รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

The Development of Cultural Tourism Policy base on Tourism Supply Chain Management

โดย ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และคณะ

มกราคม 2557

บทสรุปผู้บริหาร

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี เป็นจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ที่มีการเชื่อมโยงกันทั้งทางบกและทางน้ำ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัด ถ้าทั้งสามจังหวัดต่างนำจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเข้ามาผสมผสานกันแบบคลัสเตอร์ภายใต้การประสานงานที่มีประสิทธิภาพของครือข่ายโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จะทำให้การท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดมีศักยภาพมากขึ้น

แต่สภาพปัจจุบันของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนั้น พบว่า ความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานจะพบเฉพาะภายในจังหวัด ถึงแม้ว่า หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญในเรื่องยุทธ์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดโดยมีสำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 เป็นผู้รับผิดชอบและมีผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นประธานและมีหน่วยงานภาครัฐ ประชาคมชุมชน ที่มาจากทั้ง 3 จังหวัด เป็นคณะกรรมการก็ตาม แต่ไม่มีการดำเนินการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงสามจังหวัด ความร่วมมือส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะทางอ้อมสำหรับการท่องเที่ยว เช่น โครงการรักษ์เจ้าพระยาป่าสัก เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนและองค์กรปกครองท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ยังคงมีอุปสรรคที่ทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น กำลังคนและงบประมาณในการจัดการมีจำกัด โครงสร้างการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐไม่เอื้อต่อการจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยวทั้งระบบอย่างมีประสิทธิภาพ ขาดความต่อเนื่องของนโยบายการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด การเมืองท้องถิ่นและผลประโยชน์ทับซ้อน และขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หลังจากที่แหล่งท่องเที่ยวได้พัฒนาขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดที่ดูแลพื้นที่จะพิจารณาความเป็นไปได้ในการขายของแหล่งท่องเที่ยวและทำการตลาดและประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะโดยทั้งนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่มภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวในการประชาสัมพันธ์ต่อไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาแพจเก็จท่องเที่ยวขึ้นโดยอาศัยความร่วมมือกับธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร บริษัทขนส่ง หรือ ผู้ให้บริการกิจกรรมสนทนาการต่างๆ ปัญหาที่พบ คือ ธุรกิจขนาดเล็กและ รายย่อย (Micro) ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือ เข้าถึงความช่วยเหลือใดใดจากภาครัฐ และไม่มีเวทีที่จะแสดงความคิดเห็น หรือมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

จากสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคที่พบในโซ่อุปทานท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัด จึงขอเสนอแนวทางในการบริหารจัดการโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

1. ปรับโครงสร้างการแบ่งพื้นที่ดำเนินงานของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาให้สอดคล้องกับการจัดกลุ่มจังหวัดตามกระทรวงมหาดไทย เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดเป็นแบบบูรณาระหว่างหน่วยงานภาครัฐ
2. การจัดตั้งหน่วยงานกลาง/คณะกรรมการ รับผิดชอบยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ หรือ อาจจะปรับ พันธกิจ บทบาท และทิศทางของแผนยุทธ์ศาสตร์ของสำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ให้เน้นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดมากขึ้น และยังทำให้เกิดความต่อเนื่องของนโยบายและยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด

3. เพิ่มตัวชี้วัด (KPI) ของการวัดผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดนั้น เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากจังหวัดหนึ่งไปยังจังหวัดหนึ่งในกลุ่มจังหวัด เช่น นักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเดินทางไปเที่ยวต่อที่จังหวัดนนทบุรี หรือปทุมธานี เป็นจำนวนเท่าไร ทำให้หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดมากขึ้น
4. สร้างความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มรวมถึงธุรกิจขนาดเล็กและรายย่อยและมีการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นนทบุรีและปทุมธานีเข้าด้วยกัน โดยผ่านทางการทำกิจกรรมร่วมกัน
5. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มต่างๆ ของโซ่อุปทาน โดยให้กลุ่มนักวิชาการและสถาบันการศึกษาเป็นผู้สกัดองค์ความรู้และถ่ายทอดไปยังกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น ทักษะและองค์ความรู้ด้านการตลาดท่องเที่ยว ควรมีการถ่ายทอดจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือกลุ่มภาคเอกชน ไปยัง กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพราะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ดีจะต้องพิจารณาความเป็นไปได้ในการขายไปพร้อมๆ กัน เป็นต้น

Executive Summary

Pranakorn Sriayudhya, Pathum Thani, and Nonthaburi are provinces in the upper central region zone 1, with land and water link which leads to the connection in culture and ways of life. This connection contributes to the development of provincial tourism in this region. If these provinces can mix its strength to one other, in clusters, under a good cooperation of tourist supply chain, the provincial tourism will show out its better capacity.

However, it turns out that today the connection of the provincial tourism, in terms of supply chain, can only be seen in that province. Even though government agencies give importance on provincial strategies, having the office of strategic management of the upper central region zone 1 to take care of the issue with the governor of Ayutthaya as the president as well as other government agencies and the provincial society from the 3 provinces to act as the committee, there is still no connection on tourist management of the 3 provinces. Moreover, most of the cooperation is indirect such as the project on the conservation of Chao Praya/ Pasak.

Considering involving agencies in tourist supply chain, the researcher found out that communities, local governments and other government agencies concerned play important roles in the development of tourist places. Nonetheless, there are obstacles for the effective development of tourism such as man power, limited budgets, government projects which do not support the effective management of the whole system of tourist supply chain, the lack in provincial policy continuity, local politics, overlapping interests, as well as the lack in local participation in the development of tourist sources. After tourist sources are developed to be tourist places, the local office of the Tourism Authority of Thailand will consider the possibility in expanding tourist places and carry out marketing and public relations. By so doing, there is a need for cooperation from private sectors, especially from tour agencies to make advertisements to targeted tourists, as well as developing tourist packages by cooperating with relating business operators such as hotels and accommodations, restaurants, transportations or recreation agencies. The problem found in this activity is that small and micro business operators have no information and assistance from the government. Also, they have no medium for expressing opinions neither for participating in the development of provincial tourism.

With current problems and obstacles found in the supply chain of cultural tourism in these provinces, the researcher proposes approaches in managing the supply chain of cultural tourism as follows;

1. adjust the administrative structure of involving agencies such as the Ministry of Tourism and Sports to be in line with the provincial administration under the Ministry of Interior. This is to integrate the administration of provincial tourism among government agencies.
2. establish a central agency/ committee being responsible for integrated tourism strategies of these provinces, or adjust the mission, role, or goal of the strategic plan of the office of strategic management of the upper central region zone 1 in order to emphasize more on integrated provincial tourism, as well as lead to the continuity of tourism strategies and policies in the provinces.
3. increase key performance indicators for the performance of provincial tourism by changing from evaluating the numbers of tourists travelling to that province, to the numbers of tourists having travelling in that province and going further to other provinces in the same group. For example, there should be the calculation of the number of tourists in Ayutthaya who also travel to Nonthaburi or Pathum Thani. By this, the tourism agencies in **Pranakorn Sriayudhya** will increasingly promote cluster tourism.
4. strengthen the tourism network of provinces by expanding the network to all stakeholders including small and micro business operators of **Pranakorn Sriayudhya**, Nonthaburi and Pathum Thani. They can be achieved by doing and joining activities.
5. promote the exchange of knowledge among involving parties in the supply chain. By this, scholars and educational institutes can collect knowledge and pass on to involving parties. The knowledge can be skills in tourism marketing which the Tourism Authority of Thailand or other private sectors can act as main players in passing on to agencies concerning the development of tourism. This is because a good development of tourist places must at the same time take into account the sales capability.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) เพื่อวิเคราะห์ ปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) เพื่อนำเสนอแผนพัฒนา แนวทางการบริหารจัดการ นโยบายและแผนยุทธ์ศาสตร์โซ่อุปทานไปสู่ภาคปฏิบัติ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในกลุ่มจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี การวิจัยนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่ประกอบไปด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ ผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการที่มีความรู้หรืองานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สำนักบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองท้องถิ่น และนักธุรกิจ/ผู้บริหารของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ วิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลและใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก และ นำประเด็นอภิปรายสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโซ่อุปทานท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนด กำกับและดูแลยุทธ์ศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่ภาคปฏิบัติ กลุ่มชุมชนและองค์กรท้องถิ่น กลุ่มหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ทำหน้าที่การตลาด กลุ่มภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อหวังผลกำไรจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยว และกลุ่มนักวิชาการและสถาบันการศึกษา เมื่อพิจารณาถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเครือข่ายโซ่อุปทานท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดให้มีปะสิทธิภาพ คือ โครงสร้างการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐไม่เอื้อต่อการจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยว ขาดยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 3 จังหวัด ขาดความต่อเนื่องของนโยบายการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด การเมืองท้องถิ่นและผลประโยชน์ทับซ้อน และขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

Abstract

This research aims at 1) studying the linkage among parties in the administration of cultural tourism, 2) analyzing problems and obstacles of the network of supply chain in cultural tourism, 3) proposing development plans, administrative approaches and policies, as well as implementing strategies for the supply chain for cultural tourism in **Pranakorn Sriayudhya**, Pathum Thani, and Nonthaburi. This study used qualitative research comprising of in-depth interview and focus group interview. The population was divided into 3 groups, namely learned scholars or research studies on tourism; government agencies relating tourism such as the office of strategic management of the upper central region zone 1, the provincial office of tourism and sports, the provincial cultural office, the Tourism Authority of Thailand and local agencies; as well as businessmen/ the executives of the industry relating tourism such as hotels, restaurants, and etc. This research used purposive sampling to choose the population, and use an in-depth interview and focus group interview. The information from the interviews was then analyzed by content analysis.

The result of the research showed that parties concerned in the supply chain of cultural tourism can be divided into 6 groups, namely those relating the imposition and administration of tourism strategies of the provinces, government agencies implementing tourism strategies, local organizations or communities, state enterprises taking care of marketing, private sectors running tourism business, as well as scholars and educational institutes. Considering problems and obstacles for an effective development of the supply chain of the provincial clusters, the researcher found that it is affected by the administrative structure of government agencies which do not support the supply chain for tourism, the lack in integrated tourism strategies for the 3 provinces, the discontinuity of provincial tourist policies, local politics and overlapping interests, as well as the lack of local participation in the development of tourist places.

สารบัญ

			หน้า
	บทสรุปผู้บริหาร		ก
	บทคัดย่อ		ค
	กิตติกรรมประกาศ		ง
	สารบัญ		จ
	สารบัญตาราง		ช
	สารบัญภาพ		ซ
บทที่ 1	บทนำ		
	1.1	ความสำคัญ และที่มาของปัญหา	1
	1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	1.3	ขอบเขตของการวิจัย	2
	1.4	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
	1.5	นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	3
บทที่ 2	แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
	2.1	นโยบายและแผนยุทธ์ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	4
		2.1.1 นโยบายของคณะรัฐมนตรีนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร	4
		2.1.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559)	5
		2.1.3 ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา (พ.ศ. 2555-2559)	9
		2.1.4 แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1	11
		2.1.5 ยุทธ์ศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2555-2559)	11
		2.1.6การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	13
		2.1.7 แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2550-2559)	14
	2.2	ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และ นนทบุรี	14
		2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	14
		2.3.2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดปทุมธานี	17
		2.3.3 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดนนทบรี	19

สารบัญ(ต่อ)

			หน้า
	2.4	สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปทุมธานีและนนทบุรี	21
		2.4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	21
		2.4.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี	22
		2.4.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี	22
	2.5	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และ นนทบุรี	23
	2.6	แนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทาน	28
	2.7	แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	29
		2.7.1 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว	30
		2.7.2 องค์ประกอบสนับสนุนการท่องเที่ยว	33
	2.8	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย		
	3.1	การทบทวนเอกสาร	36
	3.2	การวิจัยเชิงคุณภาพ	36
		3.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก	36
		3.2.2 การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย	38
บทที่ 4	ผลการวิจัยและการอภิปรายผล		
	4.1	ผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยวภายในจังหวัด	40
	4.2	ความเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	43
	4.3	ปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	48
บทที่ 5	สรุปผลและข้อเสนอแนะ		
	5.1	สรุปผลการวิจัย	50
	5.2	ข้อเสนอแนะ	51
	เอกสารอ้างอิง		52

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (พ.ศ. 2550 - 2554)	21
ตารางที่ 2.2	สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี (พ.ศ. 2550-2554)	22
ตารางที่ 2.3	สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี (พ.ศ. 2550-2554)	23
ตารางที่ 2.4	กิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีจำแนกรายเดือน	25
ตารางที่ 2.5	กิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีจำแนกรายเดือน	27

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	แผนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	15
ภาพที่ 2.2	แผนที่จังหวัดปทุมธานี	17
ภาพที่ 2.3	แผนที่จังหวัดนนทบุรี	19
ภาพที 2.4	กรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	28
ภาพที่ 3.1	แผนภูมิการวิจัย	37
ภาพที่ 4.1	การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ปี พ.ศ. 2555-2559	44
ภาพที่ 4.2	ความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	47
ภาพที่ 4.3	แพขาวหลังวิกฤตการณ์น้ำ ปี 2554	48

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยทั่วไปประกอบด้วยอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ที่เชื่อมโยงกันผ่านทางโซ่อุปทาน Morrison, Lynch and Johns (2004) ระบุว่า การมีเครือข่าย (Network) ที่ดีเป็นสิ่งที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพราะเครือข่ายก่อให้เกิดการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน (Learning and exchange) และมีความร่วมมือกันในกิจกรรมทางธุรกิจ (Business activity) เช่น การจัดซื้อ การพัฒนาตลาด การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ดังนั้นในการผลิตและส่งมอบบริการให้แก่นักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งจึงมีกลุ่มต่างๆที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ตั้งแต่ บริษัทขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว บริษัททัวร์ ฯลฯ จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นเป็นเครือข่ายของธุรกิจที่ร่วมกันในการสร้างบริการทำให้การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลักษณะของภาพรวม หรือเชิงบูรณาการจึงจะให้ประโยชน์ เนื่องจากการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยวในระดับมหภาคไม่ได้เป็นการแข่งขันในรูปแบบของบริษัทต่อบริษัท แต่เป็นการแข่งขันระหว่างโซ่อุปทานว่ามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีต้นทุนในการให้บริการมากน้อยเท่าใด

ถึงแม้ว่ามีงานวิจัยมากมายที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแต่ส่วนใหญ่จะเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีตัวตน ในขณะที่งานวิจัยที่เกี่ยวกับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมบริการโดยเฉพาะการท่องเที่ยวยังมีจำนวนจำกัด เนื่องจากการท่องเที่ยวจัดเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง ดังนั้น การบริการจึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าที่จับต้องได้ซึ่งทำให้การจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมบริการมีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีตัวตน Lovelock and Wirtz (2007) ได้อธิบายลักษณะเฉพาะดังกล่าวของการบริการ คือ 1) การไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะไม่สามารถมองเห็น ชิมรส รู้สึก ได้ยิน หรือได้กลิ่นบริการท่องเที่ยวก่อนตัดสินใจใช้บริการ 2) การไม่สามารถถูกแบ่งแยกได้ (Inseparability) ทั้งนี้การบริการจะต้องถูกผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้นักท่องเที่ยวจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการให้บริการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวจะไม่สมบูรณ์ถ้านักท่องเที่ยวไม่มาปรากฏตัวและเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการให้บริการ 3) การไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) กล่าวคือการบริการไม่สามารถจะเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นๆ จึงไม่สามารถผลิตล่วงหน้าเพื่อเก็บไว้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของบริการต่างๆที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่นั่งของผู้โดยสารของเครื่องบินโดยสาร ห้องพักของโรงแรม ไม่สามารถเก็บเป็นสินค้าคงคลังสำหรับการขายในอนาคตได้ และ 4) ความหลากหลายของคุณภาพบริการ (Heterogeneity) การบริการขึ้นอยู่กับว่า ใครเป็นผู้ให้บริการ การบริการเกิดขึ้นเมื่อไหร่และสถานที่ใด จึงทำให้คุณภาพของบริการที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกันในแต่ละครั้งของการบริการ ด้วยเหตุนี้การมีโซ่อุปทานท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพมีความสำคัญ ทำให้ต้นทุนโดยรวมของการให้บริการลดลง และเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการที่เหมาะสมปราศจากความผิดพลาด เป็นต้น

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี เป็นจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ๑ ที่มีการเชื่อมโยงกันทั้งทางบกและทางน้ำ สำหรับการเชื่อมโยงทางน้ำมีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำสายสำคัญของประเทศไหลผ่านทั้งสามจังหวัด ทำให้เกิดการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางน้ำซึ่งอาจนำสู่การท่องเที่ยวทางน้ำ

แบบกลุ่มจังหวัด นอกจากนี้ทั้งสามจังหวัดดังกล่าวมีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว กล่าวคือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนนทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวไทยรามัญ โดยมีสถาปัตยกรรมมอญและขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวรามัญที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เช่น ประเพณีการแห่ข้าวแช่ในวันสงกรานต์ ประเพณีตักบาตรพระร้อย เป็นต้น ดังนั้นถ้าทั้งสามจังหวัดต่างนำจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเข้ามาผสมผสานกันแบบคลัสเตอร์ภายใต้การประสานงานที่มีประสิทธิภาพของครือข่ายโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จะทำให้การท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดมีศักยภาพมากขึ้น ดังนั้นงานวิจัยนี้ได้เห็นความสำคัญของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบรวมทั้งระบบจึงทำการศึกษาผ่านหลักการจัดการโซ่อุปทาน เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพัฒนานโยบายและแผนยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ ปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี
3. เพื่อนำเสนอแผนพัฒนา แนวทางการบริหารจัดการนโยบายและแผนยุทธ์ศาสตร์โซ่อุปทานไปสู่ภาคปฏิบัติ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

วิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

วิจัยนี้มุ่งทำการศึกษาความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยว รวมถึง ปัญหาและอุปสรรค ของเครือข่ายโซ่อุปทานท่องเที่ยวในปัจจุบัน พร้อมทั้งแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

วิจัยนี้ศึกษาเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี เท่านั้น

ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาทั้งสิ้น 12 เดือนระหว่าง 15 มิถุนายน 2555 ถึง 15 ตุลาคม 2556

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในระดับประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คณะกรรมการปฏิบัติการส่งเสริมคนไทยเที่ยวในประเทศ เป็นต้น สามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปใช้ในการวางนโยบายและพัฒนาแผนการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยาและสำนักงานกรุงเทพมหานคร สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัด สามารถนำผลวิจัยนี้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัด

3. นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของทั้ง 3 จังหวัดมากขึ้น ภายใต้แผนยุทธศาสตร์และแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ชัดเจน

4. งานวิจัยนี้เป็นการเพิ่มองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ โดยการนำหลักการจัดการโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.5 นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้ สัมผัสและชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิตและความงดงามทางศิลปะ โบราณสถาน โบราณวัตถุ
นักท่องเที่ยว	หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมชมและสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และนนทบุรี ในความหมายทั่วไปนั้น นักท่องเที่ยวหมายถึงผู้ที่มาจากภูมิลำเนาอื่นและมาพำนักในจังหวัดนั้นอย่างน้อย 1 คืน แต่เนื่องจากจังหวัดที่ทำการศึกษาเป็นจังหวัดที่ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบไปเช้าเย็นกลับและนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเป็นคนในจังหวัดนั้น ดังนั้นในงานวิจัยนี้ นักท่องเที่ยวจึงรวมทั้งผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบค้างคืน และแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือเป็นคนที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดแต่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดของตนเอง
นโยบาย	หมายถึง หลักการและแนวทางในการปฏิบัติ หรือการดำเนินงาน
โซ่อุปทาน	หมายถึง การเชื่อมต่อของหน่วยงานต่างๆ ที่เป็นอิสระต่อกัน ทำให้เกิดการไหลของวัตถุดิบ ข้อมูลและเงินทุน จากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

(Supplier) ไปยังผู้ผลิต และส่งมอบไปยังลูกค้า

โซ่อุปทานท่องเที่ยว	หมายถึง	การเชื่อมต่อของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว

บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะนำเสนอผลการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย แผนยุทธ์ศาสตร์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ข้อมูลพื้นฐานของหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี แนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทาน แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 นโยบายและแผนยุทธ์ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.1.1 นโยบายของคณะรัฐมนตรีนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร

ท่านนายก ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้แถลงนโยบายของรัฐบาลในปี 2554 คือนโยบายการเร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยประกาศให้ ปี พ.ศ. 2554-2555 เป็นปีมหัศจรรย์ไทยแลนด์ (Miracle Thailand Year) และประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าร่วมเฉลิมฉลองในพระราชพิธีมหามงคลที่จะมีขึ้นใน ช่วงปี พ.ศ. 2554-2555 ถัดมาในปี 2556 รัฐบาลได้ประกาศนโยบายเป้ารายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 เป็น 2.2 ล้านล้านบาท โดยย้ำให้ทุกจังหวัดพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกัน ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรและชุมชน และใช้การตลาดนำ

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากทั้งภายในและภายนอกประเทศนั้น จะจัดให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในภาวการณ์ปกติและภาวะวิกฤต นอกจากนี้ยังสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปาที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มสูงให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าภายใน 5 ปี นอกจากนี้นโยบายของรัฐบาลยังได้เน้นการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจทีเกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว ในที่นี้จะขอกล่าวเฉพาะ การพัฒนาการท่องเที่ยว และการพัฒนาภาคบริการ

1) การพัฒนาการท่องเที่ยว
   - ส่งเสริมพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและเร่งรดจัดการปรับปรุงมาตรฐานในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสุขอนามัย ทั้งนี้เน้นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของผู้พิการและผู้สูงอายุ
   - พัฒนาบูรณะและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้ว และส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งสนับสนุนให้ภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นลงทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
   - ยกระดับและรักษามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและปรับปรุงการบริการของภาครัฐเพื่อให้สามารถดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก และเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจลงตราให้แก่นักท่องเที่ยวที่อยู่ในกรอบการค้าเสรี หรือ มีความสัมพันธ์ด้านการค้าการลงทุนร่วมกับประเทศไทย
- ส่งเสริมกิจกรรมละรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยและการเสนอตัวให้ประเทศไทย เป็นเจ้าภาพในการจัดกิจกรรมในระดับนานาชาติ
- ผลักดันความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ
- พัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยสนับสนุน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2) การพัฒนาภาคบริการ
- เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการ ให้มีองค์ความรู้เสริมสร้างนวัตกรรมและทักษะทั้งด้านภาษามาตรฐานการบริการและการเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนมาตรฐานธุรกิจและการพัฒนาบุคลากรให้พร้อมรับการขยายตัวของธุรกิจและส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย
- พัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดสู่ระดับภูมิภาคหลายมูลค่าค่าความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่นเช่นการท่องเที่ยวธุรกิจบริการสุขภาพธุรกิจการประชุมและสินค้าศึกษานานาชาติ สร้างธุรกิจภาพยนตร์ธุรกิจออกแบบแฟชั่นธุรกิจอัญมณีการบริหาร บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและนันทนาการรวมถึงสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

2.1.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559)

การแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน ทุกๆ ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยเน้นการลงทุนและการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อจะได้สร้างรายได้ให้กับประเทศต่อไป ดังนั้น ทางคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ขึ้น โดยได้กำหนดยุทธ์ศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยวไทยรวมถึงการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมายพันธกิจและยุทธ์ศาสตร์ 5 ประการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ คือ

1) พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเน้นการเชื่อมโยงทางโลจิสติกส์ระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง พัฒนาระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ในระดับมาตรฐานสากล รวมถึงการปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมายให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง นอกจากนี้การพัฒนาในยุทธศาสตร์นี้ยังรวมถึง การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้เชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางอากาศให้เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ และพัฒนาท่าเรือเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเที่ยวชายฝั่งทั้งด้านอันดามันและฝั่งอ่าวไทย รวมถึง <u>การเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา</u>
2) พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ การพัฒนาเครือข่ายสื่อสารโทรคมนาคม ระบบสารสนเทศและซอฟแวร์ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว และการพัฒนาศูนย์กลางให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร
3) สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค โดยการผลักดันให้เกิดนโยบายการบินพาณิชย์ที่ค่อนข้างเปิด พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางรถประจำทางและรถไฟ เพื่อเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นลุ่มแม่น้ำโขง เส้นทางชายฝั่งทะเลอ่าวไทย และหมู่เกาะต่างๆ ตามกรอบคามร่วมมือ ASEAN และ อื่นๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ยุทธศาสตร์นี้เน้นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ

แนวทางการดำเนินการคือ

1) พัฒนายกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพเพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม และผลักดันให้พื้นที่ที่มีศักยภาพเป็นเขตพื้นที่พิเศษเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้เน้นการสนับสนุนการท่องเที่ยวชายแดน ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
2) การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิม และจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมทั้งประเทศ พร้อมจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม มีระบบการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ

3) การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยวางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในทุกระดับ และสร้างสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมถึงการจัดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรอรับ นอกจากนี้ ควรผลักดันให้มีการออกกฎ ระเบียบ และบทลงโทษที่ชัดเจนในการกำกับดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวและสอดส่องดูแลการใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์นี้เน้น การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร

แนวทางการดำเนินการ คือ

1) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว โดยสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องผลักดันงานเทศกาล ประเพณีกิจกรรมไทยให้เป็นงานเทศกาลในระดับโลก เช่น งานลอยกระทง เทศกาลดนตรี ฯลฯ ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย การคัดสรรเอกลักษณ์และจุดเด่นของจังหวัดเพื่อกำหนดภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว
2) การสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยผลักดันให้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้สนับสนุนให้ภาคเอกชน นักลงทุนชาวไทยและชาวต่างประเทศ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบของการลงทุนด้านการท่องเที่ยว เสริมสร้างความแข็งแกร่งของ ภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย โดยการสนับสนุนเงินทุน วิชาการและการให้ความรู้ ในการประกอบธุรกิจ และสนับสนุนให้ภาคธุรกิจร่วมกลุ่มกันในการให้บริการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีด้านการท่องเที่ยวในอนาคต
3) การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยว โดยพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกรอบในการยกระดับคุณภาพสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว พร้อมสนับสนุนกิจกรรมการตรวจประเมิน สถานประกอบการตามแนวทางสากลและผลักดันเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย พร้อมจูงใจผู้ประกอบการเข้าร่วมมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย
4) การป้องกันและรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการเตรียมความพร้อมรับมือภัยคุกคามจากทั้งโรคติดต่อ ภัยธรรมชาติ ฯลฯ โดยให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการวิกฤตการณ์ กำหนดมาตรการ ป้องกัน ดูแล รักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว และมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง นอกจากนี้ ควรส่งเสริม ให้ชุมชนร่วมเป็นอาสาสมัครดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนของตน
5) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพัฒนาขีดความสามารถด้านการแข่งขันของภาคเอกชน โดยเฉพาะการพัฒนามัคคุเทศก์ ด้านทักษะภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการพัฒนาบุคคลากรด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนและผลักดันให้มีการจัดตั้งสถาบัน

กลางเพื่อพัฒนาบุคคลากรด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรการอบรมระยะสั้นทั้งทางด้านการปฏิบัติงานเฉพาะทางวิชาชีพที่ขาดแคลน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมูลสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ ดังนั้นแนวทางการดำเนินการคือ

1) สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว โดยประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศ ไทย เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เพิ่มบทบาท/สถานะของไทยในเวทีระหว่างประเทศ ด้านการท่องเที่ยวให้โดดเด่นยิ่งขึ้น และสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในความเป็นไทย (Thainess) ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งขัน ให้คนไทยมีจุดขายร่วมกันในเรื่องของความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พร้อมต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
2) สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว โดยจัดทำข้อมูล และรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและจัดเก็บในระบบข้อมูลสารสนเทศ เพิ่มและปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจ และการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น และส่งเสริมการกระจายตลาดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลทั้งในเชิงพื้นที่ เวลา และกลุ่มตลาดรวมถึงส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดสินค้าทางการท่องเที่ยวสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน เป็นต้น และพัฒนาขีดความสามารถด้านการวางแผนและการปฏิบัติงานด้านการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)
3) พัฒนาการตลาด และส่งเสริมการขาย ในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ไทยมีศักยภาพ เช่น กลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน เป็นต้น ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมูลสิทธิ์การจัดงานระดับโลก ระดับภูมิภาครวมถึงการจัดงานประชุม และงาน Event ระหว่างประเทศ สร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยว เช่น การเป็น Hospitality and Wellness Center of the World เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระดับบน และประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการส่งเสริมการตลาด และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับโลกและระดับภูมิภาค เช่น UNWTO APEC ฯลฯ เพื่อการสร้างโครงข่ายความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน
4) สร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว โดยโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง และใช้วิธีการทำการตลาดโดยกลุ่มคนที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น สถานทูตไทยประจำประเทศ ต่างๆ เป็นที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ให้แก่ ชาวต่างชาติ พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในภาพลักษณ์พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการ

ท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกอย่างครบวงจร เพื่อให้การบริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ รวดเร็วทันสมัย

5) การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหลท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ร่วมกับ ภาคเอกชนในการจัดทำแพคเกจพิเศษเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวไทย และจัดงานส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทั้ง การออกงานแสดงสินค้า และRoad Show ภายในประเทศ รวมถึงประสานงานและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การบินไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยวในประเทศ โดยจัด Promotion สำหรับคนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วน
แนวทางการดำเนินการ คือ

1) ท้องถิ่นในการบริหารจัดกรทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงการปฏิบัติงานของหน่วยงาน หลักในด้านการท่องเที่ยว เช่น กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแก่งประเทศไทย ฯลฯ ให้มีความสอดคล้องและประสานงานกับกระทรวงอื่นๆ เพื่อกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้ไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกัน และเร่งผลักดันให้ความร่วมมือในกรอบความร่วมมือต่างๆ ให้เกิดผลในทางปฏิบัติเป็นไปอย่างรวดเร็ว
2) การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยว โดยสนับสนุน ให้ความรู้ความเข้าใจแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงการกระจายอำนาจและจัดสรรผลประโยชน์ให้แก่องค์ปกครองส่วนท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

2.1.3 ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา (พ.ศ. 2555-2559)

ยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำโดยยึดวิสัยทัศน์ของกระทรวง ฯ คือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการเพื่อเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนและพันธกิจ สำหรับวิจัยนี้จะขอกล่าวเฉพาะยุทธ์ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 ยุทธศาสตร์จาก 6 ยุทธ์ศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพและปลอดภัย
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ ให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และกีฬากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาด้านการท่องเที่ยว

สำหรับนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาด้านการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. **สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศและกระจายรายให้สู่ประชาชนอย่างสมดุลและยั่งยืน** โดยเสริมสร้างค่านิยมให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดยให้กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคตลอดปี อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในทิศทาง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ให้มีความหลากหลายเชื่อมโยงธรรมชาติศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ให้มีบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานเพื่อการท่องเทียว ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความสมดุลกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น มีความสะอาด สะดวก ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย ตลอดจนการปกป้องคุ้มครองดูแลนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ให้เอาเปรียบหลอกลวงนักท่องเที่ยว จนเกิดภาพพจน์ทางลบต่อประเทศ
2. **เสริมสร้างความแข็งแกร่ง และขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย**
3. **สร้างศักยภาพระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ** โดยจัดพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการรักษา ฟื้นฟูและคุ้มครองแหล่งท่องเที่ยว หรือการบริหารและพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นการเฉพาะ ความรับผิดชอบในการบริหารการท่องเที่ยวโดยสนับสนุนการรวมกลุ่มในรูปของการท่องเที่ยวชุมชน หรือสหกรณ์การท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภาคและกลุ่มจังหวัดให้มีความเหมาะสมเกื้อกูลกัน และจัดตั้งศูนย์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนและสนับสนุนข้อมูลด้านการลงทุนแก่เอกชน
4. **ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว** การตลาดสมัยใหม่ (Modern marketing) ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือหลักเช่น Marketing Online, M. Marketing Application กลุ่ม First Visitor ตลาดที่มีศักยภาพและรักษาฐานตลาด Repeater นักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กอล์ฟแต่งงาน และสุขภาพและความงาม ช้อปปิ้ง กลุ่มสนใจกีฬา กลุ่มดำน้ำ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ฯลฯ กระแสการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาพและในภูมิภาคเดียวกัน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ กาละการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)
5. **การท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์** สร้างนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความสมดุลเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
6. **สร้างภูมิคุ้มกันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ** รองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจการเมือง สงคราม และภัยธรรมชาติ โดยการวางมาตรการและแนวทางป้องกันภัยที่จะเกิดขึ้นกับการท่องเที่ยว โดยเน้นการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และความปลอดภัย รวมถึงสนับสนุนให้จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว จัดระบบและกลไกในการบริหารความเสี่ยงในภาวะวิกฤตทางการท่องเที่ยว
7. **ผลักดันให้มีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว** เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 เป็นต้น

2.1.4 แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นพื้นที่ในการวิจัยจัดอยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ๑ ที่ประกอบด้วยพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรีและสระบุรี เป็นกลุ่มจังหวัดที่แม่น้ำเชื่อมต่อกัน โดยเฉพาะจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี มีแม่น้ำเจ้าพระยาเชื่อมต่อกันและเกิดพื้นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำในขณะที่สระบุรีมีแม่น้ำป่าสักเชื่อมจังหวัดกับพระนครศรีอยุธยา ในส่วนนี้จะขอกล่าวถึงเฉพาะภาพรวมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

การท่องเที่ยว

ถึงแม้ว่าการท่องเทียวจะมีความสำคัญต่อกลุ่มจังหวดในระดับน้อยเมื่อเทียบกับรายได้จากกลุ่มอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดในปริมาณมาก โดยเฉพาะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญ (สำนักยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1, 2555) นอกจากนี้ จังหวัดปทุมธานีละนนทบุรียังมีเทศกาลและประเพณีที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวด้วย เช่น การตักบาตรพระร้อย การละเล่นชาวมอญ และงานเปิงสงกรานต์ เป็นต้น

จากรายงานการประชุมทางวิชาการโครงการจัดทำและทบทวนแผนพัฒนา แผนปฏิบัติราชการประจำปีของกลุ่มจังหวัด 1 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ได้สรุปว่า

1) จุดยืนทางยุทธ์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดมี 3 เรื่อง คือ เป็นเมืองที่มีฐานทรัพยากรทางน้ำที่สะอาด อุดมสมบูรณ์ สนับสนุนการค้า การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมเกษตร ท่องเที่ยวและชุมชน เป็นเมื่ออาหารปลอดภัย และเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2) ประเด็นยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดจะมีการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นไปตามมติที่ประชุมของ กรอ. ภูมิภาค
3) ยุทธ์ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมี 2 ยุทธ์ศาสตร์คือ ยุทธ์ศาสตร์การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศของแม่น้ำเจ้าพระยาและป่าสัก ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ และยุทธ์ศาสตร์ การส่งเสริมเชิงนิเวศและวัฒนธรรม โดยทั้งนี้จะมีโครงการต่างๆ ที่รองรับยุทธ์ศาสตร์ดังกล่าว เช่น โครงการสืบสานวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและป่าสักเพื่อการท่องเที่ยว โครงการชุมชนรักษ์น้ำเจ้าพระยา ป่าสัก และโครงการคลองสวย น้ำใส จากพลังงานธรรมชาติฟื้นฟูคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำ เป็นต้น โดยในการบริหารงานในโครงการต่างๆนั้น ทางสำนักยุทธ์ศาสตร์ฯ จะมอบหมายและขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละจังหวัดสมาชิก โดยผ่านทางการประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นประธาน

2.1.5 ยุทธ์ศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2555-2559)

ยุทธ์ศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวได้พัฒนาอยู่บนพันธกิจหลักที่ต้องทำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ ส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนายกระดับมาตรฐานสินค้าและการท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างกิจกรรมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวแก่ทุกภาคส่วนและการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ของยุทธ์ศาสตร์ฉบับนี้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ การสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว พัฒนาจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น พัฒนาผู้ประกอบการชุมชนและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในภูมิภาคเอเชีย

เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น งกรมท่องเที่ยวได้กำหนดยุทธ์ศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวดังนี้

1) การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการท่องเที่ยว
2) การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและด้านธุรกิจบริการสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร
3) การพัฒนาความร่วมมือด้านกาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและนานาชาติ

แต่ในการทบทวนวรรณกรรมนี้จะขอกล่าวเฉพาะสองยุทธ์ศาสตร์แรกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ

ยุทธ์ศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ยุทธ์ศาสตร์นี้เน้นถึง

-การสร้าง พัฒนา ฟื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว โดยการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและการพัฒนาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น จำนวนห้องน้ำ ร้านอาหาร และสถานที่พักแรม เป็นต้น

- การสร้างความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาคและระดับประเทศรวมถึงการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและก่อให้เกิดคุณค่าในการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวให้ยาวนานขึ้นและมีการใช้จ่ายเงินเพิ่มมากขึ้น

-การกำหนดและพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านบริการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว

ยุทธ์ศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและด้านธุรกิจบริการสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร จะเกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยว การจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และมีการพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อการบริการการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยว การสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำดัชนีชี้วัดด้านการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ในยุทธ์ศาสตร์นี้ยังเน้นถึง การส่งเสริม สนับสนุนและบูรณาการการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน เช่น การส่งเสริมและสนับสนุนให้จังหวัดต่างๆ จัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยให้มีความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศและขอให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรงบประมาณให้จัดสรรงบประมาณโดยพิจารณาจากโครงการที่อยู่ในแผนแม่บทเป็นลำดับต้นๆ

ประการถัดมา คือ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดประชุมวิชาการด้านการท่องเที่ยว และการบริหารความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาโครงสร้างและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

2.16 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจทีจัดตั้งเพื่อทำหน้าที่การตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศ โดยมีพันธกิจหลักอยู่ 4ประการ คือ

1. ส่งเสริมความเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่
2. สนับสนุนระบบสารสนเทศและนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ ด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นเลิศ
3. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของนักการตลาดการท่องเที่ยวมืออาชีพ
4. พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์กร ให้ได้มาตรฐานระดับสากล

แนวทางการตลาดที่สำคัญที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะดำเนินการมีดังนี้

1) เสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย โดยการสร้างแบรนด์ประเทศให้แข็งแกร่งและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน เน้นภาพลักษณ์ “ความเป็นไทย” และการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

2) เร่งการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวใน ๓ มิติหลัก คือ มิติโครงสร้างทางการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย การขยายตลาดลูกค้าเก่า การเจาะตลาดลูกค้าใหม่และการเติบโตของตลาดระดับบนและตลาดระดับกลาง และให้ความสำคัญกับการกระจายการเดินทางทั้งในเชิงพื้นที่ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง และคำนึงถึง Seasonal Demand

มิติมูลค่า-คุณค่า : ให้ความสำคัญกับการ “เพิ่มมูลค่า” ทางการตลาดควบคู่กับการนำส่ง “คุณค่า” ทางจิตใจแก่นักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ดีสู่สังคม มากกว่าการมุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

มิติประโยชน์จากการดำเนินงาน : สร้างประโยชน์จากการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้เกิดผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของไทยให้เกิดมูลค่า (Value Oriented) ในสินค้าและบริการ

4) บูรณาการทำงานอย่างสร้างสรรค์และพัฒนาเครือข่ายภาคีทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งการประสานความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับพันธมิตรคู่ค้า (Strategic Partners) และกระชับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

5) เสริมสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Thailand and Beyond) เปลี่ยนคู่แข่งขันเป็นคู่ค้าเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด และรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นทั้งจุดเริ่มต้น (Entry) และจุดส่งท้าย (Exit) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

2.1.7 แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2550-2559)

แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ เป็นแผนยุทธ์ศาสตร์ที่กำหนดทิศทางการพัฒนางานศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม โดยผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญ คือ กระทรวงวัฒนธรรม โดยที่หนึ่งในพันธกิจของกระทรวงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ พันธกิจที่ 5 การสร้างคุณค่าทางสังคมและส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 1 ยุทธ์ศาสตร์ 2 กลยุทธ์ คือ ยุทธ์ศาสตร์ที่ 6 นำทุนทางวัฒนธรรมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์

1) ยกระดับคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2) พัฒนาคุณภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ การบริการ และอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคโดยธำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ของภูมิปัญญาระดับท่องถิ่นและระดับประเทศ
3) ส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจชุมชนให้ขยายสู่ระดับภาค ระดับชาติและระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบบริหารจัดการทุนวัฒนธรรมของภาคีเครือข่าย

วัตถุประสงค์

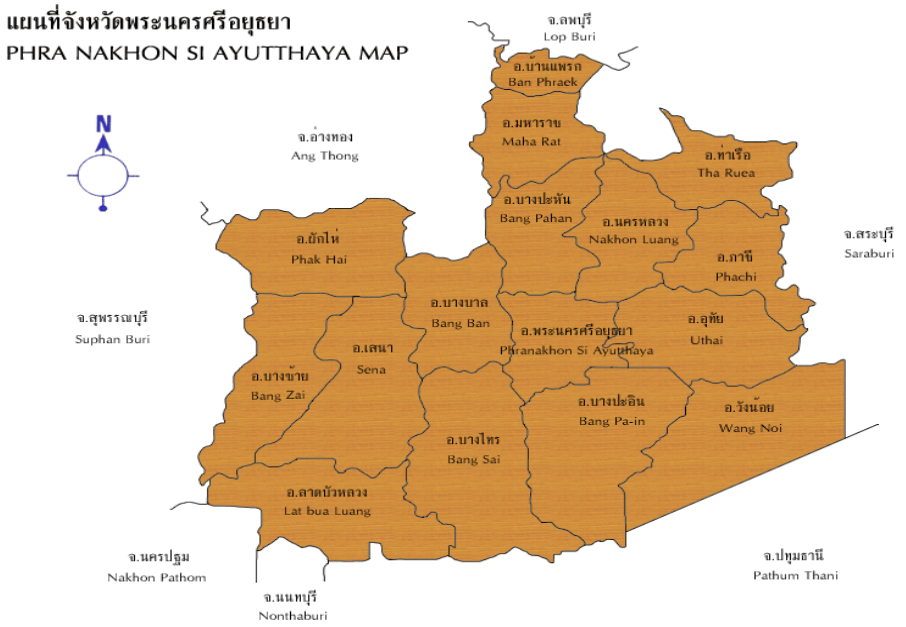
1) พัฒนาระบบบริหารจัดการเพื่อนำทุนทางวัฒนธรรมไปสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม
2) พัฒนาฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2.2 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และ นนทบุรี

2.3.1 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1) ด้านภูมิศาสตร์

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศห่างจากกรุงเทพมหานครทางถนนสายเอเชีย ประมาณ 75 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,556.64 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศไทย และเป็นอันดับที่ 11 ของจังหวัดในภาคกลาง ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทุ่งนา ไม่มีภูเขา ไม่มีป่า มีแม่น้ำไหลผ่าน 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรีและแม่น้ำน้อย รวมความยาวประมาณ 200 กิโลเมตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยาภูมิอากาศ มีลักษณะร้อนชื้นอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 ชนิด คือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาวซึ่งอากาศจะเย็นและแห้งแล้งและลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ในฤดูฝน ทำให้มีฝนตกชุกเป็นเวลานานเกือบตลอดปี



ภาพที่ 2.1 แผนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2) ด้านการเมือง การปกครอง

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ 209 ตำบล 1,445 หมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 33 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 121 แห่ง จังหวัดอยุธยามีประชากรทั้งสิ้น 775,157 คน เป็นชาย 374,605 คน เป็นหญิง 400,552 คน อำเภอที่มีประชากรมากที่สุดได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จำนวน 138,746 คน และอำเภอที่มีประชากรน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอบ้านแพรก จำนวน 9,094 คน

3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ประชากรของจังหวัดพระนครศรีอยุธยานับถือศาสนาพุทธ ประมาณร้อยละ 95.43 ศาสนาอิสลาม ประมาณร้อยละ 3.97 และศาสนาคริสต์ ประมาณร้อยละ 0.6 ศาสนสถานในจังหวัดมีทั้งสิ้น 574 แห่ง แยกเป็นวัด 504 วัด มัสยิด 60 แห่ง และโบสถ์คริสต์ 11 แห่ง นอกจากนั้นยังมีวัดร้าง 447 วัด สำนักสงฆ์ 9 แห่ง โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกธรรมบาลีและสามัญรวม 3 แห่ง ศูนย์พระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ 85 แห่ง พระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรวิหาร 3 แห่ง ชั้นโทชนิดราชวรวิหาร 1 แห่ง ชั้นโทชนิดวรวิหาร 3 แห่ง และชั้นตรีชนิดสามัญ 7 แห่ง มีจำนวนพระภิกษุ (มหานิกาย) 5,533 รูป สามเณร 351 รูป จำนวนพระภิกษุ (ธรรมยุต) 211 รูป สามเณร 863 รูป ศูนย์การเรียนพระปริยัติธรรม 40 แห่ง

4) ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GPP = Gross Provincial Product) ปี 2551 เป็นอันดับที่ 3 ของประเทศมีมูลค่า 419,657 ล้านบาท รองจากจังหวัดระยอง และสมุทรสาคร รายได้เฉลี่ย (GPP Per capita (Bath)) 548,678 บาท / คน / ปี อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในปี 2551 เพิ่มขึ้นจากปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 20.84 สาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัด คือสาขาอุตสาหกรรม รองลงมาสาขาการค้าส่งและค้าปลีกและสาขาเกษตรกรรม ตามลำดับ ส่วน

การอุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในเขต 2 ของการส่งเสริมการลงทุน มีนิคมอุตสาหกรรม 3 แห่ง ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) และนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร และมีเขตประกอบการอุตสาหกรรม 2 แห่ง ได้แก่ เขตประกอบการอุตสาหกรรมแฟคเตอรี่แลนด์วังน้อย และเขตประกอบการอุตสาหกรรม บริษัท สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จำกัด (มหาชน) จังหวัดมีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการในปีงบประมาณ 2553 (ณ 31 ธันวาคม 2552) จำนวน 2,057 โรงงาน เงินทุนรวม 324,275.11 ล้านบาท จ้างคนงาน 245,599 คน มีโรงงานอุตสาหกรรมรับอนุญาตประกอบกิจการใหม่ในปีงบประมาณ 2554 จำนวน 44 โรงงาน ขอขยาย 4 โรงงาน เลิกกิจการ 11 โรงงาน สรุปมีการขยายตัวภาคอุตสาหกรรม จำนวน 33 โรงงาน (ร้อยละ 1.63) เงินลงทุน 1,327.70 ล้านบาท (ร้อยละ 0.41) การจ้างงาน 3,717 คน (ร้อยละ 1.54)

สินค้าขาออกของจังหวัดที่สำคัญ ได้แก่ สินค้าเกษตร เช่น ข้าว มะม่วง สัตว์น้ำจืด ไม้แปรรูป และสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง ส่วนสินค้านำเข้าของจังหวัด ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้าง น้ำมันเชื้อเพลิง เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องมือเครื่องจักรกลที่ใช้ในอุตสาหกรรมการเกษตร และไม้ซุง

5) ด้านการคมนาคม

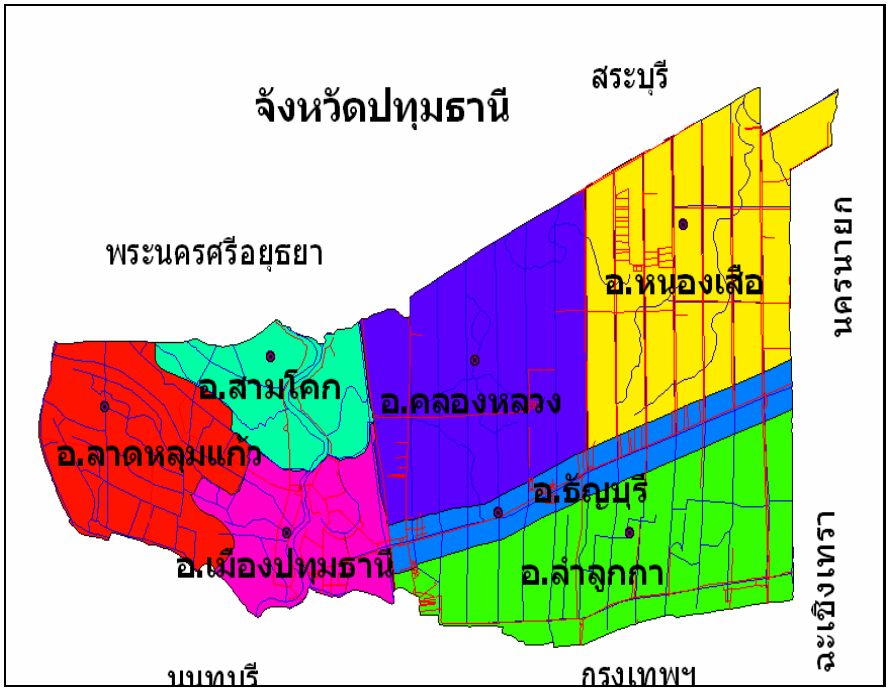
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นศูนย์กลางการคมนาคม ทำให้การเดินทางสะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และทางเรือ มีผู้ประกอบการจัดตั้งโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตร คลังสินค้าขนาดใหญ่ ห้องเย็น และกิจการโรงสี ในจังหวัดจำนวนมาก เพื่อจัดเก็บสินค้าและแปรรูปสินค้าเพื่อส่งไปยังกรุงเทพมหานคร และส่งออกไปต่างประเทศ ซึ่งธุรกิจดังกล่าวส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา บางปะอิน วังน้อย และอุทัย อีกทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ยังมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ขนาดกลาง กระจายตัวอยู่ในชุมชน อาทิ ห้างสรรพสินค้า เทสโกโลตัส บิ๊กซี โรบินสัน ตลาดกลางเพื่อการเกษตร

2.3.2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดปทุมธานี

1) ด้านภูมิศาสตร์

ปทุมธานีตั้งอยู่ในภาคกลางของประเทศไทยมีพื้นที่ประมาณ 1,520 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 950,000 ไร่ ไปทางทิศเหนือประมาณ 28 กิโลเมตรมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง คือ ทิศเหนือติดต่อกับ อำเภอบางประอิน อำเภอบางไทร และอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับอำเภอหนองแค และอำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี ทิศตะวันออกติดต่อกับ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก กับอำเภอบางน้ำเปรี้ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา ทิศใต้ติดต่อกับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กับเขตดอนเมืองและเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร และทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านพื้นที่ส่วนกลางของจังหวัดทำให้พื้นที่จังหวัดถูกแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ฝั่งตะวันตกหรือฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาได้แก่ พื้นที่อำเภอเมืองบางส่วน พื้นที่ของอำเภอลาดหลุมแก้วทั้งหมด และพื้นที่ของอำเภอสามโคกบางส่วนพื้นที่ทางฝั่งตะวันออกหรือฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ พื้นที่บางส่วนของอำเภอเมือง พื้นที่บางส่วนของอำเภอสามโคก พื้นที่ทั้งหมดของอำเภอธัญบุรี อำเภอคลองหลวง อำเภอลำลูกกา และอำเภอหนองเสือ ในช่วงฤดูฝน ทำให้เกิดภาวะน้ำท่วมในบริเวณพื้นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นบริเวณกว้าง และก่อให้เกิดปัญหาด้านอุทกภัยในบางปี โดยเฉพาะฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาส่วนฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยาจะประสบปัญหาเฉพาะบริเวณที่อยู่ตามชายฝั่งแม่น้ำเท่านั้น



ภาพที่ 2.2 แผนที่จังหวัดปทุมธานี

2) ด้านการเมือง การปกครอง

จังหวัดปทุมธานี แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ เมืองปทุมธานีอำเภอสามโคก อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอคลองหลวง อำเภอลำลูกกา 60 ตำบล 466 หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบไปด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 7 แห่ง เทศบาลตำบล 12 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 45 แห่ง หน่วย การปกครอง จังหวัดปทุมธานีมีประชากรทั้งสิ้น 985,643 คน จำแนกเป็นประชากรชาย 469,034 คน คิดเป็นร้อยละ 47.59 ประชากรหญิง 516,609 คน คิดเป็นร้อยละ52.41

3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ประชาชนในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาคือ ศาสนาอิสลามและศาสนาคริสต์ ตามลำดับ สำหรับจำนวนศาสนสถานในจังหวัดโดยจำแนกได้ดังนี้ วัดในพุทธศาสตรา 203 แห่ง มัสยิด 30 โบสถ์ (คริสต์) 3 แห่ง ปทุมธานีมีคดีประเภทประทุษร้ายต่อทรัพย์สูงขึ้นเป็นระยะ มีสาเหตุจากการที่มีจำนวนประชากรในพื้นที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากประชากรต่างท้องถิ่นต่างเข้ามาทำงานตามสถานประกอบการต่าง ๆ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม หมู่บ้านจัดสรร และห้างสรรพสินค้า รวมทั้งเด็กและเยาวชนที่เข้ามาศึกษาในสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในเขตจังหวัดที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก โดยที่ปัญหาอาชญากรรมที่ประกอบโดยเด็กและเยาวชน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งในแง่ความรุนแรงและปริมาณ

4) ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product at Current market Price) ในปี พ.ศ. 2551 มีมูลค่ารวม 204,530 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 คิดเป็นร้อยละ 1.90 เป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์ในภาคเกษตรกรรม 5,364 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 4.13 และภาคนอกเกษตร 198,803 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 1.84 รายได้ต่อหัวประชากร (Per Capita GPP) เท่ากับ 250,888 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 0.75

ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี มีโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ (สะสม) ณ วันที่ 30 เมษายน 2555 จำนวนทั้งสิ้น 3,141 โรงงาน เงินลงทุนรวม 379,914.465 ล้านบาท และมีจำนวนคนงาน 282,973 คน

1. อุตสาหกรรมไฟฟ้า ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 204 โรงงาน เงินลงทุน 104,196.673 ล้านบาท คนงาน 89,676 คน
2. อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานทั้งสิน 226 โรงงาน เงินลงทุน 43,944.832 ล้านบาท คนงาน 28,324 คน
3. อุตสาหกรรมเคมี ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 200 โรงงาน เงินลงทุน 39,076.686 ล้านบาท คนงาน 9,721 คน

5) ด้านการคมนาคม

จังหวัดปทุมธานีมีเส้นทางการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำ โดยการคมนาคมทางบกมีถนนพลโยธินเชื่อมระหว่างกรุงเทพมหานคร กับภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตัดผ่านจังหวัดปทุมธานี และมีเส้นทางเชื่อมระหว่างจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดใกล้เคียง ทำให้การเดินทางสู่กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นไปโดยสะดวก เช่น เส้นทางการคมนาคมขนส่งจังหวัดปทุมธานี-กรุงเทพมหานคร ระยะทาง 27.8 กิโลเมตร จังหวัดปทุมธานี-พระนครศรีอยุธยา 54.0 กิโลเมตร จังหวัดปทุมธานี-นนทบุรี 26.0 กิโลเมตร

ส่วนการคมนาคมขนส่งทางน้ำ จังหวัดปทุมธานีมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางของจังหวัด ในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี และอำเภอสามโคก ดังนั้นจังหวัดปทุมธานีจึงเป็นเส้นทางการคมนาคมขนส่งทางน้ำเชื่อมโยงระหว่าง กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี และ พระนครศรีอยุธยา

2.3.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนนทบุรี

1) ด้านภูมิศาสตร์

จังหวัดนนทบุรีตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตภาคกลางติดกับกรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ประมาณ 622.38 ตารางกิโลเมตร หรือ 388,939 ไร่ โดยแม่น้ำเจ้าพระยาได้ ตัดแบ่งพื้นที่ของจังหวัดออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝั่งตะวันตก พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง มีคูคลองสาขาขนาดต่างๆ เชื่อมโยงถึงกันหลายสาย ทำให้เหมาะแก่การทำสวนผลไม้และทำการเกษตรอื่นๆ และฝั่งตะวันออก ได้แก่ พื้นที่ในเขตเทศบาลนครนนทบุรีและเทศบาลนครปากเกร็ด อันเป็นเขตเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น จังหวัดนนทบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 20 กิโลเมตร โดยทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทิศใต้ติดต่อกับกรุงเทพมหานคร ทิศตะวันออกติดต่อกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดปทุมธานี ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดนครปฐม

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม แต่เดิมประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้ และทำไร่ ทำนา ปัจจุบันพื้นที่ของจังหวัดซึ่งเคยเป็นสวนผลไม้ และมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร มีการเปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่อาศัยของประชาชนที่อพยพมาจากทุกภาคของประเทศ นอกจากนี้ พื้นที่บางส่วนของจังหวัดในบางอำเภอยังเป็นที่รองรับการขยายตัวในด้านอุตสาหกรรม มีการจัดสรรที่ดิน และ การก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก จังหวัดนนทบุรีมีความเจริญในทุกด้านใกล้เคียงกับกรุงเทพฯ และเป็นจังหวัดที่มีคนอาศัยอยู่หนาแน่นที่สุดอีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย แต่ในท่ามกลางความเจริญของสังคมเมืองในปัจจุบัน นนทบุรีกลับมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ งดงามไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตแบบไทยดั้งเดิม และไทยผสมผสาน ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสอย่างมากมาย

ภาพที่ 2.3 แผนที่จังหวัดนนทบุรี

2) ด้านการเมือง การปกครอง

จังหวัดนนทบุรีแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 อำเภอ 52 ตำบล ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวย และ อำเภอไทรน้อย มีองค์กรปกครอง ท้องถิ่นประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 2 แห่ง เทศบาลเมือง 3 แห่ง เทศบาลตำบล 9 แห่ง และ องค์การบริหารส่วนตำบล 31 แห่ง จังหวัดนนทบุรีมีประชากรทั้งสิ้น 1,122,627 คน จำแนกเป็นประชากรชาย 527,269 คน คิดเป็นร้อยละ 46.96 ประชากรหญิง 595,358 คน คิดเป็นร้อยละ 53.03 จังหวัดนนทบุรีมีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย รองจากกรุงเทพมหานคร

3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ประชากรของจังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาคือศาสนาคริสต์ และศาสนาอิสลาม สำหรับจำนวนศาสนสถานในจังหวัดโดยจำแนกได้ดังนี้ วัดในพุทธศาสนา 188 แห่ง โบสถ์ (คริสต์) 18 แห่ง และมัสยิด 19 แห่ง จังหวัดนนทบุรีที่มีการเปลี่ยนแปลงของเมืองอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร จึงมีการย้ายที่ทำการของส่วนราชการระดับกระทรวงมาอยู่ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงยุติธรรม เป็นต้น นอกจากนี้จังหวัดนนทบุรียังเป็นที่ตั้งของศูนย์แสดงสินค้าระดับชาติ คือ อิมแพคเมืองทองธานี

4) ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดนนทบุรี (GPP = Gross Provincial Product) ในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่ารวม 159,119 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 12,029 ล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP per capita) ในปี พ.ศ. 2553 เท่ากับ 162,707 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 จำนวน 10,351 บาท หรือขยายตัวร้อยละ 6.36 เป็นผลมาจากการการขยายตัวของการผลิตภาคนอกเกษตร ที่ขยายตัวร้อยละ 8.21 ผลผลิตภาคเกษตรที่สำคัญได้แก่ ข้าว ไม้ผลและพืชผักชนิดต่างๆ ไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนผลผลิตนอกภาคเกษตร ได้แก่ อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล อุตสาหกรรมขนส่ง การก่อสร้างภาครัฐ อสังหาริมทรัพย์ การโทรคมนาคม สถาบันการเงิน โรงแรมและภัตตาคาร เป็นต้น

ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2554 จำนวนทั้งสิ้น 2,199 โรงงาน เงินทุนจดทะเบียนรวม 71.180 ล้านบาท และมีจำนวนคนงาน 80,012 คน อุตสาหกรรมที่มีเงินลงทุนมากที่สุดได้แก่

1. อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 216 โรงงาน เงินลงทุน 20,750.92 ล้านบาท คนงาน 5,870 คน

2. อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 88 โรงงาน เงินลงทุน 10,892.24 ล้านบาท คนงาน 4,074 คน

3. อุตสาหกรรมขนส่ง ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 258 โรงงาน เงินลงทุน 6,558.81 ล้านบาท คนงาน 5,225 คน

5) **ด้านการคมนาคม**

จังหวัดนนทบุรีมีระบบโครงข่ายการคมนาคมขนส่งทางบกค่อนข้างสมบูรณ์ทั้งระบบทางหลวงแผ่นดิน จังหวัดและชนบทที่ได้ติดต่อภายในจังหวัด และเชื่อมโยง เข้ากับกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ทำให้การ

เดินทางสู่กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นไปโดยสะดวก ทำให้การเดินทางสู่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงเป็นไปโดยสะดวก

นอกจากนี้ยังมีทางพิเศษซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยระบบทางด่วน เพื่อช่วยให้การจราจรในใจกลางกรุงเทพมหานคร สามารถกระจายสู่บริเวณรอบนอกและจากรอบนอกเข้าสู่ใจกลางเมือง ทางด่วนที่ผ่านจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

1. ทางด่วนขั้นที่ 2 สายบางโคล่-แจ้งวัฒนะ
2. ทางด่วนขั้นที่ 3 สายนนทบุรี-บางกะปิ (อยู่ระหว่างการศึกษาความเหมาะสม)
3. ทางด่วนขั้นที่ 4 เป็นการวางแผนในระยะยาวโดยจะครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับจังหวัดใกล้เคียง (อยู่ระหว่างการศึกษาความเหมาะสม)

ส่วนการคมนาคมขนส่งทางน้ำ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา และคลองต่างๆ เช่น คลองบางขุนศรี คลองพระพิมล คลองบางใหญ่ คลองมหาสวัสดิ์ และมีท่าเทียบเรือที่สำคัญ ได้แก่ ท่าเทศบาลเมืองนนทบุรี ท่าวัดเขมา ท่าปากเกร็ด ท่าประตูพระอุดม ท่าบางบัวทอง ท่าอิฐ ท่าบางใหญ่ ท่าวัดเขียน ท่าไทรม้า ส่วนการเดินทางโดยทางน้ำนั้นมีเรือด่วนเจ้าพระยาแล่นรับส่งผู้โดยสารระหว่างนนทบุรี-วัดพระยาไกร ตลอดทั้งวัน ซึ่งนับว่าเป็นการอำนวยความสะดวกและสร้างความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากการเดินทางโดยรถยนต์มาเป็นทางเรือ

2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และ นนทบุรี

2.4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สำหรับการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุดถึง 417 ปี เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยังคงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 2.1 สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (พ.ศ. 2550 - 2554)

ปี	ผู้เยี่ยมเยือน	นักท่องเที่ยว	ผู้เดินทาง	รายได้ (ล้านบาท)
2550	3,784,617	1,099,415	2,685,202	6,549.53
2551	3,659,402	953,212	2,706,190	7,073.49
2552	3,583,231	767,737	2,815,494	4,410.85
2553	6,534,638	1,309,987	5,224,651	9,943.32
2554	4,890,949	1,028,297	3,812,652	7,823.28

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2556)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและนักท่องท่องเที่ยวที่มาที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ยกเว้นปี 2554 จำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมเยือนลดลงเนื่องจากวิกฤติการณ์น้ำท่วม

2.4.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานี มีจุดเด่นในเรื่องอาหารรวมถึงธรรมชาติและชุมชนริมน้ำ วิถีชีวิตวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายมอญ วีถีชีวิตวัฒนธรรมชาวจีน จังหวัดปทุมธานีมีความหลากหลายทั้งทางด้านประเพณีที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนโดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในจังหวัดปทุมธานี มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน และสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามีวัดที่สวยงามมากมายเช่น วัดหงส์ปทุมมาวาส วัดศาลเจ้า วัดโบสถ์ วัดไผ่ล้อม ฯลฯ ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของจังหวัดปทุมธานีได้แก่วัดเจดีย์ทอง วัดศาลเจ้า วัดไผ่ล้อม รวมถึงไปแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ เช่นพิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติและหออัครศิลปิน สำหรับภาพลักษณ์ซึ่งเป็นที่รู้จักของจังหวัดปทุมธานีคือ ดอกบัว และตุ่มสามโคก จากตารางที่ 2.2 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและนักท่องท่องเที่ยวที่มาที่จังหวัดปทุมธานีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2.2 สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี (พ.ศ. 2550-2554)

ปี	ผู้เยี่ยมเยือน	นักท่องเที่ยว	ผู้เดินทาง	รายได้ (ล้านบาท)
2550	1,050,674	394,747	655,927	879.96
2551	798,231	394,863	403,368	916.91
2552	965,318	275,150	690,168	761.78
2553	1,068,529	258,850	809,679	907.74
2554	1,086,433	282,455	803,978	996.73

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2556)

2.4.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี

ความโดดเด่นของจังหวัดนนทบุรี ที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านแบ่งพื้นที่จังหวัดออกเป็นสองฝั่งมีลำคลองมามาย และมีความเป็นเมืองที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ และเป็นศูนย์แสดงสินค้าและศูนย์ประชุมสมัยใหม่ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นประเภทวัด และโบราณสถาน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดคือ “เกาะเกร็ด” นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่จะมีลักษณะแบบเช้ามาเย็นกลับ การเดินทางท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา จากตารางที่ 2.3 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและนักท่องท่องเที่ยวที่มาที่จังหวัดนนทบุรีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2.3 สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี (พ.ศ. 2550-2554)

ปี	ผู้เยี่ยมเยือน	นักท่องเที่ยว	ผู้เดินทาง	รายได้ (ล้านบาท)
2550	569,705	281,826	287,879	1,266.61
2551	973,721	426,413	547,308	845.37
2552	1,373,459	387,395	986,064	1,439.55
2553	1,792,164	476,363	1,315,801	2,040.95
2554	2,004,376	582,031	1,422,345	2,159.19

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2556)

2.5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และ นนทบุรี

2.5.1 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. บริเวณเกาะเมืองและพื้นที่โดยรอบ เขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ พระราชวังหลวงหรือพระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร ป้อมเพชร หมู่บ้านญี่ปุ่น เป็นต้น

2. บริเวณอำเภอบางปะอิน และอำเภอบางไทร เช่น พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

3. บริเวณอำเภอนครหลวง อำเภอท่าเรือ เช่น ปราสาทนครหลวง วัดสะตือที่มีพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (นอน) ที่ยาวที่สุด และศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น มีดอรัญญิก เป็นต้น

4. สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ บริหารโดยเอกชน ได้แก่ ปางช้างแลเพนียด พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา

5. ตลาดน้ำที่ขึ้นชื่อได้แก่ ตลาดน้ำวัดคลองสระบัว ตลาดน้ำวัดท่าการ้อง และตลาดน้ำอโยธยา ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา

6. การท่องเที่ยวแบบ Night Tour ล่องเรือชมแสงสว่างยามค่ำคืนกับบรรยากาศริมสายน้ำเจ้าพระยารอบเกาะเมือง ผ่านสถานที่สำคัญ โบราณสถาน ที่ประดับไฟไว้อย่างงดงาม และชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านริมน้ำ

กิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งงานเทศกาล งานประเพณี ความเชื่อ ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม เช่น งานไหว้ครูมวยไทยและมหกรรมศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว

แบบไทย งานลอยกระทงตามประทีปที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร อยุธยายอยศยิ่งฟ้า อยุธยามรดกโลก และงานกาชาด งานเปิดตำนานมีดอรัญญิก งานเทศกาลตรุษจีนกรุงเก่าอยุธยามหามงคล ครั้งที่ 5 ประเพณีสงกรานต์กรุงเก่า โครงการอยุธยามหามงคลปีที่ 10 งานแห่เทียนพรรษาทางน้ำ ตลาดลาดชะโด อำเภอผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง อำเภอบางปะอิน เป็นต้น

2.5.2 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

1. **อำเภอเมือง** ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตัวอำเภอเมือง ส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน ที่เก่าแก่ เช่น วัดวาอาราม ซึ่งมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจตั้งแต่สมัย อยุธยา มีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่เล่าเรื่องราวต่าง ๆ ให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมชาวมอญ เช่น วัดชินวราราม วัดโบสถ์ ศาลหลักเมือง ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี (หลังเก่า) วัดหงส์ปทุมาวาส

2. **อำเภอสามโคก** อำเภอสามโค เป็นอำเภอเดียวในจังหวัดปทุมธานีที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือที่วัดไผ่ล้อม ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นที่อาศัยของนกปากห่าง ถือเป็นสถานที่ที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเพราะสามารถเดินทางโดยเรือซึ่งสามารถชมทัศนียภาพ วิว บ้านเรือนริมแม่น้ำเจ้าพระยาได้ นอกจากนี้ยังมีโบราณสถานที่น่าสนใจ เช่น วัดศาลาแดง มีการปลูกบ้านเรือนไทยผสมผสานแบบมอญ นอกจากนี้วัดส่วนใหญ่เป็นวัดมอญที่อยู่ริมน้ำที่ยังคงความสวยงาม เช่น วัดสิงห์ วัดจันทร์กะพ้อ วัดเจดีย์ทอง วัดบางนา วัดศาลาแดงเหนือ วัดไผ่ล้อม เป็นต้น

3. **อำเภอลำลูกกา** อำเภอลำลูกกา มีตลาดน้ำคูคตที่ผู้คนนิยมไปจับจ่ายซื้อของช่วยให้ประชาชนมีรายได้จากการขายของ ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาดูวิถีชีวิตและนั่งเรือมาเที่ยวชมกันมาก การเดินทางสะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ

4. **อำเภอลาดหลุมแก้ว** อำเภอลาดหลุมแก้ว มีศาสนาสถานที่น่าสนใจ เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเพณี เช่น วัดเจดีย์หอยที่เป็นแหล่งเก่าแก่ของหอยนางรมยักษ์ มีอายุกว่า 1,000 ปี และตลาดระแหงร้อยปีซึ่งเป็นชุมชนโบราณ

5. **อำเภอธัญบุรี** อำเภอธัญบุรี มีสวนสนุกดรีมเวิลด์เป็นสวนสนุกและสถานที่พักผ่อนที่รวบรวมความบันเทิงนานาชนิดไว้ด้วยกัน

6. อำเภอคลองหลวง อำเภอคลองหลวง มีแหล่งความรู้มากมายทั้ง พิพิธภัณฑ์การเกษตร พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ และหอจดหมายเหตุ ซึ่งให้ความรู้ที่มีประโยชน์ทั้งทางวิชาการ และนันทนาการ นอกจากนี้ยังมี ศูนย์รวมความรู้ด้านโภชนาการอาหารและนมเนสท์เล่ ที่เปิดให้ได้ศึกษาหาความรู้

กิจกรรมท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานีมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายตลอดทั้งปี ทั้งงานเทศกาล งานประเพณี ความเชื่อ ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม

ตารางที่ 2.4 กิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีจำแนกรายเดือน

จังหวัด	เดือน	กิจกรรม
ปทุมธานี	มกราคม	-
	กุมภาพันธ์	-ตักบาตร เวียนเทียน วันมาฆบูชา บริเวณวัดเขียนเขตและวัดมูลจินดาราม
	มีนาคม	-
	เมษายน	-10-12 เมษายน งานเปิงสงกรานต์ “ถนนข้าวแช่” บริเวณหน้าศาลากลางหลังเก่า และมีการจัดการแข่งลูกหนู
	พฤษภาคม	-ตักบาตร เวียนเทียน วันวิสาขบูชา บริเวณวัดเขียนเขตและวัดมูลจินดาราม
	มิถุนายน	-
	กรกฎาคม	-งานแห่เทียนพรรษา
	สิงหาคม	-วันสถาปนาจังหวัดปทุมธานี -ประเพณีแข่งเรือยาววัดศาลเจ้า
	กันยายน	-
	ตุลาคม	-วันออกพรรษา ประเพณีสารทมอญ ตักบาตรพระร้อย รำพาข้างสาร -แข่งขันเรือยาวเทศบาลเมืองรังสิต
	พฤศจิกายน	-งานประเพณีลองกระทง หน้าศาลากลางหลังเก่า
	ธันวาคม	-งานส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่

ที่มา คู่มือแนะนำการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

2.5.3 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี

แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี โดยส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด และโบราณสถาน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะวิถีชีวิตริมน้ำเจ้าพระยา นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่จะมีลักษณะแบบเช้ามาเย็นกลับ หรือการเดินทางท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา โดยใช้เส้นทางมาจากกรุงเทพมหานคร ผ่านจังหวัดนนทบุรี เพื่อไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่

1. พิพิธภัณฑ์จังหวัดนนทบุรี

พิพิธภัณฑ์จังหวัดนนทบุรีเป็นแหล่งรวบรวม เก็บรักษาและจัดแสดงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของชาวนนทบุรี เพื่อการเรียนรู้ สืบทอดและอนุรักษ์ให้ยั่งยืนสืบต่อไป แหล่งเรียนรู้เพื่อสืบสานจิตวิญญาณแห่งเมืองนนท์ ตั้งอยู่ใกล้กับท่าน้ำนนท์ เดิมเป็นที่ตั้งของศาลา

กลางจังหวัดนนทบุรีหลังเก่า ซึ่งเป็นเรือนไม้สักที่มีสถาปัตยกรรมงดงาม สร้างในสมัยรัชกาลที่ ๖ เป็นอาคารทรงคุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรมและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ยาว นานของจังหวัดนนทบุรี ปัจจุบันได้ปรับปรุงให้เป็น "พิพิธภัณฑ์จังหวัดนนทบุรี"

2. เกาะเกร็ด

เกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันมากที่สุดในจังหวัดนนทบุรี ตามประวัติความเป็นมาในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ แห่งกรุงศรีอยุธยา โปรดเกล้าให้ขุดคลองกว้างหกวา เมื่อปี พ.ศ. 2265 เรียกว่า “คลองลัดเกร็ดน้อย”ต่อมากระแสน้ำเปลี่ยนทิศทางแรงขึ้นเซาะตลิ่งทำให้คลองขยาย ในปัจจุบันกว้างประมาณ 120 เมตร แผ่นดินตรงแหลมจึงกลายเป็นเกาะ เกาะเกร็ดมีความเจริญมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา หลังจากกอบกู้เอกราชได้ พระเจ้าตากสินมหาราชจึงโปรดให้ชาวมอญที่เข้ารีตมาตั้งถิ่นฐานที่นี่ ชาวมอญบนเกาะเกร็ดนั้นมีทั้งที่เข้ามาในสมัยกรุงธนบุรี และสมัยรัชกาลที่ 2 ต่อมาเมื่อตั้งอำเภอปากเกร็ดขึ้นแล้ว จึงมีฐานะเป็นตำบลและเรียกว่าตำบลเกาะเกร็ด เกาะนี้จึงมีชื่อว่า “เกาะเกร็ด”

3. วัดปรมัยยิกาวาสวรวิหาร

วัดปรมัยยิกาวาสวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดวรวิหารสร้างแบบรามัญ เดิมชื่อ “วัดปากอ่าว” คนมอญเรียกว่า “เพียะมุเกี๊ยะเติ้ง” ในสมัยรัชกาลที่ 5 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์ใหม่ทั้งวัดและโปรดให้สร้างพระเจดีย์รามัญบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ภายในวิหารมีพระพุทธไสยาสน์ขนาดใหญ่ เป็นที่ประดิษฐาน “พระนนทมุนินท์” พระพุทธรูปประจำจังหวัดนนทบุรี และพระไตรปิฎกฉบับภาษามอญฉบับแรกของประเทศไทย ในวัดมีต้นสามกษัตริย์ โดยมีต้นโพธิ์ ต้นไทร และต้นหว้า ขึ้นอยู่รวมกันร้อยรัดพันเกลียวอายุกว่า 100 ปี และมีพระเจดีย์มุเตา (เจดีย์เอน) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เด่นของเกาะเกร็ด

4. วัดเขมาภิรตารามราชวรวิหาร

วัดเขมาภิรตารามราชวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงเก่าแก่ ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น พระมหาเจดีย์ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ สักการะพระศรีอริยเมตไตร และพระอินทร์แปลง เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่อันเชิญมาจากพระราชวังจันทร์เกษม ภายในวัดมีพระตำหนักแดงและพระที่นั่งมูลมณเฑียร

5. วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร

วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร รัชกาลที่ 3 ทรงสร้างขึ้นในนิวาสถาน (บ้าน) เดิมของพระอัยกา (ตา) พระอัยกี (ยาย) ซึ่งพระอัยกาเป็นเจ้าเมืองนนทบุรี เป็นวัดเดียวใน ประเทศไทยที่มีกำแพงล้อมรอบวัดคล้ายพระบรมมหาราชวัง และแม่น้ำเจ้า พระยาบริเวณนี้ เป็นแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ใช้ในการประกอบพระราชพิธีสำคัญ ภายในวัดมีพระอุโบสถที่สร้างด้วยสถาปัตยกรรมแบบไทย จีน มีภาพเขียนฝาผนังอันสวยงาม ปัจจุบันเป็นที่ประดิษฐานพระบรมราชานุสาวรีย์ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พระมหาเจษฎาราชเจ้ารัชกาลที่ 3

6. วัดสังฆทาน

วัดสังฆทาน เดิมชื่อ “วัดศาริโข” มีหลวงพ่อโตเป็นพระประธาน เป็นวัดร้าง ก่อนการเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ ๒ อดีตสถานที่แห่งนี้เป็นที่ถวายสลากภัต ทุเรียน จึงเรียกวัดนี้ว่า วัดสังฆทาน ปัจจุบันวัดนี้มีอุโบสถแก้วและเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมของพุทธศาสนิกชน

7. วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่นยี่ 2)

วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ แต่เดิมเป็นโรงเจเล็กๆ ตั้งอยู่ที่ ตำบลโสนน้อย อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยมีพื้นที่รอบๆประมาณ 2 ไร่เศษ ต่อมาทางคณะสงฆ์จีนนิกายรังสรรค์ มีปณิธานที่จะพัฒนาโรงเจแห่งนี้ให้เป็นวัดที่สมบูรณ์แบบและเพื่อสร้างให้เป็นวัดเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช เนื่องในวโรกาสเถลิงถวัลย์ครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี ปัจจุบันนี้วัดนี้ เป็นที่เลื่อมใสของชาวไทยเป็นอย่างยิ่ง โดยในทุกๆวันจะมีพุทธศาสนิกชนเข้าไปนมัสการ กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิภายในวัดเป็นจำนวนมาก และชื่นชมศิลปะ และสถาปัตยกรรมอันสวยงาม

กิจกรรมท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรีมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายตลอดทั้งปี ทั้งงานเทศกาล งานประเพณี ความเชื่อ ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม

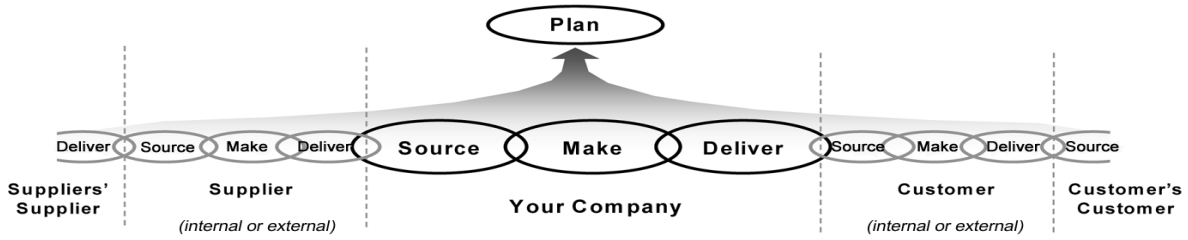
ตารางที่ 2.5 กิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีจำแนกรายเดือน

จังหวัด	เดือน	กิจกรรม
นนทบุรี	มกราคม	-งานเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย
	กุมภาพันธ์	-งานประเพณีการแต่งงานตามแบบวัฒนธรรมไทย ณ สวนอุทยานมกุฎรมยสราญ
	มีนาคม	-งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์ ณ ลานอนุสาวรีย์พระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวมหาเจษฎาบดินทร์ -งาน รศ.121 และงานกาชาด ณ อำเภอบางใหญ่
	เมษายน	-งานเทศกาลสงกรานต์ไทย-มอญ นครปากเกร็ด -เทศกาลสงกรานต์ไทยรามัญ
	พฤษภาคม	-งานเทศกาลทุเรียนนนทบุรี
	มิถุนายน	-งานกระท้อนหวาน ณ อบต.บางขุนกอง
	กรกฎาคม	-งานล่องเรือไหว้พระ 9 วัด
	สิงหาคม	-งานแห่เทียนพรรษาทางน้ำ ณ ท่าน้ำวัดชะลอ -งานเทศกาลตักบาตรดอกไม้ อำเภอไทรน้อย
	กันยายน	-งานเทศกาลถือศีลกินเจ ณ วัดบรมราชากาญจนาภิเภษอนุสรณ์
	ตุลาคม	-งานชอนรูป ณ วัดปรมัยยิกาวาส
	พฤศจิกายน	-งานลอยกระทง -งานแข่งเรือประเพณี ชิงถ้วยพระราชทาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ณ บริเวณท่าน้ำนนทบุรี
	ธันวาคม	-งานสมโภชศาลหลักเมืองนนทบุรี ณ ศาลากลางหลังใหม่ - งานตักบาตรพระ 108 และแข่งเรือยาว ริมคลองบางกอกน้อย

ที่มา คู่มือแนะนำการท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทาน

แนวคิดเรื่องโซ่อุปทานนั้นกำเนิดมาจากอุตสาหกรรมการผลิต Simchi-Levi et al. (2003) ได้นิยามการจัดการโซ่อุปทานหมายถึง กลุ่มของวิธีการที่ใช้ในการบูรณาการผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต คลังสินค้าและร้านค้าจนกระทั่งสินค้าได้ถูกผลิตและกระจายในจำนวนที่ถูกต้องไปยังสถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่ถูกต้องเพื่อที่จะลดต้นทุนรวมทั้งระบบในขณะที่สร้างความพึงพอใจในการให้บริการ The Supply Chain Council ได้พัฒนากรอบแนวคิดสำหรับการวัดสมรรถภาพของโซ่อุปทานที่เรียกว่า Supply Chain Operation Reference (SCOR) model โดยประกอบด้วย 5 กระบวนการ คือ การวางแผน แหล่งวัตถุดิบ การสร้าง การส่งมอบ และการรับคืน (ภาพที่ 2.1) ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะเกิดขึ้นในทุกๆ ส่วนของโซ่อุปทาน SCOR model เป็นโมเดลที่มีชื่อเสียงและส่วนใหญ่ใช้เป็นกรอบในการศึกษาเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้า (Yilmaz, and Bitici, 2006)



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว
ที่มา http://www.supply-chain.org/

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมการผลิต ดังนั้น SCOR model จึงต้องมีการปรับในรายละเอียดเพื่อให้เข้ากับธรรมชาติของอุตสาหกรรมบริการ Giannakis (Preprint) ได้มีการพัฒนากรอบแนวคิดโซ่อุปทานของธุรกิจบริการขึ้นมาโดยใช้ธุรกิจที่ปรึกษาเป็นกรณีศึกษาและใช้ SCOR model เป็นกรอบในการศึกษาเบื้องต้น หลังจากการศึกษาได้ปรับกรอบแนวคิดและได้อธิบายองค์ประกอบของกระบวนการในการประเมินตามกรอบแนวคิดใหม่ดังนี้

<u>การวางแผน</u> หมายถึงกิจกรรมในการวางแผนจะเป็นการกำหนดทิศทางของโซ่อุปทานบริการและเป็นการสื่อสารแผนการทางกลยุทธ์และการปฏิบัติการไปสู่ผู้จัดการต่างๆ ในโซ่อุปทาน

<u>แหล่งวัตถุดิบ</u> ในกระบวนการนี้จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่บริษัทจะต้องติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ Giannakis ได้ระบุว่าความแตกต่างของ SCOR model กับกรอบแนวคิดในการวัดสมรรถนะของโซ่อุปทานธุรกิจที่ปรึกษา คือการพิจารณาถึงความสำคัญของทุนมนุษย์ โดย SCOR model ไม่ได้รวมการบริหารคนไว้ในกระบวนการหลักทั้งๆที่ บุคลากรผู้ให้บริการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างบริการ

<u>การผลิตบริการ</u> หมายถึงกระบวนการผลิตบริการจะเกี่ยวข้องกับการรวบรวมทรัพยากรต่างๆเพื่อนำมาใช้ผลิตบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

<u>การส่งมอบบริการ</u> หมายถึงกระบวนการในการส่งมอบบริการโดยมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง

<u>การส่งของกลับคืน</u> การส่งของกลับคืนในบริบทของบริการน่าจะเป็นการจัดการกับคำบ่นของลูกค้า (Complaint handling) หรือการแก้ไขบริการที่ผิดพลาดให้กลับสู่ในระดับมาตรฐาน(Service recovery)

Yimaz and Bitici (2006) ได้เสนอโมเดลการวัดสมรรถนะโซ่อุปทานบริการโดยผ่านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า โดยเน้นมุมมองของลูกค้า (Customer oriented approach) พิจารณาว่าในการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การซื้อเพ็จเก็จท่องเที่ยว Win order stage หลังจากนั้นบริษัททัวร์จะให้การสนับสนุนต่างๆ ก่อนที่จะเข้ารับบริการท่องเที่ยว เช่น การจัดทำวีซ่าการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวปลายทาง ฯลฯ Pre-delivery Support stage ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะผลิตและส่งมอบบริการให้นักท่องเที่ยวในขั้นตอนนี้ เรียกว่า Delivery stage และขั้นตอนสุดท้ายคือ Post Delivery Support เป็นขั้นตอนที่มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและอาจจะมีการดำเนินการบางอย่างในการจัดการบางอย่างต่อห่วงโซ่คุณค่าให้สามารถดำเนินต่อไปด้วยความเหมาะสม

Cooper et al. (1997) ระบุว่า ห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญ 7 ประการ คือ การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management) การจัดการการบริการลูกค้า (Customer Service Management) การจัดการดีมานด์(Demand Management) การรับคำสั่งซื้อ (Order fulfillment) การบริหารการผลิต(Manufacturing flow management) การจัดหาวัตถุดิบ(Procurement) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพาณิชย์ (Product development and commercialization) สำหรับงานวิจัยในประเทศไทยสิริยุพา เลิศกาญจนาพร (2554) ได้นำเสนอแนวทางการประเมินสมรรถนะโซ่อุปทานบริการว่า การประเมินสมรรถนะในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมบริการควรใช้การประเมินร่วมกันหลายมิติและได้เสนอดัชนีการประเมินเป็น6 มิติ คือ มิติด้านลูกค้า มิติด้านการเงิน มิติด้านกระบวนการภายใน มิติด้านบุคลากร มิติด้านผู้จัดหาและมิติด้านความยั่งยืน

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างและมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามที่มีความแตกต่างกันไป เช่น รชพร จันทร์สว่าง (2546: 15) นิยามการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อน เพื่อประกอบกิจกรรมตามที่สนใจ หรือเพื่อประกอบธุรกิจซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานแต่ไม่ได้เป็นการเดินทางเพื่อการทำงาน หรือประกอบอาชีพหลัก Goeldner and Ritchie (2006) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการ หรือกิจกรรม หรือผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการท่องเที่ยว หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ในขณะที่ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้นิยามว่า การท่องเที่ยวหมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลได้กระทำในระหว่างการเดินทางและพักในสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ที่พำนักตามปกติเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยวัตถุประสงค์ของการเดินทางและพำนักนั้นอาจจะทำเพื่อการพักผ่อน ติดต่อทางธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (Page, 2005) จากนิยามข้างต้น พอสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นบริการที่อาจจะอยู่ในรูปของกิจกรรม หรือ เหตุการณ์ (Event) ต่าง ๆ หรือประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายกลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวเอง ผู้ให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐในการให้ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ซึ่งบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนั้นจะต้องร่วมมือกันในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยว หรือระบบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบสนับสนุนที่ช่วยกันส่งเสริมให้เกิดระบบการท่องเที่ยว ดังนี้

2.7.1 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยว (ราณี อิสิชัยกุล, 2546) ซึ่งองค์ประกอบทั้งสามมีความสัมพันธ์กัน

1) ทรัพยากรท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นที่มีความเป็นเอกลักษณ์และสามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจเพื่อการท่องเที่ยว (Visiting Attraction)

ราณี อิสิชัยกุล (2546) ได้แบ่งประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวเป็น 4 ประเภท คือ

1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภททรัพยากรธรรมชาติ หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จึงขึ้นอยู่กับลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แหล่งน้ำ เช่น ชายหาด หมู่เกาะ ฯลฯ และ พืชพรรณป่าไม้

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนสถาน หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและเป็นหลักฐานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและแสดงถึงอารยธรรมของถิ่น โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1.2.1 โบราณสถาน และโบราณวัตถุ โบราณสถาน หมายถึงสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ในขณะที่โบราณวัตถุ หมายถึงวัตถุหรือสิ่งของโบราณที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือเกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือสิ่งที่เคยเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของโบราณสถานซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี

1.2.2 ศาสนสถาน หมายถึงสถานที่ แสดงถึงลัทธิความเชื่อความศรัทธาของคนต่อศาสนา เช่นเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ดังนั้นศาสนสถานจึงเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม จึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในพิธีกรรมทางศาสนา ความงดงามทางศิลปะของศาสนสถาน หรือเพื่อเยี่ยมชมสักการะเพื่อความสงบทางจิตใจ

1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น ได้แก่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน การแต่งกายการละเล่น ดนตรี งานเทศกาล พิธีกรรม ฯลฯ โดยทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณีสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1.3.1 แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวอาจจะเข้าไปมีส่วนร่วมอาศัย เช่น พักค้างในโฮมสเตย์ หรือ เข้าไปเยี่ยมชมโดยไม่ต้องมีส่วนร่วม เช่นการเยี่ยมชมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นต้น ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ยังรวมถึงการเยี่ยมชมงานศิลปหัตกรรมของท้องถิ่น เช่น งานแกะสลักไม้ การปรุงอาหารพื้นบ้าน การถักทอผ้า การทำเครื่องใช้ต่างๆ จากการจักสาน เป็นต้น ภาษาและวรรณกรรม เช่น เพลงพื้นบ้าน นิทานตำนาน เป็นต้น และ การรักษาโรค โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การรักษาความปวดเมื่อยด้วยลูกประคบสมุนไพร การรักษาโรคต่าง ๆ ด้วยสมุนไพรพื้นบ้านและการรักษาด้วยไสยศาสตร์ตามความเชื่อของท้องถิ่น เป็นต้น

1.3.2 แหล่งศิลปวัฒนธรรมและประเพณี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมและประเพณีเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ดีงามและเป็นมรดกที่ถ่ายทอดระหว่างรุ่นต่อรุ่น วัฒนธรรมและประเพณีอาจจะมาจากความศรัทธาทางศาสนา เช่น ประเพณีชักพระในจังหวัดสุ

ราษฎร์ธานี เป็นต้น หรืออาจจะมาจากความเชื่อของท้องถิ่นนั้น เช่น พิธีบุญบั้งไฟ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพิธีแห่ผีตาโขน ในจังหวัดเลย เป็นต้น

1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้น หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นมานั้นอาจจะสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นการศึกษาสิ่งแวดล้อมด้านสัตววิทยา เช่น สวนสัตว์ตามจังหวัดต่าง ๆ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว เป็นต้น หรือสร้างขึ้นมาเพื่อศึกษาทางด้านพฤกษศาสตร์ เช่น สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิตต์ พิพิธภัณฑ์บัว เป็นต้น สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นการศึกษาทั่วไป เช่น พิพิธภัณฑ์ศิลปะ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย เป็นต้น นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น อาจถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความสนุกสนานและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สวนสนุก สถานที่ชมทิวทัศน์ สถานบันเทิง สถานที่ซื้อสินค้า สถานที่เล่นกีฬา ฯลฯ

2) บริการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะประกอบด้วยบริการย่อยหลายประเภทที่เรียกว่าบริการท่องเที่ยว ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประเภทที่ผลิตสินค้าและบริการที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ธุรกิจทางตรงหมายถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้บริการนักท่องเที่ยว ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวหรือไม่นั้น ส่วนหนึ่งจะมีผลมาจากธุรกิจกลุ่มนี้ซึ่งเป็นธุรกิจที่นักท่องเที่ยวสัมผัสโดยตรง ธุรกิจทางตรงประกอบด้วย

2.1.1 ธุรกิจที่พักแรมหมายถึงธุรกิจที่ให้บริการที่พักแบบค้างคืนสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจที่พักแรมอาจแบ่งได้เป็นหลายประเภท จำแนกตามขนาดพื้นที่ จำนวนห้องพักและบริการอำนวยความสะดวก ได้แก่ โรงแรม โมเต็ล โฮมสเตย์ รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ และ สถานที่พักกลางแจ้ง เป็นต้น

2.1.2 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึงธุรกิจที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป ผู้รับบริการอาจจะรับประทานอาหารภายในสถานที่ให้บริการหรือ อาจจะนำไปรับประทานที่อื่นก็ได้ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีหลายประเภท เช่น ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารนานาชาติ ภัตตาคาร ศูนย์อาหารและร้านอาหารในโรงแรม เป็นต้น

2.1.3 ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึงธุรกิจที่ให้บริการเคลื่อนย้ายผู้โดยสาร (นักท่องเที่ยว) จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยพาหนะขนส่ง การคมนาคมขนส่งที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็วและปลอดภัย การให้บริการขนส่งอาจจะครอบคลุมการขนส่งระหว่างประเทศ การขนส่งระหว่างจังหวัดและการขนส่งภายในจังหวัดโดยอาศัยวิธีการขนส่งซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ การขนส่งทางบก โดยทางรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถโดยสารแบบเช่าเหมา และการเดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟ การขนส่งทางน้ำ ซึ่งเป็นเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ หรือทางทะเล และการขนส่งทางอากาศ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวทางเครื่องบินโดยสาร ทั้งแบบเป็นเที่ยวบินประจำและแบบเช่าเหมาลำ

2.1.4 ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวอาจมีความต้องการในสินค้าอุปโภคบริโภค ของใช้ส่วนตัวหรืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการเดินทาง หรือในระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปจึงมีความสำคัญเนื่องจากเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกแก่

นักท่องเที่ยว ประเภทของธุรกิจจำหน่ายสินค้า ได้แก่ประเภทของร้านค้าปลีกทั่วไป เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านมินิมารท์ เป็นต้น

ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้น ไม่เพียงแต่ต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป แต่ยังมีความต้องการสินค้าที่ระลึก ภัทรฤดี สุพัฒโสภณ และคณะ(2547) ได้ให้ความหมายสินค้าที่ระลึกว่า เป็นสินค้าที่มาจากงานศิลปะ หัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่น ที่นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้จากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ได้เข้าไปเยี่ยมชม เพื่อเก็บไว้เป็นของที่ระลึก หรือของฝาก เนื่องจากสินค้าที่ระลึกมักจะถูกพัฒนามาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและเป็นงานฝีมือของชาวบ้าน เช่น เครื่องถม เครื่องลงยา เครื่องมุก เครื่องเคลือบดิน เผา ฯลฯ ซึ่งนับว่าเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และความทรงจำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความสำคัญ เพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้ของชุมชนท้องถิ่นและเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าวัฒนธรรมที่สำคัญ

2.1.5 ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึงธุรกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ตั้งแต่ การเดินทาง การหาที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ทัศนาจรและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ธุรกิจประเภทนี้มักจะให้บริการจัดนำเที่ยวในลักษณะที่เรียกว่าทัวร์เหมารวม (Package Tour) ธุรกิจนำเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็นธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศ ธุรกิจนำเที่ยวในท้องถิ่น ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศและธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษ เช่น ทัวร์สุขภาพ

2.1.6 ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึงธุรกิจที่ประกอบกิจการในรูปตัวแทนที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการในนามของธุรกิจท่องเที่ยวนั้นและได้รับค่านายหน้าเป็นการตอบแทน ตัวอย่างเช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสารให้แก่นักท่องเที่ยวในธุรกิจขนส่ง เช่น สายการบิน รถไฟ และรถเช่า หรือ เป็นตัวแทนจำหน่ายห้องพักแทนโรงแรม ตัวแทนจำหน่ายโปรแกรมนำเที่ยวแทนบริษัทนำเที่ยว ธุรกิจตัวแทนจำหน่าย นอกจากเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการดังที่กล่าวมาแล้วยังให้บริการแนะนำแก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ ด้วย

3) ตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวเดินมาท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ที่ดีในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ภาครัฐและผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องเข้าใจพฤติกรรม แรงจูงใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพราะข้อมูลนี้สามารถนำมาวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน จริญญา เจริญสุขใส (2544) ได้ระบุประเด็นสำคัญที่ควรศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว 4 ประเด็น ดังนี้

3.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นจะชื่นชอบการท่องเที่ยวแนวผจญภัย ตื่นเต้นและท้าทายในขณะที่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอาจจะชื่นชอบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมทางสุขภาพหรือ เชิงศิลปวัฒนธรรมและศาสนา ราณี อิสิชัยกุล (2546) ได้ระบุว่าลักษณะของนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษาประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้สถานภาพสมรส และ ถิ่นพำนัก

3.2 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาถึงจำนวนของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อดูการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวว่ามีมากน้อยเพียงใด

3.3 กิจกรรรมของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาถึงประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือต้องการให้มีในการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อเจรจาธุรกิจ หรือเพื่อเล่นกีฬา เป็นต้น

3.4 ฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นการศึกษาถึงการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนที่ต่างกันจำนวนนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาเนื่องจากสภาพภูมิอากาศในแหล่งท่องเที่ยวและในถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวยังรวมถึงระยะเวลาวันหยุดพักผ่อนของนักท่องเที่ยวด้วย ถ้าช่วงเวลาใดที่แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพภูมิอากาศที่ดี และนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันหยุดพักผ่อนติดต่อกันหลายวัน ก็จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งช่วงเดือนดังกล่าวสำหรับแหล่งท่องเที่ยวนั้นเรียกว่าฤดูท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้าม สภาพภูมิอากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่ดี และนักท่องเที่ยวไม่มีช่วงวันหยุดยาวจึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงเดือนนั้น เรียกว่า นอกฤดูท่องเที่ยว

2.7.2 องค์ประกอบสนับสนุนของการท่องเที่ยว

1) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลหลากหลายประเภท เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ภูมิอากาศ ค่าใช้จ่าย ข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้รับข้อมูลข่าวสารมีหลายกลุ่มเช่นกัน ได้แก่ นักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและชุมชน ดังนั้น การส่งข่าวสารข้อมูลจึงต้องคำนึงถึง เนื้อหาของข่าวสาร และการเลือกสื่อนำสารที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับข่าวสารจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

2) โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานเป็นสิ่งที่สำคัญที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเข้าถึงและใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว Goeldner and Ritchie (2006) ได้แบ่งโครงสร้างพื้นฐานออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 โครงสร้างพื้นฐานทั่วไป (Infrastructure) หมายถึงโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ ๆ ที่รัฐจะต้องจัดทำให้กับประชาชนของตน ถึงแม้ว่าจะไม่มีการท่องเที่ยวก็ตาม เช่น ระบบคมนาคมขนส่ง ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณสุข ระบบระบายน้ำและกำจัดของเสียและระบบกำจัดขยะ

2.2 โครงสร้างพื้นฐานแบบเฉพาะ (Super Structure) หมายถึงโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาขึ้นมาเฉพาะเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือเป็นสิ่งที่เพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว

3) การสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน การท่องเที่ยวเกิดจากความร่วมมือของหลายองค์กรที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ ชุมชน ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา องค์กรจากภาครัฐและภาคเอกชน ความร่วมมือขององค์กรเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบล ฯลฯ องค์กรภาครัฐจะมีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมากโดยทำหน้าที่

- จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและประสานงาน ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการปฏิบัติตามแผน

- เก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวรายปี การสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

- จัดโครงการประชาสัมพันธ์และรณรงค์การท่องเที่ยว

- ลงทุนในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

- กำหนดกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

นอกจากองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ก็มีบทบาทที่สำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเช่นกัน ได้แก่ องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร เช่น สมาคมโรงแรมไทย สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ เป็นต้น สมาคมต่าง ๆ ที่จัดตั้งขึ้นมาตามสาขาอาชีพนั้นจะมีส่วนสำคัญในการยกระดับมาตรฐานของการดำเนินธุรกิจ หรืออาชีพในสาขานั้น โดยสมาคมต่าง ๆ มักจะมีการกำหนดกฎระเบียบและมาตรฐานในการดำเนินงาน ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ทางสมาคมมักจะจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนับสนุนการทำงานของบริษัทสมาชิก เช่น การจัดการฝึกอบรมบุคลากร การจัดการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์ในอุตสาหกรรมของตน การเป็นตัวแทนของธุรกิจในการประสานงานกับองค์กรภาครัฐ เป็นต้น

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชาดา งวงชัยภูมิ (2551) ได้วิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านประสาท จังหวัดนครราชสีมา ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์และอภิปรายกลุ่ม โดยเก็บข้อมูลจากประชากร 4 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนในชุมชน ผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของหมู่บ้าน บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวของหมู่บ้านและนักท่องเที่ยวที่มาพำนักที่หมู่บ้าน ผลการศึกษาพบว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านประสาท มีการจัดการอย่างเป็นระบบและการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนได้รับการสนับสนุนจากบุคคล 2 กลุ่ม คือ หน่วยงานภายนอก ได้แก่ หน่วยงานของรัฐและองค์กรพัฒนากับหน่วยงานภายในชุมชนซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการแหล่งที่พักชุมชนบ้านประสาทและกลุ่มเครือข่ายอาชีพซึ่งหน่วยงานภายในชุมชนจะมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและการจัดการเป็นกลุ่มทำงานด้านต่างๆเพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกันสำหรับการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่พำนักในชุมชน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจรวมในระดับมากแต่ยังต้องการให้ปรับปรุงบริการของชุมชนในจุดต่างๆเพื่อให้ได้รับความสะดวกมากขึ้น

ธันยา คิรินทร์ภาณุ (2547) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแหล่งศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษา ศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแหล่งศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร 5 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนในพื้นที่ กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี และพระนครศรีอยุธยา และ กลุ่มบริษัทนำเที่ยว รวมจำนวน 630 ชุด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวที่มีอุปสงค์สูงสุด คือ กลุ่มวัดและชุมชนริมน้ำ ตามด้วยกลุ่มแหล่งโบราณคดี กลุ่มเมืองสามโคกและกลุ่มเมืองปทุมธานี สำหรับการประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มเมืองปทุมธานีมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับสูง แต่มีปัญหาหลัก คือ การไม่มี

ทัศนียภาพที่ดีและบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ดี ในขณะที่กลุ่มวัดและชุมชนริมน้ำมีรูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำเป็นจุดแข็ง แต่ปัญหาคือ ระบบการขนส่งทางน้ำไม่มีประสิทธิภาพ สำหรับกลุ่มสามโคก จุดแข็งของกลุ่มคือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชาวมอญ ส่วนปัญหาคือ โครงสร้างพื้นฐานในการอำนวยความสะดวกยังมีไม่เพียงพอ ในขณะที่กลุ่มโบราณคดีมีประวัติศาสตร์เป็นจุดแข็งแต่มีปัญหาโครงสร้างพื้นฐานในการอำนวยความสะดวกเช่นกัน สำหรับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้จัดลำดับเป็น 3 ช่วง โดยเริ่มจากการพัฒนา กลุ่มวัดและชุมชนริมน้ำ ตามด้วยกลุ่มเมืองปทุมธานีและกลุ่มเมืองสามโคก และการพัฒนาช่วงสุดท้ายคือ กลุ่มแหล่งโบราณคดี

รสิกา อังกูรและคณะ (2547) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตพื้นที่ 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี ภูเก็ตและจังหวัดนนทบุรี วิจัยนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและเชิงปริมาณโดยการสำรวจ ประชากรในการวิจัยแบ่งเป็น 6 กลุ่มคือ กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของรัฐ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน กลุ่มประชาชนและกลุ่มนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยม คือ การเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และการเที่ยวชมความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อย่างไรก็ตามปัญหาที่พบในแต่ละจังหวัดที่ทำการศึกษาซึ่งมีความคล้ายคลึงกัน เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวปัญหาขาดแคลนงบประมาณ ปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมการบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี โดยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่ประกอบไปด้วยกระบวนการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) และการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ focus group) ดังแผนภูมิการวิจัย 3.1 มีรายละเอียดดังนี้

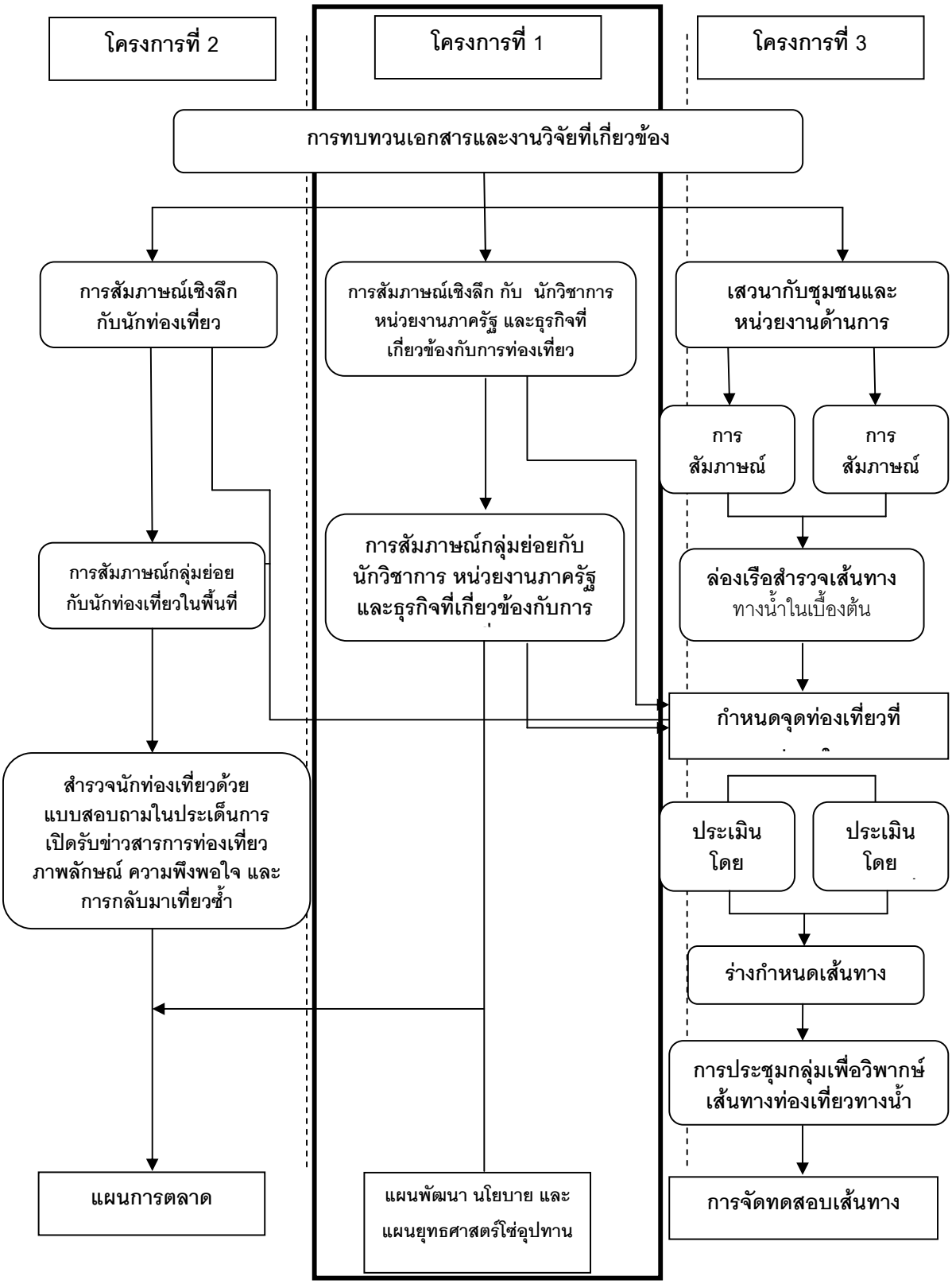
3.1 การทบทวนเอกสาร ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูลส่วนนี้จากเอกสารวิชาการที่เป็นวารสารวิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยและข้อมูลการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโซ่อุปทานและโซ่อุปทานท่องเที่ยวเพื่อรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ไปใช้แนวทางในการจัดทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์กลุ่ม นอกจากนี้ การวิจัยเอกสารยังครอบคลุมถึงการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ของทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ทำการศึกษา

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1) ผู้ให้ข้อมูล (Key informant) ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. นักวิชาการที่มีความรู้หรืองานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือการจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยว 3 คนซึ่งเป็นนักวิชาการในพื้นที่ศึกษา คือ คณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลอลงกรณ์ จังหวัดปทุมธานี และอาจารย์ประจำสาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี วัฒนธรรมจังหวัดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา นายกเทศบาลสามโคก จังหวัดปทุมธานี นายกเทศบาลนคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดจังหวัดนนทบุรี
3. นักธุรกิจ/ผู้บริหารของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้บริหารบริษัท วสุพล การท่องเที่ยว กรรมการผู้จัดการ บริษัท Classic Tour ผู้จัดการทั่วไปของ อิงนที รีสอร์ท ผู้จัดการทั่วไป Woraburi Ayothaya Convention Resort ผู้จัดการทั่วไปของเกาะเกิดโฮมสเตย์ และเจ้าของร้านอาหารบ้านเคียงน้ำ



ภาพที่ 3.1 แผนภูมิการวิจัย

2) การเลือกผู้ให้ข้อมูล

วิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนักวิชาการที่มีความรู้หรืองานวิจัย, หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และนักธุรกิจ/ผู้บริหารของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ตามคำแนะนำของผู้อำนวยการสำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นเกี่ยวต่างๆ กันตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (ภาคผนวก ก)

1. นักวิชาการ ประเด็นในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ ความพร้อมและจุดแข็งของจังหวัดที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Tourism Supply Chain กับการท่องเที่ยวของไทย บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว
2. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประเด็นในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเชื่อมโยงของหน่วยงานท่านกับหน่วยงานอื่นภายใน/ภายนอกจังหวัด ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของหน่วยงาน ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมถึง บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว
3. นักธุรกิจ/ผู้บริหารของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยว ประเด็นในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมประสบความสำเร็จ ความร่วมมือทางธุรกิจกับธุรกิจอื่น ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมถึง บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

4) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทีมวิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเองโดยข้อมูลจะถูกเก็บรวบรวมและใช้วิธีการจดบันทึกและการถ่ายภาพ

5)การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดและนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลแล้วจึงทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

3.2.2 การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย เป็นการระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์กลุ่ม ในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยอาศัยการจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยว ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1) ผู้เข้าร่วมในการสัมภาษณ์กลุ่ม (Participants) การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะในวิจัยนี้จะประกอบด้วย 10 กลุ่มๆ ละ 6-7 คน ดังนี้ (ภาคผนวก ข)

1. นักวิชาการที่มีความรู้หรืองานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดการโซ่อุปทาน หรือ การจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยวจำนวน 1 กลุ่ม

2. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัด นายกเทศบาล นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ฯลฯ จำนวน 3 กลุ่ม (จังหวัดละกลุ่ม)
3. นักธุรกิจ หรือผู้บริหารของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยว เช่น บริษัททัวร์ ร้านอาหาร รีสอร์ท เป็นต้น จำนวน 3 กลุ่ม (จังหวัดละกลุ่ม)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้กำหนดประเด็นเกี่ยวกับการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์กลุ่ม

3) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์กลุ่มจะดำเนินการโดยนักวิจัยเองในฐานะเป็น Moderator ในการสัมภาษณ์ การสนทนาในระหว่างการสัมภาษณ์จะถูกบันทึกโดยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับในการแปลผลข้อมูลในขั้นตอนต่อไป (ภาคผนวก ค)

4) การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดและนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลแล้วจึงทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4
ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิจัยพร้อมอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยจะอธิบายถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด ตามด้วยความเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

ในส่วนนี้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จะสรุปประเภทของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยวภายในจังหวัด และอธิบายถึงความเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวีดและภายในกลุ่มจังหวัดที่ทำการศึกษา ดังนี้

4.1 ผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยวภายในจังหวัด

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับโซ่อุปทานการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมุ่งให้ความสำคัญในเชิงธุรกิจ ดังนั้น การศึกษาจึงมุ่งศึกษาถึงโซ่อุปทานของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง เช่น ธุรกิจโรงแรม (Tigu and Calaretu, 2013) บริษัทนำเที่ยว (Schwartz and Font, 2009; Carey et al., 1997; Taylor, 1996) หรือความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจในโซ่อุปทาน (Two Party relationship) เช่น โรงแรมกับบริษัทนำเที่ยว (March, 1997) โรงแรมกับสายการบิน (Lafferty and Van Fossen, 2001) มากกว่าจะขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ในขณะที่งานวิจัยบางชิ้นศึกษาโซ่อุปทานท่องเที่ยวแบบภาพรวมทั้งระบบ เช่น Piboonrungroj and Disney (2009) และ XZhang, Song and Huang (2008) ที่มุ่งศึกษาไปที่กลุ่มธุรกิจในโซ่อุปทานท่องเที่ยวเช่นกัน และมีการรวมปัจจัยด้านรัฐบาลท้องถิ่นเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกลุ่มหนึ่งในแผนภาพโซ่อุปทานแต่ไม่ได้ให้รายละเอียดหรือความสำคัญ แต่สำหรับงานวิจัยนี้ได้รวมหน่วยงานภาครัฐเข้าไปในโซ่อุปทานท่องเที่ยวด้วยเนื่องจากภาครัฐและชุมชนมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งกลุ่มผู้ที่เกี่ยวในโซ่อุปทานท่องเที่ยวได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธ์ศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด หมายถึง หน่วยงานที่กำหนดทิศทางการพัฒนาของจังหวัด โดยกำกับและดูแลยุทธ์ศาสตร์ต่างๆ รวมถึงยุทธ์ศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานในกลุ่มนี้จะพิจารณาภาพรวมของการพัฒนาของจังหวัดให้มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 นโยบายของรัฐบาลและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฯลฯ สำหรับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีหน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้อง คือ

- สำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 เป็นหน่วยงาน ที่ดูแลยุทธ์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด โดยหนึ่งในยุทธ์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดเน้นเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ซึ่งมีการกำหนดตัวชี้วัดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด และมีโครงการที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ดังกล่าว ได้แก่ โครงการสืบสานวิถีชีวิตชุมชนลุ่มแม่น้ำและป่าสักเพื่อการท่องเที่ยว และโครงการชุมชนรักษ์น้ำเจ้าพระยา/ป่าสัก ซึ่งสำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น ในปี 2557 เพื่อสนองนโยบายของคณะรัฐมนตรีปัจจุบันที่ต้องการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2 ล้านล้านบาท
- กลุ่มงานยุทธ์ศาสตร์พัฒนาจังหวัด เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบแผนยุทธ์ศาสตร์การพัฒนาของจังหวัด โดยทั่วไปผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานในการประชุมในการพิจารณาและติดตามผลตามแผนยุทธ์ศาสตร์การพัฒนาจังหวัด
- คณะกรรมการร่วมระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (กรอ.)เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี ประกอบด้วย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด หอการค้าจังหวัดและสภาอุตสาหกรรม เป็นองค์กรที่มีบทบาทที่สำคัญอย่างมากในการในแสดงความเห็น พิจารณา ในทุกๆเรื่องที่เกี่ยวข้องกับยุทธ์ศาสตร์ของจังหวัด คณะกรรมการนี้มีความสำคัญอย่างมากเพราะถือว่าเป็นตัวแทนของภาคเอกชนที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธ์ศาสตร์ของจังหวัด
- สำนักงบประมาณ และสภาพัฒน์ ฯ เป็นหน่วยงานที่พิจารณาอนุมัติงบประมาณตามแผนยุทธ์ศาสตร์ที่จังหวัดนำเสนอ ให้มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาและยุทธ์ศาสตร์ของประเทศ

กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่ภาคปฏิบัติ หมายถึงหน่วยงานภาครัฐที่เป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยหน่วยงานหลักในการนำยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่ภาคปฏิบัติ คือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ จะเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับประเภทของโครงการที่ต้องดำเนินงาน แต่โดยทั่วไปหน่วยงานที่สำคัญ คือ

- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ขึ้นตรงกับกรมท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีภาระหน้าที่หลัก คือ ส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การ พัฒนามาตรฐานสินค้าและการท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวแก่ทุกภาคส่วนโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีจะดำเนินงานภายใต้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครนายก ในขณะที่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเป็นหน่วยงานภูมิภาคที่ดูแล การดำเนินงานและการเบิกจ่ายงบประมาณของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัด สระบุรี ลพบุรี และอ่างทอง
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ขึ้นตรงกับสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ในทุกจังหวัดที่ทำการศึกษาต่างมีสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตั้งอยู่ซึ่งเป็นผู้ดูแลทุนวัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ทั้งนี้การทำงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจะมีเครือข่ายตามชุมชนต่างๆ ที่มีหน้าที่ดูแลกิจกรรมวัฒนธรรมในเทศกาล ประเพณีต่างๆ เก็บรวบรวมข้อมูลทุนวัฒนธรรมต่างๆ ในพื้นที่ รวมถึงการเฝ้าระวังสิ่งที่ผิดปกติทางวัฒนธรรม ตลอดจน การสร้างคุณค่าทางสังคมและส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรมซึ่งโยงเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด ภายใต้การดูแลของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ หนึ่งในหน้าที่ของสำนักงานพระพุทธศาสนาของจังหวัด คือส่งเสริม ดูแล รักษา และทำนุบำรุงศาสนสถานและศาสนวัตถุทางพระพุทธศาสนา ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถ้าวัดเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยว
- กรมเจ้าท่า มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลพื้นน้ำ และ การเดินทางทางน้ำ ควบคุมมาตรฐานของท่าเรือ โป๊ะ ดังนั้น สำหรับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ หน่วยงานนี้จึงมีความสำคัญ
- แขวงการทาง กรมทางหลวง มีหน้าที่ควบคุม และดำเนินการก่อสร้าง บูรณะและบำรุงรักษา ทางหลวง ในขณะที่เส้นทางการขนส่งทางบกภายในแต่ละจังหวัดจะขึ้นอยู่กับแขวงการทาง โดยแขวงการทางของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี จะขึ้นอยู่กับ สำนักทางหลวงที่ 11 กรุงเทพ
- หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว เช่น พัฒนาชุมชนจังหวัด สังกัดกระทรวงมหาดไทย จะเกี่ยวข้องในเรื่องของสินค้า OTOP สินค้าของชุมชนที่สามารถพัฒนาให้เป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยวได้ ตำรวจท่องเที่ยวมีหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ฯลฯ

กลุ่มที่ 3 ชุมชนและองค์กรปกครองท้องถิ่น หมายถึง ผู้ที่อาศัยในพื้นที่ ซึ่งชุมชน ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดในโซ่อุปทานท่องเที่ยว เนื่องจาก ชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว ดังนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจึงมีผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ ชุมชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ คนในชุมชน ผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายกเทศบาลตำบล นายกเทศบาลนคร นายกองค์กรบริหารส่วนจังหวัด (อบจ) นายกองค์กรบริหารส่วนตำบล ปราชญ์

กลุ่มที่ 4 กลุ่มภาคเอกชน หมายถึง กลุ่มธุรกิจหรือบริษัท ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อหวังผลกำไรจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยว สามารถกำหนดได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มหลักในการให้บริการท่องเที่ยว (1 st tier suppliers) เป็นกลุ่มหลักที่มีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง (Zhange et al, 2009) ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว สถานที่พักแรม ได้แก่ โรงแรมรีสอร์ท โฮมสเตย์ ร้านอาหาร และบริการกิจกรรมท่องเที่ยว (Activity providers) และกลุ่มบริษัทขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำ อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีและนนทบุรี สถานที่พักแรมและบริษัทนำเที่ยว จะมีบทบาทน้อยกว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดอยุธยาเป็นการเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ (One day trip) และเป็นการเที่ยวที่ผู้เที่ยวเป็นผู้จัดโปรแกรมการเที่ยวเอง (Personalized Tourism)
- กลุ่มสนับสนุนการให้บริการท่องเที่ยว (2 nd tier suppliers) เป็นกลุ่มที่ให้การสนับสนุนในเรื่องของวัตถุดิบ หรือ ปัจจัยการผลิตอื่นๆให้กับ กลุ่มหลักในการให้บริการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้าในตลาดไทจะเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดปทุมธานี นนทบุรี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบางส่วน

กลุ่มที่ 5 กลุ่มวิสาหกิจ ในที่นี้หมายถึง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) มีหน้าที่หลักในการทำการตลาด การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยจะมีหน่วยงานของการท่องเที่ยวจังหวัดเป็นผู้ดูแลการตลาดและการ

ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในจังหวัดขนาดใหญ่ เช่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะมีสำนักงานการท่องเที่ยวสำนักงานพระนครศรีอยุธยา ดูแลจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในขณะที่จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนนทบุรี จะอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานกรุงเทพมหานครซึ่งดูแลกลุ่ม จังหวัดฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ ปทุมธานี นนทบุรีและกรุงเทพ ฯ เป็นข้อสังเกตว่า จังหวัดใดที่มีสำนักงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปตั้ง ดังเช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งบทบาทด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนมากกว่า จังหวัดปทุมธานีและนนทบุรีที่การตลาดและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดจะขึ้นอยู่กับสำนักงานกรุงเทพ

กลุ่มที่ 6 กลุ่มนักวิชาการและสถาบันการศึกษา หมายถึงบุคคล คณาจารย์ หรือหน่วยงานทางการศึกษาที่มีบทบาทในการสร้างองค์ความรู้และการบริการวิชาการ การฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ภาษา หรือการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ในปัจจุบัน กลุ่มนักวิชาการและสถาบันการศึกษาได้เข้ามีส่วนร่วมในการบริการวิชาการและพัฒนาชุมชนมากขึ้น ตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ) ในพื้นที่ที่ทำการศึกษาเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอนด้านการท่องเที่ยว ภาษาต่างประเทศ และการบริหารจัดการธุรกิจ หลายแห่ง เช่น ในจังหวัดปทุมธานี มีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ฯลฯ สำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ในขณะที่มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี

4.2 ความเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โซ่อุปทานท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มแต่เพื่อง่ายต่อการอธิบายถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มต่างในเครือข่ายโซ่อุปทาน ในการนำเสนอครั้งนี้จะนำเสนอในประเด็นของความสัมพันธ์ ระหว่างหน่วยงานเป็นหลัก และจะนำเสนอเป็นความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานในช่วงต้นน้ำของโซ่อุปทานท่องเที่ยว คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ช่วงกลางน้ำ คือ การตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และช่วงปลายน้ำ คือ การส่งมอบบริการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

1. สำหรับช่วงต้นน้ำของโซ่อุปทาน คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด อย่างไรก็ตาม หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด โดยบทบาทของหน่วยงานเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายใต้กรอบยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 หน่วยงานนี้มีความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องหลายกลุ่ม ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า “หน้าที่ของหน่วยงานนี้เปรียบเหมือนเป็นผู้จัด (Organizer) ต้องค่อยประสานงานกับบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆเพื่อให้โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ ดำเนินการไปได้” จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่า สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มในโซ่อุปทานท่องเที่ยวดังนี้

- ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในโครงการ หรือ พื้นที่เป้าหมาย เช่น ประสานงานกับสำนักงานพลังงานจังหวัด ในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมตลาดชุมชน

ด้านการท่องเที่ยว “ตลาดน้ำเลียบคลองรังสิต” จังหวัดปทุมธานี เพราะจะต้องมีการติดตั้งกังหันน้ำเพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น อีกหน่วยงานหนึ่งที่ควรจะมีความสัมพันธ์หรือทำงานอย่างใกล้ชิดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด จากการสัมภาษณ์วัฒนธรรมจังหวัดท่านหนึ่ง ได้อธิบายถึงบทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดว่า “บทบาทของเรานั้นเป็นการให้ความถูกต้องเกี่ยวรายละเอียดทางวัฒนธรรมในงานเทศกาล ประเพณี ประวัติโบราณสถาน ฯลฯ วัฒนธรรมจังหวัดมีการประสานงานกับทางสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัดในการจัดทำแผนการท่องเที่ยวของจังหวัด และประสานงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเมื่อมีการร้องขอการจัดแสดงทางวัฒนธรรมในงานเทศกาลต่างๆ” อย่างไรก็ตาม บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมในภารกิจเกี่ยวกับ การสร้างคุณค่าทางสังคมและส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรมซึ่งโยงเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัดที่ทำการศึกษายังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จากการพิจารณารายละเอียดของโครงการท่องเที่ยวต่างๆ ในปี 2555-2560 ของจังหวัดหนึ่ง ไม่พบรายชื่อสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะหน่วยดำเนินการแต่อย่างใด

- ร่วมกับผู้นำชุมชน ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ภาคีเครือข่ายชุมชนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน ดังเช่นในโครง “ตลาดน้ำเลียบคลองรังสิต” จังหวัดปทุมธานี ข้างต้น โครงการนี้ดำเนินการได้เพราะ การมีส่วนร่วมของ อบต. นครรังสิต “ถ้าชุมชนไม่เล่นด้วยกับโครงการใดก็ตามโครงการนั้นจะเกิดได้ยาก”
- ร่วมกับภาคเอกชน ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยังมีค่อนข้างจำกัด ทั้งๆ ที่ภาคธุรกิจจะมีความชำนาญในการทำธุรกิจและมีทุนทรัพย์มากกว่า ตัวอย่างเช่น สวนทวดจีบ ใน จังหวัด ปทุมธานีที่ภาคเอกชนพยายามพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่านหนึ่ง แสดงความเห็นว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นหน้าที่ของภาครัฐ ดังนั้น ในการจัด package ท่องเที่ยวของเราจะเลือกเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาแล้ว เราจะไม่ลงไปพัฒนา”

การเชื่อมโยงกันของกลุ่มข้างต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด พบว่าเป็นไปได้ 2 รูปแบบ คือ

1) แบบทางการผ่านทางการประชุมในเวทีต่างๆ โดยเฉพาะการประชุมเพื่อกำหนดยุทธ์ศาสตร์และแผนการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่น การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ปี พ.ศ. 2555-2559 ที่มีการเชิญผู้นำชุมชน นายกเทศบาลตำบล สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายกสภาอุตสาหกรรม นายกสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ฯลฯ เข้ามามีส่วนร่วมในการระดมสมอง วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของ แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด และกำหนด ยุทธ์ศาสตร์และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดร่วมกัน

ภาพที่ 4.1 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ปี พ.ศ. 2555-2559

หรือ การประชุมคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.)ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ซึ่งประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัดปลัดจังหวัด ผู้อำนวยการของหน่วยงานภาครัฐของแต่ละจังหวัด นายกเทศมนตรี นายก อบต. ผู้แทนภาคประชาสังคม หอการค้ากลุ่มจังหวัด ฯลฯ

2) การลงพื้นที่ร่วมกับชุมชนและเชิญหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องลงพื้นที่ร่วมกัน ทั้งนี้ การลงพื้นที่จะเกิดจากการร้องขอของชุมชนเจ้าของพื้นที่ ให้ทางหน่วยงานภาครัฐมาสำรวจและประเมินศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว ก่อนที่จะเขียนโครงการเพื่อเสนอของบประมาณ

2. สำหรับช่วงกลางน้ำ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนแหล่งท่องเที่ยวโดยพยายามค้นหาจุดขายตามแหล่งท่องเที่ยวแล้วทำการประชาสัมพันธ์ จากกาสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งระบุว่า “ทางสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด จะพิจารณาตามวิจารณญาณว่าแหล่งท่องเที่ยวใดน่าจะขายได้ตามมุมมองโอกาสทางการตลาด จึงจะทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้” ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ อีกท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า บางครั้งทางจังหวัดร้องขอให้เราช่วยทำการประชาสัมพันธ์ให้เราก็ยินดีที่จะลงไปช่วย อย่างในกรณีของตลาดน้ำบางไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี ทาง ททท. ก็ให้ความช่วยเหลือเพราะเห็นว่ามีศักยภาพทางการท่องเที่ยว” ที่กล่าวมานั้นเป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ททท. กับชุมชน ที่เน้นมิติของการขายเป็นสิ่งสำคัญ

นอกจากนี้ ทางสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดมีความสัมพันธ์กับภาคเอกชน กล่าวคือ มีการประสานงานกับธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่บริษัทนำเที่ยวจะนำข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยว ปฏิทินท่องเที่ยวที่ ททท. จะจัดขึ้นไปใช้ในการจัดการนำเที่ยว ในขณะเดียวกัน ทาง สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดมีการขอความร่วมมือจากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ เข้าร่วมหรือประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวในตลาดท่องเที่ยวด้วย

3. ช่วงปลายน้ำ ความสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนด้วยกันส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นความร่วมมือในทางธุรกิจและเป็นรูปแบบในแนวตั้ง (Vertical) มากกว่าความร่วมมือในแนวนอน (Horizontal) กล่าวคือการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับธุรกิจประเภทอื่นที่ไม่ใช่ประเภทเดียวกัน โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการประสานงานกับธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่พักแรม ร้านอาหาร กิจกรรมท่องเที่ยว การขนส่ง ซึ่งเป็น

ธุรกิจหลักที่สำคัญในการส่งมอบการให้บริการ ผู้ประกอบการบริษัททัวร์รายหนึ่ง กล่าวว่า “ความร่วมมือกับธุรกิจอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร รถขนส่ง ฯลฯ นั้น เราเน้นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกทัวร์ของเรา อาหารต้องอร่อยและสะอาด รถบัสต้องสะอาด ตรงเวลาและ การบริการต้องดี ถ้าผู้ประกอบการรายไหนไม่ดี เราจะไม่ไปใช้บริการนั้นอีก”การที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจรวมต่อการท่องเที่ยวได้นั้นจะต้องมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวนั้นด้วย ในกรณีของธุรกิจอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันในโซ่อุปทานท่องเที่ยวเช่นกัน เช่น โรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับเจ้าของเรือเที่ยว เพื่อนำนักท่องเที่ยวของทางโรงแรมล่องเรือรับประทานอาหารเย็น หรือเป็นพันธมิตรกับปางช้างในจังหวัดเดียวกัน เพื่อให้การชมปางช้างเป็นกิจกรรมหนึ่งของการให้บริการเที่ยวของโรงแรม จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจที่สำคัญในความสัมพันธ์ดังกล่าวคือ “ผลประโยชน์ร่วมกัน” อาจจะอยู่ในรูปของรายได้โดยตรง หรือ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขันโดยตอบสนองความต้องการของลูกค้าตนดังเช่นธุรกิจโรงแรมข้างต้น หรือ เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหารริมแม่นำเจ้าพระยารายหนึ่ง ให้สัมภาษณ์ว่า “ถ้าลูกค้าที่เป็นกรุ๊ปทัวร์มาทานข้าวที่ร้านต้องการล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยาทางร้าน ฯ จะติดต่อขอเช่าเรือจากร้านอาหารอื่นๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า”

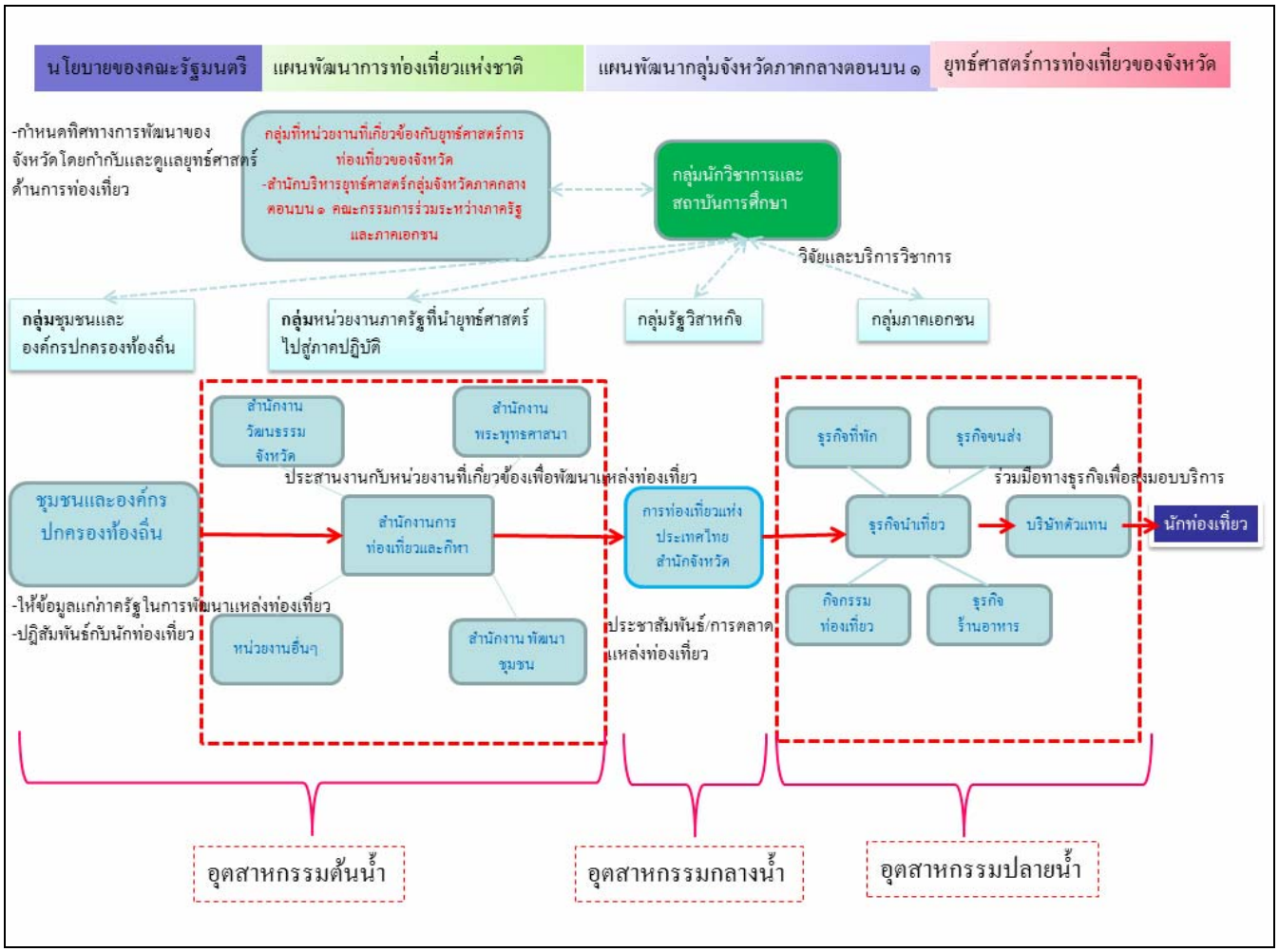
ภาคเอกชน ไม่มีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนมากอย่างชัดเจน ผู้ให้สัมภาษณ์อธิบายว่า “ความร่วมมือกับชุมชนเป็นในรูปของธุรกิจ ในกรณีที่ชุมชนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยว” เช่น รีสอร์ทแห่งหนึ่งมีบริการล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้านริมน้ำเจ้าพระยา อำเภอสามโคก ล่องชมวัดไทยและวัดมอญที่สำคัญๆ เช่น วัดสิงห์ วัดเจดีย์ทอง วัดโบสถ์ ฯลฯ โดยจ้างเรือชาวบ้านในชุมชนที่ติดกับรีสอร์ทในการให้บริการ นอกจากนี้ทางภาคธุรกิจยังมองว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะเป็นหน้าที่ของภาครัฐ ในขณะที่บทบาทของตนนั้นคือ การเป็นผู้ประกอบการที่ดี มีบริการที่ได้มาตรฐานและไม่เอาเปรียบลูกค้า

นอกจากนี้กลุ่มภาคเอกชนมีการรวมตัวกันในรูปของสมาคม เช่น สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยว ฯลฯ เพื่อให้มีบทบาทมากขึ้นในกรณีที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการประชุมกับภาครัฐ หรือ หน่วยงานอื่นๆ เช่น การร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักจังหวัด ในกิจกรรมต่างๆ และรวมตัวกันเองเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร กล่าวว่าในกลุ่มภาคเอกชน สำหรับธุรกิจรายเล็กและรายย่อยมีการรวมตัวกันเองอย่างไม่เป็นทางการมีการจัดประชุมกันเองทุกเดือน

ความเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบกลุ่มจังหวัด

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดยังไม่มีโดยตรง ณ ขณะนี้มีความร่วมมือทางอ้อมระหว่างหน่วยงานราชการด้วยกัน ตัวแทนชุมชนและผู้แทนภาคประชาคม ในการประชุมคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.)กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ๑ โดยมีสำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ๑ เป็นผู้รับผิดชอบและมีผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นประธานการประชุม ทั้งนี้มีสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นคณะกรรมการด้วย สำหรับความร่วมมือชุมชน และ ภาคเอกชนแบบกลุ่มจังหวัด ไม่พบข้อมูลจากการวิจัย

จากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มต่างๆ ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 ความเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เมื่อพิจารณาความเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรายจังหวัด สามารถประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนได้ดังนี้

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จุดแข็ง

1. การตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่ภาคปฏิบัติ ในจังหวัดอยุธยามีความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด

จุดอ่อน

1. ธุรกิจขนาดย่อมขาดมีการส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ความเชื่อมโยงระหว่างชุมชน กับ หน่วยงานภาครัฐ และภาคธุรกิจ ยังมีน้อย
3. ชุมชนเองยังไม่เข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ความแตกต่างระหว่าง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขาดประสิทธิภาพ

จังหวัดปทุมธานี

จุดแข็ง

1. มีภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ทำให้มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา กับ ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำไปสู่การมีความร่วมมือที่ดี เมื่อจังหวัดมีโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
2. ภาพรวม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ที่ดีอย่างไม่เป็นทางการ ทำให้ เกิดความราบรื่นในการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยว

จุดอ่อน

1. การประสานงานระหว่าง หน่วยงานที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกรุงเทพ ยังไม่บูรณาการเท่าที่ควร
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวบางหน่วยงาน เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา มีที่ตั้งของหน่วยงานอยู่ห่างไกลกับหน่วยงานอื่นๆ ทำให้ ขาดความสะดวกในการติดต่อการประสาน

จังหวัดนนทบุรี

จุดแข็ง

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีที่ตั้งของหน่วยงานในถานที่เดียวกัน ทำให้สะดวกการติดต่อการประสาน
2. สถานที่ตั้งของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สะดวกแก่การเดินทางติดต่อกับหน่วยงานอื่นภายนอก

จุดอ่อน

1. การประสานงานระหว่าง หน่วยงานที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา กับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกรุงเทพ ยังไม่บูรณาการเท่าที่ควร
2. ธุรกิจขนาดย่อมขาดมีการส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ความเชื่อมโยงระหว่างชุมชน กับ หน่วยงานภาครัฐ และภาคธุรกิจ ยังมีน้อย
4. ภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวขาดความแข็งแรง

วัตถุประสงค์ ข้อ 2. เพื่อวิเคราะห์ ปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

ในส่วนนี้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้างต้น จะนำเสนอรายละเอียดของปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดและภายในกลุ่มจังหวัดที่ทำการศึกษา ดังนี้

4.3 ปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กลุ่มที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่ภาคปฏิบัติ จากการสัมภาษณ์สมารถ สรุปประเด็นปัญหา ได้ 4 ประเด็น ดังนี้

1. ทรัพยากรในการจัดการจำกัด
   - หลายหน่วยงานระบุว่า งบประมาณที่หน่วยงานได้รับจัดสรรจากกระทรวงต้นสังกัดที่เรียกว่า “งบ Function” มีไม่เพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ย ดังนั้นหน่วยงานจึงต้องไปอาศัยงบประมาณของจังหวัด หรือ ท้องถิ่น
   - จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอ ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งให้ข้อมูลว่า “จำนวนเจ้าหน้าที่ของเรามีน้อย ทำอะไรได้ไม่มาก จะขอกำลังคนเพิ่มก็มีปัญหาเรื่องอัตราและงบประมาณ”
2. โครงสร้างการบริหารงาน
   - แต่ละหน่วยงานจะมีพันธกิจ แผนงาน ตัวชี้วัดของตนเอง ดังนั้น การขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทำได้ด้วยความลำบาก เพราะ หน่วยงานอื่นที่ไม่ได้รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง งานด้านการท่องเที่ยวจึงไม่ได้เป็นภารกิจหลักที่มอบหมายจากกระทรวงต้น

สังกัด แต่ละหน่วยงานจะให้ความสำคัญกับภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงที่ต้นสังกัดมากกว่า จึงไม่ได้ทุ่มเทกับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

ภาพที่ แพขาว หน้าศาลากลางจังหวัดหลังเก่า ปทุมธานี (หลังน้ำท่วมในปี 2554)

ภาพที่ 4.3 บริเวณแพขาวหลังวิกฤตการณ์น้ำ ปี 2554

- สถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งๆ มีหลายหน่วยงานเข้ามาเกี่ยวข้อง การที่จะเข้าไปพัฒนา หรือปรับปรุงเป็นแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินการได้ทันทีต้องรอการดำเนินการจากหน่วยงานที่รับผิดชอบในสถานที่ หรือโบราณสถานนั้นโดยตรง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนกับกรมศิลปากร เช่น การที่จะบูรณะแพขาว หรือวัดสิงห์ ที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อการท่องเที่ยวหลังจากวิกฤตการณ์น้ำท่วม ไม่สามารถดำเนินการได้ เพราะกรมศิลปากรเป็นผู้ดูแลสถานที่ดังกล่าว
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และนนทบุรี สังกัดสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในระดับภูมิภาคที่ต่างกัน เช่นเดียวกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยาดูแลจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในขณะที่จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนนทบุรีจะอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานกรุงเทพมหานคร ทำให้การพัฒนาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดไม่เป็นไปแบบบูรณาการ

3. ความต่อเนื่องของนโยบาย และกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด ในบางจังหวัดมีการเปลี่ยนแปลงผู้ว่าราชการจังหวัดบ่อยครั้ง ทำให้นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดไม่ต่อเนื่อง หรือเปลี่ยนทิศทางการดำเนินการใหม่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการอย่างน้อย 5 ปี แต่ด้วยมีการตัดงบประมาณ เพราะการเปลี่ยนนโยบายเป็นผลให้โครงการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ไม่ประสบความสำเร็จ

4. ภาพลักษณ์ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายในโซ่อุปทานท่องเที่ยวมองสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา มีความชำนาญในเรื่องของกีฬามากกว่าการท่องเที่ยว อาจเนื่องมาจากหน่วยงานนี้เคยสังกัดในกรมพละมาก่อน จึงยังติดภาพลักษณ์เดิม ในขณะเดียวกัน บุคลากรในหน่วยงานดังกล่าวจะมาจากทางวิชาชีพทางกีฬา

กลุ่มชุมชนและองค์กรท้องถิ่น มีประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับความเชื่อมโยงกับภาครัฐและภาคเอกชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดทำโดยไม่ได้มีการสอบถามความเห็นจากผู้นำชุมชน ผู้นำชุมชนท่านหนึ่งกล่าวว่า “ทางภาครัฐจะทำอะไร ไม่ค่อยมาปรึกษาหารือกัน สิ่งที่ภาครัฐทำไม่ค่อยตรงกับความต้องการของเรา” นอกจากนี้ การที่จะรอให้ชุมชนนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนที่คิดว่ามีศักยภาพให้หน่วยงานภาครัฐพิจารณาและดำเนินการพัฒนานั้นเป็นวิธีการที่เหมาะกับชุมชนที่เข้มแข็งจริงๆ “บางชุมชนเองจะไม่ทราบว่าสถานที่ใดที่จะมีศักยภาพหรือไม่ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐควรจะส่งคนเข้ามาทำงานร่วมกับชุมชนในการสำรวจพื้นที่เพื่อสรุปถึงสถานที่ที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวเพราะภาครัฐจะมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวมากกว่าท้องถิ่น” จากผลการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่า ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐมีความเข้าใจในเรื่องของวิธีการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน

กลุ่มภาคเอกชน ในกลุ่มภาคเอกชนนั้น สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง และกลุ่มธุรกิจรายย่อย สำหรับกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ จากการสัมภาษณ์ ไม่พบปัญหา ที่เกี่ยวกับความเชื่อมโยงกับภาครัฐ ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาในการดำเนินงานกับคู่ค้าทางธุรกิจ สำหรับกลุ่มธุรกิจรายย่อย ปัญหาที่พบคือ ธุรกิจรายย่อยที่สัมภาษณ์หลายรายไม่ทราบว่ามีหน่วยงานภาครัฐใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และตนสามารถขอความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ได้จากใคร ธุรกิจรายย่อย ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ

วัตถุประสงค์ข้อ 3. เพื่อนำเสนอแผนพัฒนา แนวทางการบริหารจัดการ นโยบายและแผนยุทธ์ศาสตร์โซ่อุปทานไปสู่ภาคปฏิบัติ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

4.4 แนวทางการบริหารจัดการ นโยบายและแผนยุทธ์ศาสตร์โซ่อุปทานไปสู่ภาคปฏิบัติ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. ส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กและชุมชนในจังหวัดให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยามีการเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด ไปที่ธุรกิจขนาดเล็กและชุมชนโดยตรง การเข้าไปช่วยเหลือทางวิชาการ หรือการตลาดให้กับธุรกิจขนาดเล็กและชุมชน เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะให้เกิดความสัมพันธ์อันดีและทำให้โซ่อุปทานท่องเที่ยวมีความเข้มแข็งมากขึ้น

2. จัดตั้งภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทุกภาคส่วนรวมถึงผู้นำชุมชน เพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม ความเข้าใจและเครือข่าย อันจะนำไปสู่ความร่วมมือกันในการทำกิจกรรม/โครงการด้านการท่องเที่ยวในอนาคต
3. ควรสนับสนุน ให้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน พูดคุยถึงปัญหา และความร่วมมือในการท่องเที่ยว เช่น ผู้นำชุมชนกับนักธุรกิจ ผู้นำชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ฯลฯ

จังหวัดปทุมธานี

1. จัดตั้งคณะกรรมการกลางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ที่มีหน้าที่ประสานงานระหว่าง หน่วยงานที่สำคัญในการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกรุงเทพ เพื่อให้การทำงานร่วมระหว่างหน่วยงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ขยายภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดให้ครอบคลุมจำนวนชุมชนและภาคธุรกิจมากขึ้น หรืออาจจะแบ่งกลุ่มภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว เป็นแบบเน้นเฉพาะกลุ่ม เช่น ภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรม เป็นต้น

จังหวัดนนทบุรี

1. จัดตั้งคณะกรรมการกลางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ที่มีหน้าที่ประสานงานระหว่าง หน่วยงานที่สำคัญในการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานกรุงเทพ เพื่อให้การทำงานร่วมระหว่างหน่วยงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนภาคธุรกิจและชุมชนให้เกิดความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดและทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความเข็มแข็งให้กับโซ่อุปทานท่องเที่ยว

3. จัดตั้งภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว โดยอาจเริ่มจากพื้นที่ที่ชุมชนมีความเข้มแข็งก่อน เช่น เกาะเกร็ด แล้วค่อยขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

บทที่ 5
สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะสรุปผลจากการวิจัยและนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดบนแนวคิดของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถแบ่งกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียบนโซ่อุปทานได้เป็น 6 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่ 1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนด กำกับและดูแลยุทธ์ศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่น สำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์จังหวัด คณะกรรมการร่วมภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบด้วย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด หอการค้าจังหวัดและสภาอุตสาหกรรม สำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ๑ เป็นต้น
- กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่ภาคปฏิบัติ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักพุทธ สำนักงานศิลปากร กรมเจ้าท่า กรมทางหลวง แขวงการทาง พัฒนาจังหวัด พาณิชย์จังหวัด ตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ
- กลุ่มที่ 3 ชุมชนและองค์กรท้องถิ่น ผู้ที่อาศัยในพื้นที่ท่องเที่ยว ได้แก่ คนในชุมชน ผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายกเทศบาลตำบล นายกเทศบาลนคร นายกองค์กรบริหารส่วนจังหวัด นายกองค์กรบริหารส่วนตำบล ฯลฯ
- กลุ่มที่ 4 หน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ทำหน้าที่การตลาด ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กลุ่มที่ 5 บริษัทเอกชน ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อหวังผลกำไรจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พักแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว Travel Agent บริษัทขนส่ง ทางบกและทางน้ำ กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว ปางช้าง
- กลุ่มที่ 6 กลุ่มนักวิชาการและสถาบันการศึกษา

เมื่อพิจารณาถึงความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี พบว่า มีการเชื่อมโยงของโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ด้านยุทธ์ศาสตร์บ้างกล่าวคือ มีเพียงความร่วมมือของกลุ่มจังหวัดที่เป็นไปตามยุทธ์ศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ที่เกี่ยวกับ ยุทธ์ศาสตร์อนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศของมีน้ำเจ้าพระยา และป่าสัก และมีโครงการต่างๆ สนับสนุนยุทธ์ศาสตร์ดังกล่าว เช่น โครงการสืบสานวิถีชีวิตชุมชนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อการท่องเที่ยว โครงการส่งเสริมครัวเรือนที่อยู่ริมน้ำเจ้าพระยา/ป่าสักและคลองสาขาไม่ปล่อยน้ำเสียและขยะลงสู่แหล่งน้ำ เป็นต้น ในขณะที่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ในโซ่อุปทานท่องเที่ยวจะมีความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในจังหวัดมากกว่าภายในกลุ่มจังหวัด

เมื่อพิจารณาถึงความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัด พบว่า ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจกับชุมชน ยังมีช่องว่างอยู่ ในขณะที่ความ

เชื่อมโยงของภาคธุรกิจกับชุมชน จะเป็นความร่วมมืออยู่บนพื้นฐานของผลประโยชน์ทางธุรกิจทั้งที่เป็นตัวเงิน เช่น รายได้ และไม่เป็นตัวเงิน คือการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

สภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคของเครือข่ายโซ่อุปทานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่พบ สรุปประเด็นปัญหา ได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

1. ทรัพยากรในการจัดการจำกัด งบประมาณที่หน่วยงานราชการในพื้นที่ได้รับจัดสรรจากกระทรวงต้นสังกัดที่ มีไม่เพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ปัญหานี้รวมถึงจำนวนบุคลากร
2. โครงสร้างการบริหารงาน แต่ละหน่วยงานราชการจะมีพันธกิจ แผนงานและตัวชี้วัดของตนเอง งานด้านการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นภารกิจหลักที่มอบหมายจากกระทรวงต้นสังกัด จึงไม่ได้ทุ่มเทกับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี และนนทบุรี สังกัด หน่วยงานที่ดูแลในระดับภูมิภาคที่ต่างกัน เช่นเดียวกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยาดูแลจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในขณะที่จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนนทบุรีจะอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานกรุงเทพมหานคร ทำให้การพัฒนาและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดไม่เป็นไปแบบบูรณาการ
3. ความต่อเนื่องของนโยบาย ในบางจังหวัดมีการเปลี่ยนแปลงผู้ว่าราชการจังหวัดบ่อยครั้ง ทำให้นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดไม่ต่อเนื่อง หรือเปลี่ยนทิศทางการดำเนินการใหม่
4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐมีความเข้าใจในเรื่องของวิธีการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน
5. ปัญหาอื่นๆ เช่น ขาดการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการรายย่อยด้านการท่องเที่ยว

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. ปรับโครงสร้างการแบ่งพื้นที่ดำเนินงานของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาให้สอดคล้องกับการจัดกลุ่มจังหวัดตามกระทรวงมหาดไทย เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดเป็นแบบบูรณาระหว่างหน่วยงานภาครัฐ
2. การจัดตั้งหน่วยงานกลาง/คณะกรรมการ รับผิดชอบยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ หรือ อาจจะปรับ พันธกิจ บทบาท และทิศทางของแผนยุทธ์ศาสตร์ของสำนักงานบริหารยุทธ์ศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ให้เน้นการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดมากขึ้น และยังทำให้เกิดความต่อเนื่องของนโยบายและยุทธ์ศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
3. เพิ่มตัวชี้วัด (KPI) ของการวัดผลการเนินงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดนั้น เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากจังหวัดหนึ่งไปยังจังหวัดหนึ่งในกลุ่มจังหวัด เช่น นักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีการเดินทางไปเที่ยวต่อที่จังหวัดนนทบุรี หรือ

ปทุมธานี เป็นจำนวนเท่าไร ทำให้หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบกลุ่มจังหวัดมากขึ้น

4. สร้างความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และมีการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นนทบุรีและปทุมธานีเข้าด้วยกัน โดยผ่านทางการทำกิจกรรมร่วมกัน
5. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มต่างๆ ของโซ่อุปทาน โดยให้กลุ่มนักวิชาการและสถาบันการศึกษาเป็นผู้สกัดองค์ความรู้และถ่ายทอดไปยังกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น ทักษะและองค์ความรู้ด้านการตลาดท่องเที่ยว ควรมีการถ่ายทอดจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือกลุ่มภาคเอกชน ไปยัง กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพราะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ดีจะต้องพิจารณาความเป็นไปได้ในการขายไปพร้อมๆ กัน เป็นต้น

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาการประเมินประสิทธิภาพโซ่อุปทานท่องเที่ยวทั้งระบบของกลุ่มจังหวัด และรายจังหวัด นอกจากนี้ อาจศึกษาถึง ต้นทุนในการจัดการโซ่อุปทานท่องเที่ยวในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจรถนำเที่ยว และธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2556). *สถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2556, จาก http://61.19.236.137/tourism/th/home/tourism.php?id=4

ราณี อิสิชัยกุล (2546). **เอกสารชุดอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน** (น. 33-71) นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชและ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รชพร จันทร์สว่าง (2546).**เอกสารชุดอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน** (น.23-18) นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชและ สำนักงานพัฒนาการ ท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รสิกา อังกูรและคณะ (2547). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท่องเที่ยว.** รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธันยา คิรินทร์ภาณุ (2547). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒธรรม จังหวัดปทุมธานี.** วิทยานิพนธ์ การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี. (2556). *เที่ยวเมืองนนทบุรี.* สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2556, จาก http://nonthaburitour.com/nonthaburi/

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี. (2556). *แหล่งท่องเที่ยว.* สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.pathumthanimots.com/index.php?mo=10&art=41920553

สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (2556). *บรรยายสรุปจังหวัดนนทบุรี ปี 2552*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.nonthaburi.go.th/narrative_summary/index.html

สำนักงานจังหวัดปทุมธานี. (2556). *ประวัติความเป็นมาจังหวัดปทุมธานี.* สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2556, จาก http://www2.pathumthani.go.th/index.php/pathumthani-history/2012-09-20-03-50-18

สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2556). *สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.ayutthaya.go.th/travel-1/index.html

สุชาดา งวงชัยภูมิ (2551). **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านประสาท จังหวัดนครราชสีมา.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สิริยุพา เลิศกาญจนาพร (2554). การประเมินประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานบริการ *Tha Prachan Interdisciplinary Review* สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2555 จาก http://tpir53.blngspot.com/2011/01/blog-post_18.html.

ภัทรฤดี สุพัฒโสภณและคณะ (2547) **การพัฒนาศักยภาพสินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย** รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บุญเลิศ จำตั้งวัฒนา (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย

Carey , S., Gounta, Y., and Gilbet, D. (1997). Tour operators and destinations sustainability. *Tourism Management.* 18(7), 425-431.

Goeldner C. R. and Ritchie J.R. (2006). **Tourism; Principles, Practice, Philosophies.** New Jersey : John Wiley &Sons inc.

Schwartz, K and Font, X. (2009). Sustainable supply chain management: UK outbound tour operator practices. ICRT Occasional Paper no. 15.

Lafferty, G. and Van Fossen, A. (2001). Integrating the tourism industry: problems and strategies. *Tourism Management*, 22(1), 11-19.

Lovelock, C.H. and Wirtz, J.(2007)**. Service Marketing.** 6th edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall

March , R. (1997). An Exploratory study of buyer-supplier relationships in international tourism: the case of Japanese wholesalers and Australian suppliers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 6(1), pp.55-68

Morrison, A., Lynch, P. and Johns, N. (2004). International Tourism Network. *International Journal of Contemporary Hospitality Management***.** 16(3), 197-202.

Page, S.J. (2005). **Tourism Management: Managing for Change.** Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Piboonrungroj, P. and Disney, S.M. (2009). Tourism supply chains: a conceptual framework, Phd Networking Conference. Exploring Tourism III: Issues In Phd Research, Accessed June, 25, 2556 from http:// biblioteca.turismodoalgarve.pt/download.asp?file=multimedia/associa/0098.pdf.

Yilmaz, Y. and Bitici, U.(2006). Performance measurement in the value chain: manufacturing V. tourism. *International Journal of Productivity and Performance Management***.** 55(5), 371-389.

Simchi-Levi, D.,Kaminsky, P., and Simchi-Levi, E. (2003). **Designing and managing the supply chain**. Boston, MA : Irwin McGraw-Hill.

Taylor, P (1996).Oligopoly or contestable markets in the UK package tour industry? *Service Industry Journa*l, 16(3), 379-388.

Tigu, G. and Calaretu, B. (2013). Supply chain management in tourism continental hotels chain case. *Supply Chain Management*. XV(33), 103-115

Zhang X., Song, H., and Huang, G.Q. (2008). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*. 30(2009). 345=358.

แบบสัมภาษณ์ (นักวิชาการ)

เรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ..... นามสกุล.....
2. ตำแหน่งทางวิชาการ.....

   หน่วยงาน.....
3. เวลาและสถานที่ที่ทำการสัมภาษณ์.....
4. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่สัมภาษณ์ (การเข้าร่วมประชุม ประสบการณ์ทำงาน งานวิจัย งานสอน ฯลฯ)

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2. ความเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างไร?

   .....

   .....

   .....

   .....
2. ท่านคิดว่า 3 จังหวัด (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี) มีความพร้อมและมีภาพลักษณ์อย่างไรต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม?

   .....

   .....

   .....

   .....

   .....

3. จุดแข็งของ 3 จังหวัด (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี) ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม?

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ความเห็นเกี่ยวกับแนวคิด Tourism Supply Chain

1. ความจำเป็นที่ต้องมีหรือดำเนินการด้าน Tourism Supply Chain กับการท่องเที่ยวไทยและการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสียเปรียบของการท่องเที่ยวไทยใน 3 จังหวัด ถ้าไม่มีการดำเนินการ Tourism Supply Chain เพื่อนำมาใช้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ 3 จังหวัด

.....

.....

.....

.....

3. อะไรคือปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลัก Tourism Supply Chain ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

4. อะไรที่น่าจะเป็นปัญหา/อุปสรรคของการทำ Tourism Supply Chain ใน 3 จังหวัดในการจัดทำ โซ่อุปทานท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

5. แนวทางการพัฒนา Tourism Supply Chain ให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 จังหวัด

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและ แบบ 3 จังหวัด (Cluster) ในมุมมองของนักวิชาการ

1. ความจริงจังของภาครัฐในการสนับสนุนเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ภาคเอกชนควรควรมีบทบาทในเรื่องใดทั้งในระยะสั้นและระยะยาวในการสนับสนุนด้านการพัฒนาด้าน Tourism Supply Chain และประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาเป็นลำดับ

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ (ธุรกิจ)

เรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ..... นามสกุล.....
2. ตำแหน่ง..... หน่วยงาน.....
3. ลักษณะของธุรกิจของผู้ให้สัมภาษณ์.....
4. เวลาและสถานที่ที่ทำการสัมภาษณ์.....
5. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่สัมภาษณ์ (การเข้าร่วมประชุม ประสบการณ์ทำงาน สมาชิกในสมาคมต่างๆ ฯลฯ)

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2. ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

.....

.....

.....

.....

2. ปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประสบความสำเร็จ

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3. นโยบาย และการดำเนินงานของหน่วยงาน

1. ความร่วมมือทางธุรกิจ/การ Outsource ในการกิจกรรมของธุรกิจท่านกับธุรกิจอื่นๆ (เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม ร้านอาหาร ชุมชน ฯลฯ) ในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวของท่าน

1.1 ความร่วมมือกับธุรกิจอื่นภายในจังหวัด (ได้แก่ ประเภทของธุรกิจที่ร่วมมือกัน ลักษณะของการร่วมมือเป็นอย่างไร ระยะเวลาที่มีการร่วมมือระหว่างกัน และผลที่ได้รับจากการร่วมมือกับธุรกิจอื่นเป็นอย่างไร)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2 ความร่วมมือกับธุรกิจอื่นนอกเขตจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา และนนทบุรี (ประเภทของธุรกิจที่ร่วมมือกัน ลักษณะของการร่วมมือเป็นอย่างไร ระยะเวลาที่มีการร่วมมือระหว่างกัน และผลที่ได้รับจากการร่วมมือกับธุรกิจอื่น เป็นอย่างไร)

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจท่าน

2.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานภายในบริษัท

.....

.....

.....

.....

2.2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในลักษณะของการ่วมมือกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจ

3.1 โปรดระบุประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนา (โดยเรียงลำดับตามความเร่งด่วน)

.....

.....

.....

.....

3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างไร

.....

.....

.....

.....

3.3 บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี

.....

.....

.....

.....

3.4 บทบาทของเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

3.5 ที่ผ่านมา ท่านเคยเห็นบทบาทในการพัฒนาของภาคเอกชนในเรื่องนี้หรือไม่ เป็นอย่างไร และมีปัญหาในเรื่องอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ (หน่วยงานราชการ)

เรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ..... นามสกุล.....
2. ตำแหน่ง..... หน่วยงาน.....
3. เวลาและสถานที่ที่ทำการสัมภาษณ์.....
4. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่สัมภาษณ์ (การเข้าร่วมประชุม ประสบการณ์งานวิจัย ฯลฯ)

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2. นโยบาย และการดำเนินงานของหน่วยงาน

1. นโยบาย และแผนงานของหน่วยงานท่านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

2. ความเชื่อมโยงของหน่วยงานท่านกับหน่วยงานอื่นๆ หรือ องค์กรในภาคเอกชนในการท่องเที่ยวของจังหวัด

2.1 การเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นภายในจังหวัด

.....

.....

.....

.....

2.2 การเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นนอกเขตจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา และนนทบุรี

.....

.....

.....

.....

3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของหน่วยงาน

3.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานภายในบริษัท

.....

.....

.....

.....

3.2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในลักษณะของการร่วมมือกับหน่วยงานอื่น

.....

.....

.....

.....

4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

4.1 โปรดระบุประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนา

.....

.....

.....

.....

4.2 บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี

.....

.....

.....

4.3 บทบาทของเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

4.4 ที่ผ่านมา ท่านเคยเห็นบทบาทในการพัฒนาของภาคเอกชนในเรื่องนี้หรือไม่ เป็นอย่างไร และมีปัญหาในเรื่องอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) กลุ่มนักวิชาการ
ณ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง – สถานที่ทำงาน
1.	อาจารย์กันยารัตน์ โกมโลทก	มหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา
2.	อาจารย์ธนภูมิ ปองเสงี่ยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3.	อาจารย์ญาณาธิป ติวานนท์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
4.	อาจารย์สุปราณี อุดมผล	หัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยปทุมธานี
5.	ผศ.จารึก สงวนพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
6.	ผศ.ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล	ประธานสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) หน่วยงานราชการและองค์กรบริหารท้องถิ่น จังหวัดอยุธยา ณ ศูนย์อยุธยาศึกษา

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง – สถานที่ทำงาน
1.	คุณอภิวัฒน์ ทับทิมโต	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานพระนครศรีอยุธยา
2.	คุณวริทธ์นันท์ น้อยไพบูลย์	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3.	คุณภัทรพงษ์ เก่าเงิน	สำนักศิลปากรที่ 3 พระนครศรีอยุธยา
4.	คุณจารุภัทร ธีฆัมพร	สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5.	คุณมาลินี ปรีวาสนา	องค์การบริหารส่วนตำบล เกาะบ้านป้อม
6.	คุณเจนโชค สุวนิช	องค์การบริหารส่วนตำบล สำเภาล่ม
7.	คุณปรีชา ขันธไพรศรี	รองนายกเทศมนตรี เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา
8.	คุณธนรัตน์ จรัสศรี	รองปลัดเทศบาล เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) กลุ่ม นักธุรกิจ
ณ โรงแรมวรบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง-สถานที่ทำงาน
1	นายพิมาย ลางคุลเสน	ผู้จัดการ โรงแรมอโยธยารีเวอร์ไซด์
2	นายอิทธิพันธ์ ขาวละมัย	มูลนิธิพระคชบาล (ปางช้าง)
3	นายสฤษดิ์ เอกยะติ	เลขาสมาพันธ์ผู้สื่อข่าวทีวี หนังสือพิมพ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4	นายมานัส ทรัพย์มีชัย	กรรมการผู้จัดการ บริษัท Nutt Business จำกัด
5	นายสุรพล ศรีวรวิทย์	ผู้จัดการ ร้านอาหาร เรือนรับรอง
6	นายมังกร ภิรมย์พานิช	รองกรรมการผู้จัดการ โรงแรมอยุธยาแกรนด์โฮเต็ล ห
7	นางสาวพลอยชนก แข็งขัน	มัคคุเทศก์ อิสระ

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) หน่วยงานราชการและองค์กรบริหารท้องถิ่น จังหวัดนนทบุรี ณ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง – สถานที่ทำงาน
1.	คุณพเยาว์ ศรีลัด	นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ สำนักวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี
2.	คุณศักดิ์ชัย เสนาพรหม	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
3.	คุณธนาชัย จันทร์ขำเงิน	หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการจัดสวัสดิการ นักบริหารทั่วไป 7 กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต องค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี
4.	คุณปาณิสรา แก้วคำ	องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด
5.	คุณเสกสรร สุขทอง	กำนันตำบลเกาะเกร็ด

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) ภาคเอกชน จังหวัดนนทบุรี
ณ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง – สถานที่ทำงาน
1.	คุณชาญชัย ใจเย็น	มัคคุเทศก์ เกาะเกร็ด
2.	คุณสุภัตตา ฤทธิ์เดช	กรรมการผู้จัดการ โรงงานเครื่องปั้นดินเผาป้าตุ่ม
3.	คุณ กัลยารัตน์ สินสืบผล	เจ้าของร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสมาชิกสมาคมกลุ่มท่องเที่ยว จังหวัด นนทบุรี
4.	คุณประไพภัค ฟ้ากระจ่าง	กรรมการผู้จัดการ เดอะไทยเฮาส์ โฮมสเตย์
5.	ดร.ศักดิ์สิทธิ์ ราชสิทธิ์	ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท มิราเคิล ไทม์ ทราเวล จำกัด

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) หน่วยงานราชการและองค์กรบริหารท้องถิ่น จังหวัดปทุมธานี ณ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง – สถานที่ทำงาน
1.	นายเอเนก สมบุญ	นายกเทศมนตรีตำบลสามโคก
2.	คุณลัษมา ธารีเกษ	ผู้อำนวยการกลุ่มยุทธศาสตร์ และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี
3.	คุณจิราวัลย์ ท้ายเมือง	นักวิชาการศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระบือ
4.	คุณอนงค์นาถ จิรัฏเมธางกูร	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี
5.	คุณสมเจต มิ่งโมฬี	ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชมเชียงรากน้อย
6.	คุณนพดล แสงปลั่ง	เครือข่ายสื่อภาคพลเมือง ชุมชนศาลาแดงเหนือ ต.เชียงรากน้อย อ.สามโคก จ.ปทุมธานี
7.	คุณไพรัตน์ จันทร์แบบ	อุปนายกสมาคม สมาคมชาวรามัญแห่งประเทศไทย

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) ภาคเอกชน จังหวัดปทุมธานี
ณ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง – สถานที่ทำงาน
1.	คุณวโร พรปัญจะ	กรรมการผู้จัดการ บ. วสุพล การท่องเที่ยว
2.	คุณภาค วราธนานันท์	ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
3.	คุณสาโรจน์ จุ้ยชุ่ม	กรรมผู้จัดการ เวปไซต์ Rangsitcity.com
4.	คุณพิมพ์ปวีณ์ ทองประสงค์	ผู้จัดการ ร้านอาหาร ครัวท้ายเกาะ
5.	คุณปฐมพงษ์ วันดี	ผู้บริหาร ตลาดคนเดิน จังหวัดปทุมธานี และ วัดหงส์
6.	คุณ จงรุจา วิเศษสินธุ์	กรรมการผู้จัดการ อิงนที รีสอร์ท

18 ตุลาคม 2555

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group)

เรียน อาจารย์ สุปราณี อุดมผล
หัวหน้าสาขา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ด้วยผม ดร. ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และ อาจารย์ ชุมพล พืชพันธ์ไพศาล จากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับทุนวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ให้ทำวิจัย เรื่อง การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปทุมธานีและนนทบุรี ในการวิจัยนี้ จะต้องมีการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับ การจัดการการท่องเที่ยวสำหรับ 3 จังหวัด เพื่อความสมบูรณ์ของผลงานวิจัย (เอกสารแนบ)

ทั้งนี้ ผมตระหนักว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวดังนั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านเข้าร่วมในการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย ที่ ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจ (ตึก 1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต ในวันพฤหัสที่ 25 ตุลาคม 2555 เวลา 10.00-11.30 ทั้งนี้ผมหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอรับรองว่าข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะใช้ประโยชน์เฉพาะในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ขอแสดงความนับถือ

(ดร. ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

โทร. 02-350-3608-9
ผู้ประสานงาน อ.น้ำผึ้ง สังวรณ์

ประเด็นในการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group)
ห้องประชุมคณะบริหารธุรกิจ (ตึก 1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต
วันพฤหัสที่ 25 ตุลาคม 2555 เวลา 10.00-11.30

---

1. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา **ปทุมธานี**และนนทบุรีมีความพร้อมและมีภาพลักษณ์อย่างไรต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม?
2. จุดแข็งของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา **ปทุมธานี**และนนทบุรีที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม?
3. ความจำเป็นที่ต้องดำเนินการด้านความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ (Tourism Supply Chain) กับการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย
4. ข้อเสียเปรียบของการท่องเที่ยวไทยใน 3 จังหวัด ถ้าไม่มีการดำเนินการด้านความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ (Tourism Supply Chain)
5. อะไรคือปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้หลักของความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ (Tourism Supply Chain) ประสบความสำเร็จ
6. อะไรที่น่าจะเป็นอุปสรรคของการทำด้านความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ (Tourism Supply Chain) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว
7. แนวทางการพัฒนาความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ (Tourism Supply Chain) ให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 จังหวัด
8. ภาครัฐควรควรมีบทบาทในเรื่องใดในการสนับสนุนด้านการพัฒนาด้านความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ (Tourism Supply Chain)
9. ภาคเอกชนควรควรมีบทบาทในเรื่องใดในการสนับสนุนด้านการพัฒนาด้าน ด้านความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ (Tourism Supply Chain)