ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

โดย

พันตำรวจโท กุลธน ประจวบเหมาะ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เวย์ บียอน ๕๕ จำกัด
บริษัท เค ที พี (โอวี) เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๗
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๗ – ๒๕๕๘

บทคัดย่อ

เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย พันตำรวจโท กุลธน ประจวบเหมาะ **หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๗**

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทิศทางและกำหนดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง แต่การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวก็ได้สร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยอาศัยการทำงานร่วมกันทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ รูปแบบ และลักษณะของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ เป็นแกนหลักของการศึกษา เพื่อศึกษาสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและผลกระทบทางด้านอุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย และศึกษาแนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้ข้อสรุปว่า ประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างอยู่ในอัตราที่สูงอย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้จะมีเหตุการณ์ร้ายแรงต่างๆ เกิดขึ้น และประเทศไทยได้รับการคาดการณ์ว่าจะยังคงสถานะเป็นจุดแห่งการเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Destination) อยู่ต่อไปในอนาคต ในสถานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงชุมชน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจะต้องปรับตัวโดยใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนประโยชน์ที่ผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่จะได้รับจากทรัพยากรธรรมชาติก่อนและหลังการพัฒนา ทั้งนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องรับบทบาทที่สำคัญ โดยปรับเพิ่มทักษะทางด้านภาษา มาตรฐานสมรรถนะวิชาชีพ เพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ รับผิดชอบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มากขึ้น ในขณะที่ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือในด้านการปรับปรุงภาระภาษีให้เป็นธรรม ให้ความช่วยเหลือและช่วยพัฒนาทักษะใหม่ให้กับผู้ประกอบการ SME ตลอดจนพัฒนาระบบขนส่งมวลชนรองรับการท่องเที่ยว

คำนำ

ประเทศไทยมีบทบาทที่โดดเด่นในเวทีโลกสำหรับการเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Tourist Destination) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทิศทางและกำหนดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง แต่การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวก็ได้สร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยอาศัยการทำงานร่วมกันทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ รูปแบบ และลักษณะของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยคาดหวังว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถทำให้ได้แนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และได้ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติได้ต่อไป

พันตำรวจโท
(กุลธน ประจวบเหมาะ)
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๗
ผู้วิจัย

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		**ก**
คำนำ		**ข**
สารบัญ		**ค**
สารบัญตาราง		**จ**
สารบัญแผนภาพ		**ฉ**
บทที่ ๑	**บทนำ**	**๑**
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
	ขอบเขตของการวิจัย	๕
	วิธีดำเนินการวิจัย	๕
	ข้อจำกัดของการวิจัย	๖
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๖
	คำจำกัดความ	๗
บทที่ ๒	**ทฤษฎีและแนวคิดการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว**	**๑๑**
	สถานการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย	๑๑
	การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย	๑๓
	แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙	๑๗
	กรอบความคิดของการวิจัย	๑๘
บทที่ ๓	**วิธีดำเนินการวิจัย**	**๒๐**
	วิธีการวิจัย	๒๑
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๒๓
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๒๕
	กระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบการวิจัย	๒๖

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ ๔	**ผลการวิจัย**	**๒๙**
	การวิจัยเชิงเอกสาร	๒๙
	การสัมภาษณ์เชิงลึก	๕๐
	การวิเคราะห์และตีความ	๖๒
บทที่ ๕	**สรุปและข้อเสนอแนะ**	**๖๗**
	สรุป	๖๗
	ข้อเสนอแนะ	๗๐
บรรณานุกรม		**๗๕**
ประวัติย่อผู้วิจัย		**๗๙**

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

๑-๑	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (Number of Visitors) ปี ๒๕๕๔	๒
๑-๒	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (Number of Visitors) ปี ๒๕๕๔ แยกตามกลุ่มจังหวัด	๓
๔-๑	ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ	๕๐
๔-๒	ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด	๕๓
๔-๓	ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	๕๖
๔-๔	ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	๖๐
๔-๕	สรุปความถี่ของข้อความหลัก/สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก	๖๔

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่

๒-๑	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๔ – ๒๕๕๗	๑๔
๒-๒	กรอบแนวคิดของการวิจัย	๑๙
๓-๑	กรอบแนวทางการดำเนินงาน	๒๐
๔-๑	สรุปยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย	๓๘
๔-๒	สรุปหน้าที่รับผิดชอบโดยย่อของหน่วยงานต่างๆ	๖๓

บทที่ ๑
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทิศทางและกำหนดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และช่วยกระจายความเจริญไปสู่ชุมชนในท้องถิ่นของประเทศมาหลายทศวรรษ ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า ในปี ๒๕๔๓ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเป็นจำนวนสูงถึง ๒๘๕,๒๗๒ ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น ๙๘๓,๙๒๘ ล้านบาทในปี ๒๕๕๕ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ออนไลน์, ๒๕๕๗) คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate - CAGR) ประมาณร้อยละ ๑๐.๘๗ ต่อปี โดยในปี ๒๕๕๔ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากกว่า ๗๗๖,๒๑๗ ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๗.๔ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ออนไลน์, ๒๕๕๗) ในปี ๒๕๕๖ เป็นปีแรกที่รายได้จากการท่องเที่ยวขึ้นไปแตะถึงระดับล้านล้านบาท โดยปี ๒๕๕๖ รายได้จากการท่องเที่ยวมีเป็นจำนวน ๑.๒๙ ล้านล้านบาท และลดลงมาอยู่ที่ ๑.๒๕ ล้านล้านบาทในปี ๒๕๕๗ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, ๒๕๕๘)

ความสำคัญของรายได้จากการท่องเที่ยวมิได้หมายความถึงแต่เฉพาะตัวเลขการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Spending) เท่านั้น แต่การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในเชิงของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added) และการจ้างงาน ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อรายได้ ความเป็นอยู่ของแรงงาน และการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว ความสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยวที่มีต่อระบบเศรษฐกิจได้รับการกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในการประชุม G20 Summit ในเดือนมิถุนายน ๒๕๕๕ (จิรา บัวทอง, ๒๕๕๗) ที่ประเทศเม็กซิโก บรรดาผู้นำประเทศต่างๆ ในที่ประชุมดังกล่าวได้ตระหนักถึงบทบาทของการเดินทางและท่องเที่ยวที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างงาน การเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาในพื้นที่ ดังนั้น เศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Visitor Economy) จึงถือเป็นเสาหลักในการพัฒนาด้านสังคมในภูมิภาค

ประเทศไทยมีบทบาทที่โดดเด่นในเวทีโลกสำหรับการเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Tourist Destination) ทั้งนี้ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (PATA) ระบุว่า ในปี ๒๕๕๖ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรายได้ด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดเป็นอันดับ ๕ ด้วยรายได้ ๒๖,๖๘๐ ล้านดอลลาร์ รองจาก สหรัฐอเมริกา (๑.๕๘ แสนล้านดอลลาร์) จีน (๕๙,๓๐๐ ล้านดอลลาร์) มาเก๊า (๕๔,๘๒๐ ล้านดอลลาร์) และออสเตรเลีย (๒๘,๑๖๐ ล้านดอลลาร์) (เที่ยวไทย 'แชมป์'

อาเซียน, ออนไลน์, ๒๕๕๗) แม้ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับปัญหาสำคัญหลาย ๆ ประการ ตั้งแต่ การชุมนุมทางการเมืองและการก่อจลาจล การประท้วงปิดสนามบิน การเกิดขึ้นของไข้ชิคุนกุนยา มหาอุทกภัย และการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน เป็นต้น แต่ประเทศไทยก็ยังคงเป็นสถานที่ที่มีศักยภาพในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวหรือประกอบกิจกรรมต่างๆ และสามารถดำรงรักษาบทบาทของการเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาบางครั้งได้สร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมที่กระจุกตัวอยู่ในเมืองหลัก เช่น กรุงเทพ ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ (สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ, ออนไลน์, ๒๕๕๗) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เหล่านั้น ได้รับการพัฒนาจนเกินศักยภาพหรือเกินความสามารถที่จะรองรับได้ตามธรรมชาติ การขาดการวางแผนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมที่ขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการทำลายคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและเป็นตัวเร่งให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว และสูญเสียคุณค่าลงไปอย่างน่าเสียดาย

การวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (Number of Visitors) จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี ๒๕๕๔ พบว่า จำนวนผู้เยี่ยมเยือนกระจุกตัวอยู่ในเมืองที่เป็นแหล่งจุดหมายปลายทางสำคัญเท่านั้น โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครฯ เพียงจังหวัดเดียว มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือน ๔๓.๗๖ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๒๕ ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งประเทศที่ ๑๗๔.๑๒ ล้านคน จำนวนนักท่องเที่ยวของ ๑๐ จังหวัดแรกที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนสูงสุด มีผู้เยี่ยมเยือนรวม ๙๙.๖๘ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๕๗ ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งประเทศ ข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมเยือนแสดงดังตารางที่ ๑-๑ จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (Number of Visitors) ปี ๒๕๕๔ เฉพาะ ๑๐ อันดับแรก และตารางที่ ๑-๒ จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (Number of Visitors) ปี ๒๕๕๔ แยกตามกลุ่มจังหวัด

ตารางที่ ๑-๑ จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (Number of Visitors) ปี ๒๕๕๔ เฉพาะ ๑๐ อันดับแรก

อันดับ	จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ล้านคน)	ร้อยละ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนสะสม (ล้านคน)	ร้อยละ
๑	กรุงเทพมหานคร	๔๓.๗๖	๒๕.๑	๔๓.๗๖	๒๕.๑
๒	ชลบุรี	๑๐.๘๒	๖.๒	๕๔.๕๙	๓๑.๔
๓	ภูเก็ต	๙.๔๗	๕.๔	๖๔.๐๕	๓๖.๘
๔	นครราชสีมา	๕.๗๗	๓.๓	๖๙.๘๓	๔๐.๑
๕	กาญจนบุรี	๕.๗๕	๓.๓	๗๕.๕๗	๔๓.๔
๖	เชียงใหม่	๕.๖๖	๓.๓	๘๑.๒๓	๔๖.๗
๗	เพชรบุรี	๔.๙๕	๒.๘	๘๖.๑๘	๔๙.๕
๘	พระนครศรีอยุธยา	๔.๘๙	๒.๘	๙๑.๐๘	๕๒.๓

อันดับ	จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ล้านคน)	ร้อยละ	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนสะสม (ล้านคน)	ร้อยละ
๙	ระยอง	๔.๕๘	๒.๖	๙๕.๖๖	๕๔.๙
๑๐	สงขลา	๔.๐๒	๒.๓	๙๙.๖๘	๕๗.๓

ตารางที่ ๑-๒ จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (Number of Visitors) ปี ๒๕๕๔ แยกตามกลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ล้านคน)	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนสะสม (ล้านคน)	ร้อยละ
๑๐ จังหวัดแรก	๙๙.๖๘	๙๙.๖๘	๕๗.๓
จังหวัดที่ ๑๑ - ๒๐	๒๖.๙๑	๑๒๖.๕๙	๗๒.๗
จังหวัดที่ ๒๑ – ๓๐	๑๖.๒๔	๑๔๒.๘๓	๘๒.๐
จังหวัดที่ ๓๑ – ๔๐	๑๐.๘๗	๑๕๓.๗๐	๘๘.๓
จังหวัดที่ ๔๑ – ๕๐	๘.๗๐	๑๖๒.๔๐	๙๓.๓
จังหวัดที่ ๕๑ – ๖๐	๖.๐๘	๑๖๘.๔๘	๙๖.๘
จังหวัดที่ ๖๑ – ๗๐	๓.๘๗	๑๗๒.๓๕	๙๙.๐
จังหวัดที่ ๗๑ – ๗๗	๑.๗๗	๑๗๔.๑๒	๑๐๐.๐

นอกจากนี้ การกระจุกตัวของแหล่งท่องเที่ยวยังสร้างความเหลื่อมล้ำให้เกิดขึ้นในสังคมไทย การวิจัยของสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะพบว่า จังหวัดกรุงเทพฯ เพียงจังหวัดเดียวมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๔๗ ของรายได้การท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ รองลงมาได้แก่ จังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ ๑๒) เป็นที่มาของข้อสรุปว่า การขยายตัวของการท่องเที่ยวมักมีผลทำให้การกระจายรายได้แย่ลง (สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ, ออนไลน์, ๒๕๕๗)

จากปัญหาและผลกระทบที่มาจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไปที่ปริมาณและจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวที่มีมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ ให้มีการกระจายตัวออกไปทั่วทุกจังหวัดในแต่ละภาค โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น ความปลอดภัย รวมถึงการคมนาคมเป็นสำคัญ ซึ่งในการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวนั้น จำเป็นจะต้องมีการทำงานร่วมกันทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการที่จะดำเนินการให้บรรลุถึงเป้าหมาย ปัญหาดังกล่าวข้างต้นได้ถูกวิเคราะห์รวมอยู่ในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จนทำให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์ของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่สำคัญ เช่น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว หรือยุทธศาสตร์การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน หรือยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง เป็นต้น (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙, ๒๕๕๔)

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ แม้จะได้มีการกำหนดแนวนโยบายการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ในแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติไว้อย่างชัดเจน โดยมีการระบุชื่อคณะกรรมการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนแนวทางการดำเนินการแต่ละยุทธศาสตร์อย่างครบถ้วน ตลอดจนได้มีการกำหนดขั้นตอนการติดตามและประเมินผลเป็นรายปี หรือระยะครึ่งแผน รายงานต่อคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อรัฐมนตรี แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไป ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงการปกครองที่เกิดขึ้นในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ทำให้การทำงานของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ หรือกลไกที่สำคัญ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ทำให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ ถูกละเลยไป

ความไม่แน่นอนในระดับนโยบายการบริหารส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว ทำให้ปัญหาในเชิงโครงสร้างของภาคการท่องเที่ยวไทยยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางด้านอุปทาน อันได้แก่ สินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และปัญหาด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งครอบคลุมถึงการทำการตลาดการท่องเที่ยวไทย งานวิจัยของเทิดชาย ช่วยบำรุง (๒๕๕๗) ชี้ให้เห็นปัญหาสำคัญที่มักจะถูกมองข้าม คือ “ขาดองค์รวม (Holistic)” และ “ขาดการบูรณาการ (Integration)” ทำให้การจัดการฐานทรัพยากรและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ขาดประสิทธิภาพ เพราะการกระจายอำนาจที่มากเกินไป ทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงและหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้การจัดการไร้ซึ่งทิศทาง และขาดเอกภาพ

ผู้วิจัยซึ่งทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเพื่อศึกษาสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาและผลกระทบเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐ และเอกชนอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย

๒. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและผลกระทบทางด้านอุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย

๓. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา : การศึกษาสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะศึกษาย้อนหลังไปถึงปี พ.ศ. ๒๕๓๐ เท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลก่อนปี พ.ศ. ๒๕๓๐ ประกอบกับในปีดังกล่าวเป็นปีที่รัฐบาลประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวในระยะแรก ๆ ของประเทศไทย

ขอบเขตด้านพื้นที่ : สำหรับการค้นหาประเด็นปัญหาสำคัญทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จะศึกษารวบรวมมาจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ รูปแบบ และลักษณะของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาด การท่องเที่ยวของ ททท. ปี ๒๕๕๗ การวิจัยจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความชัดเจน ความเฉพาะเจาะจง ความสามารถในการแปลงแผนไปสู่แผนการปฏิบัติ การสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในช่วงของการจัดทำยุทธศาสตร์ และในช่วงของการนำยุทธศาสตร์ไปใช้ปฏิบัติ การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานหรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือบุคคล (นักท่องเที่ยว) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ ข้อเสนอแนะการจัดทำยุทธศาสตร์ ตลอดจนการนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจริง

การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลที่เลือกมาจากผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) เน้นการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่เลือก ตามลักษณะที่นักวิจัยสนใจ หรือการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ องค์กรบริหารส่วนตำบลของจังหวัด

ประจวบคีรีขันธ์ คัดเลือกจากอำเภอที่อยู่ทางใต้ของอำเภอเมือง ได้แก่ อำเภอทับสะแก และอำเภอบางสะพาน กลุ่มประชาชนที่เป็นตัวแทนของชุมชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

๑. การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ข้อเท็จจริง เอกสารวิชาการ งานวิจัย แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว แผนการตลาดการท่องเที่ยว แผนยุทธศาสตร์จังหวัด และบทความที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

๒. การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบปลายเปิด (Open-ended In-depth Interview) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้แนวทางการอุปมานวิเคราะห์ (Analytic Induction) คือ สรุปจากข้อเท็จจริงส่วนย่อย ๆ เพื่อนำไปสู่การตีความ (Interpretation) หรือจัดประเภท หรือสร้างความคิดรวบยอดที่เป็นประเด็นหัวข้อ (Theme) สำหรับการนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของการพรรณนา การอธิบาย การอภิปราย การเปรียบเทียบ สรุปผลการวิจัยและการสังเคราะห์ตัวแบบยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดของการวิจัยที่เกิดขึ้นเนื่องจากรูปแบบการวิจัย (Research Design) ที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นเอง ซึ่งเป็นข้อจำกัดเกี่ยวกับกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา โดยจำกัดการเก็บข้อมูลของประชากรกลุ่มนักท่องเที่ยวไว้ที่นักท่องเที่ยวที่อยู่ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ในระหว่างการเก็บข้อมูลเท่านั้น ประกอบกับการเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลที่ได้จึงเป็นความเห็นเฉพาะของกลุ่มที่ศึกษา ซึ่งข้อจำกัดของการเก็บข้อมูลดังกล่าวอาจจะทำให้ไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ทั่วไป หรือไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอแนะนำให้การนำผลของการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นไปด้วยความระมัดระวัง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ทำให้ทราบถึงสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทยตลอดจนอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยว ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๓๐ จนถึงปัจจุบัน

๒. ทราบปัญหาและอุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการรับฟังความเห็นจากหน่วยงานที่ได้รับประโยชน์หรือได้รับผลกระทบจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

๓. ทำให้ได้แนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย

๔. ได้ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

คำจำกัดความ

ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) หมายถึง การอธิบายและจัดรูปแบบการท่องเที่ยวโดยเน้นอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยวประกอบด้วย ตลาดนักท่องเที่ยว ความสนใจ และความสามารถในการท่องเที่ยว อุปทานการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน การจัดบริการ และข้อมูลข่าวสาร

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่เกิดขึ้นตามเงื่อนไข ๓ ประการ คือ

๑. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

๒. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

๓. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่โดยปกติของตน ไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น

๑. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ บุคคลที่มิได้มีที่พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมิได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย

๑.๑ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย ๑ คืน แต่ไม่เกิน ๖๐ วัน

๑.๒ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งไม่ได้ค้างคืน

๒. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยัง

		สถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมิใช่ถิ่นที่อยู่ประจำ เพื่อประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้น ๆ จากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น ๒.๑ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปพักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน แต่ละครั้งอย่างน้อย ๑ คืน ๒.๒ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) คือ นักท่องเที่ยว ภายในประเทศไทยที่มิได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน
ผู้มาเยือน (Visitor)	หมายถึง	บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่มิใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้น ผู้มาเยือน จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง ๒ ประเภท คือ ๑. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง ๒. นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง
ยุทธศาสตร์	หมายถึง	แผนงานหรือทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และพันธกิจ หรือ วิธีการ หรือ ขั้นตอนที่จะปฏิบัติ หรือแผนปฏิบัติการโดยรวมเพื่อประสบผลสำเร็จในธุรกิจ หรือเพื่อบรรลุเป้าหมาย เช่นเพื่อความก้าวหน้าของหน่วยงาน
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)	หมายถึง	การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่ส่งผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ ๖ ประการ คือ ๑. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง ๒. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ๓. เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

๔. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

๕. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยืนยาว

๖. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

ผู้มีส่วนได้เสีย หมายถึง ผู้มีส่วนได้เสีย พิจารณาโดยใช้เกณฑ์ความเกี่ยวข้องกับองค์กร ซึ่งสามารถจำแนกผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่

๑. ผู้มีส่วนได้เสียหลัก (Primary Stakeholders) คือ กลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับธุรกิจโดยตรง เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางตรงจากการประกอบธุรกิจ เช่น ลูกค้า คู่ค้า ผู้ส่งมอบ (Suppliers) พนักงานและครอบครัวของพนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน เจ้าหนี้ ชุมชนรอบถิ่นที่ตั้งของธุรกิจ

๒. ผู้มีส่วนได้เสียรอง (Secondary Stakeholders) คือกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยอ้อม เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางอ้อมจากการประกอบธุรกิจ เช่น รัฐบาล หน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ สมาคมการค้า กลุ่มวิชาชีพ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ผู้ที่จะมาเป็นลูกค้าหรือพนักงานของธุรกิจในอนาคต (Prospects) ประชาชนทั่วไป ชุมชนนอกถิ่นที่ตั้งของธุรกิจ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล กทม. เมืองพัทยา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นที่มีกฎหมายจัดตั้ง ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๒ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเป็นอิสระในการปกครองตนเอง โดยเป็นหน่วยงานราชการที่มีความสำคัญ อย่างยิ่งเพราะเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชนมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้

๑. เป็นงานที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นและงานที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก ในชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ได้แก่ การจัดทำถนน สะพาน สวนหย่อม สวนสาธารณะการกำจัดขยะมูลฝอยเป็นต้น

๒. เป็นงานที่เกี่ยวกับการป้องกันภัย รักษาความปลอดภัย เช่น งานดับเพลิง

๓. เป็นงานที่เกี่ยวกับสวัสดิการสังคม เช่น การจัดให้มีหน่วยบริการทางสาธารณสุข จัดให้มีสถานสงเคราะห์เด็กและคนชรา เป็นต้น

๔. เป็นงานที่เกี่ยวกับการพาณิชย์ท้องถิ่น เพราะเป็นงานที่หากปล่อยให้ประชาชนดำเนินการเอง อาจไม่ได้รับผลดีเท่าที่ควรจะเป็น เช่น การจัดให้มีโรงรับจำนำ การจัดตลาด และงานต่างๆ ที่มีรายได้ โดยสามารถเรียกค่าบริการจากประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนรับรู้ ร่วมคิดร่วมตัดสินใจ เพื่อสร้างความโปร่งใสและเพิ่มคุณภาพการตัดสินใจของภาครัฐให้ดีขึ้น และเป็นที่ยอมรับร่วมกันของทุก ๆ ฝ่าย การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นหลักการสากลที่อารยประเทศให้ความสำคัญ และเป็นประเด็นหลักที่สังคมไทยให้ความสนใจเพื่อพัฒนาการเมืองเข้าสู่ระบอบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมตามหลักการธรรมมาภิบาลของภาครัฐ ซึ่งกำหนดไว้ในการบริหารราชการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาไทย พ.ศ. ๒๕๔๐ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๔๕ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ จึงต่างให้ความสำคัญต่อการบริหารราชการอย่างโปร่งใส สุจริต เปิดเผยข้อมูล และการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะ การตัดสินใจทางการเมือง รวมถึงการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐในทุกระดับ

บทที่ ๒
ทฤษฎีและแนวคิดการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

สถานการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จุดเปลี่ยนของเศรษฐกิจไทยสมัยใหม่เกิดขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองที่สหรัฐอเมริกาในฐานะผู้ชนะสงครามได้แผ่ขยายอำนาจผ่านธนาคารโลก (สยามอินเทลลิเจนท์ยูนิต, ออนไลน์, ๒๕๕๗) หน่วยงานที่เป็นพื้นฐานสำคัญของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น สำนักงบประมาณ สภาพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ถูกจัดตั้งขึ้นในช่วงเวลาต่อมา จนกระทั่งประเทศไทยเดินทางเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ภายหลังเหตุการณ์ตุลาคม ๒๕๑๙ อันเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญทางการเมือง และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในประเทศไทยทั้งด้านการเมืองเศรษฐกิจและสังคม

สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เริ่มมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนการท่องเที่ยวครั้งแรกประมาณปี พ.ศ. ๒๔๗๙ โดยกระทรวงเศรษฐการเสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาชักชวน รับรองนักท่องเที่ยว และบำรุงสถานที่และที่พัก (กุลวดี ละม้ายจีน, ๒๕๕๗) แม้โครงการดังกล่าวจะไม่ประสบความสำเร็จด้วยเหตุผลของสงครามโลกครั้งที่สองที่ประเทศไทยต้องเผชิญ จนถึงปี พ.ศ. ๒๔๙๓ จึงได้มีการจัดตั้ง สำนักงานท่องเที่ยว โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. ๒๔๙๓

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๐๒ สำนักงานท่องเที่ยวได้ปรับเปลี่ยนสถานะขึ้นเป็น “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” โดยใช้ชื่อย่อว่า “อ.ส.ท.” และให้ อ.ส.ท. เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA – Pacific Asia Travel Association) ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวอย่างมั่งคงและมีเสถียรภาพ (กุลวดี ละม้ายจีน, ๒๕๕๗)

ภราเดช พยัฆวิเชียร (๒๕๔๙) ได้แบ่งระยะของพัฒนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยออกเป็น ๓ ระยะได้แก่

๑. ระยะที่ ๑ ก่อน พ.ศ. ๒๕๒๒
๒. ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๒๒ – ๒๕๓๔ (ระยะเวลาสิ้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๖)
๓. ระยะที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๓๕ – ๒๕๔๔

ในแต่ละระยะมีเหตุการณ์ที่น่าสนใจและบทเรียน ดังต่อไปนี้

ระยะที่ ๑ ก่อน พ.ศ. ๒๕๒๒

ในช่วงระยะเวลานี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวยังคงมุ่งเน้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักในส่วนภูมิภาค ทำให้การท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดคือการเดินทางเข้ามายังกรุงเทพมหานคร และส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคเติบโตอย่างไร้ทิศทางและนำมาซึ่งความเสื่อมโทรมทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ดังเช่น การเติบโตของหมู่บ้านชาวประมงขนาดเล็กที่ชื่อพัทยา

ระยะที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๒๒ – ๒๕๓๔

จำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. ๒๕๑๖ เพิ่มเป็น ๑ ล้านคน รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น ๓,๕๐๐ ล้านบาท แผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวฉบับแรกได้ถูกจัดทำขึ้นจากความช่วยเหลือของ Institute of Tourism Development Consultants จากประเทศเนเธอร์แลนด์ สถานที่ท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาค เช่น ภูเก็ต หัวหิน และกาญจนบุรีได้ถูกเพิ่มเข้ามาเป็นเป้าหมายการท่องเที่ยวเพื่อกระจายความเจริญออกไปสู่ส่วนภูมิภาค และมีการรวมแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นครั้งแรกในแผนฉบับที่ ๔

อ.ส.ท. เปลี่ยนสถานะให้มีความมั่นคงขึ้นเป็น ททท. และริเริ่มการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการตลาดประจำปี ทำให้เกิดแคมเปญการรณรงค์ “Visit Thailand Year” เป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ. ๒๕๓๐ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สินค้าหัตถกรรม เริ่มได้รับความสนใจ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความเจริญและสร้างรายได้ให้กับประชาชน เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งเดิมมีสถานะเป็นสนามรบ เช่น ภูหินร่องกล้า เขาค้อ เขาหลวง เป็นต้น

บทเรียนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงนี้คือ การที่ราคาที่ดินปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งต่าง ๆ ต้องมุ่งเน้นความสามารถในการทำกำไรมากกว่าความเหมาะสมของการเข้าใช้พื้นที่ หรือการคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสภาพแวดล้อม ทำให้ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นย้ายถิ่นฐานไปยังสถานที่อื่น หรือบุกรุกสถานที่ใหม่ๆ เกิดเป็นปัญหาสังคม การขาดการพัฒนาบุคลากร ไม่มีมาตรฐานของสินค้าและบริการ ปัญหาความปลอดภัยและความมั่นคง ล้วนแต่เป็นปัญหาที่เกิดตรงข้ามกับความเจริญเติบโตของการขยายตัวของรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว

ระยะที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๓๕ – ๒๕๔๔

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงชุมชนท้องถิ่นเริ่มเป็นที่รู้จักและนำมาใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากระยะก่อนหน้าที่ให้ความสำคัญกับการขยายตัวของรายได้และ

จำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป มาตรฐานสิ่งแวดล้อม ความพยายามในการอนุรักษ์พลังงานถูกนำมาใช้เป็นแนวคิดในการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมโรงแรม แม้จะมีวิกฤตทางการเงินในปี พ.ศ. ๒๕๔๐ แต่แคมเปญฟื้นฟูการท่องเที่ยว “Amazing Thailand” ก็สามารถกระตุ้นตลาดได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับทางเลือกการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในภูมิภาค ทำให้สินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยตกอยู่ในกลุ่มกับดักสินค้าราคาถูก

หลังจากปี พ.ศ. ๒๕๔๔ โลกได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา (September 11) ประกอบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลก การระบาดของโรคซาร์และสงครามอิรักที่เกิดตามมาในเวลาต่อมา ทำให้การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยลดลง ททท.จึงปรับใช้กลยุทธ์กระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศภายใต้แคมเปญ “Unseen Thailand” ซึ่งกระแสของแคมเปญดังกล่าว ทำให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมายของการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวระดับนานาชาติ

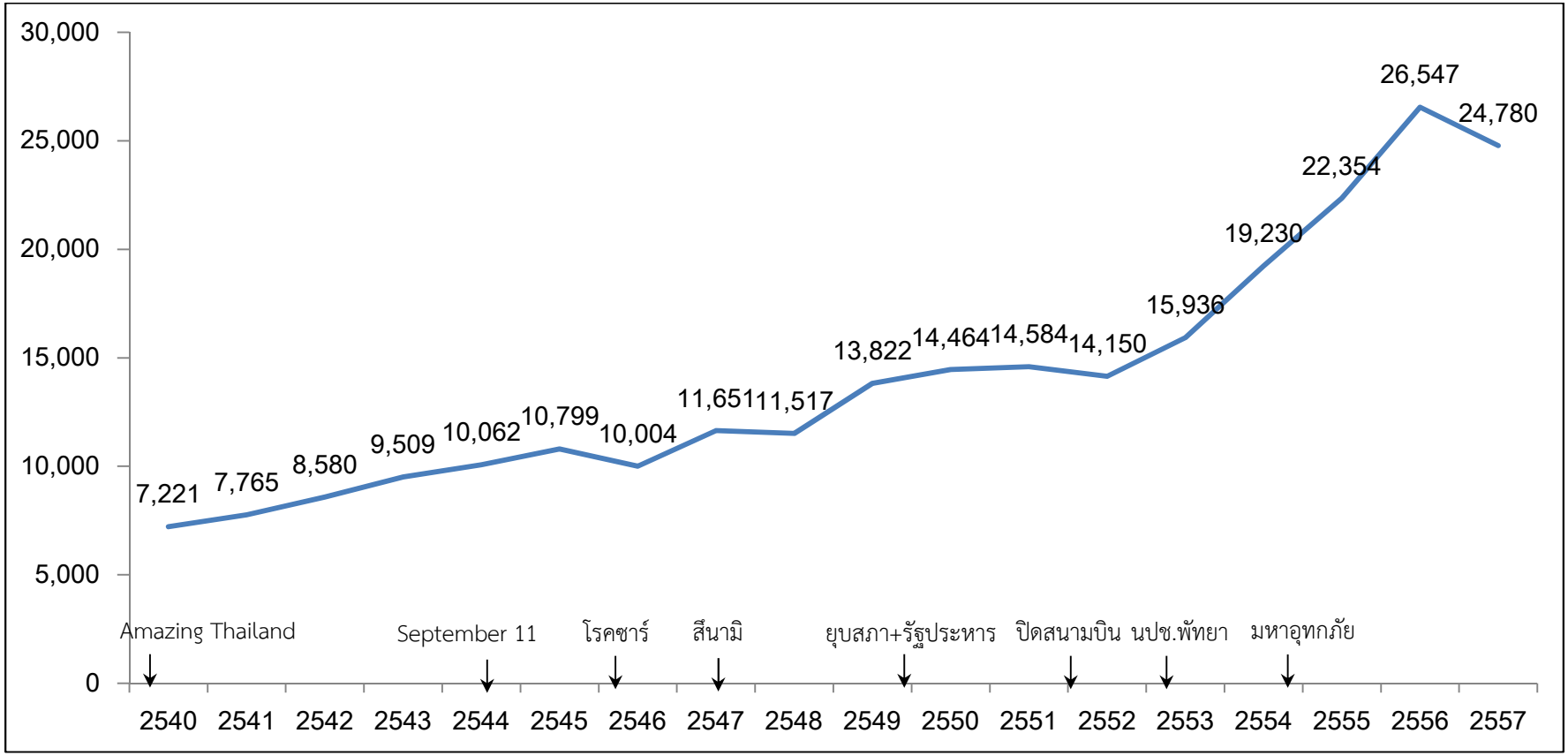
ปลายปี ๒๕๔๗ เหตุการณ์ธรณีพิบัติคลื่นสึนามิถล่มชายฝั่งอันดามันเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว ความไม่เชื่อมั่นทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดจำนวนลง และกลับเข้ามาอีกครั้งในปี พ.ศ. ๒๕๔๙ ซึ่งปัญหาทางการเมือง การปิดสนามบินสุวรรณภูมิในปี ๒๕๕๑ และการก่อความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้กลับมาเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว และทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวซบเซาอย่างหนักมาจนถึงปี ๒๕๕๒ และความพยายามที่จะฟื้นตัวก็ถูกซ้ำเติมด้วยมหาอุทกภัยในปี ๒๕๕๔

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

แผนภาพที่ ๒-๑ แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๐ – ๒๕๕๗ จากรูปจะเห็นได้ว่า อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยรายปี (Compound Annual Growth Rate – CAGR) สำหรับระยะเวลา ๑๗ ปีคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ ๗.๕ ต่อปี

จากแผนภาพที่ ๒-๑ จะสังเกตได้ว่า แม้สถานการณ์แต่ละสถานการณ์ทั้งที่เกิดขึ้นภายในประเทศหรือภายนอกประเทศ หากพิจารณาในระยะยาวแล้ว เหตุการณ์เหล่านั้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในระยะยาวมากนัก ซึ่งถ้าหากพิจารณาช่วงระยะเวลาระหว่างปี ๒๕๕๒ ถึง ๒๕๕๗ หรือห้าปีย้อนหลัง อัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวรายปีคิดเป็นจำนวนสูงถึงร้อยละ ๑๑.๙ ต่อปี

แผนภาพที่ ๒-๑ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๔ – ๒๕๕๗ (หน่วย : พันคน)



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

สำหรับสถานการณ์ในปี ๒๕๕๗ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ ๒๔.๗๘ ล้านคน ลดลงร้อยละ ๖.๗ จากปีก่อน และเป็นการลดลงครั้งแรกในรอบ ๔ ปีเนื่องจากปัญหาต่างๆ หลายประการ ตั้งแต่การชุมนุมทางการเมืองที่ยืดเยื้อตั้งแต่ปลายปี ๒๕๕๖ จนกระทั่งมีการประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน การประกาศกฎอัยการศึก และการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในวันที่ ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗ ทำให้จำนวนประเทศที่ประกาศเตือนนักท่องเที่ยว (Travel Warning) และระดับความรุนแรงในการแจ้งเตือนเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

นอกจากนี้ เศรษฐกิจรัสเซีย ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศยุโรปที่อ่อนแอและการอ่อนค่าของสกุลเงินกลุ่มดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยน้อยลง ซึ่งนักท่องเที่ยวจากสามประเทศ/กลุ่มประเทศนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ ๓๐ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย ประกอบกับการเพิ่มความเข้มงวดของมาตรการห้ามรถโดยสารที่จดทะเบียนในประเทศมาเลเซียเดินทางออกนอกพื้นที่จังหวัดสงขลา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาเลเซียซึ่งเป็นตลาดหลักอันดับที่ ๒ ของไทย เดินทางมาท่องเที่ยวน้อยลง

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจีนซึ่งเป็นตลาดอันดับที่ ๑ ของไทยจะสามารถฟื้นตัวกลับมาได้อย่างรวดเร็วหลังจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศคลี่คลาย และแม้ภาวะเศรษฐกิจจีนจะชะลอตัว ส่วนหนึ่งเป็นผลจากมาตรการเร่งฟื้นฟูความเชื่อมั่นของภาครัฐและมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่านักท่องเที่ยวจีน และไต้หวันเป็นเวลา ๓ เดือนในระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงต้นเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๗ การฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของนักท่องเที่ยวจีนช่วยชดเชยการชะลอตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่นๆ รวมทั้งมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ภาพรวมการท่องเที่ยวของไทยปรับตัวดีขึ้นได้ในช่วงครึ่งหลังของปี ๒๕๕๗ และมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในปี ๒๕๕๘ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, ๒๕๕๘)

ในเอกสารชี้แจงทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวของ ททท. ปี ๒๕๕๗ กล่าวว่า การขยายตัวอย่างก้าวกระโดดของตลาดใหม่ (จีน อินเดีย รัสเซีย) ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้นอย่างมิทันได้ตั้งรับ การที่จะให้การเติบโตของตลาดกลุ่มนี้เป็นไปอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนเป็นประเด็นท้าทายอันดับหนึ่ง การพัฒนาด้านการคมนาคมในช่วงที่ผ่านมาเป็นโอกาสที่จะทำให้เกิดการขยายตลาดให้กว้างขึ้นได้

ส่วนสิ่งที่เป็นประเด็นท้าทาย คือการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้กลุ่มประเทศในประชาคมรวมทั้งไทยกลายเป็นตลาดการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวที่ใหญ่อีกแห่งหนึ่งของโลก อีกทั้งการเปิดประเทศของเมียนมาร์ก็เป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากนอกภูมิภาค ดังนั้น การปรับบทบาทและทิศทางของไทยให้ได้รับประโยชน์จากการเปิด AEC ท่ามกลางการแข่งขันที่จะเพิ่มขึ้นระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกันเอง ซึ่งอาจจะส่งผลให้ไทยเสียส่วนแบ่งตลาดในอนาคต นอกจากนี้ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมทั้งสถานะตลาดอิ่มตัวของตลาดหลัก (อังกฤษ สแกนดิเนเวีย เยอรมันนี

อเมริกา สเปน อิตาลี ออสเตรเลีย และอิหร่าน) นับเป็นประเด็นท้าทายอีกประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศเหล่านั้นเดินทางเข้าประเทศไทยเป็นจำนวนไม่มากนัก

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้วิเคราะห์ประเด็นท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประกอบด้วย การขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก การขยายตัวทางเศรษฐกิจการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาดความร่วมมือระหว่างประเทศตามกรอบความร่วมมือต่างๆ การเติบโตของกลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) และการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรโลก และแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มากขึ้น นับเป็นโอกาสดีของประเทศไทยในการขยายการตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่งไทยมีความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรองรับและช่วงชิงนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Special Interest Tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ครอบครัว และฮันนีมูน เป็นต้น อย่างไรก็ตามแนวโน้มการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น ประเทศไทยจะต้องแข่งขันกับประเทศต่างๆ ที่พร้อมจะแย่งชิงตลาดนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกันจึงต้องเตรียมความพร้อมในการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะการลงทุนในการส่งเสริมภาพลักษณ์และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาด้านความปลอดภัย กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเสื่อมโทรม ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ การเปิดตัวของประเทศเวียดนาม ลาว กัมพูชา ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยต้องปรับตัวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง ประเทศไทยจึงต้องเร่งดำเนินการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และหามาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวดังเดิม

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวไทย กลไกการจัดการการท่องเที่ยวยังอ่อนแอขาดเอกภาพ พัฒนาการท่องเที่ยวขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จึงควรหาแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกัน การกำหนดภารกิจขอบเขตของงานการพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่ สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

วิกฤตและความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ทั้งจากภัยธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ โลกโรคระบาด สถาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย หรือสถานการณ์ทางการเมือง วิกฤตและความเสี่ยงเหล่านี้ไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า และเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ประเทศไทยจึงต้องมีการเตรียมการรับมือกับปัญหาการดำเนินงานในเชิงนโยบาย รวมถึงการออกมาตรการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศสามารถฟื้นตัวได้ในระยะเวลาอันสั้น

ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ และมีโอกาสพัฒนาเป็น “ศูนย์กลางการบริการและการท่องเที่ยว” ของภูมิภาค เนื่องจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกสู่สังคมผู้สูงอายุ จะเป็นโอกาสของไทยเนื่องจากมีความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูงบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งสินค้า บริการที่มีการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่ามากขึ้น และการทำธุรกิจที่ต้องใช้ความสร้างสรรค์สูง โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่น สาขาภาพยนตร์อนิเมชั่น การเขียนซอฟต์แวร์และเกมคอมพิวเตอร์แฟชั่น เป็นต้น

ดังนั้น หากต้องการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลง และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยว สามารถแก้ไขปัญหาพื้นฐานการท่องเที่ยว วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาวสู่ความยั่งยืนและนำมาซึ่งรายได้ และความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ประเด็นที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสำคัญมี ๕ ประการ คือ ๑. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ๒. การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ๓. การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ๔. การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว และ ๕. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ซึ่งมีความคาดหวังว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ดังนี้

๑. เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางในการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๒. ช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

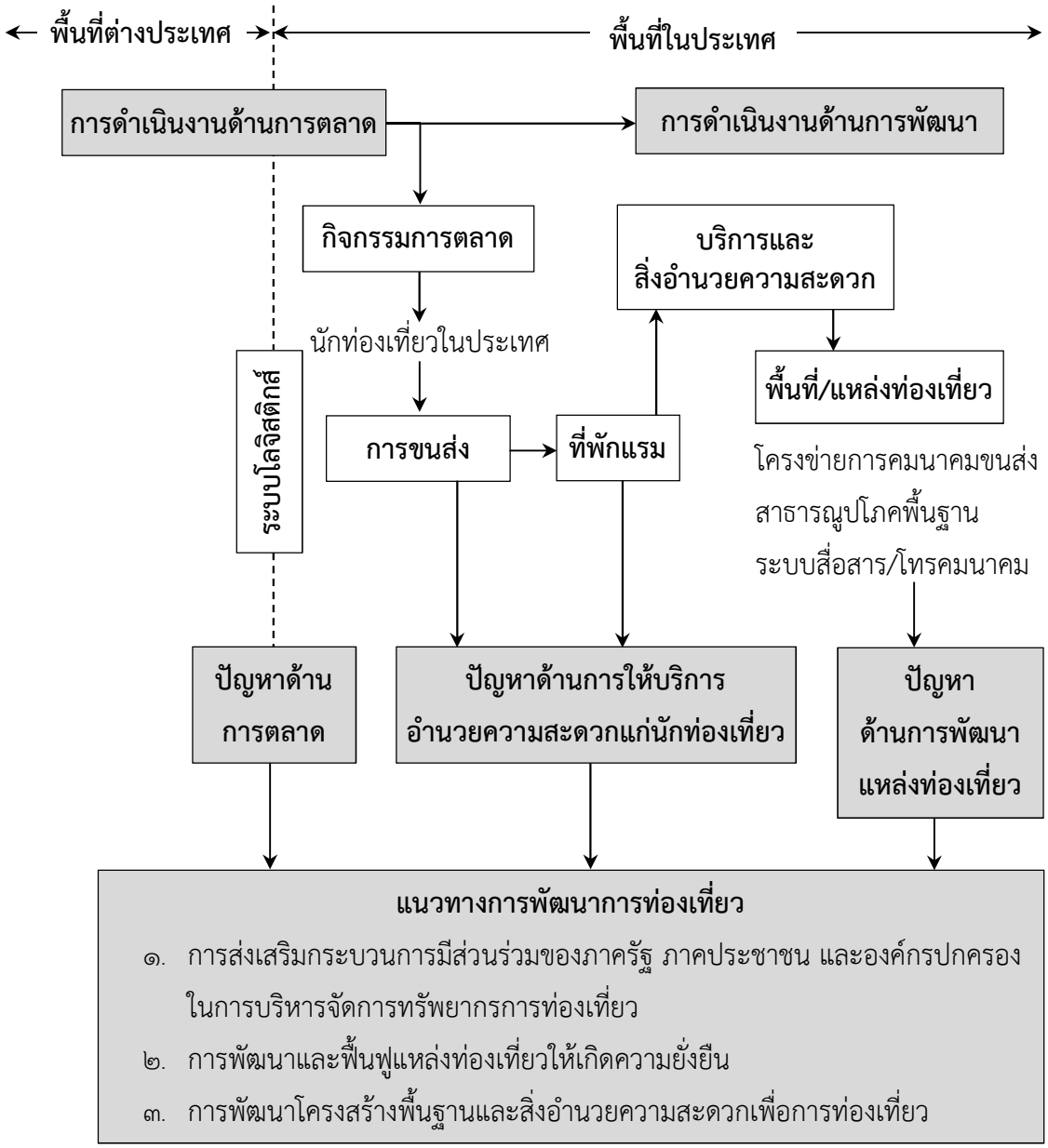
๓. หน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานโดยนำกลยุทธ์ไปแปลงเป็นนโยบายและแผนปฏิบัติการในหน่วยงาน/องค์กรของตน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหาที่ยังคงมีอยู่ในภาคการท่องเที่ยว และแก้ไขปัญหาเร่งด่วนด้านการท่องเที่ยว โดยจะมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล

๔. แก้ไขปัญหาในเชิงโครงสร้าง เพื่อสร้างความสมดุลและยั่งยืน สร้างระบบภูมิคุ้มกันให้กับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้ภาคประชาชน ภาคเอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว ไม่ให้อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม หรือถูกทำลาย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก และบริการที่มีคุณภาพ เป็นต้น

กรอบความคิดของการวิจัย

กรอบความคิดของการวิจัยในครั้งนี้ อ้างอิงมาจากวงจรการท่องเที่ยวและปัญหาอุปสรรคในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว ตามที่ปรากฏในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕

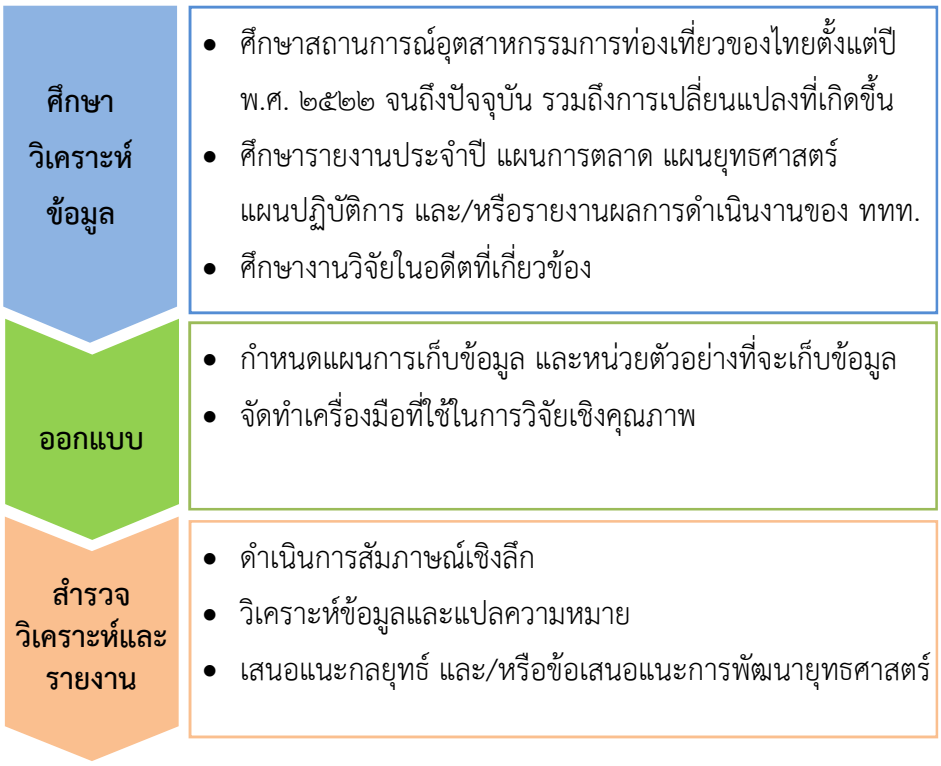
แผนภาพที่ ๒-๒ กรอบความคิดของการวิจัย



บทที่ ๓
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ รูปแบบ และลักษณะของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ เป็นแกนหลักของการศึกษา การวิจัยจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความชัดเจน ความเฉพาะเจาะจง ความสามารถในการแปลงแผนไปสู่แผนการปฏิบัติ การสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในช่วงของการจัดทำยุทธศาสตร์ และในช่วงของการนำยุทธศาสตร์ไปใช้ปฏิบัติ การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์หรือรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานหรือผู้ทรงคุณวุฒิหรือบุคคล (นักท่องเที่ยว) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ ข้อเสนอแนะการจัดทำยุทธศาสตร์ ตลอดจนการนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจริง กรอบแนวทางการดำเนินงานแสดงดังแผนภาพที่ ๓-๑ กรอบแนวทางการดำเนินงาน

แผนภาพที่ ๓-๑ กรอบแนวทางการดำเนินงาน



โครงการวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย นี้ เป็นการศึกษาเพื่อระบุประเด็นปัญหา และหาแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้ และผลการศึกษาของโครงการเข้ากับกรอบการศึกษาซึ่งผ่านการคัดเลือกตัวแบบที่เหมาะสม เพื่อสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ข้อมูลจากการค้นคว้าโดยการวิจัยเอกสาร และข้อมูลความคิดเห็นที่จะได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยให้ครอบคลุมทุกกลุ่มที่มีส่วนได้เสีย สถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประเด็นหรือจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประเด็นปัญหาสำคัญทางด้าน สินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย สำหรับการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบและขอบเขตของระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนวิธีการวิจัย ตลอดจนเหตุผลประการสำคัญของการนำระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนวิธีการวิจัยดังกล่าวข้างต้น มาใช้ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ อันมีสาระสำคัญโดยสรุปดังต่อไปนี้

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) หรือกระบวนการวิธีการวิจัยเป็นกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

ดังที่ได้กล่าวข้างต้น กระบวนการวิธีการวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการวิจัยเชิงเอกสารเป็นกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประเด็นหรือจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับต่างๆ ประเด็นปัญหาสำคัญทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ได้เคยนำมาใช้ปฏิบัติในอดีตที่ผ่านมา ตลอดจนแนวทางการดำเนินกิจกรรมและแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่มีการนำมาใช้

เอกสารที่ผู้วิจัยจะใช้ในการวิจัยเชิงเอกสาร โดยเริ่มต้น ประกอบด้วย

๑. พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

๒. พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๔๔

๓. พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑

๔. พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) พ.ศ. ๒๕๔๖

๕. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙

๖. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙

การศึกษาเอกสารดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและเหตุผลในการจัดตั้งหน่วยงานในระดับต่าง ๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ การจัดทำแผนงาน การบริหารจัดการทั้งในระดับประเทศ และระดับพื้นที่

นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะขยายขอบเขตของการวิจัยเชิงเอกสารเพิ่มเติมจากเอกสารข้างต้น โดยดำเนินการวิจัยเชิงเอกสารจากเอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัยและบทความและเอกสารทางวิชาการประเภทต่าง ๆ ภายในประเทศ และเอกสารทางวิชาการประเภทต่าง ๆ จากต่างประเทศ รวมทั้งข้อมูลทางวิชาการที่ได้จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือทางเว็บไซต์ต่าง ๆ อันประกอบไปด้วยข้อมูลทางวิชาการอันมีสาระสำคัญโดยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ กระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ

๒. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การสัมภาษณ์เป็นเทคนิควิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลวิธีหนึ่งซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิโดยอาศัยการเผชิญหน้า (Face-to-face) โดยอาจเป็นการสัมภาษณ์แบบเดี่ยวเป็นรายบุคคล หรืออาจสัมภาษณ์เป็นกลุ่มก็ได้ แต่ประเด็นที่สำคัญข้อมูลที่ได้จะมาจากผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง (รศ.ดร. สฤษดิ์พงษ์ ลิมปิษเฐียร และ ผศ.ดร.ปัญญา ธีระวิทยเลิศ, ออนไลน์, ๒๕๕๘) การสัมภาษณ์เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนาหรือเจรจาอย่างมีจุดมุ่งหมายระหว่างนักวิจัย (ผู้สัมภาษณ์) และผู้ให้ข้อมูล (ผู้ถูกสัมภาษณ์) โดยที่นักวิจัยเป็นผู้กำหนดเนื้อหาและโครงสร้างของการสนทนา

การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคำถามและลำดับขั้นตอนของการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เป็นการพูดคุยสนทนาตามธรรมชาติ โดยการวิจัยคุณภาพมักใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (มานพ เครือโต, ๒๕๕๐) เป็นเครื่องมือ เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะช่วยเพิ่มเติมข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการอื่นๆ ได้ดีขึ้น อีกทั้งยังสามารถช่วยตรวจสอบความเป็นจริงของข้อมูลที่

ได้มากจากการเก็บข้อมูลก่อนหน้า และมีประโยชน์ในด้านการสังเกตเพื่อดูร่องรอยอื่นๆ ที่ไม่ได้แสดงออกมาด้วยคำพูด

แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดไร้โครงสร้าง (Unstructured Interview Form) โดยแบบสัมภาษณ์นี้จะไม่ได้สร้างข้อคำถามที่ต้องการจะเก็บข้อมูลไว้ก่อนล่วงหน้า แต่จะจัดทำไว้เพียงประเด็นหรือแนวข้อคำถามอย่างคร่าวๆ เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ใช้เป็นแนวทางในการพูดคุยหรือซักถามกับผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งอาจจะทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แต่ละคนอาจจะได้รับข้อคำถามในลักษณะที่มีความยืดหยุ่นแตกต่างกัน (รศ.ดร. สฤษดิ์พงษ์ ลิมปิษเฐียร และ ผศ.ดร.ปัญญา ธีระวิทยเลิศ, ออนไลน์, ๒๕๕๘) แต่ทุกคำถามยังคงอยู่ใต้ประเด็นคำถามที่ต้องการเก็บข้อมูลประเด็นเดียวกัน

มานพ เครือโต (๒๕๕๐) กล่าวถึง แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยทั่วไปควรมีลักษณะเป็นเค้าโครง (Outline) หรือหัวข้อการสนทนา มีความยืดหยุ่น เป็นแนวคำถามคร่าวๆ ที่เรียงลำดับให้เนื้อหามีความต่อเนื่อง เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลได้อย่างเสรีตามความพอใจ ไม่ตั้งคำถามในลักษณะของการถามนำหรือเสนอแนะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบไปในแนวทางที่วางไว้ ไม่ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความรู้สึกไม่อยากตอบ หรือทำให้เกิดความอับอาย ข้อคำถามควรเน้นในเรื่องความคิดเห็น หรือเหตุผล ไม่เน้นในเรื่องปริมาณ ไม่ถามคำถามที่เป็นความรู้ทางวิชาการมากเกินไป แต่มีลักษณะกระตุ้นให้ได้แสดงความคิดเห็น อธิบายความให้กว้างขึ้น ข้อคำถามมีความยืดหยุ่นและพร้อมที่จะมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนในแต่ละสถานการณ์ที่มีเหตุการณ์หรือมีสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจาก ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ตลอดจนบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย บุคคล/หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำแผน ส่วนราชการ องค์กร และเครือข่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงนัยของแนวความคิดในทางปรัชญา ตลอดจนแนวความคิดและทรรศนะทางด้านการบริหารจัดการ กระบวนการหรือกลไกเกี่ยวกับกระบวนการด้านการดำเนินกิจกรรมการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมทั้งทรรศนะทางด้านต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยดำเนินกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) อันเป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกตัวอย่างด้วยตนเองเพื่อที่จะได้

นำข้อมูลที่ได้รับจากกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังกล่าว มาดำเนินการประมวลผลข้อมูลอันนำไปสู่ข้อค้นพบต่อไป โดยในส่วนของการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังต่อไปนี้

๑. กลุ่มส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ

กลุ่มตัวอย่างส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐ จำนวน ๘ ท่าน ประกอบด้วย

๑.๑ ตัวแทนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน ๑ ท่าน

๑.๒ ตัวแทนจากกรมการท่องเที่ยว จำนวน ๑ ท่าน

๑.๓ ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน ๒ ท่าน

๑.๔ ตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน ๓ ท่าน

๑.๕ ตัวแทนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำนวน ๑ ท่าน

๒. กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม จำนวน ๑๒ ท่าน ประกอบด้วย

๒.๑ ตัวแทนจากผู้ประกอบกิจการโรงแรมในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ จำนวน ๔ ท่าน

๒.๒ ตัวแทนจากผู้ประกอบกิจการนำเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพฯและประจวบคีรีขันธ์ จำนวน ๒ ท่าน

๒.๓ ตัวแทนจากผู้ประกอบกิจการเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว จำนวน ๖ ท่าน

๓. กลุ่มนักวิชาการ

กลุ่มตัวอย่างนักวิชาการ จำนวน ๓ ท่าน ประกอบด้วย อาจารย์ประจำคณะในมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนที่มีการเรียนการสอนด้านการจัดการการท่องเที่ยว

๔. กลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

กลุ่มตัวอย่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน ๓ ท่าน ประกอบด้วย ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

๕. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน ๖ ท่าน ที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๓๒ ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยได้กำหนดกระบวนวิธีการวิจัยโดยการใช้กระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร และการวิจัยเชิงลึก ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวทางหนึ่งโดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ รวมทั้ง ข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้อย่างบูรณาการในทางวิชาการเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานในระดับต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย การกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ กระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยเบื้องต้นก่อน อันเป็นแนวทางประการสำคัญในการนำไปสู่การสร้างเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่มีประสิทธิภาพต่อไป

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพอีกแนวทางหนึ่ง ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดไร้โครงสร้าง (Unstructured Interview Form) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยประเด็น/เนื้อหาในแบบสัมภาษณ์จะประกอบด้วยประเด็นคำถาม เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาและข้อจำกัดของหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินการ ปัญหาและข้อจำกัดด้านการตลาด ด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่มีความชัดเจนตายตัว โดยเป็นแต่เพียงการกำหนดแนวข้อคำถามแบบเปิดกว้าง หรือเป็นการใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิดเพียงแต่มีการกำหนดลักษณะของข้อคำถามที่มีลักษณะเปิดกว้างมีความยืดหยุ่น และมีการนำคำสำคัญ (Keywords) มาใช้ประกอบในการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นกระบวนวิธีการวิจัยที่มีผลทำให้ข้อคำถามมีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเทคนิคและกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาใช้สำหรับการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่เป็นผู้ที่มีความรู้และความชำนาญหรือมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่กำลังดำเนินกระบวนวิธีการวิจัย โดยกระบวนวิธีการวิจัยในลักษณะนี้จะเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความรู้และความชำนาญหรือมีความผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นหรือทรรศนะได้อย่างหลากหลายในทุกแง่มุม ผู้สัมภาษณ์สามารถที่จะดำเนินการสัมภาษณ์ สอบถาม ติดตามและซักไซ้ไล่เรียงข้อมูลข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดปลีกย่อยที่สำคัญและมีความน่าสนใจในแต่ละประเด็นของคำตอบ จากผู้ให้สัมภาษณ์ได้เป็นอย่างดี ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย และข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติที่มีความหลากหลายในมิติต่าง ๆ

กระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบการวิจัย

การกำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบการวิจัย (Research Design) หรือการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินกระบวนการวิจัย อันมีสาระสำคัญโดยสรุปดังต่อไปนี้

๑. การศึกษาวิจัยข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประเด็นหรือจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับต่างๆ ประเด็นปัญหาสำคัญทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ได้เคยนำมาใช้ปฏิบัติในอดีตที่ผ่านมา ตลอดจนแนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่มีการนำมาใช้

๒. การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับไทย การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับต่างๆ ประเด็นปัญหาสำคัญทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ได้เคยนำมาใช้ปฏิบัติในอดีตที่ผ่านมา ตลอดจนแนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย

๓. การดำเนินการเพื่อกำหนดกระบวนการ ขั้นตอนและแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์อันประกอบไปด้วย กลุ่มตัวอย่างส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างนักวิชาการ กลุ่มตัวอย่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

๔. การออกแบบการวิจัย หรือการสร้างแบบสัมภาษณ์ สำหรับนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการออกแบบหรือสร้างแบบสัมภาษณ์แบบไร้โครงสร้าง ทั้งนี้ ได้มีการกำหนดให้นำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวมาดำเนินกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนในเชิงเนื้อหาให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิโดยเบื้องต้นก่อนเพื่อที่จะนำแนวความคิดหรือข้อเสนอแนะอันเป็นผู้ทรงคุณวุฒิมาใช้ในการปรับปรุงข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์ก่อนที่จะนำไปใช้ในการดำเนินกระบวนการสัมภาษณ์จริง

ในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถาม นั้น ประกอบไปด้วย ข้อคำถามจำนวน ๓ ตอน ได้แก่

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

ตอนที่ ๓ ปัญหาของการดำเนินงานการท่องเที่ยวและแนวทางแก้ไข

โดยมีสาระสำคัญในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถาม สำหรับนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสรุปดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ชื่อ-สกุล).....

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

.....

ประสบการณ์ในการทำงาน.....

วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ ๒ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

โดยภาพรวมท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ความเหมาะสม ความสามารถในการนำไปใช้ปฏิบัติ การวัดและประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ ตลอดจนข้อเสนอแนะที่สำคัญสำหรับการจัดทำหรือปรับปรุงแก้ไขยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในอนาคต

ตอนที่ ๓ ปัญหาของการดำเนินงานการท่องเที่ยวและแนวทางแก้ไข

โดยภาพรวมท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ปัญหาของการดำเนินงานการท่องเที่ยว โดยแยกเป็น ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และปัญหาการพัฒนาแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว

๕. การเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลใน ๒ ลักษณะ คือ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสัมภาษณ์เชิงลึก

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยได้ดำเนินกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจากส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์ที่ปรากฏบนอินเตอร์เน็ต เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการศึกษาวิจัยและผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบหรือสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งเพื่อนำมาใช้เป็นองค์ประกอบในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลในการวิจัยในส่วนต่อไป

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการขอความร่วมมือจากองค์กรหรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยเพื่อขอสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ วิธีการดำเนินการเริ่มต้นจากการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ คัดเลือกบุคคลที่เป็นบุคคลสำคัญ (Key Person) ซึ่งหมายถึง ผู้ที่มีความรู้ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในเรื่องหรือประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ สามารถช่วยไขข้อมูลไปสู่ความจริง/ความคิด/เหตุผลของการสนับสนุน หรือการคัดค้านเรื่องหรือโครงการที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ ตลอดจนมีอิทธิพล/ทำให้เกิดแนวโน้มการตัดสินใจว่าจะเป็นไปในทิศทางใด

นอกจากนี้ การคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์อาจจะพิจารณาจากผู้ที่มีความพร้อม มีความยินดีเต็มใจ สะดวกและมีเวลามากพอที่จะให้สัมภาษณ์ หรือเลือกคนที่ได้รับการยอมรับ เป็นผู้มีความโดดเด่นเป็นที่รู้จัก หรือมีคุณสมบัติบางประการที่น่าสนใจ เช่น คิดบวก หรือมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะสัมภาษณ์ มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา เป็นต้น

๖. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ดำเนินการโดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และประมวลผลร่วมกับข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสาร โดยใช้กระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major Themes) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลักมาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นหัวข้อย่อย (Categories) และอ่านเนื้อหาของข้อมูลตามหัวข้อย่อย และสังเคราะห์ขึ้นมาเป็นปรากฏการณ์ที่ค้นพบ (โดยศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ รูปแบบ และลักษณะของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ เป็นแกนหลักของการศึกษา)

บทที่ ๔
ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) หรือกระบวนการวิธีการวิจัยเป็นกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลทั้งสองวิธี มีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงเอกสาร

๑.๑ ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง

๑.๑.๑ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นรองประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ปลัดกระทรวงกลาโหม ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงแรงงาน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวงสาธารณสุข เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งประเทศไทย ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑, ๒๕๕๑)

มาตรา ๑๐ แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของ ท.ท.ช. ไว้ดังนี้

๑) จัดทำและเสนอนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ

๒) จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ

๓) เสนอนโยบายและแนวทางการจัดทำความร่วมมือระหว่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อคณะรัฐมนตรี

๔) ดำเนินการเพื่อให้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

๕) พิจารณาให้ความเห็นชอบและกำกับดูแลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

๖) กำหนดและจัดให้มีการรับรองมาตรฐานเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๗) อำนวยการ ติดตาม ประเมินผล และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และนโยบายหรือมาตรการเพื่อการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว

๘) กำกับการจัดการและบริหารกองทุน

๙) ปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการหรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

๑.๑.๒ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นส่วนราชการระดับกระทรวงที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา การศึกษาด้านกีฬา นันทนาการ และราชการอื่น ๆ ที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ หมวด ๕ ตามมาตรา ๑๔

พันธกิจของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์, ๒๕๕๘) ได้แก่ ๑. กำหนดนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในทุกระดับที่สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาของประเทศ ๒. ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการไปสู่การปฏิบัติ ๓. บูรณาการและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนา การท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการของประเทศ รวมทั้งกำหนดแนวทางการจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนในทุกส่วนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ๔. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และ ๕. พัฒนาระบบการบริหาร ระบบสารสนเทศ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการให้มีศักยภาพ

และเพื่อตอบสนองการดำเนินงานตามพันธกิจข้างต้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ ซึ่งนำหลักการสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๑ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ มาใช้

เป็นกรอบในการพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชน รวมถึงแนวคิดการพัฒนาในอนาคตที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมรองรับการรวมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ย่อยหรือกลยุทธ์การดำเนินงานภายใต้แผนเชิงยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปลอดภัย มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญคือ การฟื้นฟูปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานสินค้าและการให้บริการ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมรับมือกับวิกฤตและความเสี่ยงในด้านการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการตลาดสมัยใหม่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๕ : ๓๓)

๑.๑.๓ กรมการท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว เป็นส่วนราชการระดับกรมสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ มาตรา ๕หมวด ๕ ในวันที่ ๓ ตุลาคม ๒๕๔๕ กรมการท่องเที่ยว มีภารกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในการพัฒนามาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้อยู่ในระดับมาตรฐาน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งเดิมเป็นภารกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และได้ถ่ายโอนมาให้สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ ประกอบกับกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๔๕ นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ยังรับโอนงานพัฒนาและสนับสนุนกิจการภาพยนตร์มาจากกรมประชาสัมพันธ์ด้วย (กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๕๓)

อำนาจหน้าที่ของกรมการท่องเที่ยวตามที่กำหนดอยู่ในกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย รวบรวมข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยว และแนวทาง การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้สอดคล้อง กับนโยบาย และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

๒) จัดทำแผนพัฒนาบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งประสานส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนด

๓) จัดทำแผนพัฒนาทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมทั้งประสาน ส่งเสริมและสนับสนุน ให้มีการปฏิบัติ ตามที่กำหนด

๔) จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนด

๕) ดำเนินการตามกฎหมาย ว่าด้วยธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

๖) ติดตามประเมินผลงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยว

๗) ส่งเสริม สนับสนุนกิจการภาพยนตร์ ทั้งภาคการผลิต การบริหารและกิจการที่เกี่ยวข้อง

๘) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน หรือตามที่กระทรวง หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

นอกจากอำนาจหน้าที่ตามที่ระบุข้างต้น กรมการท่องเที่ยวยังกำหนดแนวทางการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ออกเป็นยุทธศาสตร์ย่อยๆ (กรมการท่องเที่ยว, ออนไลน์, ๒๕๕๘) ดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์คือ สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวมีคุณภาพ ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับและสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและความปลอดภัย ตลอดจนการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

๒. ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มีเป้าประสงค์ ๓ ประการ ได้แก่ กลไกการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเชื่อมโยงอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีขีดความสามารถ คุณภาพ และปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และองค์ความรู้และระบบสารสนเทศมีความทันสมัย และเป็นที่น่าเชื่อถือสำหรับใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

๓. ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเสริมสร้างเครือข่ายและพันธมิตรกับประเทศอาเซียนและนานาชาติ เพื่อเชื่อมโยงให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าประสงค์ คือ การท่องเที่ยวไทยมีความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ประเทศไทยมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และประเทศไทยมีเครือข่ายและพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก

๑.๑.๔ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. เป็นหน่วยงานของรัฐ สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดย ททท. เปลี่ยนสถานะมาจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเดิม และจัดตั้งขึ้นเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งในมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวกำหนดวัตถุประสงค์ของ ททท. ไว้ดังนี้

๑) ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๒) เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

๓) อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

๔) ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว

๕) ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

นอกจากวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ แล้ว ททท. ยังกำหนดพันธกิจในการดำเนินงานขององค์กรไว้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, ๒๕๕๘)

๑. ส่งเสริมความเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่ (Tourism Strategic Partner)

๒. สนับสนุนระบบสารสนเทศและนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ ด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นเลิศ (Intelligence Center)

๓. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของนักการตลาดการท่องเที่ยวมืออาชีพ (Marketing Professional)

๔. พัฒนาระบบการบริหารจัดการ ททท. ให้ได้มาตรฐานระดับสากล (Operational Excellence)

๑.๑.๕ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเกิดขึ้นจากการผลักดันของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ต้องการให้มีองค์กรที่เป็นตัวแทนของเอกชนในการส่งเสริม พัฒนา แก้ปัญหา ยกระดับมาตรฐานบริการท่องเที่ยว และประสานงานกับภาครัฐเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ การรวมตัวในระยะแรกซึ่งเกิดจาก ๘ สมาคมหลักที่

ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, ๒๕๕๘) เรียกว่า “คณะกรรมการร่วมสถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” และต่อมาได้ยกฐานะขึ้นเป็น “สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ตามพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๔๔ มีฐานะเป็นนิติบุคคล และมีวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในมาตรา ๖ ดังนี้

๑) เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในด้านการประสานงานอย่างมีระบบระหว่างรัฐกับเอกชนและเอกชนกับเอกชนด้วยกัน

๒) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๓) ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว โบราณสถานและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

๔) ส่งเสริมให้มีจรรยามารยาทในการท่องเที่ยว

๕) ส่งเสริมให้มีระบบการรับรองคุณภาพ ระบบมาตรฐานและระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

๖) ควบคุมดูแลให้สมาชิกผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรมและมีจรรยาบรรณ

๗) ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ทดลอง อบรม และเผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้แก่สมาชิก หรือจัดเป็นบริการแก่บุคคลทั่วไป

๘) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อสมาชิกและบุคคลทั่วไปทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

๙) เสนอความเห็นหรือให้คำปรึกษาต่อคณะรัฐมนตรีในเรื่องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๑๐) ให้ความร่วมมือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจการด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

๑๑) คุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของสมาชิกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๑๒) ส่งเสริมให้มีการช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างสมาชิกด้วยกัน

๑๓) ศึกษาและหาทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๑๔) ดำเนินกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๑๕) ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

๑.๑.๖ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท. จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) พ.ศ. ๒๕๔๖ มีฐานะเป็นองค์การมหาชน สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีหน้าที่บริหารและพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ เป็นองค์กรกลางที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ และประสานงานกับท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ

มาตรา ๗ แห่งพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว ได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์การไว้ดังนี้

๑) ประสานงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่หรือได้รับมอบหมายให้บริหารจัดการการท่องเที่ยวไม่ว่าในระดับชาติ ระดับภูมิภาค หรือระดับท้องถิ่น

๒) ประสานงานการใช้อำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน ผังเมือง สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว หรือการรักษาความสงบเรียบร้อย เพื่อบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๓) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาและรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๔) ส่งเสริมการใช้ศักยภาพของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

๕) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตน

๖) ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนท้องถิ่นจัดให้มีการบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น

๗) ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

๘) ส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการจ้างงานและยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่แห่งท้องถิ่นให้ดีขึ้น

๑.๑.๗ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาในปีพ.ศ. ๒๕๔๕ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการจัดงาน

กิจกรรมทางธุรกิจที่โดดเด่นของทวีปเอเชีย โดยการสนับสนุนการจัดงานที่มีความคล่องตัวและเน้นการบริการเป็นหลักสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากทั่วโลก ตลอดจนผู้เข้าร่วมการประชุมสัมมนาและการจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ

สสปน. วางเป้าหมายหลักเพื่อเพิ่มรายได้และยกระดับประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจในภูมิภาคเอเชียภายในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ และแบ่งการดำเนินการออกเป็นสามส่วนหลัก คือ เพิ่มความสามารถในการดึงดูดและชนะการเสนอราคาในการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจนานาชาติในประเทศไทย ส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการติดต่อธุรกิจและพัฒนาศักยภาพของประเทศในการจัดงานอีเวนต์ที่เป็นเอกลักษณ์และสร้างความประทับใจ

กลยุทธ์การดำเนินงานของ สสปน. ประกอบด้วย

๑. กลยุทธ์การดึงงานเข้าประเทศ: ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ควบรวมตลาดเดิมและขยายไปยังตลาดเป้าหมายใหม่

๒. กลยุทธ์การส่งเสริม: ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ โดย “เป็นตัวเลือกแรก” ในเอเชีย

๓. กลยุทธ์การพัฒนา: ประกอบด้วย

๓.๑ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ กระตุ้นการเติบโตของตลาดไมซ์ในประเทศ

๓.๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนา “จังหวัดที่เหมาะสำหรับการจัดงานไมซ์ต่าง ๆ เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้นำอุตสาหกรรมในภูมิภาค

๓.๓ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ สร้างความแตกต่างให้กับตลาดไมซ์ของประเทศไทย และเพิ่มมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์และความคิดแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร

๓.๔ ยุทธศาสตร์ที่ ๖ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการจัดงานไมซ์ที่แข็งแกร่ง เพื่อคงความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล

๓.๕ ยุทธศาสตร์ที่ ๗ สร้างเครือข่ายบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้แข็งแกร่งทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

๓.๖ ยุทธศาสตร์ที่ ๘ เพิ่มบทบาทและพัฒนาศักยภาพของ สสปน. ทั้งภายในและนอกประเทศ

๑.๒ ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว

๑.๒.๑ กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย

กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นถือว่ามีส่วนเกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในทางอ้อม เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความรับผิดชอบมากกว่า ๖,๐๐๐ แหล่งทั่วประเทศ ซึ่งกำกับดูแลและบริหารจัดการโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยเฉพาะองค์การบริหารส่วน

ตำบล ซึ่งบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลเหล่านี้เกี่ยวข้องทั้งในฐานะเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว และผู้สนับสนุนงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๔ : ๑๔) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาที่ผ่านมายังคงประสบปัญหาอุปสรรคต่างๆ ทั้งด้านองค์ความรู้ของบุคลากร งบประมาณดำเนินการ อำนาจหน้าที่ที่คาบเกี่ยวทับซ้อนกับหน่วยงานส่วนกลางหรือส่วนภูมิภาค และความร่วมมือของคนในพื้นที่ เป็นต้น

๑.๒.๒ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติ ทั้งทางบกและทางทะเลจำนวน ๑๔๘ แห่ง คิดเป็นพื้นที่ประมาณ ๓๔.๒๗ ล้านไร่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๔ : ๖) โดยกรมอุทยานแห่งชาติฯ มีแผนพัฒนาอุทยานแห่งชาติให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานการให้บริการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งได้จัดทำเกณฑ์มาตรฐานของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการพัฒนากิจกรรมในเขตอุทยานแห่งชาติ และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

๑.๒.๓ กรมศิลปากร

กรมศิลปากรเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น อุทยานประวัติศาสตร์จำนวน ๑๐ แห่ง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ๔๔ แห่ง โรงละครแห่งชาติ ๓ แห่ง และแหล่งโบราณสถานอีกกว่า ๗,๐๐๐ แห่ง ทั้งที่ขึ้นทะเบียนแล้วและยังไม่ได้ขึ้นทะเบียน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๔ : ๖) ปัญหาของการใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่ในการกำกับดูแลของกรมศิลปากรที่สำคัญ คือ การขาดการบำรุงรักษา บูรณะ ฟื้นฟูแหล่งโบราณสถาน ข้อขัดแย้งการเข้าใช้ประโยชน์พื้นที่ และการขาดแคลนงบประมาณดำเนินการ

๑.๓ สรุปยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (๒๕๕๖ : ๑๗) ได้จัดทำแผนภาพสรุปยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาแผนภาพดังกล่าวมาพัฒนาต่อ โดยอาศัยข้อมูลจากการทบทวนหน้าที่ความรับผิดชอบ พันธกิจ และยุทธศาสตร์การดำเนินงานของส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง สามารถนำมาสรุปเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ ได้ดังแผนภาพที่ ๔-๑

แผนภาพที่ ๔-๑ สรุปยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙)

๑. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว	๒. การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน	๓. การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว	๔. การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว	๕. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และอปท. ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

๑. การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปลอดภัย	๒. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน	๓. การพัฒนาระบบการบริหารจัดการ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา

กรมการท่องเที่ยว

๑. การพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยว	๒. การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว	๓. การเสริมสร้างเครือข่ายและพันธมิตรกับประเทศอาเซียนและนานาชาติ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑. การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดควบคู่คุณค่าทางจิตใจนักท่องเที่ยว	๒. สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็น Quality Leisure of Destination	๓. ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๑. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	๒. การสนับสนุนให้เกิดการลงทุนภาคเอกชน	๓. การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	๔. การสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	๕. การสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัย
๖. การพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	๗. การพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวและองค์กรท่องเที่ยวเอกชน	๘. การสร้างความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ	๙. การส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๑. การบูรณาการการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	๒. การสร้างเครือข่ายการพัฒนาทุกภาคส่วน	๓. การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

๑. กลยุทธ์การดึงงานเข้าประเทศ	๒. กลยุทธ์การส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดหมายการจัดงานไมซ์	๓. กลยุทธ์การพัฒนาตลาดไมซ์ เช่น สร้างความแตกต่างให้กับตลาดไมซ์ของประเทศไทย พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สร้างเครือข่ายบุคลากร

ที่มา : พัฒนาต่อจากสถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

๑.๔ แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กล่าวถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยว (๒๕๕๕ : ๘) ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของพฤติกรรม Last Minute หรือการตัดสินใจอย่างรวดเร็วในการจองซื้อสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากทางเลือกที่มีเพิ่มขึ้นและเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่ายดายและสะดวกรวดเร็ว หรือการเกิดขึ้นของกลุ่มการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ

ในขณะที่ สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (๒๕๕๖ : ๑๒) กล่าวถึงแนวโน้มที่สำคัญ (Mega Trend) ของโลกที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้หลายประการ ได้แก่ “ศตวรรษแห่งเอเชีย (Asian Century)” ซึ่งจะทำให้ภูมิภาคเอเชียเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของโลก และนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นกลุ่มหลักของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย หรือ กระแสเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม ทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวต้องปรับตัวโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรทางธรรมชาติของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน หรือกระแสทางด้านการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost Airline) และเทคโนโลยีที่ทำให้อินเตอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางหลักในการค้นหาหรือเข้าถึงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ตลอดจนการรับฟังคำแนะนำจากบุคคลอื่น บน Social Media และ Travel Blogger นอกจากนี้ ยังมีกระแสด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในลักษณะของการผจญภัย หรือการท่องเที่ยวในเชิง Eco-tourism ที่จะมีการเข้าไปช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น และการส่งเสริมธรรมชาติในตัว การเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ทำให้มีทางเลือกใหม่สำหรับการเดินทางไปรับการรักษาหรือผ่าตัดในประเทศอื่นที่มีค่ารักษาพยาบาลที่มีราคาถูกกว่า พร้อมกับอาศัยช่วงเวลาดังกล่าวในการท่องเที่ยวเพื่อพักฟื้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (๒๕๕๕ : ๓) เห็นว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวมองหากิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย “3E” คือ ความสนุกสนาน (Entertainment) ความตื่นเต้น (Excitement) และการได้รับความรู้ (Education) และในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวมีความต้องการ “3S” คือ ความปลอดภัย (Security) สุขอนามัย (Sanitation) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ทำให้สิ่งที่พบเห็นเป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ คือ มีความสนใจเข้าร่วมหรือทำกิจกรรมมากกว่าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว หรือมีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest) มากขึ้น และนิยมเดินทางด้วยตัวเองมากขึ้น

แนวโน้มที่กล่าวมาข้างต้นยังสอดคล้องกับแนวโน้มหรือการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่พบเห็นได้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเอกสารประกอบการจัดงาน

มหกรรมการท่องเที่ยวโลกที่กรุงเบอร์ลิน หรือ ITB Berlin (International Tourism Borse –ITB) ประจำปี ๒๕๕๗/๒๕๕๘ ได้กล่าวถึงแนวโน้มของการบริโภคในยุคใหม่ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากเศรษฐกิจในรูปแบบของการแบ่งปัน (Sharing Economy) ซึ่งเมื่อควบรวมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้การแบ่งปันสามารถทำได้อย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดแต่เฉพาะผู้ที่อยู่ในพื้นที่หรืออาณาบริเวณใกล้เคียงกันเท่านั้น แนวโน้มใหม่ที่จะส่งผลกระทบอย่างมหาศาลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เรียกว่า เศรษฐกิจแห่งการแบ่งปันบนฐานเทคโนโลยี หรือ Technology-based Sharing Economy (ITB, ๒๕๕๘ : ๒๖) ซึ่งทำให้เกิดผู้ประกอบการรูปแบบใหม่ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินที่นำมาแบ่งปันแก่นักท่องเที่ยว (Parahotellerie หรือ Supplementary Accomodation) และมีแนวโน้มที่อุตสาหกรรมโรงแรมในรูปแบบเดิมๆ จะได้รับผลกระทบอย่างมากจากแนวโน้มใหม่แนวโน้มนี้

๑.๕ ปัญหาของการดำเนินงานการท่องเที่ยว

ปัญหาของการดำเนินงานการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น ๓ ส่วน ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และปัญหาด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

๑.๕.๑ ปัญหาด้านการตลาด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามความสำคัญและสภาพแวดล้อมได้ ๑๔ ประเภท เพื่อให้การดำเนินการตลาดมีความชัดเจนและกำหนดความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ประเภทแหล่งท่องเที่ยวมีรายละเอียดดังนี้

๑) กลุ่มท่องเที่ยวน้ำพุร้อน ประกอบด้วย ๔ จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง แม่ฮ่องสอน กลุ่มพื้นที่ดังกล่าวมีแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติรวมกันประมาณ ๔๕แห่ง

๒) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ประกอบด้วย ๑๐ จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา น่าน ตาก สุโขทัย กำแพงเพชร อุตรดิตถ์ พิษณุโลก และเพชรบูรณ์

๓) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย ๗ จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน

๔) กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย ๘ จังหวัด คือ จังหวัดตาก สุโขทัย กำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ อุทัยธานี พระนครศรีอยุธยา

๕) กลุ่มท่องเที่ยวนิเวศป่าร้อนชื้น ประกอบด้วย ๑๓ จังหวัด คือจังหวัดกาญจนบุรี นครราชสีมา สุพรรณบุรี อุทัยธานี นครสวรรค์ ลพบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว และฉะเชิงเทรา

๖) กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ประกอบด้วย ๑๔ จังหวัด คือ จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ราชบุรี และกรุงเทพมหานคร

๗) กลุ่มท่องเที่ยวเลียบฝั่งแม่น้ำโขง ประกอบด้วย ๖ จังหวัด คือจังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี

๘) กลุ่มท่องเที่ยวเส้นทางไดโนเสาร์ ประกอบด้วย ๗ จังหวัด คือ จังหวัดอุดรธานี หนองบัวลำพู สกลนคร ชัยภูมิ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และมุกดาหาร

๙) กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์เส้นทางบุญ ประกอบด้วย ๑๐ จังหวัด คือ จังหวัดอุดรธานี หนองบัวลำภู สกลนคร ชัยภูมิ ขอนแก่น มหาสารคาม อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ร้อยเอ็ด และยโสธร

๑๐) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย ๖ จังหวัด คือ จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

๑๑) กลุ่มท่องเที่ยวเส้นทางอัญมณีและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย ๗ จังหวัด คือ จังหวัดปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา สระแก้ว ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด

๑๒) กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ประกอบด้วย ๔ จังหวัด คือ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด

๑๓) กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast ประกอบด้วย ๔ จังหวัด คือ จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง

๑๔) กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร ประกอบด้วย ๑๒ จังหวัด คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง สตูล พัทลุง สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

การแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวจะช่วยให้การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมให้มีความหลากหลาย สร้างแรงจูงใจให้เกิดการค้าการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมโยงกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม สิ่งที่กล่าวมาเป็นการวางแผนในระดับนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศ แต่ปัญหาการดำเนินการตลาดมีมิติทั้งในระดับนโยบายซึ่งเป็นความรับผิดชอบของส่วนราชการ และในมิติในเชิงการปฏิบัติซึ่งเป็นความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ

ในการวิจัยเชิงเอกสารเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาด้านการตลาดที่ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบอยู่นั้น ให้ความสำคัญกับปัญหาการตลาดที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในของหน่วยงานมากกว่าปัจจัยภายนอก โดยจิรัฏฐ์ อัครรัศมีโภคิน

(๒๕๕๓ : ๓๗) กล่าวถึงปัญหาด้านการตลาดของโรงแรมดุสิตธานีกรุงเทพเกิดขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งเป็นจำนวนมาก และคู่แข่งเหล่านั้นมีการเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้าด้วยจุดเด่นที่แตกต่างออกไป อีกทั้งมีการเสนอขายร่วมกับพันธมิตรทำให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร ประกอบกับโครงสร้างของอาคารที่ปรับเปลี่ยนได้ยากทำให้ห้องพักของโรงแรมดุสิตธานีขาดความหลากหลาย และตอบสนองลูกค้าได้น้อยในด้านการสร้างความผ่อนคลาย (จิรัฏฐ์ อัครรัศมีโภคิน, ๒๕๕๓ : ๔๐)

ปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญและไม่เป็นที่ตระหนักของผู้ประกอบการ ได้แก่ การขาดการกำกับดูแลราคาจำหน่ายสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ทำให้ราคามีความแตกต่างกันในแต่ละช่องทางการตลาด (iHotel Marketer, ๒๕๕๕ : ๑) โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะมีความต้องการสร้างช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงและกว้างขวาง แต่การใช้ช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ช่องทางการตลาดต่างๆ จำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างกัน และหากผู้ประกอบการไม่สนใจที่จะนำกลยุทธ์การกำหนดราคาขายที่เท่าเทียม (Parity Rate) มาถือปฏิบัติ ทำให้เกิดความแตกต่างกันของราคาขายในแต่ละช่องทาง ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจในด้านความไม่แน่นอนและไม่น่าเชื่อถือด้านราคาและส่งผลเสียหายต่อความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของธุรกิจกับเจ้าของช่องทางการตลาดเหล่านั้นในที่สุด ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของโครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย (รองศาสตราจารย์ ดร. แก้วตา โรหิตรัตนะ และคณะ, ๒๕๕๖ : ๖๙) ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีสารสนเทศสร้างทั้งโอกาสและในขณะเดียวกันก็ยังเป็นอุปสรรคให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะเกิดการตัดราคาและลดความสำคัญของผู้ประกอบการบางกลุ่มที่มีความรู้ทางเทคโนโลยีที่ล้าหลัง ทำให้ความสามารถในการควบคุมธุรกิจลดลง

เทิดชาย ช่วยบำรุง (๒๕๕๗ : ๑๑) กล่าวถึงปัญหาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจำนวนหรือปริมาณของนักท่องเที่ยวจึงไม่ได้เป็นปัญหาที่สำคัญ แต่ปัญหาที่แท้จริงคือ การขาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การมุ่งเน้นเพียงจำนวนนักท่องเที่ยวทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ซึ่งแนวคิดข้างต้นนี้ได้รับการยืนยันจากงานวิจัยที่ศึกษาไว้ตั้งแต่ปี ๒๕๔๐ ของสมาคมนักวิชาชีพไทยในญี่ปุ่น (๒๕๔๐ : ๒๔๐) ที่สนับสนุนแนวคิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ (Special Interest Group) หรือนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะสนใจสินค้าและบริการของท้องถิ่นมากกว่า ใช้บริการในท้องถิ่นมากกว่า ให้ความสนใจต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และยังมีส่วนผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องเอาใจใส่ในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติให้ดีขึ้นด้วย

ปัญหาด้านการตลาดเป็นปัญหาที่มีมิติหลากหลายมิติและมีความลึกซึ้งของปัญหาอย่างมาก แม้กระทั่งในแหล่งท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของประเทศไทยเช่นจังหวัดเชียงใหม่ ยังเป็นแหล่งที่นักวิจัยค้นพบปัญหาด้านการตลาด แต่ปัญหานี้กลับไม่ได้รับการรับรู้โดยผู้ประกอบการหรือส่วนราชการใดๆ โดย มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (รายงานหลักมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ๒๕๔๘ : ๖๐) ค้นพบว่าปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ การแข่งขันด้านราคาที่ทำให้ผู้ประกอบการวิ่งเข้าสู่กับดักราคาต่ำ เนื่องจากการใช้กลยุทธ์ด้านราคา การลดต้นทุน ใช้แรงงานต่างชาติและอาศัยอัธยาศัยที่ดีของคนไทยมากกว่ากลยุทธ์การตลาดที่จะช่วยสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ ซึ่งในที่สุดแล้วทำให้สถานประกอบการทรุดโทรมลงไปเรื่อยๆ เพราะขาดการบำรุงรักษาที่ดี สินค้าและบริการขาดเอกลักษณ์ การผลิตและขายเกิดขึ้นและมีการลอกเลียนแบบที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป ทำให้ไม่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวอีกต่อไป

ปัญหาด้านการตลาดของการท่องเที่ยวนั้นไม่ได้มีแต่เพียงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานภาคเอกชนเท่านั้น แม้แต่การดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการทางการตลาดก็ยังเป็นจุดที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้ นริศา คำแก่น และคณะ (การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต, ๒๕๕๕ : ๒๗๒) ได้ดำเนินการวิจัยและพบว่างานวิจัยด้านกิจกรรมการดำเนินงานด้านการตลาดยังขาดการวิเคราะห์ในเรื่องของการกำหนดตลาดเป้าหมาย ตลอดจนการติดตามตรวจสอบ แหล่งที่เป็นจุดสนใจและดึงดูดของนักท่องเทียวและสามารถทำให้ตลาดการท่องเที่ยวมีความสมดุลและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆได้

๑.๕.๒ ปัญหาด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวหมายรวมถึง การบริการที่เกี่ยวกับสินค้าหลัก สินค้าสนับสนุน และสินค้าอำนวยความสะดวก โดยสินค้าหลักหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าสนับสนุนหมายถึง สินค้าหรือบริการเสริมที่นำเสนอให้ผู้บริโภค เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าหลัก เช่น สถานที่พักแรม บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าอำนวยความสะดวก ซึ่งหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ช่วยทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหรือได้รับการบริการจากสินค้าหลัก เช่น การบริการขนส่งต่าง ๆ (พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ, ออนไลน์, ๒๕๕๗)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, ๒๕๕๕ : ๒๒) กล่าวถึงโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนระบบโลจิสติกส์ที่จำเป็นในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นชาวไทยและต่างประเทศ การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมสอดคล้องกับการวิเคราะห์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ สศช. (ออนไลน์, ๒๕๕๘ : ๑๓) ที่กล่าวว่า การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจำนวนมากจะทำให้ประเทศไทยเริ่มไม่สามารถที่จะรับมือได้ จนพัฒนาขึ้นเป็นปัญหาเรื่องความสามารถในการให้บริการ (Carrying

Capacity) นอกจากนี้ สศช. ยังกล่าวอีกว่า ประเด็นสำคัญที่ประเทศไทยขาดความพร้อม คือ ทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่เป็นกิจการขนาดกลางและเล็ก (SMEs) เนื่องจากปัญหาการขาดความพร้อมทั้งทางด้านเงินทุนและเทคโนโลยี

ปัญหาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกศึกษาโดยรองศาสตราจารย์ ดร. แก้วตา โรหิตรัตนะ และคณะ (๒๕๕๖ : ๗๑) ซึ่งยืนยันจากผลสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งสาธารณะของโครงการวิจัย ทำให้พบประเด็นที่ผู้ให้บริการขนส่งสาธารณะควรจะต้องมีการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องตัวยานพาหนะ พนักงาน ความเชื่อถือได้ของการบริการ และตารางเวลาให้บริการ และทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเพื่อปิดช่องว่างของศักยภาพการแข่งขันในเรื่องการคมนาคมทางบกของประเทศไทยให้เทียบเท่ามาเลเซียและสิงคโปร์ จำเป็นต้องพัฒนาในเรื่องความน่าเชื่อถือของบริการ ความตรงต่อเวลา ความพร้อมของสถานที่ให้บริการ และความพร้อมของบุคลากร

บุปผา พิกุลแก้วและคณะ (๒๕๕๐ : ๑๘๑) ดำเนินการศึกษาวิจัยโครงการแนวทางการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ภาคธุรกิจมีกระบวนการหรือระบบการบริหารจัดการในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะพยายามพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในเชิงปริมาณคุณภาพและการออกแบบให้กลมกลืนกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่มีความยั่งยืน แต่เนื่องจากการประกอบธุรกิจมักถือกำไรสูงสุดเป็นเป้าหมายหลัก ทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่ได้ให้ความสำคัญกับแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่กลับดำเนินการในลักษณะที่พยายามลดค่าใช้จ่ายของตนเพื่อกำไรสูงสุด โดยปราศจากการคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม

๑.๕.๓ ปัญหาด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ปัญหาด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, ๒๕๕๕ : ๒๒) คือ การขาดการพัฒนาที่มุ่งเน้นการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้มีความสมบูรณ์ดังเดิม การขาดแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานในระดับสากล ตลอดจนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๕๔ : ๑๖) ซึ่งกล่าวถึงความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเนื่องจากปัญหาการบุกรุกจับจองและทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อก่อสร้างรีสอร์ทและที่พัก หรือสิ่งก่อสร้างอื่นใดเพื่อให้บริการแก่

นักท่องเที่ยว ปัญหาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่ขาดความรับผิดชอบและสร้างปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นปริมาณขยะที่เกินความสามารถในการกำจัด ปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยทิ้งจากแหล่งชุมชนและสถานประกอบการ ประกอบกับการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางแหล่งจนเกินขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ภาครัฐก็ขาดงบประมาณในการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการแก้ปัญหาเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นโรงบำบัดน้ำเสีย หรือโรงกำจัดขยะ

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๕๔ : ๑๖) ยังกล่าวถึงปัญหาการขาดความชัดเจนของขอบเขตพื้นที่และหน่วยงานรับผิดชอบ ทำให้เกิดความทับซ้อนของอำนาจหน้าที่ระหว่างหน่วยงานส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ยังขาดความพร้อมในการรับโอนภารกิจการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานส่วนกลาง รวมทั้งมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ อัตรากำลัง ความรู้และทักษะของบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับสำเนาว์ เสาวกูลและคณะ (๒๕๕๐ : ๙๐) ที่ดำเนินการศึกษาวิจัยบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีต่อกระบวนการวางแผนพัฒนา และกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นถูกคาดหวังในระดับมากในทุกองค์ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว และถึงแม้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความพร้อมในการเข้าบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว แต่ติดขัดที่ความคิดเห็นในการบริหารจัดการยังไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน หรือการวิจัยของ รศ. ดร. มาฆะ ขิตตะสังคะ และคณะ (๒๕๔๙ : ๑๓๙) ที่กล่าวว่า ระดับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับของการรับรู้ข้อมูลเท่านั้น โดยข้อมูลที่รับรู้มีเพียงสถานการณ์การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ และปฏิทินท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล แต่ยังมิได้ดำเนินการกำหนดยุทธศาสตรและการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ขาดการประสานแผนงานอย่างจริงจัง

ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (๒๕๕๑ : ๑๗) ดำเนินการศึกษาวิจัย โครงการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวด้าน Hospitality Management และได้ข้อสรุปว่า การท่องเที่ยวชุมชนควรมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการจัดการโดยคนในชุมชนและอยู่บนพื้นฐานของความเข้มแข็งของชุมชน โดยการผสมผสานสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน และระหว่างคนในชุมชนด้วยกันเอง ซึ่งในที่สุดแล้วจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพิ่มความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของคนในชุมชน ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในการอนุรักษ์หรือพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยมีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่ตกแก่กลุ่มในชุมชนนั้นเอง

กรมการท่องเที่ยวได้มีความพยายามที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทั้งมาตรฐานที่นำมาใช้สำหรับแหล่งท่องเที่ยวและเกณฑ์มาตรฐานบริการเพื่อการท่องเที่ยว ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

๑) เกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว
   - แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทธรณีสัณฐาน
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ
   - มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๒) เกณฑ์มาตรฐานบริการเพื่อการท่องเที่ยว
   - มาตรฐานเรือรับจ้างเพื่อการท่องเที่ยว
   - มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
   - มาตรฐานการจัดบริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
   - มาตรฐานการจัดกิจกรรมเจ็ตสกี (Jet Ski) เพื่อการท่องเที่ยว
   - มาตรฐานการให้บริการความปลอดภัยในศูนย์การค้าเพื่อการท่องเที่ยว

- มาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์
- มาตรฐานกิจกรรมดูผีเสื้อ
- มาตรฐานการจัดกิจกรรมค่ายพักแรม
- มาตรฐานกิจกรรมแคนู (Canoe) คายัค (Kayak)
- มาตรฐานกิจกรรมเดินป่า
- มาตรฐานกิจกรรมล่องแก่ง
- มาตรฐานกิจกรรมปีนหน้าผา
- มาตรฐานกิจกรรมดำน้ำ
- มาตรฐานการบริการรถตู้ปรับอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- มาตรฐานกิจกรรมดูพรรณไม้ป่า
- มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว
- มาตรฐานการจัดกิจกรรม Eco Lodge เพื่อการท่องเที่ยว
- มาตรฐานกิจกรรมดูนก
- มาตรฐานแพบริการเพื่อการท่องเที่ยว
- มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำนักท่องเที่ยว
- มาตราฐานเรือภัตตาคาร
- มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล
- มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)
- มาตรฐานการบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว
- มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว
- มาตรฐานโรงแรม รีสอร์ท
- มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว
- มาตรฐานกิจกรรมดูพรรณไม้ป่า

๑.๖ แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๕ ตามแนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการท่องเที่ยว ได้กำหนดให้จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนองเป็นกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงสุดในการลงทุนพัฒนาเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานเช่นเดียวกับชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนในยุโรป ภายใต้แนวคิด “Royal Coast”

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตั้งแต่จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีชายฝั่งทะเลที่มีความยาวถึง ๕๒๘ กิโลเมตร ชายหาดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ๓๗ แห่ง อ่าวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ๑๐ แห่ง เกาะที่สวยงาม ๒๕ เกาะ วนอุทยานและอุทยานแห่งชาติ ๑๕ แห่ง เส้นทางคมนาคมที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้ ๓ เส้นทาง คือ เส้นทางที่ ๑ การเดินทางทางบกโดยใช้ทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงชนบท และทางรถไฟ เส้นทางที่ ๒ การเดินทางโดยทางอากาศ ซึ่งมีสนามบินที่มีศักยภาพ ๔ แห่ง คือ หัวหิน กองบิน ๕๓ ปะทิว และระนอง และเส้นทางที่ ๓ คือ เส้นทางทางน้ำ ซึ่งมีท่าเทียบเรือตั้งแต่ชะอำ หัวหิน สามร้อยยอด ประจวบคีรีขันธ์ บางสะพาน ชุมพร

กรอบแนวคิดการพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี คือ การพัฒนาให้เป็น “เมืองชายทะเลที่สนุกสนาน” โดยกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ สวนสนุก สวนน้ำ กิจกรรมซาฟารี กีฬาทางน้ำ และกิจกรรมกีฬาบนพื้นดินและบนฟ้า ส่วนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ถูกตั้งเป้าให้เป็น “The Royal Paradise” โดยเชื่อมเส้นทางการคมนาคมทางถนนของชายหาดทั้งหมดเข้าด้วยกัน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระดับ High-end โดยกิจกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนา ได้แก่ โรงแรมหรูหราทันสมัย สนามกอล์ฟระดับโลก ท่าเทียบเรือยอร์ช/มารีน่า พิพิธภัณฑ์ดาราศาสตร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ศูนย์การประชุมนานาชาติ ร้านค้าปลอดภาษี เทศกาลดนตรีแจ๊ส กีฬาทางน้ำและทางอากาศ และการแข่งขัน Formula One

แผนการดำเนินงานการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคใต้ตอนบน ประกอบด้วย

๑. การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการลงทุนพัฒนาการท่องเที่ยว

๑.๑ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน : พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานให้ครอบคลุมทั้ง ๓ ด้าน คือเพื่อการขนถ่ายนักท่องเที่ยวจากเมืองศูนย์กลางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Access) และการเชื่อมโยง ระหว่างพื้นที่

- การขนถ่ายนักท่องเที่ยว ถึงแม้ปัจจุบันจะมีโครงข่ายทั้งถนน รถไฟ ท่าเรือ และสนามบิน ที่จะขนถ่ายนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร และจังหวัดชายฝั่งภาคตะวันออก แต่คนส่วนใหญ่ยังนิยมใช้ทางหลวงแผ่นดินเป็นเส้นทางหลัก (สนามบินชุมพรไม่มีสายการบินพาณิชย์ เส้นทางการรถไฟและการเดินเรือยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว) ทำให้เกิดปัญหาจราจรแออัด ผิวถนนและไหล่ทางชำรุด และการให้บริการด้อยคุณภาพ จึงนับเป็นปัญหาสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพิจารณาทบทวนแผนการลงทุนและบูรณะเส้นทางคมนาคมใหม่ รวมทั้งแผนการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมๆ กับการพัฒนายกระดับมาตรฐานการให้บริการ เพื่อให้พร้อมรับการลงทุนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

- การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Access) เส้นทางของกรมทางหลวงชนบท จะเป็นตัวเชื่อมสำคัญระหว่างเส้นทางสายหลัก (ทางหลวงแผ่นดิน) กับแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการเชื่อมระหว่างแหล่งท่องเที่ยวด้วยกัน แต่มีบางพื้นที่ที่เป็นที่ถือครองของภาคเอกชนหรืออยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ โดยเฉพาะกลุ่มพื้นที่ชะอำ-หัวหิน หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถเข้าไปพัฒนาพื้นที่ได้

๑.๒ การพัฒนาทักษะและความรู้บุคลากรการท่องเที่ยว ให้เพียงพอทั้งปริมาณ และคุณภาพ เพื่อพร้อมรับการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ เนื่องจากจะมีการลงทุนธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้นในพื้นที่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานจึงจำเป็นต้องเตรียมแผนการผลิตและพัฒนาบุคลากร ให้มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของธุรกิจในอนาคต

๑.๓ การพิจารณาทบทวนแก้ไขกฎระเบียบข้อกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ โดยเฉพาะการถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินของภาคเอกชน ในพื้นที่บริเวณชายหาด ชายทะเล หมู่เกาะที่ได้รับสัมปทานรังนก และศูนย์กลางย่านการค้าและแหล่งชุมชน ซึ่งจะใช้เป็นพื้นที่พัฒนากิจกรรมและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ขึ้นมารองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่

๒. มาตรการส่งเสริมการลงทุน เพื่อจูงใจให้เกิดการลงทุนในพื้นที่ทั้ง ๒ กลุ่มพื้นที่ ทั้งนักลงทุนชาวไทยและอาจรวมถึงนักลงทุนชาวต่างชาติ ดังนั้น ในระยะแรกนอกจากรัฐบาลจะลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นแล้ว รัฐบาลโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ควรมีการพิจารณาทบทวนมาตรการจูงใจต่าง ๆ ให้สอดคล้องแนวโน้มการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว

๓. มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด

๓.๑ เพื่อมุ่งเจาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นเป้าหมายหลัก โดย ททท. ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบด้านการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของประเทศควรมีการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวในตลาดโลกให้ชัดเจน เพื่อนำมากำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจ/กิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการและดำเนินกลยุทธ์เพื่อเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมาย ได้ถูกต้อง

๓.๒ จัดทำโครงการไทยเที่ยวไทย โดยในระยะแรกจำเป็นต้องดึงนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการธุรกิจต่าง ๆ ในโครงการ ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างกระแสการหมุนเวียนของรายไดแล้ว ยังสามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อปลุกกระแสการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อีกทาง หนึ่ง อย่างไรก็ตาม มาตรฐานของคุณภาพและระดับราคา รวมทั้งกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดในการควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเขตพื้นที่ที่มีความเปราะบางต่อกิจกรรมของมนุษย์จะช่วยกำหนดคุณภาพของนักท่องเที่ยวได้ระดับหนึ่ง

๔. กลไกการบริหารจัดการ การบริหารจัดการในรูปแบบ “องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ” จะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและเกิดความยั่งยืนในระยะยาว โดยควรมีการศึกษากลไกรูปแบบในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จมาเป็นต้นแบบในการจัดตั้งองค์กร ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาตามเส้นทางการท่องเที่ยวครอบคลุมเกี่ยวเนื่องหลายพื้นที่ มีหลายหน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบในฐานะเจ้าของพื้นที่ตามกฎหมายและเป็นโครงการลงทุนขนาดใหญ่ที่อาจจำเป็นต้องดึงนักลงทุนชาวต่างชาติมาร่วมลงทุน รวมทั้งยังเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่ต้องการเร่งดำเนินการให้เกิดผลเป็นรูปธรรมโดยเร็ว เพื่อเป็นการสร้างรายได้กับประเทศอีกทางเลือกหนึ่ง ดังนั้น จึงควรมีการจัดตั้งองค์กรพิเศษขึ้นมาเพื่อบริหารจัดการโครงการนี้เป็นการเฉพาะ

ตัวอย่างโครงการตามแผนการดำเนินงานการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคใต้ตอนบนทั้งที่เป็นโครงการที่ลงทุนโดยรัฐบาลเอง และโครงการที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI เช่น สนามแข่งรถ Quarter Mile อ.ชะอำ การสร้าง Marina ที่สวนสนประดิพัทธ์ และอ่าวบางสน จ.ชุมพร การสร้าง Sea Village ที่ปากน้ำปราณบุรี (งบประมาณ ๓๐๐ ล้านบาท) การสร้าง High-end Camp Site ที่อุทยานแห่งชาติหาดวนกร (งบประมาณ ๑๐๐ ล้านบาท) Diving Center (งบประมาณ ๒๐๐ ล้านบาท) และประภาคารเขามัทรี จ.ชุมพร (งบประมาณ ๑๐๐ ล้านบาท)

การสัมภาษณ์เชิงลึก

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด นำมาวิเคราะห์และสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

๒.๑ การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ

ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ กลุ่มส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประเด็นจากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังตารางที่ ๔-๑

ตารางที่ ๔-๑ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก - การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ

กลุ่มสัมภาษณ์	การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ
ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ	– แหล่งท่องเที่ยวของไทยที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ยังขาดองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ได้แก่ การมีพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ที่มีเอกลักษณ์และได้มาตรฐานระดับสากลอยู่ในพื้นที่ – รัฐบาลมีนโยบายกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะทำหน้าที่ดูแล

ตารางที่ ๔-๑ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ
ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ	และส่งเสริมการตลาดระดับประเทศเท่านั้น และขอให้ผู้บริหารระดับท้องถิ่นรับผิดชอบการวางแผนการตลาดในระดับท้องถิ่น แต่ในสภาพความเป็นจริงผู้บริหารในระดับท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว – มีแนวทางการพิจารณาคัดเลือกและบรรจุแผนงานโครงการด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทั่วประเทศเพื่อขอรับงบประมาณจากรัฐบาล – การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแผนการตลาดที่ต้องการสร้างการรับรู้สถานะของประเทศไทยในฐานะที่เป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน เป็นจุดตั้งต้นของการเดินทาง การหาข้อมูล การประสานงานสำหรับการเดินทางไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค – การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรชี้ให้เห็นภาพของการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้ผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่เกิดความเข้าใจและมองเห็นภาพ ควรจะต้องมีข้อมูลที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงรองรับ เช่น ข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ความเกี่ยวข้องระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆในพื้นที่กับทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว และติดตามประเมินผลข้อมูลเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม	– หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีเป็นจำนวนมาก แต่มีเพียงสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วม ส่วนหน่วยงานอื่นๆ ไม่ได้สอบถามความคิดเห็นจากเอกชน ทำให้การออกนโยบายของภาครัฐไม่ตรงเป้าหมาย – อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะต้องดำเนินการในทิศทางที่ไม่ใช้การแข่งขันทางด้านราคา หรือกลยุทธ์ราคาต่ำ แต่ควรเพิ่มสาระจากประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าไปในการพัฒนาสินค้า การให้บริการ และความบันเทิง เพื่อสร้าง Theme Product ใหม่ๆ – ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของพื้นที่ต้องคำนึงถึงความเป็นอยู่ของชุมชนในพื้นที่ประกอบด้วย ปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมส่วนหนึ่งเป็นเพราะการขาดความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่จริงในพื้นที่

ตารางที่ ๔-๑ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม	ดังเช่น ชุมชนชาวไทยภูเขาซึ่งมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม และไม่แตกต่างจากคนเมือง ไม่มีการอนุรักษ์การแต่งกาย หรือแต่งเติมรูปลักษณ์ของตนเองและสิ่งของให้เป็นสินค้าวัฒนธรรม ดึงดูดการขายโดยอำพรางด้วยการแต่งกายตามจารีตประเพณี เพื่อให้ผู้ซื้อเข้าใจไปว่าชาวเขากำลังขายของเก่า
นักวิชาการ	– กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่กำลังวิ่งเข้าสู่จุดเดียวกัน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ไม่แตกต่างกัน เช่น เราอาจจะพบเห็นตลาดน้ำสี่ภาคได้ในทุกๆพื้นที่ พบเห็นฟาร์มแกะได้ทั้งที่เขาใหญ่ หัวหิน ราชบุรี ซึ่งระยะยาวนักท่องเที่ยวจะเกิดความเบื่อหน่ายกับการขาดเอกลักษณ์ และทำให้จุดท่องเที่ยวเหล่านี้ไม่ประสบผลกำไรในที่สุด – เหตุผลในการประกาศใช้ พรฎ. อพท. คือ รัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น โดยให้มีการบริหารและพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ มีองค์กรกลางทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ และประสานงานกับท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ และเนื่องจาก อพท. เป็นองค์การมหาชนที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ระบบราชการ จึงมีความคล่องตัวมากกว่าส่วนราชการ สามารถตอบสนองต่อปัญหาต่างๆ ได้ดีกว่า – การส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีทิศทางการส่งเสริมไม่เป็นเอกภาพ ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นแต่ละแห่งมีความหลากหลายแตกต่างกัน จึงไม่สามารถใช้แผนงานมาตรฐานหรือกลยุทธ์รูปแบบเดียวมาปรับใช้ได้ และยังมีความไม่ชัดเจนในประเด็นการถ่ายโอนภารกิจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้น กลยุทธ์การดึงให้ชุมชนหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่จึงเป็นเรื่องที่ปฏิบัติได้ยาก
หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น	– องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในบางพื้นที่มีความพร้อมในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ส่วนตัวแล้วเห็นว่าการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควรสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนในพื้นที่และจัดทำตัวชี้วัดร่วมกับพื้นที่เพื่อเป็นกรอบกำหนดทิศทาง เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยว และการจัดการ

ตารางที่ ๔-๑ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ
หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น	อย่างยั่งยืน – การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment) ควรถูกนำมาปรับใช้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเช่นเดียวกับการสร้างโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ใดๆ – รัฐควรเร่งให้การศึกษาและฝึกอบรมทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

๒.๒ แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด

ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ กลุ่มส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มนักท่องเที่ยว ประเด็นจากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังตารางที่ ๔-๒

ตารางที่ ๔-๒ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก - แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด
ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ	– การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนงานการตลาดสำหรับปี ๒๕๕๘ ตามแนวทางดังต่อไปนี้ ๑. สร้างความเชื่อมั่นและสร้างการรับรู้คุณค่า Happiness You can Share ปี “ท่องเที่ยววิถีไทย” ภายใต้แคมเปญ “Discover Thainess” เพื่อนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ (Value) และทำให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง เกิดการบอกต่อ (Word of mouth) ๒. สร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษระดับนานาชาติเป็นปฏิทินท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ๓. ทำการตลาดแบบเจาะกลุ่ม Golf กลุ่ม Wedding&Honeymoon กลุ่ม Health&Wellness กลุ่ม Ecotourism และกลุ่มตลาด Quality Leisure ๔. ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกระตุ้นการเดินทางของกลุ่มเพื่อนบ้านให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย – บุคลากรในอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมีทักษะทางด้านภาษาเพิ่มเติมจากภาษาอังกฤษ ได้แก่ ภาษาจีน ญี่ปุ่น เกาหลี ฝรั่งเศส สเปน รัสเซีย เป็นต้น

ตารางที่ ๔-๒ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม	– ผู้ประกอบการเองต้องดำเนินธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ เช่น การคิดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ไม่ควรเรียกร้องการแก้ไขปัญหาจากภาครัฐแต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบทันทีต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศ เช่น สถานการณ์ทางด้านการเมือง ซึ่งผู้ประกอบการควรหาหนทางช่วยเหลือตนเองก่อน – ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลง และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มากขึ้น – ความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องจำเป็น การนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง โปร่งใส และมีรายละเอียดที่ครบถ้วน จะช่วยให้ลูกค้าให้ความไว้วางใจและเชื่อมั่นการใช้บริการของเรา – ต้องการให้รัฐช่วยเหลือในด้านภาระภาษี โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษีโรงเรือนที่ธุรกิจโรงแรมต้องเสียซ้ำซ้อนกับภาษีเงินได้นิติบุคคล – รัฐควรให้การสนับสนุนเครือโรงแรมไทยให้เป็นนานาชาติ เช่นเดียวกับนโยบายครัวไทยครัวโลก – รัฐควรให้ความช่วยเหลือและช่วยพัฒนาทักษะใหม่ให้กับผู้ประกอบการ SME
นักวิชาการ	– ผู้ประกอบการดั้งเดิมต้องปรับตัวอย่างทันท่วงที เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกำลังเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของ Airbnb ซึ่งเป็นชุมชน (Community) ที่ผู้เดินทางสามารถจองที่พักจากเจ้าของที่พักได้โดยตรง และมีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย ตลอดจนการรับฟังหรือให้ข้อคิดเห็น (Review) จากผู้ใช้งานจริงหรือผู้มีประสบการณ์ตรง ซึ่งเป็นข้อมูลที่นักเดินทางต้องการอย่างมาก – การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจและประเทศไทยมีศักยภาพในด้านนี้สูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬามวยไทย อย่างไรก็ตาม มวยไทยยังเป็นกีฬาที่ภาพพจน์ไม่ดีนักในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในขณะที่ต่างชาติให้ความชื่นชมอย่างมาก แต่มีปัญหาเรื่องการติดต่อประสานงาน ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ซึ่งไม่ได้หมายถึงแต่เพียงภาษาอังกฤษเท่านั้น แต่ยังรวมถึงภาษาที่สามหรือที่สี่ด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความไม่เชื่อมั่นในการเที่ยวชมกีฬามวยไทยหรือการเดินทางเข้ามา

ตารางที่ ๔-๒ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด
นักวิชาการ	เพื่อฝึกอบรมมวยไทย – การตลาด (Marketing) เป็นหน้าที่ของทุกคนทุกฝ่ายในการทำการตลาด มิใช่หน้าที่ของฝ่ายการตลาดแต่เพียงอย่างเดียว องค์กรใดๆ จะต้องสร้างนิสัยทางการตลาดให้เกิดเป็นวัฒนธรรมในองค์กร – ในปัจจุบัน ธุรกิจต้องบริหารงานภายใต้แนวคิดการส่งมอบหรือให้คุณค่าแก่ลูกค้า (Consumer Value) และการใช้กลยุทธ์สร้าง/ดำเนินธุรกิจร่วมกับพันธมิตร (Strategic Partner) เนื่องจากหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งหากจะต้องสร้างความสามารถหรือสมรรถนะในทุกๆ ด้าน ย่อมเป็นเรื่องยาก ต้องลงทุนมาก และรอเวลาให้สิ่งที่ลงทุนสัมฤทธิ์ผล แต่การมีพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้องค์กรไม่จำเป็นต้องมีคนมาก สิ่งที่คนอื่นทำแล้ว ทำได้ดีกว่า ถูกกว่า ให้นำเข้ามาร่วมกับธุรกิจได้ เช่น Outsourcing, Strategic Alliances เป็นต้น – แนวคิดของ Boutique Hotel เกิดขึ้นเพราะการแข่งขันของโรงแรมขนาดเล็กที่พยายามสร้างความแตกต่างจาก Chain Hotel ซึ่งเน้นความมีมาตรฐานเดียวกันทุกแห่งทั่วทุกมุมโลก แต่ Boutique Hotel มีกลยุทธ์ที่ต้องการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับผู้เข้าพัก
นักท่องเที่ยว	– โรงแรมควรพลิกแพลงกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ คิดใหม่ ทำใหม่ ให้แตกต่างไปจากเดิม แม้กระทั่งเรื่องเล็กๆ เช่น สินค้า Minibar ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่นิยมบริโภค หรือบริโภคและซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อมาทดแทน โรงแรมควรดำเนินงานด้วยความมีน้ำใจโดยการให้สินค้า minibar มีราคาเท่ากับราคาในท้องตลาด – การบังคับใช้ราคาในอัตรา Walk-in กับแขกที่ไม่ได้จองห้องพักมาก่อนล่วงหน้า แต่แขกสามารถเข้าไปจองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องพักได้ในราคาที่ถูกกว่า ทำให้ผู้ประกอบต้องเสียค่าคอมมิชชั่นให้กับเจ้าของช่องทางการตลาดโดยไม่จำเป็น – บริการ wifi ควรเป็นบริการพื้นฐานของทุกโรงแรม ไม่ควรต้องให้ผู้เข้าพักซื้อแพคเกจเพิ่มเติมอีก ไม่เหมือนโรงแรมในต่างประเทศ – บางครั้งไม่ต้องการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ เช่น Agoda แต่โรงแรมโดยส่วนใหญ่มักจะไม่ทำช่องทางการติดต่อของตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ ๔-๒ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด
นักท่องเที่ยว	เข้าถึงบริการได้ยาก – หนังสือ Lonely Planet เป็นหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก และมีการอ้างอิงที่ดี – ควรเก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนต่างชาติและคนไทยในอัตราที่เท่าเทียมกัน หรือให้ส่วนลดแก่ผู้อาวุโส

๒.๓ แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ กลุ่มส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มนักท่องเที่ยว ประเด็นจากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังตารางที่ ๔-๓

ตารางที่ ๔-๓ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก - แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ	– ควรพัฒนาระบบการขนส่งมวลชนในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เช่น เชียงใหม่ – จัดทำ Zoning สถานบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม เพื่อให้การขยายตัวของธุรกิจไม่สร้างความขัดแย้งกับจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว – ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งปรับปรุงการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงทางคมนาคมในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตรวจลงตรา (visa และ e-visa) และความครอบคลุมของการเชื่อมต่อของการคมนาคมทุกรูปแบบ – อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยังมีปัญหาด้านแรงงาน ซึ่งไม่เพียงพอทั้งในด้านจำนวน และทักษะในวิชาชีพ การเปิด AEC อาจจะทำให้ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากการขาดแคลนแรงงาน แต่อย่างไรก็ตามปัญหาทางด้านการสื่อสารหรือการใช้ภาษายังเป็นอุปสรรคที่สำคัญ

ตารางที่ ๔-๓ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ	– นโยบายจากส่วนกลางไม่ตรงต่อความต้องการ หรือไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและลักษณะธุรกิจของในพื้นที่ แนวทางการพัฒนาพื้นที่มักจะกำหนดให้ครอบคลุมพื้นที่เกือบทุกจังหวัดในประเทศไทยในเวลาเดียวกัน ซึ่งทำให้มีปัญหาด้านการใช้ปัจจัยด้านเวลาและทรัพยากรการเงินในการพัฒนาค่อนข้างสูง และทำให้ประเทศไทยไม่มีจุดเด่นที่ชัดเจน – ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน หรือไม่เห็นภาพผลกระทบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและผลที่จะเกิดขึ้นจากการรวมเป็นประชาคมอาเซียน – ร่วมมือกับหน่วยงานทางด้านการศึกษาในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อป้อนให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานกึ่งทักษะ และการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา ตลอดจนเผยแพร่มาตรฐานสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก และส่งเสริมให้แรงงานที่มีอยู่แล้วได้เข้ารับการทดสอบเพื่อให้มาตรสมรรถนะของไทยเป็นที่ยอมรับในภูมิภาค และสามารถเป็นจุดเริ่มต้นในการถือปฏิบัติของประเทศอื่นๆ ต่อไป
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม	– กระแสการท่องเที่ยวกำลังปรับเปลี่ยนไปในทิศทางที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะส่วน (Specific Interest) มากขึ้น นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น ดังเช่นในกรณีที่ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศด้วยการขับรถเองและแวะพักตามสถานที่ต่างๆ ที่ตั้งใจไว้ การที่จะดำเนินการเช่นนี้ได้จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน หรือระบบขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม ป้ายบอกทางหรือสัญญาณควรมีความเป็นสากล แต่โครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยและผู้ประกอบการเองยังไม่พร้อมรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ทำให้เสียโอกาสในการสร้างรายได้ และสร้างการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ ๔-๓ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม	– มัคคุเทศก์ในบางครั้งยังไม่มีความชำนาญเกี่ยวกับพื้นที่อย่างเพียงพอ ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับความรู้ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ไม่เหมือนกับการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ศิลปะหรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ในต่างประเทศ – ธุรกิจต้องพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ ควรมีการพัฒนาพนักงานบริการทั้งในส่วนหน้า (Front Office) แม่บ้าน (Housekeeper) จนถึงคนสวน และพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง เนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ต้องพบปะกับลูกค้าโดยตรง ดังนั้น ภาพพจน์ของโรงแรมจึงขึ้นอยู่กับพนักงานกลุ่มนี้ หากมีการพัฒนาและปลูกจิตสำนึก ให้รักงานบริการและเอาใจใส่ลูกค้าก็จะช่วยในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น – แรงงานต่างด้าวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถให้บริการที่ราคาต่ำได้ แต่นโยบายเรื่องแรงงานต่างด้าวยังไม่ชัดเจน และไม่สนับสนุนผู้ประกอบการเท่าที่ควร – นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบาย มีพฤติกรรมการบริโภคเสมือนอยู่ในเมือง ดังนั้น จึงมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานของคนกรุงเทพ ปัญหาที่ตามมาคือปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะ ปัญหาน้ำเสีย
นักวิชาการ	– ผู้ประกอบการต้องสร้างความแตกต่างในการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การใช้ของใช้ในห้องน้ำสำหรับแขกที่เป็นผลิตภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อม ปราศจากสารก่อมะเร็ง หรือการรับเอาแนวคิด/วิธีการดำเนินชีวิตของท้องถิ่นมาปรับใช้ให้เป็นบรรยากาศของโรงแรม การใช้ผลผลิต/สินค้าเกษตรกรรมจากชุมชนในการปรุงอาหาร – ภาระภาษีของธุรกิจสปาไม่เอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการดำรงรักษาความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากกิจการสปาถูกนับเป็นกิจการที่เข้าข่ายเป็นสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และเข้าข่ายเป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งต้องดูแลด้านสุขาภิบาล ได้แก่ เรื่อง ความสะอาด

ตารางที่ ๔-๓ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
นักวิชาการ	และสุขลักษณะ ตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข แม้คณะกรรมการสาธารณสุขจะอนุโลมให้การควบคุมการประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพเป็นอำนาจแก่ส่วนราชการส่วนท้องถิ่นและเจ้าพนักงาน แต่ทำให้เกิดการใช้อำนาจโดยขาดมาตรฐานและพึ่งพิงกับเจ้าหน้าที่มากเกินไป
นักท่องเที่ยว	– หน่วยงานเจ้าของพื้นที่ ผู้ให้บริการโดยส่วนใหญ่มักจะไม่มีความพร้อมในการรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น ในช่วงเทศกาล – การรักษาความปลอดภัยของการขนส่ง เช่น รถตู้โดยสาร เรือโดยสาร/นำเที่ยว รถบัส รถไฟ ควรได้รับการปรับปรุง ตารางเวลาการให้บริการไม่แน่นอน – บริเวณริมหาด ไม่มี Life Guard หรือการติดตั้งสัญลักษณ์ความปลอดภัย เช่น ธงขนาดใหญ่ – สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ต้อนรับคนไทย แต่ต้อนรับชาวต่างชาติมากกว่า ส่วนราชการควรเข้ามาดูแลเรื่องนี้ – ต้องการรถไฟฟ้าระหว่างสนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมือง – รัฐต้องเข้ามาดูแลราคาค่าอาหารในช่วงเทศกาลซึ่งถูกคิดราคาแพงเกินจริง – ป้ายบอกทางควรปรับปรุง นักท่องเที่ยวต้องอาศัยการคาดเดาเอาเองจากประสบการณ์ หรือในบางจุดป้ายชื่อโรงแรมก็มีมากเกินไป – นักท่องเที่ยวมักจะถูกเอาเปรียบจากรถรับจ้าง และผู้ประกอบการรายเล็กๆ มักจะคิดค่าโดยสารไม่เป็นมาตรฐาน ควรจะมีความจริงใจและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า – โรงแรมควรปรับปรุงให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ

๒.๔ แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ กลุ่มส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม กลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มนักท่องเที่ยว ประเด็นจากการสัมภาษณ์สรุปได้ดังตารางที่ ๔-๔

ตารางที่ ๔-๔ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก - แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ	– การจัดการด้านการท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติขาดความสมดุลระหว่างการพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ – หน่วยงานประเภทส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของเจ้าสังกัดในระดับกระทรวงหลายกระทรวง ทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขาดเอกภาพและความต่อเนื่องในการพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยว – ควรสร้างความร่วมมือในการจัดทำแพ็กเกจการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศสมาชิกในอาเซียน
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม	– โดยส่วนตัวไม่ทราบว่าทางราชการได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานบริการเพื่อการท่องเที่ยว แต่การมีมาตรฐานเป็นเรื่องที่ดี เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้ใช้ประเมินตนเอง แต่ไม่ควรบังคับใช้ในลักษณะที่เป็นกฎหมาย หรือข้อบังคับให้ถือปฏิบัติ เนื่องจากส่วนราชการไม่มีกำลังเพียงพอในการตรวจสอบ – ควรประชาสัมพันธ์มาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาให้ผู้ประกอบการได้รู้จักอย่างกว้างขวางและทั่วถึง – แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่หรือพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะ เช่น บริเวณเขาใหญ่ ควรได้รับการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวอย่างเบ็ดเสร็จ เช่น การใช้พรบ.เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ กำหนดการบริหารจัดการในพื้นที่ รวมถึงแก้ปัญหาการบุกรุกที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน
หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น	– การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลของหน่วยงานในท้องถิ่นที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุนด้วย เนื่องจากชุมชนแต่ละคนมีระดับความรู้ที่แตกต่างกัน และไม่ค่อยมีความสามารถในการติดตามประเมินผล – ต้องการให้ส่วนราชการเข้ามาให้ความช่วยเหลือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จัก เพราะจำนวนนักท่องเที่ยวของชุมชนมีน้อยมาก และมีเป็นครั้งคราวเท่านั้น เนื่องจากชุมชนไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเท่าที่ควร นักท่องเที่ยวจึงไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ – ศักยภาพของบุคลากรในชุมชนยังมีความรู้น้อย ขาดทักษะและความรู้ และมีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมไม่สูงนัก ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุน การผลักดันอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง

ตารางที่ ๔-๔ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น	– ผู้ประกอบการบางส่วนมาจากต่างท้องถิ่น หรือบางครั้งเป็นชาวต่างชาติ ทำให้ขาดความรับผิดชอบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ – รัฐต้องให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ เห็นถึงผลเสียในระยะยาวจากการสร้างสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่เข้ามาในพื้นที่โดยปลูกฝังค่านิยมการบริโภคแบบวัฒนธรรมคนเมือง ทำให้ตระหนักถึงผลกระทบในทางลบจากการท่องเที่ยวแบบบริโภคนิยม และควรใช้รูปแบบการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์นิยมในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังพื้นที่ – พื้นที่ที่มีหน่วยงานเฉพาะเข้ามาดูแลด้านการท่องเที่ยว (อพท.) จะขาดการประสานงานกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
นักวิชาการ	– แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงชุมชนหรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community base Tourism) สามารถนำมาใช้ได้กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและคำนึงถึงผลกระทบต่อธรรมชาติ เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟู และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น – ททท. ควรพิจารณา/ทบทวนการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเชิงชุมชนใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันมักจะดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดงาน ออกร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน สินค้าโครงการหลวง และกิจกรรมการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งอาจจะได้ผลดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ไม่แน่ใจว่าจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้จริง ดังนั้น จึงควรส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรับเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์องค์กรและทำการตลาด ซึ่งการดำเนินการในลักษณะเช่นนี้ ธุรกิจเองก็จะได้ประโยชน์ในด้านบรรษัทภิบาลหรือการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility - CSR) เป็น CSR ที่เป็น in-process อย่างแท้จริง ไม่ได้เป็นแค่เพียงการบริจาคหรือทำการกุศลอย่างฉาบฉวยที่ส่วนใหญ่ดำเนินการกันอยู่ นอกจากนี้ ชุมชนเองจะได้รับการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกับธุรกิจ – สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเป็นตัวเลือกที่ส่วนราชการจะใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ไม่ควรใช้สถาบันการศึกษาจากส่วนกลางเนื่องจากความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทในพื้นที่มีไม่เพียงพอ และไม่สามารถดำเนินงานได้อย่าง

ตารางที่ ๔-๔ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก – แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)

กลุ่มสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
นักวิชาการ	ต่อเนื่อง ทำได้เพียงแต่การแวะเข้ามาปฏิบัติงานเป็นครั้งคราว ซึ่งไม่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป
นักท่องเที่ยว	– การให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องดี แต่ยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับความสามารถ – การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมักจะไม่ได้นึกถึง Concept หลักหรือแนวคิดสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ทำให้พบเห็นสิ่งก่อสร้างในสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกแยก ตึกรามบ้านช่องที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดหลักหรือเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมไปถึงการก่อสร้างที่รกรุงรัง ไร้ระเบียบ – ข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวแม้กระทั่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยเองมีน้อย ข้อมูลของทางการหรือการท่องเที่ยวลอกมาจากตำราเรียนภูมิศาสตร์ ซึ่งไม่ได้เป็นข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบ ทำให้ต้องหาหรืออาศัยข้อมูลจากเว็ปไซต์ เช่น พันทิพ

การวิเคราะห์และตีความ

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์และตีความ (Interpretation) ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยทั้งจากการวิจัยเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ข้อสรุปดังนี้

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานหลายหน่วยงาน โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติมีความรับผิดชอบในระดับของการกำหนดนโยบายและการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศ ส่วนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาทำหน้าที่วางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยมีกรมการท่องเที่ยวรับผิดชอบในการกำหนดมาตรฐาน ถือปฏิบัติและกำกับดูแลมาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรับผิดชอบการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์การตลาด สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการประสานงานกับภาครัฐและเอกชน และมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือ อพท. รับผิดชอบการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรายพื้นที่

แผนภาพที่ ๔-๒ แสดงการสรุปหน้าที่รับผิดชอบโดยย่อของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ ผู้วิจัยยังได้สรุปข้อความหลักหรือข้อความสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก แสดงไว้ดังตารางที่ ๔-๕

แผนภาพที่ ๔-๒ สรุปหน้าที่รับผิดชอบโดยย่อของหน่วยงานต่างๆ

ตารางที่ ๔-๕ สรุปความถี่ของข้อความหลัก/สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อความหลัก/สำคัญ (Key Message)	จำนวนครั้งที่ข้อความหลัก/สำคัญถูกกล่าวถึง					
	นโยบายและยุทธศาสตร์	การตลาด	บริการอำนวยความสะดวก	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	รวม	ร้อยละ
มีทักษะทางด้านภาษาเพิ่มเติม รวมถึงภาษาที่สามหรือที่สี่ จำนวนแรงงานขาดแคลน มาตรฐานสมรรถนะวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ เก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนต่างชาติและคนไทยในอัตราที่เท่ากัน ขาดความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มากขึ้น เข้าใจ AEC	๑	๗	๙	๒	๑๙	๒๒.๘๙
ให้รัฐช่วยเหลือในด้านภาระภาษี (ภาษีโรงเรือน ธุรกิจสปา) รัฐควรสนับสนุนเครือโรงแรมไทยให้เป็นนานาชาติ ให้ความช่วยเหลือและช่วยพัฒนาทักษะใหม่ให้กับผู้ประกอบการ SME พิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ โครงการด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ระบบการขนส่งมวลชนในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ ให้ความช่วยเหลือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จัก ให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ	๓	๓	๖	๒	๑๔	๑๖.๘๗
ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ การมีส่วนร่วมของชุมชน	๕			๕	๑๐	๑๒.๐๕
ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ คิดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ Boutique Hotel มีกลยุทธ์ที่ต้องการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับผู้เข้าพัก สินค้า minibar มีราคาเท่ากับราคาในท้องตลาด การบังคับใช้ราคาในอัตรา Walk-in	๓	๕	๒		๑๐	๑๒.๐๕

ตารางที่ ๔-๕ สรุปความถี่ของข้อความหลัก/สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (ต่อ)

ข้อความหลัก/สำคัญ (Key Message)	จำนวนครั้งที่ข้อความหลัก/สำคัญถูกกล่าวถึง					
	นโยบายและยุทธศาสตร์	การตลาด	บริการอำนวยความสะดวก	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	รวม	ร้อยละ
ทำการตลาดแบบเจาะกลุ่ม ใช้กลยุทธ์สร้าง/ดำเนินธุรกิจร่วมกับพันธมิตร (Strategic Partner) ไม่ทำช่องทางการติดต่อของตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าถึงบริการได้ยาก ไม่ใช้การแข่งขันทางด้านราคา ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรับเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์องค์กรและทำการตลาด	๑	๔		๑	๖	๗.๒๓
ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆในพื้นที่กับทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ	๒		๒	๑	๕	๖.๐๒
แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงชุมชน หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน	๒		๑	๒	๕	๖.๐๒
ผู้บริหารในระดับท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	๑			๓	๔	๔.๘๒
นโยบายของภาครัฐไม่ตรงเป้าหมาย ไม่ได้สอบถามเอกชน นโยบายไม่ตรงต่อความต้องการ หรือไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและลักษณะธุรกิจของในพื้นที่ นโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขาดเอกภาพและความต่อเนื่อง สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวอย่างเบ็ดเสร็จ เช่น การใช้พรบ.เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ขาดความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่จริงในพื้นที่	๑		๑	๒	๔	๔.๘๒

ตารางที่ ๔-๕ สรุปความถี่ของข้อความหลัก/สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (ต่อ)

ข้อความหลัก/สำคัญ (Key Message)	จำนวนครั้งที่ข้อความหลัก/สำคัญถูกกล่าวถึง					
	นโยบายและยุทธศาสตร์	การตลาด	บริการอำนวยความสะดวก	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	รวม	ร้อยละ
ความปลอดภัยของการเดินทาง			๓		๓	๓.๖๑
ปฏิทินท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว		๑		๑	๒	๒.๔๑
บริการที่กลายเป็นบริการพื้นฐาน อินเตอร์เน็ต การเข้าถึงโดยผู้พิการ			๑		๑	๑.๒๐

บทที่ ๕
สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) หรือกระบวนการวิธีการวิจัยเป็นกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการวิจัยเชิงเอกสารเป็นกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประเด็นหรือจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับต่างๆ ประเด็นปัญหาสำคัญทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ได้เคยนำมาใช้ปฏิบัติในอดีตที่ผ่านมา ตลอดจนแนวทางการดำเนินกิจกรรมและแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีการนำมาใช้ ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาและข้อจำกัดของหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินการ ปัญหาและข้อจำกัดด้านการตลาด ด้านการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

สรุป

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

๑. ประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างอยู่ในอัตราที่สูงอย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้จะมีเหตุการณ์ร้ายแรงต่างๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ทางการเมือง ภัยธรรมชาติหรือโรคระบาด โดยช่วงระยะเวลาระหว่างปี ๒๕๔๐ ถึง ๒๕๕๗ อัตราการเติบโตเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวรายปีคิดเป็นจำนวนสูงถึงร้อยละ ๗.๕ ต่อปี และประเทศไทยได้รับการคาดการณ์ว่าจะยังคงสถานะเป็นจุดแห่งการเดินทางท่องเที่ยว (Tourist Destination) อยู่ต่อไปในอนาคต

๒. เมื่ออัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวมิได้เป็นข้อกังวลแล้ว ประเด็นที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต้องการให้พิจารณาเกี่ยวกับการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ได้แก่ การทำการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) ของแหล่งท่องเที่ยวของไทย คือการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หรือการท่องเที่ยวเชิงชุมชน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน

แม้ตำแหน่งทางการตลาดจะมีความชัดเจนว่าประเทศไทยจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมดังกล่าว แต่ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะยังคงดำรงรักษาอยู่ได้อย่างแข็งแกร่ง กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะต้องปรับตัวโดยใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) โดย

- สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ
- คิดค้นเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ
- มุ่งเน้นการเป็น Boutique Hotel ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็น Luxury Hotel
- ผู้ประกอบการโรงแรมต้องใช้กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างของโรงแรมไทยให้แตกต่างจากโรงแรมดั้งเดิม

๓. ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Project Development) กรอบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจะได้พิจารณาหรือคำนึงถึง ประกอบด้วย การกำหนด/พิจารณา/ทบทวนความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยว การพิจารณาความเกี่ยวข้องระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆในพื้นที่กับทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ประโยชน์ที่ผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่จะได้รับจากทรัพยากรธรรมชาติก่อนและหลังการพัฒนา การดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment) ดังเช่นเดียวกันกับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมของโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ตลอดจนการพิจารณาเปรียบเทียบผลได้ผลเสียระหว่างการพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังมีข้อแนะนำให้รัฐดำเนินการจัดการบริหารพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่อย่างเบ็ดเสร็จ เช่น การใช้กฎหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นต้น

๔. กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดเห็นว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องรับบทบาทที่สำคัญ โดยคำสำคัญหลักๆ ที่ปรากฏขึ้นจากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกบ่อยครั้งที่สุด เป็นคำสำคัญที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องปรับตัว ได้แก่

- ทักษะทางด้านภาษา
- จำนวนแรงงานขาดแคลน
- มาตรฐานสมรรถนะวิชาชีพ
- ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว
- ความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ
- ความรับผิดชอบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
- ปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลง
- ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มากขึ้น
- เข้าใจ AEC

กลยุทธ์การดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้คำแนะนำไว้ ประกอบด้วย

– ทำการตลาดแบบเจาะกลุ่ม

– ใช้กลยุทธ์สร้าง/ดำเนินธุรกิจร่วมกับพันธมิตร (Strategic Partner)

– สร้าง/มีช่องทางการติดต่อของตนเอง (ไม่ควรใช้เฉพาะช่องทางของผู้ให้บริการสำรองห้องพักออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว)

– ใช้กลยุทธ์ Rate Parity (ความเท่าเทียมของราคาสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะใช้ช่องทางการตลาดช่องทางใด)

– ไม่ใช้การแข่งขันทางด้านราคา

– ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ควรรับเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์องค์กรและทำการตลาด

๕. ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่างมีความเห็นว่า ภาครัฐจะเป็นผู้ที่มีความสำคัญในลำดับรองลงไป โดยคำสำคัญที่ปรากฏขึ้นจากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกเป็นจำนวนมากรองลงมาจากประเด็นที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัว ได้แก่ ประเด็นเรื่องความช่วยเหลือจากภาครัฐที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการ ประกอบด้วย

– ระบบการขนส่งมวลชนในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เช่น จัดให้มีรถไฟความเร็วสูงไปยังจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

– วางระบบการขนส่งมวลชนทั้งในเขตเมืองและทางหลวงแผ่นดิน

– ปรับปรุงภาระภาษี (ภาษีโรงเรือน ธุรกิจสปา) ให้เป็นธรรม เนื่องจากธุรกิจสปาต้องจดทะเบียนสรรพสามิตกับกรมสรรพสามิตเป็นสถานบริการที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการอาบ อบ นวด ตามมาตรา ๓ (๓) แห่ง พ.ร.บ. สถานบริการ พ.ศ. ๒๕๐๙ หากมีอ่างอาบน้ำ หรือสถานที่อาบน้ำในห้องเดียวกันกับห้องให้บริการนวด ไม่ว่าจะมีการแยกสัดส่วนระหว่างส่วนที่มีอ่างอาบน้ำหรือสถานที่อาบน้ำกับส่วนให้บริการนวด โดยมีประตูกั้นหรือไม่ก็ตาม หรือ จัดให้มีสถานที่ รูป หรือสื่อ เพื่อให้ผู้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้ ซึ่งสร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ประกอบการ และมีภาระของการกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐในฐานะกิจการอาบ อบ นวด ตามมา ส่วนภาษีโรงเรือนซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องเสียให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอัตราร้อยละ ๑๒.๕ จากค่ารายปีหรือจำนวนเงินซึ่งทรัพย์สินนั้นสมควรให้เช่าได้ นอกจากจะสร้างภาระภาษีที่ซ้ำซ้อนกับภาษีเงินได้นิติบุคคลแล้ว การจัดเก็บภาษีโรงเรือนยังมีปัญหาที่ให้อำนาจแก่เจ้าพนักงานมีอำนาจพิจารณากำหนดค่ารายปีตามสมควร และสามารถใช้ดุลพินิจเลือกวิธีการประเมินค่ารายปี กำหนดรายละเอียดการประเมินตามที่เห็นสมควร

– ก่อสร้างพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ หรือสนับสนุนให้ผู้ประกอบการลงทุนสร้างแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ โดยรัฐใช้มาตรการด้านภาษีให้การสนับสนุน

- ให้การสนับสนุนเครือโรงแรมไทยให้เป็นนานาชาติ
- ให้ความช่วยเหลือและช่วยพัฒนาทักษะใหม่ให้กับผู้ประกอบการ SME
- ให้งบประมาณดำเนินโครงการด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- ระบบการขนส่งมวลชนในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่
- กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการที่เอาเปรียบ
- ให้ความช่วยเหลือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จัก
- ให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ

๖. กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมีความเห็นพ้องต้องกัน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในการวางแผน พัฒนา และบริหารการท่องเที่ยวในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ความรู้ ความสามารถ และความพร้อมของเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนความรู้ ความสามารถ ความพร้อม และความร่วมมือของประชาชนที่อยู่อาศัยในชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวยังเป็นประเด็นที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป็นกังวล

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงเอกสารและจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาจัดทำข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

๑.๑ วิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยว ยังคงวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวเดิมที่กำหนดไว้ในแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ตามแนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการท่องเที่ยว

๑.๒ กำหนดยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙ ซึ่งประกอบด้วย

๑.๒.๑ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

๑.๒.๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน และการพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

๑.๒.๓ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง

๑.๓ กำหนดให้พันธกิจเป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี เป็น “เมืองชายทะเลที่สนุกสนาน (Amusement & Fun Beach)” โดยกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ สวนสนุก สวนน้ำ กิจกรรมซาฟารี กีฬาทางน้ำ และกิจกรรมกีฬาบนพื้นดินและบนฟ้า ส่วนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็น “The Royal Paradise” โดยเชื่อมเส้นทางการคมนาคมทางถนนของชายหาดทั้งหมดเข้าด้วยกัน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระดับ High-end โดยกิจกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนา ได้แก่ โรงแรมหรูหราทันสมัย สนามกอล์ฟระดับโลก ท่าเทียบเรือยอร์ช/มารีน่า พิพิธภัณฑ์ดาราศาสตร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ศูนย์การประชุมนานาชาติ ร้านค้าปลอดภาษี เทศกาลดนตรีแจ๊ส กีฬาทางน้ำและทางอากาศ และการแข่งขัน Formula One

เป้าประสงค์

๑. ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์เพิ่มขึ้น

๒. รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์เพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า

๓. สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

พันธกิจ

๑. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดีทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

๒. ลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและลดของเสีย ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว

๓. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

๔. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม

๕. สร้างการท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้

๖. เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว

๗. ประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องเพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา

๘. ฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกๆระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

๙. นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

๑๐. วิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ยุทธศาสตร์

๑. ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว มีแนวทางในการพัฒนาดังนี้

๑.๑ พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างกรุงเทพมหานครฯมายังเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยการเพิ่มทางเลือกการเดินทางจากการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลมาเป็นระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ เช่น รถไฟฟ้าความเร็วสูง

๑.๒ ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

๑.๓ จัดทำแผนที่การท่องเที่ยว คู่มือนักเดินทาง และปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย เพื่อลดความสับสนในการใช้เส้นทาง โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเดินทางเข้ามาในพื้นที่

๑.๔ ปรับปรุงระบบขนส่งมวลชน ระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่ใจกลางเมืองให้ปลอดภัย มีมาตรฐานด้านราคา และมีความเพียงพอทั้งในด้านจำนวนและระยะเวลาให้บริการ

๑.๕ พัฒนาท่าเรือ และส่งเสริมการลงทุนสร้างท่าเทียบเรือ เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลของจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ให้สามารถเชื่อมโยงได้กับเส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

๑.๖ กำหนดภูมิทัศน์เมืองของจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ตั้งแต่ทางสัญจร (Paths) ขอบเขต (Edges) ย่าน (Districts) จุดศูนย์รวม (Nodes) และจุดหมายตา (Landmarks) เพื่อสร้างมโนทัศน์ในการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวของผู้มาเยือน ทำให้เกิดจินตภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจ

๑.๗ ปรับปรุงคุณภาพทางทัศนียภาพในสภาพแวดล้อมที่เป็นส่วนของเมือง เพื่อให้เกิดความร่มรื่น สวยงาม มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละเมือง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ตัวเมือง และป้ายสัญญาณ หรือป้ายสื่อความหมายต่างๆ ให้เป็นหนึ่งเดียวกันตามภูมิทัศน์เมืองที่กำหนด

๑.๘ พัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ e–commerce อย่างแพร่หลาย ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์ และการเชื่อมโยงระบบบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์

๑.๙ ปรับปรุงและพัฒนาทางลาด บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล

๒. ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน และการพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว มีแนวทางในการพัฒนาดังนี้

๒.๑ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยดึงเอาความสามารถหลัก/จุดแข็งของแต่ละแห่งขึ้นมาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวบนธุรกิจขนมหวานของเมืองเพชรบุรี ตั้งแต่การให้ความรู้ และเยี่ยมชมแหล่งวัตถุดิบในการจัดทำขนมหวานของเมืองเพชรบุรี จนถึงการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมแหล่งผลิตขนมหวานของเพชรบุรี หรือการท่องเที่ยวสวนมะพร้าวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๒.๒ ชักชวนเอกชนให้ลงทุนพัฒนาพื้นที่ สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยผลักดันและกำหนดให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ

๒.๓ ฟื้นฟู และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิม เช่น ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งตั้งแต่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จนถึงชายหาดหัวหินในบริเวณพระราชวังไกลกังวล และทางตอนใต้ของหาดชะอำบริเวณพระราชนิเวศมฤคทายวันถึงหาดเจ้าสำราญ เกิดการกัดเซาะชายฝั่งรุนแรง ซึ่งเป็นผลมาจากผู้ประกอบกิจการโรงแรมริมชายหาดหลายแห่งได้ถมที่ริมทะเลออกไปเพื่อขยายพื้นที่

๒.๔ พัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสถานพยาบาลในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระบบการจัดการขยะ น้ำเสีย มลพิษ และระบบเครือข่ายเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค

๒.๕ กำหนดเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ชัดเจน และวางแผน/ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแต่ละแหล่งของประเทศให้ไม่ซ้ำซ้อนกัน ทั้งนี้ เพื่อรักษาคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งให้มีความยั่งยืน สร้างความแตกต่างของการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จากแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศ

๒.๖ ส่งเสริมและจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และระดับชาติ การจัดประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการ ทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการกระจายรายได้สู่จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๒.๗ เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการสนับสนุนเงินทุน วิชาการ การให้ความรู้และให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ การสร้างแบรนด์ และเอกลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดท่องเที่ยว การจัดหาแหล่งเงินกู้ การค้ำประกันและเงินทุน การลดต้นทุนในการกู้ยืม การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่

๓. ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง

๓.๑ อำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

๓.๒ กระจายอำนาจ และจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดความขัดแย้งและสามารถสร้างกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการสภาพและกำลังรองรับของชุมชนและระบบนิเวศในท้องถิ่น

๓.๓ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม

๒. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) หรือกระบวนการวิธีการวิจัยเป็นกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งถึงแม้ว่าการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเป็นข้อมูลที่มีจุดแข็งในด้านความเกี่ยวข้อง (Relevance) สูง แต่ก็มีจุดอ่อนที่สำคัญคือ การนำไปปรับใช้กับเหตุการณ์หรือสถานการณ์อื่น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียประเภทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบกิจการ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งความเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกอาจจะแตกต่างไปจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียประเภทเดียวกันที่อยู่ต่างท้องที่ออกไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากมีการดำเนินงานวิจัยในลักษณะเดียวกันเช่นนี้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น ภาคเหนือ หรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาจจะทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะที่แตกต่างออกไป

บรรณานุกรม

หนังสือ

ดวงใจ หล่อธนวณิชย์ และคณะ. นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ: ธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐.

บุปผา พิกุลแก้วและคณะ. โครงการแนวทางการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด สิงหาคม. กรุงเทพฯ: รัชต์ภาคย์ วิทยาลัย, ๒๕๕๐.

มาฆะ ขิตตะสังคะ และคณะ. โครงการบทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน จังหวัดเชียงราย. กรุงเทพฯ: ราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๙.

วารสาร หนังสือพิมพ์

จิรา บัวทอง. “เศรษฐกิจการท่องเที่ยว (The Visitor Economy)”, TAT Review Magazine. (๓/๒๕๕๗), กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๕๗. หน้า ๒๗-๓๑.

จิรัฐ ชวนชม และนงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร”, วารสารวิจัย มสด สาขามนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์. ๑๐ (๓), กันยายน – ธันวาคม ๒๕๕๗. หน้า ๑-๑๖.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. “แนวทางการปฏิรูป การท่องเที่ยวไทย”, TAT Review Magazine. (๔/๒๕๕๗), ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๗. หน้า ๕๕-๕๙.

ภราเดช พยัฆวิเชียร. “การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของไทยทั้งอดีตปัจจุบันและอนาคต”, eTAT Tourism Journal. (๒/๒๕๔๙), เมษายน - มิถุนายน ๒๕๔๙. หน้า ๑-๑๖.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า กอบกาญจน์ ศักดิ์ประเสริฐ ภาวิณี สะอาดศรี และ วนชัย อุทิน. “แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน”, Veridian E-Journal SU. ๖ (๑), มกราคม – เมษายน ๒๕๕๖. หน้า ๑๑๙-๑๓๑.

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สภา. “สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวปี ๒๕๕๖”, จดหมายข่าวสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TCT News). ปีที่ ๑ (๓), มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗. หน้า ๔.

อุษาวดี พลพิพัฒน์. “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย”, จุลสารการท่องเที่ยว. ๒๑ (๔), ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๔๕, หน้า ๓๘ – ๔๘.

เอกสารวิจัย

แก้วตา โรหิตรัตนะ และคณะ. “โครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๖.

จิรัฏฐ์ อัครรัศมีโภคิน. “กลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงแรม : กรณีศึกษาโรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร”. รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ๒๕๕๓.

นริศา คำแก่น พรรณี สวนเพลง และเบญจพร ดามาพงศ์. “รายงานฉบับสมบูรณ์ การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๕.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด นุกูล เครือฟู และอัครพงศ์ อั้นทอง, “รายงานหลักมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๘.

สำเนาว์ เสาวกูลและคณะ. “บทบาทของผู้นำองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้”**.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๐.

กฎหมาย

“แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๒๘ ตอนพิเศษ ๖๗ ง, ๑๗ มิถุนายน ๒๕๕๔, หน้า ๑๔.

เอกสารไม่ตีพิมพ์

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. “ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙”. ๒๕๕๔.

ปรีดี โชติช่วง. “นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว”. ๒๕๕๒.

ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจน, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. “รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร โครงการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวด้าน Hospitality Management”. ๒๕๕๑.

ITB. “ITB WORLD TRAVEL TRENDS REPORT 2014/2015”. ๒๕๕๘.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

กุลวดี ละม้ายจีน. “เอกสารประกอบการสอนวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.human.ubru.ac.th/2010/images/educationdocument/aj.kulawadee01.pdf, ๒๕๕๓.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. “(ร่าง) รายงานการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://www.angthong.go.th/2554/attachments/1372_ รายงานส่วนที่%201-4.pdf, ๒๕๕๘.

ททท. ภาคเหนือเขต ๑, สำนักงาน. “แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.igoodmedia.net/@communication_arts/mca9024_551a/cm9204_07tour-in-tomorrow.ppt, ๒๕๕๘.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. “ภาวะเศรษฐกิจไทยปี ๒๕๕๗”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AnnualReport/AnnualReport/annual_Y57_T.pdf, ๒๕๕๗.

พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ. “การสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว ด้วยแนวคิดการตลาด ๓.๐”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : https://phongzahrun.wordpress.com/2014/03/10, ๒๕๕๗.

ศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบัน. “จุดขายไทยแลนด์ในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ใช่ ชายหาด แล้วมันคืออะไร ?”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.tuhpp.net/?p=6746, ๒๕๕๗.

ส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี, สถาบัน. “ประเภทการท่องเที่ยว”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.igpthai.org/NS057/userfiles/files/Tourism.pdf, ๒๕๕๘.

สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน. “จับตามองท่องเที่ยวไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://service.nso.go.th/nso/web/article/article_63.html, ๒๕๕๘.

สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน. “สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๔๓ – ๒๕๕๕”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html, ๒๕๕๗.

สยามอินเทลลิเจนท์ยูนิต. “พัฒนาการของเศรษฐกิจไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.siamintelligence.com/development-of-thai-economy, ๒๕๕๘.

สฤษดิ์พงษ์ ลิมปิษเฐียร และ ปัญญา ธีระวิทยเลิศ. “เทคนิควิธีและเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://edu.stou.ac.th/EDU/UploadedFile/หน่วยที่10.pdf, ๒๕๕๘.

iHotel Marketer. “Rate Parity วิธีแก้ปัญหาความขัดแย้งของช่องทางการตลาด”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.ihotelmarketer.com/, ๒๕๕๕.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ พันตำรวจโท กุลธน ประจวบเหมาะ

วัน เดือน ปีเกิด ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๐๖

การศึกษา มัธยมศึกษา โรงเรียนวชิราวุธวิทยาลัย
ปริญญาตรี นิติศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (๒๕๒๙)
ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม (๒๕๔๐)

ประวัติการทำงาน
- เลขาธิการ และกรรมการบริหารสมาคมรักบี้ฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
- ที่ปรึกษาสมาคมรักบี้ฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
- ผู้จัดการทีมรักบี้ฟุตบอล ทีมชาติไทย
- ประธานที่ปรึกษา บริษัท อินฟินิท อิเลคทริค (ประเทศไทย) จำกัด
- รองประธานกรรมการบริหาร บริษัท จี พาเทนท์ ในเครือ บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่
- รับราชการทหารกองพันสารวัตรทหาร มณฑลทหารบกที่ ๑๑
- ประธานที่ปรึกษา บริษัท อินฟินิท อิเลคทริค (ประเทศไทย) จำกัด
- รองสารวัตร แผนกวินัย กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค ๑
- นายเวรผู้บังคับการตำรวจท่องเที่ยว
- รองสารวัตรตำรวจท่องเที่ยว แผนก ๓ กอง ๒
- สารวัตรกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน
- สารวัตรตำรวจท่องเที่ยว แผนก ๖ กอง ๑

ตำแหน่งปัจจุบัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เวย์ บียอน ๕๕ จำกัด
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เค ที พี (โอวี) เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ผู้วิจัย พันตำรวจโท กุลธน ประจวบเหมาะ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** 57

ตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เวย์ บียอน 55 จำกัด และ บริษัท เค ที พี (โอวี) เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทิศทางและกำหนดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และช่วยกระจายความเจริญไปสู่ชุมชนในท้องถิ่นของประเทศมาหลายทศวรรษ ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า ในปี 2543 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเป็นจำนวนสูงถึง 285,272 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 983,928 ล้านบาทในปี 2555 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ออนไลน์, 2557) คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate - CAGR) ประมาณร้อยละ 10.87 ต่อปี โดยในปี 2554 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากกว่า 776,217 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ออนไลน์, 2557)

ความสำคัญของรายได้จากการท่องเที่ยวมิได้หมายความถึงแต่เฉพาะตัวเลขการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Spending) เท่านั้น แต่การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในเชิงของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added) และการจ้างงาน ทำให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Visitor Economy) ถูกจัดเป็นหนึ่งในเสาหลักสำหรับการพัฒนาด้านสังคมในภูมิภาค อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเมืองหลัก และได้รับการพัฒนาจนเกินศักยภาพหรือเกินความสามารถที่จะรองรับได้ตามธรรมชาติ ขาดการวางแผนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมที่ขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการทำลายคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและเป็นตัวเร่งให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ ซึ่งในการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวนั้น จำเป็นจะต้องมีการทำงานร่วมกันทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จนทำให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์ของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว

แห่งชาติที่สำคัญ เช่น ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว หรือยุทธศาสตร์การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน หรือยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครอง เป็นต้น (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559, 2554)

อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนในระดับนโยบายการบริหารส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว ทำให้ปัญหาในเชิงโครงสร้างของภาคการท่องเที่ยวไทยยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางด้านอุปทาน อันได้แก่ สินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และปัญหาด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งครอบคลุมถึงการทำการตลาดการท่องเที่ยวไทย งานวิจัยของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2557) ชี้ให้เห็นปัญหาสำคัญที่มักจะถูกมองข้าม ทำให้การจัดการฐานทรัพยากรและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ขาดประสิทธิภาพ เพราะการกระจายอำนาจที่มากเกินไป ทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงและหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้การจัดการไร้ซึ่งทิศทาง และขาดเอกภาพ

ผู้วิจัยซึ่งทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเพื่อศึกษาสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาและผลกระทบเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยภาครัฐ และเอกชนอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและผลกระทบทางด้านอุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา : การศึกษาสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะศึกษาย้อนหลังไปถึงปี พ.ศ. 2530 เท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลก่อนปี พ.ศ. 2530 ประกอบกับในปีดังกล่าวเป็นปีที่รัฐบาลประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวในระยะแรก ๆ ของประเทศไทย

ขอบเขตด้านพื้นที่ : สำหรับการค้นหาประเด็นปัญหาสำคัญทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จะศึกษารวบรวมมาจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) หรือกระบวนการวิธีการวิจัยเป็นกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ข้อเท็จจริง เอกสารวิชาการ งานวิจัย แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว แผนการตลาดการท่องเที่ยว แผนยุทธศาสตร์จังหวัด และบทความที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ การวิจัยเชิงเอกสารเป็นกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์และพัฒนาการของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประเด็นหรือจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับต่างๆ ประเด็นปัญหาสำคัญทางด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ได้เคยนำมาใช้ปฏิบัติในอดีตที่ผ่านมา ตลอดจนแนวทางการดำเนินกิจกรรม และแนวทางในการจัดการการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่มีการนำมาใช้

2. การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบปลายเปิด (Open-ended In-depth Interview) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนาหรือเจรจาอย่างมีจุดมุ่งหมายระหว่างนักวิจัย (ผู้สัมภาษณ์) และผู้ให้ข้อมูล (ผู้ถูกสัมภาษณ์) ที่ช่วยเพิ่มเติมข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการอื่นๆ ได้ดีขึ้น อีกทั้งยังสามารถช่วยตรวจสอบความเป็นจริงของข้อมูลที่ได้มากจากการเก็บข้อมูลก่อนหน้า ใช้คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลได้อย่างเสรีตามความพอใจ และกระตุ้นให้ได้แสดงความคิดเห็น

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจาก ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ตลอดจนบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยดำเนินกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 8 ท่าน กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม จำนวน 12 ท่าน กลุ่มตัวอย่างนักวิชาการ จำนวน 3 ท่าน กลุ่มตัวอย่างองค์กรปกครอง

ส่วนท้องถิ่น จำนวน 3 ท่าน และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 6 ท่าน ที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 32 ท่าน

ผลการวิจัย

ประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างอยู่ในอัตราที่สูงอย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้จะมีเหตุการณ์ร้ายแรงต่างๆ เกิดขึ้น เมื่ออัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวมิได้เป็นข้อกังวลแล้ว ประเด็นที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต้องการให้พิจารณาเกี่ยวกับการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ได้แก่ การทำการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) ของแหล่งท่องเที่ยวของไทย คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หรือการท่องเที่ยวเชิงชุมชน ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะยังคงดำรงรักษาอยู่ได้อย่างแข็งแกร่ง กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะต้องปรับตัวโดยใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) โดย สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ คิดค้นเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ มุ่งเน้นการเป็น Boutique Hotel ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็น Luxury Hotel และผู้ประกอบการโรงแรมต้องใช้กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างของโรงแรมไทยให้แตกต่างจากโรงแรมดั้งเดิม

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Project Development) กรอบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจะได้พิจารณาหรือคำนึงถึง ประกอบด้วย การกำหนด/พิจารณา/ทบทวนความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยว ประโยชน์ที่ผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่จะได้รับจากทรัพยากรธรรมชาติก่อนและหลังการพัฒนา การดำเนินการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment) ดังเช่นเดียวกันกับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมของโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ตลอดจนการพิจารณาเปรียบเทียบผลได้ผลเสียระหว่างการพัฒนาเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังมีข้อแนะนำให้รัฐดำเนินการจัดการบริหารพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่อย่างเบ็ดเสร็จ เช่น การใช้กฎหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นต้น

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดเห็นว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องรับบทบาทที่สำคัญ โดยคำสำคัญหลักๆ ที่ปรากฏขึ้นจากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกบ่อยครั้งที่สุด เป็นคำสำคัญที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องปรับตัว ได้แก่ ทักษะทางด้านภาษา จำนวนแรงงาน มาตรฐานสมรรถนะวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ การปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลง ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มากขึ้น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC

กลยุทธ์การดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้คำแนะนำไว้ ประกอบด้วย การทำการตลาดแบบเจาะกลุ่ม ใช้กลยุทธ์สร้าง/ดำเนินธุรกิจร่วมกับพันธมิตร (Strategic Partner) สร้าง/มีช่องทางการติดต่อของตนเอง (ไม่ควรใช้เฉพาะช่องทางของผู้ให้บริการสำรองห้องพักออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว) ใช้กลยุทธ์ Rate Parity (ความเท่าเทียมของราคาสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะใช้ช่องทางการตลาดช่องทางใด) ไม่ใช้การแข่งขันทางด้านราคา และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ควรรับเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์องค์กรและทำการตลาด

ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่างมีความเห็นว่า ภาครัฐจะเป็นผู้ที่มีความสำคัญในลำดับรองลงไป โดยคำสำคัญที่ปรากฏขึ้นจากการให้สัมภาษณ์เชิงลึกเป็นจำนวนมากรองลงมาจากประเด็นที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัว ได้แก่ ประเด็นเรื่องความช่วยเหลือจากภาครัฐที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการ ประกอบด้วย การปรับปรุงภาระภาษี (ภาษีโรงเรือน ธุรกิจสปา) ให้เป็นธรรม ให้ความช่วยเหลือและช่วยพัฒนาทักษะใหม่ให้กับผู้ประกอบการ SME พัฒนาระบบการขนส่งมวลชนในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ และให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมีความเห็นพ้องต้องกัน เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในการวางแผน พัฒนา และบริหารการท่องเที่ยวในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ความรู้ความสามารถ และความพร้อมของเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนความรู้ความสามารถ ความพร้อม และความร่วมมือของประชาชนที่อยู่อาศัยในชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวยังเป็นประเด็นที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป็นกังวล

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) หรือกระบวนการวิธีการวิจัยเป็นกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งถึงแม้ว่าการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเป็นข้อมูลที่มีจุดแข็งในด้านความเกี่ยวข้อง (Relevance) สูง แต่ก็มีจุดอ่อนที่สำคัญคือ การนำไปปรับใช้กับเหตุการณ์หรือสถานการณ์อื่น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียประเภทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบกิจการ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งความเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกอาจจะแตกต่างไปจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียประเภทเดียวกันที่อยู่ต่างท้องที่ออกไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากมีการดำเนินงานวิจัยในลักษณะเดียวกันเช่นนี้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น ภาคเหนือ หรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาจจะทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะที่แตกต่างออกไป