุณค่า นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้ทุกภาคีได้เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ Tourism Research Gap

ประเด็นและข้อค้นพบของการสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยว มีรายละเอียดตามคำถามการวิจัยการดำเนินกิจกรรมหลักในโครงการและงานวิจัยจำแนกตามโครงสร้างวงจรการท่องเที่ยวและปัญหาอุปสรรคในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยว และการจัด Cluster การท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ดังนี้



ภาพที่ 4.1 ความเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์ อุปทานและอิทธิพลของการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการดำเนินกิจกรรมหลักในโครงการและงานวิจัย ด้านอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว ปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน จำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยวและการจัด Cluster การท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

การดำเนินกิจกรรมหลักในโครงการ/งานวิจัย	กลุ่มท่องเที่ยว							
	อารยธรรมล้านนา	มรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	อารยธรรมอีสานใต้	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	Active Beach	Royal Coast	มหานครร้อยสองสมุทร
1. การดำเนินงานด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว								
1.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์/การส่งเสริมการขาย	-	✓	✓	-	-	-	-	✓
1.2 การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์	-	-	-	-	-	-	-	✓
1.3 การส่งเสริมการประชุมนานาชาติ	-	-	-	-	-	-	-	-
1.4 การจัดตั้งผู้แทนการตลาด	-	-	-	-	-	-	-	-
1.5 การจัด Events	-	-	-	-	-	-	-	-
1.6 ตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓
1.7 ระบบโลจิสติกส์/การขนส่ง	-	-	-	-	-	✓	-	✓

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การดำเนินกิจกรรมหลักในโครงการ/งานวิจัย	กลุ่มท่องเที่ยว							
	อารยธรรมล้านนา	มรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	อารยธรรมอีสานใต้	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	Active Beach	Royal Coast	มหานครสองสมุทร
2. การดำเนินงานด้านอุปทานของการท่องเที่ยว								
2.1 ที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
2.2 บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	✓	-	✓	-	-	-	-	
2.3 ร้านค้าของที่ระลึก	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓
2.4 บริษัทนำเที่ยว/บริการนำเที่ยว	-	-	✓	-	✓	✓	-	✓
2.5 ธุรกิจคมนาคม/ขนส่ง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
2.6 สื่อสาร/โทรคมนาคม	-	-	-	-	-	-	-	-
2.7 มัคคุเทศน์/ล่ามแปล	✓	✓	-	✓	-	✓	-	✓
2.8 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓
2.9 สำนักงานให้ข่าวสารการท่องเที่ยว	-	-	-	-	-	-	-	-
2.10 การให้บริการรถเช่า	✓	-	-	-	-	-	-	-
2.11 ศูนย์วัฒนธรรม/ศูนย์ประชุมนานาชาติ	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การดำเนินกิจกรรมหลักในโครงการ/งานวิจัย	กลุ่มท่องเที่ยว							
	อารยธรรมล้านนา	มรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	อารยธรรมอีสานใต้	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	Active Beach	Royal Coast	มหัตตวรรษสองสมุทร
2. การดำเนินงานด้านอุปทานของการท่องเที่ยว (ต่อ)								
2.12 สิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา	✓	-	-	-	-	-	-	✓
2.13 สุขภาพ/สปา	✓	-	✓	-	-	-	-	✓
2.14 แหล่งบันเทิงต่างๆ	✓	-	-	-	-	-	-	✓
2.15 ประชาชน	✓	✓	✓	-	-	✓	-	✓
2.16 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	✓	-	✓	✓	-	-	-	-
2.17 พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
3. ปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพระหว่างอุปสงค์และอุปทาน								
3.1 ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
3.2 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
3.3 ปัญหาด้านการตลาด	✓	-	-	-	-	-	-	-
3.4 แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาทางการตลาด	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓
3.5 กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ	-	-	✓	-	-	-	-	-

ในการวิเคราะห์ Tourism Research Gap เพื่อหาช่องว่างการวิจัยด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในสองมิติด้าน นโยบาย (Policy) และ การพัฒนา (Development) ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยด้านการท่องเที่ยว ในการพัฒนาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยดัดแปลงจากแนวคิดของ Department of Resource, Energy and Tourism, New Tourism Research Capability Analysis (2009)

ตารางที่ 4.4 Tourism Research Gap in Thailand

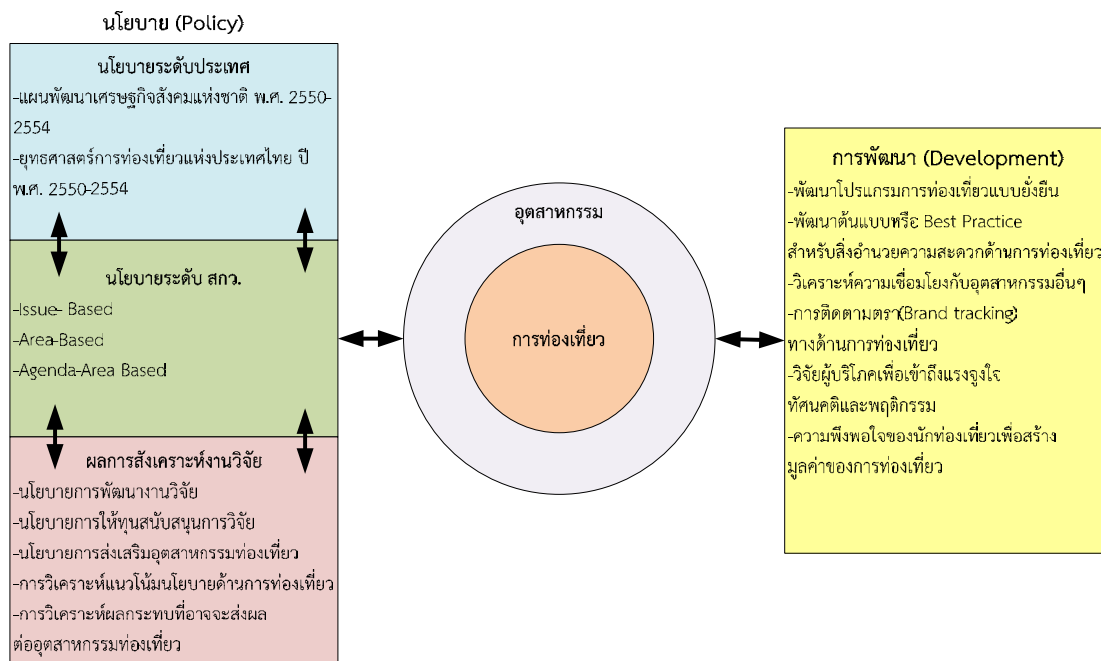
มิติ	ประเด็นการวิเคราะห์ (Issue)	ข้อค้นพบจากการสังเคราะห์งานวิจัย	Research Gap	ความเชื่อมโยง (Linkage)
นโยบาย (Policy)	-นโยบายการพัฒนางานวิจัย	-ไม่มีความชัดเจนในการกำหนดนโยบายการให้ทุนของ สกว. ที่ผ่านมา	-การกำหนดนโยบาย และพัฒนางานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของสกว. ให้ชัดเจน เพื่อใช้เป็นกรอบในการพิจารณา Themes ในการสนับสนุนทุนการวิจัย โดยเฉพาะด้านการพัฒนาบริการสื่อสาร โทรคมนาคม การให้ข่าวสารการท่องเที่ยว การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนำเที่ยวเป็นThemes ที่ควรสนับสนุนในงานวิจัยให้เพิ่มมากขึ้น นโยบายด้านการตลาดการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการประชุมนานาชาติ การจัดตั้งผู้แทนการตลาด การจัด Events สิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา ฯลฯ	-ต้องเชื่อมโยงกับ พรบ.นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551 และ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559

มิติ	ประเด็นการวิเคราะห์ (Issue)	ข้อค้นพบจากการสังเคราะห์งานวิจัย	Research Gap	ความเชื่อมโยง (Linkage)
	-นโยบายด้านการให้ทุนสนับสนุนการวิจัย	-ยังไม่มีนโยบายด้านการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยที่ชัดเจน	-ต้องกำหนดนโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยระยะยาวและระยะสั้นให้ชัดเจน โดยเฉพาะการให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยในกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast อย่างเร่งด่วน	-เชื่อมโยงกับ พรบ.นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551 และ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 -เชื่อมโยงกับแผนการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ วช.
	-นโยบายด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	-ยังขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ (Modern Tourism)	-ยังขาดข้อมูลอุปสงค์และอุปทานทางการให้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Hospitality and Tourism data) เช่น ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ ข้อมูลความต้องการด้านการท่องเที่ยว Themes park, attraction และ MICE เป็นต้น -ยังขาดข้อมูลอุปสงค์และอุปทานทางการขนส่งคมนาคม (Transportation data)	-การตลาด (Marketing) และการสร้างตราสินค้า (Brand) -การวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายการท่องเที่ยว
	-การวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว	-ไม่มีการวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว	-ควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว	-การตลาด (Marketing) และการสร้างตราสินค้า (Brand) -การวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายการท่องเที่ยว

มิติ	ประเด็นการวิเคราะห์ (Issue)	ข้อค้นพบจากการสังเคราะห์งานวิจัย	Research Gap	ความเชื่อมโยง (Linkage)
	-การวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจจะส่งผลถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์, การเมือง, เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี รวมถึงตลาดใหม่ๆ	-ไม่มีการวิเคราะห์ถึงผลกระทบหรือปัจจัยที่อาจจะส่งผลถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์, การเมือง, เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี รวมถึงตลาดใหม่ๆ	-ควรมีการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดในต่างประเทศ -ควรมีการวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย	-การตลาด (Marketing) และการสร้างตราสินค้า (Brand) -การวิเคราะห์แนวโน้มนโยบายการท่องเที่ยว

มิติ	ประเด็นการวิเคราะห์ (Issue)	ข้อค้นพบจากการสังเคราะห์งานวิจัย	Research Gap	ความเชื่อมโยง (Linkage)
การพัฒนา (Development)	-พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	-ยังม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนค่อนข้างน้อย	-ควรสนับสนุนการให้ทุนการวิจัยเพื่อส่งเสริมและพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนคนยากจน (Pro-Poor Tourism – PPT)	-นโยบายการท่องเที่ยว
	-พัฒนาต้นแบบ หรือ แนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว	-ยังไม่มีการพัฒนาต้นแบบ หรือ แนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว	-ควรสนับสนุนการให้ทุนการวิจัยเพื่อพัฒนาต้นแบบหรือแนวทางสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว	-นโยบายการท่องเที่ยว -การวิเคราะห์คู่แข่ง
	-วิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ	-ยังมีการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ	-ควรสนับสนุนการให้ทุนการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ	-การวิเคราะห์อุตสาหกรรม
	-การติดตามตรา (Brand tracking) ทางด้านการท่องเที่ยว	-ยังมีการวิจัยเพื่อพัฒนาตรา (Brand) และการติดตามตรา (Brand tracking) ทางด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม	-ควรสนับสนุนการให้ทุนวิจัยในเรื่องตรา (Brand) ของการท่องเที่ยว	-การวิเคราะห์อุตสาหกรรม -แนวโน้มของอุตสาหกรรม
	-การวิจัยผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจถึงทัศนคติ แรงจูงใจและพฤติกรรม	-มีการศึกษาเกี่ยวกับการวิจัยผู้บริโภคที่มีปริมาณมากพอ	-ควรทำการสังเคราะห์และถอดให้เป็นองค์ความรู้ที่สำคัญเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	-แนวโน้มของอุตสาหกรรม
	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้าง “มูลค่า” ของการท่องเที่ยว	-มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก	-ควรต่อยอดงานวิจัยดังกล่าว หรือทำการสังเคราะห์และถอดองค์ความรู้ออกมาเป็น “คู่มือ” หนังสือ ให้สามารถนำข้อมูลไปใช้สนับสนุนการ	-แนวโน้มของอุตสาหกรรม

มิติ	ประเด็นการวิเคราะห์ (Issue)	ข้อค้นพบจากการสังเคราะห์งานวิจัย	Research Gap	ความเชื่อมโยง (Linkage)
			ท่องเที่ยวได้	



ภาพที่ 4.3 สรุปผลการสังเคราะห์งานวิจัย

จากภาพที่ 4.3 ผลการสังเคราะห์งานวิจัยทางการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้สองมิติ คือ มิติด้านนโยบาย ที่ได้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของนโยบายการท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับสกว. ผลที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัย ซึ่งเป็นอุปทาน (Demand) ทางด้านการวิจัยของการท่องเที่ยวและยังมีช่องว่าง (gap) ที่จำเป็นจะต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วนอยู่ด้วยกัน 5 ประการ คือ 1) กำหนดนโยบายการพัฒนางานวิจัย 2) กำหนดนโยบายการให้ทุนสนับสนุนการวิจัย 3) กำหนดนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4) วิเคราะห์แนวโน้มด้านการท่องเที่ยว และ 5) วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจจะส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ทั้งนี้ในส่วนของอุปสงค์ (Supply) ที่เป็นข้อค้นพบจากการวิจัยเพื่อการพัฒนาและเป็นการเติมเต็มช่องว่างนั้นควรที่จะต้องมีพัฒนาในเรื่องของ 1) พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 2) พัฒนาด้านแบบ หรือ แนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 3) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ 4) การติดตามตรา (Brand tracking) ทางด้านการท่องเที่ยว 5) การวิจัยผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจถึงทัศนคติ แรงจูงใจและพฤติกรรม และ 6) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้าง “มูลค่า” ของการท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคตครั้งนี้สามารถสรุปผลอภิปราย ตามคำถามการวิจัย จำนวน 4 ประเด็น ดังนี้

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. ที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีปริมาณและคุณภาพอย่างไร
2. ช่องว่างการดำเนินงานวิจัยของนักวิจัยกับความต้องการของผู้ใช้งานวิจัย มีลักษณะอย่างไรและสามารถลดช่องว่างดังกล่าวได้อย่างไร
3. แนวโน้มของการศึกษาวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ในรอบ 5 ปีมีลักษณะอย่างไร และมีความแตกต่างกันหรือไม่ ระหว่าง 5 ปีแรก พ.ศ.2545 – 2550 และ 5 ปีหลัง พ.ศ.2551 – 2555
4. องค์ความรู้ที่สังเคราะห์จากงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ มีลักษณะอย่างไร

สรุปผลและอภิปราย

1. สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว.

ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ จากผลการประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. เฉพาะที่มีรหัสโครงการเป็น RDG (Research Development Grant) และ PDG (Project Development Grant) และงานวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ในระหว่างปี พ.ศ. 2545-2553 จำนวน 187 โครงการ เมื่อจำแนกตามภูมิภาคในประเทศไทยแล้ว พบว่า อันดับที่หนึ่ง คือ ภาคเหนือ อันดับที่สอง คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันดับสาม คือ ภาคอื่นๆ หรือไม่สามารถจำแนกภาคได้ อันดับสี่ คือ ภาคใต้ อันดับห้า คือ ภาคตะวันออก และอันดับสุดท้าย คือ ภาคกลาง โดยมีเอกสารที่เป็นงานวิจัยและโครงการที่เสร็จสมบูรณ์และสามารถสืบค้นได้พัฒนา และสามารถสืบค้นรายงานฉบับสมบูรณ์ได้จาก e-library.trf.or.th ระหว่างเดือน พฤษภาคม – ตุลาคม พ.ศ.2554 จำนวน 151 เล่ม เมื่อจำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยว 8 กลุ่ม ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 พบว่า อันดับที่หนึ่ง คือ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ อันดับที่สอง คือ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา อันดับสาม คือ กลุ่มท่องเที่ยวมหานครสองสมุทร อันดับสี่ คือ กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันดับห้า คือ กลุ่มการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach อันดับหก คือ กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง แต่ไม่พบงานวิจัยและโครงการในกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast

ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จากผลการสังเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สกว. ในช่วงปี พ.ศ.2545 – 2553 สามารถจัดจำแนกเป็น 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่

1) การดำเนินกิจกรรม/การดำเนินงานด้านการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่เน้นการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย/กลุ่มที่มาท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการตลาด นอกจากนี้บางส่วนเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์/การเสนอขาย การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์ ระบบโลจิสติกส์/การขนส่ง กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ ปัญหาด้านการตลาด แต่ไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการประชุมนานาชาติ การจัดตั้งผู้แทนการตลาด การจัด Events

2) การดำเนินงานด้านการพัฒนา ส่วนใหญ่เน้นการศึกษาเกี่ยวกับที่พักแรม ร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคม/ขนส่งมัคคุเทศก์/ล้ามนแปล ภัตตาคาร/ร้านอาหาร พื้นที่/แหล่งกิจกรรมท่องเที่ยว ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการพัฒนาและแก้ปัญหาด้านการให้บริการ นอกจากนี้บางส่วนเป็นการศึกษาเกี่ยวกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก บริการรถเช่า สิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา สุขภาพ/สปา แหล่งบันเทิงต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แต่ไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับบริการสื่อสาร/โทรคมนาคม สำนักงานให้ข่าวสารการท่องเที่ยว ศูนย์วัฒนธรรม/ศูนย์ประชุมนานาชาติ

ซึ่งสอดคล้องกับ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง (2547) ได้กล่าวถึง สาเหตุที่ทำให้การวิจัยด้านการท่องเที่ยวขับเคลื่อนช้ากว่าปกติ เนื่องจาก

1) ขาดการประสานงานกับผู้ใช้งานวิจัย ทำให้งานวิจัยที่ได้ส่วนใหญ่ ขาดข้อมูลเชิงลึก และเป็นการศึกษาเพียงมิติเดียว อีกทั้งยังขาดการเชื่อมโยง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ขาดการบูรณาการ)

2) ขาดการทำงานในลักษณะเครือข่ายพหุภาคี ที่ประสานกันระหว่างผู้ทำวิจัยและผู้ใช้ผลการวิจัย

3) นักวิจัยยังขาดความรู้ด้านการวิจัยและการวิจัยการท่องเที่ยว นักวิจัยบางคนยังมองว่า การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์โดดๆ ทำให้ศึกษาเป็นจุดๆ ทั้งที่จริงแล้วการวิเคราะห์และวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องบูรณาการเข้ากับศาสตร์อื่นๆ

4) นักวิจัยบางคนไม่กล้าที่จะทำงานวิจัยนอกเหนือสาขาวิชาที่ตนเองถนัด ทั้งๆ ที่งานวิจัยชิ้นนั้นอาจจะทำหายกว่า และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศชาติมากกว่า

5) นักวิจัยมักไม่ชอบทำงานเป็นทีม แม้มาจากสถาบันการศึกษาเดียวกัน ทำให้งานวิจัยทางการท่องเที่ยวไม่เป็นสหวิทยาการ ไม่สามารถที่จะนำไปใช้ได้จริง

6) นักวิจัยที่ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ต่างๆ มักทำตัวไม่เป็นกลาง ต่อต้านผู้มีอิทธิพลในพื้นที่ หรือต่อต้านกฎระเบียบของพื้นที่นั้นๆ ทำให้เก็บข้อมูลได้อย่างยากลำบาก

7) นักวิจัยหลายคนมักอ้างว่าไม่มีเวลา ภาระงานสอนมาก ทำให้ไม่มีเวลาทำวิจัย

8) นักวิจัยบางคนใช้เงินเป็นบรรทัดฐานในการวัดความสำเร็จ งานวิจัยที่ให้เงินน้อยก็จะไม่มีใครอยากทำ ทั้งที่หลายโครงการเป็นงานวิจัยที่น่าจะมีประโยชน์ต่อประเทศเป็นอย่างมาก

9) นักวิจัยหลายคนมีความสนใจที่จะทำงานวิจัย แต่ขาด “วัฒนธรรมการวิจัย” ละเลยหน้าที่ที่จะต้องทำตามพันธะสัญญาที่ทำไว้กับผู้ให้ทุน อาทิ ขั้นตอนการวิจัยแต่ละขั้นไม่ตรงตามแผนที่กำหนดไว้ ไม่เก็บรวบรวมข้อมูลหรือวิเคราะห์ข้อมูล ตามระเบียบวิธีวิจัยที่เขียนไว้ในข้อเสนอโครงการ ทำให้งานวิจัยที่ได้ขาดความน่าเชื่อถือและบิดเบือนไปจากความเป็นจริง

10) นักวิจัยบางคนยึดรูปแบบการวิจัยเพียงรูปแบบเดียว ไม่ว่าโจทย์วิจัยจะเป็นอย่างไร ก็จะมุ่งเน้นมาที่ R & D ซึ่งอันที่จริง งานวิจัยแต่ละเรื่องมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาต่างกัน เน้นการค้นพบหรือสร้างผลการวิจัยที่แตกต่างกัน ดังนั้นรูปแบบการวิจัยก็น่าจะหลากหลายและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่ศึกษามากกว่าที่จะมายึดเพียงแบบใดแบบหนึ่งเท่านั้น

11) นักวิจัยบางคนเขียนโครงการไม่เป็น เขียนวัตถุประสงค์การวิจัยไม่สอดคล้องกับระเบียบวิธีวิจัย แผนการปฏิบัติงานไม่สอดคล้องกับเนื้อหา และที่ร้ายไปกว่านั้นงานวิจัยบางชิ้น ให้คำตอบวิจัยเป็นคนละเรื่องกับคำถามวิจัย สถานการณ์นี้แสดงให้เห็นถึงการมองงานวิจัยไม่ทะลุและขาดองค์ความรู้ด้านทอ้งเกี่ยวข้องและการวิจัย

ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง (2547) ยังได้กล่าวถึงกรอบการวิจัยด้านการท่องเที่ยวของ สกว. ไว้ว่า แต่เดิม สกว. ใช้ประเด็นทางการท่องเที่ยว เป็นตัวตั้งในการดำเนินการวิจัย ทำให้ไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้อย่างเต็มที่ เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวจะยั่งยืนได้นั้น ไม่สามารถทำให้สำเร็จได้โดยใช้งานวิจัยท่องเที่ยวเพียงไม่กี่ชิ้น อีกทั้งงานวิจัยท่องเที่ยวที่มีแต่เดิมกระจายอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้น แนวคิดการใช้ “พื้นที่” เป็นที่ตั้ง (Area - Based) จึงถูกนำมาใช้เพื่อยกระดับและดำเนินการวิจัยในพื้นที่เดียวกัน เพื่อให้งานวิจัยทุกชิ้นเป็นองค์ประกอบเป็น “ภาพ” ที่ใช้งานได้และสามารถนำไปกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวได้จริง โดยมี 2 แนวคิดใหญ่ในการเลือกพื้นที่วิจัยด้านการท่องเที่ยว นั่นคือ

1) แนวคิดเมืองท่องเที่ยวบริวาร โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมายเบื้องต้น ได้แก่ ภาคเหนือ - กลุ่มล้านนา 4 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน และแม่ฮ่องสอน ภาคใต้ - กลุ่มอันดามัน 3 จังหวัด ประกอบด้วย ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ภาคอีสานตอนใต้ - กลุ่มวัฒนธรรมขอม 5 จังหวัด ประกอบด้วย นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

2) แนวคิดพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดน ได้แก่ สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย) ประกอบด้วยสงขลา ปัตตานี ยะลาและนราธิวาส สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (จีน พม่า ลาว ไทย) ประกอบด้วยเชียงใหม่ เชียงราย น่าน พะเยาและลำพูนและหกเหลี่ยมเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (พม่า ลาว จีนยูนนาน กัมพูชา เวียดนาม) ประกอบด้วยกลุ่มภาคเหนือตอนบน 9 จังหวัด ประกอบไปด้วยเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน แพร่ น่านและตาก กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ประกอบไปด้วย นครพนม เลย หนองคาย อุดรธานีอุบลราชธานี อำนาจเจริญและมุกดาหารและกลุ่มภาคตะวันออก 2 จังหวัดประกอบด้วย ปราจีนบุรีและสระแก้ว

ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง (2547) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ กลไกการทำงานร่วมกันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคตไว้ว่า กลุ่มการท่องเที่ยวหลัก 4 กลุ่มของ สกว. ได้แก่ 1) การวิจัยท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน 3) การพัฒนานโยบายและแผนการท่องเที่ยวมหภาค และ 4) การสร้างระบบสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว ต้องมีกลไกการทำงานที่มีความสอดคล้องกัน นั่นคือ การร่วมสร้างเครือข่ายภาคีด้านการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ เช่น เครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว เครือข่ายนักวิจัย นักวิชาการและสถาบันการศึกษา และเครือข่ายภาคธุรกิจและองค์กรทางการท่องเที่ยว อีกทั้งสร้างองค์ความรู้หลากหลายประเด็น โดยคาดการณ์ว่าประเทศไทยน่าจะมีศูนย์บูรณาการเพื่อการวิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น (ศวพท.) ซึ่งพัฒนามาจากสถาบันการศึกษาที่วิจัยด้านการท่องเที่ยว

ในแต่ละพื้นที่ที่เข้มแข็ง กระจายอยู่ทุกภาคของประเทศไทย ศูนย์ฯ นี้ มีพันธกิจในการส่งข้อมูลการวิจัยทางการท่องเที่ยวมายังสถาบันบูรณาการเพื่อการวิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (สวพช.) ซึ่งเป็นธนาคารข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยทางการท่องเที่ยวทั่วประเทศ “ธนาคารข้อมูลทางการท่องเที่ยวแห่งชาติ” ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคีในระดับท้องถิ่นและหนุนเสริมภาครัฐในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

นอกจากนี้ โฉมยง โต๊ะทอง (2547) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย ในรายงานการสังเคราะห์ภาพรวมการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะต่อผู้บริหาร

- 1.1 พัฒนาผู้สนใจทำวิจัยอย่างจริงจัง ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- 1.2 ส่งเสริม สนับสนุนให้รายวิชาการวิจัยเพื่อการท่องเที่ยวและวิชาสัมมนาปัญหาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดสอนในสถาบันการศึกษาได้นำไปสู่การปฏิบัติ
- 1.3 พัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกับภาคีที่เกี่ยวข้อง
- 1.4 จัดให้มีการประกันคุณภาพงานวิจัย
- 1.5 ส่งเสริมให้มีหลักสูตรอบรมผู้นำเที่ยวท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ
- 1.6 สร้างความตระหนักให้สถาบันการศึกษาเห็นความสำคัญของการวิจัย โดยการลดชั่วโมงสอน การให้รางวัลด้วยวิธีต่างๆ
- 1.7 พัฒนาระบบการกำหนดนโยบาย แปรนโยบายสู่การปฏิบัติและพัฒนาระบบติดตามประเมินผล

2) ข้อเสนอแนะต่อนักวิจัย

- 2.1 ให้การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริม โดยที่ชุมชนยังมีอาชีพหลัก
- 2.2 การพัฒนาระบบบริหารจัดการคุณภาพการท่องเที่ยวของท้องถิ่นเฉพาะถิ่น
- 2.3 จัดให้มีผู้ร่วมทีมวิจัยที่มีความสามารถหลากหลาย เพื่อส่งเสริมการวิจัยแบบบูรณาการมากขึ้น
- 2.4 พัฒนาบุคลากรด้านการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน ให้ทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อความตระหนักในคุณค่าการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2.5 การจัดการองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น เช่น พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ข้อมูล คู่มือท่องเที่ยว ฯลฯ
- 2.6 ศึกษาพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาทางวัฒนธรรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มเยาวชนระหว่างประเทศ อาจใช้ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพของมหาวิทยาลัยเป็นเครือข่าย
- 2.7 จัดให้มีงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว สามารถสอดประสานกับงานวิจัยด้านอื่นๆ เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน
- 2.8 สังเคราะห์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและต่อยอดความรู้

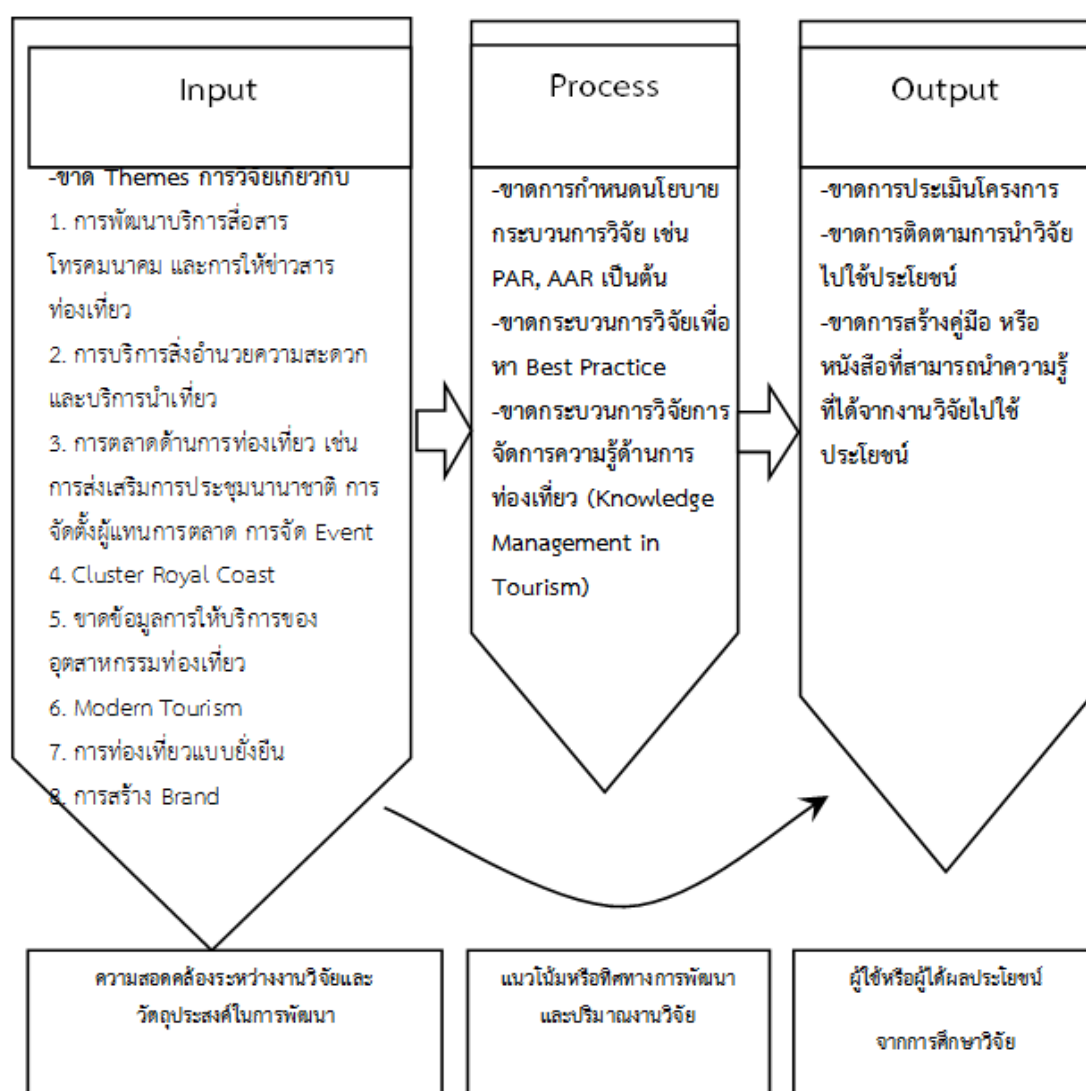
2.9 พัฒนาระบบเครือข่ายการตลาดและสินค้าท้องถิ่น รวมทั้งระบบการศึกษา การสร้างความเข้าใจและสื่อประชาสัมพันธ์

2.10 หัวหน้าชุดภูมิภาค สังเคราะห์โครงการวิจัยแต่ละภูมิภาค เพื่อหาจุดบอดที่ต้องการเติมเต็มในพื้นที่

2.11 ศึกษาทิศทางการท่องเที่ยวขององค์กรที่เกี่ยวข้องและนานาชาติ และความเคลื่อนไหวของประเทศเพื่อนบ้าน

2. ช่องว่างการดำเนินงานวิจัยของนักวิจัยกับความต้องการของผู้ใช้งานวิจัย

การวิเคราะห์ช่องว่างการดำเนินงานวิจัย (Research Gap) ของนักวิจัยกับความต้องการของผู้ใช้งานวิจัยมีกรอบความคิดในการสังเคราะห์ ดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 การวิเคราะห์ช่องว่างการดำเนินงานวิจัยกับความต้องการของผู้ใช้งานวิจัย

2.1 ช่องว่างการวิจัย (Research Gap)

ช่องว่างการวิจัยที่ค้นพบในมิติต่างๆ สามารถสรุปเป็น 2 ด้าน ดังนี้

2.1.1 ด้านนโยบาย (Policy)

- 1) ไม่มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน ในการพัฒนางานวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม มีเพียงแต่การกระจายทุนการวิจัยที่มีการให้ทุนเป็นชุดโครงการในแต่ละปี และยังไม่มีการประเมินผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) ที่ได้จากโครงการวิจัยดังกล่าว
- 2) ไม่มีการกำหนดนโยบายในการประเมินผลงานวิจัยที่ได้ให้ทุนสนับสนุนไปแล้วสามารถที่จะนำไปพัฒนาหรือต่อยอดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศได้หรือไม่
- 3) กรอบนโยบายการพิจารณา Themes ในการสนับสนุนการวิจัย ยังไม่ครอบคลุมถึงด้านการพัฒนาบริการสื่อสารโทรคมนาคม การให้ข่าวสารการท่องเที่ยว การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนำเที่ยว
- 4) ยังขาดกรอบนโยบายด้านการให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ด้านการตลาดท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการประชุมนานาชาติ การจัดตั้งผู้แทนการตลาด การจัด Events และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา
- 5) ขาดการกำหนดนโยบายในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยระยะยาว โดยเฉพาะยังขาดการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast อย่างเร่งด่วน เนื่องจากเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ
- 6) ขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ (Modern Tourism) ซึ่งยังขาดงานวิจัยทางด้านการให้บริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism product supply data) เช่น ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ, Themes park, Attraction และ MICE เป็นต้น และยังขาดข้อมูลด้านอุปสงค์ของการคมนาคมขนส่ง (Transportation supply side data)
- 7) ขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์และแนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว
- 8) ขาดการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดในต่างประเทศและการวิเคราะห์คู่แข่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.1.2 ด้านการพัฒนา (Development)

- 1) ขาดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงควรสนับสนุนการให้ทุนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนคนยากจน (Pro Poor Tourism: PPT)
- 2) ขาดการพัฒนาต้นแบบหรือแนวทางการปฏิบัติที่ดีสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
- 3) ขาดการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ
- 4) ยังขาดการวิจัยเพื่อพัฒนาตราสินค้า (Brand) และการติดตามตรา (Brand Tracking) ทางด้านการท่องเที่ยว

- 5) ขาดการสังเคราะห์และถอดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 6) ขาดการวิจัยเพื่อสร้าง “มูลค่า” ของการท่องเที่ยว

2.2 การลดช่องว่าง

การปิดช่องว่างการวิจัยที่ค้นพบ แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

2.2.1 ด้านนโยบาย (Policy)

1) กำหนด “แผนยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการท่องเที่ยวของ สกว. ปี พ.ศ. 2556-2560” เพื่อที่จะกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และ Themes การวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ผลการวิจัยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกำหนดให้มีแผนปฏิบัติการวิจัยประจำปี ซึ่งเป็นแผนระยะสั้นในแต่ละปีอย่างชัดเจน

2) พัฒนาระบบ “ติดตามและประเมินการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์” โดยจะต้องกำหนดเงื่อนไขในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ตั้งแต่เริ่มทำสัญญาสนับสนุนการวิจัย

3) กำหนดทิศทางการวิจัย (Research Themes) ที่ชัดเจน โดยกำหนดแผนที่นำทาง (Roadmap) และ ระดับขั้นของความสำเร็จ (Milestone) ในแต่ละปี เช่น

3.1) วาระเร่งด่วน ได้แก่ การวิจัยกลุ่ม Royal Coast

3.2) วาระเพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการประชุมนานาชาติ การจัดตั้งผู้แทนการตลาด การจัด Events และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา

3.3) วาระเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบใหม่ (Modern Tourism) เช่น การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ, Themes park, Attraction และ MICE เป็นต้น

3.4) วาระเพื่อศึกษาผลกระทบและแนวโน้มการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์และแนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การเป็นประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN) เป็นต้น

2.1.2 ด้านการพัฒนา (Development)

1) กำหนดโจทย์การวิจัยที่มีการบูรณาการความต้องการของผู้ใช้งานวิจัยจากภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมอื่นของประเทศไทย

2) กำหนดโจทย์การวิจัยที่ใช้กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อค้นหาต้นแบบ (Best Practice) ที่ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีให้กับอุตสาหกรรม รวมถึงควรมีการสังเคราะห์และถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในแต่ละปี เพื่อประมวลและจัดทำเป็นฐานความรู้ (Knowledge-based) ด้านการวิจัยท่องเที่ยวของ สกว.

3) กำหนดโจทย์การวิจัยเพื่อ “การสร้างตรา” (Brand) รวมถึงการสร้าง Brand Loyalty และ “การสร้างมูลค่า” (Value) ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4) กำหนดโจทย์การวิจัยที่สร้างช่องทางการตลาดแบบใหม่ เช่น e-Marketing, Social Network Marketing, E-Commerce ที่ช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

3. แนวโน้มของการศึกษาวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ในรอบ 5 ปี

3.1 การวิจัยด้านอุตสาหกรรมบริการในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

ผลจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า มีปัจจัยนำเข้าด้านระเบียบวิชาการ (Disciplinary Input) ของการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Ritchie & Timur (2008, p. 4); ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2555, หน้า 3) ซึ่งสอดคล้องกับ Themes ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยอยู่ด้วยกันทั้งหมด 13 กลุ่มเรื่อง คือ

1. การศึกษา (Education: Tourism Education)
2. เศรษฐกิจ (Economic: Economic of Tourism)
3. มานุษยวิทยา (Anthropology: Host-Guest Relationship)
4. รัฐศาสตร์ (Political Science: Political Issue)
5. ภูมิศาสตร์ (Geography: Geography of Tourism)
6. สถานประกอบการ (Entrepreneurship: New Venture Development)
7. สถาปัตยกรรม (Architecture: Landscape Design)
8. เกษตรกรรม (Agriculture: Rural Tourism)
9. การตลาด (Marketing: Marketing of Tourism)
10. ประวัติศาสตร์ (History: History of Tourism)
11. ธุรกิจ (Business: Management of Tourism Organization)
12. การขนส่งคมนาคม (Transportation: Transportation Studied)
13. โรงแรมและร้านอาหาร (Hotel and Restaurant Administration: Hospitality Studies)

ตารางที่ 5.1 ศาสตร์/สาขาวิชาทางการท่องเที่ยว

ศาสตร์ / สาขาวิชา	หัวข้อ / รายวิชาทางการท่องเที่ยว
- จิตวิทยา	- จิตวิทยาการบริการ จิตวิทยาและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- มานุษยวิทยา	- ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนวัฒนธรรมการท่องเที่ยว
- สังคมวิทยา และรัฐศาสตร์	- โลกที่ปราศจากพรมแดน เสรีภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พัฒนาการของการปกครองและกระจายอำนาจ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน การพัฒนาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม
- ประวัติศาสตร์	- วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวในแต่ละยุคสมัยการเปรียบเทียบ เหตุการณ์ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในแต่ละ

ศาสตร์ / สาขาวิชา	หัวข้อ / รายวิชาทางการท่องเที่ยว
	ละภูมิภาค
- ภาษาต่างประเทศ	- ภาษาต่างประเทศในงานอาชีพ การสื่อสาร การเจรจาต่อรองข้ามวัฒนธรรม
- ภูมิศาสตร์ นิเวศวิทยา วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม	- การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว การออกแบบการนำเที่ยวและการให้บริการให้เข้ากับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การจัดการมรดกทางการท่องเที่ยว
- เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ	- เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวและผลกระทบ การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลได้ของการลงทุน โอกาสและภาวะการแข่งขัน การตลาด การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวการจัดการ อุปสงค์ และอุปทานทางการท่องเที่ยว การจัดการองค์การทางการท่องเที่ยว
- การเกษตร อุทยานแห่งชาติ และนันทนาการ	- การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจ้ดนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยว
- การวางแผนและพัฒนาเมือง	- การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตต่าง ๆ การวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- การขนส่ง	- ระบบการขนส่งผู้โดยสาร ระบบโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยว
- การบริหารจัดการธุรกิจบริการ	- การจัดการโรงแรม ภัตตาคารร้านอาหาร การจัดการธุรกิจนำเที่ยว การประเมินคุณภาพมาตรฐานการบริการ จิตบริการศึกษา (Hospitality Education) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- วิทยาศาสตร์การกีฬา วิทยาศาสตร์สุขภาพ	- การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การเล่นกีฬาในช่วงการมีเวลาว่าง และการพักผ่อน รูปแบบการส่งเสริมกีฬาเพื่อนันทนาการ และการรักษาสุขภาพ
- เทคโนโลยีสารสนเทศ	- การใช้โปรแกรมประยุกต์ในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว
- กฎหมาย	- พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ร.บ.การโรงแรม พ.ร.บ.สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย พ.ร.บ.ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง และการดำเนินงานในระบบการท่องเที่ยว
- ศีลศาสตร์	- การพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนทางการท่องเที่ยว การฝึกอบรมบุคลากร

ทั้งนี้ยังมีประเด็นการวิจัยหรือโจทย์การวิจัยอื่นๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทยอีก 8 กลุ่มเรื่อง ดังนี้

1. รัฐศาสตร์ (Political Science: Political Issue)
2. จิตวิทยา (Psychology: Tourism Motivation)
3. วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม (Heritage and Environmental Management)
4. สวนสนุกและนันทนาการ (Park and Recreation: Recreation Management)
5. การวางแผนเมือง (Urban and Regional Planning: Tourism Planning and Development)
6. กฎหมาย (Law: Tourism Law)
7. วิทยาศาสตร์การกีฬา (Kinesiology: Sport Tourism organization)
8. การพนัน (Gaming: Casino Management)

หากพิจารณาถึงโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ สกว. ควรกำหนดประเด็นการวิจัยหรือโจทย์การวิจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการวิจัยและเป็นจุดแข็งของประเทศ เช่น ด้านวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม (Heritage and Environmental Management) ซึ่งอาจจะดูด้านความหลากหลายทางด้านชีววิทยา หรือ การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ซึ่งเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตที่สำคัญ รวมถึงการใช้จิตวิทยาการท่องเที่ยว (Psychology: Tourism Motivation) เพื่อเป็นการสร้าง “มูลค่า” และการสร้างตรา (Brand) กับการท่องเที่ยว

3.2 การท่องเที่ยวในอนาคต

สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTTC) คาดการณ์ว่าในระยะยาวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถูกคาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 4.4 ต่อปี ในช่วงปี ค.ศ. 2010-2020 ประเทศเกิดใหม่ถูกคาดว่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของการเติบโต โดยที่จีนจะเป็นผู้นำและคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวขาออกสูงถึง 95 ล้านคน ภายในปี ค.ศ. 2020 รวมทั้งจะมีตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่แข็งแกร่งเพิ่มขึ้นเต็มตัว (โศรยา หอมชื่น, 2553) ซึ่งสาเหตุนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้ คือ การเปลี่ยนแปลงลักษณะทางการท่องเที่ยวและค่านิยมของนักท่องเที่ยว ซึ่ง สกว. ควรที่จะกำหนดโจทย์การวิจัยเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้ผลการวิจัยในการพัฒนาประเทศ ซึ่งมีรูปแบบการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

3.2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความสวยงามซึ่งมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เช่น ในปี ค.ศ. 2005 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมารับการรักษาที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ของประเทศไทย กว่า 400,000 คน ทำให้ความสำคัญในจุดนี้เป็นจุดขาย (พิจาริณี โสชัยยะกุล, 2551) ซึ่งสอดคล้องกับ ราณี อิลิชัยกุล (2546 หน้า 90-91) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของ

นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งตามลักษณะสุขภาพของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ 1) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยถูกกว่าต่างประเทศ และประเทศไทยมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญและมีมือหลายด้าน 2) การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้ นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี และเป็นธรรมชาติ รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และออกกำลังกายอย่างเบา ๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการลักษณะนี้ เช่น ชีวาธรรม สถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น และ 3) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างถูกวิธี เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การฝึกไทเก็ก การอาบแร่หรือสปา การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการพักผ่อนในสถานที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภท ทั้งนี้ สกว. ควรกำหนดประเด็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ชัดเจนทั้ง 3 ระดับตามลักษณะของการท่องเที่ยว

3.2.2 การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับการตลาดการท่องเที่ยว (IT for Tourism)

ภายใต้การจัดระเบียบโลกในยุคศตวรรษที่ 21 การพัฒนาเทคโนโลยี การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถึงผู้คนต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว และแตกต่างไปจากอดีต กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตจะแบ่งออกเป็นกลุ่มเล็กๆ มากขึ้น ดังนั้นจึงควรใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่รอบตัวเราให้เป็นประโยชน์ในการทำตลาดของการท่องเที่ยว ซึ่ง สกว. ควรจะกำหนดโจทย์การวิจัยดังนี้

1. การผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว: เช่น สื่อมัลติมีเดียสำหรับการท่องเที่ยว
2. การผลิตแผนที่ระบบภูมิสารสนเทศ (Geographic Information System (GIS) ของแหล่งท่องเที่ยว
3. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เพื่อส่งเสริมการทำตลาด Online และเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยว
4. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce for Tourism) เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว
5. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์มือถือ (M-Commerce) คือ ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่นิยมในอนาคตที่นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากขึ้น

3.2.3 MICE

การท่องเที่ยวประเภท MICE นับเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก (Hing et al., 1998) ซึ่งมาจากการรวมกันของคำว่า การจัดประชุม (Meeting) การให้รางวัลใจ (Incentive) การจัดสัมมนา (Convention, Conference) และการจัดนิทรรศการ (Exhibition) ซึ่งในอนาคตประเทศไทยน่าจะประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรม MICE นี้ ซึ่งจะต้องเตรียมความพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (ปรับปรุงจาก เสรี วังสไพจิตร) ดังนี้

- การเตรียมความพร้อมของจุดหมายปลายทาง (Destination) ให้เป็นเมืองที่มีความน่าสนใจระดับนานาชาติ (International appeal) เป็นส่วนกระตุ้นให้มีความสนใจมาร่วมประชุม
 - เปิดโอกาสด้านธุรกิจให้กับผู้ซื้อหรือผู้จัดงานก่อนที่จะตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงาน
 - การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการระดับมาตรฐานสากล
 - ผู้จัดงาน MICE มีความคาดหวังต่อการบริการที่ได้รับ เนื่องจากมีความซับซ้อนและละเอียดอ่อนสูง
 - Service Suppliers ในท้องถิ่น ต้องมีความสามารถในการขอใช้สถานที่จัดประชุมในสถานที่ซึ่งมีความสง่างามและมีชื่อเสียง เช่น ปราสาท คุกาสัน พระราชวัง
 - หลักประกันความสำเร็จในการจัดงาน ทั้งเรื่องการจัดงาน ระยะเวลา และผู้เข้าร่วมงาน เป็นต้น
 - การติดต่อสื่อสารจะต้องมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญมากก็คือ บุคลากรต้องมีความชำนาญและคล่องแคล่วด้านภาษาอังกฤษ หรือความหลากหลายของภาษา ที่เรียกว่า Lingua Franca ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมี
 - เป็นสถานที่ที่มีความปลอดภัยและมั่นคง (Safe and Secure)
- ทั้งนี้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านการจัดนิทรรศการ เช่น มีหอประชุมอิมแพค เมืองทองธานี หอประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และหอประชุมไบเทคบางนา ซึ่งหากมีการได้รับการสนับสนุนให้ศึกษาวิจัยเพื่อนำผลจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทยได้ เหมือนกับกรณีตัวอย่างของประเทศสิงคโปร์ที่ประสบความสำเร็จการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่เกี่ยวกับ MICE

3.2.4 การท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหาร (Culinary Tourism/Gastronomic Tourism/Food Tourism)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในเรื่องของอาหารไทยเพราะอาหารไทยมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ดังนั้นก็จะมีสนับสนุนการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารไทย ดังนั้นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวควรต้องให้ความสำคัญกับสถานที่ประกอบและจำหน่ายอาหารให้กับนักท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัยในการบริโภคและมีความสร้างสรรค์ในสินค้าและบริการและสามารถสร้างศักยภาพในธุรกิจอาหารในเส้นทางท่องเที่ยวได้ ดังนั้น สกว ควรให้การสนับสนุนงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ Gastronomic Tourism โดยอาจมีการกำหนดโจทย์ของงานวิจัยที่สามารถช่วยพัฒนาในเรื่องของวัฒนธรรมอาหารไทยในท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ด้านวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้ชุมชน และประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับ Langworthy et al. (2006) ได้กล่าวถึงเหตุผลที่น่าสนใจของการเติบโตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอาหารไว้ว่า ภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ชนบท เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นส่วนสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ลงสู่ชุมชนท้องถิ่น และเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นิเวศวิทยา และธรรมชาติ ทำให้เกิดผลประโยชน์ต่อเกษตรกรท้องถิ่น การมีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น มีรายได้ที่สูงขึ้น เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ชุมชนเรียนรู้คุณค่าของเกษตรกรรม เพื่อการสร้างเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ เช่น การสาธิตวิธีการผลิตอาหาร การเลือกซื้อวัตถุดิบประกอบอาหารจากแหล่งผลิต เป็นต้น

3.2.5 การท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม (Handicraft Tourism)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในเรื่องของศิลปหัตถกรรม โดยเฉพาะหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เช่น ภาคเหนือได้แก่ ร่มบ่อสร้าง ไม้แกะสลัก ภาคอีสานได้แก่ ผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา ภาคกลางได้แก่ เครื่องจักรสาน ภาพวาด และภาพไม้ได้แก่ ผ้าบาติก เครื่องจักรสานย่านลิเภา เป็นต้น ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยการท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรมเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น และเป็นการรักษาภูมิปัญญาของคนไทยเอาไว้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Bob McKercher และ Hung Hom (2008) ได้กล่าวถึงงานหัตถกรรมและการท่องเที่ยวว่า เป็นรูปแบบที่สามารถสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น แล้วยังสร้างผลประโยชน์ให้กับชุมชนท้องถิ่น แต่การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรมให้ยั่งยืนและประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องหาความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับและการเกิดความเสี่ยงที่น้อยที่สุด หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถมีบทบาทสำคัญที่จะส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรมเกิดความยั่งยืนได้ โดยการกระตุ้นให้การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น การส่งเสริมการขายสินค้าที่เป็นโบราณวัตถุที่เลียนแบบของจริง เพื่อป้องกันการทำลายโบราณวัตถุของจริง การส่งเสริมการขายอย่างเป็นธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านท้องถิ่น การส่งเสริมผู้ผลิตสินค้าที่ถูกลิขสิทธิ์ และการคุ้มครองด้านการออกแบบและรูปแบบวิธีการผลิต การส่งเสริมการจัดทำใบอนุญาตสำหรับผู้ผลิตหรือช่างฝีมือที่มีฝีมือเป็นเอกลักษณ์ การให้ความรู้และการฝึกอบรมช่างฝีมือเกี่ยวกับการขายและการตลาด การช่วยหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า การขายสินค้าผ่านช่องทางที่เป็นของภาครัฐ เช่น พิพิธภัณฑ์ ป้องกันการค้าของปลอม การให้คำปรึกษากับชุมชนท้องถิ่นเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย

3.2.6 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)

ประเทศไทยมีภูมิประเทศที่ได้เปรียบในเรื่องของทัศนียภาพและความงดงามของธรรมชาติ อีกทั้งยังมีสถานที่รองรับสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี เช่น สนามกอล์ฟ ซึ่งมีกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ ทั้งนี้ควรสนับสนุนให้มีการทำการศึกษาวิจัยการท่องเที่ยวเชิง

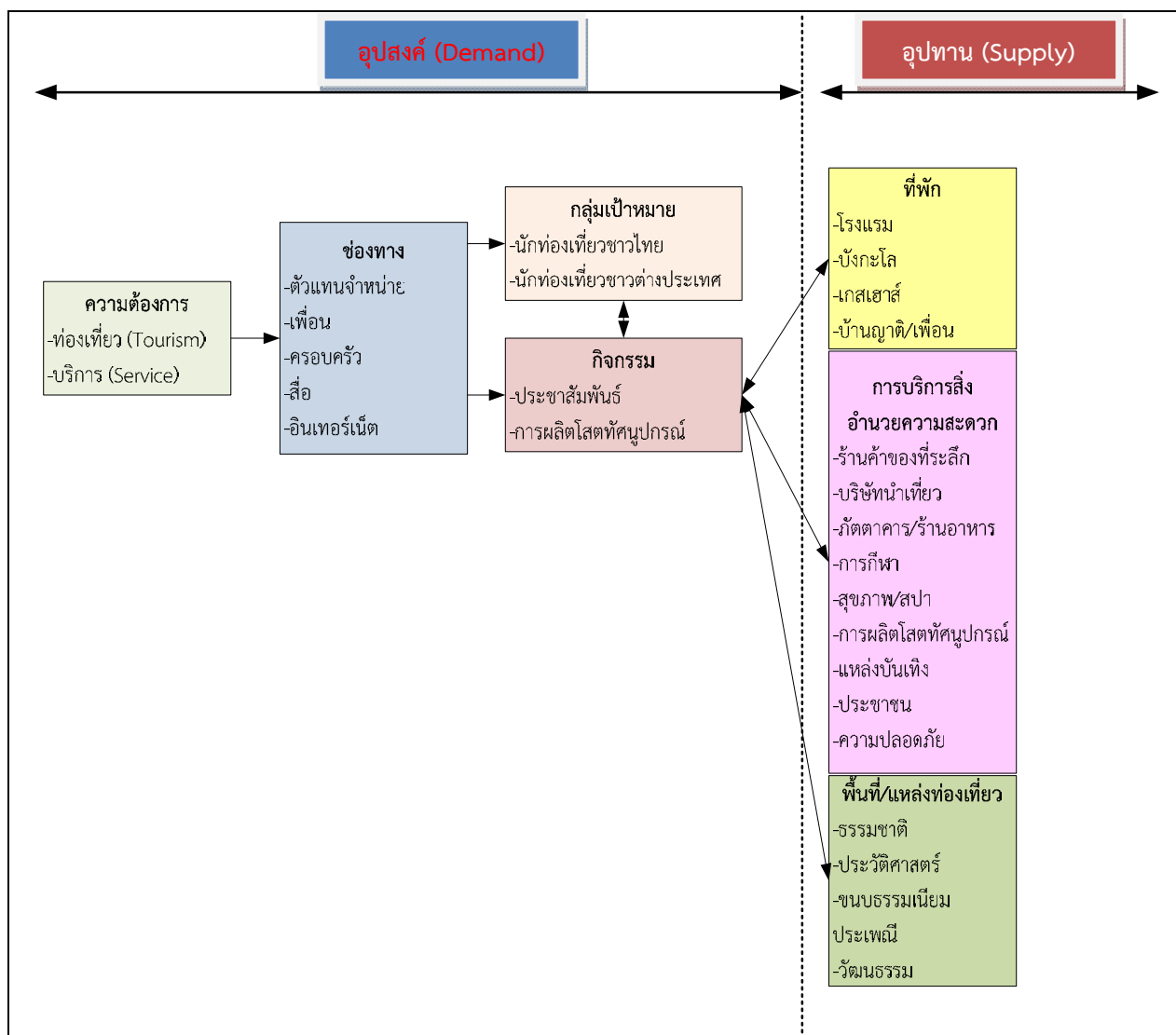
ก็หาอย่างชัดเจน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะเข้ามาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มากขึ้นในอนาคต

3.2.7 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มุ่งเน้นในการเข้าถึงวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ โดยการให้ผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์ที่พิเศษ และมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แท้จริงของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับ Greg Richard และ Julie Wilson (2006) ได้เปรียบเทียบลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ กล่าวคือ ในมุมมองของผู้ผลิตมีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวจากการนำเสนอวัฒนธรรมระดับสูง (High Culture) ซึ่งหมายรวมถึงพิพิธภัณฑ์ อาคารแสดงผลงานศิลปะ รูปปั้น อนุสาวรีย์ และอื่นๆ ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องไปชมมาสู่สถานที่ท่องเที่ยวแบบหายาก และยังไม่ค่อยมีผู้ใดได้ชื่นชม (Unseen Destinations) รวมถึงร้านอาหารท้องถิ่น ตลาดขายของสดประจำพื้นที่ สถานที่ที่ชาวบ้านท้องถิ่นใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมประจำวัน (Everyday Culture) ของคนในพื้นที่มากขึ้น ในขณะที่เดิมนักท่องเที่ยวก็เริ่มมีความอยากที่จะเข้าไปสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ตนได้ไปเยี่ยมชม (Active Consumption) มากกว่าที่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นเสมือนคนนอกผู้มาเยือน เป็นเพียงผู้สังเกตการณ์ และไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ (Passive Consumption) จากแนวคิดดังกล่าวสามารถบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและการสร้างรายได้ให้ประเทศและชุมชนท้องถิ่นได้

4. องค์ความรู้ที่สังเคราะห์จากงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ผลการถอดองค์ความรู้ที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัย สามารถนำเสนอดังภาพที่ 5.2 โดยดัดแปลงจากแนวคิด “A supply and demand model of medical tourism” (Heung *et al.*, 2011).



ภาพที่ 5.2 องค์ความรู้ที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัย

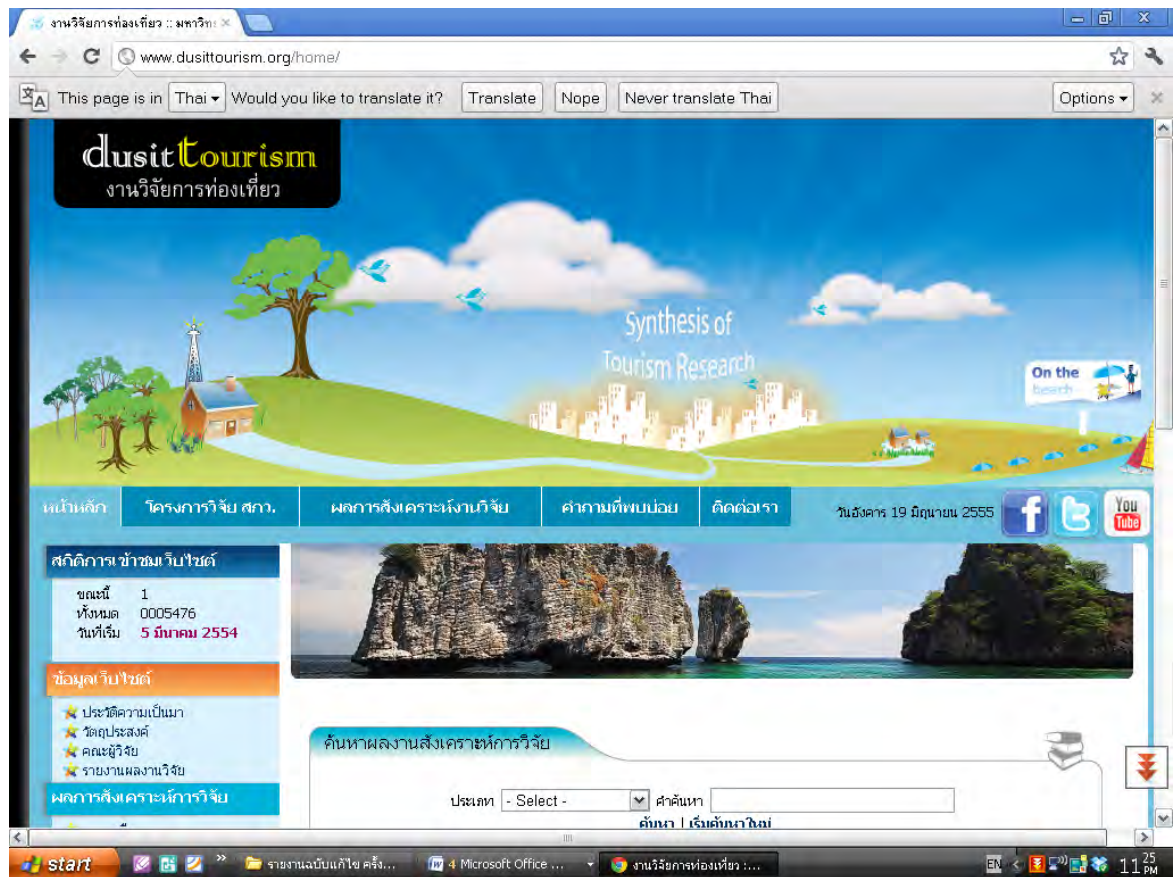
ซึ่งผลการสังเคราะห์งานวิจัยพบว่าจำนวนงานวิจัยทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยว จำแนกออกเป็น 2 กิจกรรม ดังนี้ 1) ด้านตลาดเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเดินทางมาท่องเที่ยว 2) ด้านปัญหาการตลาด 3) ด้านแนวทางการดำเนินการพัฒนาและการแก้ปัญหาการตลาด ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher Holloway (2004) ที่ได้กล่าวถึงการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting) คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นหลายๆกลุ่มตามลักษณะความต้องการ ความสนใจและตามลักษณะที่คล้ายคลึงกันของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นตลาดย่อยเพื่อกำหนดเป็นตลาดเป้าหมายแล้ววางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้วิธีการหรือกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆให้นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ ทั้งนี้ Holloway ได้แบ่งกลุ่มตลาดเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้านกายภาพ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายและพักผ่อน การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ กลุ่ม

ที่สองเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเมือง การท่องเที่ยวเกี่ยวกับเทคนิควิทยาศาสตร์ การท่องเที่ยวเกี่ยวกับศิลปะ การท่องเที่ยวด้านศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ การพัฒนาและการแก้ปัญหาการตลาดท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Holloway คือการค้นหาความต้องการที่ชัดเจนของนักท่องเที่ยวเช่นความต้องการที่มองเห็นในปัจจุบัน ความต้องการที่สามารถหาสิ่งใหม่ทดแทนได้ และต้องรู้ถึงความต้องการในอนาคตของกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนั้นแล้ว เมื่อศึกษาแนวคิดการพัฒนาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของ Philip Kotler (2006) พบว่างานวิจัยด้านกิจกรรมการดำเนินงานด้านการตลาดยังขาดการวิเคราะห์ในเรื่องของ การกำหนดตลาดเป้าหมายแล้ว ต้องมีการติดตามตรวจสอบ แหล่งที่เป็นจุดสนใจและดึงดูดของนักท่องเที่ยวและสามารถทำให้ตลาดการท่องเที่ยวมีความสมดุลและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆได้

ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม บริการสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภค ภัตตาคาร ร้านอาหาร ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler (2006) โดย Kotler ได้ให้ความสำคัญแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ สถานที่ท่องเที่ยวควรเป็นจุดหมายหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ แหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ ไม่ว่าจะเป็นทางใดก็ตามซึ่งเกี่ยวข้องกับคมนาคมขนส่ง มีสิ่งปลูกสร้างพื้นฐานที่ดี และมีความสะดวกสบายปลอดภัย

ข้อค้นพบในงานวิจัยเรื่องการคมนาคมขนส่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Charles R. Goeldner (2002) ที่กล่าวถึงโครงสร้างการขนส่งผู้โดยสาร (Passenger transportation structure) ซึ่งแบ่งเป็น 4 เส้นทาง คือ ทางอากาศ ทางถนน ทางรถไฟ ทางน้ำ และอื่นๆ นอกจากนั้น Goeldner ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อการคมนาคมในอนาคตเนื่องจากการเติบโตและการขยายตัวของการท่องเที่ยว คือ 1) ความแออัดคับคั่งของการจราจรในช่วงฤดูการท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัยด้านการคมนาคม 3) สภาวะสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของการคมนาคม 4) ฤดูกาลท่องเที่ยวทำให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวมากเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นความท้าทายที่จะต้องพัฒนาแนวคิดและการแก้ปัญหาไปพร้อมๆกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเว็บไซต์ www.dusittourism.org ดังภาพที่ 5.3 เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสืบค้นหาข้อมูลผลการสังเคราะห์งานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว



ภาพที่ 5.3 เว็บไซต์ www.dusittourism.org

5. การวิเคราะห์ SWOT และกำหนดกลยุทธ์ในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว.

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ SWOT ของการให้ทุนสนับสนุนวิจัยของ สกว. เพื่อประเมินสภาพการณ์และให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ 5.2

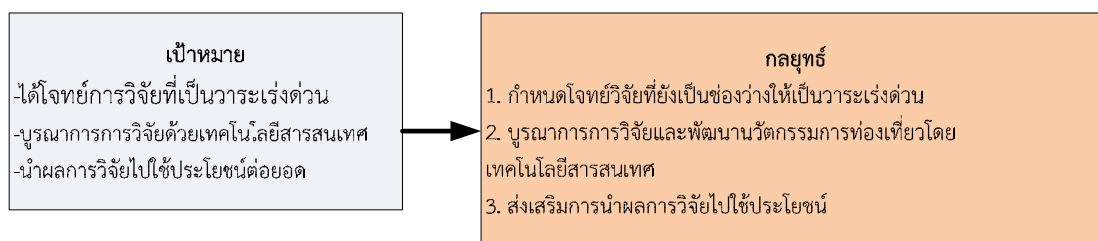
ตารางที่ 5.2 การวิเคราะห์ SWOT การให้ทุนสนับสนุนการวิจัยที่ผ่านมา

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
S1. มีการให้ทุนวิจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมและสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้องในภาพรวมอยู่ระดับมาก S2. มีการทำวิจัยในทุกภาคของประเทศ S3. มีประเด็นในการวิจัยที่ครอบคลุมประเภทของอุตสาหกรรมและสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว S4. มีการกระจายงบประมาณในการให้ทุนสนับสนุนวิจัยได้ดี	W1. ขาดนโยบายและแผนการให้ทุนสนับสนุนการวิจัย W2. ขาดการบูรณาการและเชื่อมโยงงานวิจัยกับอุตสาหกรรมอื่น W3. ขาดการระบุ Themes ของการวิจัยที่ชัดเจนเช่น ด้านการพัฒนาบริการสื่อสารโทรคมนาคม, การให้ข่าวสารการท่องเที่ยว, การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนำเที่ยว, W4. ขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ (Modern Tourism) ซึ่งยังขาดงานวิจัยทางด้านการให้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism product supply data) เช่น ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ, Themes park, Attraction และ MICE เป็นต้น และยังขาดข้อมูลทางด้านอุปสงค์ของการคมนาคมขนส่ง (Transportation supply side data) W5. ขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจศาสตร์และแนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว W6. ขาดการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดในต่างประเทศและการวิเคราะห์คู่แข่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Treats)
O1. กลุ่มตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์ นอกจากนี้ยังเป็นเพราะมีการขยายตัวของกลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วย บราซิล อินเดีย ซึ่งเป็นตลาดใหม่ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่จะต้องมีการให้ทุนสนับสนุนประเด็นการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและ การจำหน่ายของที่ระลึกเพื่อให้สามารถนำศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศมาสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน O2. ยุคนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็น Post Modern Tourism การเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนเริ่มมีลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา (Moving to Niche) เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น การเดินทางท่องเที่ยวในแนวนี้ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการ	T1. การท่องเที่ยวอาจจะได้รับผลกระทบจากการเปิดตัวของแหล่งท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม พม่า หรือ มาเลเซีย T2. มีการแข่งขันการท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเทศจีนที่เริ่มต้นพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และเริ่มสร้างเส้นทางโครงข่ายการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่ประเทศจีน T3. ปัญหาจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เกิดความเสียหาย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นโอกาสของประเทศไทยที่จะที่ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสาขาดังกล่าวมาพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศให้มีเพิ่มมากขึ้น O3. คนไทยมีจิตสำนึกและค่านิยมในความเป็นไทย (Thainess) โดยตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง ให้คนไทยมีจิตขายร่วมกันในเรื่องของความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พร้อมต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นวัฒนธรรมอันดีของคนไทยที่ยาวนาน O4. ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม มีการควบรวมกิจการมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงขึ้น และโรงแรมที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น บูติกโฮเต็ล เป็นต้น ซึ่งควรสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจที่พักของประเทศไทยอย่างจริงจัง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว O5. ในยุคโลกาภิวัตน์มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการรับรู้และเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวได้โดยตรง ผ่านทางเว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) รวมถึงการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การใช้ e-Marketing เพื่อส่งเสริมการตลาด และใช้เป็นระบบลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) อีกด้วย	
---	--

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)

กลยุทธ์เชิงรูกนำเสนอในภาพที่ 5.4 ประกอบด้วยเป้าหมายและกลยุทธ์ดังนี้



ภาพที่ 5.4 กลยุทธ์เชิงรุก

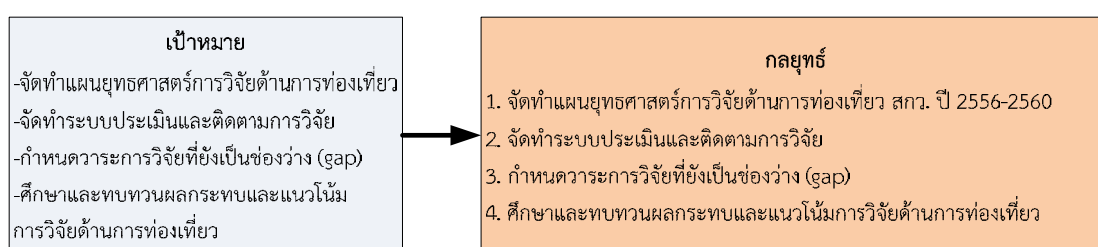
- กำหนดโจทย์การวิจัยที่เป็นวาระเร่งด่วนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น
 - กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast ได้แก่ เพชรบุรี, ประจวบคีรีขันธ์, ชุมพร, ระนอง และจังหวัดอื่นๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน
 - กลุ่มตลาดประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วย บราซิล รัสเซีย อินเดีย ซึ่งเป็นตลาดใหม่ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่จะต้องมีการให้ทุนสนับสนุนประเด็นการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร และการจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อให้สามารถนำศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
 - กลุ่มการวิจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) เนื่องจากเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, ARGO Tourism/ Rural Tourism เนื่องจากไทยมีศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวได้ คนจะเริ่มมองหาความเป็นชุมชน/สังคมมากขึ้น, Green Tourism การท่องเที่ยวสีเขียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ECO – Tourism เนื่องจากทั่วโลกให้ความสำคัญ และไทยก็มีทรัพยากรทางธรรมชาติหลากหลายมากมาย นักท่องเที่ยวต้องการสถานที่เงียบและสงบรวมถึงประสบการณ์ด้านจิตวิญญาณมากขึ้น เนื่องจากเหน็ดเหนื่อยกับชีวิตในสังคมโอกาสที่จะพักผ่อนหย่อนใจจึงสำคัญกว่าแหล่งบันเทิงต่างๆ, Sport Tourism เนื่องจากไทยมีภูมิประเทศ อากาศที่หลากหลายเหมาะสำหรับกิจกรรมกีฬามากมาย เช่น มีสนามกอล์ฟที่สวยงามมากมาย รวมถึง Adventure Tourism เนื่องจากประเทศมีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว กิจกรรมรูปแบบต่างๆ จึงเกิดขึ้นมากมาย เช่น ปีนเขา เดินป่า เป็นต้น และ Special Tourism เช่น MICE Events เนื่องจากจะมีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และไทยมีความพร้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก
- บูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) กับการท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT – Foreign Individual Tourism) รวมถึง นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Innovation & Initiative) การพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ

สนับสนุนอุตสาหกรรม เช่น การพัฒนา e-Commerce, m-Commerce หรือ Social Commerce for Tourism

3. นำผลการวิจัยที่ได้ทำไปแล้วไปใช้ประโยชน์ ขยายผลโดยการสร้างความรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาใหม่ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์พัฒนาภายใน (WO Strategy)

กลยุทธ์พัฒนาภายในนำเสนอในภาพที่ 5.5 ประกอบด้วยเป้าหมายและกลยุทธ์ดังนี้



ภาพที่ 5.5 กลยุทธ์พัฒนาภายใน

1. จัดทำ “แผนยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการท่องเที่ยวของ สกว. ปี พ.ศ. 2556-2560” เพื่อที่จะกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และ Themes การวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ผลการวิจัยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกำหนดให้มีแผนปฏิบัติการประจำปี ซึ่งเป็นแผนระยะสั้นในแต่ละปีอย่างชัดเจน

2. จัดทำระบบ “ติดตามและประเมินการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์” ทั้งในเชิงวิชาการ เชิงสาธารณะ เชิงนโยบาย และเชิงพาณิชย์

3. กำหนดโจทย์การวิจัยที่ยังเป็นช่องว่างของการวิจัยในอดีตที่ผ่านมา เช่น

3.1) วาระเพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการประชุมนานาชาติ การจัดตั้งผู้แทนการตลาด การจัด Events และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬา

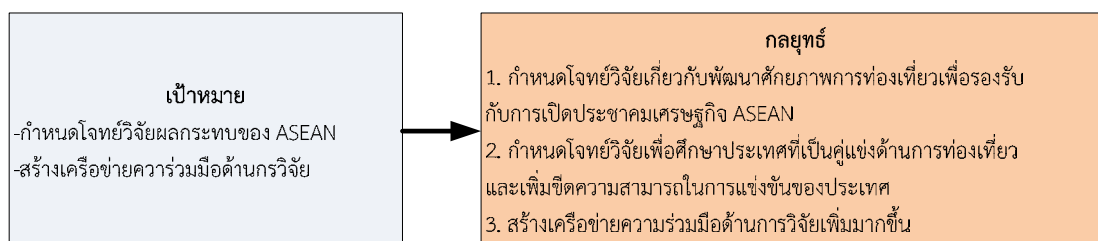
3.2) วาระเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบใหม่ (Modern Tourism) เช่น การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ, Themes park, Attraction และ MICE เป็นต้น

3.3) วาระเพื่อศึกษาผลกระทบและแนวโน้มการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว เช่น การศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์และแนวโน้มนโยบายด้านการท่องเที่ยว, การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การเป็นประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN) เป็นต้น

4. มีกลยุทธ์ในการพัฒนา “นักวิจัยรุ่นใหม่” โดยการจับคู่กับนักวิจัยพี่เลี้ยงที่มีประสบการณ์ โดยอาจจะมีการจัดสรรทุนวงเงินไม่เกิน 500,000 บาท เพื่อพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเพื่อให้เป็นนักวิจัยรุ่นใหม่ในสาขาการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ปรับภายนอก (ST Strategy)

กลยุทธ์ปรับภายนอกในนำเสนอในภาพที่ 5.6 ประกอบด้วยเป้าหมายและกลยุทธ์ดังนี้

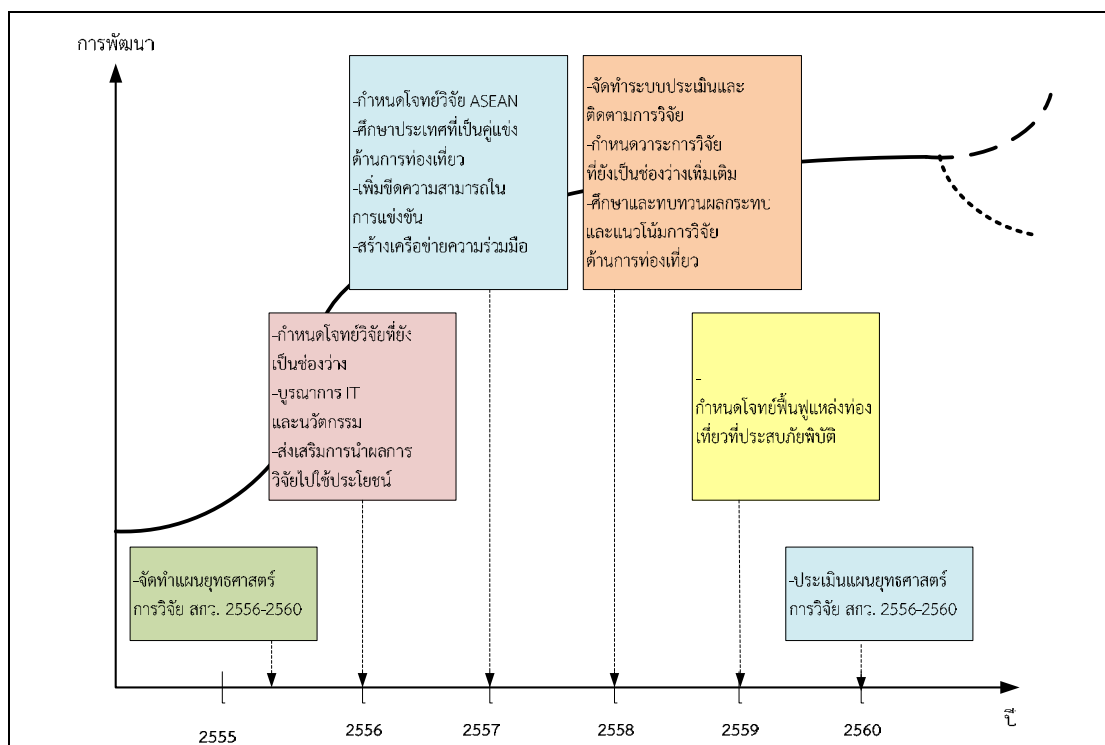


ภาพที่ 5.6 กลยุทธ์ปรับภายนอก

1. กำหนดโจทย์วิจัยศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปิดตัวของแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม พม่า หรือ มาเลเซีย และการรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN)
2. กำหนดโจทย์การวิจัยเพื่อศึกษาประเทศที่เป็นคู่แข่งด้านการท่องเที่ยว และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัย ระหว่างนักวิจัยในแต่ละสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาศักยภาพการวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

กลยุทธ์เชิงปรับภายใน (WT Strategy)

1. กำหนดโจทย์การวิจัยเพื่อหาแนวทางในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ



ภาพที่ 5.7 Road Map ของการพัฒนาการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยของ สกว.

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับ สกว.

1. ควรจัดทำ “แผนยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการท่องเที่ยวของ สกว. ปี พ.ศ. 2556-2560” เพื่อที่จะกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และ Themes การวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ผลการวิจัยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกำหนดให้มีแผนปฏิบัติการประจำปี ซึ่งเป็นแผนระยะสั้นในแต่ละปีอย่างชัดเจน

2. ควรจัดทำระบบ “ติดตามและประเมินการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์” โดยอาจจะจัดตั้งเป็นหน่วยงานพิเศษเฉพาะเพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการ

3. ควรมีระบบและกลไกในการพัฒนานักวิจัยอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

4. ควรมีการประสานความร่วมมือกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการอื่นๆ ในการร่วมกันกำหนดโจทย์การวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของประเทศ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรจัดทำ “การจัดการความรู้ทางด้านการท่องเที่ยว” (Knowledge Management in Tourism) เพื่อสามารถถอดองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย ซึ่งจะสามารถได้องค์ความรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งมีรายละเอียดและมีประเด็นที่ครอบคลุมมากกว่าการสังเคราะห์งานวิจัย และควรจัดทำให้เป็นกิจกรรมต่อเนื่องในทุกๆ ปี

บรรณานุกรม

งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย

- กนกวรรณ จงเจริญยิ่งยง. (2550). การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่าง **ประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กมลธรรณ์ พรหมพิทักษ์. (2547). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่ **มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**.
- กฤษฎา พิณศรี. (2549). **ศึกษาศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- กฤษณียา ศังขจันทรานนท์ (2549). **แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยในอีสานใต้** วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์
- กันยารัตน์ พรหมวิเศษ (2553). **การศึกษาข้อมูลทัศนวิทยาเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช** มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- กาญจนา มณีแสง (2549). **โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก** มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
- กานดา สีหเนตร (2549). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักในเขตอีสานใต้** มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- กิ่งแก้ว ปะติตังไข (2549). **การใช้และความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้** มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- กุลวรา สุวรรณพิมล (2548). **การพัฒนาคุณภาพการบริการและการมีส่วนร่วมระหว่างภาคีเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม กลุ่มจังหวัดอันดามัน ภูเก็ต พังงา กระบี่** มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- เกียรติสกุล ชลคงคา (2549). **มาตรการทางกฎหมายเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน** มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
- ชนิษฐา สุริยะ (2549). **ระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้** วิทยาลัยนครราชสีมา
- จารุณี ชัยโชติอนันต์ (2549). **การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้** มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- จารุวรรณ แดงบุปผา (2551). **การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองพิษณุโลก ระยะที่ 1** มหาวิทยาลัยนเรศวร
- จิตตานันท์ ตีกุล (2549). **ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- จิตติมาภรณ์ โสมะเกษตริน (2549). **การพัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม (เขตอีสานใต้)** มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย** มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

- จิรวัดน์ พิระสันต์ (2553). การพัฒนาชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแบบมีส่วนร่วมโดยใช้องค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร
- จิรพร จันทรพาณิชย์ (2549). คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- เจษฎา สุทธิอุดม (2549). พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ฉัตรแก้ว สิมารักษ์ (2548). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เฉลิมชัย คำแสน (2548). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ชวัลนุช วรชิน (2548). ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและศิลปวัฒนธรรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย
- ชัชญา ยอดสุวรรณ (2548). ศักยภาพและความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ชาตรี สุวัฒน์ ณ เขมรัฐ (2547). ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ วิทยาลัยพลศึกษาจังหวัดกระบี่
- ชื่น ศรีสวัสดิ์ (2549). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัฒนธรรมของชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้และลาวใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- ชุดิมา ต่อเจริญ (2548). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ชุกกลีน อุนวิจิตร (2548). ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวขององค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- เชิดศักดิ์ ฉายถวิล (2549). การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตพื้นที่อีสานใต้กับประเทศกัมพูชา ผ่านเส้นทางช่องสะงำถึงจังหวัดเสียมราฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- ชยุ กำลังงาม (2549). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เขตสุรินทร์
- ฐิตาภรณ์ เวียงวิเศษ (2549). การพัฒนาเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวแหล่งอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ถึงปราสาทนครวัด ประเทศกัมพูชา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- ฐิรัชญา มณีเนตร (2553). การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยใช้รูปแบบการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างความสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมข้ามชาติไทย-ลาว มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ณวิทย์ อ่องแสงชัย (2553). แนวทางในการสร้างภูมิทัศน์เมืองในอำเภอชุมยวม และการออกแบบภูมิทัศน์อุทยานหินยุคออร์โดวิเซียน (443 - 488 ล้านปี) ในอำเภอแม่สะเรียง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ณัฏช์ กุลิสร์ (2552). แผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการบนฐานข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดชัยนาท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- ณัฐพงศ์ ถือดำ (2548). ระบบการจัดการพิพิธภัณฑ์ โบราณสถาน ศาสนสถาน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- ณัฐา หังสพฤกษ์ (2546). การประเมินผลโครงการเยือนป่าสักชลสิทธิ์ ด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน ด้านสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม ด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ และด้านประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ณัฐินี ทองดี (2553). การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- ณัฐินี ศรีวงศ์ตระกูล (2549). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พักแบบโฮมสเตย์ (Homestay) เขตอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- ณัฐพร อิฐสุวรรณ (2549). กลยุทธ์ทางการตลาดในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
- ณัฐวุฒิ ศรีกัตถัญญ. (2551). แรงจูงใจและอุปสรรคต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ดำเกิง โถทอง (2549). เส้นทางท่องเที่ยวสายอารยธรรมขอมในประเทศไทย กัมพูชาและลาว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
- ดำเกิง สวามิภักดิ์ (2549). องค์ความรู้แรงของการใช้แทนกันระหว่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และกลยุทธ์ในการแก้ไข มหาวิทยาลัยราชธานี
- ตติยาพร จารุมณีรัตน์ (2547). โครงการ การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ถาวร พงษ์พานิช. (2545). โครงการวิจัยกรณีศึกษาชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เชิงอนุรักษ์ของเขาสมอแคลง อำเภอวังทอง จ.พิษณุโลก ระยะที่ 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ทริวัตร ศรีสมบัติ (2549). สายธารธรรมลุ่มแม่น้ำมูล : ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
- ทม เกตุวงศา (2553). โครงการยุทธวิธีวิจัยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดชัยภูมิ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ทวีป ศิริศรี (2548). กำกับและสังเคราะห์โครงการวิจัยด้านนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2550). บทบาทของการจัดการโลจิสติกส์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หมู่เกาะล้านอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยบูรพา
- ทัศไนยวรรณ ดวงมาลา (2549). กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2548). โครงการริเริ่มโครงการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือของผู้มีส่วนร่วมในด้านการท่องเที่ยวและธนาคารข้อมูลเพื่อการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่

- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2549a). การยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2549b). โครงการริเริ่มโครงการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือของผู้มีส่วนร่วมในด้านการท่องเที่ยวและธนาคารข้อมูลเพื่อจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ระยะที่ 2 สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2550). การยกระดับฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551a). "การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้: สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรัง และสตูล" สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551b). การยกระดับงานวิจัยท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้ (Area-Based Learning Tour packages) สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรัง และสตูล สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551c). การวิเคราะห์บริบทเชื่อมโยงการพัฒนาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551d). วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี (2551). สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552a). การพัฒนาระบบบริหารและกลไกการวิจัยการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอันดามัน สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552b). เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยว ระดับปริญญาตรี สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552c). เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยว ระดับปริญญาโท สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552d). ยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว : การบูรณาการการศึกษา เศรษฐกิจ ภูมิคุ้มกันความเป็นชุมชน สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552e). วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี (2552). สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- เทิดชาย ช่วยบำรุง (2553). ASEAN : การบูรณาการการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านหลักสูตรการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน" สปว.การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ฯ
- ธัญญาทิพย์ ศรีพนา (2549). ระเบียบด้านใต้ (ไทย - กัมพูชา - เวียดนาม) : เวียดนาม ระยะที่ 1 'การท่องเที่ยวทางใต้ของเวียดนาม : โอกาสและความเสี่ยง' จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธัญญาทิพย์ ศรีพนา (2551). การศึกษาเส้นทางหมายเลข 8 : เส้นทางการค้าและเส้นทางท่องเที่ยว ? จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ธานินทร์ ไชยเย็น (2549). มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- ธีระพันธ์ เหลืองทองคำ. (2547). ความหลากหลายทางภาษาในจังหวัดน่าน:ความรู้พื้นฐานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทพร อติเรกโชติกุล (2549). การพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล ในกลุ่มอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- นันทรัตน์ นามบุรี (2549). โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 14 จังหวัดภาคใต้ สถาบันราชภัฏยะลา
- นารถพงศ์ สุนทรนนท์ (2551). โครงการวิจัยเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์จังหวัดพังงา สำนักงาน สหกรณ์จังหวัดพังงา
- นิคม บุญญานุสิทธิ์ (2549). การศึกษาแนวทางการกำหนดรูปแบบเส้นทางจักรยานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
- นิพนธ์ วุฒิชัย (2549). ผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนที่มีต่อประชาชนบน พื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ (2549). ศักยภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- บัญชา นาคทอง (2549). ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
- บุญยสฤกษ์ อเนกสุข (2551). ศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ใน จังหวัดอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- บุปผา พิกุลแก้ว (2549). แนวทางการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด วิทยาลัยราชภัฏ
- บุษบา สิทธิการ (2548). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ปณิศา มีจินดา (ลัญจนาชนนท์). (2549). ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปรมินทร์ อริเดช (2548). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน จังหวัดเชียงราย:กรณี เปรียบเทียบเชียงรายกับนครนุหมิง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ประกอบศิริ ภักดีพิณี (2553). การศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเมืองชายแดนภูซางอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยพะเยา
- ประกอบศิริ ภักดีพิณี. (2552). การจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวและภูมิทัศน์วัฒนธรรม. มหาวิทยาลัยพะเยา
- ประดิษฐ์ วงศ์สุวรรณ (2549). การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพอเพียงในเขตอีสานใต้
- ประดิษฐ์ ศิลาบุตร (2549). ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในกลุ่มจังหวัดอีสานตอนใต้ มหาวิทยาลัย ราชภัฏศรีสะเกษ

- ประทีป นวลเจริญ (2547). การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบก ของ
จังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ สถาบันราชภัฏภูเก็ต
- ประเทือง หงสรานกร (2547). การจัดเตรียมความพร้อมของจังหวัดเชียงใหม่ในแผนยุทธศาสตร์เพื่อเจาะ
กลุ่มเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวแบบพำนักรถจักรยานของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ประพันธ์ รักเรียน (2548). การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน
- ประภาพร พนมไพร (2548). ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาว
เชียงราย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- ประภาพรธรรม ไชยานนท์ (2548). ผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัด
เชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ประเสริฐ ไชยทิพย์ (2546). ผลกระทบจากความผันผวนของอัตราการแลกเปลี่ยนต่อการท่องเที่ยวใน
ประเทศไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปริญญา แก้วโพธิ์ (2548). ศึกษาหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในการสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ปรีชา ปาโนรัมย์ (2549). การศึกษากลยุทธ์ทางด้านราคาของการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ การศึกษา
กลยุทธ์ทางด้านราคาของการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- ปองพล ธวัชหทัยกุล (2549). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในกลุ่มจังหวัด
อีสานใต้ วิทยาลัยเฉลิมกาญจนา
- ปาริชาติ รัตนรักษ์ (2548). การสำรวจและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย
จังหวัดสมุทรสงคราม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- ปิตีพร จูปราง (2549). ย่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐติ (2546). การศึกษาเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำในกรุงเทพฯ
ชั้นในและบริเวณใกล้เคียง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ (2549). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านใน
อีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- พงษ์ภาณุ ศรีสวัสดิ์ (2549). การศึกษากลไกและศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่าง
ยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้างกิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- พงษ์จันทร์ คล้ายอุดม (2553). ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยว
กลุ่มบำเพ็ญประโยชน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- พรพิษณุ พรหมศิวัชพัลลภ (2547). โครงการ การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2548). โครงการวิจัยรูปแบบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวบ้านศิลปินเชียงราย
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- พัชรินทร์ ศิริอำพันกุล (2549). รูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในอีสานใต้
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

- พัทธมน บุญยาศรัย (2548). ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของภาค
ประชาสังคมและ NGO มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- พินิจ ดวงจินดา. (2553). ความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลประโยชน์ต่อเขตห้ามล่าสัตว์ป่า
ทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553). กระบวนการสื่อสารเรียนรู้จากการท่องเที่ยว "อาหาร" สำหรับนักท่องเที่ยว
กลุ่มตลาดผู้สูงอายุชาวต่างประเทศของไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- พิมพ์ภากรณ์ สุวัติกุล (2545). การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการ
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- พิสมัย ประชานันท์ (2549). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด
อีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- เพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์. (2553). อิทธิพลแบบปรับของนักท่องเที่ยว 3 ช่วงอายุ กับการค้นหาข้อมูล
ข่าวสารและการประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจซื้อด้วยวัฒนธรรมแบบพอเพียง. มหาวิทยาลัย
 บурพา.
- ภักดิษา อภิศุกรกุล (2549). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับเทศกาลการ
ท่องเที่ยวประจำปี ในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- ภัทรานิษฐ์ ศรีจันทร์หาพันธุ์ (2548). การศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติจากการท่องเที่ยวบริเวณ
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติของจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ภูมิจิต เรืองเดช (2549). โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 19 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- มณฑา เพ็ชรวรรณ (2553). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน:
กรณีศึกษาชุมชนตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- มณีวรรณ ผิวนิม (2545). ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนตลาด
น้ำ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มธุรส ปราปไพรี (2549). โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก สถาบันราชภัฏ
 เพชรบุรี
- มนัส ชัยสวัสดิ์ (2545). การศึกษาระบบการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเพื่อทราบศักยภาพของการพัฒนาไปสู่
แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกที่มีความยั่งยืน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- มหาสุทิตย์ อาภากร (อบอูน) (2553). รูปแบบและเครือข่ายการเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดใน
ประเทศไทย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- มณฑนา นวลเจริญ (2547). การศึกษาศักยภาพของชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ จังหวัด
ภูเก็ต พังงา และกระบี่ สถาบันราชภัฏภูเก็ต

- มาฆะ ชิตตะสังคะ (2548). บทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐ เอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อการจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- มาลี หมวกกุล (2553). การวิจัยและพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนรู้ให้นักศึกษามีความสามารถสู่ธุรกิจการจัดเลี้ยงขั้นโตกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด (2546). โครงการ "มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย" มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด (2551). **ท่องเที่ยวไทย: จากนโยบายสู่รากหญ้า** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เมธา สุธีโรจน์ (2549). การพัฒนาความสามารถด้านการตลาดและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
- ยศ สันตสมบัติ (2549). การท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ: แนวคิดสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจกับปัญหาการพัฒนาในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รฐา จันทวารา (2551). แนวทางการยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- รักษพงศ์ วงศาโรจน์ (2549). บทบาทขององค์กรภาครัฐหลักที่มีต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- รังสิต เงามั่ว (2548). การศึกษาผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่า จังหวัดเชียงราย กรณีศึกษา: เปรียบเทียบจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- ราณี อีสัยกุล (2549). การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย : แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ราณี อีสัยกุล (2553). การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- รุ่งรัตน์ ทองสกุล (2548). การจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน: ประเพณี วรรณกรรมท้องถิ่น ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- รุ่งรัตน์ หัตถกรรม (2549). การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- เลิศพร ภาระสกุล (2549). การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวทางบกเชื่อมโยงประเทศไทยกับประเทศกัมพูชา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- รวินท์ สุวรรณ ณ เขมรัฐ (2548). การจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน : ภูเก็ต พังงา และกระบี่ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่
- วรางคณา อติศรประเสริฐ (2549). โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- วศิน ปัญญาธรรมา (2548). การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ระเบียงวัฒนธรรม (กำแพงเพชร สุโขทัย พิษณุโลก เพชรบูรณ์) มหาวิทยาลัยนเรศวร
- วัชร หิรัญพันธุ์ (2547). ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต สถาบันราชภัฏภูเก็ต
- วัชร หิรัญพันธุ์ (2548). แนวทางการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย และจิตวิทยาการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ สถาบันราชภัฏภูเก็ต
- วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ (2549). อุปทานแรงงานสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วิชร นันตะยานา (2548). แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- วิญญู วีรยางกูร (2548). กลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- วิทยา นวปราโมทย์ (2546). ระบบภูมิสารสนเทศสำหรับการวางแผนจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน : อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ (ระบบแกนกลาง) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
- วิภาวรรณ บัวทอง (2548). ศึกษาแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- วิรุณศิริ ใจมา (2548). ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจในพื้นที่จังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- วิลาวลัย บุญศรี (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกระบวนการวางแผนและพัฒนการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เขตสุรินทร์
- วีไลรัตน์ ยาทองไชย (2549). การศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- วีไลลักษณ์ เสรีตระกูล (2549). การประมาณรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศรีสมร คุณากรดินทร์ (2548). ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ศศิธร นิธิปรีชา (2549). ภาวะผู้นำของกลุ่มที่พักโฮมสเตย์ในแหล่งท่องเที่ยวเขตอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- ศศิธร รุ่งกิจเลิศสกุล (2548). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปีจากนำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ศักดิ์ศิริ นันตะสุข (2549). การพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
- ศิริกัญญา ฤทธิ์แปลก (2549). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้ วิทยาลัยนครราชสีมา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549). การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเม็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป.ลาว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- ศุภการ สิริไพศาล (2553). นโยบายการพัฒนารัฐปิ่นและเกาะลังกาวิเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแผนวิสัยทัศน์ 2020 ค.ศ. 1991 – 2009 มหาวิทยาลัยทักษิณ
- ศุภสิน สุริยะ (2548). มาตรฐานผลิตภัณฑ์การบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- เศกสรรค์ ยวงวิชัย (2549). "การศึกษาศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนาศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว : กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์" มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สถาปนา กิตติกุล (2546). เส้นทางท่องเที่ยวภูมิทัศน์เชิงนิเวศน์ กรณีศึกษาทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1096 จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สมเจตน์ ศรีระบาย (2548). การศึกษาแนวทางการร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (ประเทศไทย) และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในหมู่เกาะนิโคบาร์ (ประเทศอินโดนีเซีย) ประเทศสิงคโปร์ และเมืองปีนัง (ประเทศมาเลเซีย) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- สมชาย เลี้ยงพรพรรณ. (2545). การศึกษาศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในบริเวณทะเลสาบสงขลา. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สมพงษ์ ชงไชย (2546). ความพร้อมในการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยในกลุ่มจังหวัดริมแม่น้ำโขงตอนล่าง มหาวิทยาลัยมหิดล
- สมหมาย ชินนาค (2549). การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้เพื่อการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในเขตอีสานใต้ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์ (2547). การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของ จังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต สถาบันราชภัฏภูเก็ต
- สมหมาย แสงเนตร (2548). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระบบนิเวศน์อย่างยั่งยืน กรณีศึกษาพื้นที่ป่าชุมชน ภูปะโล๊ะ ดงจำโฮง บ้านนาโพธิ์ใต้ วิสาหกิจชุมชน
- สมาพร คล้ายวิเชียร (2549). ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- สยามล ชัยรัตน์อุดมกุล (2552). การพัฒนากายภาพและการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภาพลักษณ์ของจังหวัดชัยนาท มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- สันติ ปานน้อย (2549). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนใต้เพื่อการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- สายใจ ทันการ (2549). การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- สายฝน ยวนแหล (2547). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- สำเนา เสาวกุล (2549). บทบาทของผู้นำองค์กรการปกครองท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เขตสุรินทร์
- สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ (2548). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

- สุจิตราภา พันธวิไล (2548). ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
ในจังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- สุเทพ พันประสิทธิ์ (2546). กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา :
กรณีศึกษาจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- สุเทพ พันประสิทธิ์ (2548). โครงการ "การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน
ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน" มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง (2548). ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- สุรศักดิ์ พิมพ์เสน (2545). ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไท บ้านโพนมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม
- สุรินทร์ หลวงนา (2549). การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและเอกชนในเขต
จังหวัดอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- สุวันชัย หวนนากลาง. (2550). แนวคิด ปัญหา และประสิทธิภาพในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว
ทางเลือกในประเทศไทย : กรณีศึกษาชุมชนปลายโพงพาง. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- แสงแข บุญศิริ (2553). โครงการเฝ้าระวังการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวไทย
ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- แสนศักดิ์ ศิริพานิช (2547). โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนใน
พื้นที่ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- หนึ่งหยั ขอผลกลาง (2545). การศึกษาสถานการณ์และกระบวนการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- อนุชา เล็กสกุลดิลก (2548). การศึกษาการพัฒนาความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยสู่ชายฝั่งทะเลกัมพูชา
โดยใช้จังหวัดตราดเป็นฐาน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
- อนุমান จันทวงศ์ (2553). แนวทางการจัดทำแผนพัฒนาการลงทุนด้านธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัด
นครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- อภิโชค เลขะกุล (2546). เส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อภิรมย์ พรหมจรรยา (2545). การพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท : จังหวัดภูเก็ตมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- อภิรมย์ พรหมจรรยา (2547). โครงการ ศึกษาศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวใน
จังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- อรพรรณ จันทรอินทร์ (2553). แนวทางการพัฒนาระบบบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ
จังหวัดนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย นครศรีธรรมราช
- อรพิน สันติธรรมากุล (2549). โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 15 จังหวัดภาคเหนือ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อรวรรณ จำพุฒ (2548). แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

- อัจฉรา หลาวทอง (2549). การศึกษาแนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวใน
เขตอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- อารีรัตน์ โกสิทธิ์ (2548). ปัญหาและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- อิสระ ศิริไสยาสน์ (2546). ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติอินทนนท์ : ระบบ
บริการข้อมูล กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการสังเคราะห์งานวิจัย

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2555). **แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว** กรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ.

2555-2559. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จิราภรณ์ ดีอัมพร (2547). **การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542). **การท่องเที่ยว: มิติแห่งศาสตร์บูรณาการ. การจัดการและสารสนเทศศาสตร์**

มหาวิทยาลัยนเรศวร. 7 (1), 1-4.

ฉันทิชา วรรณอนม (2552). **การวางแผนและการจัดนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ: วิรัตน์ เอ็ดดวูเคชั่น

ดวงใจ หล่อธนวิชัย (2543) **การประมวลผลงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ:

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2547) **บทบาทของสกว. กับ การสนับสนุนงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเพื่อการ**

พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ประชาคมวิจัย กันยายน – ตุลาคม 2547: 1-5.

โณมยง โต๊ะทอง (2547) **รายงานการสังเคราะห์ ภาพรวมการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว**. เพชรบุรี:

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542). **การวิเคราะห์อภิมานการวิจัย**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นฤตย์ นิยมสมบูรณ์ (2544). **ประมวลผลงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2529 – 2544.**

กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

พรณี สอนเพลง. (2555). **การวางแผนกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับองค์กร**. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ.2497. [Online: www.thailaw.com/thailaw3_2.pdf Access: 10 Feb

2012]

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 [Online:

www.thailandlawyercenter.com/index.php?lay=show Access: 10 Feb 2012]

พิจาริณี โลหะยยะกุล (2551). **การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการ**

ประท้วงปิดสนามบินสุวรรณภูมิในช่วงปลายปี 2551 .e-TAT Tourism Journal. การ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปีไตรมาสที่ 1/2553

ไพโรจน์ วงศ์วิวัฒน์ (2551). **รวมบทความพิเศษ ปี2551**. กรุงเทพฯ : ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549). [Online:

www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=91 Access: 10 Feb 2012]

มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2544). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรม**

ท่องเที่ยวแห่งชาติ. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- ยลรวี สิทธิชัย (2553). **สรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอเมริกัน ปี 2553**. [Online:
<http://www.etatjournal.com/web/etat-journal/2011/2011-jan-mar/21-us-travel-2010>. Access: 10 Feb 2012]
- ราณี อีสัยกุล. (2546). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง
 หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โศรยา หอมชื่น (2553). **คาดการณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยว ปี 2011**. [Online:
<http://www.etatjournal.com/web/etat-journal/2011/2011-apr-jun/322-world-travel-2011> Access: 10 Feb 2012]
- เสรี วังสไพจิตร และคณะ (2547). **โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย**. สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและ
 สังคมแห่งชาติ
- บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี จำกัด (2553). **โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการ
 ท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล**. [Online:
etatjournal.files.wordpress.com/.../executive-summary_bangkokian Access: 10
 Feb 2012]
- บริษัท ดี อินเตอร์แอคทีฟ รีเสิร์ช จำกัด (2553). **โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของ
 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำกิจกรรม Shopping & Entertain** [Online:
<http://www.etatjournal.com/web/download-zone/executive-summary>. Access: 10
 Feb 2012]
- บริษัท มาเก็ตไวส์ จำกัด (2553). **โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว
 ต่างประเทศกลุ่มสุขภาพและความงาม (Spa and Wellness)** [Online:
<http://www.etatjournal.com/web/download-zone/executive-summary>. Access: 10
 Feb 2012]
- บริษัท แบรนด เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2554). **โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาด
 สำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้า** [Online: <http://www.etatjournal.com/web/download-zone/executive-summary>. Access: 10 Feb 2012]
- Synovate Business Consulting. **โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว
 กลุ่ม Honeymoon & Wedding** [Online:
<http://www.etatjournal.com/web/download-zone/executive-summary>. Access: 10
 Feb 2012]
- บริษัท แบรนด เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด 2553. **โครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาว
 ต่างประเทศกลุ่มกอล์ฟ (Golf)** [Online: <http://www.etatjournal.com/web/download-zone/executive-summary>. Access: 10 Feb 2012]
- โครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนเชิงรุกในการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่สำหรับ 4 ตลาดใน
 เอเชีย (จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน)** [Online:
<http://etatjournal.wordpress.com/2011/02/10/4asian/>. Access: 10 Feb 2012]

- โศรยา หอมชื่น, เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน (2553). การสัมมนาภายใต้โครงการกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์ (Bangkok Creative City Skills Mapping) [Online
www.etatjournal.com/upload/328/06_Bangkok_Creative_City_2.pdf. Access: 10
Feb 2012]
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2553). การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย [Online: www.etatjournal.com/web/etat.../61-22553-host-conference Access:
10 Feb 2012].
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง. (ม.ป.ป). คู่มือกระบวนการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจังหวัด
ระยอง. [Online: ranong.mots.go.th. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2555]

ภาษาอังกฤษ

- Business Monitor International. (2012). **Thailand Tourism Report**. London, UK.
- Charles R. Goeldner (2002). *Tourism: principles, practices, philosophies*, 9th ed, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- Christopher Holloway (2004). *Marketing for Tourism*, 4th ed, Prentice Hall, Pearson Education Limited, England
- Department of Resource, Energy and Tourism. (2009). **New Tourism Research Capability Analysis**. Canberra, Australia.
- Hospitality Net (2011) [Online: www.hospitalitynet.org/event/3002528.html. Access: 10 Feb 2012]
- Gee, Choy and Makens (1984). **The Travel Industry**. Westport : AVI.
- Mill, R. C. & Morrison, A. M. (1985). **The tourism system: An introductory text**. NJ: Prentice-Hall.
- Philip Kotler (2006). **Marketing for Hospitality and Tourism**, 4th ed, Upper Saddle River, New Jersey
- TOUREG: Competitiveness and Knowledge in the Tourism Sector (2008). [Online: www.tourisminnovation.eu. Access: 10 Feb 2012]
- UNWTO (2010). [Online: unwto.org/en/content/why-tourism. Access: 10 Feb 2012]
- Word-tourism (2548). [Online: tourism1.readyplanet.com/article.php?id=275&Ntype=1-1 Access: 10 Feb 2012]

ภาคผนวกที่ 1

แบบบันทึกข้อมูลการสังเคราะห์งานวิจัยท่องเที่ยว สกว.
ระหว่าง ปี พ.ศ. 2545 – 2553

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของงานวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป
 - 1.1. รหัสโครงการวิจัย
 - 1.2. ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย
 - 1.3. เพศของหัวหน้าโครงการวิจัย ☐ หญิง ☐ ชาย
 - 1.4. ต้นสังกัดของหัวหน้าโครงการวิจัย
 - 1.5. ชื่อเรื่องงานวิจัย.....
 - 1.6. คำสำคัญของงานวิจัย
 - 1.7. ปีที่งานวิจัยแล้วเสร็จ
2. ประเภทงานวิจัย
 - ☐โครงการเดี่ยว
 - ☐ชุดโครงการ ระบุ
 - ☐อื่นๆ ระบุ
3. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - ☐การสร้างและพัฒนาโปรแกรม
 - ☐การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม
 - ☐การหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
 - ☐การศึกษาผลกระทบ
 - ☐การศึกษาศักยภาพ
 - ☐การศึกษาสภาพปัญหา
 - ☐การวางแผนและพัฒนา
 - ☐การประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - ☐การวิจัยเชิงประเมินผลโครงการ
 - ☐อื่นๆ ระบุ
4. แบบแผนงานวิจัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - ☐การวิจัยเชิงพรรณนา
 - ☐การวิจัยเชิงสำรวจ
 - ☐การวิจัยเชิงปริมาณ

- ☐ การวิจัยเชิงคุณภาพ
- ☐ การวิจัยเชิงความสัมพันธ์
- ☐ การวิจัยเชิงทดลอง
- ☐ การวิจัยและพัฒนา
- ☐ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ
- ☐ การวิจัยเชิงประเมิน
- ☐ การวิเคราะห์องค์ประกอบ
- ☐ การศึกษาเปรียบเทียบ
- ☐ อื่นๆ ระบุ

5. รูปแบบของการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- ☐ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- ☐ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ☐ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
- ☐ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา
- ☐ การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์
- ☐ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- ☐ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย
- ☐ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ☐ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว
- ☐ การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล
- ☐ การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน
- ☐ อื่นๆ ระบุ

6. ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

- ☐ นักท่องเที่ยว
 - ☐ ชาวไทย จำนวน คน ☐ ชาวต่างชาติ จำนวน คน
- ☐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน คน
- ☐ บุคลากรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน คน
- ☐ อื่นๆ ระบุอาชีพ จำนวน คน

7. เพศของกลุ่มตัวอย่าง

- ☐ หญิง จำนวน คน
- ☐ ชาย จำนวน คน
- ☐ รวมทั้งหญิงและชาย จำนวน คน

8. อายุของกลุ่มตัวอย่าง ระหว่าง ปี

9. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

- ☐ Non-Probability Sampling โดยวิธี

- ☐ กลุ่มเดียวกับประชากร ☐ เจาะจง ☐ สะดวก ☐ บังเอิญ ☐ โควตา ☐ ลูกโซ่
☐ Probability Sampling โดยวิธี
☐ สุ่มอย่างง่าย ☐ สุ่มเป็นระบบ ☐ สุ่มแบ่งชั้น ☐ สุ่มแบ่งกลุ่ม ☐ สุ่มหลายชั้น

10. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ แบบสอบถาม
☐ แบบสัมภาษณ์
☐ แบบบันทึกข้อมูล
☐ อื่นๆ ระบุ

11. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ความถี่และร้อยละ
☐ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
☐ t-test
☐ chi-square
☐ ANOVA
☐ Correlation
☐ Regression
☐ อื่นๆ ระบุ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัย

1. ข้อค้นพบจากงานวิจัยครั้งนี้

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

.....

.....

.....

.....

4. ประโยชน์และผลกระทบที่ได้รับจากงานวิจัยต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวกที่ 2

ตารางที่ 6.1 จำนวนและรายชื่อโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2545 - 2553 จำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยวและการจัด Cluster การท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
1.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	2545	โครงการรูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านถ้ำ-หนอง เปี้ย ตำบลศรีดงเย็น อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่	37
	2545	โครงการการจัดการท่องเที่ยวบริเวณวัดพระธาตุซ่อแฮ โดยความร่วมมือของชุมชน เทศบาลตำบลซ่อแฮ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่	แพร่	9
	2546	โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว : มูลค่าเพิ่มในประเทศของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่	3
	2546	โครงการ เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม Art and Craft Shopping Routes	เชียงใหม่	2
	2547	โครงการศึกษาและพัฒนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	พะเยา	17
	2547	โครงการ รูปแบบการจัดการและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ จังหวัด เชียงใหม่ ระยะที่ 1	เชียงใหม่	7
	2548	โครงการพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2
	2548	โครงการศักยภาพผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัด เชียงราย	เชียงราย	2
	2548	โครงการอัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2
	2548	โครงการศึกษาหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในการสนับสนุนการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย	เชียงราย	3

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
	2548	โครงการผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2
	2548	โครงการบทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐเอกชนและ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน	เชียงราย	6
	2548	โครงการศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงราย	เชียงราย	4
	2548	โครงการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนการท่องเที่ยว	เชียงราย	3
	2548	โครงการรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนจังหวัดเชียงราย กรณี เปรียบเทียบเชียงรายกับนครคุนหมิง	เชียงราย คุนหมิง	4
	2548	โครงการการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัด แม่ฮ่องสอน	แม่ฮ่องสอน	3
	2548	โครงการ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแตก หมู่ที่ 10 ตำบลสบเปิง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่	7
	2550	โครงการ การบริหารระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพื้นที่อุทยาน แห่งชาติดอยอินทนนท์	เชียงใหม่	3
	2551	โครงการแนวทางการประสานความร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและสถานประกอบการ ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลบ้านปาง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่	16
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา			19	เล่ม

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
2.กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	2545	โครงการรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยร่วมมือขององค์การบริหารส่วนตำบล ท่าปลา กับชุมชนท่าเรือ จังหวัดอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์	10
	2545	โครงการการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สอดคล้องกับ ชีวิตชาวมูเซอดำบ้านอมย้อม ตำบลแม่ท้อ อำเภอเมือง จังหวัดตาก	ตาก	6
	2546	โครงการศึกษารูปแบบและกระบวนการในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้นน้ำ ลำน้ำตอน ตำบลนาบัว อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก	พิษณุโลก	19
	2548	โครงการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ระยอง (กำแพงเพชร สุโขทัย พิษณุโลก เพชรบูรณ์)	สุโขทัย กำแพงเพชร พิษณุโลก เพชรบูรณ์	1
	2549	โครงการศึกษาศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแก่งเกาะใหญ่ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำลูกเกด จังหวัดกำแพงเพชร	กำแพงเพชร	8
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			5	เล่ม

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้	2549	โครงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและ ประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	โครงการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักในเขตอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	โครงการ "ระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวใน เขตอีสานใต้"	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	โครงการ การพัฒนาเครือข่ายโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	5
	2549	โครงการ ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	โครงการศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	โครงการ การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตพื้นที่อีสานใต้กับ ประเทศกัมพูชา : ผ่านเส้นทางช่องสะงำ ถึง จังหวัดเสียมเรียบ	ศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์ นครราชสีมา	3
	2549	โครงการ"การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้เพื่อการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว เชิงพื้นที่ในเขตอีสานใต้	แขวงจำปาสัก แขวงเซกอง แขวงสาละวัน แขวงอัตตะปือ	4
	2549	โครงการศึกษาศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ แขวงจำปาสัก แขวงสะหวันนะเขต	3

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	โครงการ ภาวะผู้นำของกลุ่มที่พัทโสมสแตย์ในแหล่งท่องเที่ยวเขตอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	โครงการการพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนในกลุ่มอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	โครงการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกระบวนการวางแผน และพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	5

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	โครงการ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนของที่พัก แบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) เขตอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	โครงการ การพัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม (เขตอีสานใต้)	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	5
	2549	โครงการวิจัยแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึก ในอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร	3

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	โครงการแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยในอีสานใต้	นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	5
	2549	โครงการ พัฒนาการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้	นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	4
	2549	โครงการการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับเทศกาลท่องเที่ยว ประจำปีในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้	นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	2

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	โครงการวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้าน ในอีสานใต้	นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ	3
	2549	โครงการมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์	3
	2549	โครงการ การพัฒนานวนอุทยาน อุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าในเขต อีสานใต้	นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ	3
	2549	โครงการ การใช้และความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้	สระแก้ว สุรินทร์ ศรีสะเกษ นครวัด เสียมเรียบ	4

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	โครงการการพัฒนาเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวแหล่งอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ ถึงปราสาทนครวัดประเทศกัมพูชา	สระแก้ว สุรินทร์ ศรีสะเกษ เสียมราฐ	
	2553	โครงการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดชัยภูมิ	ชัยภูมิ	N/A
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้			24	เล่ม

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
4.กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่ม แม่น้ำโขง	2547	โครงการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการแก่งสะพือ แบบมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี	อุบลราชธานี	5
	2545	โครงการรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านวังอ้อ ตำบลหัวดอน อำเภอโขง จังหวัดอุบลราชธานี	อุบลราชธานี	4
	2550	โครงการรูปแบบและแนวทางการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนเกาะภูกระแต ของชุมชนบ้านโดมประดิษฐ์ ชุมชนบ้านหนองมะเกลือ และชุมชนบ้านโนนกลาง ตำบลโนนกลาง อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี	อุบลราชธานี	9
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง			3	เล่ม
5.กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำ ภาคกลาง	-	-	-	-
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง			0	เล่ม
6.กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	2549	โครงการการประมาณรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบน พื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด	ตราด	3
	2549	โครงการศักยภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัด ตราด	ตราด	3
	2549	โครงการแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด	ตราด	3
	2549	โครงการ อุทยานแรงงานสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่ เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด	ตราด	3
	2550	โครงการ "บทบาทของโลจิสติกส์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่เกาะล้านอย่างยั่งยืน"	ชลบุรี	3
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach			5	เล่ม

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
7.กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	-	-	-	-
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast			0	เล่ม
8.กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์ สองสมุทร	2547	โครงการพัฒนาศักยภาพการบริการนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2547	โครงการศึกษาของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต	ภูเก็ต	2
	2547	โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2547	โครงการศึกษาศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2547	โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2547	โครงการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2548	โครงการระบบการจัดการพิพิธภัณฑ์โบราณสถาน ศาสนาสถาน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมอย่างยิ่ง	ภูเก็ต พังงา กระบี่	2

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่อโครงการ	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินโครงการ	จำนวนผู้ดำเนิน โครงการ
8.กลุ่มท่องเที่ยวชมทัศนียภาพ สองสมุทร (ต่อ)	2548	โครงการกลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	4
	2548	โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2548	โครงการศึกษารูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่)	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2548	โครงการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดกระบี่	กระบี่	3
	2548	โครงการแนวทางการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสำเร็จรูป การส่งเสริมการตลาด และ จิตวิทยาการบริการ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2548	โครงการการจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นของ จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
รวมจำนวนโครงการกลุ่มท่องเที่ยวชมทัศนียภาพสองสมุทร			13	เล่ม
รวมจำนวนโครงการทั้งหมด			69	เล่ม

ตารางที่ 6.2 จำนวนและรายชื่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2545 - 2553 จำแนกตามกลุ่มการท่องเที่ยวและการจัด Cluster การท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
1.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	2546	การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบ้านห้วยน้ำริน อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่	7
	2547	การเสริมสร้างศักยภาพชุมชนที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมชุมชนบ้านรักไทย (แม่ออ) ตำบลหมอกจำแป่ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน	แม่ฮ่องสอน	3
	2547	กระบวนการเรียนรู้ เพื่อจัดทำสื่อภูมิประเทศจำลองดอยหลวงเชียงดาวโดยชุมชน เพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ	เชียงใหม่	4
	2548	การศึกษาแนวทางการสร้างและพัฒนาระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่ภาคเหนือ	เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน	7
	2548	การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย	เชียงราย	3
	2548	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2
	2548	ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	เชียงราย	4
	2548	ศักยภาพ บทบาท และความต้องการของภาคธุรกิจในพื้นที่จังหวัดเชียงรายในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว	เชียงราย	2
	2548	แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
1.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (ต่อ)	2548	แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวควบคู่กับเมืองอุตสาหกรรม :กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	5
	2548	ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวขององค์กรปกครอง	เชียงราย	4
	2548	ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของภาคประชาสังคม และ NGO	เชียงราย	2
	2548	ปัญหาและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2
	2548	รูปแบบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวบ้านศิลปินเชียงราย	เชียงราย	2
	2548	ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัด เชียงราย	เชียงราย	2
	2548	ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปาจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2
	2548	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปาจากน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	2
	2549	การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรูปแบบโฮมสเตย์ในบริบทของนักท่องเที่ยวและชุมชน ระยะที่ 2	เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน	8
	2553	การวิจัยและพัฒนาแบบการจัดการเรียนรู้ให้นักศึกษามีความสามารถสู่ธุรกิจการจัดเลี้ยง ขึ้นโตกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	เชียงราย	
	2553	แนวทางในการสร้างภูมิทัศน์เมืองในอำเภอขุมยวม และการออกแบบภูมิทัศน์อุทยานหินยุค ออร์โดวิเซียน (443 - 488 ล้านปี) ในอำเภอแม่สะเรียง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน จังหวัดแม่ฮ่องสอน	แม่ฮ่องสอน	
รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา			20	เล่ม

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
2.กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	2545	การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน บริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยาน แห่งชาติทุ่งแสลงหลวง ที่ ส.ล.8 (หนองแม่นา) จังหวัดเพชรบูรณ์	เพชรบูรณ์	10
	2545	การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เชิงอนุรักษ์ของเขาสมอแคลง อำเภอวังทอง จังหวัด พิษณุโลก	พิษณุโลก	9
	2546	รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาทะเล โดยความร่วมมือของชุมชนบ้านนาทะเล หมู่ 5 ตำบลจุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์	7
	2550	การประมวลองค์ความรู้ สถานภาพ และสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขต ภาคเหนือตอนล่าง	พิษณุโลก สุโขทัย กำแพงเพชร เพชรบูรณ์ พิจิตร	5
	2551	การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองพิษณุโลก ระยะที่ 1	พิษณุโลก	N/A
	2553	การพัฒนาชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแบบมีส่วนร่วมโดยใช้องค์ความรู้ทางด้าน วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว	สุโขทัย	N/A
	รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		6	เล่ม

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้	2549	แนวทางการจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้	บุรีรัมย์ สุรินทร์	3
	2549	กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	5
	2549	การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพอเพียงในเขตอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	แนวทางในการพัฒนาศักยภาพเชิงเกษตรกรรมในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพื่อการ เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ	สุรินทร์	3
	2549	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสมัยใหม่ในอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	การศึกษาความยั่งยืนของโฮมสเตย์ในภาคอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	การศึกษาการกำหนดเส้นทางจักรยานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	เส้นทางท่องเที่ยวสายอารยธรรมขอมในประเทศไทย กัมพูชา และลาว	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	2
	2549	การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาวัฒนธรรมของชุมชนชาวگویในเขตอีสานใต้ และลาวใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	2
	2549	การพัฒนาศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของภาครัฐและภาคเอกชนในเขตจังหวัด อีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	4
	2549	บทบาทของผู้นำองค์กรการปกครองท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด อีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	5

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	การพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้	สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ	3
	2549	การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	3
	2549	การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	3

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	การศึกษาการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยใช้ระบบสารสนเทศ ภูมิศาสตร์	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	3
	2549	คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้	บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี	3
	2549	การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดการเครือข่ายศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ ระลึกในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	3
	2549	การศึกษากลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานตอนใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี	2

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
3.กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรม อีสานใต้ (ต่อ)	2549	การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวทางบกเชื่อมโยงประเทศไทยกับประเทศกัมพูชา	สระแก้ว สุรินทร์ ศรีสะเกษ เสียมเรียบ	2
	2553	การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมเพลงโคราชสู่กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวชาว	นครราชสีมา	
รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้			23	เล่ม
4.กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิต ลุ่มแม่น้ำโขง	2547	ศึกษารูปแบบและการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน บ้านกู่กาสิงห์ ตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด	ร้อยเอ็ด	12
	2549	การศึกษาศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว กรณีศึกษา จังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์	หนองคาย นครหลวงเวียงจันทน์	12
	2551	ศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในจังหวัด อุบลราชธานี	อุบลราชธานี	N/A
	2551	แนวทางการยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของการท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี	อุบลราชธานี	N/A
รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง			4	เล่ม

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
5.กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิต ลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	2548	การสำรวจและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมทิวทัศน์จังหวัด สมุทรสงคราม	สมุทรสงคราม	4
	2549	การจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการ ในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว)	กรุงเทพมหานคร เซินเจิ้น กวางโจว	2
	2550	แนวคิด ปัญหา และประสิทธิภาพในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวทางเลือกในประเทศ ไทย : กรณีศึกษาชุมชนปลายโพงพาง	สมุทรสงคราม	N/A
	2551	การวิเคราะห์บริบทเชื่อมโยงการพัฒนาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม	นครปฐม	N/A
	2552	การพัฒนากายภาพและการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภาพลักษณ์ของจังหวัด ชัยนาท	ชัยนาท	2
	2552	แผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการบนฐานข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการมี ส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดชัยนาท	ชัยนาท	5
รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง			6	เล่ม

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
6.กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach	2549	บทบาทขององค์กรภาครัฐหลักที่มีต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด	ตราด	3
	2549	การจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว)	ชลบุรี	2
รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach			2	เล่ม
7.กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast	-	-	-	-
รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast			0	เล่ม
8.กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์ สองสมุทร	2545	แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วมชุมชนบ้านนางย่อน ตำบลคุระ อำเภอ คุระบุรี จังหวัดพังงา	พังงา	4
	2547	การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน	ภูเก็ต พังงา กระบี่	2
	2547	การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบก ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2547	การวิจัยเรื่องการศึกษาประสิทธิภาพของการให้บริการในการขนส่ง ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	6
	2547	การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัด ภูเก็ต พังงา และ กระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวนผู้วิจัย
8.กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์ สองสมุทร (ต่อ)	2547	ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	ภูเก็ต พังงา กระบี่	6
	2548	การจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน ภูเก็ต พังงา กระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	3
	2548	การศึกษารูปแบบการฝึกอบรมบุคลากรด้านคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ภูเก็ต พังงา และกระบี่	ภูเก็ต พังงา กระบี่	5
	2549	วิเคราะห์อุปสงค์ อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมศึกษา : พื้นที่อ่าวบ้านดอน จังหวัด สุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี	3
		รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์น้ำ ตำบลดอนสัก อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี	3
	2549	การจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัลในประเทศไทย แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง (เมืองเซินเจิ้นและกวางโจว)	ภูเก็ต	2
	2550	การจัดการความรู้สู่เรื่องเล่าของชุมชนแหลมโพธิ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน	สุราษฎร์ธานี	2
	2550	รูปแบบเส้นทาง กิจกรรม และการสื่อความหมาย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ภูมิศึกษา สวนสมุนไพรร ตำบลคลองปราบ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี	2
	2551	โครงการวิจัยเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์จังหวัดพังงา	พังงา	N/A

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

กลุ่มการท่องเที่ยว	พ.ศ.	ชื่องานวิจัย	จังหวัดหรือพื้นที่ ที่ดำเนินงานวิจัย	จำนวน ผู้วิจัย
8.กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์ สองสมุทร (ต่อ)	2551	การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนของ 5 จังหวัดภาคใต้: สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรัง และสตูล	สงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ตรัง สตูล	N/A
	2553	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน:กรณีศึกษา ชุมชนตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี	N/A
	2553	แนวทางการจัดทำแผนพัฒนาการลงทุนด้านธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช	N/A
	2553	การศึกษาข้อมูลคตินิเวศวิทยาเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช	N/A
	2553	แนวทางการพัฒนาระบบบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช	N/A
	2553	ความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลประโยชน์ต่อเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง	พัทลุง	N/A
รวมจำนวนงานวิจัยกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร			21	เล่ม
รวมจำนวนงานวิจัยทั้งหมด			82	เล่ม

ประวัติคณะผู้วิจัย

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 1: รศ.ภญ. ดร. นริศา คำแก่น

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นริศา คำแก่น
(ภาษาอังกฤษ) Narisa Kamkaen
2. ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์ ระดับ 9
3. สถานที่ติดต่อ สวนดุสิตโพล 295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 02- 244 5487
โทรสาร 02- 668 9342
E-mail nkamkaen@gmail.com
4. ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี – เอก ; สาขาและสถาบัน)
ภ.บ. (เภสัชศาสตร์) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ภ.ม. (เภสัชเวช) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Ph.D. (Health Science) Charles Sturt University, Australia
5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
Phytochemistry and biological activity of medicinal plants
Clinical trial of medicinal plants and western medicine
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

6.1 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว (ชื่อข้อเสนอการวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และสถานภาพในการทำวิจัย)

1. การศึกษาพืชไทยที่มีฤทธิ์ต้านเชื้อไวรัสเอดส์ – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ. 2540 (สถานภาพ - หัวหน้าโครงการวิจัย แหล่งทุน – เงินรายได้ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
2. การศึกษาสารประกอบเคมีในต้นสะท่อนน้ำผึ้ก – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2542 (สถานภาพ - หัวหน้าโครงการวิจัย แหล่งทุน – เงินรายได้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
3. การศึกษาลักษณะทางเคมีของเมทแอมเฟตามีนในประเทศไทย – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2545 (สถานภาพ – ผู้ร่วมวิจัย แหล่งทุน – กองควบคุมวัตถุเสพติด สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)
2. การทดสอบสารจากพืชที่มีฤทธิ์ยับยั้งเอนไซม์ไทโรซิเนส – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2549 (สถานภาพ - หัวหน้าโครงการวิจัย แหล่งทุน – เงินรายได้ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
3. การวิจัยและพัฒนาเครื่องสำอางจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2549 (สถานภาพ - หัวหน้าโครงการวิจัย แหล่งทุน – เงินรายได้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ.2548)

4. การวิจัยและพัฒนาจากสมุนไพรเพื่อใช้รักษาแผลในปาก – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2549 (สถานภาพ - หัวหน้าโครงการวิจัย แหล่งทุน – งบประมาณแผ่นดิน กลุ่มเรื่องเร่งด่วน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ พ.ศ.2548)

5. การใช้ลิโพโซมเพื่อนำส่งสารสำคัญเข้าสู่เซลล์ผิวหนัง กรณีศึกษาผลของสารสกัดรำข้าวและจมูกข้าวที่บรรจุอยู่ในลิโพโซมต่อฤทธิ์ต้านออกซิเดชัน – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ. 2552 (สถานภาพ - หัวหน้าโครงการวิจัย แหล่งทุน – เงินรายได้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี 2550)

6. การคัดเลือกและจัดทำมาตรฐานสมุนไพร – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ. 2553 (สถานภาพ – หัวหน้าโครงการย่อย ชุดโครงการ เรื่อง การวิจัยและพัฒนาจากสมุนไพรเพื่อช่วยในการอดบุหรี่) (แหล่งทุน – งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี 2551 - 2552 (โครงการต่อเนื่อง 2 ปี)

7. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปลดปล่อยสารแคปไซซิน จากแผ่นแปะผิวหนังกับฤทธิ์บรรเทาอาการปวด – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2553 (สถานภาพ – หัวหน้าโครงการย่อย ชุดโครงการ เรื่อง สารสกัดจากพริกเพื่อใช้เป็นยา แหล่งทุน: งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี 2551)

8. การจัดการความรู้เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาแพทย์แผนไทยในอำเภอมัธยม จังหวัดสมุทรสงคราม – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2553 (สถานภาพ – หัวหน้าโครงการย่อย ชุดโครงการ เรื่อง ภูมิปัญญาไทย) (แหล่งทุน – งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี 2552)

9. การศึกษาการจัดการธุรกิจภาคบริการที่ได้รับมาตรฐานการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา Evason Hua Hin Six Sense Resort and Spa อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ – รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ พ.ศ.2553 (สถานภาพ – หัวหน้าโครงการวิจัย แหล่งทุน – งบประมาณเงินรายได้ วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี 2552)

6.2 ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์/เผยแพร่ ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

1. Supabphol R., Supabphol A., Kamkaen N., Wattanachaiyingcharoen R. Cytoprotective Effect of *Vernonia cinerea* less. Extract to Human Umbilical Vein Endothelial Cells. In the Eighth Asian Congress for Microcirculation (ACM 2011), Bangkok, Thailand.

2. Ampornmaha T., Kamkaen N., Na Patalung N., Monrakkharom S. A Study of Hospitality Management for Environmental Certification. Case Study: Evason Hua Hin Six Senses Resort & Spa, Pranburi, Prachuabkirikhan. *Annual of International Thai Tourism* 2010. Retrieved from http://www.ttresearch.org/home/images/Journal_2553_3/001.pdf

3. Samee W., Rinako Nakakita K., Panyawachira A., **Kamkaen N.** Effect of Aloe Vera and Wax Gourd Extracts in Reducing Burning Sensation of Capsicum Gel. *Journal of Health Research*. **2010**, 24(3): 107-111.
4. Vorarat S., Managit C., Iamthanakul L., Soparat W., **Kamkaen N.** Examination of Antioxidant Activity and Development of Rice Bran Oil and Gamma-Oryzanol Microemulsion. *Journal of Health Research*. **2010**, 24(2): 67-72.
5. Soisuwan S., Mapaisansin W., Samee W., Brantner A.H., **Kamkaen N.** Development of Peacock Flower Extract as Anti-wrinkle Formulation. *Journal of Health Research*. **2010**, 24(1): 29-34.
6. Mekseepralard C., **Kamkaen N.**, Wilkinson JM. Antimicrobial and antioxidant activities of traditional Thai herbal remedies for aphthous ulcers. *Phytotherapy Research*. Published Online: 1 June **2010**.
7. Chuano S., Weerataweeporn S., Managit C., Pitiporn S., **Kamkaen N.** Development of Guava Liposome Serum and Evaluation of Free Radical-Scavenging Capacity. *Journal of Health Research*. **2009**, 23(4): 163-167.
8. Watthanachaiyingcharoen R., Phanwichien K., Pradermwong A., **Kamkaen N.** Acute Toxicity Test of Medicinal Plants and Herbal Remedies of Aphthous Ulcer. *Journal of Health Research*. **2009**, 23(4): 169-174.
9. **Kamkaen N.**, Wilkinson J.M. The antioxidant activity of *Clitoria ternatea* flower petal extracts and eye gel. *Phytotherapy Research*. Published Online: 15 Apr **2009**.
10. Aroonrerk N., **Kamkaen N.** Anti-Inflammatory Activity of *Quercus infectoria*, *Glycyrrhiza uralensis*, *Kaempferia galanga* and *Coptis chinensis*, the Main Components of Thai Herbal Remedies for Aphthous Ulcer. *Journal of Health Research*. **2009**, 23(1): 17-22.
11. **Kamkaen N.**, Wilkinson J.M., Ruangrunsi N. Compositions and Antimicrobial Activities of Essential Oil from Family Rutaceae. *The International Journal of Essential Oil Therapeutics*. **2008**; 2: 158-162.
12. นาถฤดี โพธิ์วัฒน์, อรณัญ เจริญตรา, อรวินท์ พ่วงแสงทอง, สุวัฒน์ จิตรดำรงค์, **นริศ คำแก่น**. ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ยาเม็ดคุมกำเนิดฉุกเฉินของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนครนายก. *ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*. **2551**; 3(3): 346-352.
13. ณัฐพร สุจริต, เบญจางค์ ปิยะพรมดี, อภิรดี จันทร์สมบูรณ์, สุภาภรณ์ ปิติพร, นัยนา สันติยานนท์, **นริศ คำแก่น**. ความปลอดภัย ประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ครีมลดความหมองคล้ำ 2 ชนิด ที่มีสารสกัดมะขามป้อมและสารสกัดหม่อน. *ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*. **2550**; 2(3): 209-214.
14. **Kamkaen N.**, Mulsri N., Treesak C. Screening of some tropical

vegetables for anti-tyrosinase activity, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2007**; 2(1): 15-19.

15.**Kamkaen N.**, Phuntuwate W., Samee W., Boonrod A., Treesak C. The investigation of the rabbit and human skin irritation of herbal anti-wrinkle cream, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2007**; 2(1): 20-25.

16.Samee W., Engkalohakul M., Nebbua N., Direkrojanavuti P., Sornchaithawatwong C.,and **Kamkaen N.** Correlation Analysis between Total Acid, Total Phenolic and Ascorbic Acid Contents in Fruit Extracts and Their Antioxidant Activities, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1(3): 196-203.

17.**Kamkaen N.**, Wilkinson J., Cavanagh H. Effect of four edible Thai plants on mammalian cell proliferation, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1(3): 189-195.

18.**Kamkaen N.**, Matsuki Y., Ichino C., Kiyohara H., Yamada H. The Isolation of the Anti-*Helicobacter pylori* Compounds in Seed of *Arctium lappa* Linn. *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1(2): 12-18.

19.**Kamkaen N.**, Matsuki Y., Ichino C., Kiyohara H. and Yamada H. The isolation of the anti-*Helicobacter pylori* compounds in seed of *Arctium lappa* Linn., *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1 (2) : 12-18.

20.**Kamkaen N.**, Thongnopnua N., Wilkinson J., Simpson M. Comparison of traditional Thai herbal medicine and standard Western medicine in the management of dyslipidemia, *Acta Horticulturae*. **2005**; 680, 57-63.

21.Tongroach C., Samee W. and **Kamkean N.** National references standard of methamphetamine, *Srinakharinwirot Journal of Pharmaceutical Science*. **2005**; 10(1): 1-9.

22.**Kamkaen N.**, Ruangrangsri N., Kowborisut T., Puttasomsri A. Compositions and antimicrobial properties of essential oil from *Murraya paniculata* Jack. *Srinakharinwirot Journal of Pharmaceutical Sciences*, **2003**; 8 (1), 1-9.

23.**Kamkaen N.**, Ruangrangsri N. Chemical compositions and antimicrobial activities of essential oil from *Micromelum minutum* Wight & Arn. *Thai Journal of Health Research*. **2003**; 17 (2), 147-153.

24.**Kamkaen N.** Studies on signature analysis/profiling of methamphetamine. *Srinakharinwirot Journal of Pharmaceutical Sciences*, **1998**; 3 (1), 112-122.

6.3. งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย และสถานภาพในการทำวิจัย

1. การวิจัยและพัฒนายาน้ำมันสมุนไพรไทยเพื่อใช้เป็นยาภายนอกสำหรับสัตว์ – รายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 2 (สถานภาพ – ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย และหัวหน้าโครงการวิจัย ย่อย แหล่งทุน – งบประมาณแผ่นดิน กลุ่มเรื่องเร่งด่วน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ พ.ศ. 2554)



ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 2: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สวนเพลง

1. ชื่อ - สกุล (ภาษาไทย) : นางสาว พรรณี สวนเพลง
(ภาษาอังกฤษ) : (Pannee Suanpang)

2. ตำแหน่งปัจจุบัน:

1. กรรมการสภามหาวิทยาลัยประเพณีคณาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

2. ผู้อำนวยการโครงการพัฒนาทุนมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

3. ประธานคณะทำงานโครงการพัฒนาสารสนเทศโลจิสติกส์การเกษตรทางไกลให้กับเกษตรกร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

4. ประธานหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

4. อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

3. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ (ที่ทำงานและมือถือ) โทรสาร และ E-mail

สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา ดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทร 02-2445-5302 โทรสาร 02-668-7137

e-Mail: dtechpannee@yahoo.com, pannee_sua@dusit.ac.th

4. ประวัติการศึกษา

2004- 2007: Doctor of Technology in Science (DTech)

University of Technology, Sydney, Australia

2000 - 2001: Master of Information Systems (MIS)

Griffith University, Australia

1997 - 2000: Bachelor of Information Technology (B. IT)

Major Information Systems (IS)

Griffith University, Australia

5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

Knowledge Management

Information and Technology Management

e-Learning

Information Technology for Education

Information Technology for Tourism

6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

6.1 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

1. หัวหน้าโครงการ: การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการศูนย์อาหารออร์แกนิกกรุงเทพฯ: ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร (2554)

2. หัวหน้าโครงการ: การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการร้านค้าออร์แกนิกกรุงเทพฯ: ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร (2554)

3. หัวหน้าโครงการวิจัย: “รูปแบบการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อพัฒนาสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้” ได้รับทุนสนับสนุนจาก คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช) พ.ศ. 2553

4. หัวหน้าโครงการวิจัย: “อินเทอร์เน็ตบรอดคาสต์ตั้งนวัตกรรมสร้างสรรค์ด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาครูผู้ดูแลเด็กเล็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทั่วประเทศไทยระยะที่ 1” ได้รับทุนสนับสนุนจาก คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช). พ.ศ. 2553

5. หัวหน้าโครงการวิจัย: “อินเทอร์เน็ตบรอดคาสต์ตั้งนวัตกรรมสร้างสรรค์ด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาครูผู้ดูแลเด็กเล็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทั่วประเทศไทยระยะที่ 2” ได้รับทุนสนับสนุนจาก คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช). พ.ศ. 2554

6. วิจัยเดี่ยว: “นวัตกรรมการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ระยะที่ 1” ได้ทุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พ.ศ. 2553

7. วิจัยเดี่ยว: “แผนกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” ได้ทุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พ.ศ. 2553

8. หัวหน้าโครงการ: “การพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนการเรียนรู้ในโรงเรียนต้นแบบ จังหวัดสุพรรณบุรี” ได้ทุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พ.ศ. 2554

9. วิจัยเดี่ยว: “การพัฒนาศูนย์กลางด้าน ICT ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2557”. ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ปี พ.ศ. 2550

6.2 บทความทางวิชาการระดับนานาชาติ

1. พรรณี สวนเพลง. (2554). แผนกลยุทธ์การบริหารจัดการนวัตกรรมสวนดุสิต อินเทอร์เน็ตบรอดคาสติ้ง (SDIB) ปี พ.ศ. 2554-2559. SDURJ 08(3) -02/2012 (in press)
2. พรรณี สวนเพลง. (2554). กลยุทธ์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี การเรียนรู้. *วารสารวิจัย มสด.* SDURJ 6(3)-08/2010 (in press)
3. พรรณี สวนเพลง. (2554). อินเทอร์เน็ตบรอดคาสติ้งนวัตกรรมสร้างสรรค์ด้าน การศึกษาเพื่อพัฒนาครูผู้ดูแลเด็กเล็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทั่วประเทศไทย ระยะที่ 1. SDURJ 08(3) -02/2012 (in press)
4. พรรณี สวนเพลง. (2552). การพัฒนาบุคลากรด้าน ICT ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2557. *วารสารวิจัย มสด.* 4(1) 114-123.
5. Suanpang, P. (2004). *Development, Delivery and Evaluation of Online Learning in Business Statistics at University in Thailand*. Doctor of Technology in Science (DTech) Thesis. Department of Mathematical Science. University of Technology, Sydney, Australia.
6. Suanpang, P., Petocz, P. & Kalceff, W. (2004). Student's Attitude towards Learning Business Statistics Online Vs. Traditional Methods. *Journal of International Forum of Education Technology & Society*. (http://ifets.massey.ac.nz/periodical/7_3/)
7. Suanpang, P. & Petocz, P. (2006). E-Learning in Thailand: Case study and Analysis, *Journal of E-Learning*.
8. Suanpang, P., Petocz, P. & Reid, A. (2004). A relationship between learning outcomes and online access. *Australian Journal of Educational Technology*, 20(3), p. 371-387 (<http://www.ascilite.org.au/ajet/ajet20/suanpang.html>)

6.3 บทความในการประชุมวิชาการ

1. Suanpang, P. (2009). *Suan Dusit Internet Braodcasting (SDIB):- Educational Innovation in Knowledge-Based Society*. The Six International Conference on eLearning for Knowledge-Based Society. Bangkok, Thailand 17-18 December.
2. Suanpang, P. & Kalceff, W. (2008). *Suan Dusit Internet Braodcasting (SDIB) Educational innovation in Thailand*. World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia & Telecommunications is an international conference, Austria, 30 June-4 July 2008.
3. Suanpang, P. (2007). *The Demanding of ICT Manpower of Thailand*, Eco Summit 2007, Bejin China, 21-26 May 2007. (<http://www.ecosummit2007.elsevier.com/call.htm>).

4. Suanpang, P. & Tumnanjit, B. (2007). *Knowledge Management Process: Elephant Model* Eco Summit 2007, Bejin China, 21-26 May 2007. (<http://www.ecosummit2007.elsevier.com/call.htm>)
5. Suanpang, P. (2006). *The Investigation and analysis of ICT Manpower of Thailand*, การประชุมนักวิจัยรุ่นใหม่พบเมธีวิจัยอาวุโส สกว., 12-14 ตุลาคม 2549, จังหวัดเพชรบุรี.
6. Suanpang, P. (2006). *Knowledge Management Course at Suan Dusit Rajabhat University*, Knowledge Management in Higher Institutes, Suan Dusit Rajabhat University, Bangkok, Thailand, February 21-23, 2006.
7. Suanpang, P. (2005a). Keynote Speaker: *Balancing between external and traditional library*, Online information and education conference 2005. Suan Dusit Rajabhat University, Thailand. 16-19 November 2005.
8. Suanpang, P. (2005b). *Student's experience of online learning in Thailand*, The Second Asain-Pacific Computing and Philosophy Conference, AP-CAP, Bangkok, Thailand. January 7-9, 2005.
9. Suanpang, P. (2004c). *E-Learning project at Suan Dusit University, Thailand*. Online information and education conference 2004. Suan Dusit Rajabhat University, Thailand. 15-18 September 2004.
10. Suanpang, P. (2004b). *E-University at Suan Dusit University, Thailand*. E-University. Chaimai University, Thailand. 3 September 2004.
11. Suanpang, P. (2004a). *E-document at Suan Dusit University, Thailand*. E-document 2004. Shinwatra Building, Bangkok, Thailand. 26 May 2004.
12. Suanpang, P. & Kalceff, W. (2003a). *Instructional design and feature of an online Business Statistics course*, Thailand. The 29th Congress on Science and Technology of Thailand (STT). Khon Kean, Thailand. 20-23 October 2003.
13. Suanpang, P. & Kalceff, W. (2003b). *Teamwork Vs. individual student project in Business Statistics Online Course*. ED-Media 2004 World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia & Telecommunications. Switzerland. 21-24 June 2004.
14. Suanpang, P. & Petocz, P. (2003a). *Learning outcomes from a Business Statistics Course in Thailand*, The Ninth Sloan-C International Conference on Asynchronous Learning Networks (ALN): The Power of Learning: Implication for Teaching and Learning: Orlando, Florida, USA. 14-16 November 2003.

15.Suanpang, P. & Petocz, P. (2003b). *Student's experience in learning Business Statistics Online*. Evaluations and Assessment Conference 2003. Adelaide, Australia. 24-25 November 2003.

16.Suanpang, P. & Petocz, P. (2003d). *Learning Outcomes from Business Statistics Course in Thailand*. Postgraduate 5th Annual Conference, University of Technology, Sydney. 22 August 2003.

17.Suanpang, P., Petocz, P. & Kalceff, W. (2003). *Student's Attitude towards Learning Business Statistics Online Vs. Traditional Methods*. Learning for unknown future. New Zealand. HERDSA. 6-9 July 2003.



ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 3: ดร. เบญจพร ดามาพงศ์

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) : นางเบญจพร ดามาพงศ์
(ภาษาอังกฤษ) : Dr. Benjaporn Damapong
2. ตำแหน่งปัจจุบัน (อาจารย์, ผศ., รศ., ศ.) ผู้อำนวยการสำนักกิจการพิเศษ
3. ที่อยู่ (ที่ทำงาน) สำนักกิจการพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เลขที่ 295 ถนนราชสีมา
เขตดุสิต

จังหวัด	กรุงเทพมหานคร	รหัสไปรษณีย์	10300
โทรศัพท์	02 243 5778	โทรสาร	02 244 5371
โทรศัพท์มือถือ	081 923 0081		
E-mail:	benjaporn_dam@dusit.ac.th		
4. ประวัติการศึกษา
 - 4.1 ปริญญาตรี รบ. (บริหารรัฐกิจ)
สถาบัน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 - 4.2 ปริญญาตรี M.B.A. (การตลาด)
สถาบัน มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์
 - 4.3 ปริญญาตรี Ph.D. (Business Studies)
สถาบัน Sardar Patel University, India
5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
การท่องเที่ยว การโรงแรม อุตสาหกรรมบริการ
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุ
สถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วม
วิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

6.1งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว: ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่ง

- A Study of employee training, development and compensation practice of selected hotels in Thailand. Ph.D. Thesis.
- เบญจพร ดามาพงศ์ และ นิตยา ทวีชีพ. ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วารสารวิจัย มสส. สาขาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ 2553: 6(1) 10-20.

~~๕๕๕๕๕~~