

การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

โดย

พันเอก จิรววัฒน์ นาคะรัตน์  
รองเสนาธิการ กรมยุทธศึกษาทหารบก  
กองทัพบก กระทรวงกลาโหม

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๓  
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔

## หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ ของ พันเอก จิรวัดน์ นาคะรัตน์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๓ ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔

พลโท

(วิโรจน์ เกิดแสง)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

## บทคัดย่อ

**เรื่อง** การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

**ลักษณะวิชา** การเศรษฐกิจ

**ผู้วิจัย** พันเอก จิรวัดน์ นาคะรัตน์

**หลักสูตร** วปอ. รุ่นที่ ๖๓

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และนำมาวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กรณีศึกษา ศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหาร กำลังพลและครอบครัว ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร และข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในหน่วยทหาร มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ได้แก่ ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว, ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว, การมีส่วนร่วมของชุมชน, การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร, การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร ซึ่งการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค การท่องเที่ยวในเขตทหาร พบว่า จุดแข็งของพื้นที่ศูนย์การทหารม้า มีทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทุกประเภทในบริเวณแหล่งเดียวกัน จุดอ่อนของหน่วยงานทหารมีบุคลากรไม่ใช่มืออาชีพ และนโยบายของผู้บังคับบัญชาไม่ต่อเนื่องและยังขาดความชัดเจน โอกาสของหน่วยมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการออกกำลังกาย และพักผ่อน ทำให้ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น และอุปสรรคของการบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดขอบเขตด้วยระบบของราชการ และการปิดกั้นความลับของทางราชการรักษาความปลอดภัยสถานที่ของทางราชการ ทั้งนี้สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ได้ดังนี้ การพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสินค้าและการบริการการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานมากขึ้น โดยการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง การเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดทำสื่อการขายสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ข้อเสนอแนะ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารหน่วยควรมีการประชุมเพื่อวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างต่อเนื่อง และกำหนดแผนงานหรือกลยุทธ์ที่ชัดเจนในแต่ละด้าน รวมไปถึงการนำปัญหาและอุปสรรค มาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป

## Abstract

**Article** The potential development of interesting place in Military zone.

**Field** Economics

**Name** Col. Jirawat Nakarat

**Course** NDC

**Class** 63

The objective of studying in research about the potential development of interesting place in Military zone is to study guidance in developing of interesting place in Military zone. It was analyzed to find strength, weak point, opportunity and problem to determine the guideline in developing of interesting place in Military zone in the case study of Cavalry center , Saraburi province. It was a Qualitative Research by collecting primary information, intensive interview from administrators, personnel and families concerning about interesting place in military zone. Secondary information was from studying and collecting from basic information of theoretical concept and relevant researches. Besides there were documents about potential development of interesting place in Military to be analyzed as content validity to get the answer according to planned objective.

The result of the research found that the factors in developing of interesting place , such as, service, tourism management, the area of interesting place and infrastructures, goods and tourism service, participation of community , tourism promotion in military zone and tourism public relation in military zone. From analyzing strength, weak point, opportunity and problem were the weak point of military unit is that personnel are not professional and commander policy is not continuous and clear. The units that have the proper areas for exercise, recreation will receive the opportunity and more interest. The difficulty of administrative is determined and limited by bureaucracy and official confidentiality including government office security. So, these issues could be analyzed to determine the guidance in developing interesting places in military zone as follows, tourism administration management, interesting places and infrastructure development, goods and tourism service development standard. Military zone should create its own identity, give the opportunity for personnel and families for participating in developing , promoting and making media for selling goods for tourism. The recommendation for tourism administrative management in military zone should have the meeting to plan tourism administrative management in military zone continuously. And there should be clear plan and strategy in each aspect, including bringing problem and difficulty improved and developed to allow tourism administrative management in military zone successfully and sustainably .



## คำนำ

เอกสารวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของศึกษาในหลักสูตร วปอ. เป็นการศึกษา การพัฒนา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยการวิจัยจะศึกษาแนวคิดปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในเขตทหาร และนำมาวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแนวทาง ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ชุมชนมี รายได้เพิ่มขึ้นและสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานการท่องเที่ยว ในเขตทหาร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ ข้อมูลการศึกษาวิจัย ประสบความสำเร็จได้ด้วยความร่วมมือของผู้บริหาร กำลังพลและครอบครัว ศูนย์การทหารม้า รวมทั้ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ตลอดจนขอขอบคุณคณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ ของ วปอ. ทุกท่านที่ให้ความกรุณาเอื้อเฟื้อตลอดเวลาที่ศึกษา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

พันเอก

(จิรวัดน์ นาคะรัตน์)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๓

ผู้วิจัย

## สารบัญ

|   | หน้า      |
|---|-----------|
| บทคัดย่อ  | ก         |
| Abstract  | ข         |
| คำนำ  | ค         |
| สารบัญ  | ง         |
| สารบัญตาราง   | จ         |
| สารบัญแผนภาพ  | ฉ         |
| <b>บทที่ ๑ บทนำ</b>   | <b>๑</b>  |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา                                    | ๑         |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย   | ๓         |
| ขอบเขตของการวิจัย   | ๓         |
| วิธีดำเนินการวิจัย  | ๔         |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย                                      | ๔         |
| คำจำกัดความ   | ๕         |
| <b>บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>     | <b>๗</b>  |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว    | ๗         |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ                                | ๑๔        |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์                           | ๒๐        |
| แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน                               | ๒๙        |
| แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน                           | ๔๐        |
| แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร            | ๔๔        |
| นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว                                | ๔๘        |
| ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง   | ๔๙        |
| กรอบแนวคิดของการวิจัย   | ๕๒        |
| สรุป  | ๕๒        |
| <b>บทที่ ๓ ปัจจัยในการดำเนินงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร</b>  | <b>๕๔</b> |
| ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า                              | ๕๔        |
| ข้อมูลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร                     | ๗๖        |
| ปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร                          | ๗๗        |
| การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร | ๘๐        |
| สรุป  | ๘๑        |

## สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า       |
|--|------------|
| <b>บทที่ ๔</b>   |            |
| <b>แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร</b>                   | <b>๘๕</b>  |
| การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว                  | ๘๕         |
| แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร                          | ๘๖         |
| สรุป   | ๙๑         |
| <b>บทที่ ๕</b>   |            |
| <b>สรุปและข้อเสนอแนะ</b>   | <b>๙๕</b>  |
| สรุป   | ๙๕         |
| ข้อเสนอแนะ   | ๑๐๐        |
| <b>บรรณานุกรม</b>  | <b>๑๐๒</b> |
| <b>ภาคผนวก</b>   | <b>๑๐๖</b> |
| ผนวก ก   |            |
| แบบสัมภาษณ์ สำหรับผู้บริหาร เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว      |            |
| ในเขตทหาร  | ๑๐๗        |
| ผนวก ข   |            |
| แบบสัมภาษณ์ สำหรับกำลังพล เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว        |            |
| ในเขตทหาร  | ๑๐๘        |
| ผนวก ค   |            |
| แบบสัมภาษณ์ สำหรับหน่วยงานภาครัฐ เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว |            |
| ในเขตทหาร  | ๑๐๙        |
| ผนวก ง   |            |
| แบบสัมภาษณ์ สำหรับนักท่องเที่ยว เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว  |            |
| ในเขตทหาร  | ๑๑๐        |
| <b>ประวัติย่อผู้วิจัย</b>  | <b>๑๑๑</b> |



## สารบัญตาราง

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| ๒ - ๑ ตัวอย่างการตอบสนองความต้องการทางร่างกายและความต้องการด้านวัฒนธรรม | ๑๖   |

## สารบัญแผนภาพ

| แผนภาพที่   | หน้า |
|---|------|
| ๒ - ๑ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 3As                              | ๑๔   |
| ๒ - ๒ ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder : TCL )    | ๑๘   |
| ๒ - ๓ โครงสร้างแบบแผนของแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยว           | ๑๙   |
| ๒ - ๔ กระบวนการลำดับแนวความคิดของเศรษฐกิจชุมชน                      | ๓๓   |
| ๒ - ๕ แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน                                 | ๓๖   |
| ๒ - ๖ กรอบแนวคิดของการวิจัย   | ๕๒   |
| ๓ - ๑ ผังแสดงพื้นที่เขตทหารค่ายอดิศร                                | ๕๕   |
| ๓ - ๒ พระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช                 | ๕๖   |
| ๓ - ๓ พระอนุสาวรีย์ พลโทพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงอดิศรอุดมเดช       | ๕๖   |
| ๓ - ๔ ศาลาเจ้าพระยาบดินทร์เดชา สิงหเสนี                             | ๕๗   |
| ๓ - ๕ บริเวณด้านหน้าพิพิธภัณฑสถานทหารม้า                            | ๕๗   |
| ๓ - ๖ เจ้าหน้าที่บรรยายถึงประวัติความเป็นมาของเหล่าทหารม้า          | ๕๘   |
| ๓ - ๗ เจ้าหน้าที่บรรยายถึงบุคคลสำคัญของเหล่าทหารม้า                 | ๕๘   |
| ๓ - ๘ นักเรียนเยี่ยมชม อาวุธ ยุทโธปกรณ์ของเหล่าทหารม้า              | ๕๘   |
| ๓ - ๙ นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม อาวุธ ยุทโธปกรณ์ของเหล่าทหารม้า         | ๕๙   |
| ๓ - ๑๐ พิพิธภัณฑสถานรบ  | ๕๙   |
| ๓ - ๑๑ พิพิธภัณฑสถานรบโบราณ   | ๖๐   |
| ๓ - ๑๒ นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานรบโบราณ                    | ๖๐   |
| ๓ - ๑๓ ผู้บังคับบัญชา ร่วมทำกิจกรรมหว่านข้าว บริเวณศูนย์การเรียนรู้ | ๖๑   |
| ๓ - ๑๔ ประธานสมาคมแม่บ้านฯ และคณะ ร่วมชมผลิตภัณฑ์เรียนรู้ค่ายอดิศร  | ๖๑   |
| ๓ - ๑๕ เยาวชนเข้ารับการเรียนหลักสูตรขี่ม้าเบื้องต้น                 | ๖๒   |
| ๓ - ๑๖ เยาวชนเข้าร่วมโครงการอาชาบำบัด                               | ๖๒   |
| ๓ - ๑๗ เจ้าหน้าที่นำม้ามาให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม                   | ๖๒   |
| ๓ - ๑๘ สมาชิกชมรมยิงปืนเข้ารับฝึกซ้อมยิงปืน                         | ๖๓   |
| ๓ - ๑๙ สนามกอล์ฟค่ายอดิศร   | ๖๓   |
| ๓ - ๒๐ การจัดกิจกรรมวิ่งเพื่อสุขภาพ                                 | ๖๔   |
| ๓ - ๒๑ นักท่องเที่ยวออกกำลังกายช่วงเย็น                             | ๖๔   |
| ๓ - ๒๒ บริการเรือปั่นสำหรับผู้สนใจ                                  | ๖๕   |
| ๓ - ๒๓ อาคารอดิศรยิมเนเซียม   | ๖๕   |
| ๓ - ๒๔ ภายในสนามมวยค่ายอดิศร  | ๖๖   |
| ๓ - ๒๕ สมาชิกชมรมนักมวยสมัครเล่นเข้ารับฝึกซ้อมกีฬามวย               | ๖๖   |
| ๓ - ๒๖ อาคารประมณฑ์ผลาสินธุ์  | ๖๗   |
| ๓ - ๒๗ หน่วยงานใช้พื้นที่อาคารประมณฑ์ผลาสินธุ์ในการจัดกิจกรรมพบปะ   | ๖๗   |

## สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

| แผนภาพที่ | หน้า |
|-----------|------|
| ๓ - ๒๘    | ๖๗   |
| ๓ - ๒๙    | ๖๘   |
| ๓ - ๓๐    | ๖๘   |
| ๓ - ๓๑    | ๖๙   |
| ๓ - ๓๒    | ๖๙   |
| ๓ - ๓๓    | ๗๐   |
| ๓ - ๓๔    | ๗๐   |
| ๓ - ๓๕    | ๗๐   |
| ๓ - ๓๖    | ๗๑   |
| ๓ - ๓๗    | ๗๑   |
| ๓ - ๓๘    | ๗๒   |
| ๓ - ๓๙    | ๗๒   |
| ๓ - ๔๐    | ๗๒   |
| ๓ - ๔๑    | ๗๓   |
| ๓ - ๔๒    | ๗๓   |
| ๓ - ๔๓    | ๗๓   |
| ๓ - ๔๔    | ๗๔   |
| ๓ - ๔๕    | ๗๔   |
| ๓ - ๔๖    | ๗๔   |
| ๓ - ๔๗    | ๗๕   |
| ๓ - ๔๘    | ๗๕   |
| ๓ - ๔๙    | ๗๖   |

# บทที่ ๑

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งในปัจจุบันมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวมากมายหลายประเภทและหลายระดับเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น และสร้างอาชีพ ตลอดจนเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชนในพื้นที่ รวมไปถึงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมแห่งใหม่ของประเทศที่กองทัพบกได้นำเอาอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร มานำเสนอแก่สาธารณะ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการทำให้ประชาชนมีความเข้าใจในกองทัพบกมากขึ้น รวมทั้งเป็นการส่งเสริมงานด้านกิจการพลเรือน เกิดความภาคภูมิใจในเกียรติประวัติของหน่วยจากกำลังพล ทั้งที่ยังรับราชการอยู่ และที่ออกจากราชการไปแล้ว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากของประเทศได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ไปสู่กำลังพลภายในหน่วยและครอบครัว ในรูปของค่าตอบแทน รวมทั้งทำให้เกิดการสร้างงาน มีการปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมของหน่วย โดยเฉพาะในด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความปลอดภัย เป็นแหล่งเรียนรู้ของกองทัพบกและประชาชนตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามนโยบายของรัฐบาล สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) โดยมีหลักการสำคัญ คือ การส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ของประเทศ กางวางตำแหน่งทางการตลาดในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การเป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายความเจริญสู่ประชาชนและชุมชน รวมถึงการเชิดชูอัตลักษณ์ และส่งเสริมวัฒนธรรมไทย โดยมีเป้าหมายของการพัฒนา คือ การยกระดับประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนาแล้ว การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนและการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของ การลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยว, ๒๕๖๐) โดยเฉพาะโครงการประชารัฐ การสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) ซึ่งได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวใน

เขตทหาร กองทัพบก (พ.ศ.๒๕๖๑ – ๒๕๖๔) โดยให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกองทัพบก ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนในหน่วยทหาร และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต

ในฐานะที่หน่วยทหารมาเป็นส่วนหนึ่งของกองทัพบก ได้นำแนวคิดของผู้บัญชาการทหารบก ท่านก่อน มาบูรณาการพื้นที่ในเขตทหาร ศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี ให้เป็นพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ เพื่อสร้างความหลากหลายของ รูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงแต่เป็นเพียงการยกระดับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของชุมชน แต่ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อส่งต่อคุณค่าสู่สังคม เช่น กิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้ความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความเป็นค่ายทหาร มานำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น และวิถีแบบทหารที่มีความโดดเด่น ตื่นเต้น ทำท่าย สร้างความเป็นหมู่คณะ สามัคคี ที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน โดยเจ้าหน้าที่ทหารที่มีพร้อมคอยให้บริการ มีความเชี่ยวชาญ และดูแลความปลอดภัย อีกทั้งยังส่งเสริมความรู้ ทั้งการแบ่งปันความรู้ความเชี่ยวชาญ ทางทหาร เป็นวิทยาทาน เปิดประสบการณ์ชีวิตในแบบทหาร และสร้างความตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ที่มีความสำคัญของกองทัพบก นอกจากนี้ก็ยังได้นำแนวคิดในเรื่อง ปรัชญาการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ซึ่งเป็นเรื่องที่ควรค่าแก่การถ่ายทอดสู่ประชาชน เพื่อวิถีชีวิตที่ร่มเย็นอย่างยั่งยืน โครงการจึงได้นำแนวความคิดนี้ถ่ายทอดออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรม ทั้งนิทรรศการให้ความรู้ที่จัดแสดงแนวความคิดใช้ชีวิตอย่างพอเพียง ทั้งนี้ศูนย์การทหารม้าได้จัดแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ในเขตทหาร อันประกอบด้วย พักแรม วอล์คแรลลี่ การไต่หน้าผา กิจกรรมยิงปืน กิจกรรมการแข่งขันจักรยานเสือภูเขา สวนสุขภาพเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ศูนย์กีฬาออลพอดิศร ขนาด ๑๘ หลุม สระว่ายน้ำออดิศร ออดิศรยิมเนเซียม พิพิธภัณฑสถานศูนย์การทหารม้า และงานฝีมือของชมรมแม่บ้านทหารบกศูนย์การทหารม้า ซึ่งในปัจจุบันได้สร้างศูนย์การเรียนรู้/หน่วยทหารพันธุ์ดี ตามแนวพระราชดำริ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี โดยมีการจัดกิจกรรมเกษตรพอเพียง และแปลงนาสาธิต เป็นต้น ซึ่งภายใต้บทบาทหน้าที่ของกองทัพบก ได้มีเจตนารมณ์ให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารของกองทัพบกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพของประเทศ ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยใช้อัตลักษณ์ความเป็นตัวตนทหาร ดำเนินการตามแนวคิดการท่องเที่ยวยุคใหม่ บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เน้นความสมดุล พอประมาณ และการรักษาสมดุลภาพระหว่าง การหารายได้ กับการอนุรักษ์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองทัพบก ๒๕๖๑ : ๒๗) ทั้งนี้การท่องเที่ยวในเขตทหาร หน่วยยังขาดความเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญ ในด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ขาดความเชื่อมโยงกับ ภาคส่วนงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหาร

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และนำมาวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้มียกระดับการท่องเที่ยวในเขตทหารให้มีศักยภาพ ภายใต้หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๒. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร
๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่กำลังพลและครอบครัว ตลอดจนชุมชนบริเวณใกล้เคียงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น

## ขอบเขตของการวิจัย

### ๑. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารครั้งนี้ จะศึกษาในพื้นที่ภายในศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี และหน่วยงานการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี

### ๒. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ แบ่งเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

#### ๒.๑ ผู้ให้บริการ ได้แก่

๒.๑.๑ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า จำนวน ๑๐ คน

๒.๑.๒ กำลังพลและครอบครัว ภายในศูนย์การทหารม้า จำนวน ๑๐ คน

๒.๑.๓ ผู้ให้บริการร่วม ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภาคกลางตอนล่าง จำนวน ๑๐ คน

#### ๒.๒ ผู้รับบริการ ได้แก่

๒.๒.๑ นักท่องเที่ยวส่วนบุคคล (Free Individual Traveler) จำนวน ๒๐ คน

๒.๒.๒ นักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Individual Travelers) ในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจการท่องเที่ยว (Package Tour) จากบริษัทนำเที่ยว โดยเดินทางเป็นหมู่คณะจำนวน ๑๐ คนขึ้นไป หรืออาจมีน้อยกว่า ๑๐ คนก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจของบริษัทนำเที่ยว

๒.๓ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน ๕ คน

### ๓. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยว ตลอดจนกำลังพลและครอบครัวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

### ๔. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารครั้งนี้ กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงในห้วงเดือนธันวาคม ๒๕๖๓ – เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๔

## วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

### ๑. การรวบรวมข้อมูล

๑.๑ การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการสัมภาษณ์ ดังนี้

๑.๑.๑ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้บริหาร กำลังพลและครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี จำนวน ๓๐ คน

๑.๑.๒ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี จำนวน ๓๐ คน

๑.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในหน่วยทหาร

### ๒. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากข้อ ๑ และข้อ ๒ นำมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Context Analysis) เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ทำให้ทราบแนวคิดและปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๒. ทำให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวในเขตทหาร
๓. ผลจากการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่กำลังพลและครอบครัว และชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง ถือเป็นยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น

## คำจำกัดความ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขต ทหาร ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์ไว้ดังนี้

|   |         |  |
|---|---------|--|
| แนวทางการพัฒนา                                | หมายถึง | วิธีจัดการ หรือแผนการดำเนินงาน ที่จะเป็นแผนในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร   |
| ศักยภาพ                                       | หมายถึง | คุณลักษณะ หรือคุณสมบัติที่มีของแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ซึ่งอาจทำให้พัฒนา หรือทำให้ปรากฏขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัด  |
| แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร                      | หมายถึง | เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของหน่วย ทหารกองทัพบก โดยเปิดให้ประชาชนทั้งไปทั้งชาวไทย และ ต่างชาติเดินทางเข้าไปเพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอย่างใด อย่างหนึ่ง โดยไม่กระทบต่อระบบการรักษาความปลอดภัย และการปฏิบัติงานในภารกิจของทหาร |
| การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน                         | หมายถึง | กระบวนการที่ก่อให้เกิดเจริญทางเศรษฐกิจของชุมชน โดยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพของชุมชน ทำให้ชุมชนเกิด ความมั่นคง เกิดความก้าวหน้าเพื่อยกระดับการดำรงชีพของ ชุมชนให้สูงขึ้น เกิดการเพิ่มรายได้อย่างแท้จริง  |
| การพัฒนาอย่างยั่งยืน                          | หมายถึง | การส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝัง จิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของ วัฒนธรรม                                     |
| ปัจจัยส่วนบุคคล                               | หมายถึง | ข้อมูลส่วนบุคคลของกำลังพลในศูนย์การทหารม้า   |
| การมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว | หมายถึง | ผู้มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ใน ศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี   |
| การจัดทำโครงสร้างบริหาร                       | หมายถึง | การกำหนดโครงสร้างบริหารอย่างเป็นทางการ โดยการจัดแบ่ง ออกเป็นหน่วยงานย่อยต่างๆ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ของแต่ละหน่วยงานไว้ให้ชัดเจน รวมทั้งความสัมพันธ์ของ หน่วยงานย่อยเหล่านั้น เพื่อเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุ เป้าหมาย                          |
| การจัดกำลังพล                                 | หมายถึง | การจัดกำลังพลเข้าทำงานในตำแหน่งหน้าที่ต่างๆ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับความสามารถ   |



|                                |         |  |
|--------------------------------|---------|--|
| การบังคับบัญชา                 | หมายถึง | การกำกับดูแล และสั่งการให้ปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้  |
| การควบคุม                      | หมายถึง | การติดตามดูแลการปฏิบัติงานตามระยะเวลาที่กำหนดตามแผนงานที่จัดทำไว้ล่วงหน้า  |
| คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและบริการ | หมายถึง | การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว  |
| การบูรณาการการบริหารจัดการ     | หมายถึง | การประสานกลมกลืนกันของแผน กระบวนการสารสนเทศ การจัดสรรทรัพยากร การปฏิบัติการ ผลลัพธ์และการวิเคราะห์ เพื่อสนับสนุนเป้าประสงค์ที่สำคัญขององค์กร การบูรณาการที่มีประสิทธิผลเป็นมากกว่าความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน (Alignment) และจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อการดำเนินการของแต่ละองค์ประกอบภายใน |
| การวางแผน                      | หมายถึง | การกำหนดแนวทางในการบริหารงานให้สำเร็จลุล่วงตามแผนและเป้าหมาย   |
| การปฏิบัติการ                  | หมายถึง | การทำงานของกำลังพลตามที่ได้รับมอบหมาย  |
| การตรวจติดตาม                  | หมายถึง | การกำกับดูแล และตรวจสอบให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่วางไว้ เพื่อตรวจสอบความคืบหน้า และผลการดำเนินงาน   |
| การบำรุงรักษา                  | หมายถึง | การพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงาน การใช้อุปกรณ์ สถานที่ อย่างถูกวิธี   |
| การแก้ไขปัญหา                  | หมายถึง | การศึกษา วิเคราะห์และแก้ไข พัฒนา เพื่อให้เป็นฐาน ในการวางแผนเป้าหมาย และนโยบาย   |

## บทที่ ๒

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการสรุปแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

๑. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
๒. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
๓. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
๔. แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน
๕. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
๖. แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก (พ.ศ.๒๕๖๑ – ๒๕๖๔) นโยบายปลูกกระแสการท่องเที่ยวในเขตทหารภายใต้แบรนด์ Armyland
๗. นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
๘. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
๙. กรอบแนวคิดของการวิจัย
๑๐. สรุป

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับธุรกิจหลายอย่าง และต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพกับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติ ทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคม รวมไปถึงวัฒนธรรม (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, ๒๕๔๒ : ๑) คำนิยามของนักท่องเที่ยวนั้น (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, ๒๕๔๖) ได้ให้คำนิยามว่า นักท่องเที่ยวหมายถึงผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังอีกสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและไปด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มิใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือรายได้

#### ๑. ความหมายของการท่องเที่ยว

ราณี อิลิชัยกุล (๒๕๕๗ : ๓) การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางของบุคคลที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ที่มิใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์ และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาล ที่วางแผนและจัดการท่องเที่ยว และชุมชนหรือเจ้าของท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (๒๕๔๖) การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ ๓ ประการ คือ

๑. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

๒. เดินทางด้วยความสมัครใจ

๓. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

Intosh and Goeldne, 1995 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (๒๕๕๖ : ๒- ๗) ตามแนวความคิดที่สรุปว่า การท่องเที่ยว หมายถึงผลรวมปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและการบริการต่างๆ รวมทั้งรัฐบาลเป็นเจ้าของและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิต แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ทั้งนี้สามารถอธิบายการท่องเที่ยวให้ครอบคลุม จะต้องพิจารณา ๔ องค์ประกอบหลักต่อไปนี้ คือ

๑. นักท่องเที่ยวหรือผู้เยือน คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ทั้งประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยทางการสัมผัสทางกายและทางจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทาง

๒. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

๓. ภาครัฐที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ องค์กร หรือหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อควบคุมดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแนวนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศ ส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

๔. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชน ซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว นอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของที่ตีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางโอกาสยังรวมถึงหน่วยงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง โดยคนท้องถิ่นเข้ามาทำงานเป็นพนักงานของธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือ วัตถุประสงค์อื่นๆ แต่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ และตั้งถิ่นฐานเป็นการถาวร ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง ๔ ประการ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการให้บริการต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว อันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย ฯลฯ การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจัดงานเที่ยว หรือสิ่งอำนวยความสะดวก (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, ๒๕๔๒)

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์ และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนหรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง (นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน) กับผู้คนในท้องถิ่น เกิดกับธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๖ : ๒ – ๓)

## ๒. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๓ : ๑) สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ต่อไปนี้

- ๒.๑ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
- ๒.๒ เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
- ๒.๓ เพื่อการศึกษา
- ๒.๔ เพื่อการกีฬาและบันเทิง
- ๒.๕ เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
- ๒.๖ เพื่องานอดิเรก
- ๒.๗ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
- ๒.๘ เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
- ๒.๙ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

ราณี อธิชัยกุล (๒๕๕๗ : ๓) การท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางสามารถแบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภทหลัก คือ

ประเภทที่ ๑ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน (Leisure Travel)

การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจจากสภาพชีวิตประจำวัน การทำงานที่เร่งรีบและเคร่งเครียด โดยเดินทางไปพักผ่อนหรือหาความสนุกสนานเพลิดเพลินในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการไปเยี่ยมเยือนญาติสนิทมิตรสหาย นักท่องเที่ยวประเภทนี้ นิยมซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายรวมที่ถูกกว่า และได้พบเพื่อนเดินทางจากการที่ต้องเดินทางเป็นหมู่คณะ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินต้องการเดินทางแบบอิสระมากขึ้นและนิยมจัดรายการท่องเที่ยวเองตามอัธยาศัย (Foreign Independent Traveler : FIT) โดยมีความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน

ประเภทที่ ๒ การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Business Travel)

การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจเป็นการท่องเที่ยวของนักธุรกิจที่เดินทางมาเพื่อการเจรจาธุรกิจ หรือเพื่อการร่วมประชุมและสัมมนาการท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่แม่

จะเป็นส่วนหนึ่งของงาน แต่ก็จัดเป็นประเภทของการท่องเที่ยวที่มีความสุข เนื่องจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวสร้างรายได้ ให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง เป็นจำนวนมากและส่วนหนึ่งของการเจรจาธุรกิจ มักมีการให้บริการด้านความบันเทิงแก่ลูกค้า เช่น การรับประทานอาหารหรือฟังเพลงและเจรจาธุรกิจไปพร้อมกัน การเล่นเกมกอล์ฟ และผู้เจรจาธุรกิจ เป็นต้น สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จำหน่ายแก่นักธุรกิจเป็นบัตรโดยสารเครื่องบิน การบริการห้องพักในโรงแรมและบริการรถเช่าบริการกีฬา เป็นต้น

ประเภทที่ ๓ การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Travel)

การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทางหรือตลาดท่องเที่ยวเฉพาะที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเฉพาะด้านหรือตามแบบแผนการดำเนินชีวิต เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น นับเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่มีกระแสความสนใจหลากหลายและสลับซับซ้อนมากขึ้น

### ๓. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (๒๕๔๓ : ๑) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

๓.๑ ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

๓.๑.๑ เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ

๓.๑.๒ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ

๓.๑.๓ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน

๓.๑.๔ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้

๓.๑.๕ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น

๓.๑.๖ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต

๓.๒ ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ

๓.๒.๑ ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น

๓.๒.๒ ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น

๓.๒.๓ ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

๓.๒.๔ ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา

๓.๒.๕ ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น

๓.๒.๖ ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็น

สินค้าที่ระลึกจำหน่าย

๓.๒.๗ ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (๒๕๕๖ : ๖ - ๘) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและกลายเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการมากมายประเภทและหลาย

ระดับ ส่งผลให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. ความสำคัญการท่องเที่ยวมีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมโดยเฉพาะระยะที่ผ่านมาการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

๑.๑ การสร้างรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นับเป็นแหล่งสำคัญของรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ

๑.๒ การสร้างอาชีพและการสร้างงาน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงานและอาชีพสำหรับแรงงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งแรงงานทางตรงและทางอ้อม ซึ่งก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจโดยตรงของประเทศ และกระจายไปสู่ท้องถิ่น สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศทั่วทุกภาค เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ทุกพื้นที่ประเทศ ซึ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยว

๑.๓ การกระจายรายได้ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวจะนำเงินไปใช้จ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการผลิตสินค้าและบริการ ในด้านการให้บริการการท่องเที่ยวทั่วทุกภาคตลอดจนการผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น

๑.๔ การกระตุ้นการผลิตของประเทศ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่เรียกว่า “ผลของตัวทวี” (Multiplier Effect) เชื่อว่ารายได้ที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดรายได้ต่อเนื่องอีกหลายรอบ และเมื่อรวมรายได้ในรอบต่างๆ เข้าด้วยกันจะมีผลทำให้การผลิตและรายได้มีมูลค่าสูงขึ้นกว่ารอบแรก ทำให้เกิดการกระตุ้นผลผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องให้สูงขึ้นด้วย

๒. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรมเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเกิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าสัมผัส เรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งอาจมีความแตกต่างจากชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน ได้เห็นแตกต่างในวัฒนธรรมที่หลากหลายในหลายประเทศ ตลอดจนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ และทัศนคติ ความเป็นมา และสาเหตุของความแตกต่างในท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน และมีผลดีประเทศ ดังนี้

๒.๑ ยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนในท้องถิ่น จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและในประเทศที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น สามารถใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้มาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นดีขึ้นตามไปด้วย

๒.๒ การสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวรัฐบาลจำเป็นต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและการเดินทางเข้าออกแหล่งท่องเที่ยวหลายแหล่งที่อยู่ในชนบทหรือท้องถิ่นห่างไกล เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา โทรคมนาคม และบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น การสร้างที่พักแรม ร้านอาหาร เป็นต้น ทำให้ประชาชนใน

ท้องถิ่น มีโอกาสได้รับความสะดวกสบายและบริการต่างๆจากทั้งภาครัฐและการลงทุนของเอกชน ทำให้ท้องถิ่นมีความเจริญและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

๒.๓ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น มีผลต่อสังคมเนื่องจากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวทำให้คนได้มีการเดินทางไปรู้จักสถานที่ใหม่ๆ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน การได้มีโอกาสเรียนรู้ และทำความเข้าใจถึงความแตกต่างของคนและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เมื่อการท่องเที่ยวขยายพื้นที่จากต่างถิ่นต่างภูมิภาค ต่างประเทศ ทำให้ผู้ที่ได้มีโอกาสเดินทางได้เรียนรู้และเข้าใจเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ อันนำไปสู่ความเข้าใจอันดีระหว่างพื้นที่เล็กๆ ซึ่งขยายใหญ่ขึ้นเป็นภูมิภาค ประเทศ และทั่วโลก

๒.๔ การฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น มีส่วนช่วยกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดความสามัคคีเพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาศิลปะวัฒนธรรมของท้องถิ่นตนเอง ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมที่บางท้องถิ่นอาจละทิ้งหรือขาดผู้สืบทอด กลับถูกรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่ เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว และยังทำให้อนุชนรุ่นหลังได้ทราบความเป็นมาของท้องถิ่นในอดีต ทำให้ประชาชนเกิดความรักความภูมิใจในท้องถิ่น และช่วยกันสืบสานวัฒนธรรมนั้นต่อไป

๒.๕ การสร้างความสัมพันธ์ด้านการเมืองระหว่างประเทศ การท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รัฐบาลของแต่ละประเทศซึ่งเป็นผู้มีบทบาททางการเมืองจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนนโยบายด้านต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายสากล

๒.๖ การสร้างสันติภาพให้แก่อุบัติการณ์ท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อสังคม เนื่องจากวัตถุประสงค์สำคัญของการท่องเที่ยวที่ต้องการให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างคนต่างถิ่นต่างวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่ความเข้าใจกันระหว่างประเทศและก่อให้เกิดสันติภาพของโลกในที่สุด การท่องเที่ยวจึงช่วยเสริมสร้างความเป็นมิตรและความเชื่อมโยงประเทศต่างๆในโลกเข้าไว้ด้วยกัน ก่อให้เกิดสันติภาพในโลก

๓. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม ในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางไปสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่มีความเปราะบางต่อการบุกรุกหากขาดการควบคุมดูแลอย่างดี พื้นที่นั้นอาจกลายเป็นพื้นที่เสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีการสร้างกระแสการรักษาสีเขียวให้ผู้ที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นประโยชน์หลายประการ ได้แก่การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### ๔. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (๒๕๓๖) กล่าวถึง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า การที่จะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าสนใจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องคำนึงถึงจุดสำคัญในด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทั้งในแง่กายภาพและภูมิภาคตำแหน่งที่ตั้งหรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่ภายนอก

มนัส สุวรรณ (๒๕๓๘) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ประสบผลสำเร็จมีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินประกอบการตัดสินใจในการพัฒนา ได้แก่ ความปรารถนาของผู้ท่องเที่ยว สามารถในการใช้บริการของผู้ท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง และความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ประกอบด้วยความสามารถที่จะได้รับในเชิงกายภาพความสามารถที่จะได้รับในเชิงสังคมและความสามารถที่จะได้รับในเชิงนิเวศวิทยา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (๒๕๔๘) กล่าวว่า การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามหลักทางวิชาการนั้น ไม่ใช่เพียงการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่เป็นการพัฒนาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิมด้วย จึงมีขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ดังนี้

๑. จัดแบ่งเขตพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว
  ๒. กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากรท่องเที่ยว
  ๓. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเสริมในทรัพยากรท่องเที่ยว
  ๔. ประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละเขตพื้นที่ของ ทรัพยากรท่องเที่ยว
  ๕. ให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่รัฐเจ้าหน้าที่ทรัพยากรท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว
  ๖. จัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้
  ๗. การจัดทำงบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เพียงพอ
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ (๒๕๔๒ : ๔) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี ๓ ประการหรือ 3As ของ Davidson อธิบายได้แก่

๑. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจ เกิดจากสถานที่ และเหตุการณ์สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้นแต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว
๒. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้สิ่งก่อสร้างอื่นๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ ตลอดจนระบบการกำจัดของเสียก็เป็นสิ่งจำเป็น ที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

๓. การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง พาหนะ สถานี และผู้ประกอบการ การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของ ไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

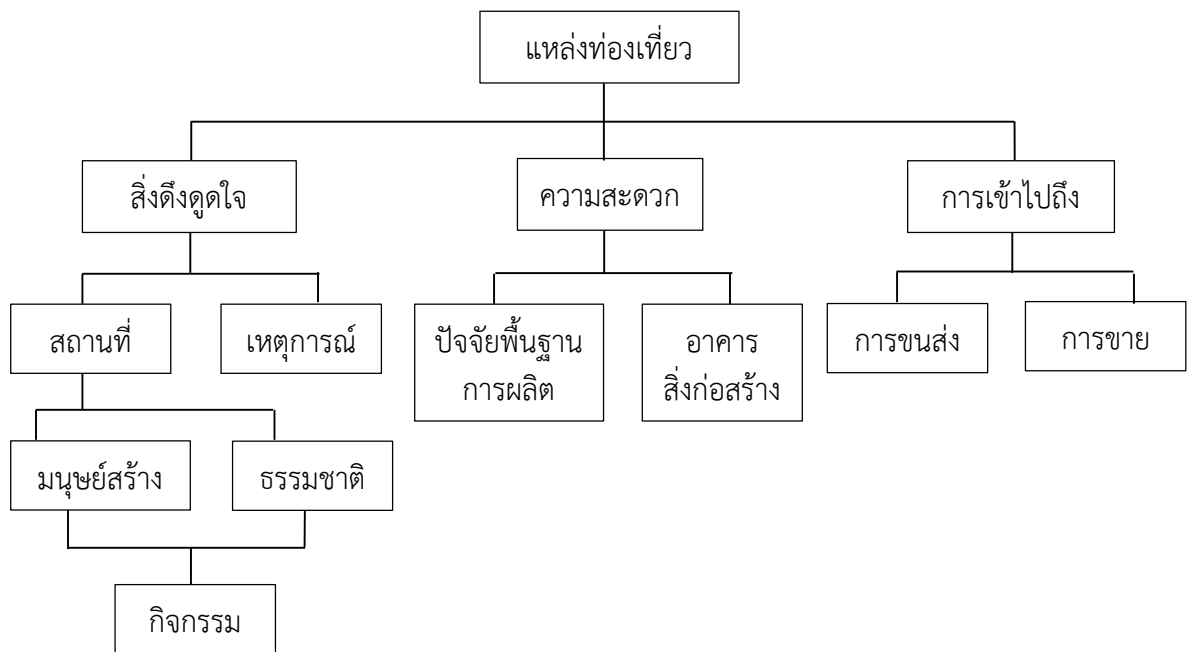
องค์ประกอบทั้ง ๓ ประการดังกล่าว จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) แต่การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจ เฉพาะอย่างเช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มนักผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ หรือ ปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มบุคคลดังกล่าวแล้ว ต้องการศึกษแหล่งท่องเที่ยวที่มี



สภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิมการสร้างปัจจัยการผลิตและสิ่งอำนวยความสะดวกถ้าปราศจากการวางแผนที่ดีก็ย่อมกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๓ ประการ เป็นผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (The tourism product) ซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้รับการต้อนรับจากผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวองค์ประกอบทั้ง 3As

แผนภาพที่ ๒ – ๑ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 3As



ที่มา : ชูสิทธิ์ ชูชาติ, ๒๕๔๒ : ๔

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใดก็ตามนอกจากพัฒนาไปตามศักยภาพของพื้นที่ให้มีสิ่งจำเป็นต่างๆในการรองรับความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายซึ่งไม่เหมือนกัน จึงจำเป็นต้องศึกษาทฤษฎีความต้องการให้สามารถบริการทางการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

นักสภร วรนิติปริชา (๒๕๔๑) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีความต้องการของ แอบราฮัม มาสโลว์ Abraham H. Maslow มีความต้องการและเรียงลำดับความสำคัญ จากสำคัญมาก ขาดไม่ได้ไปถึงขั้นอื่นๆ ๕ ขั้นดังนี้

๑. ความต้องการด้านร่างกาย เป็นความต้องการพื้นฐานเป็นความต้องการด้านปัจจัย ๔ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัยเป็นความต้องการลำดับแรกที่ต้องได้รับการตอบสนอง

๒. ความต้องการความปลอดภัย เมื่อสิ่งที่เป็นความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจะเกิดขึ้นตามมา เช่น ความต้องการความปลอดภัยในการเป็นอยู่ เป็นต้น

๓. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ เป็นความต้องการด้านจิตใจ หมายถึง ความต้องการความรัก การเอาใจใส่บุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

๔. ความต้องการความนับถือและการยกย่อง เป็นความต้องการทางด้านจิตใจ เป็นความต้องการในระดับสูง เช่น คนเราอาจไม่ต้องการแค่มุ่งงานทำเท่านั้น แต่ต้องการที่จะทำงานในตำแหน่งสูง เป็นต้น

๕. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการทางด้านจิตใจ เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ แต่จะเป็นเพียงบางคนเท่านั้น ที่จะบรรลุความต้องการขั้นนี้ เป็นความต้องการที่คล้ายกับความฝันที่มนุษย์พยายามไขว่คว้า เช่น การเล่นการเมืองของนักการเมือง

นอกจากความต้องการ ๕ ขั้นที่กล่าวมาแล้ว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความต้องการ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจมากขึ้นอีก ๒ ขั้น คือ

๑. ความต้องการที่จะได้ทราบและได้เกิดความเข้าใจ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

๒. ความต้องการความสวยงาม ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์และดำรงรักษาสิ่งสวยงามขึ้นชมสิ่งสวยงาม ทั้งที่เป็นธรรมชาติและศิลปะตามรสนิยมของตน

ในการจัดส่วนประสมทางการตลาด สำหรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว สามารถนำทฤษฎีของมาสโลว์มาใช้ เช่น ในระหว่างการเดินทางนักท่องเที่ยวมีความต้องการ ที่พัก อาหาร ความปลอดภัยและความเอาใจใส่ นอกจากความต้องการพื้นฐานตามทฤษฎีของมาสโลว์แล้ว นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการในสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวอื่นๆ จึงต้องกล่าวถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในลำดับต่อไป

ในการนี้ (ราณี อิลิชัยกุล, ๒๕๕๗ : ๗๐) ได้ศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยวจะใช้เป็นกรอบพื้นฐานในการวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว ของ Pearce คือ

๑. การนำทฤษฎีของมาสโลว์มาใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาความต้องการการท่องเที่ยว และสรุปว่าความต้องการการท่องเที่ยวของมนุษย์เป็นลำดับขั้นโดยเริ่มตั้งแต่ความต้องการขั้นต่ำไปจนถึงความต้องการขั้นสูงดังนี้

๑.๑ ความต้องการทางกายที่ต้องการผ่อนคลาย ด้วยการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงความจำเจและแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในชีวิต

๑.๒ ความต้องการความปลอดภัยในขณะเดินทางท่องเที่ยว

๑.๓ ความต้องการทางสังคมโดยการปฏิสัมพันธ์ หรือพบปะเพื่อนใหม่ในขณะเดินทางท่องเที่ยว

๑.๔ ความต้องการการพัฒนาคุณค่าของตนเอง ด้วยการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของประเทศหรือท้องถิ่นต่างๆ

๑.๕ ความต้องการความสำเร็จในชีวิต ด้วยการสร้างสรรค์ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการจะสามารถพัฒนาและออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ตารางที่ ๒ – ๑ ตัวอย่างการตอบสนองความต้องการทางร่างกายและความต้องการด้านวัฒนธรรม

| ความต้องการ            | การตอบสนองความต้องการ   |
|------------------------|---|
| ๑. ทางร่างกาย          |   |
| ๑.๑ พักผ่อนและผ่อนคลาย | พักผ่อนตามชายทะเล ทะเลสาบ หรือภูเขา   |
| ๑.๒ ผจญภัย             | เดินป่า ขี่ม้า พายเรือแคนู ล่องแก่ง ดำน้ำ เล่นเรือใบ เล่นสกี  |
| ๑.๓ สุขภาพ             | เดินเล่น นวด/สปา สวนสุขภาพ  |
| ๒. ทางวัฒนธรรม         |   |
| ๒.๑ การศึกษา           | วัฒนธรรม  |
| ๒.๒ ประวัติศาสตร์      | เที่ยวชมแหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี  |
| ๒.๓ การเมือง           | เที่ยวชมเมืองที่มีเหตุการณ์สำคัญทางการเมือง เช่น เบอร์ลิน หรือ องค์การสำคัญ เช่น อาคาร United Nations อาคารรัฐสภาอังกฤษ |
| ๒.๔ วิทยาศาสตร์/เทคนิค | เที่ยวชมองค์การ NASA โรงถ่ายภาพยนตร์  |
| ๒.๕ ศิลปะ              | เที่ยวชมเทศกาลดนตรี การแสดงบนเวที งานแสดงศิลปะ  |
| ๒.๖ ศาสนา              | แสวงบุญที่เมกกะ (มุสลิม) อินเดีย (พุทธ) วาติกัน (คริสต์)  |
| ๒.๗ การพาณิชย์         | เที่ยวห้างสรรพสินค้า ศูนย์หัตถกรรม ศูนย์ประชุม  |

ที่มา : ราณี อีสซี่กุล, ๒๕๕๗ : ๗๐

นักท่องเที่ยวอาจมีความต้องการหลายด้านในขณะเดียวกันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถออกแบบสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการหลายด้านพร้อมกันในส่วนแบ่งตลาดเดียวกันย่อมจะประสบความสำเร็จในการขายสินค้า ดังที่ Pearce กล่าวว่า "ไม่ใช่เพียงคุณลักษณะสำคัญและแหล่งท่องเที่ยวของเมืองจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่เป็นความสามารถของเมืองปลายทางในการตอบสนองความต้องการทางกายภาพของนักท่องเที่ยวได้"

## ๒. ทฤษฎีแบบแผนแห่งการเดินทางของ Pearce

ทฤษฎีแบบแผนแห่งการเดินทาง (Travel Career Patterns : TCP) ของ Pearce ได้รับการพัฒนาต่อจากทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง แม้จะมีความแตกต่างกันอยู่หลายประเด็น โดยได้ดำเนินการทดสอบแนวคิดกับกลุ่มตัวอย่างในประเทศตะวันตกจำนวน ๙๐๐ ตัวอย่าง เช่น ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และประเทศอื่นๆ ในตะวันตก และกลุ่มตัวอย่างในประเทศทางตะวันออก จำนวน ๗๐๐ ตัวอย่าง เช่น ประเทศเกาหลีใต้ แต่ได้ผลสรุปใกล้เคียงกัน กล่าวคือผลการศึกษาค้นพบปัจจัยจูงใจที่สำคัญ ๑๔ ปัจจัย จาก ๗๔ ปัจจัย โดยมีลำดับความสำคัญแตกต่างกันเล็กน้อยระหว่างประเทศในตะวันตกและตะวันออก ประกอบด้วยปัจจัยตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

- ๒.๑ ความแปลกใหม่ (Novelty)
- ๒.๒ การหลีกเลี่ยงความจำเจ/การผ่อนคลาย (Escape/relax)
- ๒.๓ การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Relationship Strengthening)
- ๒.๔ ความเป็นอิสระ (Autonomy)
- ๒.๕ การค้นหาธรรมชาติ (Seeking nature)
- ๒.๖ การพัฒนาตนเองโดยการมีส่วนร่วมกับเจ้าบ้านหรือในพื้นที่ท่องเที่ยว  
(Self – development through involvement with hosts or the site)
- ๒.๗ การกระตุ้น (Stimulation)
- ๒.๘ การพัฒนาตนเอง (Self – development of a personal kind)
- ๒.๙ ความมั่นคงปลอดภัยเมื่ออยู่กับผู้ที่มีความชอบใกล้เคียงกัน (Relationship security : enjoying being with similar others)
- ๒.๑๐ ความสำเร็จในชีวิต (Self – actualization)
- ๒.๑๑ การแยกอยู่คนเดียว (Isolation)
- ๒.๑๒ การระลึกถึงความหลัง (Nostalgia)
- ๒.๑๓ ความรักระหว่างหญิงชาย (Romance)
- ๒.๑๔ การได้รับการยอมรับ (Recognition)

### ๓. ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทางของ Pearce

Pearce ได้นำเสนอทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ของมาสโลว์ มาพัฒนาและประยุกต์ใช้กับนักท่องเที่ยว งานวิจัยในยุคแรก ของ Pearce สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการความรักหรือสังคมและความต้องการความสำเร็จในชีวิตมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า ที่เน้นการให้ความสำคัญของการตอบสนองความต้องการทางร่างกายมากกว่า และนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าจะให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการความรักหรือสังคมและความต้องการความสำเร็จในชีวิตมากกว่าด้วยเช่นกัน

ต่อมางานวิจัยดั้งเดิมของ Pearce ได้พัฒนาจนเกิดเป็นทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder : TCL) ที่ได้ประยุกต์ มาจากแนวคิดของมาสโลว์แต่เรียกว่าขั้นบันได (Ladder) ที่คล้ายคลึงกับลำดับขั้น (Hierarchy) และอาชีพการเดินทาง (Travel Career) ก็คือ ประสบการณ์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นตามกาลเวลา ทฤษฎีนี้กล่าวว่าความต้องการหรือแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีการพัฒนาเป็นขั้นบันไดเช่นเดียวกับลำดับขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์

โดยมีความต้องการพักผ่อนหย่อนใจทางร่างกายเป็นความต้องการขั้นต่ำที่สุด ตามมาด้วยความต้องการความปลอดภัย ความต้องการสังคม ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการพัฒนาตนเองให้ประสบความสำเร็จในชีวิต แนวคิดหลักคือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ของการเดินทางท่องเที่ยว และที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงชีวิตที่สะสมประสบการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมากขึ้น จะมีความต้องการตอบสนองความต้องการในการท่องเที่ยวตามขั้นบันไดที่สูงขึ้น แต่นักท่องเที่ยวบางคนอาจอยู่ใน

ขั้นใดขั้นหนึ่ง หรือบางคนอาจลดลงมาตามขั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยตามสถานการณ์หรือข้อจำกัดของแต่ละบุคคล เช่น ความสามารถในการจ่าย สุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ความต้องการแต่ละขั้นจะถูกกำหนดโดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่และกำหนดโดยผู้อื่นได้เช่นกัน

แผนภาพที่ ๒ - ๒ ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder : TCL )



ที่มา : ราณี อีสัยกุล, ๒๕๕๗. หน้า ๗๒

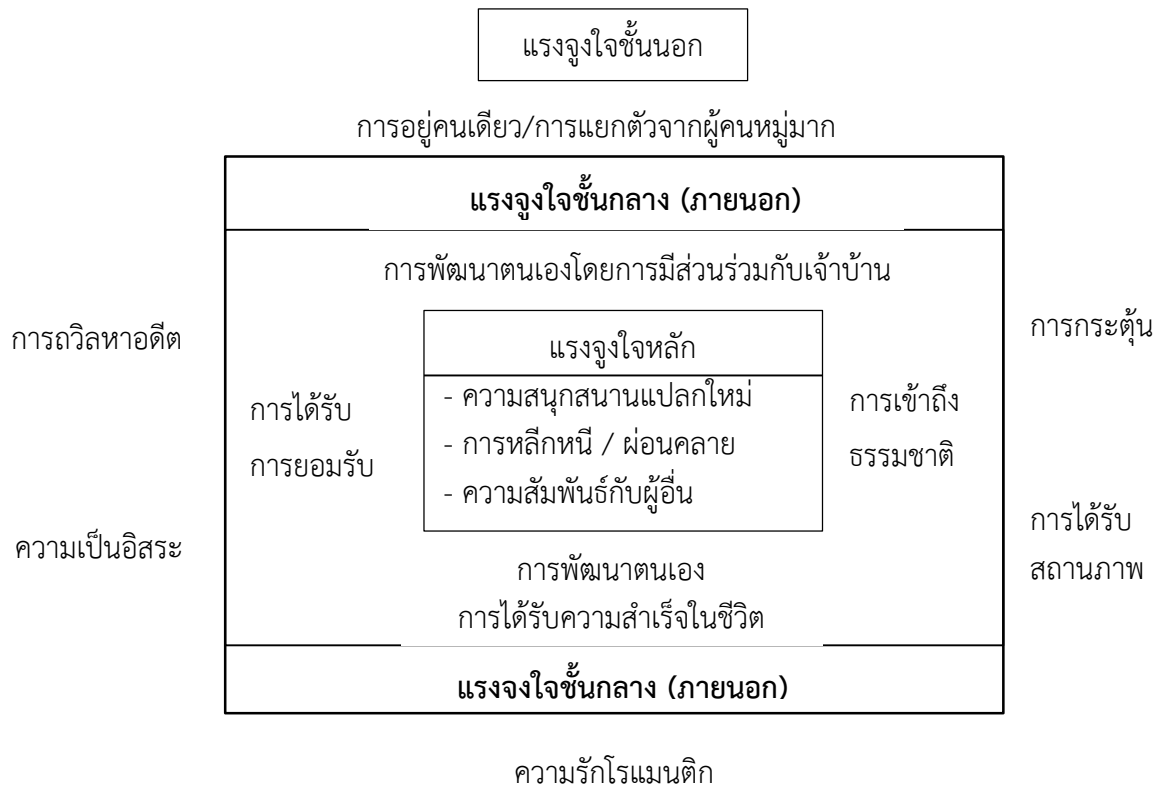
นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ ประสบการณ์เดินทาง (Travel Career) ต่ำจะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยจิตใจ ภายในมากกว่า เช่น ความรักการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น การดูแลตนเอง เป็นต้น จากผลการวิจัย Pearce ได้สรุปแบบแผนของแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวเป็น 3 กลุ่ม คือ

๑. แรงจูงใจหลัก (Core Motive) เช่น ความสนุกสนานแปลกใหม่การหลีกเลี่ยงหนี/ ผ่อนคลายและความสัมพันธ์กับผู้อื่น

๒. แรงจูงใจชั้นกลาง (Middle Layer Motive) เช่นการพัฒนาตนเองโดยการมีส่วนร่วมร่วมกับเจ้าบ้าน การได้รับการยอมรับการเข้าถึงธรรมชาติ การพัฒนาตนเอง และการได้รับความสำเร็จในชีวิต

๓. แรงจูงใจชั้นนอก (Outer Layer Motive) เช่น การอยากอยู่คนเดียว/การแยกตัวออกจากคนหมู่มาก การถวิลหาอดีต ความเป็นอิสระ การได้รับสถานภาพและความรักโรแมนติก

แผนภาพที่ ๒ – ๓ โครงสร้างแบบแผนของแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยว



ที่มา : ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๕๗ : ๗๔

หากเปรียบเทียบทฤษฎีแบบแผนแห่งการเดินทางกับทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง จะเห็นได้ว่าข้อค้นพบของทฤษฎีแบบแผนแห่งการเดินทางสามารถนำมาอธิบายแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวอย่างมีความหมายและชัดเจนกว่าทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง อย่างไรก็ดี ทฤษฎีแบบแผนแห่งการเดินทางยังคงต้องทดสอบความเที่ยงตรงของผลการวิจัยต่อไป แต่ข้อค้นพบของทฤษฎีแบบแผนแห่งการเดินทางแสดงการยืนยันในประเด็นที่ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีหลายมิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอื่นๆ ที่ได้ศึกษากันมา

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

### ๑. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดการด้านความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานขององค์การ โดยมุ่งหมายให้ทั้ง ๒ ฝ่ายต่างมีความรู้ความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันในระยะยาวด้วยกลวิธีทางการสื่อสาร (จตุรงค์ ดวงจินดา, ๒๕๕๓ : ๒)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชน (เสกสรร สายสีต, ๒๕๔๒ : ๒)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ประชาสัมพันธ์ มาจากคำว่า ประชา ซึ่งหมายถึงประชาชน ผสมกับคำว่า สัมพันธ์ ซึ่งหมายถึง เกี่ยวข้อง ผูกพันซึ่งกันและกัน ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations มาจากคำว่า Public หมายถึง ประชาชนหรือกลุ่มชน ส่วน Relations หมายถึง ความเกี่ยวข้องกัน ดังนั้น ประชาสัมพันธ์ จึงมีความหมายตรงกัน ที่ภาษาไทยและภาษาอังกฤษว่า เป็นการสร้างความผูกพันให้มีขึ้น ระหว่างสถาบันที่ทำประชาสัมพันธ์กับกลุ่มชนหรือประชาชนที่เกี่ยวข้อง กล่าวโดยสรุปการประชาสัมพันธ์ก็คือการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานองค์การสถาบัน กับกลุ่มชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผล ในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์การและสถาบัน ทำให้ประชาชนเกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธาต่อหน่วยงาน (นงลักษณ์ ลินสีปผล, ๒๕๓๓ : ๒)

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (๒๕๕๑ : ๕) ได้สรุปความหมายของประชาสัมพันธ์ได้ ๔ ประเด็นคือ

๑. มีการวางแผน การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นการกระทำที่จะทำเมื่อมีงานเกิดขึ้นแล้วจึงต้องทำ หรือจะทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำ แต่ที่ถุ่กนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีแผนการเตรียมไว้อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน โดยองค์ประกอบกิจกรรมต่างๆที่ประสานและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

๒. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว การประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น ทั้งนี้เพราะประชาชนจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนานๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความรู้ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนและจะเป็นบ่อเกิดของความรู้สึทที่ไม่ดี ซึ่งยังผลต่อปฏิกิริยาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ นอกจากนี้แล้วการประชาสัมพันธ์จะให้ผลที่เป็นรูปธรรมได้จะต้องได้เวลาระยะหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการประชาสัมพันธ์

๓. มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์คือ การโน้มน้าวจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน การที่จะมีทัศนคตินั้นหมายถึงการมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องที่จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมที่มีการสนับสนุนหรือร่วมมือ

๔. มีความสัมพันธ์กับประชาชน ถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนแล้วก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้น ได้ความสัมพันธ์นี้จะเป็นความรู้ที่ถูกต้องและจริงใจซึ่งกันและกัน หน่วยงานต้องใช้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชนและ

ในขณะที่เดียวกัน หน่วยงานก็ยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็น และให้ความสำคัญ ต่อปฏิบัติการ โต้ตอบของประชาชนด้วย

ณัฐชุตดา วิจิตรจามรี (๒๕๕๙ : ๑) กล่าวถึง ความหมายประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์มักถูกให้ความหมายว่าเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร แต่จริงๆ แล้วการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับงานอื่นอีกหลายด้าน อาทิ การวิจัยและการวิเคราะห์ การวางแผนนโยบาย การวางแผน การสื่อสารและปฏิบัติการตอบกลับของกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงมี ๒ ระดับ ระดับแรกคือการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าหรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ส่วนอีกระดับการปฏิบัติงาน ด้านการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ

การประชาสัมพันธ์เป็นงานด้านการจัดการเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในเชิงผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์กรและสาธารณชน ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร ซึ่งครอบคลุมงานต่อไปนี้

๑. ทำนาย วิเคราะห์ และตีความประชาชาติ ทักษะคิด และประเด็นปัญหาที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร

๒. ให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหาร ทุกระดับในองค์กรเกี่ยวกับการกำหนดนโยบาย การดำเนินงานและการสื่อสาร โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

๓. วิจัยและประเมินผลการดำเนินงาน และสื่อสาร เพื่อให้เข้าใจปัญหาอย่างแท้จริง อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งอาจรวมถึงเป้าหมายในด้านการตลาด พนักงานสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์การณรงค์หาทุน และโครงการอื่นๆขององค์กร

๔. วางแผนและปฏิบัติงานเพื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

๕. กำหนดวัตถุประสงค์วางแผน กำหนดงบประมาณคัดเลือก และฝึกอบรมบุคลากร ตลอดจนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก กล่าวคือบริหารทรัพยากรที่จำเป็น ต่อการดำเนินงานข้างต้นทั้งหมด

วิรัช ลภีรัตนกุล (๒๕๓๕ : ๒) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสัมพันธ์กับประชาชน (relations with the public) เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าการประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงประชาชาติ ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เกิดมีความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานการเผยแพร่ แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานใช้เชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มต่างๆ ซึ่งความเห็นของประชาชน หรือประชาชาตินี้ ย่อมมีความสำคัญที่อาจจะก่อให้เกิดผลดีผลเสียแก่องค์กรสถาบันได้เสมอกล่าวคือ อาจจะก่อให้เกิดความรุ่งเรืองไปโรจน์แก่องค์กรสถาบันนั้น หรืออาจก่อให้เกิดความพินาศหายนะ ให้แก่องค์กรสถาบันได้เช่นกัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงจะเป็นการสร้างความนิยมแก่ประชาชน กลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรสถาบัน ด้วยวิธีบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งซึ่งองค์กรสถาบันได้กระทำลงไป โดยนักวิชาการ



ด้านการประชาสัมพันธ์บางท่านได้พยายามหาความหมายมาอธิบายด้วยย่อของการประชาสัมพันธ์ Public Relation โดยการให้ความหมาย ของคำย่อของการประชาสัมพันธ์

PR = Performance and Recognition

P หมายถึง การกระทำการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกระทำหรือการพฤติกรรม ปฏิบัติตามที่พูดหรือเผยแพร่ชี้แจงเอาไว้ ไม่ใช่ดีแต่พูดหรือเผยแพร่ชี้แจงเพียง อย่างเดียวแต่ไม่ทำ หรือไม่ปฏิบัติ เพราะการกระทำย่อมสำคัญกว่าคำพูดประชาชนย่อมพิจารณาตัดสินใจ เอาจากการกระทำของหน่วยงาน องค์กร สถาบันมิใช่พิจารณาตัดสินเอาจากสิ่งที่องค์กรสถาบันพูดหรือแถลงไว้ในนโยบายเพียงอย่างเดียว

R หมายถึง การยอมรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ก็เพื่อให้ประชาชนยอมรับในองค์กรสถาบันนั้นๆ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนตามมา เพราะเราต้องไม่ลืมว่าสิ่งใดตามหากเป็นที่ยอมรับของประชาชนแล้วประชาชนยอมให้ความร่วมมือสนับสนุน ด้วยดี

## ๒. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

ณัฐชุตา วิจิตรจามรี (๒๕๕๙ : ๓) ลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

๑. การประชาสัมพันธ์ต้องใช้ความตั้งใจและการดำเนินงานอย่างรอบคอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและให้ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนได้ รับผิดชอบต่อกลับจากกลุ่มสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง

๒. การประชาสัมพันธ์ต้องมีการวางแผนการดำเนินงานในช่วงเวลาหนึ่ง โดยอาศัย ข้อมูลจากการวิจัยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกและความคิดเห็นของกลุ่มผู้รับสารที่เกี่ยวข้อง

๓. การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิผลอยู่บนพื้นฐานของนโยบายและการดำเนินงานอย่างจริงจัง องค์กรจะสร้างความนิยมและความเชื่อถือจากประชาชนไม่ได้เลย ถ้าขาดการตอบสนองต่อชุมชนและการไม่ปฏิบัติตามคำพูดหรือข่าวสารที่ได้เผยแพร่ออกไปสู่สาธารณชน

๔. การประชาสัมพันธ์ควรสนองต่อผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์กรและกลุ่มประชาชน

๕. การประชาสัมพันธ์ควรเน้นการสื่อสารสองทาง นอกจากการเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มประชาชนแล้ว การประเมินปฏิกิริยาตอบสนองและความรู้สึกของกลุ่มประชาชนก็สำคัญเช่นกัน

๖. การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ทางการจัดการโดยตอบสนองทั้งในด้านการให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารและการเผยแพร่ข้อมูล หรือการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร

จตุรงค์ ดวงจินดา (๒๕๕๓ : ๒) คุณลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

๑. สถาบันหรือองค์กร องค์กรหน่วยงานหรือสถาบันคือ กิจการที่บุคคลได้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะดำเนินการใดๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น กิจการต่างๆ จะมีรูปร่างเป็นไปตามลักษณะและวัตถุประสงค์ของตน เช่นหน่วยงานราชการ บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร สมาคมต่างๆซึ่งมีระเบียบข้อบังคับ มีวิธีการดำเนินงานอย่างมีระบบ ถูกต้องตามกฎหมายและวัฒนธรรม

๒. มีกลุ่มประชาชน กลุ่มประชาชนหมายถึงกลุ่มประชาชนที่มีผลประโยชน์คล้ายคลึงกันมีความสนใจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน ในทางการประชาสัมพันธ์จะแบ่งกลุ่มประชาชนออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ๆคือ กลุ่มประชาชนภายใน และกลุ่มประชาชนภายนอก ซึ่งสถาบันจะต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน กลุ่มต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน มีการดำเนินงานที่อาจเกิดปัญหาขึ้นเสมอ

นางลักษณ์ สิ้นสืบผล (๒๕๓๓ : ๔) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของประชาสัมพันธ์ งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางมีระบบงานที่สลับซับซ้อน แต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยเสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจความร่วมมือ จากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่างๆเป็นอย่างมากยิ่ง ซึ่งพอสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

๑. การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ช่วยส่งเสริมภาพพจน์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานให้ดีขึ้น หมายถึงการสร้างความรู้สึกระประทับใจที่บุคคลหลายๆกลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้นโดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณงามความดีเกิดความเลื่อมใส และสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่หน่วยงานประสบความสำเร็จมีกำไรพอสมควร ก็ควรจะมีผลตอบสนองแก่พนักงาน โดยเพิ่มเงินเดือนให้สูงขึ้นมีสวัสดิการต่างๆ ที่เหมาะสม ขณะเดียวกันก็เป็นสมาชิกที่ดีที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชนเป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบสูงขึ้นจัดการฝึกอบรมและพนักงานอยู่ตลอดเวลา

๒. การประชาสัมพันธ์ช่วยปกป้องรักษาชื่อเสียงของหน่วยงานหมายถึงการพัฒนาปรับปรุงหน่วยงานรวมทั้งสินค้าและบริการต่างๆให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอ

๓. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยกันให้ข่าวสารข้อเท็จจริงอยู่ตลอดเวลาอย่าทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในหน่วยงานนั้นๆมากยิ่งขึ้น

๔. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาดการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างค่านิยมและความเข้าใจอันดีให้กับหน่วยงานเมื่อประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานแล้วก็จะเปิดพร้อมที่จะรับฟังข่าวสารการโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆซึ่งเป็นแรงกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการความอยากได้และต้องการตัดสินใจซื้อในที่สุด

วิรัช ลภีรัตนกุล (๒๕๓๕ : ๑๔๘) การประชาสัมพันธ์มีหลักสำคัญที่พึงต้องยึดถือและปฏิบัติ ๑๐ ประการต่อไปนี้

๑. ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ ข้อนี้เป็นข้อที่ยากมากเพราะประโยชน์ของคนกลุ่มต่างๆ มักจะขัดกัน การแก้ไขข้อขัดแย้งให้เป็นเรื่องการสมานฉันท์ จึงเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยเวลาและการให้การศึกษาด้วยการมีศิลปะ และชั้นเชิงจึงจะสัมฤทธิ์ผลแต่ก็เป็นเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการประชาสัมพันธ์

๒. ต้องรู้จักใจของคนกลุ่มต่างๆความรู้ในทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาจะช่วยได้มากในเรื่องนี้ที่ต้องรู้จักใจก็เพราะว่าเพื่อประสานประโยชน์ของกลุ่มต่างๆได้ถูกถ้าไม่รู้จักใจแล้วก็ไม่สามารถจะปรับความเข้าใจหรือประสานประโยชน์ให้เข้ากันได้ ดังนั้นปัญหาการประชาสัมพันธ์จะต้อง

รู้และเข้าใจในวิธีการศึกษาเรื่องคน บุคลิกของคน รวมทั้งอุปนิสัยใจคอ ของบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยว่า ชอบหรือไม่ชอบอะไร การรู้จักการประนีประนอมและดึงให้เข้าสู่จุดมุ่งหมายร่วมกันจึงเป็นเรื่องสำคัญ อีกเรื่องหนึ่ง

๓. ต้องรู้นโยบายของรัฐบาลหรือองค์กรซึ่งตนเป็นเจ้าของหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่าง ช่างซึ่งนับว่าเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะถ้าไม่รู้นโยบายอันแท้จริงคือรู้อย่างผิวเผินและก็จะดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ก็อาจจะเป็นผลร้ายมากกว่าดี

๔. ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสัมพันธ์ต่างๆ คือ หนังสือพิมพ์ เอกสาร โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ คือต้องทราบว่ามีสื่อสัมพันธ์เหล่านี้ แต่ละอย่างมีประโยชน์อย่างไร อย่างไรดี เหมาะแก่่างาน รู้ความสำคัญของทัศนศึกษา รู้จักใช้วิธีใช้หน่วยโฆษณาเคลื่อนที่

๕. ต้องยึดหลักความจริงและความสัตย์สุจริต เป็นหลักเพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจข้อ นี้ถือเป็นหลักสำคัญมาก

๖. ต้องปฏิบัติงานโดยติดต่อกันและโดยสม่ำเสมอจึงจะต้องตั้งใจคน

๗. ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนงำ

๘. งานประชาสัมพันธ์รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์จะต้องมีคุณภาพสูง

๙. การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมเป็นประการแรก และโดย ผ่านผู้มีอิทธิพลในสังคมไปถึงประชาชนทั่วไป ผู้มีอิทธิพลที่นี้ หมายถึงผู้ที่มีความคิดความอ่านหรือการ กระทำของเขา เป็นที่เชื่อถือของคนหมู่มาก หรือเป็นผู้ที่สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของคนหมู่มากได้

๑๐. การประชาสัมพันธ์เฉพาะอย่างยิ่ง การประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศต้องใช้ ควบคู่ไปกับทูตเพราะการทูตอยู่ในวงของนักการทูตหรือรัฐบาลเท่านั้น แต่การประชาสัมพันธ์ส่งผลถึง พลเมืองทุกกลุ่มของประเทศด้วย เฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้มีอิทธิพลที่จะเป็นผู้ป้อนมติมหาชนหรือ เปลี่ยนแปลงนโยบายของประเทศได้

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (๒๕๔๖ : ๑๐๙) ได้กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์ Public Relations หมายถึงการปฏิบัติงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน บริษัท ในการเผยแพร่ข่าวสาร และ ดำเนินงานวิธีอื่น ๆ อย่างมีแบบแผนการกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

๑. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ชี้แจงแถลงแผนนโยบาย การดำเนินงานกิจกรรมการ เคลื่อนไหวของหน่วยงาน องค์กรสถาบัน บริษัทให้กลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปได้ทราบ

๒. เพื่อชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับ วัตถุประสงค์ของหน่วยงานและให้ความน่าเชื่อถือ

๓. เพื่อสร้างบรรยากาศแห่งความเข้าใจอันดีมีมนุษยสัมพันธ์และทัศนคติที่ดีทั้ง ภายในและภายนอกหน่วยงาน

๔. เพื่อเป็นการเผยแพร่สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักและไว้วางใจ

การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนประกอบสำคัญของการโฆษณา วิธีการที่ใช้มากคือ การ แจ้งข่าวสารที่มีการรุกเร้าให้ตัดสินใจซื้อ เช่น การเปิดตลาดให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจำหน่าย โดยการประชุม การบรรยายนำชมกิจการ การสังสรรค์ระหว่างพนักงาน ตัวแทนจำหน่าย และผู้สื่อข่าว

๑. การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) คือการตีพิมพ์บทความต่างๆ ของธุรกิจท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตลาดนักท่องเที่ยว อาจไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือนการโฆษณา แต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูล

กิจกรรมการเผยแพร่ต่อสาธารณชนของการท่องเที่ยว ที่กระทำกันอยู่โดยทั่วไป ได้แก่

๑.๑ การจัดทัศนศึกษา (Educational Trip) คือ การเชิญผู้แทนสื่อมวลชนและบริษัทนำเที่ยวมาทัศนศึกษาในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำเสนอในหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อต่างๆ ซึ่งได้รับความเชื่อถือจากนักท่องเที่ยว

๑.๒ การทำจดหมายแจ้งข่าว (Business News or Newsletter) สำนักงานการท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และความเคลื่อนไหวทางการท่องเที่ยว เช่น การเปิดโรงแรมบริษัทนำเที่ยวใหม่ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับการพัฒนา

๑.๓ การแจ้งข่าวเป็นครั้งคราว (Press/New Release) เป็นการแจ้งข่าวหรือแถลงการณ์เมื่อมีเหตุการณ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและองค์กร

๑.๔ การประชาสัมพันธ์บุคคล (Photo Release) เป็นการเผยแพร่ข่าวการประชาสัมพันธ์พร้อมรูปถ่ายของบุคคลในองค์กรหรือในวงการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

๑.๕ การจัดแถลงข่าวสื่อมวลชน (Press Conference) เป็นการจัดแถลงข่าวให้กับสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

๒. การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนต่างๆ (Community Reflection) เช่น ร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญ หรือของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยจัดรถบุปผชาติเข้าร่วมในงาน Rose Parade ของเมืองลอสแอนเจลิส เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

๓. การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ (Special Event) เป็นการจัดกิจกรรมเป็นครั้งคราวในโอกาสหรือวาระพิเศษ เช่น งานกีฬา การประกวดแข่งขันต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

## ๒. การวางแผนการประชาสัมพันธ์

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (๒๕๓๗ : ๗) กล่าวว่าโดยทั่วไปการวางแผนหมายถึงการกำหนดการตัดสินใจและการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้การวางแผนไม่ใช่จะเป็นเพียงการกำหนดการปฏิบัติเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงแสวงหาเหตุผลของอุปสรรคและปัญหาตลอดจนเป็นการเตรียมการแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์นอกจากจะมีความหมายดังกล่าวแล้วยังได้เน้นถึงการเลือกใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารให้เข้าถึง กลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดผลดีต่อชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบัน รวมทั้งการได้รับความร่วมมือสนับสนุนตลอดจนการยอมรับจากประชาชนกลุ่มนั้นด้วย

๑. เหตุผลของความจำเป็นที่ต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์มีหลายประการสรุปได้ดังนี้คือ

๑.๑ ความเจริญก้าวหน้าด้านทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

๑.๒ จำนวนอัตราประชากรเพิ่มขึ้น

๑.๓ การขยายตัวและความเข้มข้นทางเศรษฐกิจซึ่งรวมทั้งเวลาการว่างงาน  
วัตถุประสงค์การแข่งขันด้านการตลาด

๑.๔ การขยายตัวของธุรกิจจากเขตเมืองไปสู่ชนบท และการอพยพของประชาชน  
จากถิ่นหนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง

๑.๕ ความจำเป็นด้านการเมืองการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลชุดต่างๆ

๑.๖ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจการเมืองของโลกอันมีผลกระทบต่อ  
เสถียรภาพและความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ

๑.๗ ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อองค์การในฐานะที่องค์การเป็นส่วนหนึ่ง  
ของสังคม

๑.๘ ความรับผิดชอบขององค์การต่อสังคมในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

๑.๙ เป็นการเตรียมการขอความร่วมมือและประสานงานจากฝ่ายต่างๆในการ  
ปฏิบัติการ

๑.๑๐ การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตและทัศนคติของประชาชนในสังคม

๒. วัตถุประสงค์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์

เพื่อเป็นการเตรียมการป้องกันการเสียหาย เป็นแนวทางในการควบคุมการทำงาน  
ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมวิธีการเผชิญปัญหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน  
ตลอดจนเพื่อใช้เป็นหลักและแนวทางในการปฏิบัติงานนอกจากนี้ยังเน้นถึงสิ่งเหล่านี้คือ

๒.๑ ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม สร้างความเข้าใจที่  
ถูกต้องและการยอมรับ ด้วยการชี้แจงให้ความรู้การศึกษา และโน้มน้าวใจซึ่งจะต้องมีการติดต่อสื่อสาร  
อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพราะการที่คนเราจะเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมได้นั้น มี  
องค์ประกอบปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้องต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น อาทิ ระยะเวลา สิ่งแวดล้อม สภาพ  
บรรยากาศของการสื่อสาร ความพร้อมทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมทั้งอารมณ์ เป็นต้น

๒.๒ กระตุ้นให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางความคิด การสนับสนุนความ  
ไว้วางใจ ความนิยมเลื่อมใสศรัทธา และกระตุ้นความรู้ความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อเป็นการสร้าง  
จิตสำนึกการเผยแพร่ให้ความรู้ข่าวสารเพียงอย่างเดียวไม่พอ แต่ต้องพยายามให้กลุ่มเป้าหมายเกิด  
ความตระหนักและการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพราะการรับรู้เพียงอย่างเดียว นานไปก็ถูกละเลย  
ลืมเลือน หรือถูกละทิ้งไม่ใส่ใจ จึงต้องมีการกระตุ้นให้มีจิตสำนึกเกิดขึ้นบ่อยๆ

๒.๓ การอำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพและเพื่อป้องกันมิให้เกิดความ  
เข้าใจผิดซึ่งกันและกัน ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน และระหว่างสถาบันกับสาธารณชน เป็นเรื่อง  
เกี่ยวกับการให้ข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ปฏิบัติงานได้มีความรู้ความ  
เข้าใจต่อสิ่งที่กระทำหรือกำลังทำ

๒.๔ เพื่อเตรียมเลือกหรือกำหนดการใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารได้ถูกต้องมี  
ประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่สถาบันและองค์การและหน่วยงานต้องการเข้าถึง

๒.๕ เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดหรือการแสดงออกของ  
สาธารณชนที่มีต่อองค์การในทางลบรวมทั้งในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤตหรือปัญหาเฉพาะหน้า

๓. ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การแบ่งประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปแบ่งเป็นดังนี้

#### ๓.๑ แบ่งโดยอาศัยกลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ได้แก่

๓.๑.๑ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ภายในหมายถึงการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร ได้แก่พนักงาน ลูกจ้าง ซึ่งเป็นบุคลากรภายในองค์กรหรือหน่วยงานนั้น โดยมีการกำหนดกิจกรรมและการเลือกใช้สื่อในการติดต่อที่เหมาะสม วัตถุประสงค์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อแจ้งให้บุคลากรได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและนโยบายของผู้บริหารเพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อสร้างความสามัคคีให้บังเกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อสร้างและขอความร่วมมือสนับสนุนในการตอบสนองต่อนโยบายขององค์การด้วยการปฏิบัติ ภารกิจหน้าที่ของตนเองให้ได้ประสิทธิภาพและได้รับความไว้วางใจทั้งในหมู่คณะและผู้มาติดต่อเป็นต้น การวางแผน การประชาสัมพันธ์ภายในเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีโอกาสทราบทัศนคติ หรือความคิดเห็นและนโยบายของฝ่ายบริหารขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสให้แก่พนักงานได้แสดงความคิดเห็นความสนใจความต้องการให้ฝ่ายบริหารทราบและการแลกเปลี่ยนทัศนคติซึ่งกันและกันและเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารงาน

๓.๑.๒ การวางแผนประชาสัมพันธ์ภายนอก หมายถึงการวางแผนการสื่อสารติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งได้แก่ ลูกค้า ผู้มาติดต่อ ผู้บริโภค ผู้ซื้อ ผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีก ผู้ถือหุ้น หน่วยงานที่องค์กรนั้นๆออกทำการติดต่อสื่อมวลชน ประชาชนผู้ใช้บริการ เป็นต้นการวางแผนประชาสัมพันธ์ภายนอก เป็นช่องทางในการที่องค์กร หรือหน่วยงานนั้นได้คิดเตรียมการที่จะหาวิธีการในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการเลือกใช้สื่อ และเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด นอกจากนี้เท่ากับเป็นการเตรียมการที่จะเปิดตัวออกไปสู่สังคมภายนอก ให้ประชาชนและสังคมได้รู้จักและเข้าใจ หน่วยงานนั้นๆตลอดจนเป็นช่องทางในการที่จะได้รับทราบทัศนคติของประชาชนภายนอกกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อองค์กรด้วยว่าประชาชนมีความรู้ความเข้าใจหรือรู้จักหน่วยงานนั้นๆมากน้อยเพียงใด และมีความรู้สึกคิดเห็นอย่างไรบ้าง ตลอดจนความสนใจมากน้อยต่อองค์กร การประชาสัมพันธ์ภายนอก ส่วนใหญ่มักจะเป็นในเรื่องของการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร และหน่วยงานในสังคมที่หน่วยงานต้นสังกัด ตลอดจนเป็นการแสดงความรับผิดชอบ และการเข้ามามีส่วนร่วมต่อกิจกรรมทางสังคมภายนอกองค์กรด้วย

#### ๓.๒ แบ่งโดยใช้เวลาเป็นหลัก

ในการแยกประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ยังมีเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องจึงอาจทำให้เกิดการเรียกประเภทของแผนโดยคำนึงถึงระยะเวลาของแผนการประชาสัมพันธ์

๓.๒.๑ แผนระยะยาว เช่นแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติซึ่งเป็นแผนในระดับนโยบายและเป็นแผนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๖ ซึ่งเป็นแผน มีระยะเวลานานถึง ๕ ปี แผนการประชาสัมพันธ์ในเกษตรกรใช้เมล็ดข้าวโพดพันธุ์ใหม่ ของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ ซึ่งต้องใช้เวลาการประชาสัมพันธ์ติดต่อกันเป็นเวลาถึง ๑๒ ปี เกษตรกรจึงเกิดการยอมรับเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดพันธุ์ใหม่ หรือแผนการประชาสัมพันธ์ของธนาคาร เพื่อการเกษตรและ

สหกรณ์การเกษตร ในการชักชวนชาวไร่ชาวนาให้รู้จักวิธีการเก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดและการเพาะปลูก โดยวิธีการสมัยใหม่ที่ถูกต้องและประหยัด โดยธนาคารฯ ได้ดำเนินการมาแล้วจนถึงปัจจุบันเป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๗ ปี และแผนการพัฒนาประชาสัมพันธ์ในการอนุรักษ์ป่าไม้ และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น การวางแผนระยะยาว ส่วนมากบางทีก็ใช้เป็นแผน เพื่อเป็นการป้องกันและถือเป็นแผนแม่บท หรือเป็นแผนในระดับนโยบายซึ่งต้องกระทำกันอย่างต่อเนื่อง และใช้ระยะเวลาานาน เพื่อที่จะได้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้

๓.๒.๒ แผนระยะสั้นหรือแผนปฏิบัติเป็นแผนเพื่อนงาน หรือโครงการหนึ่งโครงการใดโดยเฉพาะ (Single use plan) เป็นแผนที่ได้จากการกำหนดแนวทางการทำงานในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เช่น เป็นเพียง ๑ ถึง ๓ วัน สัปดาห์ ๑ เดือน ๓ เดือน ๖ เดือน ๑ปี ๑-๒ ปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานหรือโครงการนั้นโดยจะต้องประสานและสอดคล้องกับแผนระยะยาวเพื่อให้เป้าหมายสูงสุดเป็นความจริงขึ้นมาเป็นการนำนโยบายมาสู่ขั้นการปฏิบัติ

วิธี ลภีรัตนกุล (๒๕๓๕ : ๑๔๘) กล่าวถึง หลักการวางแผนการประชาสัมพันธ์ พิจารณาว่าแผนนั้นมีหลักสำคัญดังต่อไปนี้

๑. การกำหนดวัตถุประสงค์ จะต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่า เพื่ออะไรบ้าง เราต้องสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใดบ้างหรือต้องการแก้ปัญหาใดเป็นต้น

๒. การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย จะต้องระบุให้แน่ชัดว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดต่างๆ เช่นฐานะเศรษฐกิจ และสังคมตลอดจนด้านจิตวิทยาเช่น ใครสามารถจะเป็นผู้นำความคิดหรือมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนอีกต่อหนึ่ง

๓. การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่าแนวหัวข้อเรื่องนั้น จะเน้นไปทางใดตลอดจน การกำหนดลักษณะหรือข้อความสั้นๆ เป็นคำขวัญต่างๆที่น่าจดจำได้ง่ายหรือดึงดูดความสนใจและเตือนใจได้ดี

๔. การกำหนดช่วงระยะเวลา จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะหรือจังหวะเวลาที่ เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการเริ่มทำการเผยแพร่ล่วงหน้า เพื่อเป็นการอุ่นเครื่องหรือปูพื้นเสียก่อน เป็นการเรียกความสนใจและถึงวันรณรงค์เพื่อปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เมื่อไหร่ ระยะเวลาอะไรสิ่งเหล่านี้จะต้องกำหนดไว้ล่วงหน้าอย่างแน่ชัด

๕. การกำหนดสื่อและเทคนิคต่างๆ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้างรวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่นๆ อะไรบ้างเข้าร่วมกัน เป็นต้น

๖. การกำหนดงบประมาณ จะต้องกำหนดงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจนเพื่อมิให้เกิดปัญหาภายหลัง เช่น งบประมาณไม่พอหรือต้องจ่ายเกินงบประมาณไปแล้ว การกำหนดงบประมาณนี้ ยังหมายถึง กำหนดบุคคลต่างๆที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

## แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

เศรษฐกิจชุมชนถือเป็นแนวคิด แนวทาง หรือรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ในปัจจุบัน ถือว่าได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเริ่มจากการที่เศรษฐกิจชุมชนได้อยู่ในกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศนับตั้งแต่ประเทศไทยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจในปี ๒๕๔๐ ประกอบกับพระราชดำรัสของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่ได้พระราชทานพระราชดำรัสในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง และแนวทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๘ และฉบับที่ ๙ ที่ได้เน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ ได้มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นกรอบแนวความคิด และทิศทางการพัฒนาระบบเศรษฐกิจมหภาคของไทย เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่สมดุล ยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกัน และที่สำคัญรัฐธรรมนูญซึ่งเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ ก็ได้บัญญัติให้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการดำเนินนโยบายพื้นฐานของรัฐในด้านเศรษฐกิจนับตั้งแต่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ จนกระทั่งถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ ซึ่งในเรื่องเศรษฐกิจชุมชน และเศรษฐกิจพอเพียงนั้นถือว่าเป็นแนวคิดด้านเศรษฐกิจที่มีนัยทางหลักการและแนวคิดที่มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ เศรษฐกิจชุมชนเป็นแนวคิดทางเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญ กับชุมชนโดยให้ชุมชนเป็นแหล่งตั้งต้นของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่การผลิต การบริโภค และการจำหน่าย คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรม ทางเศรษฐกิจต่าง ๆ จากการใช้ทุนของชุมชน และจากศักยภาพที่มีอยู่ของชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ยึดหลักการการผลิตและการบริโภคบนความพอประมาณ มีเหตุผล มีความ สมดุล และมีภูมิคุ้มกันที่ดีเป็นพื้นฐาน การพัฒนาทุกเรื่อง รวมทั้งเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้ในยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งแนวคิดทางด้านเศรษฐกิจทั้งสองนี้ ถือว่าเป็นแนวคิดทางด้านเศรษฐกิจที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนได้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔

คำว่า ชุมชน หมายถึง หมู่ชน, กลุ่มคนที่อยู่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในอาณาบริเวณเดียวกันและมีผลประโยชน์ร่วมกัน, ที่ที่มีคนอาศัยอยู่มาก เช่น ขับริถเข้าเขตชุมชนต้องชะลอความเร็ว

คำว่า เศรษฐกิจ หมายถึง งานอันเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน

ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ (๒๕๕๖ : ๒) เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง ระบบเศรษฐกิจระบบท้องถิ่นหรือชุมชนที่มีลักษณะเป็นองค์รวม ซึ่งไม่ได้มีเพียงแต่มิติทางด้านเศรษฐกิจ ที่เป็นตัวเลขของรายได้ รายจ่าย การผลิต และการบริโภคเท่านั้น แต่จะเป็นระบบเศรษฐกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน และรวมถึงการมีระบบคุณค่าเข้าไปด้วย ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม ในระดับครัวเรือน ทั้งในด้านการผลิต การบริโภค และการกระจายผลผลิต โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชน กล่าวคือให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับ



ผลประโยชน์ บนพื้นฐานของความสามารถที่ชุมชนต่างๆมีอยู่ จากการใช้ ทุนของชุมชน ทั้งที่เป็น ทุนสินค้า (เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตต่างๆ ฯลฯ) ที่มีอยู่หรือสามารถจัดหาได้ตาม ศักยภาพ) ทุนทางเศรษฐกิจ (ปัจจัยที่สนับสนุนให้การดำเนินกิจกรรม ทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่าง สะดวกราบรื่น เช่น ที่ดิน แหล่งน้ำ ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพภูมิประเทศ และการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น) และทุนทางสังคม (วิธีการผลิตภูมิปัญญา ท้องถิ่น โรงเรียน ฯลฯ)

ศิริพร สัจจามันท์ (๒๕๕๕) เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตการบริโภคการจำหน่ายแจกที่คนในท้องถิ่นชุมชนได้มีส่วนร่วมคิดร่วมทำร่วม รับประโยชน์ของประชาชน และร่วมกันเป็นเจ้าของ เศรษฐกิจชุมชนมีรากฐานมาจากศักยภาพของ ชุมชน ภูมิปัญญาของชุมชน หรือทุนในชุมชน อาทิวัฒนธรรม ประเพณี สภาพภูมิประเทศ ความหลากหลายทางทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว

### ๑. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องจากกระทรวงศึกษาธิการ (๒๕๕๕) ที่ได้กล่าวถึง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น สรุปได้ดังนี้

#### ๑.๑ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

๑.๑.๑ แนวคิดเกี่ยวกับวัฏจักรแห่งความยากจน (Vicious Cycle) เป็นแนวคิด ในการพัฒนาบุคคลของการพัฒนาคุณตัวๆ โดยแนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าชุมชนหรือประเทศกำลังพัฒนาถ้าไม่ พัฒนาจะต้องวนเวียนอยู่ในวัฏจักรนี้ตลอดไป อย่างไรก็ตามวิธีแก้ไขหรือการจะหลุดพ้นจากวัฏจักรนี้ได้ สังคมจะต้องกระตุ้นด้วยการเพิ่มระดับการลงทุนให้อยู่ในระดับสูง ซึ่งการกระตุ้นการลงทุนดังกล่าวนี้ ต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอจึงจะสามารถทำให้ชุมชนหรือสังคมหลุดพ้นจากวัฏจักรได้ แต่ปัญหาที่ เกิดขึ้นคือชุมชนหรือสังคมที่มีปัญหาความยากจนหรือด้อยการพัฒนาจะนำทุนมาจากที่ใด ดังนั้น วิธีแก้ไขปัญหามี ๒ วิธี คือ

๑.๑.๑.๑ จะต้องเพิ่มการสะสมทุนในประเทศให้มากขึ้น ซึ่งวิธีนี้ก็คงจะ ทำได้ยากเพราะชุมชนมีรายได้ต่ำอยู่แล้ว

๑.๑.๑.๒ ต้องพึ่งความช่วยเหลือทางด้านทุนจากภายนอกหรือ จากต่างประเทศในระยะแรกซึ่งแนวคิดนี้สนับสนุนวิธีที่ ๒ เพราะเมื่อชุมชนหรือสังคมหลุดพ้นจาก วัฏจักรนี้แล้ว ในรอบต่อไปก็สามารถพัฒนาและใช้ คืนเงินทุนได้

๑.๑.๒ แนวความคิดขั้นเศรษฐกิจของ Karl Marx การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ จากขั้นหนึ่งไปยังขั้นถัดไปจะเกิดขึ้นเพราะเกิดความขัดแย้งระหว่างชนชั้น โดยการเปลี่ยนแปลงของ สังคมจะมีการพัฒนาขึ้นตามลำดับโดยแบ่งเป็น ๕ ขั้นตอน

๑.๑.๒.๑ ชั้นสังคมบรรพกาล (Primitive Society) เป็นสังคมขั้นเริ่มต้น ยังไม่มีการแบ่งชนชั้นสมาชิกในชุมชนช่วยเหลือกัน ผลผลิตแบ่งตามส่วนที่ตนเองหามาได้

๑.๑.๒.๒ ชั้นสังคมทาส (Ancient Slave State) ผลผลิตเริ่มมากขึ้นกลุ่ม ผู้มีอำนาจมาบังคับเอาผลผลิตส่วนเกินไป เกิดกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลและการแบ่งชนชั้น มีสังคมทาส

๑.๑.๒.๓ ชั้นสังคมศักดินา (Feudalism) แรงงานทาสจะเริ่มต่อต้านทำ การปฏิวัติและจะถูกปลดปล่อยกลายมาเป็นผู้เช่าที่ดิน การผลิตของผู้เช่าจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๑.๑.๒.๔ ชั้นสังคมทุนนิยม (Capitalism) เมื่อพลังการผลิตขยายตัวจนเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมผู้เช่าที่ดินจะถูกปลดปล่อยให้เป็นแรงงานอิสระเกิดการขูดรีดแรงงานในโรงงาน

๑.๑.๒.๕ ชั้นสังคมคอมมิวนิสต์ (Communist) การขูดรีดแรงงานจะทำให้เกิดการต่อสู้ระหว่างชนชั้นแล้วชนชั้นกรรมาชีพจะโค่นล้มชนชั้นนายทุน สังคมทุนนิยมจะถูกล้มสลาย แล้วเปลี่ยนเข้าสู่สังคมคอมมิวนิสต์โดยปัจจัยการผลิตเป็นของส่วนรวมโดยผลผลิตจะถูกแจกจ่ายให้กับสมาชิกอย่างเพียงพอและบุคคลในสังคมจะมีความเท่าเทียมกัน

๑.๑.๓ แนวความคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนา Stage of Growth ผู้นำเสนอแนวคิดนี้คือ W.W.Rostow โดยแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของสังคมที่ผ่านมามีได้แบ่งการพัฒนาเป็น ๕ ขั้นตอนคือ

๑.๑.๓.๑ ชั้นสังคมโบราณ (Traditional Society) ลักษณะคือการพัฒนาอย่างต่ำเทคโนโลยีอย่างต่ำ ประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ เศรษฐกิจซึ่งการเกษตรเป็นหลัก

๑.๑.๓.๒ ชั้นเตรียมทะยานบิน (Precondition for take - off ) ลักษณะคือขยายโครงสร้างพื้นฐานอย่างกว้างขวาง ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเริ่มมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจทุกด้าน

๑.๑.๓.๓ ชั้นทะยานบิน (Take - off) ลักษณะคือ มีการพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมขึ้นมาเป็นสาขา นำการผลิตทางการเกษตรจะมีลักษณะเป็นการค้า การขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง

๑.๑.๓.๔ ชั้นสู่ระดับอิมมัตูร์ ( Drive to Maturity) ลักษณะคือการจัดการมีประสิทธิภาพสูง แรงงานมีทักษะ ผลผลิตเพิ่มมากกว่าประชากรสามารถผลิตสินค้าใหม่ๆ ตามความต้องการได้มากขึ้น ตลอดจนมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูง

๑.๑.๓.๕ ชั้นการบริโภคระดับสูง (High Mass Consumption) ลักษณะคือประชาชนมีการบริโภคสมบูรณ์ถ้วนหน้า มีการจ้างงานเต็มที่ (Full Employment) ประชาชนมีความรู้สึกมั่นคง มีทัศนคติที่ดี มีความเจริญพร้อมในทุกๆด้าน

๑.๑.๔ ทฤษฎีความจำเป็นเติบโตแบบสมดุล Balanced Growth หรือทฤษฎีการพัฒนาครั้งใหญ่ (Big Push) โดยผู้นำเสนอคือ Rosenstein and Rodan แนวคิดนี้เชื่อว่าการลงทุนเพื่อการพัฒนาชุมชน หรือสังคมต้องมีขนาดใหญ่พอ การพัฒนาจึงจะเกิดขึ้นได้เพราะการลงทุนขนาดเล็กหลายๆครั้ง จะให้ผลการพัฒนาโดยภาพรวม (Total Effect) น้อยกว่าการลงทุนครั้งใหญ่ครั้งเดียว ดังนั้นจึงต้องมีการลงทุนขนาดใหญ่ เพื่อขจัดปัญหาการแบ่งแยกไม่ได้ ๓ ทางคือ

๑.๑.๔.๑ การแบ่งแยกไม่ได้ทางการผลิตการลงทุนบางอย่างต้องมากพอที่จะเกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) เหตุผลเพราะว่าการก่อสร้างต้องใช้เวลาเตรียมการและต้องมีครบชุดจึงจะใช้ประโยชน์ได้เช่นถนนไฟฟ้า โทรศัพท์นอกจากนี้กิจการหลายอย่างสามารถใช้บริการขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) ร่วมกันได้

๑.๑.๔.๒ การแบ่งแยกไม่ได้ทางด้านอุปสงค์ (Demand) ของชุมชนต้องมากพอกิจการต่างๆ จึงจะอยู่ได้และขยายกิจการได้กิจการในสาขาการผลิตต่างๆ จะสามารถพึ่งพาซึ่งกันและกันได้เพียงพอ

๑.๑.๔.๓ การแบ่งแยกไม่ได้ทางการออม (Saving) การลงทุนของสังคมใด ๆ ที่มีเสถียรภาพจะต้องมาจากการออม ดังนั้นการลงทุนเริ่มแรกเป็นจำนวนมากจึงจะสามารถกระตุ้นการออมได้อย่างเพียงพอ

๑.๑.๕ ทฤษฎีความเจริญเติบโตแบบไม่สมดุล (Unbalanced Growth) ผู้นำเสนอคือ Hirschman เป็นแนวคิดที่คัดค้าน Balanced Growth เพราะคิดว่าสังคมหรือประเทศกำลังพัฒนาจะไม่สามารถลงทุนเพื่อการพัฒนาที่มีขนาดใหญ่เพียงพอ ดังนั้นกลยุทธ์คือ ต้องหามาตรการที่จะทำให้เกิดการลงทุนในบางกิจการเพื่อให้เกิดความไม่สมดุลระหว่างภาคเศรษฐกิจต่างๆ ภาคเศรษฐกิจใดที่เจริญรุดหน้าไปก่อน ภาคเศรษฐกิจอื่นเกิดการขาดแคลนและเป็นพลังกดดันให้เกิดการลงทุนในสาขาเศรษฐกิจอื่น แต่เนื่องจากมีเงินทุนจำกัดดังนั้นกลยุทธ์ที่สำคัญคือ ควรเลือกพัฒนาภาคเศรษฐกิจใดภาคเศรษฐกิจหนึ่งก่อน โดยภาคเศรษฐกิจที่เลือกลงทุนควรเป็นสาขาเศรษฐกิจที่เป็นยุทธศาสตร์หรือสาขานำ (Leading Sector) จากนั้นผลการพัฒนาภาคเศรษฐกิจนำจะสร้างผลเชื่อมโยงไปยังพัฒนาภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ต่อไปโดยการเลือกสาขานำจะต้องก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage) และผลเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage) กับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ได้มากที่สุด

๑.๑.๖ ทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency Theory) ผู้นำเสนอคือ Dos Santos เกี่ยวกับการพัฒนาของสังคมในประเทศใดประเทศหนึ่งหรือไม่ จะถูกกำหนดมาจากการพัฒนาในด้านต่างๆ ของอีกประเทศหนึ่ง ดังนั้นสภาพการด้อยพัฒนาของชุมชน หรือประเทศใด มาจากการพึ่งพา (Dependency) ประเทศอื่นนั่นเอง ดังเช่นประเทศโลกที่สามต้องพึ่งพาประเทศทุนนิยมตะวันตก ข้อวิจารณ์ของแนวคิดนี้คือชุมชนหรือประเทศด้อยพัฒนาทั้งหลาย จะไม่สามารถหาแนวทางการพัฒนาในแนวทางที่เป็นอิสระของตนเองได้ นอกจากนี้สภาพการพึ่งพาเป็นแบบถูกเอารัดเอาเปรียบ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตามทฤษฎีนี้คือ

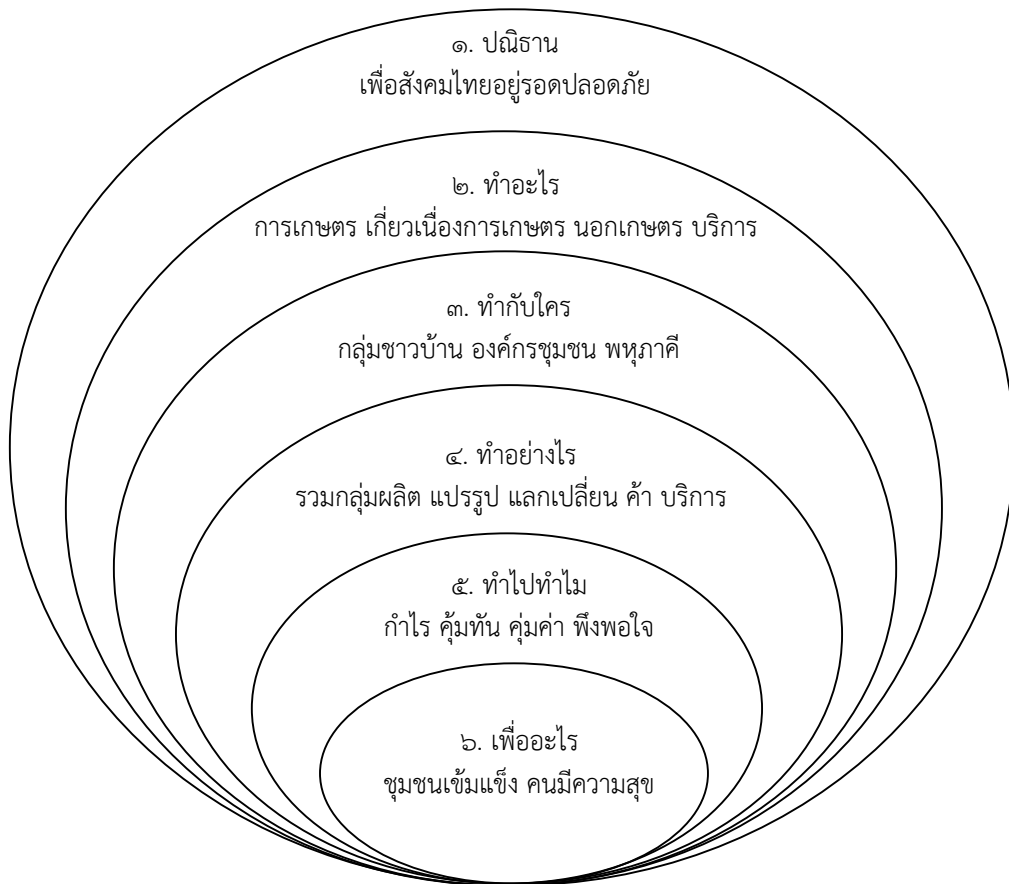
๑.๑.๖.๑ ควรดำเนินการเพื่อหาแนวทางพัฒนาแบบพึ่งตนเอง (Self – Reliance) เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับตนเอง (Appropriate or Intermediate Technology)

๑.๑.๖.๒ ประเทศด้อยพัฒนาคควรร่วมมือกันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทั้งนี้เพื่อช่วยเหลือและร่วมมือซึ่งกันและกัน

๑.๑.๖.๓ ร่วมกันสร้างอำนาจต่อรองกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เพื่อจัดการปฏิรูปความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจของโลกใหม่ที่ประเทศกำลังพัฒนาจะไม่ถูกรบงำ

๑.๑.๗ แนวความคิดเกี่ยวกับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจไปพร้อมกับการกระจายรายได้ (Redistribution with Growth) ผู้นำเสนอคือ Chenery and Alluvalia โดยส่วนหนึ่ง จะยังสอดคล้องกับการพัฒนาที่เน้นความจำเป็นเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่มาจาก การสะสมทุน และการลงทุน แต่สังคมจะต้องเพิ่มเติมมาตรการการแก้ไขปัญหาการกระจายรายได้ ความยากจน การว่างงาน และความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ทั้งนี้เพราะการพัฒนาที่ผ่านมา เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่การพัฒนาประเทศ ยังอยู่ในระดับต่ำ ดังคำกล่าวที่ว่า ประเทศมั่นคง แต่ประชาชนยากจน ดังนั้นมาตรการที่จะต้องนำมาใช้ควรมีลักษณะดังนี้

- การพัฒนา
- ๑.๑.๗.๑ เพิ่มความสำคัญการผลิตในบางสาขา โดยเฉพาะสาขาที่ยังไม่ได้รับการพัฒนา
  - ๑.๑.๗.๒ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาชนบทให้มากขึ้น
  - ๑.๑.๗.๓ ส่งเสริมการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีแบบใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive) ให้มากกว่าแบบใช้ทุนเป็นหลัก (Capital Intensive)
  - ๑.๑.๗.๔ ควบคุมจำนวนประชากร (Population Restraint)
  - ๑.๑.๗.๕ กำหนดกลุ่มคนยากจน (Poverty Groups) ให้ชัดเจนเพื่อจะได้กำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนา
  - ๑.๑.๗.๖ ปรับปรุงโอกาสให้กลุ่มคนยากจนเข้าถึงบริการของรัฐให้มากขึ้น
  - ๑.๑.๘ แนวความคิด (มงคล ด้านธานินทร์, ๒๕๔๑) ไม่ได้ให้คำจำกัดความในเรื่อง เศรษฐกิจชุมชนโดยตรง เพราะเห็นว่าจะเป็นเพียงข้อความหนึ่ง ที่ทำให้ผู้คนพยายามจำความหมาย มากกว่าที่จะพยายามทำความเข้าใจ ดังนั้นในที่นี้จึงใช้วิธีตั้งเป็นประเด็นเพื่อตอบคำถามให้เกิดความเข้าใจในคำศัพท์ เพื่อจะได้หลีกเลี่ยงการจำ โดยได้ตั้งเป็นประเด็นในลักษณะเป็นกรอบแนวความคิดของเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการตามลำดับ
- แผนภาพที่ ๒ - ๔ กระบวนการลำดับแนวความคิดของเศรษฐกิจชุมชน



ที่มา : มงคล ด้านธานินทร์, ๒๕๔๑

๑.๑.๘.๑ ปณิธาน หมายถึง เศรษฐกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจชาติ ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงต้องดำเนินการด้วยความมุ่งมั่น ต้องสัมพันธ์กับ การเมือง การปกครอง การศึกษา และวัฒนธรรมของคนทั้งประเทศ การดำเนินการเศรษฐกิจใดๆ จะไม่ช่วยให้บรรลุปณิธานได้

๑.๑.๘.๒ ทำอะไร หมายถึง ทำงานเพื่อดำรงชีพในแนวสัมมาชีพ เพื่ออยู่ร่วมกับเพื่อนมนุษย์อื่นๆ ในชุมชน เช่น กระจายปลูก เลี้ยงสัตว์ แปรรูปผลผลิต ตัดเย็บเสื้อผ้า ปลูกพืชสมุนไพร บริการท่องเที่ยว เป็นต้น

๑.๑.๘.๓ ทำกับใคร หมายถึง ชาวบ้านรวมกลุ่มกันเองอย่างไม่เป็นทางการ ไม่เป็นนิติบุคคล เช่น สหกรณ์ สมาคมหรือรวมกลุ่มกับนักพัฒนาเอกชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือนักวิชาการ

๑.๑.๘.๔ ทำอย่างไร เมื่อรวมกลุ่มแล้วก็ทำการผลิตสินค้า แปรรูป และซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า

๑.๑.๘.๕ ทำไปทำไม เนื่องจากชาวบ้านมีระดับการทำมาหากินต่างกัน การรวมกลุ่มจะช่วยให้เกิดความพออยู่พอกิน เกิดความพึงพอใจ เพื่อจะเกิดความคุ้มค่ากับการลงทุน และเพื่อกำไร

๑.๑.๘.๖ เพื่ออะไร เป็นการรวมตัวของชุมชนในระดับล่างสุดของสังคม เพื่อร่วมกันทำงานให้คนมีความสุข และชุมชนมีความเข้มแข็ง

๑.๑.๘ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) แนวคิดนี้เป็นกระแสการพัฒนาที่กล่าวถึงกันมากที่สุดในปัจจุบันความหมายคือ เป็นการพัฒนาที่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและตลอดไป ภายใต้สภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สาเหตุมาจาก การพัฒนาที่ผ่านมาโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วมีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ถ้ายังใช้แนวคิดในการพัฒนาแบบเดิมจะต้องถึงวันที่สังคมโลกไม่อาจพัฒนาได้อีกต่อไป แนวทางในการพัฒนาควรดำเนินการในด้านต่างๆต่อไปนี้ อย่างพร้อมเพียงกันคือ

๑.๑.๘.๑ การขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ยังมีความจำเป็นและต้องใช้ความสำคัญต่อไป แต่การขยายตัวไม่จำเป็นต้องสูงมาก

๑.๑.๘.๒ การกระจายรายได้ (Income Distribution) เพื่อให้ประชาชนมีความเท่าเทียมกันมากขึ้น

๑.๑.๘.๓ สวัสดิการทางสังคม (Social will – being) เพิ่มความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การได้รับบริการขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึง

๑.๑.๘.๔ คุณภาพสิ่งแวดล้อม (Environmental Quality) ครอบอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

## ๑.๒ แนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

ในสภาพความเป็นจริงแล้วเศรษฐกิจชุมชนมักจะถูกมองว่าเป็นเศรษฐกิจนอกระบบเท่านั้น ทั่วๆไปถือว่าเศรษฐกิจชุมชนมีความสำคัญ และเป็นพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจในส่วนรวมของประเทศ หากพิจารณากันให้ดีแล้วจะพบว่าระบบเศรษฐกิจชุมชนนี้มีสัดส่วนแรงงานมากกว่าครึ่งหนึ่งของแรงงานต่างประเทศแต่เมื่อคิดรายได้ที่เกิดขึ้นจากระบบเศรษฐกิจชุมชน กลับ

พบว่ามีความน้อยกว่าเศรษฐกิจในระบบทุนนิยม ที่กระจุกตัว อยู่แต่เฉพาะในเมือง หรือศูนย์กลางความเจริญเท่านั้น ซึ่งระบบเศรษฐกิจส่วนนี้ ได้ดึงเอาประชาชนจากชุมชนในชนบทเข้าไปเป็นแรงงานเพื่อขับเคลื่อนความเจริญให้กับศูนย์กลางความเจริญดังกล่าวเป็นสำคัญ

เศรษฐกิจชุมชนจึงเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากสำหรับประเทศกำลังพัฒนา เพราะถ้าหาก เศรษฐกิจชุมชนมีความมั่นคง แข็งแรง จะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของทั้งประเทศมีความมั่นคง แข็งแรง ตามไปด้วย โดยทั่วไปแล้วแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน มีที่มาสำคัญอยู่อย่างน้อยสองแนวคิด ได้แก่ แนวคิดของมหาตมะคานธี ที่คอยสนับสนุนให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนเศรษฐกิจหมู่บ้าน โดยเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า หรือทดแทนการซื้อจากตลาด เน้นการลดรายจ่ายในครัวเรือนให้เหลือน้อย ลงซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มรายได้ที่มองไม่เห็น ให้กับครัวเรือนนั่นเอง นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้ชุมชน มีการพึ่งพาตนเองให้รู้จักทำกิน และทำขึ้นมาใช้เอง และอีกแนวคิดหนึ่งมาจากรัสเซีย ซึ่งเป็นกระบวนการ พัฒนาความร่วมมือของประชาชนใน ระดับชุมชนจนกลายเป็นพรรคการเมืองในที่สุด โดยใช้ชื่อว่า พรรคสังคมนิยมปฏิวัติ (Social Revolutionary) ในแนวคิดนี้มีนักคิดที่สำคัญชื่อ เอ วิ ชายานอฟ ๑๘๘๘ - ๑๙๓๙ ที่เห็นว่าเศรษฐกิจชุมชนเป็นอีกระบบเศรษฐกิจหนึ่งที่สามารถจัดระบบให้พึ่งพาตนเอง และเป็นรากฐานสำคัญให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศโดย รวมได้

สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (๒๕๔๒ : ๑๕) ได้ประมวลแนวความคิดหลักทั้ง ๒ แนวคิดสรุปได้ดังนี้

๑. การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศจะต้องเริ่มที่ชุมชนใน ชนบทหรือภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นเศรษฐกิจพื้นฐานของประเทศอันเป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับมหภาคจุดสำคัญของเศรษฐกิจชุมชนคือยึดชุมชนเป็นหลักประชาชนต้อง สามัคคีร่วมมือกัน ช่วยเหลือกัน พึ่งตนเองและสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเป็นเสมือนทุนทางสังคม

๒. การรวมกลุ่มของประชาชนต้องใช้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นเครื่องมือเป็นปัจจัยที่เชื่อมความสัมพันธ์ของสมาชิก เพราะกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่สมาชิกเห็นประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม เป็นเรื่องใกล้ตัว เช่นการรวมกลุ่มที่มีเป้าหมายเพื่อการผลิต กลุ่มเพื่อระดมทุนกลุ่มเพื่อการแปรรูปผลผลิต กลุ่มเพื่อการตลาด และกลุ่มอาชีพอุตสาหกรรมในครัวเรือน เป็นต้น

ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ (๒๕๕๖ : ๙) ได้กล่าวถึง เป้าหมายที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน มีอยู่ร่วมกันหลายประการเช่น

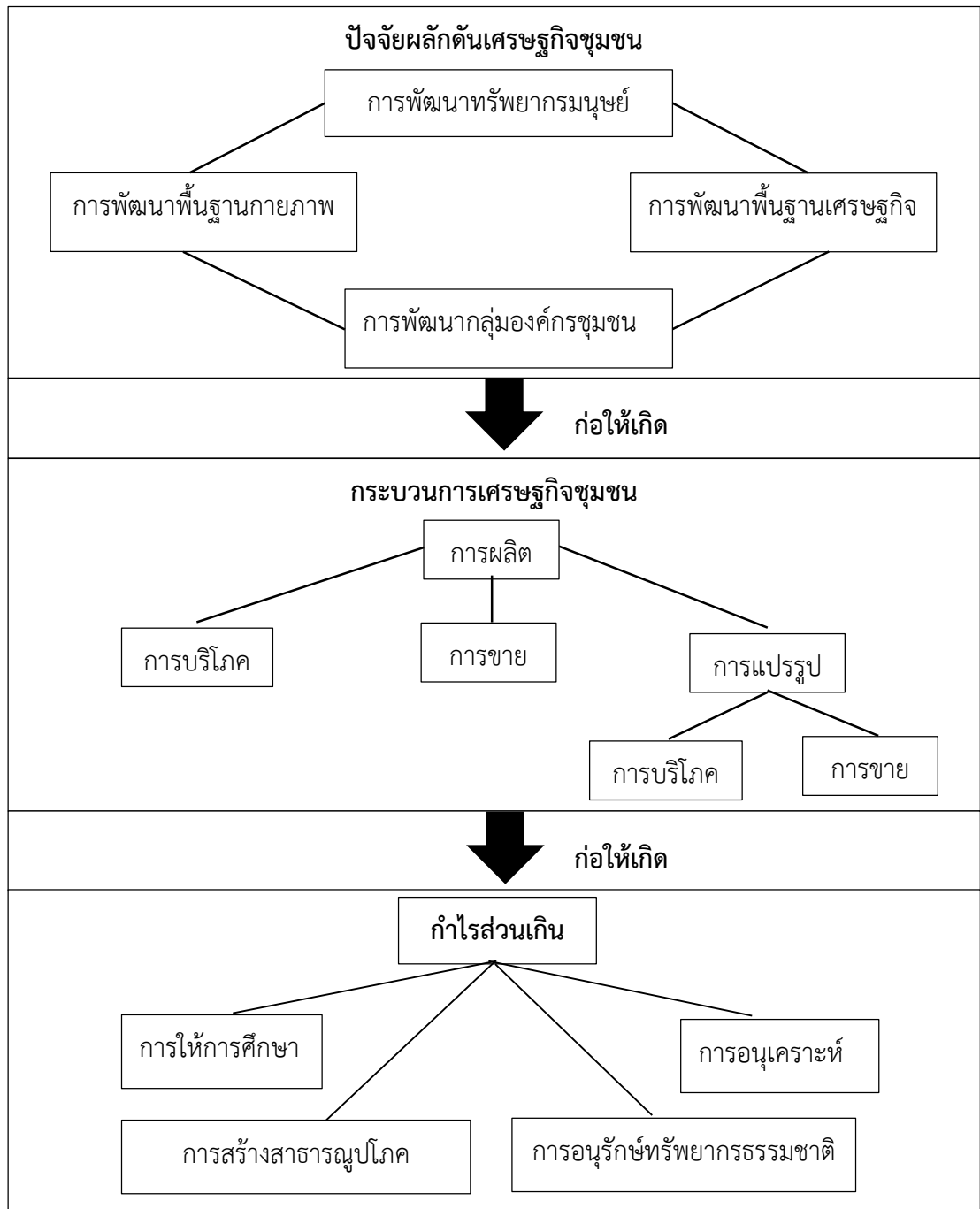
๑. การพัฒนาขีดความสามารถของคนในครอบครัวและชุมชน จากการสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้

๒. การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ตามศักยภาพของตนเองให้ประชาชนในชุมชนมีความอยู่ดีกินดีอย่างทั่วหน้า

๓. การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้ยั่งยืน รวมถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถดำรงสืบไปจน ถึงรุ่นลูกรุ่นหลาน

มงคล ด้านธานินทร์ (๒๕๔๑) ได้ทำการศึกษาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ประกอบด้วย ๓ ประเด็นหลัก ได้แก่ ปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชน กระบวนการเศรษฐกิจชุมชน และกำไรส่วนเกินจากเศรษฐกิจชุมชน

แผนภาพที่ ๒ - ๕ แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน



ที่มา : มงคล ด้านธานินทร์, ๒๕๔๑

๑. ปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชน

ปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงผลักดันในการเกิดเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่จึงควรให้ความสนใจกับปัจจัยนี้เป็นลำดับแรก เพื่อกำหนดเกิดกิจกรรมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๔ ปัจจัยดังนี้

๑.๑ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วยการพัฒนา กลุ่ม ๓ กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ การพัฒนาผู้นำเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ ให้มีความรู้และความสามารถในการวิเคราะห์ความจำเป็นที่ต้องทำ การผลิต การแปรรูป การค้าและการติดต่อสัมพันธ์กับโลกภายนอก นอกจากนี้ควรมีความสามารถในการระดมคน เงินทุน การบริหารและการจัดการกระบวนการผลิต การแปรรูปและการใช้ทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาชาวบ้านให้มีความสนใจในกิจกรรมเศรษฐกิจชุมชน โดยพัฒนาชาวบ้านให้มีความรู้และความสามารถด้านเทคนิคการผลิตและการแปรรูปและการพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่ผู้เกี่ยวข้อง ให้มีความรู้อย่างลึกซึ้งในอุดมการณ์และเทคนิคการกระตุ้นเชื่อมประสานเพื่อเศรษฐกิจชุมชน

๑.๒ การพัฒนา กลุ่ม/องค์กร ชุมชน ควรมีความเข้าใจในการสร้างกลุ่มและการดำเนินกิจกรรม ในรูปแบบกลุ่มที่มีผู้นำชาวบ้าน และผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมกันทำงาน ซึ่งเป็นหัวใจของเศรษฐกิจชุมชน โดยการทำงานด้วยวิธีการนี้ สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยที่คนชนบทมีความเกื้อหนุน จุนเจือซึ่งกันและกัน และสอดคล้องกับข้อจำกัดทางเศรษฐกิจของคนในชุมชนบท เนื่องจากต่างฝ่ายต่างมีทุนทรัพย์และเครื่องมือทำมาหากินที่ไม่มากนัก

๑.๓ การพัฒนาพื้นฐานเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้มาซึ่งเงินทุน ได้แก่ เงินทุนที่ได้จากการระดมทุนในหมู่บ้าน จากชาวบ้านผู้ที่สนใจในการผลิตและการแปรรูปจะถูกนำไปใช้อย่างสมเหตุสมผล มีความต่อเนื่องและไม่ค่อยเสียหายจากการคดโกงด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งต่างจากเงินทุนที่รัฐสนับสนุนผ่าน หน่วยงานราชการและเงินของภาคเอกชน ที่ถูกนำไปใช้อย่างไม่ระมัดระวัง เพราะชาวบ้านมักถือว่าไม่ใช่เงินของตน การได้มาซึ่งเงินทุนอาจได้จากกิจกรรมออมทรัพย์ การระดมทุน การระดมทุน การตั้งธนาคารหมู่บ้าน หรือจากการรับทุนช่วยเหลือจากภายนอกสมทบกับทุนภายในชุมชน

๑.๔ การพัฒนาพื้นฐานทางกายภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งน้ำเพื่อการบริโภค และ การผลิตเนื่องจากในช่วงฤดูแล้งหรือช่วงฤดูฝนขาดช่วง ชาวบ้านส่วนใหญ่จะใช้เวลากับการหาน้ำเพื่ออุปโภคบริโภคด้วยความลำบาก ดังนั้นคนในชุมชนที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวที่มีร่างกายแข็งแรงจะอพยพหางานทำนอกพื้นที่จึงส่งผลให้ชาวบ้านทำกิจกรรมเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างไม่ต่อเนื่อง

## ๒. กระบวนการเศรษฐกิจชุมชน

เมื่อมีความพร้อมในปัจจุบันผลักดันเศรษฐกิจชุมชนทั้ง ๔ ปัจจัยแล้ว จึงทำให้กระบวนการเศรษฐกิจชุมชนพร้อมที่จะดำเนินการได้ ประกอบด้วย กิจกรรมการผลิต การบริโภค การแปรรูปและการขาย ให้สามารถดำเนินไปอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งกิจกรรมในกระบวนการนี้อาจจำแนกได้ดังต่อไปนี้

๒.๑ การเกษตรต่อเนื่อง การเกษตรและนอกการเกษตรประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์จากผ้าเช่น การทำผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าขาวม้า และกระเป๋าผ้าชนิดต่างๆ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้า เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า และผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ภายในบ้านและสำนักงานเป็นต้นผลิตภัณฑ์จักสาน ไม้ไผ่และหวาย เช่น ตะกร้า เข่ง กระจาด เสื่อหวาย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ เช่น การดอกไม้ผลไม้ และไม้ประดับจากกระดาษชนิดต่างๆ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์อาหารและการแปรรูป เช่นผลิตภัณฑ์จากผลไม้ พร้อมตีมนวไรน์จากผลไม้ชนิดต่างๆ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์วัสดุ เช่น เครื่องปั้นดินเผาผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง เป็นต้น



๒.๒ กิจกรรมลานค้าชุมชน ได้แก่ การจัดหาพื้นที่ที่ชาวบ้านนำผลิตภัณฑ์ ออกมาสู่ตลาดเพื่อซื้อและขายสินค้าซึ่งลานค้านี้ อาจตั้งในตลาดชนบท ตลาดเมืองโดยปลอดการเสียค่าธรรมเนียมต่างๆ

๒.๓ กิจกรรมร้านค้าชุมชน ได้แก่ การส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันตั้งร้านค้าเพื่อขายผลิตภัณฑ์ของตนซึ่งมักมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการออมทรัพย์ การระดมหุ้น ระดมทุน การผลิตและการแปรรูป ซึ่งถือว่าเป็นวงจรที่กลุ่มเกษตรกรผู้มีประสบการณ์จัดตั้งขึ้น

๒.๔ การท่องเที่ยวโดยเป็นที่รู้กันว่า ประเทศไทยอุดมไปด้วยแหล่งโบราณสถาน น้ำตก แม่น้ำ ลำคลองและทิวทัศน์ธรรมชาติ ซึ่งการฟื้นฟูความสำคัญของสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้คนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเที่ยวเป็นโอกาสให้คนในชุมชนสามารถเก็บเงินค่าขนส่ง และการขายผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นของฝากหรือของที่ระลึกได้

๒.๕ ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ หรือเรียกว่า One Stop Service เป็นการจัดตั้งเพื่อเจริญรอยตามพระราชดำริ ที่ว่าควรมีสถานที่ที่เกษตรกรสามารถแสวงหาข้อมูล คำแนะนำในการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์บก สัตว์น้ำ การใช้น้ำ บำรุงดิน การป้องกันและปราบศัตรูพืช การลงทุน การตลาด การแปรรูปผลผลิต เป็นต้นได้อย่างครบครัน

### ๓. กำไรส่วนเกินจากเศรษฐกิจชุมชน

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มชาวบ้านที่ทำเศรษฐกิจชุมชน และได้ผลดีจะมีกำไรส่วนเกินที่ได้จากการหักค่าใช้จ่ายออกแล้ว คณะกรรมการดำเนินงานจะแบ่งส่วนกำไร เพื่อสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนโดยไม่เรียกเงินคืนในภายหลังกิจกรรม ที่มักได้รับการอุดหนุน ได้แก่

๓.๑ การให้การศึกษแก่เยาวชนในระบบโรงเรียน ในรูปของหนังสือเรียนอาหารกลางวันอุปกรณ์การศึกษา อีกทั้งได้ให้การสนับสนุนในรูปการศึกษาดูงาน การพัฒนาแก่เยาวชนและชาวบ้าน

๓.๒ การให้ความอนุเคราะห์ในชุมชนแก่เยาวชนหญิง ชาย เมื่อออกจากการศึกษาภาคบังคับแล้ว ต้องการมีเงินทุน เพื่อประกอบอาชีพ ส่วนคนชราเป็นการอนุเคราะห์ในรูปแบบการให้เงินช่วยเหลือ การรักษาพยาบาลและคนพิการ เป็นการอนุเคราะห์ในรูปแบบการสนับสนุนกิจกรรมที่เหมาะสมกับเขาเหล่านั้น

๓.๓ การสร้างสาธารณูปโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการสร้างประปาหมู่บ้าน การสร้างถนนคอนกรีตขนาดเล็ก และการขุดสระ โดยไม่ให้ใช้งบประมาณแผ่นดินแต่ได้จากการแบ่งกำไร จากกองทุนพัฒนาหมู่บ้านและกิจกรรมเศรษฐกิจมาสนับสนุน

๓.๔ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติกลุ่มพัฒนาอาชีพในปัจจุบันได้เห็นความสำคัญของการอยู่ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนและทรัพยากรดินน้ำและป่า ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ได้สนับสนุนทุนบางส่วนร่วมกับโรงเรียนชุมชนและหน่วยงานจากภายนอก เพื่อส่งเสริมเยาวชนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้เยาวชนเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ

### ๓. แนวปฏิบัติในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

ธเนศ ศรีวิชัยคำพันธ์ (๒๕๕๖ : ๑๑) การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไปตามกระแสทุนนิยมที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นหลักโดยไม่ให้ความสนใจที่จะพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเท่าที่ควรจึงก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาไม่ว่าจะเป็นปัญหาการกระจายรายได้ที่ไม่เป็นธรรม

ปัญหาสังคมอ่อนแอ ปัญหาเกษตรกรขาดแคลนที่ดินทำกิน ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เสื่อมโทรม ปัญหาสินค้าเกษตรปนเปื้อนสารพิษ และปัญหาอื่นๆ อีกมากมาย ดังนั้นทางออกของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต ควรจะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความมั่นคง แข็งแรงเสียก่อน ดังนั้นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนสามารถสรุปได้ดังนี้

๑. การสร้างเวทีการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นก่อนอาจจะเป็นลักษณะประชาคมหมู่บ้าน ตำบล หรืออำเภอในลักษณะของร้านค้าชุมชนตลาดนัดชุมชน ฯลฯ

๒. ควรมีการวิเคราะห์ศักยภาพและขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นนั้นเสียก่อนว่า ชุมชนนั้นๆ มีความพร้อมแค่ไหน หากชุมชนนั้นไม่มีศักยภาพหรือไม่มีความพร้อมที่จะพัฒนา การเข้าไปส่งเสริมก็จะเป็นไปได้ยาก โอกาสที่จะประสบความสำเร็จน้อย ในทางตรงกันข้ามหากชุมชนนั้นๆ มีศักยภาพหรือมีความพร้อมแล้วโอกาสที่ชุมชนเหล่านั้นจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตนเองจึงมีค่อนข้างสูง

๓. ควรมีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ดำเนินการตามขั้นตอน ทฤษฎีใหม่

๔. ควรมีการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มในลักษณะต่างๆ เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มสะสมทุน กลุ่มอนุรักษ์ต่างๆ และนอกจากนี้ควรมีการสร้างเครือข่าย ระวังองค์กรในชุมชนนั้นๆ ด้วย

๕. ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต หรือพัฒนาความรู้เกี่ยวกับวิธีการผลิตการคัดคุณภาพ การเก็บรักษา การแปรรูป และการ บรรจุหีบห่อ ของผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนนั้นๆ สามารถผลิตขึ้นมาได้ด้วยทรัพยากรของตนเอง

๖. ควรส่งเสริมพัฒนาระบบตลาด เช่นตลาดในชุมชนท้องถิ่นของตนเองและตลาดภายในประเทศ หรือบางครั้งหากชุมชนมีศักยภาพสูง ก็สามารถพัฒนาไปถึงตลาดในต่างประเทศด้วยก็ได้ ควรส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับกลุ่มผู้บริโภค เพื่อเชื่อมโยงระหว่างกัน ผู้ผลิตกับตลาดปลายทาง เช่น ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้ผลิตกับโรงงานแปรรูปต่างๆ เป็นต้น

๗. ควรมีการส่งเสริมพัฒนากิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ การศึกษาวัฒนธรรม สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

๘. ควรส่งเสริมให้มีการทำวิจัยเพื่อใช้สนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

๙. ควรมีการสร้างศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจชุมชนแบบเบ็ดเสร็จ ในระดับอำเภอหรือระดับจังหวัด โดยเน้นการมีส่วนร่วมขององค์กรชุมชนท้องถิ่นเป็นสำคัญ

๑๐. ควรส่งเสริมให้มีการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนาให้เป็นสถานที่ดูงานของชุมชนอื่นๆ ที่ต้องเข้ามาศึกษาดูงานหรือต้องการเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้

๑๑. ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบข่าวสาร เพื่อช่วยให้ชุมชนสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจการทำธุรกิจของชุมชน

๑๒. ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบข้อมูล ข่าวสารการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ของตนเองออกสู่สังคมภายนอก เพื่อนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

## แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน นักวิชาการต่างให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กันมากเนื่องจากปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความตื่นตัว ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ การท่องเที่ยวที่หันมานิยมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการท่องเที่ยวนำแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ในหลายระดับ ทั้งในระดับภูมิภาคประเทศและท้องถิ่นและใช้ทั้งใน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนอย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวในปัจจุบันจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้เพียงใด ขึ้นอยู่กับหลายฝ่ายที่ร่วมมือกันทำให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน (ราณี อิศัยกุล, ๒๕๕๗ : ๔๕) ทำให้เกิดหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) เป็นแนวคิดการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจากทั่วประเทศเนื่องจาก เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ที่เน้นการจัดทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศรวมทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่นจากแนวคิด หลักการ และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนจะต้องยึดกรอบหลักการพัฒนาและการบริหารจัดการที่มีองค์ประกอบหลักอยู่ ๔ ประการได้แก่ องค์ประกอบด้าน แหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกและการบริการ ด้านตลาดท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ ซึ่งแต่ละด้านมีสาระรายละเอียดมากน้อยแตกต่างกัน แต่ทุกองค์ประกอบดังที่กล่าวมามีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันไม่สามารถแยกจากกันได้ (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และ คณะ ๒๕๖๐ : ๑๐๙)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางการพัฒนา ที่มุ่งให้เกิดความสมดุล ระหว่างวัตถุประสงค์ด้านสังคม เศรษฐกิจ และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร้ขีดจำกัด ที่เน้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง มากกว่าความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว กล่าวโดยสรุปคือ การท่องเที่ยวทุกประเภทในแต่ละพื้นที่ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม เกษตร ชุมชนหรืออื่นๆ จะต้องได้รับการพัฒนาจึงจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยใช้หลักเกณฑ์อย่างเป็นทางการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เทิดชาย ช่วยบำรุง, ๒๕๕๒ : ๕๓)

### ๑. ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (๒๕๔๘ : ๗) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรทางท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยียนอย่างสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยั่งยืนยาว ทั้งนี้การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีลักษณะสำคัญอยู่ ๖ ประการดังต่อไปนี้

๑. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน วัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม

๒. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

๓. เป็นการท่องเที่ยว ที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

๔. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

๕. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๖. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและคืนประโยชน์กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

ผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษานโยบายที่เกี่ยวข้องจาก (ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๕๗) ที่ได้กล่าวถึง ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สรุปดังนี้

การประชุม Globe'90 Conference เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๓ ณ เมืองแวนคูเวอร์ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน Sustainable Tourism Development ว่าหมายถึง การจัดการทรัพยากรทุกประเภทที่จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพได้ ในขณะเดียวกันสามารถรักษาความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางวัฒนธรรม กระบวนการของระบบนิเวศ ความหลากหลายของชีววิทยา และระบบของสิ่งมีชีวิตได้ (Tourism Canada, 1990 : 3) ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้ เน้นในเรื่องของการจัดการทรัพยากรให้เกิดผลประโยชน์และความอยู่รอดของชุมชน รวมทั้งตอบสนองพันธะทางสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์ภายใต้ระบบนิเวศวิทยา

การประชุม Globe'90 อยากรได้กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาท่องเที่ยว ดังนี้

๑. เพื่อพัฒนาความตระหนักและความเข้าใจถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ

๒. เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคและการพัฒนา

๓. เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน

๔. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงสุด

๕. เพื่อรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2008) ได้กำหนดเป้าหมายของแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งคู่มือการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่กำหนดขึ้น รวมทั้งตัวอย่างการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ยกตัวอย่างสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชนดั้งเดิมและการท่องเที่ยวเฉพาะทางในจุดหมายปลายทางของเมืองท่องเที่ยวทุกประเภท หลักการสำคัญของความยั่งยืนหมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม และความสมดุลของทั้ง ๓ มิติเพื่อประกันความยั่งยืนในระยะยาวดังนี้

๑. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมทั้งบำรุงรักษาระบบนิเวศและกระบวนการที่จำเป็นของระบบนิเวศ รวมทั้งการอนุรักษ์มรดกธรรมชาติและควมหลากหลายทางชีวภาพ

๒. การให้ความเคารพความแท้จริงของสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นเจ้าภาพการท่องเที่ยวรวมทั้งวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นและที่ยังมีชีวิตอยู่ และคุณค่าประเพณี และมีส่วนร่วมทำให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมนานาชาติและก่อให้เกิดความอดทนและอดกลั้นและยอมรับความคิดเห็นหรือความแตกต่างทางวัฒนธรรม

๓. การก่อให้เกิดความมั่นคงในการพัฒนาเศรษฐกิจที่เติบโตในระยะยาวได้ซึ่งเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งการจ้างงานที่มั่นคงโอกาสการสร้างรายได้ และการบริการสังคม แก่ชุมชนเจ้าภาพและมีส่วนช่วยในการบรรเทาปัญหาความยากจนของประชาชนในพื้นที่

## ๒. เป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ราณี อธิชัยกุล (๒๕๕๗ : ๔๗) การพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องคำนึงถึงเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับเศรษฐกิจและสังคม เพื่อก่อให้เกิดการเติบโตที่มีคุณภาพ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นของคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และประชาชนในพื้นที่ให้น้อยที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่คุ้มค่าและพึงพอใจสูงสุด เป้าหมายพื้นฐานสำคัญประกอบด้วยคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน เช่น มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้น การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นด้วยการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมในสังคม การปกป้องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุด และการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์วัฒนธรรมแท้ดั้งเดิมของชุมชน

## ๓. แนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกในสังคมในปัจจุบันและในอนาคต โดยใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุดแต่เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

### ๓.๑ องค์ประกอบจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๓.๑.๑ การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของชุมชนชนบทธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมท่องเที่ยว

๓.๑.๒ การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชนชนบทธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

๓.๑.๓ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ชนบทธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

๓.๑.๔ การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจการคงอยู่ของสังคมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

๓.๒ หลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยหลักการสำคัญ ๑๐ ประการดังนี้

๓.๒.๑ การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างดี หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้รับผิดชอบการพัฒนาและผู้ประกอบธุรกิจควรคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมอย่างเหมาะสม ประหยัดและคุ้มค่า เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญมากต่อการท่องเที่ยว โดยการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรให้คงอยู่ความ เป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด โดยใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์เข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่

๓.๒.๒ การลดบริโภคที่มากเกินไปจนเกิดความจำเป็นและลดการก่อของเสีย ผู้รับผิดชอบ พัฒนาการท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องการใช้ทรัพยากรควรใช้อย่างมีประสิทธิภาพและควรจัดหา ทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติที่เหมือนกัน ใช้ทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น การลด สิ่งก่อสร้างที่ใช้ไม้จากธรรมชาติลง โดยการใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติคล้ายไม้สังเคราะห์ประกอบแทน หรือ การสร้างอาคารเพื่อบริการนักท่องเที่ยวอาจใช้วัสดุโปร่งแสงประกอบเพื่อรับแสงสว่างจากธรรมชาติ เพื่อลดแสงสว่างจากการใช้ไฟฟ้า เป็นต้น การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติทำให้มีทรัพยากรธรรมชาติ เหลือเก็บไว้ใช้ได้ยาวนานขึ้น ส่วนการลดการก่อของเสีย เช่น ขยะปฏิกูล ต้องหาวิธีจัดการโดยแยก ประเภทขยะ ขยะแห้งอาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ใหม่ สำหรับขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์ได้ การลดการก่อของเสีย เป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการกำจัด ของเสียหรือการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายไป

๓.๒.๓ การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติสังคมและ วัฒนธรรมผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและ ส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่ง วัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาใน สถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก อาจเพิ่มกิจกรรมการดูนก การปีนหน้าผาหรือหมู่บ้านวัฒนธรรม เป็นต้น แหล่งโบราณคดีอาจเพิ่มกิจกรรมการนั่งช้าง การนั่ง เเกวียนเทียมวัวหรือควาย เป็นต้น

๓.๒.๔ การบูรณาการท่องเที่ยวกับการวางแผน ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการ ท่องเที่ยวต้องบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ และ แผนพัฒนาของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาของ กระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาวได้

๓.๒.๕ การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้อง ประสานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นโดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อนำมาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการ ขายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชาชนใน ท้องถิ่น เช่น การสนับสนุนการซื้อขายสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งผลิตจากคนในท้องถิ่น และใช้วัตถุดิบ จากท้องถิ่น ทำให้เกิดรายได้เสริมหมุนเวียนอยู่ในท้องถิ่นแห่งนั้น

๓.๒.๖ การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเครือข่าย ในลักษณะหน่วยงาน

ร่วมจัดกิจกรรม ร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ไขปัญหา หรือร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว และประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นจะทำให้เกิดคุณภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และเป็นความลดความขัดแย้งของประชาชนในท้องถิ่นด้วย

๓.๒.๗ การศึกษาเป็นผู้นมีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนในท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบ การพัฒนาการท่องเที่ยวควรประชุมปรึกษาหารือกับประชาชนในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันศึกษา หน่วยงานราชการในพื้นที่เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดประชุมอย่างสม่ำเสมอ และเพื่อให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ร่วมแก้ไขปัญหาและลดข้อขัดแย้งผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

๓.๒.๘ การฝึกอบรมบุคลากร เป็นการพัฒนาคุณภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐและเอกชน โดยการให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งไปดูงาน โดยให้แนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพการบริหารการท่องเที่ยวได้

๓.๒.๙ การทำการตลาดด้วยความรับผิดชอบ การตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบการพัฒนา การท่องเที่ยวควรเตรียมคู่มือหรือข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อเผยแพร่ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการควรทำการตลาดให้ลูกค้าทราบถึงจริยธรรมของบริษัท ความรับผิดชอบต่อตลาดนี้ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวให้เกิดกับนักท่องเที่ยวด้วยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

๓.๒.๑๐ การดำเนินการวิจัย ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรดำเนินการวิจัยเพื่อช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มคุณค่า คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่อการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งวิจัยตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงผลการบริการ การวิจัยเป็นสิ่งจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

## **แผนยุทธศาสตร์ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก (พ.ศ.๒๕๖๑ – ๒๕๖๔) นโยบายปลุกกระแสการท่องเที่ยวในเขตทหารภายใต้ แบรินด์ Armyland**

ผู้บัญชาการทหารบก ได้กรุณามอบนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ไว้ว่า “กองทัพบก เป็นหน่วยงานราชการของประชาชน ดังนั้นกองทัพบกจะไม่เน้นการสร้างผลกำไรทางธุรกิจ จากการท่องเที่ยวในเขตทหาร แต่กองทัพบกจะให้ความสำคัญในการสร้างผลกำไรเชิงคุณภาพ นั่นคือการสร้างภาพลักษณ์ เกียรติยศ และ ชื่อเสียงให้ประชาชนเกิดความรัก ความศรัทธา และความเชื่อมั่น ต่อกองทัพบก”

### **๑. การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร ตามนโยบายด้านการท่องเที่ยวของกองทัพบกจะต้องมีความต่อเนื่องดังนี้**

๑.๑ การพัฒนาต้องสนองตอบนโยบายของรัฐบาลและต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา บนพื้นฐานที่เหมาะสมกับหน่วยทหารของกองทัพ

๑.๒ การท่องเที่ยวภายในเขตทหาร ต้องสนับสนุนงานด้านกิจการพลเรือนอย่างบูรณาการและสามารถใช้เป็นเครื่องมือนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความมั่นคงของชาติ

๑.๓ การพัฒนาการท่องเที่ยวและกิจการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพอย่างเป็นรูปธรรม โดยกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อพัฒนามุ่งไปสู่การนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารเป็นจุดขาย เป็นจุดที่สร้างความแตกต่างทางการท่องเที่ยว โดยมุ่งพัฒนาไปสู่ “Army Land” ที่ประกอบด้วยรูปแบบทางการท่องเที่ยวในเขตทหาร ๗ รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ ๑ การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมทางการทหาร การผจญภัย การทดสอบกำลังใจ เพื่อสร้างตื่นเต้น และสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการทางทหาร

รูปแบบที่ ๒ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการเรียนรู้ในเขตพื้นที่ทหารในเรื่อง ศูนย์การเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ฟาร์มตัวอย่าง โครงการพระราชดำริอุทยานการเรียนรู้/ศูนย์ศึกษาพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์การสงคราม อาวุธยุทโธปกรณ์และยานรบของทหาร ตลอดจนอนุสาวรีย์ของบุคคลสำคัญและพระราชวังที่สำคัญต่างๆ

รูปแบบที่ ๓ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้นำ การละลายพฤติกรรม การสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร การสร้างเสริมประสบการณ์เพื่อการพัฒนาบุคลากรขององค์กร

รูปแบบที่ ๔ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมทางการกีฬา ศูนย์พัฒนากีฬา สวนสุขภาพ และบริหารทางการแพทย์

รูปแบบที่ ๕ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจในธรรมชาติที่สวยงาม การบริการที่พักตากอากาศ ร้านค้าภัตตาคาร ตลอดจนผลิตภัณฑ์สินค้าและของที่ระลึกต่างๆ

รูปแบบที่ ๖ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการงานแสดงสินค้าต่างๆ

รูปแบบที่ ๗ การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการตอบแทนทางสังคม เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติป่าและน้ำ และมีส่วนในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของทหารในการช่วยเหลือประชาชน

๑.๔ สนับสนุนกำลังพลของสำนักงานการท่องเที่ยวในเขตทหารของกองทัพบก ทุกระดับ ให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลในการดำเนินงาน พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของหน่วยอย่างต่อเนื่องสู่เป้าหมายการเป็นมืออาชีพ เพื่อสนองต่อนโยบายกองทัพบก

๑.๕ อนุรักษ์ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว และปรับปรุงภูมิทัศน์ของหน่วยทหารในกองทัพบกให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และลดปัญหาการรุกรานพื้นที่หน่วยทหาร

**๒. การเตรียมความพร้อมของหน่วย หน่วยจำเป็นที่จะต้องมีความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ที่จะเข้ามาเยี่ยมชม เพื่อนำไปสู่มาตรฐานการท่องเที่ยว ดังนี้**

๒.๑ การรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของหน่วย และแหล่งท่องเที่ยว



๒.๒ การรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรม

๒.๓ การจัดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง นำเยี่ยมชม และให้ข้อมูลการประกอบการบรรยาย

๒.๔ การจัดทำแผนที่เส้นทางแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการติดป้ายบอกเส้นทางภายในและภายนอกหน่วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่จะเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงได้อย่างถูกต้อง

๒.๕ การประชาสัมพันธ์ ด้วยแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางทหารที่จัดขึ้นแจกจ่ายและส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การจัดทำแผ่นป้ายขนาดใหญ่เชิญชวน โดยจะติดตั้งบริเวณทางเข้าหน่วยที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน หรือบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้สถานีวิทยุโทรทัศน์ในเครือข่ายของกองทัพบก ก็สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

๒.๖ การจัดตั้งสำนักงานหรือศูนย์ประสานงาน เพื่อให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่หน่วยจัดตั้งขึ้น โดยสถานที่ตั้งควรอยู่บริเวณทางเข้าด้านหน้าของหน่วย หรือสถานที่ที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่อยู่ประจำ เพื่อแนะนำทั้งในวันธรรมดาและวันหยุดราชการ รวมทั้งหมายเลขโทรศัพท์เพื่อการติดต่อสอบถาม

๒.๗ การจัดการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

๒.๘ การจัดร้านค้าขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้เข้ามาเยี่ยมชม

๒.๙ ออกแบบและพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยด้วยสื่อดิจิทัล ในหลายรูปแบบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกได้ง่าย ภายใต้ข้อพิจารณาในเรื่องการรักษาความปลอดภัยของหน่วยด้วย

๒.๑๐ บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐาน และมีความชัดเจน ให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยและกองทัพบกต่อไป

### ๓. การกำหนดพื้นที่ เพื่อมาตรการรักษาความปลอดภัย ได้แก่

๓.๑ พื้นที่สีเขียว หมายถึง ผู้ที่นักท่องเที่ยวและผู้เข้าเยี่ยมชม สามารถเข้ามาเยี่ยมชมได้โดยลำพัง

๓.๒ พื้นที่สีเหลือง หมายถึง พื้นที่ที่มีความสำคัญซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตและมีเจ้าหน้าที่ของหน่วยเข้ามาเยี่ยม

๓.๓ พื้นที่สีแดง หมายถึง พื้นที่หวงห้าม ซึ่งจะห้ามมิให้บุคคลภายนอกผ่านเข้า – ออก ยกเว้นจะได้รับอนุญาตเป็นกรณีพิเศษ

### ๔. แนวคิดหลักในการพัฒนา ตามองค์ประกอบ ๖ ประการ ดังนี้

๔.๑ แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพของประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของหน่วยทหารกองทัพบก ทั้งในพื้นที่ค่ายทหารและนอกพื้นที่ค่ายทหาร โดยความริเริ่มของหน่วยทหารที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติเดินทางเข้าไปเพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไม่กระทบกระเทือนต่อระบบการรักษาความปลอดภัยและการปฏิบัติงานในภารกิจของทหารด้วยการยกระดับคุณภาพ

เพิ่มความหลากหลายของประเภทการท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ มุ่งเน้นความคุ้มค่า และเสริมสร้างขีดความสามารถทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่และภูมิภาคที่หน่วยทหารตั้งอยู่

๔.๒ การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการพัฒนาในหน้าที่ของทหาร ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพที่ตั้งอยู่ และพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพการเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและจังหวัด รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

๔.๓ อัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว และประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ สำหรับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร นั้นประกอบด้วย การท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมนันทนาการและผจญภัยทางทหาร การท่องเที่ยวเพื่อความรู้ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

๔.๔ แนวคิดการท่องเที่ยวยุคใหม่ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งรักษาคุณภาพระหว่างการหารายได้ กับการอนุรักษ์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย ความเรียบง่าย พื้นฟูพัฒนา และ อนุรักษ์ โดยให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ มากกว่าปริมาณ อย่างสมดุล ในความพอดีและพอประมาณ

๔.๕ ฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เน้นความสมดุล พอประมาณ และการรักษาคุณภาพระหว่างการหารายได้ กับการอนุรักษ์ เป็นการปรับใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการท่องเที่ยว โดยประยุกต์ใช้ใน ๔ มิติ คือ

๔.๕.๑ ด้านการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ที่ต้องยึดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และภูมิคุ้มกัน การสร้างภูมิคุ้มกันโดยจัดทำแผนส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวที่มีความรู้ดีพอการทำตลาดที่คำนึงถึงสิ่งที่มีอยู่ และสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม ตลอดจนข้อจำกัดอื่น ๆ นอกจากนี้ต้องรอบรู้และมีคุณธรรม

๔.๕.๒ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง เน้นการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่มีแนวทางชัดเจนและมีการบูรณาการภายใต้กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวเดียวกัน เน้นการพัฒนาโครงสร้าง ได้แก่ วินัย จิตสำนึกและการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๔.๕.๓ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการรู้จักเคารพในภูมิปัญญาและวิถีชีวิต ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้ความสำคัญของธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ที่ไม่มองธรรมชาติเป็นแค่ต้นทุน คำนึงถึงการใช้ประโยชน์ และขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้เกิดปฏิสัมพันธ์ตอบสนองการเรียนรู้

๔.๕.๔ ด้านการพัฒนาชุมชนทหารเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก โดยให้ชุมชนทหารเข้มแข็ง มีเครือข่าย มีการเตรียมความพร้อมในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการพัฒนา และบริหารจัดการประโยชน์อย่างเสมอภาค

๔.๖ การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาทางทหาร

### ๕. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากออกเป็น ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของกการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนากการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้กับกการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักกท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการกการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่

## นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับกการท่องเที่ยว

๑. แผนพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ ( พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๖๔ ) มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาคที่เป็นอุปสรรคต่อการกท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างสมดุลของการพัฒนาในมิติต่างๆ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการกับภาคส่วนต่างๆ ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ทางการกท่องเที่ยวของประเทศ คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งกท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ” ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากออกเป็น ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งกท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการกท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมกท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการกท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนากการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

๒. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศจาก Value for Money ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพมากขึ้น ตลอดจนผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการเสริมสร้างผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน โดยมีวิสัยทัศน์ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอย่างยั่งยืน ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวหรือรายจ่ายของนักท่องเที่ยวจากการขยายตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ สร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวผ่านการบริหารความสัมพันธ์เครือข่ายและการส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาองค์การสู่การเป็นองค์กรที่สมรรถนะสูง โดยการเพิ่มประสิทธิภาพบริการและเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากร

๓. แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ มุ่งให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ การเพิ่มขีดความสามารถทางเทคโนโลยีและระบบดิจิทัล และการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดี กรมการท่องเที่ยวได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาออกเป็น ๔ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบองค์รวม

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การยกระดับองค์กรและระบบงานสู่ความเป็นเลิศ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและระบบดิจิทัล

## ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑. เพ็ญศรี นิรินัง (๒๕๕๘) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี” เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถกำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญได้ ๖ แนวทาง ได้แก่

๑.๑ การพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อมและระบบสาธารณูปโภค รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก ตลอดจนการบริการต่างๆ จัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้ชัดเจน และดูแลบริการสาธารณสุขในพื้นที่ต่างๆ ให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ

๑.๒ กำหนดแนวทางในการอนุรักษ์และคงสภาพความดั้งเดิม ของโบราณสถานและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จัดงานกิจกรรมต่างเพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

๑.๓ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและบุคคลระหว่างหน่วยงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

๑.๔ การส่งเสริมการผลิตสินค้าในชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีมาตรฐานมากขึ้นและสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อจำหน่ายและบริการให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

๑.๕ การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและกำหนดให้มีมาตรการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน

๑.๖ การสนับสนุนเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยทุกฝ่ายมีส่วนร่วมขององค์กรและคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการบริหารจัดการที่จะช่วยให้การดำเนินงานการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และแนวทางจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในจังหวัด เนื่องจากการจัดเส้นทางท่องเที่ยวจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย

๒. ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ (๒๕๕๙) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่และการศึกษาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านทรัพยากรธรรมชาติสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการอย่างเพียงพอและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ ในส่วนของแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวควรออกกฎระเบียบข้อบังคับ เพื่อเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรจัดระบบคมนาคม และการสัญจรให้ชัดเจนพร้อมกับทำป้ายบอกทางให้ถูกต้อง และติดตั้งเป็นระยะ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรจัดให้มีการบริการที่ครอบคลุมและทั่วถึง ด้านความปลอดภัยควรจัดระบบรักษาความปลอดภัยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่ควรทำการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินการวางแผนการกำหนดแนวปฏิบัติการติดตามและประเมินผลการดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

๓. ปุณยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล และคณะ (๒๕๖๓) กล่าวว่า ศักยภาพที่โดดเด่นของชุมชน ได้แก่ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ส่วนศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนมีกิจกรรมเฉพาะสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ของแต่ละชุมชน อย่างไรก็ตาม ศักยภาพที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญในการพัฒนา มีด้วยกันหลายองค์ประกอบ เช่น ศักยภาพด้านการจัดการ ซึ่งเป็นศักยภาพที่ควรได้รับการพัฒนา กล่าวคือชุมชนควรมีกำหนดกฎกติกาและการส่งเสริมเรื่องกระบวนการมีส่วนร่วมภายในชุมชน นอกจากนี้องค์กรควรให้การสนับสนุน

เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถขับเคลื่อนชุมชนได้ โดยสนับสนุนการให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และด้านวิธีการกระจายรายได้ในชุมชน รวมถึงการพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์และศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชน ถนนป้ายบอกทางรวมถึง การบริการด้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และจุดบริการนักท่องเที่ยวในชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ชุมชนควรได้รับการส่งเสริมศักยภาพ ด้านกิจกรรมโดยชุมชนให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมได้ตลอดปี เป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับวิถีชีวิต และมีความเป็นเอกลักษณ์สร้างความโดดเด่นและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ด้านองค์กรชุมชนควรกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกช่วงวัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น

๔. เบญจมาศ ฌ ทองแก้ว และคณะ (๒๕๖๐) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี” เป็นการศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สถานการณ์การท่องเที่ยว และการสำรวจภาคสนามด้านประเด็นและเป้าหมายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนครอบคลุมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีดังนี้

๔.๑ การมีกลุ่มคนที่มีศักยภาพหมายถึงกลุ่มชาวบ้าน ซึ่งมีความสามารถ ทักษะ ความรู้และความคิด หรือขีดความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อที่จะหาหนทางในการสื่อสาร กลับระดับนโยบายถึงรูปแบบและวิถีปฏิบัติ หรือแนวทางในการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว ที่มีการบริหารจัดการโดยชุมชน

๔.๒ การมีองค์กรที่ให้การสนับสนุนอย่างจริงจังโดยเฉพาะ องค์กรภาครัฐควรสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่ชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ของชุมชนและสังคมโดยรวม

๔.๓ การสนับสนุนฝ่ายวิชาการในพื้นที่ เพื่อเข้ามาให้บริการทางวิชาการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เช่นมีการสำรวจความต้องการของชุมชนและภาครัฐ เพื่อประกอบการกำหนดทิศทางการจัดการแนวทางการท่องเที่ยว ถือเป็นฝ่ายหนุนเสริมด้านวิชาการ ส่งเสริมการเรียนรู้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การสร้างความร่วมมือพัฒนาระบบและกลไก หรือกิจกรรมกับหน่วยงานภายนอกที่จำเป็น

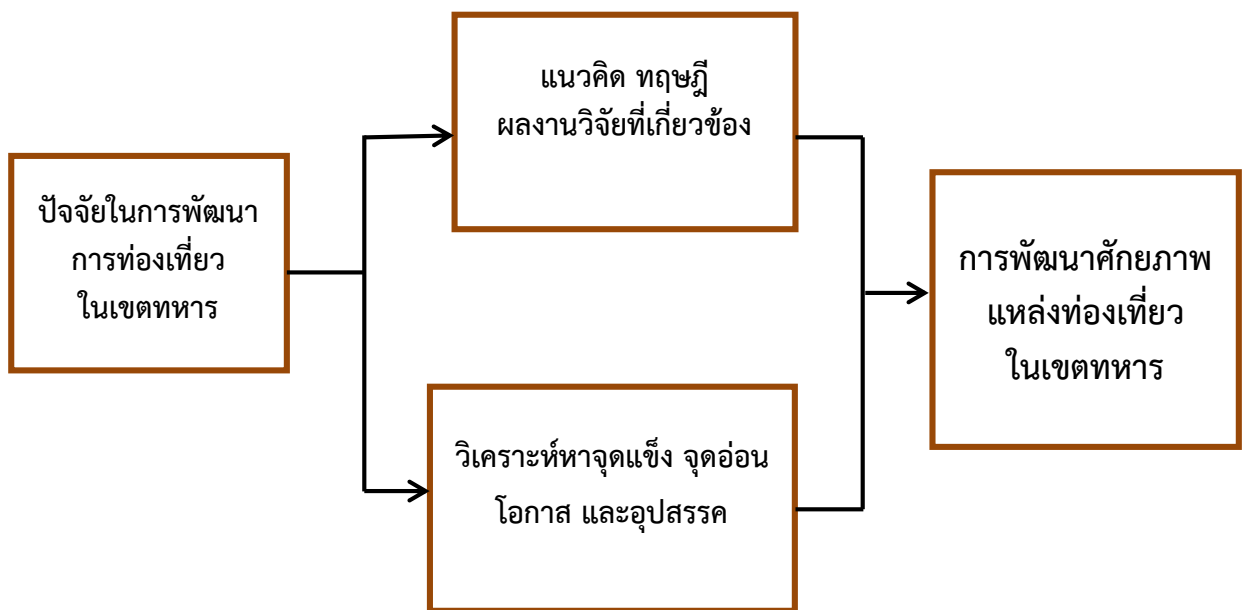
๔.๔ ความพร้อมด้านกายภาพ ได้แก่สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับฐานทรัพยากรธรรมชาติ การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงภูมิทัศน์สร้างความกลมกลืนกับสภาพทรัพยากรธรรมชาติโดยรอบโดยเฉพาะการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรที่เปราะบาง และเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

๔.๕ การมีระบบโครงข่ายการท่องเที่ยว เป็นการสร้างแรงจูงใจหรือจุดขายทางการท่องเที่ยว ที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามกิจกรรมหรือความชอบที่นักท่องเที่ยวสนใจ ตามระยะเวลาของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนา รูปแบบโครงข่ายการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น และการพัฒนารูปแบบโครงข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความจำเป็นสำหรับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

## กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยทำการค้นคว้าศึกษาจาก แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

แผนภาพที่ ๒ - ๖ กรอบแนวคิดของการวิจัย



ที่มา : ผู้วิจัย

## สรุป

จากที่กล่าวมาแล้วนั้นสรุปได้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพนั้น โดยจะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น และการรองรับความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ถือได้ว่าความต้องการทางการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการจะสามารถพัฒนาและออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ มีเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ ผ่านเครือข่ายออนไลน์ซึ่งได้รับความนิยมมาก โดยมีแอปพลิเคชันที่สามารถแบ่งปันรูปภาพและวิดีโอ เพื่อให้มีความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ติดตามสามารถดูและแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในชุมชน ทำให้เกิดการสร้างรายได้ในรูปแบบของเงินตราการสร้างอาชีพและการสร้างงาน ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน เนื่องจาก

นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวจะนำเงินไปใช้จ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากชุมชน ทำให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์จากการผลิตสินค้าและในด้านการให้บริการการท่องเที่ยว ทำให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นรากฐานมาจากศักยภาพของชุมชนภูมิปัญญาของชุมชน หรือความหลากหลายทางทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว เศรษฐกิจชุมชนนั้นมีความสำคัญมากสำหรับประเทศกำลังพัฒนาเพราะถ้าหากเศรษฐกิจชุมชนมีความมั่นคง แข็งแรง จะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของทั้งประเทศมีความมั่นคง แข็งแรง ตามไปด้วย

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยทำการค้นคว้าศึกษาจาก แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ซึ่งจะสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) นโยบายปลูกกระแสการท่องเที่ยวในเขตทหารภายใต้แบรนด์ Armyland และ นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยยึดถือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ ตลอดจนสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความสุขทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพราะนอกจากจะมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นแล้วยังมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การได้รับการส่งเสริมอนุรักษ์ โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมต่างๆ ได้รับการเอาใจใส่ดูแลเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป



## บทที่ ๓

# ปัจจัยในการดำเนินงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยผู้ศึกษาได้ศึกษา การท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า และได้ทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในบทนี้นำเสนอข้อมูลของปัจจัยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ตลอดจนการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหารโดยการเก็บข้อมูลในพื้นที่ ศึกษาเอกสาร และ รายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารโดยให้มีการยกระดับ การท่องเที่ยวในเขตทหารให้มีศักยภาพ ภายใต้หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษา ประกอบด้วยประเด็นการศึกษาดังนี้

๑. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า
  - ๑.๑ ผังพื้นที่การจัดส่วนกิจกรรม
  - ๑.๒ สถานที่ท่องเที่ยวภายในศูนย์การทหารม้า
๒. ข้อมูลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
  - ๒.๑ โครงสร้างการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
  - ๒.๒ ภารกิจ
  - ๒.๓ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวในเขตทหาร
  - ๒.๔ กฎระเบียบและข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวในเขตทหาร
๓. ปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๔. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร
๕. สรุป

## ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า

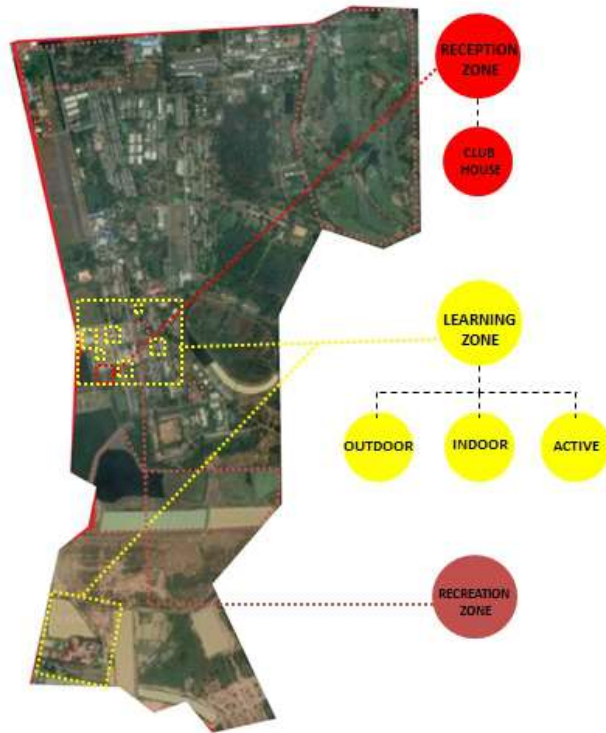
การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ศูนย์การทหารม้า ค่ายอดิศร จังหวัดสระบุรี เป็นพื้นที่ส่งเสริม การท่องเที่ยวและการเรียนรู้ เพื่อสร้างความหลากหลายของ รูปแบบการท่องเที่ยว ให้น่าสนใจ เชิญชวนให้คนไทยเที่ยวถิ่นไทยมากขึ้น นอกจากยกระดับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศแล้ว ยังมี กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อส่งต่อคุณค่าสู่สังคม โดยใช้เอกลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความเป็นค่ายทหาร มานำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น มีบรรยากาศที่แปลกใหม่ และวิถีแบบทหารที่มี ความโดดเด่น ตื่นเต้น ทำทาย อีกทั้งยังส่งเสริมความรู้ ทั้งการแบ่งปันความรู้ความเชี่ยวชาญทางการทหาร เป็นวิทยาทานเปิดประสบการณ์ชีวิตในแบบทหาร และสร้างความตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ที่มี ความสำคัญของกองทัพ

ภายใต้บทบาทหน้าที่ของกองทัพ ซึ่งจะมีเจตนารมณ์ที่จะนำพาบ้านเมืองไปสู่การเติบโต และพัฒนาอย่างมีวิสัยทัศน์ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อยกระดับคุณภาพ ชีวิต และทำให้เกิดการกระจายรายได้ ไปสู่กำลังพลภายในหน่วยและครอบครัว ในรูปของค่าตอบแทน

## ๑. ผังพื้นที่การจัดส่วนกิจกรรม ZONING DIAGRAM

ศูนย์การทหารม้า ได้กำหนดผังพื้นที่แบ่งโซนสำหรับการจัดกิจกรรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารม้า ศูนย์การทหารม้า (สำนักงานการท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๓)

แผนภาพที่ ๓ - ๑ ผังแสดงพื้นที่เขตทหารค่ายอดิศร



ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๓

๑.๑ Reception zone คือพื้นที่เพื่อการต้อนรับ การรักษาความปลอดภัยและการติดต่อเพื่อรับข้อมูลการให้บริการต่าง ๆ รวมถึงเป็นพื้นที่การพบปะ รวมตัวของผู้คน และเป็นพื้นที่สำหรับรวมตัวทำกิจกรรม สังสรรค์เนื่องในวาระโอกาสต่าง ๆ

๑.๒ Learning zone คือ ส่วนพื้นที่เพื่อการศึกษาเรียนรู้ทั้งในรูปแบบของ Indoor และ Outdoor ภายใต้บทบาทของการเป็นกองทัพบกซึ่งมีเจตนารมณ์ที่จะนำพาบ้านเมืองไปสู่การเติบโต และพัฒนาอย่างมีวิสัยทัศน์ การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพ ความคิดของประชาชนเป็นเรื่องสำคัญ ที่จะชี้้นำให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน

๑.๓ Recreation zone คือ พื้นที่เพื่อการสันทนาการ และนันทนาการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยใช้เอกลักษณ์ของพื้นที่ในรูปแบบของความเป็นค่ายทหาร นำเสนอกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น ดุคัน ทำทนาย และสนุกสนาน โดยเจ้าหน้าที่ทหารที่มีความเป็นกันเอง มีความเชี่ยวชาญคอยให้บริการ และดูแลความปลอดภัย

## ๒. สถานที่ท่องเที่ยวภายในศูนย์การทหารม้า

### ๒.๑ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

#### ๒.๑.๑ พระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

จัดสร้างเพื่อเป็นการเทิดทูนและประกาศเกียรติคุณสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช องค์พระบิดาแห่งทหารม้าไทย ที่ทรงสร้างคุณูปการอันยิ่งใหญ่ต่อประเทศชาตินำมาสู่ความเจริญรุ่งเรืองและความเป็นปึกแผ่นของชาติไทย และยังใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์สำหรับพี่น้องประชาชนและทุกภาคส่วนโดยได้ประดิษฐานไว้บูชาเป็นที่สักการะของประชาชนบริเวณหน้าศูนย์การทหารม้า ค่ายอดิศร จังหวัดสระบุรี และคาดว่าจะเป็นที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในจังหวัดสระบุรี

แผนภาพที่ ๓ - ๒ พระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

#### ๒.๑.๒ พระอนุสาวรีย์ พลโทพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงอดิศรอุดมเดช

จัดสร้างเพื่อรำลึกถึงพระเกียรติคุณพลโทพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงอดิศรอุดมเดช ทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการศูนย์การทหารม้าเป็นพระองค์แรก และเป็นพระผู้มีพระกรุณาธิคุณและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาหน่วยทหารม้า ขณะทรงดำรงตำแหน่งจเรการสัตว์พาหนะทหารบกและการทหารม้า และเป็นศูนย์รวมจิตใจของกำลังพลทหารม้า

แผนภาพที่ ๓ - ๓ พระอนุสาวรีย์ พลโทพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงอดิศรอุดมเดช



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ๒.๑.๓ ศาลาเจ้าพระยาบดินทร์เดชา สิงหเสนี

ศาลาเจ้าพระยาบดินทร์เดชา สิงหเสนี ที่ด้านหน้ากรมนักเรียนโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า ภายในค่ายอดิศร เพื่อให้เหล่าทหารและผู้มีจิตศรัทธาได้กราบไหว้บูชา และเป็นแบบอย่างที่ดีต่อกำลังพล

แผนภาพที่ ๓ - ๔ ศาลาเจ้าพระยาบดินทร์เดชา สิงหเสนี



ที่มา : กรมนักเรียนโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ๒.๑.๔ พิพิธภัณฑสถานทหารม้า

เป็นแห่งเรียนรู้ที่สำคัญ คือการปูพื้นฐานในบทบาทของการเป็นกองทัพบก ให้เห็นถึงความเป็นมา และภาระหน้าที่อันสำคัญยิ่งในการอารักขาบ้านเมือง และประวัติศาสตร์ความเป็นมาของค่ายทหารในจังหวัดสระบุรี โดยตั้งแต่อดีตการทหารได้มีความสำคัญ ในการรักษาดินแดน อาณาจักรสยามปกครอง จนเติบโตมาในทุกวันนี้ โดยการน้อมนำคุณธรรม ความดี ของอดีตกษัตริย์ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ส่งต่อเจตนารมณ์ ในการปกป้อง ปกครอง พัฒนาบ้านเมืองสู่ความเจริญซึ่งทุกคนจะสามารถเรียนรู้ได้ เพื่อเกิดประสบการณ์ความสนุกสนาน ตื่นตัว จะจุดประกายการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ต่อยอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นທີ່ให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวทั่วไปเป็นอย่างมาก โดยภายในตัวอาคารจะแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

แผนภาพที่ ๓ - ๕ บริเวณด้านหน้าพิพิธภัณฑสถานทหารม้า



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

ส่วนแรก เป็นห้องจัดแสดงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเหล่าทหารม้าบุคคลสำคัญของทหารม้า ยุทโธปกรณ์ เครื่องแต่งกายของเหล่าทหารม้าในอดีตถึงปัจจุบัน  
แผนภาพ ๓ – ๖ เจ้าหน้าที่บรรยายถึงประวัติความเป็นมาของเหล่าทหารม้า



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๗ เจ้าหน้าที่บรรยายถึงบุคคลสำคัญของทหารม้า



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

ส่วนที่สอง เป็นการจัดแสดงอาวุธ ยุทโธปกรณ์ของเหล่าทหารม้าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ประกอบด้วยอาวุธปืน กระสุน ภาพวาดวีรกรรมของทหารม้าพร้อมคำอธิบาย  
แผนภาพที่ ๓ – ๘ นักเรียนเยี่ยมชม อาวุธ ยุทโธปกรณ์ของเหล่าทหารม้า



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔



แผนภาพที่ ๓ – ๙ นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม อาวุธ ยุทโธปกรณ์ของเหล่าทหารม้า



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

#### ๒.๑.๕ พิพิธภัณฑสถาน

การจัดแสดงรถถังที่ปลดประจำการแล้ว ไข่นอกตัวอาคาร เพื่อใช้เป็นสถานที่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ กับรถถังที่จัดแสดง ไม่ว่าจะเป็นการเข้าไปนั่งเยี่ยมชม บันทึกภาพกิจกรรมในโอกาสต่าง ๆ การศึกษาดูงานของนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการใกล้ชิดและสัมผัสกับยานรบทางทหารที่เคยใช้การได้จริง ปัจจุบันได้ดำเนินการจัดทำโครงการทำเป็นอาคารปิด เพื่อใช้ประโยชน์ในการใช้สอยเพิ่มมากขึ้น ลานแสดงรถถังกลางแจ้งนี้อยู่ติดกับถนนพหลโยธินฝั่งขาเข้ากรุงเทพฯ เห็นเด่นชัด เป็นจุดสนใจของคนทั่วไปที่เดินทางผ่านค่ายอดิศร และเข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งชมทิวทัศน์ บันทึกภาพกิจกรรมกับรถถัง เผยแพร่กิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว

แผนภาพที่ ๓ – ๑๐ พิพิธภัณฑสถานยานรบ



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

การจัดแสดงอาวุธ ยุทโธปกรณ์ ยานพาหนะ เครื่องมือเครื่องใช้ วัตถุต่าง ๆ และยंत्रรวบรวมของเก่าหายาก ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของชาติไทย มีจัดตั้งแสดงไว้อย่างเป็นระเบียบ อีกทั้งยังมีการบอกเล่าเรื่องราว ความเป็นมาของทหารม้าในประเทศไทย สำหรับการเยี่ยมชมเป็นหมู่คณะต้องนัดหมายล่วงหน้า เพื่อที่จะได้จัดเตรียมการต้อนรับ และมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ให้คำบรรยาย ชักถาม ตอบข้อสงสัย ส่วนด้านนอกอาคาร ยังมีการจัดแสดงรถถัง

ในอดีตที่ปลดประจำการ หรือมีความสำคัญซึ่งบางส่วนได้บูรณะให้มีความพร้อมสมบูรณ์ จนสามารถเล่นได้ โดยในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น งานวันเด็กแห่งชาติ จะเปิดให้เข้าชมอย่างใกล้ชิด และพานั่งเที่ยวในค่าย เปิดประสบการณ์ใหม่ที่หาไม่ได้จากที่อื่น

แผนภาพที่ ๓ - ๑๑ พิพิธภัณฑ์ยานรบโบราณ



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๑๒ นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ยานรบโบราณ



ที่มา : กองวิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

ปัจจุบันมีผู้สนใจเข้ามาบันทึกภาพกิจกรรมเป็นจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะจัดอยู่ในพื้นที่ของสวนสุขภาพจังหวัดสระบุรี ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวและคนรักสุขภาพมาใช้บริการจำนวนมาก

๒.๑.๖ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน ศูนย์การทหารม้า ๙ ฐาน

นำความรู้ไปเผยแพร่ ออกแบบที่ดินรกร้างว่างเปล่า ขนาด ๒๙ ไร่ ๒ งาน ขุดหนองน้ำขนาดใหญ่ โดยความร่วมมือของจังหวัดสระบุรีให้เป็นแหล่งกักเก็บน้ำ ปรับปรุงดินที่ขาดธาตุอาหารให้เป็นดินที่อุดมสมบูรณ์ด้วยปุ๋ยหมักที่ผลิตขึ้นเอง สร้าง โคก หนอง นา ปลุกพืชผักสวนผสม สร้างฐานเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวอย่างให้ชุมชนได้มาเรียนรู้ตามรอยศาสตร์พระราชา

แผนภาพที่ ๓ – ๑๓ ผู้บังคับบัญชา ร่วมทำกิจกรรมหว่านข้าว บริเวณศูนย์การเรียนรู้



ที่มา : กองบริการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๑๔ ประธานสมาคมแม่บ้านฯ และคณะ ร่วมชมผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปของ ศูนย์การเรียนรู้ค่ายอดิศร



ที่มา : กองบริการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ๒.๒ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา

### ๒.๒.๑ ชมรมขี่ม้าค่ายอดิศร

สนามฝึกขี่ม้าเบื้องต้น มีการสาธิตการขี่ม้า การขี่ม้าในภูมิประเทศ และสอนหลักสูตรการขี่ม้าเบื้องต้น ๑๖ ชั่วโมง โดยครูฝึกมากประสบการณ์ คอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด แบบตัวต่อตัว เป็นการฝึกสมาธิ ความกล้า ความมีสติ เทคนิคการบังคับม้า และปฏิภาณไหวพริบ ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ



แผนภาพที่ ๓ - ๑๕ เยาวชนเข้ารับการเรียนหลักสูตรขี่ม้าเบื้องต้น



ที่มา : แผนกวิชาการขี่ม้า กองการศึกษา โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๑๖ เยาวชนเข้าร่วมโครงการอาชาบำบัด



ที่มา : แผนกวิชาการขี่ม้า กองการศึกษา โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๑๗ เจ้าหน้าที่นำม้ามาให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม



ที่มา : แผนกวิชาการขี่ม้า กองการศึกษา โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

### ๒.๒.๒ สนามยิงปืนค่ายอดิศร

มีให้เลือกฝึกซ้อมทั้ง ปืนยาว และปืนสั้น มีระยะมาตรฐานแข่งขันควบคุมดูแลโดยบุคลากรที่ผ่านการฝึกฝนจนชำนาญ คอยให้คำแนะนำที่ถูกต้องอย่างใกล้ชิด โดยคำนึงถึงความปลอดภัยอย่างสูงสุด ตั้งแต่ความรู้ขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับอาวุธปืน หลักความปลอดภัยเบื้องต้น จนถึงการฝึกฝน เพื่อเป็นนักกีฬายิงปืนในระดับต่าง ๆ มือใหม่ที่ไม่เคยหยิบจับอาวุธปืนมาก่อน สามารถมาเริ่มต้นยิงกระสุนนัดแรกได้ที่นี้

แผนภาพที่ ๓ - ๑๘ สมาชิกชมรมยิงปืนเข้ารับฝึกซ้อมยิงปืน



ที่มา : กองพันนักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

### ๒.๒.๓ สนามกอล์ฟค่ายอดิศร

กีฬาซึ่งเป็นที่นิยมระดับสากล และรองรับความหลากหลายได้ทั้งการเล่นคนเดียว หรือเป็นกลุ่ม สนามที่กว้างขวาง มีรูปแบบที่ไม่จำกัด ทำทายความสามารถของผู้เล่นคือความพิเศษของกิจกรรมนี้ สนามกอล์ฟ ๑๘ หลุม พาร์ ๗๒ ระยะ ๖,๕๐๐ หลา งดงามตามสไตล์สนามเก่าแก่ มีต้นไม้ใหญ่ ๆ คอยให้ความร่มรื่น ทิวทัศน์โดยรอบมองเห็นทิวเขาไกล ๆ ให้ความสบายตา เลย์เอาท์จัดได้ว่าสนุกท้าทาย สภาพสนามใช้การได้เป็นอย่างดี สามารถเดินได้โดยไม่เหนื่อยจนเกินไป เหมาะกับการใช้ออกกำลังกายเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งค่ากรีนฟีก็ยิ่งประหยัดคุ้มค่าเกินราคาอีกด้วย

แผนภาพที่ ๓ - ๑๙ สนามกอล์ฟค่ายอดิศร



ที่มา : ศูนย์พัฒนากีฬา ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ๒.๒.๔ สวนสุขภาพ

เป็นสถานที่วิ่งที่ทั้ง วิวดี เป็นวิวดูสวน ต้นไม้ ภูเขา แอ่งน้ำ โดยเฉพาะ ช่วงเย็นดูพระอาทิตย์ตก เส้นทางวิ่งมีความกว้างขวาง ระยะวิ่งไกล วิ่งรอบใหญ่ ๑ รอบ ระยะทาง ประมาณ ๓ กิโลเมตร มีสถานที่จอดรถ มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยและดูแลรถที่ เข้า - ออก อยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับกำลังพลและครอบครัว รวมถึงประชาชนทั่วไป ถือเป็นการทำงานเวลาและสถานที่ทำกิจกรรมร่วมกัน และมีกิจกรรมอีกอย่าง คือมีเรือปั่นไว้บริการ

แผนภาพที่ ๓ - ๒๐ การจัดกิจกรรมวิ่งเพื่อสุขภาพ



ที่มา : กองพันทหารม้าที่ ๒๒ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๒๑ นักท่องเที่ยวออกกำลังกายช่วงเย็น



ที่มา : กองพันทหารม้าที่ ๒๒ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๒๒ บริการเรือปั่นสำหรับผู้ที่สนใจ



ที่มา : กองพันทหารม้าที่ ๒๒ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

#### ๒.๒.๕ อติศรยิมเนเซียม

เป็นสนามที่ได้มาตรฐานพื้นที่เป็นยางผสม พลาสติก ซึ่งมีความยืดหยุ่น มีความสวยงามมีเส้นแสดงขอบเขตทุกเส้นทาด้วยสีขาว เพื่อความชัดเจน สามารถใช้ได้ทั้งการแข่งขัน แบดมินตันประเภทเดี่ยวและการแข่งขันประเภทคู่ ซึ่งปัจจุบันเป็นสนามที่มีมาตรฐาน

แผนภาพที่ ๓ – ๒๓ อาคารอติศรยิมเนเซียม



ที่มา : กองพันทหารม้าที่ ๒๒ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

#### ๒.๒.๖ สนามมวยค่ายอติศร

สนามมวยที่ได้รับการยอมรับว่ามีมาตรฐานและสามารถใช้สำหรับจัดการแข่งขันได้ สนามมวยค่ายอติศรได้จัดฝึกสอนให้กับผู้ที่สนใจ โดยฝึกสอนตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน พร้อมกับครูมวยที่มีความชำนาญเชิงมวยและประสบการณ์ในการขึ้นชกหลายเวที จึงมีวิธีการสอนที่ถูกต้องและพร้อมให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดอย่างเป็นกันเอง จนทำให้ผู้มาที่นี่สามารถเรียนรู้ได้เร็ว เปิดการสอน ทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา ๑๗๐๐ – ๑๙๐๐



แผนภาพที่ ๓ - ๒๔ ภายในสนามมวยค่ายอดิศร



ที่มา : กรมนักเรียนโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๒๕ สมาชิกชมรมนักมวยสมัครเล่นเข้ารับฝึกซ้อมกีฬามวย



ที่มา : กรมนักเรียนโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

๒.๓ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม, สัมมนา และการจัดกิจกรรมนันทนาการ

อาคารประมณฑ์ผลาสินธุ์ เป็นอาคารจัดงานพื้นที่กว้างสำหรับรองรับงานจัดเลี้ยง สัมนา หรือจัดนันทนาการในโอกาสต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ยึดหยุ่น สามารถปรับรูปแบบเป็นห้องประชุมขนาดเล็ก เรียกได้ว่าเป็นพื้นที่เพื่อการพบปะของคนทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่

แผนภาพที่ ๓ - ๒๖ อาคารประมณฑผลาสินธุ์



ที่มา : กองบริการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๒๗ หน่วยงานภาครัฐใช้พื้นที่อาคารประมณฑผลาสินธุ์ในการจัดกิจกรรมพบปะ



ที่มา : กองบริการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๒๘ การจัดกิจกรรมอบรม ภายในอาคารประมณฑผลาสินธุ์



ที่มา : กองบริการ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ๒.๔ การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย

### ๒.๔.๑ สนามทดสอบกำลังใจ

เป็นรูปแบบกิจกรรมสำหรับคนที่ชื่นชอบความตื่นเต้น ความท้าทายและ การวัดใจปลุกความกล้า และมีความสามารถที่เฉพาะตัว

แผนภาพที่ ๓ - ๒๙ สนามทดสอบกำลังใจ



ที่มา : แผนวิชาการรบพิเศษ กองการศึกษา โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

### ๒.๔.๒ การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย

ศูนย์การทหารม้า มีพื้นที่ป่า และภูมิประเทศเป็นภูเขา ซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเดินป่าในพื้นที่เขตทหารเป็นกิจกรรมที่ทำท้าทายความสามารถ อีกอย่างหนึ่ง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับการฝึกสอนให้รู้จักความอดทนต่อความยากลำบาก เหน็ดเหนื่อย และมีความมุ่งมั่น เพื่อค้นหาประสบการณ์ใหม่และสถานที่ที่สวยงาม อีกทั้งยังมีกิจกรรมการแข่งขัน เพื่อให้คนภายนอกเข้ามาร่วมกิจกรรม เช่น การแข่งขันจักรยานเสือภูเขา, การวิ่งเทรล เป็นต้น

แผนภาพที่ ๓ - ๓๐ กิจกรรมเดินป่า



ที่มา : กองพันนักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๓๑ กิจกรรมปีนเขา



ที่มา : กองพัฒนานักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๓๒ คณะนักท่องเที่ยวร่วมบันทึกภาพทิวทัศน์บนภูเข



ที่มา : กองพัฒนานักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ๒.๕ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม

### กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม

ศูนย์การทหารม้า มีความพร้อมในการต้อนรับสถาบันต่าง ๆ เช่น นักศึกษา นักเรียน เยาวชน ลูกเสือ เนตรนารี สามารถเข้ามาจัดกิจกรรมนันทนาการ และพักแรม ในเขตทหารได้ โดยทางหน่วยได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับคณะที่เข้ามาทำกิจกรรม เช่น การฝึกทดสอบกำลังใจ, การเรียนวิชาทางทหาร, ขนบธรรมเนียมประเพณีทหาร, การเดินทางไกล, การชุมนุมรอกองไฟ เป็นต้น ทั้งนี้ ยังมีสถานที่พักแรมให้บริการ และยังคงมีมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัย ให้กับเยาวชนที่เข้ามาพักแรม



แผนภาพที่ ๓ - ๓๓ พิธีเปิดกิจกรรมเข้าค่ายพักแรม



ที่มา : กองพันนักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔  
แผนภาพที่ ๓ - ๓๔ คณะเนตรนารีร่วมรับประทานอาหารกลางวันตามแบบฝึกของทหาร



ที่มา : กองพันนักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔  
แผนภาพที่ ๓ - ๓๕ การฝึกทดสอบกำลังใจ



ที่มา : กองพันนักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๓๖ กิจกรรมชุมนุมรอบกองไฟ



ที่มา : กองพันนักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ๒.๖ การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ

### ๒.๕.๑ Cavalry Cafe

สถานที่นี้จัดพบแห่งใหม่สำหรับชาวค่ายอดีต ผู้มาเยี่ยมเยือน ถือเป็นที่ยอดนิยมในสังคมสมัยใหม่ ตั้งอยู่ริมสระน้ำขนาดใหญ่ด้านในหลังผ่านประตูค่าย บรรยากาศสบาย ๆ เหมาะแก่การนั่งจิบกาแฟสบาย ๆ ผ่อนคลาย โดยมีเครื่องดื่ม และอาหารให้เลือกมากมายพร้อมทั้งชมบรรยากาศภายในค่าย โดยเฉพาะช่วงบ่ายถึงหัวค่ำ จะได้รับลมชมวิว และเห็นดวงอาทิตย์ที่ส่องแสงสีทองอ่อน ๆ ที่เื้อ้อำนวยให้ผู้รับบริการ เข้ามาสั่งอาหารว่างและเครื่องดื่ม

แผนภาพที่ ๓ – ๓๗ อาคาร Cavalry Cafe



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๓๘ นักท่องเที่ยวที่พักผ่อนบริเวณร้าน Cavalry Cafe



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ – ๓๙ สถานที่พักผ่อนสำหรับครอบครัว



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

๒.๕.๒ ร้านค้าสมาคมแม่บ้านทหารบก สาขาศูนย์การทหารม้า

รวบรวมสินค้าทุกอย่างภายในโครงการไว้ที่เดียวเพื่อความสะดวกรบายในการซื้อสินค้าที่ครบครัน จำหน่ายสินค้าทั่วไป รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากกลุ่มแม่บ้านของโครงการ หรือพืชผลทางการเกษตรจากแปลงเกษตรสาธิต ที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพ

แผนภาพที่ ๓ – ๔๐ ร้านค้าสมาคมแม่บ้านทหารบก สาขาศูนย์การทหารม้า



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๔๑ ผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากสมาชิกสมาคมแม่บ้านทหารบกฯ



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๔๒ ผลิตภัณฑ์ไข่เยี่ยวม้ามรดกจากสมาชิกสมาคมแม่บ้านทหารบกฯ



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๔๓ ผลิตภัณฑ์ขิงผง และมะตูมผงจากสมาชิกสมาคมแม่บ้านทหารบกฯ



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

๒.๗ การท่องเที่ยวมุ่งกิจกรรมช่วยเหลือสังคม, ประชาชนและการอนุรักษ์ธรรมชาติ

๒.๗.๑ ศูนย์การทหารม้า และหน่วยงานภาครัฐ ร่วมจัดกิจกรรมจิตอาสาในการพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนพหลโยธิน บริเวณประตูทางเข้าค่ายอดิศร



แผนภาพที่ ๓ - ๔๔ พิธีเปิดกิจกรรมจิตอาสา



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๔๕ กำลังพลร่วมกันปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนพหลโยธิน



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

๒.๗.๒ ศูนย์การทหารม้า จัดการฝึกอบรมโครงการค่ายเยาวชนส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ประจำปี ๒๕๖๓ ณ อาคารอเนกประสงค์กองพันนักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า ในการทำกิจกรรมเย็บหน้ากากอนามัยแบบผ้า และทำเจลล้างมือ เพื่อนำไปแจกจ่ายให้กับประชาชนในชุมชน อำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

แผนภาพที่ ๓ - ๔๖ สมาคมแม่บ้านทหารบก สาขาศูนย์การทหารม้า สอนการเย็บหน้ากากอนามัยแบบผ้า



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๔๗ สอนการทำเจลล้างมือ



ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

แผนภาพที่ ๓ - ๔๘ นำน้ำกากอนามัยแบบผ้า และเจลล้างมือแจกจ่ายให้กับประชาชนในชุมชน  
อำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

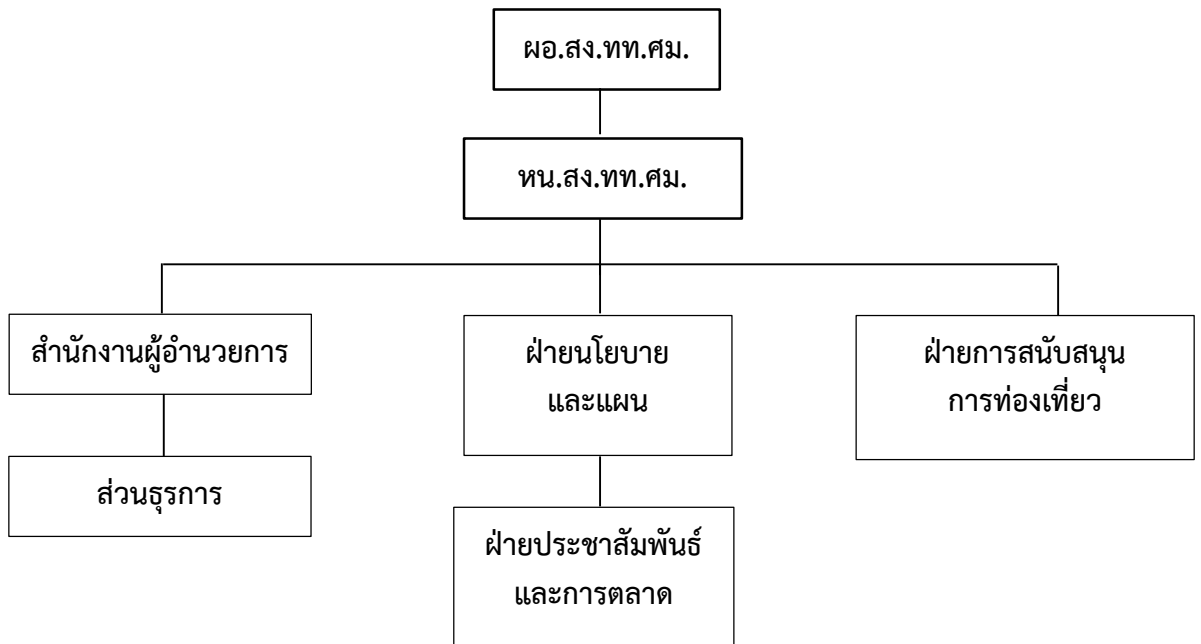


ที่มา : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๔

## ข้อมูลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

### ๑. โครงสร้างการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

แผนภาพที่ ๓ - ๔๙ โครงสร้างการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร



ที่มา : สำนักงานท่องเที่ยว ศูนย์การทหารม้า, ๒๕๖๓

### ๒. ภารกิจ

๒.๑ วางแผน อำนาจการ ประสานงาน และดำเนินงานบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของศูนย์การทหารม้า ให้เป็นไปตามกรอบนโยบายของกองทัพบก

๒.๒ กำกับดูแลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของศูนย์การทหารม้า ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

๒.๓ การเสนอโครงการการพัฒนา ปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยว เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณกับหน่วยเหนือหรือหน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

๒.๔ สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นการกระตุ้นให้เกิดรายได้กับกำลังพลและครอบครัว

๒.๕ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารให้เกิดความยั่งยืน

### ๓. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวในเขตทหาร

๓.๑ เพื่อส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างทหารกับประชาชน

๓.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เกียรติประวัติศูนย์การทหารม้า

๓.๓ เพื่อเสริมสร้างวิสัยทัศน์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้กับกำลังพลและครอบครัว

๓.๔ เพื่อให้หน่วยทหารเล็งเห็นถึงทิศทางและความต้องการทางการท่องเที่ยวในเขตทหาร และร่วมพัฒนามุ่งสู่ความยั่งยืนในอนาคต

๓.๕ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ของกำลังพลและครอบครัวในพื้นที่ รวมถึงชุมชนบริเวณใกล้เคียงพื้นที่เขตทหาร

#### ๔. กฎระเบียบและข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวในเขตทหาร

การท่องเที่ยวในเขตทหารนั้น ต้องมีกฎระเบียบและข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อการบริหารจัดการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้ได้รับความพึงพอใจและการควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบชัดเจน ๑๐ ข้อ ดังนี้

๔.๑ ยานพาหนะทุกชนิดให้ใช้ความเร็วไม่เกิน ๕๐ กม./ชม. คาดเข็มขัดนิรภัย ผู้ขับขี่จักรยานและผู้ซ้อนต้องสวมหมวกนิรภัย

๔.๒ เมื่อขับขี่หรือสวนทางกับแถวทหารให้ชะลอความเร็วหรือหยุดรถเปิดทางให้แถวทหารผ่านไปก่อนและปฏิบัติตามกฎจราจรโดยเคร่งครัด หากฝ่าฝืนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยสามารถว่ากล่าวตักเตือน

๔.๓ ห้ามจอดรถบริเวณข้างถนนและบริเวณพื้นที่ห้ามจอด ให้จอดในพื้นที่ที่กำหนดเท่านั้น

๔.๔ ผู้ที่เล่นกิจกรรมเรือปั่นจะต้องสวมเสื้อชูชีพทุกคน

๔.๕ ห้ามจับสัตว์น้ำทุกชนิดในพื้นที่สระน้ำ หากฝ่าฝืนจะโดยดำเนินคดีตามกฎหมาย

๔.๖ ห้ามทิ้งขยะในพื้นที่ห้ามทิ้ง ให้นำไปทิ้งในพื้นที่ที่กำหนด

๔.๗ ห้ามเข้าบริเวณพื้นที่เขตหวงห้ามเด็ดขาด

๔.๘ การกระทำใดที่ไม่เหมาะสมจะถูกเจ้าหน้าที่ตักเตือนหากฝ่าฝืนจะเชิญออกนอกพื้นที่ หรือปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยของหน่วย

๔.๙ นักท่องเที่ยวต้องแลกบัตรไว้กับกองรักษาการณ์ของหน่วย และต้องคืนบัตรเมื่อออกจากพื้นที่หน่วย

๔.๑๐ นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่หน่วยกำหนดไว้โดยเคร่งครัด

#### ปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

จากการศึกษาหน่วยทหารได้เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติ เดินทางเข้ามาเพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไม่กระทบกระเทือนต่อระบบการรักษาความปลอดภัยและการปฏิบัติงานในภารกิจของทหาร ซึ่งจะกำหนดให้ประเภทของการท่องเที่ยวและการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยจะเสริมสร้างขีดความสามารถทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่และภูมิภาคที่หน่วยทหารตั้งอยู่ จากการศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารของศูนย์การทหารม้า มีปัจจัยในการดำเนินงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ดังนี้



## ๑. ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

๑.๑ ศูนย์การท่องเที่ยวได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวศูนย์การท่องเที่ยว เพื่อเป็นการแบ่งแยกภารกิจเฉพาะจากงานประจำให้ชัดเจน และรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผน โดยประสานงานกับสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของกองทัพบก ในการทำหน้าที่การประสานงาน กำกับ ติดตามและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก รวมไปถึงการประสานงาน การทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสระบุรี และอำนวยความสะดวก สำหรับการประสานงานของนักท่องเที่ยวโดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่อยู่ประจำ

๑.๒ การพัฒนาบุคลากร โดยการจัดส่งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยว ของหน่วยและเข้าร่วมในการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว หรือเชิญวิทยากรจากสำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสระบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้การอบรมเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการแข่งขัน

## ๒. ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

๒.๑ ศูนย์การท่องเที่ยว แต่ละส่วนมีความรับผิดชอบในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ค่ายอดศิร จะต้องพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง อีกทั้งมีความยั่งยืน ของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง ของการท่องเที่ยวในค่ายยอดศิรให้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ทั้งภายในและชุมชนรอบ ๆ ค่ายยอดศิร และการเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดสระบุรี

๒.๒ ดำรงรักษา เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้อง กับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารของหน่วยตนเอง เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารม้า และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี สำหรับนักท่องเที่ยว

๒.๓ ศูนย์การท่องเที่ยว ได้แบ่งประเภทการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมนันทนาการและผจญภัยทางทหาร การท่องเที่ยวเพื่อความรู้ การท่องเที่ยว เพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยว เพื่อการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการตอบแทนทางสังคม

๒.๔ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในศูนย์การท่องเที่ยว เพื่อสนองต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยว โดยหน่วยจะพิจารณาความเหมาะสมกับที่ตั้งและภารกิจของหน่วย รวมถึง การแก้ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และการวางแผนในระยะ ยาวไปสู่อนาคตโดยการกำหนดเป้าหมาย และทิศทางการพัฒนาที่มีความชัดเจนและมีความเป็นไปได้ โดยคำนึงถึงประโยชน์และความคุ้มค่าของการพัฒนาควบคู่ไปกับความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ในเขตทหาร

๒.๕ สร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเกิดความพึงพอใจ ในการรักษาความปลอดภัยและการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

๒.๖ มีจุดให้บริการและอำนวยความสะดวก เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น

### ๓. ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

๓.๑ พัฒนาด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้รองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

๓.๒ โดยจัดให้มีสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบอย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลาย ให้มีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น

๓.๓ ศูนย์การทหารม้า จัดแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความรู้เบื้องต้นทางวิชาทหาร เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นทหาร

### ๔. การมีส่วนร่วมของชุมชน

๔.๑ เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว รวมถึงชุมชนรอบข้างค่ายอดิศร มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว และสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

๔.๒ เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว มีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและการบริการบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร

### ๕. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

๕.๑ ส่งเสริมการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

๕.๒ ส่งเสริมให้กำลังพลและครอบครัวได้เข้าร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

๕.๓ จัดทริปการท่องเที่ยว หรือ เส้นทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของหน่วย เพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป

๕.๔ ส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นทหาร ของพื้นที่ศูนย์การทหารม้า

๕.๕ ส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

### ๖. การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

๖.๑ มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง โดยใช้เทคโนโลยีใหม่เข้าช่วยเพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเผยแพร่ข้อมูลทางเครือข่ายทางสังคมต่างๆ เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น

๖.๒ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งประสานงานร่วมมือจัดกิจกรรมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน บริษัทหรือสมาคมที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

## การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยว ในเขตทหาร

### ๑. จุดแข็ง (Strengths)

๑.๑ พื้นที่ศูนย์การทหารม้า ทศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ โดยรักษาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม มีความเป็นระเบียบและสะอาดเรียบร้อย มีบรรยากาศของความเป็นทหาร

๑.๒ ศูนย์การทหารม้ามีแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทุกประเภทในบริเวณแหล่งเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้ความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความเป็นค่ายทหาร มานำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น และวิถีแบบทหารที่มีความโดดเด่น ตื่นเต้น ทำทาย

๑.๓ มีความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและมีความหลากหลาย เกิดความคุ้มค่าในการเดินทาง การใช้จ่ายและเวลา

๑.๔ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจแหล่งใหม่ มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ

### ๒. จุดอ่อน (Weaknesses)

๒.๑ บุคลากรไม่ใช่มืออาชีพในเรื่องการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

๒.๒ นโยบายของผู้บังคับบัญชาไม่ต่อเนื่องและยังขาดความชัดเจน

๒.๓ กฎระเบียบในการเข้าไปในค่ายทหารมีความยุ่งยาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

๒.๔ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ไม่น่าดึงดูดและสนใจ

๒.๕ ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ขาดความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเนื่องจากขาดแคลนกำลังพล

๒.๖ มีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า

๒.๗ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและถาวร

๒.๘ กิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถเข้าไปเยี่ยมชมเองได้ ต้องมีเจ้าหน้าที่นำไป

### ๓. โอกาส (Opportunities)

๓.๑ ศูนย์การทหารม้าถือเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวในเชิงกิจกรรมการออกกำลังกาย ซึ่งมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการออกกำลังกาย และพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น

๓.๒ ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากขึ้น

๓.๓ การท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นการเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี

๓.๔ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์และคุณค่าต่อสังคม ในด้านการพัฒนาความคิดสร้างจิตสำนึก ความมีระเบียบวินัย และการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข

๓.๕ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าให้มากขึ้น

๓.๖ เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้ามาท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าได้ง่ายขึ้น โดยให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วย

#### ๔. อุปสรรค (Threat)

๔.๑. การบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดขอบเขตด้วยระบบของราชการ และการปกปิดความลับของทางราชการรวมถึงการรักษาความปลอดภัยสถานที่ของทางราชการ

๔.๒ มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะกิจกรรมคล้ายแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

๔.๓ การจัดบุคลากรที่ขาดประสบการณ์และความชำนาญเป็นผู้รับผิดชอบต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงในภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

๔.๔ การแข่งขันกันในตลาดท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงมากขึ้น นักท่องเที่ยวจึงมีทางเลือกในการที่จะไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ แทนที่จะมาท่องเที่ยวในเขตทหาร

๔.๕ ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่สงบในประเทศเป็นเหตุให้การท่องเที่ยวในเขตทหารลดลง

๔.๖ ภารกิจและหน้าที่ของทหารทำให้หน่วยขาดความเอาใจใส่ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหาร

#### สรุป

การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ ศูนย์การทหารม้า ค่ายอดิศร จังหวัดสระบุรี เป็นพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ โดยใช้เอกลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความเป็นค่ายทหาร มานำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น มีบรรยากาศที่แปลกใหม่ และวิถีแบบทหารที่มีความดุเดือด ตื่นเต้นท้าทาย อีกทั้งยังส่งเสริมความรู้ ทั้งการแบ่งปันความรู้ความเชี่ยวชาญทางการทหาร เป็นวิทยาทาน เปิดประสบการณ์ชีวิตในแบบทหาร เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และทำให้เกิดการกระจายรายได้ ไปสู่กำลังพลภายในหน่วยและครอบครัว ในรูปของค่าตอบแทน

๑. สถานที่ท่องเที่ยวภายในศูนย์การทหารม้า โดยแบ่งรูปแบบออกเป็น ๗ รูปแบบ ดังนี้

๑.๑ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

๑.๑.๑ พระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

๑.๑.๒ พระอนุสาวรีย์ พลโทพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงอดิศรอุดมเดช

๑.๑.๓ ศาลาเจ้าพระยาบดินทร์เดชา สิงหเสนี

๑.๑.๔ พิพิธภัณฑ์ทหารม้า

๑.๑.๕ พิพิธภัณฑ์ภาคสนาม

- ๑.๑.๖ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน ศูนย์การทหารม้า ๙ ฐาน
- ๑.๒ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา
  - ๑.๒.๑ ชมรมขี่ม้าค่ายอดิศร
  - ๑.๒.๒ สนามยิงปืนค่ายอดิศร
  - ๑.๒.๓ สนามกอล์ฟค่ายอดิศร
  - ๑.๒.๔ สวนสุขภาพ
  - ๑.๒.๕ อดิศรยิมเนเซียม
- ๑.๓ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม, สัมมนา และการจัดกิจกรรมนิทรรศการ
  - อาคารประมณฑลสินธุ์ เป็นอาคารจัดงานพื้นที่กว้างสำหรับรองรับงานจัดเลี้ยง สัมนา หรือจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ
- ๑.๔ การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย
  - ๑.๔.๑ สนามทดสอบกำลังใจ
  - ๑.๔.๒ การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย
- ๑.๕ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม
  - กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม
- ๑.๖ การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ
  - ๑.๖.๑ ร้าน Cavalry Cafe
  - ๑.๖.๒ ร้านค้าสมาคมแม่บ้านกองทัพบก สาขาศูนย์การทหารม้า
- ๑.๗ การท่องเที่ยวมุ่งกิจกรรมช่วยเหลือสังคม, ประชาชนและการอนุรักษ์ธรรมชาติ
  - ๑.๗.๑ ศูนย์การทหารม้า และหน่วยงานภาครัฐ
  - ๑.๗.๒ ศูนย์การทหารม้า จัดการฝึกอบรมโครงการค่ายเยาวชน

## ๒. ปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหารนั้น จะต้องไม่กระทบกระเทือนต่อระบบการรักษาความปลอดภัยและการปฏิบัติงานในภารกิจของทหาร จากการศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารของ ศูนย์การทหารม้า ปัจจัยในการดำเนินงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ดังนี้

### ๒.๑ ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

การจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า เพื่อเป็นการแบ่งแยกภารกิจเฉพาะจากงานประจำให้ชัดเจน และรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผน รวมทั้งการพัฒนาบุคลากร โดยการจัดส่งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยและเข้าร่วมในการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว

### ๒.๒ ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

ศูนย์การทหารม้า แต่ละส่วนมีความรับผิดชอบในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ค่ายอดิศร จะต้องพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง และดำรงรักษา โดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารของหน่วยตนเอง และสร้างจุดให้บริการและอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น รวมถึงสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับ

นักท่องเที่ยว ทั้งนี้หน่วยจะพิจารณาความเหมาะสมกับที่ตั้งและภารกิจของหน่วย รวมถึงการแก้ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และการวางแผนในระยะยาวไปสู่อนาคต

### ๒.๓ ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

การพัฒนาด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้รองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบอย่างมีคุณภาพ และมาตรฐาน จะคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นทหาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลาย ให้มีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น

### ๒.๔ การมีส่วนร่วมของชุมชน

เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว รวมถึงชุมชนรอบข้างค่ายอดิศร มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร

### ๒.๕ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

ส่งเสริมการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงกำลังพลและครอบครัว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดทริปการท่องเที่ยว หรือ เส้นทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปแสดงภาพลักษณ์ความเป็นทหาร พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล

### ๒.๖ การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

การประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง โดยใช้เทคโนโลยีใหม่เข้าช่วยเพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเผยแพร่ข้อมูลทางเครือข่ายทางสังคมต่าง ๆ เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น

## ๓. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร

### ๓.๑ จุดแข็ง (Strengths)

พื้นที่ศูนย์การทหารม้า ทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ โดยรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความเป็นระเบียบและสะอาดเรียบร้อย มีบรรยากาศของความเป็นทหาร มีแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทุกประเภทในบริเวณแหล่งเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและตอบแทนสังคม โดยใช้ความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความเป็นค่ายทหาร มานำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น และวิถีแบบทหารที่มีความโดดเด่น ตื่นเต้น ทำทาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจแหล่งใหม่ มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือมีความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และมีความหลากหลาย เกิดความคุ้มค่าในการเดินทาง การใช้จ่ายและเวลา

### ๓.๒ จุดอ่อน (Weaknesses)

หน่วยงานทหารมีบุคลากรไม่ใช่มืออาชีพในเรื่องการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และนโยบายของผู้บังคับบัญชาไม่ต่อเนื่องและยังขาดความชัดเจน อีกทั้งศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ขาดความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเนื่องจากขาดแคลนกำลังพล ทำให้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถเข้าไปเยี่ยมชมเองได้ ต้องมีเจ้าหน้าที่นำไปและขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและถาวร ซึ่งหน่วยเองนั้นมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ไม่ดึงดูดความสนใจและประเด็นสำคัญถูกระเบียบในการเข้าไปในค่ายทหาร มีความยุ่งยาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

### ๓.๓ โอกาส (Opportunities)

ศูนย์การทหารม้าถือเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวในเชิงกิจกรรมสุขภาพและการกีฬา ซึ่งมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการออกกำลังกาย และพักผ่อน ทำให้ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าให้มากขึ้น อีกทั้งได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเป็นการเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์และคุณค่าต่อสังคม ในด้านการพัฒนาความคิด สร้างจิตสำนึก ความมีระเบียบวินัย และการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไป สามารถเข้ามาท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าได้ง่ายขึ้น โดยให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยทหาร

### ๓.๔ อุปสรรค (Threat)

การบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดขอบเขตด้วยระบบของราชการ และการปกปิดความลับของทางราชการการรักษาความปลอดภัยสถานที่ของทางราชการ รวมถึงภารกิจและหน้าที่ของทหารทำให้หน่วยขาดความเอาใจใส่ในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารของตน อีกทั้งการจัดบุคลากรที่ขาดประสบการณ์และความชำนาญ ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทำให้การแข่งขันกันในตลาดท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงมากขึ้น ประกอบกับมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะกิจกรรมคล้ายแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารทำให้นักท่องเที่ยวจึงมีทางเลือกในการที่จะไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ แทนที่จะมาท่องเที่ยวในเขตทหารและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่สงบในประเทศ เป็นเหตุให้การท่องเที่ยวในเขตทหารลดลง

## บทที่ ๔

### แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่กำลังพลและครอบครัว ตลอดจนชุมชนบริเวณใกล้เคียงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหาร กำลังพลและครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า, หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี รวมถึงนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว เพื่อระดมความคิดเห็นในการกำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารให้มียกระดับการท่องเที่ยวในเขตทหารให้มีศักยภาพ ภายใต้หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาประกอบด้วยประเด็นการศึกษาดังนี้

๑. การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
๒. แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๓. สรุป

### การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

หน่วยงานทหารมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารอยู่บ่อยครั้ง พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารของผู้บังคับบัญชานั้น ที่มุ่งเน้นภารกิจหลักเป็นสำคัญ ด้วยภารกิจและหน้าที่ของทหารทำให้หน่วยไม่สามารถสนใจและเอาใจใส่ในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารของตนได้มากนัก และรูปแบบของการบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดขอบเขตด้วยระบบของราชการที่มีขั้นตอนที่เป็นลำดับขั้นอาจจะทำให้การดำเนินการพัฒนาล่าช้า รวมไปถึงบุคลากรที่ไม่มีประสบการณ์และไม่มีความชำนาญเป็นผู้รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและด้านการประชาสัมพันธ์ จึงส่งผลกระทบต่อการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะกิจกรรมคล้ายกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกใหม่ที่จะตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ขาดความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเนื่องจากขาดแคลนกำลังพล ทำให้การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถเข้าไปเยี่ยมชมเองได้ ต้องมีเจ้าหน้าที่นำไปให้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในเรื่องของงบประมาณนั้นซึ่งมีข้อจำกัดทำให้งบประมาณที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าไม่เพียงพอ ส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งขาดการพัฒนาให้มีความทันสมัยไม่น่าดึงดูด และสนใจ และการเดินทางเข้า - ออก ภายในค่ายมีความยุ่งยาก เนื่องจากการปกปิด



ความลับของทางราชการรวมถึงการรักษาความปลอดภัยสถานที่ของทางราชการจึงต้องมีการออกกฎระเบียบเพื่อเป็นมาตรฐานการในการรักษาความปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ซึ่งในปัจจุบันนั้นตลาดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ประกอบกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่สงบในประเทศเป็นเหตุให้การท่องเที่ยวในเขตทหารลดลงอีกด้วย

## แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

### ๑. ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการจัดการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ที่เน้นการจัดทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศรวมทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่นจากแนวคิด หลักการ และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนจะต้องยึดกรอบหลักการพัฒนาและการบริหารจัดการที่มีองค์ประกอบหลักอยู่ ๔ ประการได้แก่ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากร, ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกและการบริการ, ด้านตลาดท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ ซึ่งแต่ละด้านมีรายละเอียดแตกต่างกัน แต่ทุกองค์ประกอบดังที่กล่าวมามีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันไม่สามารถแยกจากกันได้ เพื่อที่จะหาหนทางในการสื่อสารระดับนโยบายถึงรูปแบบ และวิถีปฏิบัติ หรือแนวทางในการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และ คณะ, ๒๕๖๐ : ๑๐๙) ทั้งนี้ การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีแนวทางชัดเจนและมีการบูรณาการภายใต้กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวเดียวกัน เน้นการพัฒนาโครงสร้าง ได้แก่ วินัย จิตสำนึกและการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ที่สนับสนุนการส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนและสามารถในการดึงดูดและแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังนี้

๑.๑ จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นหน่วยงานหลักเพื่อกำหนดนโยบายในการดำเนินงานให้ชัดเจน และขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการกระจายอำนาจสู่หน่วยทหารในแต่ละระดับให้รับผิดชอบแต่ละพื้นที่อย่างชัดเจน โดยกำหนดให้สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นศูนย์กลางในการประสานงานด้านการท่องเที่ยว (ยงยุทธ หาญสมศรี, เสนาธิการศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๑.๒ ปรับปรุงระเบียบข้อบังคับและมาตรการต่างๆ โดยการทบทวนแก้ไขระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น มีการผ่อนปรนกฎระเบียบการเข้า - ออก ในเขตทหารง่ายขึ้น โดยเฉพาะในช่วงกลางวัน (ยอดชาย ยุบล, หัวหน้าสำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๑.๓ กำหนดกฎระเบียบในการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในทางเดียวกัน (ชูเดช สระบัว, รองหัวหน้าสำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๑.๔ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ และเอกชน ให้มีความรู้ความสามารถในด้านการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและ ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง เข้ารับการอบรม หรือเชิญวิทยากร ที่มีความรู้ความสามารถ ด้านการท่องเที่ยวมาสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการ ท่องเที่ยวในเขตทหารต่อไป (วันชัย มากกล้า, เจ้าหน้าที่ฝ่ายนโยบายและแผนสำนักงานท่องเที่ยว ศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

## ๒. ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวกถือเป็นเรื่องที่น่าท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และความสะดวกสบายเป็นความต้องการ ขั้นพื้นฐาน ตามมาด้วยความต้องการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๕๗ : ๗๐) และการได้รับประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ในการพิจารณาเลือกมา ท่องเที่ยวและในการตัดสินใจจากการสัมผัสที่ได้รับจากการเข้ามาท่องเที่ยว จึงเป็นความจำเป็นที่ต้อง ดำเนินการดูแลและรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา เพราะแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยวได้อย่างใดอย่างหนึ่งให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม เช่น เส้นทาง ป้ายบอกทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายและความประทับใจ เกิดความรู้สึกปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวที่นั้น อาจจะอยู่ท่องเที่ยวในระยะเวลาที่นานขึ้น มีปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

๒.๑. การสร้างสิ่งน่าดึงดูดและสนใจ ควรกำหนดอัตลักษณ์ของศูนย์การทหารม้า ให้ชัดเจนให้เกิดเป็นรูปธรรม และสร้างจุดขายที่โดดเด่น (ศักดิ์เดช ประเสริฐศรี, รองเสนาธิการ ศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๒.๒ เส้นทางและป้ายบอกทางในการเดินทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้สึกปลอดภัย เช่น มีที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมไปถึงจัดทำ แผนที่แหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่นั้น อาจทำได้โดยอาศัยความร่วมมือ จากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในระดับชุมชน (สุรียัน นวลชื่น, หัวหน้าสำนักงานผู้อำนวยการท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.)

๒.๓ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล และเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกให้ครบวงจร (สมพล หล้าริ้ว, รองผู้บัญชาการศูนย์ทหารม้า(๒), สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔) ในการเข้ามาใช้บริการต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดเจ้าหน้าที่ประจำจุดซึ่งสามารถให้คำแนะนำ รวมไปถึงกฎกติกาในการใช้บริการของหน่วย และจัดเจ้าหน้าที่นำเที่ยว เพื่อให้บรรยายข้อมูล หรือ ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวที่นั้นๆ เช่น ศูนย์การเรียนรู้ หรือพิพิธภัณฑ์ศูนย์การทหารม้า ได้รับ ประสบการณ์และความรู้อย่างครบถ้วน (พงศธร ทัพพิกรณ์, ผู้บังคับกองพันกองบริการ ศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๒.๔ การจัดพื้นที่สุขาภิบาลให้ครอบคลุมเพียงพอต่อการรองรับของนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ลานจอดรถ พื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกให้สำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐาน ตามสากล เป็นต้น และการรักษาความสะอาด นอกจากนี้หน่วยต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม และ

เป็นระเบียบเรียบร้อย (พงศธร ทัพพิภรณ์, ผู้บังคับกองพันกองบริการ ศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๒.๕ จัดรถนำเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมตามพื้นที่แหล่งกิจกรรมต่างๆ ภายในหน่วยเพื่อสะดวกในการไปใช้บริการในจุดต่างๆ (ศกรินทร์ สดใส, นายสิบบุทธการกองยุทธการและการข่าว ศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๒.๖ สถานที่บางแห่งของค่ายทหารเป็นพื้นที่เขตหวงห้าม ทำให้การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารนั้นมีความยุ่งยากในการเข้า – ออก โดยการแลกบัตรทุกครั้งที่มาในพื้นที่ ทั้งนี้ถือเป็นการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว (วชิรวิษณุ ปิติเสถียรหิรัญ, เจ้าหน้าที่ศูนย์ช่วยเหลือประสานงานนักท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี, สัมภาษณ์, ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

### ๓. ด้านสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยการส่งเสริมการผลิตสินค้าในชุมชน ในการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานมากขึ้น และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อจำหน่ายและบริการให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน (เพ็ญศรี ฉิรินัง, ๒๕๕๘) แนวคิดของการผลิตสินค้าและให้บริการจะต้องตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๖ : ๒ – ๗) โดยจะต้องศึกษาความต้องการทางการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการจะสามารถพัฒนาและออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ (ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๕๗ : ๗๐) การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวถือเป็นการกระจายรายได้ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวจะนำเงินไปใช้จ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากชุมชน ทำให้กำลังพลในชุมชนมีรายได้จากการผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

๓.๑ การนำเอาอัตลักษณ์ความเป็นทหาร เป็นจุดเด่นแสดงออกถึงความเป็นทหารม้าในรูปแบบของสินค้า เช่น สินค้าทางการเกษตรที่ได้จากม้า ได้แก่ ปุยมูลม้า จุลินทรีย์มูลม้า เป็นต้น สินค้าของสมาคมแม่บ้านกองทัพบก ได้แก่ ชิงผง มะตูมผง เทียนหอม หมอนอิงรูปม้า ผ้าเช็ดตัวพิมพ์ลายม้า เป็นต้น และด้านการบริการ จะมีทั้งในรูปแบบการเรียนรู้ การผจญภัย สถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น (พงศธร ทัพพิภรณ์, ผู้บังคับกองพันกองบริการ ศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๓.๒ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว จะต้องสอดคล้องกับความต้องการ และดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแค่นำสินค้ามาวางจำหน่ายแต่จะต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ด้วย ทั้งในด้านแหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต เช่น แผนกสัตว์รักษ์ มีภารกิจที่จะต้องเปลี่ยนเกือกม้าให้แก่ม้าทุกตัว เกือกม้าเก่านั้นสามารถนำมาทำเป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่ นักท่องเที่ยวได้ โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดูแตกต่างและแสดงความเป็นตัวตนของหน่วย (สุรียัน นวลชื่น, หัวหน้าสำนักงานผู้อำนวยการท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๓.๓ เปิดตลาดในพื้นที่ ที่เป็นตลาดกลาง เป็นศูนย์รวมมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว หรือชุมชนใกล้เคียงรอบค่าย เข้ามาค้าขายในตลาดค้าทหาร (สมพล หล้าริ้ว, รองผู้บัญชาการศูนย์ทหารม้า(๒), สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๓.๔ การพัฒนาต่อยอดสินค้า โดยการนำสินค้าที่มีมาปรับปรุงพัฒนาให้ดูเหมาะสม และสอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์ของหน่วย เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและความแตกต่างจากเดิม โดยการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ลดความจำเจของรูปแบบตัวสินค้า และถือเป็นการเปิดช่องทางในกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของตัวสินค้าอีกทาง (สายฝน จำบัวขาว, นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการการท่องเที่ยวและกีฬา, สัมภาษณ์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๓.๕ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และหลากหลาย โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวตามโปรแกรมเที่ยวแบบเหมาวัน มีแพคเกจให้เลือกหลากหลายให้เลือกสรรตามความชอบและสนใจของนักท่องเที่ยว มีการจัดเจ้าหน้าที่นำเที่ยวและรถนำเที่ยวพร้อมบริการให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้มีการจัดส่วนลดในโปรแกรมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเล็งเห็นถึงความคุ้มค่า คุ้มราคา เป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (ศรีวิไล ศรีบุญเรือง, นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ, สัมภาษณ์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

#### ๔. การมีส่วนร่วมของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนควรให้กำลังพลและครอบครัวทุกระดับชั้นเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (ศิรินนท์ พงษ์นิรันดร และคณะ, ๒๕๕๙) เนื่องจากเป้าหมายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนครอบคลุมแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว(เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ, ๒๕๖๐) กล่าวว่าซึ่งจะก่อให้เกิดการเติบโตที่มีคุณภาพ หมายถึง การเพิ่มขึ้นของคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงการมีส่วนร่วมของกำลังพลในชุมชนด้วยการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวแบบชุมชน ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับภาครัฐแบบเครือข่าย ในลักษณะหน่วยงานร่วมจัดกิจกรรม ร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ไขปัญหา หรือร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว และประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจะทำให้เกิดคุณภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และเป็นความลดความขัดแย้งของกำลังพลภายในหน่วยด้วย (ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๕๗ : ๔๗) ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร ของกองทัพบก ได้ให้ความสำคัญด้านการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอีกด้วย

๔.๑ เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและการบริการบนพื้นฐานของการแสดงความเป็นตัวตนของหน่วยทหารม้า และส่งเสริมการอบรมให้กับกำลังพลและครอบครัวเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ นำความรู้มาพัฒนาต่อยอดสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว (ยอดชาย ยุบล, หัวหน้าสำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๔.๒ กำลังพลเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ด้วยการรักษาความสะอาด จัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ

ในความเป็นทหาร (ชูเดช สระบัว, รองหัวหน้าสำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การท่องเที่ยวการค้า, สัมภาษณ์, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๔.๓ การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างสำนักงานการท่องเที่ยวของจังหวัด และหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หรือ ภาคเอกชน หรือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวในเขตทหาร และในประชาสัมพันธการท่องเที่ยวโดยการมองภาพรวมเป็นจังหวัด (ดวงแก้ว ครอบรักษา, เจ้าหน้าที่สนับสนุนงานวิเคราะห์นโยบายและแผนการท่องเที่ยวและกีฬา, สัมภาษณ์, ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๔.๔ กำลั้งพลในชุมชนควรร่วมมือกันพัฒนารูปแบบสินค้าและการบริการ การท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น โดยคำนึงถึงความสวยงาม คุ่มค่าและทันสมัย เพื่อจูงใจในการเลือกซื้อในสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เช่น การร่วมสร้างคุณค่า โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและประสบการณ์ของลูกค้า เปิดโอกาสให้แบ่งปันความรู้ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าระหว่างกำลั้งพลในชุมชนและนักท่องเที่ยว (อริษา กลินถาวร, ผู้อำนวยการกลุ่มงานประสานและสนับสนุนการบริหารงานพัฒนาชุมชน, สัมภาษณ์, ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๔.๕ เปิดโอกาสให้กำลั้งพลในชุมชน มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางจัดทำแผนนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ร่วมกับคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงาน เพื่อรวมกลุ่มกันผลักดันในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน (ประดิษฐ์ งามคม, นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษการท่องเที่ยวและกีฬา, สัมภาษณ์, ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

## ๕. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยทุกฝ่ายมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานกับกำลั้งพลภายในหน่วย ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการบริหารจัดการที่จะช่วยให้การดำเนินงานการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และแนวทางการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในจังหวัด การจัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เนื่องจากจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (เพ็ญศรี นิรินัง, ๒๕๕๘) รวมไปถึงการจัดทำสื่อการขายสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้า และความหลากหลายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดโปรโมชั่นสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในค่ายโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ หรือ แจกคูปอง ให้กับผู้ที่ใช้บริการเพื่อนำไปเป็นส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการบริการการท่องเที่ยวภายในค่าย พร้อมทั้งการมอบของสมนาคุณ อาจจะเป็นการสะสมอดซื้อให้ครบตามที่กำหนด เพื่อนำมาแลกของสมนาคุณ การให้รางวัลในรูปแบบบัตรกำนัล ส่วนลดแก่ลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำ เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นด้วย (สุริยัน นวลชื่น, หัวหน้าสำนักงานผู้อำนวยการท่องเที่ยวศูนย์การท่องเที่ยวการค้า, สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔) นอกจากนี้มีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยทหารซึ่งแต่ละกิจกรรมล้วนเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในหน่วยทหารทางหนึ่ง ในโอกาสนี้หน่วยทหารสามารถประชาสัมพันธ์ และใช้ประโยชน์จากกิจกรรมดังกล่าวในการสร้างความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปว่าหน่วยทหารมีกิจกรรมที่มีความหลากหลายที่ดึงดูดประชาชน และนักท่องเที่ยวที่สนใจได้เข้ามาสัมผัสจนเกิดความประทับใจต่อไป

## ๖. การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ช่วยส่งเสริมภาพพจน์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานให้ดีขึ้น หมายถึงการสร้างความรู้สึกระประทับใจที่บุคคลหลายๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ ด้วยการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนทั่วไปได้เห็นคุณงามความดีเกิดความเลื่อมใส และสร้างความผูกพันทางใจ ในการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงานองค์การและสถาบัน ทำให้ประชาชนเกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธาต่อหน่วยงาน (นงลักษณ์ ลินสีบผล, ๒๕๓๓ : ๒) การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวมีความสำคัญมาก โดยการเตรียมคู่มือหรือข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่ ในขณะที่เดียวกันควรทำการตลาดด้วยการให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประวัติความเป็นมา มีเรื่องราวที่น่าสนใจ รวมถึงกฎระเบียบในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจให้ตรงกันกับนักท่องเที่ยวด้วยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๕๗ : ๔๗) การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลาย จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและบุคคลระหว่างหน่วยงานทหารไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระดับจังหวัด (เพ็ญศรี ฉิริณัง, ๒๕๕๘) การประชาสัมพันธ์ ด้วยแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางทหารที่จัดขึ้นแจกจ่ายและส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การจัดทำแผ่นป้ายขนาดใหญ่เชิญชวน โดยจะติดตั้งบริเวณทางเข้าหน่วยที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน หรือบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้สถานีวิทยุโทรทัศน์ในเครือข่ายของกองทัพบก ก็สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

๖.๑ ส่งเสริมให้กำลังพลและครอบครัวภายในหน่วยงานช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และเพื่อเผยแพร่สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักและไว้วางใจ (อาชาไนย เสนาะคำ, เสมียน แผนกธุรการและกำลังพลโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

๖.๒ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ของหน่วย อีกทั้งมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย และสามารถเข้าถึงสืบค้นได้ง่าย (ภูษิต จำนงบุญ, เสมียน สำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, สัมภาษณ์, ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)

## สรุป

ในการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ได้มีการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหาร กำลังพลและครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า, หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี รวมถึงนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้น นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ซึ่งสรุปได้ดังนี้

๑. การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคพบว่า หน่วยงานทหารมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารอยู่บ่อยครั้ง พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารของ

ผู้บังคับบัญชานั้น ที่มุ่งเน้นภารกิจหลักเป็นสำคัญด้วยภารกิจและหน้าที่ของทหารทำให้หน่วยไม่สามารถสนใจและเอาใจใส่ในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารของตนได้มากนัก และรูปแบบของการบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดโดยโครงสร้างของหน่วยงาน ตามระบบของราชการที่มีขั้นตอนที่เป็นลำดับขั้น ทำให้การดำเนินการล่าช้า รวมไปถึงบุคลากรที่ขาดประสบการณ์และความชำนาญ ทำให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและด้านการประชาสัมพันธ์ไม่ดีเท่าที่ควร จึงส่งผลกระทบต่อการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะกิจกรรมคล้ายกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกใหม่ที่จะตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

## ๒. แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

### ๒.๑ ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หากมองในการยกระดับนโยบายถึงรูปแบบและวิธีปฏิบัติ หรือแนวทางในการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว กำหนดแนวทางให้ชัดเจนและมีการบูรณาการภายใต้กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวเดียวกัน เน้นการพัฒนาโครงสร้าง ได้แก่ วินัย จิตสำนึกและการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ที่สนับสนุนการส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนและสามารถในการดึงดูดและแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นหน่วยงานหลักเพื่อกำหนดนโยบายในการดำเนินงานให้ชัดเจน และขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการกระจายอำนาจสู่หน่วยทหารในแต่ละระดับให้รับผิดชอบแต่ละพื้นที่อย่างชัดเจน โดยกำหนดให้สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นศูนย์กลางในการประสานงานด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ และเอกชน ให้มีความรู้ความสามารถในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการท่องเที่ยวในเขตทหาร และนำความรู้มาพัฒนาปรับปรุงระเบียบข้อบังคับและมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวในทุกระดับในการปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในทางเดียวกัน

### ๒.๒ ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวกถือเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากสิ่งนี้นักท่องเที่ยวใช้ในการพิจารณาเลือกมาท่องเที่ยวและในการตัดสินใจจากการสัมผัสที่ได้รับจากการเข้ามาท่องเที่ยว จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องดำเนินการดูแลและรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา เพราะแหล่งท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่งให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายและความประทับใจ เกิดความรู้สึกปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวที่นั้น อยากจะอยู่ท่องเที่ยวในระยะเวลาที่นานขึ้น มีปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

๒.๒.๑ การสร้างสิ่งนำดึงดูดและสนใจ ควรกำหนดอัตลักษณ์ของศูนย์การทหารมาให้ชัดเจนให้เกิดเป็นรูปธรรม และสร้างจุดขายที่โดดเด่น

๒.๒.๒ เส้นทางและป้ายบอกทางในการเดินทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้สึกปลอดภัย รวมไปถึงจัดทำแผนที่แหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น อาจทำได้โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

๒.๒.๓ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล และเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกให้  
ครบวงจร

๒.๒.๔ การจัดพื้นที่สุขาภิบาลให้ครอบคลุมเพียงพอต่อการรองรับของ  
นักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ลานจอดรถ พื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุให้  
ได้มาตรฐานตามสากล เป็นต้น และการรักษาความสะอาด นอกจากนี้หน่วยต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ให้  
สวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย

๒.๒.๕ จัดรถนำเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมตามพื้นที่แหล่งกิจกรรมต่างๆ  
ภายในหน่วยเพื่อสะดวกในการไปใช้บริการในจุดต่างๆ

๒.๒.๖ การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารนั้นมีความยุ่งยาก โดยการ  
แลกบัตรทุกครั้งที่มาในพื้นที่ ซึ่งจะถือเป็นการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

### ๒.๓ ด้านสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ในการพัฒนาสินค้าและ  
การบริการการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานมากขึ้น และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อจำหน่าย  
และบริการให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทั้งนี้การผลิตสินค้าและให้บริการการ  
ท่องเที่ยวจะต้องตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาต่อยอด  
สินค้า โดยการนำสินค้าที่มีมาปรับปรุงพัฒนาให้ดูเหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์  
ของหน่วย เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและความแตกต่างจากเดิม โดยการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย  
ที่เปลี่ยนไป เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจะนำเงินไปใช้จ่ายใช้สอยเพื่อซื้อ  
สินค้าและบริการจากชุมชน ทำให้กำลังพลในชุมชนมีรายได้จากการผลิตสินค้าและบริการการ  
ท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว จะต้องสอดคล้องกับความต้องการ และดึงดูดความ  
สนใจนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแค่นำสินค้ามาวางจำหน่ายแต่จะต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการ  
เรียนรู้ด้วย ทั้งในด้านแหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต โดยการนำเอาความเป็นอัตลักษณ์ของการเป็น  
ทหารม้า มาจุดเด่นแสดงออกถึงความเป็นทหารม้า ในรูปแบบของสินค้าและด้านการบริการ จะมีทั้งใน  
รูปแบบการเรียนรู้ การผจญภัย สถานที่ออกกำลังกาย และจัดให้มีการเปิดตลาดในพื้นที่ ที่เป็นตลาด  
กลาง เป็นศูนย์รวมมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายโดยเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว หรือชุมชน  
ใกล้เคียงรอบค้าย เข้ามาค้าขายในตลาดค้าอาหาร เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวไป  
ในตัว นอกจากนี้มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และหลากหลาย โดยมีรูปแบบ  
การท่องเที่ยวตามโปรแกรมเที่ยวแบบเหมาวัน มีแพคเกจให้เลือกหลากหลายให้เลือกสรร  
ตามความชอบและสนใจของนักท่องเที่ยวเอง พร้อมทั้งมีการจัดส่วนลดในโปรแกรมการท่องเที่ยว  
ทำให้นักท่องเที่ยวเล็งเห็นถึงความคุ้มค่า คุ้มค่า เป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

### ๒.๔ การมีส่วนร่วมของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนควรให้กำลังพลและครอบครัวทุกระดับชั้นเข้ามามี  
ส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการกำหนดทิศทางจัดทำแผนนโยบาย  
ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ร่วมกับคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงาน  
เพื่อรวมกลุ่มกันผลักดันในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน และการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนครอบคลุม  
แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้การเพิ่มขึ้นของ



คุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ด้วยการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยการเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของการแสดงความเป็นตัวตนของหน่วยทหารม้า และการร่วมทำงานกับภาครัฐแบบเครือข่าย ในลักษณะหน่วยงานร่วมจัดกิจกรรม ร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ไขปัญหา หรือร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยการมองภาพรวมเป็นจังหวัด และประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน สนับสนุนให้กำลังพลในชุมชนร่วมมือกันพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น โดยคำนึงถึงความสวยงาม คุ่มค่าและทันสมัย เพื่อจูงใจในการเลือกซื้อในสินค้าและบริการการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและประสบการณ์ของลูกค้า เปิดโอกาสให้แบ่งปันความรู้ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าระหว่างกำลังพลในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้

#### ๒.๕ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยทุกฝ่ายมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานกับกำลังพลภายในหน่วย ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการบริหารจัดการที่จะช่วยให้การดำเนินงานการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการจัดทำสื่อการขายสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้า และความหลากหลายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้มีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยทหารซึ่งแต่ละกิจกรรมล้วนเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในหน่วยทหารทางหนึ่ง เป็นโอกาสที่หน่วยทหารจะสามารถใช้ประโยชน์จากกิจกรรมดังกล่าวในการสร้างความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปว่าหน่วยทหารมีกิจกรรมที่มีความหลากหลายที่ดึงดูด น่าสนใจ และนักท่องเที่ยวที่สนใจได้เข้ามาสัมผัสจนเกิดความประทับใจ

#### ๒.๖ การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ช่วยส่งเสริมภาพพจน์และสร้างค่านิยมของหน่วยทหารให้ดีขึ้น ด้วยการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้นักท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยทหาร การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวมีความสำคัญมาก โดยการเตรียมคู่มือหรือข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่ ในขณะเดียวกันควรทำการตลาดด้วยการให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประวัติความเป็นมา มีเรื่องราวที่น่าสนใจ รวมถึงกฎระเบียบในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจให้ตรงกันกับนักท่องเที่ยวด้วยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลาย จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ให้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและบุคลากรระหว่างหน่วยงานทหารไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระดับจังหวัด การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ของหน่วย อีกทั้งมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย และสามารถเข้าถึงสืบค้นได้ง่าย

## บทที่ ๕

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ ๓ ข้อ ประกอบด้วย

๑. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๒. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร
๓. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่กำลังพลและครอบครัว ตลอดจนชุมชนบริเวณใกล้เคียงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ถือเป็นยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น

ในการดำเนินการวิจัยใช้การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากหลายแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหลักโดยเมื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาจัดระเบียบ และวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประกอบกับแนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจนกระทั่งได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ซึ่งในบทที่ ๕ นี้ จะนำเสนอ ๒ ประเด็น คือ สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากผลการวิจัยดังนี้

### สรุป

#### ๑. ปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

จากการศึกษา การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กรณีศึกษา ศูนย์การทหารม้า มีปัจจัยในการดำเนินงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารดังนี้

##### ๑.๑ ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

๑.๑.๑ การจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการแบ่งแยกภารกิจเฉพาะจากงานประจำให้ชัดเจน และรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร รวมไปถึงการประสานงาน การทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด และการอำนวยความสะดวกสำหรับการประสานงานของนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่อยู่ประจำ

๑.๑.๒ การพัฒนาบุคลากร โดยการกำหนดเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วย และเข้าร่วมในการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว หรือเชิญวิทยากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้การอบรมและความรู้แก่เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวต่อไป

### ๑.๒ ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

การแบ่งส่วนความรับผิดชอบในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ จะต้องพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง และดำรงรักษา โดยเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารของหน่วยตนเองรวมถึงการสร้างจุดให้บริการ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารได้ง่าย และสะดวกมากขึ้น อีกทั้งสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ในการนี้ หน่วยต้องพิจารณาความเหมาะสมกับที่ตั้งและภารกิจของหน่วย รวมถึงการแก้ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อวางแผนในระยะยาวไปสู่อนาคต

### ๑.๓ ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

การพัฒนาด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้รองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบอย่างมีคุณภาพ และเป็นมาตรฐาน ซึ่งจะคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นทหาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลาย ให้มีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น

### ๑.๔ การมีส่วนร่วมของชุมชน

เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว รวมถึงชุมชนใกล้เคียง มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาสินค้าและการบริการบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ความเป็นทหาร

### ๑.๕ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

ส่งเสริมการบูรณาการการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงกำลังพลและครอบครัว ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดทริปการท่องเที่ยว หรือ เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด ถือเป็นงานนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เพื่อแสดงภาพลักษณ์ความเป็นทหาร พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับจังหวัด จนไปถึงระดับประเทศ

### ๑.๖ การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

การประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง โดยใช้เทคโนโลยีใหม่เข้าช่วยเพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเผยแพร่ข้อมูลทางเครือข่ายทางสังคมต่าง ๆ เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น และเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้กับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน บริษัท หรือสมาคม ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

## ๒. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร

### ๒.๑ จุดแข็ง (Strengths)

พื้นที่ศูนย์การทหารม้า มีทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ โดยรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความเป็นระเบียบและสะอาดเรียบร้อย มีบรรยากาศของความเป็นทหาร มีแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทุกประเภทในบริเวณแหล่งเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว

เพื่อนันทนาการและผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้ความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความเป็นค่ายทหาร มานำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น และวิถีแบบทหารที่มีความโดดเด่น ตื่นเต้น ท้าทาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจ แหล่งใหม่ มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือมีความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และมีความหลากหลาย เกิดความคุ้มค่าในการเดินทาง การใช้จ่ายและเวลา

#### ๒.๒ จุดอ่อน (Weaknesses)

หน่วยงานทหารมีบุคลากรไม่ใช่มืออาชีพในเรื่องการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และนโยบายของผู้บังคับบัญชาไม่ต่อเนื่องและยังขาดความชัดเจน อีกทั้งศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ขาดความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเนื่องจากขาดแคลนกำลังพล ทำให้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถเข้าไปเยี่ยมชมเองได้ต้องมีเจ้าหน้าที่นำไปและขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและถาวร ซึ่งหน่วยเองนั้นมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ไม่ดึงดูดความสนใจและประเด็นสำคัญถูกระเบียบในการเข้าไปในค่ายทหาร มีความยุ่งยาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

#### ๒.๓ โอกาส (Opportunities)

ศูนย์การทหารม้าถือเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวในเชิงกิจกรรมสุขภาพและการกีฬา ซึ่งมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการออกกำลังกาย และพักผ่อน ทำให้ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าให้มากขึ้น อีกทั้งได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเป็นการเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของรัฐบาล ได้เป็นอย่างดี ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์และคุณค่าต่อสังคม ในด้านการพัฒนาความคิด สร้างจิตสำนึก ความมีระเบียบวินัย และการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไป สามารถเข้ามาท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าได้ง่ายขึ้น โดยให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยทหาร

#### ๒.๔ อุปสรรค (Threat)

การบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดขอบเขตด้วยระบบของราชการ และการปกปิดความลับของทางราชการการรักษาความปลอดภัยสถานที่ของทางราชการ รวมถึงภารกิจและหน้าที่ของทหารทำให้หน่วยขาดความเอาใจใส่ในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารของตน อีกทั้งการจัดบุคลากรที่ขาดประสบการณ์และความชำนาญ ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทำให้การแข่งขันกันในตลาดท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงมากขึ้น ประกอบกับมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะกิจกรรมคล้ายแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารทำให้นักท่องเที่ยวจึงมีทางเลือกในการที่จะไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ แทนที่จะมาท่องเที่ยวในเขตทหารและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่สงบในประเทศ เป็นเหตุให้การท่องเที่ยวในเขตทหารลดลง

### ๓. แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

#### ๓.๑ ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

๓.๑.๑ จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นหน่วยงานหลักเพื่อกำหนดนโยบายในการดำเนินงานให้ชัดเจน และขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการกระจายอำนาจสู่หน่วยทหารในแต่ละระดับให้รับผิดชอบแต่ละพื้นที่อย่างชัดเจน โดยกำหนดให้สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นศูนย์กลางในการประสานงานด้านการท่องเที่ยว

๓.๑.๒ ปรับปรุงระเบียบข้อบังคับและมาตรการต่างๆ โดยการทบทวนแก้ไขระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น มีการผ่อนปรนกฎระเบียบการเข้า - ออก ในเขตทหารง่ายขึ้น โดยเฉพาะในช่วงกลางวัน

๓.๑.๓ กำหนดกฎระเบียบในการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในทางเดียวกัน

๓.๑.๔ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์กรความรู้ การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ และเอกชน ให้มีความรู้ความสามารถในด้านการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง เข้ารับการอบรม หรือเชิญวิทยากร ที่มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยวมาสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในเขตทหารต่อไป

#### ๓.๒ ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

๓.๒.๑ การสร้างสิ่งน่าดึงดูดและสนใจ ควรกำหนดอัตลักษณ์ของศูนย์การท่องเที่ยวให้ชัดเจนให้เกิดเป็นรูปธรรม และสร้างจุดขายที่โดดเด่น

๓.๒.๒ เส้นทางและป้ายบอกทางในการเดินทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้สึกลดท้อภัย รวมไปถึงจัดทำแผนที่แหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ อาจทำได้โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

๓.๒.๓ จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล และเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกให้ครบวงจร

๓.๒.๔ การจัดพื้นที่สุขาภิบาลให้ครอบคลุมเพียงพอต่อการรองรับของนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ลานจอดรถ พื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามสากล เป็นต้น และการรักษาความสะอาด นอกจากนี้หน่วยต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย

๓.๒.๕ จัดรถนำเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมตามพื้นที่แหล่งกิจกรรมต่างๆ ภายในหน่วยเพื่อสะดวกในการไปใช้บริการในจุดต่างๆ

๓.๒.๖ การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารนั้นมีความเข้มงวด โดยมีการแลกบัตรทุกครั้งที่มาในพื้นที่ ซึ่งจะถือเป็นการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

### ๓.๓ ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

๓.๓.๑ การนำเอาอัตลักษณ์ความเป็นทหาร เป็นจุดเด่นแสดงออกถึงความเป็นทหารม้า ในรูปแบบของสินค้า และด้านการบริการการท่องเที่ยว

๓.๓.๒ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว จะต้องสอดคล้องกับความต้องการ และดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแค่นำสินค้ามาวางจำหน่ายแต่จะต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ด้วย ทั้งในด้านแหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดูแตกต่างและแสดงความเป็นตัวตนของหน่วย

๓.๓.๓ เปิดตลาดในพื้นที่ ที่เป็นตลาดกลาง เป็นศูนย์รวมมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว หรือชุมชนใกล้เคียงรอบค่าย เข้ามาค้าขายในตลาดค่ายทหาร

๓.๓.๔ การพัฒนาต่อยอดสินค้า โดยการนำสินค้าที่มีมาปรับปรุงพัฒนาให้ดูเหมาะสม และสอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์ของหน่วย เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและความแตกต่างจากเดิม โดยการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ลดความจำเจของรูปแบบตัวสินค้า และถือเป็นการเปิดช่องทางในกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของตัวสินค้าอีกทาง

๓.๓.๕ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และหลากหลาย โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวตามโปรแกรมเที่ยวแบบเหมาวัน มีแพคเกจให้เลือกหลากหลายให้เลือกสรรตามความชอบและสนใจของนักท่องเที่ยวเอง มีการจัดเจ้าหน้าที่นำเที่ยวและรถนำเที่ยวพร้อมบริการให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้มีการจัดส่วนลดในโปรแกรมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเล็งเห็นถึงความคุ้มค่า คุ้มราคา เป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

### ๓.๔ การมีส่วนร่วมของชุมชน

๓.๔.๑ เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของการแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของหน่วย และส่งเสริมการอบรมให้กับกำลังพลและครอบครัว เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ นำความรู้มาพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

๓.๔.๒ กำลังพลเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ด้วยการรักษาความสะอาด จัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ ในความเป็นทหาร

๓.๔.๓ การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างสำนักงานการท่องเที่ยวของจังหวัด และหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หรือ ภาคเอกชน ทหารหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวในเขตทหารและในประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยการมองภาพรวมเป็นจังหวัด

๓.๔.๔ กำลังพลในชุมชนควรร่วมมือกันพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น โดยคำนึงถึงความสวยงาม คุ้มค่าและทันสมัย เพื่อจูงใจในการเลือกซื้อในสินค้าและบริการการท่องเที่ยว เช่น การร่วมสร้างคุณค่า โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและประสบการณ์ของลูกค้า เปิดโอกาสให้แบ่งปันความรู้ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าระหว่างกำลังพลในชุมชนและนักท่องเที่ยว

๓.๔.๕ เปิดโอกาสให้กำลังพลในชุมชน มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางจัดทำ แผนนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ร่วมกับคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของ หน่วยงาน เพื่อรวมกลุ่มกันผลักดันในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

#### ๓.๕ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยทุกฝ่ายมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ระหว่างหน่วยงานกับกำลังพลภายในหน่วย ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการบริหารจัดการที่จะช่วยให้ การดำเนินงานการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการจัดทำสื่อการขายสินค้าทางการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้า และความหลากหลายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ มีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยทหารซึ่งแต่ละกิจกรรมล้วนเป็น กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในหน่วยทหารทางหนึ่ง เป็นโอกาสที่หน่วยทหารจะสามารถใช้ประโยชน์ จากกิจกรรมดังกล่าวในการสร้างความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปว่าหน่วยทหารมีกิจกรรมที่มี ความหลากหลายที่น่าดึงดูด และน่าสนใจ เมื่อนักท่องเที่ยวที่สนใจได้เข้ามาสัมผัสจนเกิดความ ประทับใจ

#### ๓.๖ การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

๓.๖.๑ ส่งเสริมให้กำลังพลและครอบครัวภายในหน่วยงานเป็นส่วนช่วยในการ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และเพื่อเผยแพร่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้ เป็นที่รู้จักและไว้วางใจ

๓.๖.๒ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ ของหน่วย อีกทั้งมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย และสามารถเข้าถึงสืบค้นได้ง่าย

## ข้อเสนอแนะ

### ๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑.๑ สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองทัพบก เป็นหน่วยงานหลัก ในการ พิจารณากำหนดนโยบายหรือให้ความเห็น ในฐานะคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของกองทัพบก ควร นำนโยบายหรือข้อสั่งการในระดับนโยบาย แจ้งประสานไปยังหน่วยทหารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนและเสนอข้อคิดเห็น และปัญหาอุปสรรคต่อกองทัพบก เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงนโยบายยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการต่อไป

๑.๒ ตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และต้องสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ บนพื้นฐานที่เหมาะสมกับหน่วยงานทหารของกองทัพบก ซึ่งระหว่างรัฐบาลและกองทัพบก ได้จัดทำ ข้อตกลงความร่วมมือการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก โครงการ “อาร์มี แลนด์” ซึ่งรัฐบาลสนับสนุนการดำเนินงานของกองทัพบก และสนับสนุนงบประมาณ รวมทั้งให้ความรู้ ด้านวิชาการการท่องเที่ยวแก่กองทัพบก ถือเป็น การเตรียมความพร้อมสำหรับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวสู่โลกอนาคต

## ๒. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

๒.๑ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหาร หน่วยควรมีการประชุมและวางแผนนโยบาย ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคในการบริหารการท่องเที่ยวในเขตทหาร มาพัฒนาและจัดแผนกลยุทธ์ของหน่วย เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป

๒.๒ มีการกำหนดแผนงานหรือกลยุทธ์ที่ชัดเจนในแต่ละด้านสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของหน่วย และมีการนำเสนอแผนงานที่ตั้งไว้ ให้แต่ละส่วนที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารให้ได้ทราบ และเข้าใจในการดำเนินงานของทุกภาคส่วน

๒.๓ ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารที่มีอยู่แล้ว ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ และความประทับใจ สะดวก สบายมากยิ่งขึ้น โดยคงความเป็นอัตลักษณ์ของทหารไว้

๒.๔ แสวงหาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ เพื่อนำมาปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป เป็นการเพิ่มจำนวนแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และแสวงหาความร่วมมือทางการท่องเที่ยวกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

๒.๕ ควรจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจน ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการอย่างเพียงพอ

๒.๖ มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง โดยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ และมีความต่อเนื่อง เพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตทหาร และเชิญชวนประชาชนให้ท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง

๒.๗ การพัฒนาความรู้ ความชำนาญ ให้กับเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้มีประสิทธิภาพ โดยการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการปฏิบัติงานให้บริการ

๒.๘ จัดกิจกรรมตามขีดความสามารถของหน่วย ทั้งโดยหน่วยริเริ่มจัดเอง หรือร่วมมือกับภาครัฐ หรือภาคเอกชน โดยการใช้พื้นที่ของหน่วย และสิ่งอุปกรณ์ที่หน่วยมีอยู่ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

## ๓. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

๓.๑ ควรทำการศึกษาทางด้านการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ ของค่ายทหารเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปมากขึ้น

๓.๒ ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลที่ชัดเจน เพราะจะทำให้ทราบถึงปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตทหาร และนำผลที่ได้มาปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

๓.๓ ควรศึกษาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อเป็นการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และสามารถสร้างเครือข่ายพื้นที่การท่องเที่ยวในระดับจังหวัด และระดับประเทศต่อไป

๓.๔ ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเดียวกันกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว



# บรรณานุกรม

## ภาษาไทย

### หนังสือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คือถิ่นฐาน คือบ้านเรา อดบ. กกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ แพลน โมทิฟ, ๒๕๕๓.

จตุรงค์ ดวงจินดา. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัท ส.พีจิตรการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๕๓.

จิตรราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๖.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่ : สถาบันราชภัฏเชียงใหม่, ๒๕๕๒.

ณัฐชฎา วิจิตรจามรี. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๙.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา, ๒๕๕๒.

นภัทสร วรนิธิปรีชา. การขยาย. กรุงเทพฯ : บริษัท พัฒนาวิชาการ (๒๕๓๕) จำกัด, ๒๕๕๑.

นิคม จารุมณี. การจัดการอุตสาหกรรมบริการ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๖

นงลักษณ์ สีนสีบผล. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยครูธนบุรี, ๒๕๓๓.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์, ๒๕๕๘.

ปลัดกระทรวงมหาดไทย, สำนักงาน. แนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองในระดับจังหวัด (พ.ศ.๒๕๕๒ – ๒๕๕๔). กรุงเทพฯ : ๒๕๕๒.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๑.

มนัส สุวรรณ. นิเวศวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๘.

มงคล ต่านธานินทร์. เศรษฐกิจชุมชนเชิงระบบ : หลักการและแนวการปฏิบัติ ในเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง : แนวความคิดและยุทธศาสตร์. กรุงเทพฯ : กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง, ๒๕๕๑.

ราณี อิลิชัยกุล. การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๗.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๕.

ศึกษาธิการ, กระทรวง. การจัดการและวางแผนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ศรีสยาม พรินท์แอนด์, ๒๕๕๕.

ส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก, สำนักงาน. แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก พ.ศ.๒๕๖๑ – ๒๕๖๔. กรุงเทพฯ : บริษัท วังอักษร จำกัด, ๒๕๖๑.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.  
 นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๓.  
 เสกสรร สายสีสด. หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์  
 ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๔๒.

### วารสารและหนังสือพิมพ์

เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และ คณะ. “ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลคันธุลี  
 จังหวัดสุราษฎร์ธานี”, วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. ปีที่ ๙ (ฉบับที่ ๒), มีนาคม –  
 เมษายน ๒๕๖๐. ๑๐๙.  
 ปุณยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล และคณะ. “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน  
 จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา. ปีที่ ๑๐ (ฉบับที่ ๓),  
 กรกฎาคม – กันยายน ๒๕๖๓. ๒๒.  
 เพ็ญศรี ฉรินัง. “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี”, วารสารวิจัย  
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ ม.ค. – เม.ย. ๒๕๕๘. ๑.  
 ศิรินันท์ พงษ์นรินทร์ และคณะ. “แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว  
 จังหวัดนครราชสีมา”, วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข.๙. (ฉบับที่ ๑),  
 ม.ค. - มี.ย. ๒๕๕๙.

### สัมภาษณ์

ชูเดช สระบัว, พันเอก, รองหัวหน้าสำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์. ๑๗ กุมภาพันธ์  
 ๒๕๖๔.  
 ดวงแก้ว ครองรักษ์, เจ้าหน้าที่สนับสนุนงานวิเคราะห์นโยบายและแผนการท่องเที่ยวและกีฬา.  
 สัมภาษณ์. ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.  
 ประดิษฐ์ งามคม, นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษการท่องเที่ยวและกีฬา. สัมภาษณ์.  
 ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.  
 พงศ์ธร ทัพพิกรณ์, พันโท, ผู้บังคับกองพันกองบริการศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์. ๑๖ กุมภาพันธ์  
 ๒๕๖๔.  
 ภูชิต จำนงบุญ, จำสิบเอก, เสมียน สำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์.  
 ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.  
 ยงยุทธ หาญสมศรี, พันเอก, เสนาธิการศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์. ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.  
 ยอดชาย ยุบล, พันเอก, หัวหน้าสำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์. ๑๗ กุมภาพันธ์  
 ๒๕๖๔.  
 วชิรวิชญ์ ปิติเสถียรหิรัญ, เจ้าหน้าที่ศูนย์ช่วยเหลือประสานงานนักท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี.  
 สัมภาษณ์. ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.  
 วันชัย มากล้ำ, ร้อยโท, เจ้าหน้าที่ฝ่ายนโยบายและแผนสำนักงานท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า.  
 สัมภาษณ์. ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

ศักดิ์ดาเดช ประเสริฐศรี, พันเอก, รองเสนาธิการศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์. ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.  
 ศักกรินทร์ สดใส, สิบบโท, นายสิบบยุทธการกองยุทธการและการข่าว ศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์.

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

ศรีวิไลย ศรีบุญเรือง, นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ. สัมภาษณ์. ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

สมพล หล้าริ้ว, พันเอก, รองผู้บัญชาการศูนย์ทหารม้า(๒). สัมภาษณ์. ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

สายฝน จำบัวขาว, นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการการท่องเที่ยวและกีฬา. สัมภาษณ์.

๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

สุริยัน นวลชื่น, พันเอก, หัวหน้าสำนักงานผู้อำนวยการท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า. สัมภาษณ์.

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

อริษา กลิ่นถาวร, ผู้อำนวยการกลุ่มงานประสานและสนับสนุนการบริหารงานพัฒนาชุมชน.

สัมภาษณ์. ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

อาชาไนย เสนาะคำ, จำสิบบเอก, เสมียน แผนกธุรการและกำลังพลโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า.

สัมภาษณ์. ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔.

## เอกสารไม่ตีพิมพ์

กรมนักเรียนโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, ภาพถ่ายการดำเนินงานของหน่วย. ๒๕๖๔.

การท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า, สำนักงาน. ระเบียบศูนย์การทหารม้า. ๒๕๖๓.

ขีม้า กองการศึกษา โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, แผนกวิชาการ, ภาพถ่ายการดำเนินงานของ  
 หน่วย. ๒๕๖๔.

ทหารม้าที่ ๒๒ ศูนย์การทหารม้า, กองพัน, ภาพถ่ายการดำเนินงานของหน่วย. ๒๕๖๔.

ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. “การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน” เอกสารประกอบการสอน. ๒๕๕๖.

นักเรียนการรบพิเศษ กรมนักเรียน โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, กองพัน, ภาพถ่ายการ  
 ดำเนินงานของหน่วย. ๒๕๖๔.

บริการ ศูนย์การทหารม้า, กอง, ภาพถ่ายการดำเนินงานของหน่วย. ๒๕๖๔.

ประชาสัมพันธ์ศูนย์การทหารม้า, ฝ่าย, “ข้อมูลการท่องเที่ยวศูนย์การทหารม้า” เอกสารประกอบการบรรยาย.  
 ๒๕๖๔.

รบพิเศษ กองการศึกษา โรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า, แผนกวิชาการ, ภาพถ่ายการดำเนินงานของ  
 หน่วย. ๒๕๖๔.

วิทยาการ ศูนย์การทหารม้า, กอง, ภาพถ่ายการดำเนินงานของหน่วย. ๒๕๖๔.

ศูนย์พัฒนากีฬา ศูนย์การทหารม้า, ภาพถ่ายการดำเนินงานของหน่วย. ๒๕๖๔.

## ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔ พจนานุกรม. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก :  
<https://dictionary.orst.go.th/>, ๒๕๕๔

ศิริพร สัจจามันท์ แนวคิดเศรษฐศาสตร์ทางเลือก แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก :  
<https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Alternative/01-01-01.html>,  
 ๒๕๕๕

## ภาษาต่างประเทศ

### Books

Tourism Canada. An Action Strategy for Sustainable Tourism Development. Ottawa :  
 Tourism Canada, 1990

World Tourism Organization. Conceptualization of Sustainable Tourism Development.  
Madrid : World Tourism Organization, 2008

ภาคผนวก

## ผนวก ก

### แบบสัมภาษณ์ สำหรับผู้บริหาร

#### เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

#### ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. ชื่อผู้สัมภาษณ์.....
๒. ตำแหน่ง.....
๓. สถานที่ทำงาน.....

#### ตอนที่ ๒ การสัมภาษณ์ในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร”

๑. การปฏิบัติในช่วง ๑ - ๒ ปี ที่ผ่านมาพบปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง
๒. ท่านมีภาพในอนาคตเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตทหารไว้อย่างไรบ้าง
๓. ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับกิจการการท่องเที่ยวในเขตทหารไว้อย่างไร
๔. ในหน่วยงานของท่าน มีบุคลากร เจ้าหน้าที่ในการดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอหรือไม่ และมีโครงสร้างหน้าที่ชัดเจนเพียงใด
๕. ท่านได้เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
๖. ท่านคิดว่าแนวทางในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมีอย่างไร
๗. ท่านคิดว่าแนวทางหรือแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ เพื่อส่งเสริมการขายและดึงดูดลูกค้าอย่างไร
๘. ท่านมีวิธีการในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างไร
๙. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารสามารถพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้หรือไม่
๑๐. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัญหาหลักของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๑๑. ท่านคิดว่าแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ควรเป็นอย่างไร

## ผนวก ข

### แบบสัมภาษณ์ สำหรับกำลังพล

#### เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

#### ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. ชื่อผู้สัมภาษณ์.....
๒. ตำแหน่ง.....
๓. สถานที่ทำงาน.....

#### ตอนที่ ๒ การสัมภาษณ์ในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร”

๑. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร
๒. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๓. ท่านคิดว่า ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารหรือไม่ อย่างไร
๔. จุดเด่นที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารมีความน่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว คืออะไร
๕. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์และบริการของหน่วยงานท่านมีจุดเด่น หรือควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนา ด้านใด
๖. ท่านมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารหรือไม่ อย่างไร
๗. ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารสามารถพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้หรือไม่
๘. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัญหาหลักของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๙. ท่านคิดว่าแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ควรเป็นอย่างไร

ผนวก ค

**แบบสัมภาษณ์ สำหรับหน่วยงานภาครัฐ**

**เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร**

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

**ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป**

- ๑. ชื่อผู้สัมภาษณ์.....
- ๒. ตำแหน่ง.....
- ๓. สถานที่ทำงาน.....

**ตอนที่ ๒ การสัมภาษณ์ในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร”**

- ๑. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร
- ๒. จุดเด่นที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารมีความน่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว คืออะไร
- ๓. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัญหาหลักของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคืออะไร
- ๔. การร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายนอกกับค่ายทหาร ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ท่านคิดว่ามีแนวทางหรือไม่ อย่างไร
- ๕. ท่านคิดว่าถ้ามีการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารจะมีผลต่อการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่หรือไม่ อย่างไร
- ๖. ท่านคิดว่าแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ควรเป็นอย่างไร



**ผนวก ง**  
**แบบสัมภาษณ์ สำหรับนักท่องเที่ยว**  
**เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร**

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

**ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป**

๑. ชื่อผู้สัมภาษณ์.....
๒. ตำแหน่ง.....
๓. สถานที่ทำงาน.....

**ตอนที่ ๒ การสัมภาษณ์ในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร”**

๑. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร
๒. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๓. ท่านคิดว่า ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารหรือไม่ อย่างไร
๔. จุดเด่นที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารมีความน่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวคืออะไร
๕. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์และบริการมีจุดเด่น หรือควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาด้านใด
๖. ท่านคิดว่าหน่วยงานทหารควรส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารด้านใดบ้าง อย่างไร
๗. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัญหาหลักของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
๘. ท่านคิดว่าแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ควรเป็นอย่างไร

## ประวัติย่อผู้วิจัย

- ชื่อ** พันเอก จิรวัดน์ นาคะรัตน์
- วัน เดือน ปี** วันที่ ๘ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๐๘
- การศึกษา** ๑. มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเตรียมทหาร  
๒. ปริญญาตรี โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า วิทยาศาสตร์บัณฑิต  
๓. ปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
- ประวัติการทำงานโดยย่อ**
๑. รองเสนาธิการกรมทหารม้าที่ ๔ รักษาพระองค์
  ๒. ผู้บังคับกองพันทหารม้าที่ ๒๐ รักษาพระองค์
  ๓. หัวหน้าฝ่ายยุทธการและการฝึก กองพลทหารม้าที่ ๒ รักษาพระองค์
  ๔. เสนาธิการกรมทหารม้าที่ ๔ รักษาพระองค์
  ๕. รองผู้บังคับการกรมทหารม้าที่ ๑ รักษาพระองค์
  ๖. รองเสนาธิการกองพลทหารม้าที่ ๒ รักษาพระองค์
  ๗. รองผู้บังคับการกรมทหารม้าที่ ๔ รักษาพระองค์
  ๘. ผู้บังคับการกรมทหารม้าที่ ๕ รักษาพระองค์
  ๙. รองผู้บัญชาการมณฑลทหารบกที่ ๑๘
  ๑๐. รองผู้บัญชาการโรงเรียนทหารม้า ศูนย์การทหารม้า
  ๑๑. รองผู้บัญชาการศูนย์การทหารม้า
- ตำแหน่งปัจจุบัน** รองเสนาธิการกรมยุทธศึกษาทหารบก

# สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

ผู้วิจัย พันเอก จิรวัดน์ นาคะรัตน์

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 63

ตำแหน่ง รองเสนาธิการ กรมยุทธศึกษาทหารบก

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งในปัจจุบันมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวมากมายหลายประเภทและหลายระดับเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น และสร้างอาชีพตลอดจนเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชนในพื้นที่ รวมไปถึงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมแห่งใหม่ของประเทศที่กองทัพบกได้นำเอาอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร มานำเสนอแก่สาธารณะ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการทำให้ประชาชนมีความเข้าใจในกองทัพบกมากขึ้น รวมทั้งเป็นการส่งเสริมงานด้านกิจการพลเรือน เกิดความภาคภูมิใจในเกียรติประวัติของหน่วยจากกำลังพล ทั้งที่ยังรับราชการอยู่และที่ออกจากราชการไปแล้ว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากของประเทศได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ไปสู่กำลังพลภายในหน่วยและครอบครัว ในรูปของค่าตอบแทน รวมทั้งทำให้เกิดการสร้างงาน มีการปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมของหน่วยสร้างความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวให้น่าสนใจและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงแต่เป็นเพียงการยกระดับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของชุมชน แต่ยังมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อส่งต่อคุณค่าสู่สังคม โดยการนำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น และวิถีแบบทหารที่มีความดุเดือด ตื่นเต้น ทำทนาย สร้างความเป็นหมู่คณะ สามัคคี ที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน โดยเจ้าหน้าที่ทหารที่มีพร้อมคอยให้บริการ มีความเชี่ยวชาญ และดูแลความปลอดภัย อีกทั้งยังส่งเสริมความรู้ ทั้งการแบ่งปันความรู้ความเชี่ยวชาญทางการทหาร เป็นวิทยาทาน เปิดประสบการณ์ชีวิตในแบบทหาร และสร้างความตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ที่มีความสำคัญของกองทัพบก ซึ่งศูนย์การทหารม้าได้จัดแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ในเขตทหาร ซึ่งภายใต้บทบาทหน้าที่ของกองทัพบก ได้มีเจตนารมณ์ให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารของกองทัพบกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพของประเทศ ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ เน้นความสมดุล พอประมาณ และการรักษาสมดุลภาพระหว่างทหารรายได้ กับการอนุรักษ์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้การท่องเที่ยวในเขตทหาร หน่วยยังขาดความเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ขาดความเชื่อมโยงกับภาคส่วนงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหาร

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในเขตทหารเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และนำมาวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ให้มียกระดับการท่องเที่ยวในเขตทหารให้มีศักยภาพ ภายใต้อัตลักษณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารครั้งนี้ จะศึกษาในพื้นที่ภายในศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี และหน่วยงานการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี
2. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ ผู้ให้บริการ, ผู้รับบริการ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะประกอบด้วย ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตทหาร
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารครั้งนี้ กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงในห้วงเดือนธันวาคม 2563 – เดือนพฤษภาคม 2564

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

### 1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหาร กำลั้งพลและครอบครัว ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรี รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายในศูนย์การทหารม้า จังหวัดสระบุรี

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในหน่วยทหาร

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 และข้อ 2 นำมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Context Analysis) เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง ๓ ประเด็น ดังนี้

### 1. ปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

จากการศึกษา การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กรณีศึกษา ศูนย์การทหารม้า มีปัจจัยในการดำเนินงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารดังนี้

#### 1.1 ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

1.1.1 การจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการแบ่งแยกภารกิจ เฉพาะจากงานประจำให้ชัดเจน และรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว ในเขตทหาร รวมไปถึงการประสานงาน การทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายใน จังหวัด และการอำนวยความสะดวกสำหรับการประสานงานของนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ อยู่ประจำ

1.1.2 การพัฒนาบุคลากร โดยการกำหนดเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงาน ด้านการท่องเที่ยวของหน่วย และเข้าร่วมในการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว หรือเชิญวิทยากรจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้การอบรมและความรู้แก่เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของหน่วย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวต่อไป

#### 1.2 ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

การแบ่งส่วนความรับผิดชอบในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ จะต้องพัฒนา คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง และดำรงรักษา โดยเน้นการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารของหน่วยตนเองไปถึง การสร้างจุดให้บริการ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในเขตทหารได้ง่าย และสะดวกมากขึ้น อีกทั้งสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ในการนี้ หน่วยต้องพิจารณาความเหมาะสมกับที่ตั้งและภารกิจของหน่วย รวมถึงการแก้ปัญหา ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อวางแผนในระยะยาวไปสู่อนาคต

#### 1.3 ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

การพัฒนาด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้รองรับความต้องการ ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านสินค้าและการบริการ การท่องเที่ยว โดยจัดให้มีสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบอย่างมีคุณภาพ และเป็นมาตรฐาน ซึ่งจะคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นทหาร เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลาย ให้มีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจับจ่าย ใช้จ่ายมากขึ้น

#### 1.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน

เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว รวมถึงชุมชนใกล้เคียง มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาสินค้าและการบริการบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ความเป็นทหาร

#### 1.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

ส่งเสริมการบูรณาการการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงกำลังพลและครอบครัว ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยการเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด ถือเป็น การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เพื่อแสดงภาพลักษณ์ความเป็นทหาร พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับจังหวัด จนถึงระดับประเทศ

#### 1.6 การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

การประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง โดยใช้เทคโนโลยีใหม่เข้าช่วยเพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเผยแพร่ข้อมูลทางเครือข่ายทางสังคมต่าง ๆ และเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้กับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน บริษัท หรือสมาคม ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตทหาร

#### 2.1 จุดแข็ง (Strengths)

พื้นที่ศูนย์การทหารม้า มีทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ โดยรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความเป็นระเบียบและสะอาดเรียบร้อย มีบรรยากาศของความเป็นทหาร มีแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทุกประเภทในบริเวณแหล่งเดียวกัน โดยใช้ความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความเป็นค่ายทหาร มานำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างและโดดเด่น และวิถีแบบทหารที่มีความดุจกัน ตื่นเต้น ทำทาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจแหล่งใหม่ มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือมีความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและมีความหลากหลาย เกิดความคุ้มค่าในการเดินทาง การใช้จ่ายและเวลา

#### 2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

หน่วยงานทหารมีบุคลากรไม่ใช่มืออาชีพในเรื่องการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และนโยบายของผู้บังคับบัญชาไม่ต่อเนื่องและยังขาดความชัดเจน อีกทั้งศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ขาดความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทำให้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างที่บุคคลทั่วไปไม่สามารถเข้าไปเยี่ยมชมเองได้ต้องมีเจ้าหน้าที่นำไปและขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและถาวร ซึ่งหน่วยงานนั้นมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้า ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ไม่ดึงดูดความสนใจและประเด็นสำคัญถูกระเบียบในการเข้าไปในค่ายทหารมีความยุ่งยาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

#### 2.3 โอกาส (Opportunities)

ศูนย์การทหารม้าถือเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับคามนิยมในการท่องเที่ยวในเชิงกิจกรรมสุขภาพและการกีฬา ซึ่งมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการออกกำลังกาย และพักผ่อน ทำให้ได้รับ

ความสนใจเพิ่มมากขึ้น และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในศูนย์การทหารม้าให้มากขึ้น อีกทั้งได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเป็นการเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี

## 2.4 อุปสรรค (Threat)

การบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดขอบเขตด้วยระบบของราชการ และการปกปิดความลับของทางราชการการรักษาความปลอดภัยสถานที่ของทางราชการ รวมถึงภารกิจและหน้าที่ของทหารทำให้หน่วยขาดความเอาใจใส่ในแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารของตน อีกทั้งการจัดบุคลากรที่ขาดประสบการณ์และความชำนาญในการทำการแข่งขันกันในตลาดท่องเที่ยว และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่สงบในประเทศ เป็นเหตุให้การท่องเที่ยวในเขตทหารลดลง

## 3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

### 3.1 ด้านบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

3.1.1 การจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นหน่วยงานหลักเพื่อกำหนดนโยบายในการดำเนินงานให้ชัดเจน และขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

3.1.2 ปรับปรุงระเบียบข้อบังคับและมาตรการต่างๆ โดยการทบทวนแก้ไขระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

3.1.3 กำหนดกฎระเบียบในการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในทางเดียวกัน

3.1.4 ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์กรความรู้ การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในเขตทหารต่อไป

### 3.2 ด้านพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

3.2.1 การสร้างสิ่งน่าดึงดูดและสนใจ ควรกำหนดอัตลักษณ์ของศูนย์การทหารม้าให้ชัดเจนให้เกิดเป็นรูปธรรม และสร้างจุดขายที่โดดเด่น

3.2.2 ปรับปรุงเส้นทางและจัดทำป้ายบอกทางในการเดินทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงจัดทำแผนที่แหล่งท่องเที่ยว

3.2.3 จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล และเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวก

3.2.4 การจัดพื้นที่สุขาภิบาลให้ครอบคลุมเพียงพอ และการรักษาความสะอาด นอกจากนี้หน่วยต้องปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย

3.2.5 จัดรถนำเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวเที่ยวชมตามพื้นที่แหล่งกิจกรรมต่างๆ ภายในหน่วยเพื่อสะดวกในการไปใช้บริการในจุดต่างๆ

3.2.6 การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารนั้นมีความเข้มงวด โดยมีการแลกบัตรทุกครั้งที่มาในพื้นที่ ซึ่งจะถือเป็นการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

### 3.3 ด้านสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

3.3.1 การนำเอาอัตลักษณ์ความเป็นทหาร เป็นจุดเด่นแสดงออกถึงความเป็นทหารม้า ในรูปแบบของสินค้า และด้านการบริการการท่องเที่ยว

3.3.2 การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว จะต้องสอดคล้องกับความต้องการ และดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแค่นำสินค้ามาวางจำหน่ายแต่จะต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ด้วย ทั้งในด้านแหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดูแตกต่างและแสดงความเป็นตัวตนของหน่วย

3.3.3 เปิดตลาดในพื้นที่ ที่เป็นตลาดกลาง เป็นศูนย์รวมมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัว หรือชุมชนใกล้เคียงรอบค่าย เข้ามาค้าขายในตลาดค่ายทหาร

3.3.4 การพัฒนาต่อยอดสินค้า โดยการนำสินค้าที่มีมาปรับปรุงพัฒนาให้ดูเหมาะสม และสอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์ของหน่วย

3.3.5 การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และหลากหลาย นอกจากนี้มี การจัดส่วนลดในโปรแกรมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเล็งเห็นถึงความคุ้มค่า คุ้มค่า เป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

### 3.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน

3.4.1 เปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้า และการบริการ

3.4.2 กำลังพลเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร ด้วยการรักษาความสะอาด จัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ

3.4.3 การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างสำนักงานการท่องเที่ยวของจังหวัด และหน่วยงานต่างๆ ทหารหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน

3.4.4 กำลังพลในชุมชนควรร่วมมือกันพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

3.4.5 เปิดโอกาสให้กำลังพลในชุมชน มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา แผนนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อรวมกลุ่มกันผลักดันในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

### 3.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยทุกฝ่ายมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ระหว่างหน่วยงานกับกำลังพลภายในหน่วย ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการบริหารจัดการที่จะช่วยให้ การดำเนินงานการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการจัดทำสื่อการขายสินค้าทางการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้า และความหลากหลายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ มีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยทหารซึ่งแต่ละกิจกรรมล้วนเป็น กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในหน่วยทหารทางหนึ่ง เป็นโอกาสที่หน่วยทหารจะสามารถใช้ประโยชน์ จากกิจกรรมดังกล่าวในการสร้างความเข้าใจต่อนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปว่าหน่วยทหารมีกิจกรรมที่มีความหลากหลายที่น่าดึงดูด และน่าสนใจ



### 3.6 การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวในเขตทหาร

3.6.1 ส่งเสริมให้กำลังพลและครอบครัวภายในหน่วยงานเป็นส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร และเพื่อเผยแพร่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและไว้วางใจ

3.6.2 ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตทหาร โดยจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ของหน่วย อีกทั้งมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย และสามารถเข้าถึงสืบค้นได้ง่าย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองทัพบก ควรนำนโยบายหรือข้อสั่งการในระดับนโยบาย แจ้างประสานไปยังหน่วยทหารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนและเสนอข้อคิดเห็น และปัญหาอุปสรรคต่อกองทัพบก เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงนโยบายยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการต่อไป โดยตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และต้องสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ บนพื้นฐานที่เหมาะสมกับหน่วยงานทหารของกองทัพบก

### 2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

2.1 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหาร หน่วยควรมีการประชุมและวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคมาพัฒนาและจัดแผนกลยุทธ์ของหน่วย และ มีการกำหนดแผนงานหรือกลยุทธ์ที่ชัดเจนในแต่ละด้าน และนำเสนอแผนงานที่ตั้งไว้ ให้แต่ละส่วนที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาท่องเที่ยวในเขตทหารให้ได้ทราบ และเข้าใจในการดำเนินงานของทุกภาคส่วน

2.2 ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารที่มีอยู่แล้ว และ แสวงหาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ เพื่อนำมาปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

2.3 ควรจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวมาใช้บริการอย่างเพียงพอ

2.4 มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง โดยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

2.5 การพัฒนาความรู้ ความชำนาญ ให้กับเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร

2.6 จัดกิจกรรมตามขีดความสามารถของหน่วย ทั้งโดยหน่วยริเริ่มจัดเอง หรือร่วมมือกับภาครัฐ หรือภาคเอกชน โดยการใช้พื้นที่ของหน่วย

2.7 แสวงหาความร่วมมือทางการท่องเที่ยวกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

### 3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

3.1 ควรทำการศึกษาทางด้านการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวในเขตทหาร

3.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3.3 ควรศึกษาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

3.4 ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเดียวกันกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร