



ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร



พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์

GRAD VRU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์จังหวัดปทุมธานี

พ.ศ. 2558



STRATEGIES FOR SUSTAINABLE TOURISM MANAGEMENT IN KAMPHAENG
PHET PROVINCE

PONGSAK PHETSATIT

GRAD VRU

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PUBLIC ADMINISTRATION
IN PUBLIC ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
VALAYA ALONGKORN RAJABHAT UNIVERSITY
UNDER THE ROYAL PATRONAGE PATHUM THANI

2015

ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ
จังหวัดกำแพงเพชร
ชื่อนักศึกษา พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์
รหัสประจำตัว 54B73330312
ปริญญา รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
..... ประธาน ประธาน
(ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง) (อาจารย์ พลเอก ดร.เกษมชาติ นเรศเสนีย์)
..... กรรมการ กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วิมล หอมยิ่ง) (อาจารย์ ดร.วิมล หอมยิ่ง)
..... กรรมการ กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ นียมางกูร)
..... กรรมการและเลขานุการ
(ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง)
..... ผู้ทรงคุณวุฒิ
(อาจารย์ ดร.บุญเลิศ ไพรินทร์)
..... ผู้ทรงคุณวุฒิ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีวงศ์ ศรีทองรุ่ง)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีร์ธนิษ ศรีโวหาร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 16 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของจังหวัดกำแพงเพชร
ชื่อนักศึกษา	พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์
รหัสประจำตัว	54B73330312
ปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง
กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร.วิมล หอมยิ่ง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร และ 3) เสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร การวิจัยนี้เป็นแบบผสมวิธีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการโดยการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน จากนักบริหารระดับสูงภาครัฐ 8 คน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร 5 คน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น 5 คน และนักวิชาการ 2 คน เลือกมาแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการอุปมาอุปไมยวิเคราะห์และการตีความ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากประชากร 331,000 คน ที่เป็นนักท่องเที่ยว กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาโร ยามาเน่ เลือกโดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.875 วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน และตรวจสอบข้อเสนอยุทธศาสตร์ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 20 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า

1) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่าโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากและเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.88) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.89) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ ส่วนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนล่าง แผนการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร และแผนปฏิบัติการประจำปี แต่ไม่มีแผนแม่บทซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว มุ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะมีจุดเด่นที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองมรดกโลก กลไกการขับเคลื่อนอาศัยความร่วมมือของ

ไตรภาคี คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น นโยบายมีทิศทาง เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ชัดเจนแต่ขาดกลไกการนำนโยบายไปปฏิบัติที่เหมาะสม

2) ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ประกอบด้วย (1) ปัจจัยนโยบายการท่องเที่ยว และ (2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยรวมปัจจัยนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรมีการปฏิบัติในระดับมาก และเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านวัตถุประสงค์และประเมินได้ ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ด้านมีความต่อเนื่อง และด้านการนำไปปฏิบัติได้ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยรวมมีการปฏิบัติในระดับมากและเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ตามลำดับ สำหรับตัวแปรนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย ด้านมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ด้านมีความต่อเนื่อง ด้านการนำไปปฏิบัติได้ และด้านการวัดผลและประเมินได้ สามารถอธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ 14.20 ($R^2 = 0.142$) และตัวแปรด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วยตัวแปรการบริหารจัดการภาครัฐ สามารถอธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ 9.70 ($R^2 = 0.097$) ตัวแปรการบริหารจัดการภาคเอกชน สามารถอธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ 16.80 ($R^2 = 0.168$) ตัวแปรการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น สามารถอธิบายความผันแปรของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ 22.40 ($R^2 = 0.224$)

3) ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งผ่านการตรวจสอบและยืนยันข้อเสนอยุทธศาสตร์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 20 คน โดยเรียงลำดับตามความสำคัญสูงสุด ประกอบด้วย (1) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มี 2 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและยุทธวิธีการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (2) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชน มี 3 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว และยุทธวิธีการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (3) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ มี 4 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ยุทธวิธีการส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว และยุทธวิธีการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ และ (4) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มี 3 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม ยุทธวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และยุทธวิธีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

Thesis Title	Strategies for Sustainable Tourism Management in Kamphaeng Phet Province
Student	Pongsak Phetsatit
Student ID	54B73330312
Degree	Doctor of Public Administration
Field of Study	Public Administration
Thesis Advisor	Professor Dr.Boonton Dockthaisong
Thesis Co-Advisor	Dr.Wimon Homying

ABSTRACT

The objectives of this study were to 1) study the strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province, 2) study the factors affecting the strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province and 3) propose appropriate strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province. This research was conducted using mixed methods of qualitative and quantitative research. The qualitative research was conducted by studying documentary reviews and in-depth interviews of 20 key informants composed of 8 top executives from the public sector, 5 entrepreneurs of tourism in Kamphaeng Phet province, 5 individuals from the people's sector and local organizations and 2 academicians. They were selected by purposive sampling. The data were analyzed by analytic induction and interpretation. The quantitative research was conducted by studying a sample of 400 respondents from a population of 331,000 tourists in Kamphaeng Phet province. The sample size was derived by calculations done with Taro Yamane's formula and were selected by accidental sampling. The tool for data collection was a 5 level rating scale questionnaire with a reliability of 0.875 and the data were analyzed by percentage, mean, standard deviation and stepwise regression analysis. The proposed strategies were examined by the same 20 key informants used for in-depth interviews.

The research findings were as follows:

1) The strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province were, overall, were at a suitably high level. Ranked from A high to low, they were: strategies for tourism networks creation ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.88), strategies for public relations ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.89) and strategies for tourism potential promotion ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.90). The strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province were composed of a tourism development plan for the lower Northern area, a tourism plan for Kamphaeng Phet province and an annual operational plan. But they did not have a master plan for coping with the direction of tourism development in the long term. Tourism policies in Kamphaeng Phet province emphasized sustainable tourism development such as historical tourism, and cultural tourism because of the advantages of world heritage. The mechanism driving this effort utilized the cooperation of 3 sectors namely the public sector, the private sector and the people's

sector and local organizations. This policy had a clear direction, targets and objectives but lacked suitable planning for policy implementation.

2) The factors affecting the strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province consisted of (1) the tourism policy factor and (2) the management factor. The tourism policy factor was, overall at a high practical level, and when the aspect were ranked from the highest mean to the lowest mean, they were: the aspect of measurable and evaluable policy, the aspect of policy clearance, the aspect of continuing and the aspect of policy implementation, respectively. The management factor was, overall, at a high practical level, and when the aspect were ranked from the highest mean to the lowest mean, they were: the aspect of public sector management, the aspect of private sector management and the aspect of the people's sector and local organizations, respectively. The tourism policy, which included the aspect of measurable and evaluable policy, the aspect of policy clearance, the aspect of continuing and the aspect of policy implementation, explained at 14.20 % ($R^2 = 0.142$) of the variation of the whole strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province. The management factor, which included the aspect of public sector management explained at 9.70 % ($R^2 = 0.097$) of the variation of the whole strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province. The aspect of private sector management explained at 16.80 % ($R^2 = 0.168$) of the variation of the whole strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province and the aspect of the people's sector and local organizations explained at 22.40 % ($R^2 = 0.224$) of the variation of the whole strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province.

3) The proposed appropriate strategies for sustainable tourism management in Kamphaeng Phet province which were examined and confirmed by 20 key informants and ranked from the most importance, were composed of (1) strategy for management of the people's sector and local organizations comprising 2 tactics, namely the tactics for participation and the tactics for mutual consciousness to protect one's tourism sites, (2) strategy for management of private sector comprising 3 tactics, namely the tactics for the cooperatives of investment, tactics for the cooperatives of products development and the tactics for tourism networks, (3) strategy for management of public sector comprising 4 tactics, namely the tactics for tourism promotion and development, the tactics for investment promotion, the tactics for infra-structure development and the tactics for marketing promotion and visionary public relations and (4) strategy for tripartite involving the cooperation between the public sector, the private sector and the people's sector and local organizations, was comprised of 3 tactics, namely the tactics of tourism promotion and development for society, the tactics of tourism promotion and economic development and the tactics for the integration of sustainable tourism promotion and development.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความเมตตาอนุเคราะห์ของคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อันประกอบด้วย ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.วิมล หอมยิ่ง กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง ประธานหลักสูตรฯ และคณาจารย์ในโครงการรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ดูแลเอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือในการศึกษา แนะนำเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขงานด้วยดีเสมอมา โดยเฉพาะ ดร.ชรินทร์ สีสัทิม ที่ได้ช่วยชี้แนะแนวทางการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ พลเอก ดร.เกษมชาติ นเรศเสนีย์ ศาสตราจารย์ ดร.อิมรอน มะลูลีม อาจารย์ ดร.ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร อาจารย์ ดร.บุญเรือง ศรีเหรียญ และ อาจารย์ ดร.ชรินทร์ สีสัทิม ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องทั้งด้านภาษา เนื้อหา และเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ช่วยแนะนำแก้ไขตรวจสอบแบบสอบถาม และแก้ไขข้อมูลที่บกพร่องบางส่วน ให้สมบูรณ์และสำเร็จได้ด้วยดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ และเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน พร้อมเพื่อนๆ ในสาขารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต รุ่น 15 และรุ่น 16 ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์ใดๆ อันจะพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่ พระคุณของบิดา มารดา และบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ชี้ทางแสงสว่างประดุจดังแสงประทีปที่คอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษาและร่วมพัฒนาสังคมและประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

GRAD VRU

พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฑ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามในการวิจัย.....	10
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	11
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	11
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	11
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์.....	14
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย.....	26
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	36
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	38
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	40
2.6 อุทยานกรรมการท่องเที่ยวไทย.....	47
2.7 บริบทจังหวัดกำแพงเพชร.....	97
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	136
2.9 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	147
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	150
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	150
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	152
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	152

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	153
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	157
4.1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร....	157
4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร.....	167
4.3 เสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร.....	223
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	225
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	225
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	232
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	256
บรรณานุกรม.....	258
ภาคผนวก	265
ภาคผนวก ก หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	266
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือสำหรับการวิจัย.....	284
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย.....	286
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น.....	288
ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....	301
ภาคผนวก ฉ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	313
ประวัติผู้วิจัย.....	342

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	แสดง SWOT ของ “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรจากต่างประเทศ. 54
2.2	แสดง SWOT ของ “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรภายในประเทศ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย..... 57
2.3	แสดง SWOT ของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว..... 62
2.4	แสดง SWOT ของโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ด้านการท่องเที่ยว..... 66
2.5	แสดง SWOT ขององค์กรภาครัฐ..... 70
2.6	แสดง SWOT ขององค์กรภาคเอกชน..... 73
2.7	แสดง SWOT ของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น..... 76
2.8	แสดงพื้นที่อำเภอ..... 99
2.9	แสดงพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น..... 99
2.10	แสดงอัตราการขยายตัวและโครงสร้างการผลิต..... 105
2.11	แสดงค่าจ้างขั้นต่ำจังหวัดกำแพงเพชร..... 105
2.12	สรุปจำนวนผู้จดทะเบียนประกอบธุรกิจการค้าและบริการในจังหวัดกำแพงเพชรที่ยัง ดำเนินการอยู่..... 107
2.13	แสดงจำนวนและเงินทุนของการจดทะเบียนประกอบธุรกิจการค้าและบริการจังหวัด กำแพงเพชร ปี 2555..... 107
2.14	แสดงรายชื้อตลาดประจำในจังหวัดกำแพงเพชร จำแนกตามเขตอำเภอต่างๆ..... 109
2.15	แสดงดัชนีราคาผู้บริโภคจังหวัดกำแพงเพชร ปี 2555..... 113
2.16	แสดงจำนวนโรงงานที่เพิ่มขึ้นระหว่าง 1 ต.ค. 2553 - 30 ก.ย. 2554 (แยกตาม อุตสาหกรรม)..... 115
2.17	แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม (แยกตามจำพวก) ปี 2554..... 115
2.18	แสดงจำนวนเงินลงทุนแยกตามขนาดโรงงานอุตสาหกรรม ปี 2554..... 116
2.19	แสดงโรงงานขนาดใหญ่และโรงสีข้าว ที่มีเงินลงทุนมากกว่า 100 ล้านบาท ปี 2554.... 116
2.20	แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม (แยกตามหมวดอุตสาหกรรม)..... 118
2.21	แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดกำแพงเพชร แยกตามอำเภอ ปี 2555..... 119
2.22	แสดงพื้นที่ทำการเกษตร..... 121
2.23	แสดงการทำปศุสัตว์..... 122

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
2.24	แสดงจำนวนกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ในจังหวัดกำแพงเพชร.....	122
2.25	แสดงแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว.....	123
2.26	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2555.....	124
2.27	แสดงส่วนราชการ/สถานศึกษา ครู-อาจารย์ นักเรียน นิสิต นักศึกษา.....	126
2.28	แสดงอัตราส่วนบุคลากรสาธารณสุขทุกสังกัดต่อประชากร.....	127
2.29	ตารางแสดงการสร้างฐานรายได้.....	130
2.30	แสดงแนวทางการพัฒนาตามการพัฒนา (Positioning) ของจังหวัด.....	130
2.31	แสดงสภาพแวดล้อมภายในจังหวัดกำแพงเพชร (จุดแข็งและจุดอ่อน).....	132
2.32	แสดงสภาพแวดล้อมภายนอกจังหวัดกำแพงเพชร (โอกาสและอุปสรรค).....	134
2.33	แสดงการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์จังหวัดกำแพงเพชร.....	135
3.1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอำเภอในจังหวัดกำแพงเพชร.....	151
3.2	ตัวบ่งชี้สัมพันธ์กับตัวแปรและมาตรวัดการศึกษาตัวแปร.....	156
4.1	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติในประเด็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร.....	166
4.2	สรุปสาระสำคัญการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้อง.....	168
4.3	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	169
4.4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบายการ ท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร.....	172
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบาย การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน.....	172
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบาย การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย.....	173
4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบาย การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านนำไปปฏิบัติได้.....	174
4.8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบาย การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านวัดผลและประเมินได้.....	175
4.9	สรุปสาระสำคัญการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้องในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร.....	185

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรจำแนก เป็นรายปัจจัย.....	187
4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้าน ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ จำแนกเป็นรายด้าน.....	188
4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้าน ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน จำแนกเป็นรายด้าน.....	189
4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้าน ปัจจัยการบริหารจัดการภาค ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น.....	189
4.14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y).....	191
4.15 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มี ผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y).....	192
4.16 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการ ท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1).....	193
4.17 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มี ผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1).....	194
4.18 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านนโยบายการ ท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2).....	195

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงการจัดทำยุทธศาสตร์ตามความหมายของ Hellriegel & Slocum.....	19
2.2	แสดงการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ตามความหมายของ Donnelly, Gibson & Ivancevich.....	20
2.3	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับยุทธศาสตร์.....	24
2.4	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	147
5.1	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ.....	253
5.2	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชน.....	254
5.3	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กร ท้องถิ่น.....	255
5.4	แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น.....	256

GRAD VRU

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศในท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ต้องมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลาย ซับซ้อน มีการแข่งขันกันสูง การกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศและรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นเรื่องที่ควรตระหนัก โดยการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ประชาชนและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่ชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งฟื้นฟูและอนุรักษ์ปัจจัยแวดล้อมชุมชนให้เกิดความยั่งยืน หากปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้มีคุณภาพก็จะส่งผลถึงวิถีชีวิตของชุมชนและสังคมไทย มีความมั่นคงและยั่งยืน ดำรงอยู่ในประชาคมโลกอย่างมีเกียรติและมีศักดิ์ศรี

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ได้มียุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็ว คาดการณ์ได้ยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม โดยเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยง และเสริมรากฐานของประเทศด้านต่างๆ ให้เข้มแข็งควบคู่ไปกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน ได้แก่

ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ให้มีความสำคัญกับ

1. การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมให้ทุกคนในสังคมไทยควบคู่กับการเสริมสร้างขีดความสามารถในการจัดการความเสี่ยงและสร้างโอกาสในชีวิตให้แก่ตนเอง มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีฐานการพัฒนาที่ทั่วถึงและยั่งยืน พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่มีความหลากหลายและแข็งแกร่งมากขึ้น ส่งเสริมการจัดสรรทรัพยากรให้เกิดความเป็นธรรม ปรับโครงสร้างภาษีทั้งระบบให้สนับสนุนการกระจายรายได้และเป็นเครื่องมือสร้างความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากรและการถือครองทรัพย์สิน พัฒนาการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาอาชีพ ส่งเสริมบทบาทของภาคธุรกิจเอกชนในการเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมแก่คนในสังคมไทย รวมทั้งยกระดับคุณภาพระบบการคุ้มครองทางสังคมให้ครอบคลุมทุกคนอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็น

2. การจัดบริการทางสังคมให้ทุกคนตามสิทธิขั้นพื้นฐาน เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันระดับปัจเจก และสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในการพัฒนาประเทศ มุ่งพัฒนาระบบบริการสาธารณะให้มีคุณภาพและมีช่องทางการเข้าถึงอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง การจัดหาที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย การเข้าถึงระบบสาธารณสุขปฐมภูมิ พัฒนาระบบสวัสดิการทางสังคมให้มีคุณภาพและ

ประสิทธิภาพ พัฒนาระบบการเงินฐานรากและระบบการออมที่หลากหลาย เสริมสร้างเจตคติด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงและชาย และพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองทางสังคมให้ครอบคลุมประชาชนทุกคนตามสิทธิ และสามารถเข้าถึงบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเสริมสร้างพลังให้ทุกภาคส่วนสามารถเพิ่มทางเลือกการใช้ชีวิตในสังคมและมีส่วนร่วมในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้อย่างมีคุณค่าและศักดิ์ศรี ให้ทุกคนสามารถแสดงออกทางความคิดอย่างสร้างสรรค์ เพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของชุมชนในการจัดการปัญหาของชุมชนด้วยตนเอง สนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมให้ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นพลังร่วมในการพัฒนาสังคม พัฒนามาตรฐานระบบการคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ส่งเสริมบทบาทสตรีในระดับการบริหารและการตัดสินใจทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

4. การสานสร้างความสัมพันธ์ของคนในสังคมให้มีคุณค่าร่วมและตระหนักถึงผลประโยชน์ของสังคม และเสริมสร้างการบริหารราชการแผ่นดินที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส มีระบบตรวจสอบและการรับผิดชอบที่รัดกุม โดยสร้างค่านิยมใหม่ที่ยอมรับร่วมกันบนฐานของความไว้วางใจและเกื้อกูลกันในสังคม ส่งเสริมวัฒนธรรมการเมืองที่มีธรรมาภิบาลนำไปสู่การเป็นประชาธิปไตยที่ถูกต้องและเหมาะสม เสริมสร้างระบบบริหารราชการให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพ มีระบบถ่วงดุลอำนาจการตรวจสอบที่เข้มงวดและรอบด้าน พัฒนาข้าราชการให้มีคุณภาพสูง มีคุณธรรม จริยธรรมทางอาชีพ และมีความรับผิดชอบ ปฏิรูปการเมืองไทยทั้งระบบให้เป็นประชาธิปไตยของมวลชน สร้างความเท่าเทียมในกระบวนการยุติธรรมและเพิ่มช่องทางการรับข้อร้องเรียนและให้ความช่วยเหลือเยียวยาแก่ผู้เสียหายและผู้ได้รับผลกระทบจากกระบวนการยุติธรรม รวมทั้งสนับสนุนการใช้สื่อเพื่อสังคมทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น และสังคมออนไลน์ให้เป็นพลังหนุนเสริมการพัฒนา

ยุทธศาสตร์การพัฒนาคณะผู้สังคมนักเรียนรู้อุดมคติชีวิตอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับ

1. การปรับโครงสร้างและการกระจายตัวประชากรให้เหมาะสม เป็นการส่งเสริมคู่สมรสที่มีความพร้อมให้มีบุตรเพิ่มขึ้นและรักษาระดับอัตราเจริญพันธุ์ไม่ให้ต่ำกว่าระดับที่เป็นอยู่ปัจจุบัน สนับสนุนการกระจายตัวและส่งเสริมการตั้งถิ่นฐานของประชากรให้เหมาะสมสอดคล้องกับศักยภาพโอกาสและทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่

2. การพัฒนาคุณภาพคนไทยให้มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง มุ่งพัฒนาคุณภาพคนไทยทุกช่วงวัย สอดแทรกการพัฒนาคนด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่เสริมสร้างวัฒนธรรมการเกื้อกูล พัฒนาทักษะให้คนมีการเรียนรู้ต่อเนื่องตลอดชีวิต ต่อยอดสู่การสร้างนวัตกรรมที่เกิดจากการฝึกฝนเป็นความคิดสร้างสรรค์ปลูกฝังการพร้อมรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น และจิตใจที่มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ มีระเบียบวินัย พัฒนาคนด้วยการเรียนรู้ในศาสตร์วิทยาการให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างหลากหลาย สอดคล้องกับแนวโน้มการจ้างงานและเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สร้างจิตสำนึกให้คนไทยมีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพกฎหมาย หลักสิทธิมนุษยชน สร้างค่านิยมการผลิตและบริการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เรียนรู้การรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติ

3. การส่งเสริมการลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพอย่างเป็นองค์รวม โดยสร้างเสริมสุขภาพของคนไทยให้มีความสมบูรณ์แข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ พัฒนาความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพของตนเอง ครอบครัว ชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนานโยบายสาธารณะที่เอื้อต่อสุขภาพ ควบคู่กับการพัฒนาระบบบริการสาธารณสุขให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งการส่งเสริมการแพทย์ทางเลือก การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสุขภาพของประเทศ การพัฒนาบุคลากรด้านสาธารณสุขให้เหมาะสมทั้งการผลิตและการกระจายบุคลากรตลอดจนการใช้มาตรการการเงินการคลังเพื่อสุขภาพที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4. การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต มุ่งสร้างกระแสสังคมให้การเรียนรู้เป็นหน้าที่ของคนไทยทุกคน มีนิสัยใฝ่รู้ รักการอ่านตั้งแต่วัยเด็ก และส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัย ควบคู่กับการส่งเสริมให้องค์กร กลุ่มบุคคล ชุมชน ประชาชน และสื่อทุกประเภทเป็นแหล่งเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ สื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมถึงส่งเสริมการศึกษาทางเลือกที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและสนับสนุนปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

5. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคม เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาบทบาทของสถาบันหลักทางสังคมให้เอื้อต่อการพัฒนาคน สร้างค่านิยมให้คนไทยภูมิใจในวัฒนธรรมไทย และยอมรับความแตกต่างของความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ลดปัญหาความขัดแย้งทางความคิด และสร้างความเป็นเอกภาพในสังคม สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวัฒนธรรมร่วมกับประชาคมโลก โดยเฉพาะประชาคมอาเซียนให้เกิดการไหลเวียนทางวัฒนธรรมในรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมความเข้าใจระหว่างประชาชนในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสาร

ยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน ให้มีความสำคัญกับ

1. การพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นฐานการผลิตภาคเกษตรให้เข้มแข็งและยั่งยืนมุ่งรักษา ป้องกัน และคุ้มครองพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการเกษตร สนับสนุนให้เกษตรกรรายย่อยมีที่ดินเป็นของตนเองหรือมีสิทธิทำกินในที่ดิน ใช้มาตรการทางภาษีเพื่อบังคับหรือจูงใจให้บุคคลผู้ถือครองที่ดินทำประโยชน์ในพื้นที่ดังกล่าวมากขึ้น สนับสนุนการกระจายการถือครองที่ดินอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมเร่งรัดการจัดให้มีองค์กรและระบบบริหารจัดการที่ดินให้เป็นรูปธรรมโดยเร็ว พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นฐานการผลิตภาคการเกษตร พื้นฟูและส่งเสริมค่านิยม วัฒนธรรมที่ดี และวิถีชีวิตทางการเกษตรที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบเกษตรกรรมยั่งยืน

2. การเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพการผลิตภาคเกษตร ภาครัฐให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน สนับสนุนการผลิตทางการเกษตรที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ ควบคุมและกำกับดูแลให้มีการนำเข้าและใช้สารเคมีทางการเกษตรที่ได้มาตรฐาน ปรับปรุงบริการขั้นพื้นฐานเพื่อการผลิตให้ทั่วถึง ส่งเสริมการผลิตที่คงไว้ซึ่งความหลากหลายของพันธุ์พืชและสัตว์ที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อมของประเทศ พัฒนาและเสริมสร้างองค์ความรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่างๆ ที่เหมาะสมทางการเกษตร รวมทั้งสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่การผลิต สนับสนุนการผลิตและบริการของชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร อาหาร และพลังงาน ส่งเสริมสถาบันการศึกษาในพื้นที่ให้ร่วมทำการศึกษาวิจัยกับภาคเอกชน สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการนำองค์ความรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า ผลิตภัณฑ์เกษตรและอาหาร ยกกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร มาตรฐานระบบการผลิตสินค้าเกษตรให้เทียบเท่าระดับสากล ส่งเสริมระบบตลาดกลางสินค้าเกษตรและตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ส่งเสริมภาคเอกชนและองค์กรชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการระบบสินค้าเกษตรและอาหารร่วมกับสถาบันเกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของภาคเกษตร

4. การสร้างความมั่นคงในอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร มุ่งพัฒนาระบบการสร้างหลักประกันรายได้ของเกษตรกรให้มีความมั่นคงและครอบคลุมเกษตรกรทั้งหมด พัฒนาระบบประกันภัยพืชผลการเกษตร ส่งเสริมระบบการทำเกษตรแบบมีพันธสัญญาที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ยกกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของเกษตรกร สร้างแรงจูงใจให้เยาวชน เกษตรกรรุ่นใหม่ และแรงงานที่มีคุณภาพเข้าสู่อาชีพเกษตรกรรม พัฒนาสถาบันเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนให้เป็นกลไก สนับสนุนการพึ่งพาตนเองของเกษตรกร เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรรายย่อยที่ได้รับผลกระทบจากการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารที่มีต้นทุนต่ำที่เป็นผลมาจากข้อตกลงการเปิดการค้าเสรี

5. การสร้างความมั่นคงด้านอาหารและพัฒนาพลังงานชีวภาพในระดับครัวเรือนและชุมชน โดยส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกต้นไม้และปลูกป่าโดยชุมชนและเพื่อชุมชนเพิ่มขึ้น ส่งเสริมให้เกษตรกรทำการเกษตรด้วยระบบเกษตรยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สนับสนุนให้มีการจัดการและเผยแพร่องค์ความรู้และการพัฒนาด้านอาหารศึกษาทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง รวมทั้งส่งเสริมพฤติกรรมกรบริโภคที่เหมาะสมของบุคคลและชุมชน สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการผลิตและการบริโภคที่เกื้อกูลกันในระดับชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ส่งเสริมการนำวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรที่ผลิตได้ในชุมชนและที่เหลือใช้จากการเกษตรมาผลิตเป็นพลังงานทดแทนในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ให้เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งด้านอาหารให้กับเกษตรกรและชุมชนอย่างเป็นระบบ

6. การสร้างความมั่นคงด้านพลังงานชีวภาพเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศและความเข้มแข็งภาคเกษตร ด้วยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพลังงานจากพืชพลังงาน จัดให้มีระบบการบริหารจัดการสินค้าเกษตรที่ใช้เป็นทั้งอาหารและพลังงาน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการใช้พลังงานชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับภาคการผลิตและบริการ จัดให้มีกลไก กำกับดูแลโครงสร้างราคาของพลังงานชีวภาพ และปลูกจิตสำนึกในการใช้พลังงานชีวภาพอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า

7. การปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน โดยสนับสนุนบทบาทของเกษตรกร เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน ภาคเอกชน และชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและวางแผนการผลิตทางการเกษตร ปรับกระบวนการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้มีการร่วมมือและบูรณาการการทำงานอย่างจริงจัง ทั้งในส่วนกลางและระดับ

พื้นที่ พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศด้านอาหารและพลังงานตั้งแต่การผลิต การตลาดไปจนถึงการบริโภค พัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการเกษตร ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งในระดับพหุภาคีและทวิภาคีโดยเฉพาะประชาคมอาเซียนที่ก่อให้เกิดความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนให้ความสำคัญกับ

1. การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ ด้วยการปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเอเชีย แอฟริกา และเศรษฐกิจภายในประเทศ ปรับโครงสร้างภาคบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งครอบคลุมถึงการพัฒนารัฐกิจสร้างสรรค์การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พัฒนาภาคเกษตรบนฐานการเพิ่มผลิตภาพในการผลิตและยกระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาภาคอุตสาหกรรมที่มุ่งการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมให้มีคุณภาพและยั่งยืน ด้วยการใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ สู่อุตสาหกรรมฐานความรู้เชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ให้เป็นพลังขับเคลื่อนการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน เน้นการนำความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นทรัพย์สินทางปัญญา วิจัยและพัฒนาไปต่อยอด ถ่ายทอด และประยุกต์ใช้ประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์ สังคม และชุมชน โดยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาและประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมที่ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคการผลิต ตลอดจนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมให้ทั่วถึงและเพียงพอทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพในลักษณะของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

3. การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ เท่าเทียม และเป็นธรรมมุ่งพัฒนาตลาดเงิน และตลาดทุน รวมทั้งกำลังแรงงานให้เอื้อต่อการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ พัฒนาระบบการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ของประเทศให้เชื่อมโยงการขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานสู่สากล สร้างความมั่นคงด้านพลังงานด้วยการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด พัฒนาพลังงานทางเลือก และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในทุกระดับ ปฏิรูปกฎหมาย และกฎ ระเบียบต่างๆ ทางเศรษฐกิจให้เอื้อต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันและสอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในสังคมโลก

4. การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีเสถียรภาพ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการเงิน โดยดำเนินนโยบายการเงินที่มีความเหมาะสมกับสถานการณ์แวดล้อมและทันต่อเหตุการณ์ เพิ่มบทบาทตลาดทุนในระบบเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาภาคการเงินโลก

ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน พัฒนากลไกการเฝ้าระวังความผันผวนทางเศรษฐกิจและ พัฒนาระบบเตือนภัยแบบองค์รวม เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเงินทุนระหว่างประเทศ และการบริหารจัดการด้านการคลังที่ปรับปรุงระบบการจัดเก็บรายได้ของประเทศ เพิ่มประสิทธิภาพ ของการจัดสรรและการบริหารงบประมาณ ป้องกันความเสี่ยงทางการคลัง พัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานและการให้บริการขั้นพื้นฐานของภาครัฐเพิ่มขึ้น และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางการคลังของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสังคม ให้ความสำคัญกับ

1. การพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความร่วมมือ ในอนุภูมิภาคต่างๆ มุ่งพัฒนาบริการขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล ปรับปรุงกฎระเบียบการขนส่งคนและสินค้าที่เกี่ยวข้อง พัฒนาบุคลากรในธุรกิจการขนส่งและ โลจิสติกส์เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดน/เขตเศรษฐกิจชายแดน ตลอดจน เชื่อมโยงระบบการผลิตกับพื้นที่ตอนในของประเทศ

2. การพัฒนาฐานลงทุนโดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับอนุภูมิภาคมุ่งพัฒนา พื้นที่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศให้เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง ใต้ให้เป็นฐานการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม การเกษตร และการท่องเที่ยว พัฒนาเขตเศรษฐกิจ ชายแดนและเมืองชายแดน รวมทั้งบูรณาการแผนพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้บรรลุ ประโยชน์ร่วมกันทั้งด้านความมั่นคงและเสถียรภาพของพื้นที่

3. การสร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เป็นการพัฒนาความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาบุคลากรในทุกภาคส่วนเศรษฐกิจ เสริมสร้าง ความเข้มแข็งให้สถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนให้มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ยกกระดับทักษะฝีมือแรงงาน กำหนดมาตรฐานขั้นพื้นฐานของคุณภาพสินค้าและบริการ ที่เป็นการ ป้องกันสินค้าและบริการนำเข้าที่ไม่ได้คุณภาพทั้งในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

4. การเข้าร่วมเป็นภาคีความร่วมมือระหว่างประเทศและภูมิภาคภายใต้บทบาทที่ สร้างสรรค์ เป็นทางเลือกในการดำเนินนโยบายระหว่างประเทศในเวทีโลก มุ่งรักษาบทบาทของไทย ในการมีส่วนร่วมกำหนดยุทธศาสตร์ของกรอบความร่วมมือที่ดำเนินอยู่ รวมทั้งรักษาคุณภาพของ ปฏิสัมพันธ์กับมหาอำนาจทางเศรษฐกิจเดิมและมหาอำนาจใหม่

5. การสร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในภูมิภาคด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การ เคลื่อนย้ายแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานไทยในต่างประเทศ โดยเร่งดำเนินการด้านความร่วมมือ ในการกำหนดมาตรฐานฝีมือระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกการเคลื่อนย้ายแรงงานใน ภูมิภาค ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการขยายการลงทุนไปสู่ต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อน บ้าน คู่มิตรและส่งเสริมสิทธิและผลประโยชน์ของคนไทยและแรงงานไทยในต่างประเทศ

6. การมีส่วนร่วมอย่างสำคัญในการสร้างสังคมนานาชาติที่มีคุณภาพชีวิต ป้องกันภัยจาก การก่อการร้ายและอาชญากรรม ยาเสพติด ภัยพิบัติ และการแพร่ระบาดของโรคภัย มุ่งพัฒนา

ศักยภาพและความพร้อมในการป้องกันและแก้ปัญหาข้ามชาติด้านการก่อการร้าย ยาเสพติด และการหลบหนีเข้าเมืองทั้งระบบ พัฒนาศักยภาพและความร่วมมือภายในภูมิภาคเพื่อเตรียมพร้อมรับภัยพิบัติทางธรรมชาติและเหตุฉุกเฉิน และร่วมมือในการป้องกันการติดเชื้อและการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่และโรคระบาดซ้ำ

7. การเสริมสร้างความร่วมมือที่ีระหว่างประเทศในการสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีจริยธรรมและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเปิดรับความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหากำไร เป็นการดำเนินการภายใต้กรอบความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมในระดับอนุภูมิภาค เสริมสร้างการผลิตและบริการที่นำสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกองค์ระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหากำไรให้มีบทบาทเพิ่มขึ้นในการให้ไทยเป็นฐานการดำเนินการความร่วมมือเพื่อการพัฒนาประเทศในภูมิภาค

8. การเร่งรัดการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้ว เป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับภาคธุรกิจโดยเฉพาะผู้ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบให้สามารถพัฒนาศักยภาพและโอกาสของตนเองในการใช้ประโยชน์จากการเปิดการค้าเสรี โดยเฉพาะภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการสนับสนุน เยียวยาและดูแลจากรัฐในกรณีที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน

9. การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นฐานการลงทุน และการประกอบธุรกิจในเอเชียรวมทั้งเป็นฐานความร่วมมือในการพัฒนาภูมิภาค โดยจัดให้มีสิทธิประโยชน์และการอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เพื่อให้มีการจัดตั้งสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค และสนับสนุนบทบาทขององค์กรระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหากำไร

10. การปรับปรุงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคีการพัฒนาภายในประเทศตั้งแต่ระดับชุมชนท้องถิ่น มุ่งเสริมสร้างศักยภาพชุมชนท้องถิ่นให้รับรู้และเตรียมพร้อมรับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ สนับสนุนกลไกการพัฒนาในระดับพื้นที่ในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดชายแดน ให้สามารถพัฒนาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมศักยภาพด้านวิชาการและเครือข่ายของสถาบันการศึกษาของไทยที่สร้างความใกล้ชิด และปฏิสัมพันธ์กับประเทศในอนุภูมิภาค

ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับ

1. การอนุรักษ์ ป่าไม้ และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมุ่งรักษาและฟื้นฟูพื้นที่ป่าและเขตอนุรักษ์ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและการจัดการองค์ความรู้ให้เป็นเครื่องมือในการวางแผนและบริหารจัดการ ปรับปรุงระบบการบริหารจัดการที่ดินและการจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เร่งรัดการบริหารจัดการน้ำแบบบูรณาการ ปรับปรุงและฟื้นฟูแหล่งน้ำเพื่อเพิ่มปริมาณน้ำต้นทุนส่งเสริมให้เกิดการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ จัดทำแผนแม่บทโครงสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคอย่างเป็นระบบ รวมทั้งส่งเสริมการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพ

2. การปรับกระบวนการทัศน์การพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศเพื่อเตรียมพร้อมไปสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยปรับโครงสร้างการผลิตของประเทศและพฤติกรรมบริการบริโภคเพื่อเตรียมพร้อมไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพิ่ม

ประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคคมนาคมและขนส่ง เพื่อลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก พัฒนาเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเน้นการวางผังเมืองที่ผสมผสานวัฒนธรรม สังคม ระบบนิเวศเข้าด้วยกัน

3. การยกระดับขีดความสามารถในการรองรับและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้สังคมมีภูมิคุ้มกัน มุ่งพัฒนาองค์ความรู้และเครื่องมือในการบริหารจัดการเพื่อรองรับกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงพัฒนาศักยภาพชุมชนให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

4. การเตรียมความพร้อมรองรับกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ ด้วยการจัดทำแผนที่และจัดลำดับพื้นที่เสี่ยงภัยทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาคและจังหวัด ยกระดับการจัดการภัยพิบัติให้มีประสิทธิภาพพัฒนาระบบฐานข้อมูล การสื่อสารโทรคมนาคม ส่งเสริมการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้านการจัดการภัยพิบัติ พัฒนาระบบงานอาสาสมัครของประเทศอย่างจริงจัง และให้มีมาตรฐานตามหลักสากล สนับสนุนภาคเอกชน สถานประกอบการ โรงเรียน และท้องถิ่นให้มีการเตรียมความพร้อม และจัดทำแผนปฏิบัติการรองรับภัยพิบัติ

5. การสร้างภูมิคุ้มกันด้านการค้าจากเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมและวิกฤตจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มุ่งติดตามและเฝ้าระวังมาตรการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าและการลงทุน เตรียมมาตรการรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากมาตรการทางการค้าและข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ศึกษาผลกระทบและกำหนดแผนกลยุทธ์รายสินค้า รวมทั้งมาตรการเยียวยาในสินค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้ผู้ส่งออกทำคาร์บอนฟุตพริ้นต์ และสร้างแรงจูงใจให้เกิดอุตสาหกรรมใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

6. การเพิ่มบทบาทประเทศไทยในเวทีประชาคมโลกที่เกี่ยวข้องกับกรอบความตกลงและพันธกรณีด้านสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ เป็นการศึกษารายละเอียดและสร้างความเข้าใจในพันธกรณีติดตามสถานการณ์การเจรจาและท่าทีของประเทศต่างๆ พัฒนาบุคลากรภาครัฐเพื่อเสริมสร้างทักษะการเจรจาพัฒนาความร่วมมือในกลุ่มอาเซียนและประเทศคู่ค้าสำคัญ สนับสนุนการดำเนินงานตามพันธกรณีและข้อตกลงระหว่างประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

7. การควบคุมและลดมลพิษ มุ่งลดปริมาณมลพิษทางอากาศ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขยะและน้ำเสียชุมชน พัฒนาระบบการจัดการของเสียอันตราย ขยะอิเล็กทรอนิกส์ และขยะติดเชื้อ ลดความเสี่ยงอันตราย การรั่วไหล การเกิดอุบัติเหตุจากสารเคมี และพัฒนาระบบเตือนภัย แจ้งเหตุฉุกเฉิน และระบบการจัดการเมื่อเกิดอุบัติเหตุด้านมลพิษ

8. การพัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและเป็นธรรมอย่างบูรณาการ มุ่งส่งเสริมสิทธิและพัฒนาศักยภาพชุมชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ ปรับปรุงกฎหมายเพื่อแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ปรับนโยบายการลงทุนภาครัฐให้เอื้อต่อการอนุรักษ์และฟื้นฟู ผลักดันให้มีการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและลดการก่อมลพิษ สร้างรายได้จากความหลากหลายทาง

ชีวภาพ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและระบบติดตามประเมินผลรวมทั้งส่งเสริมการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างระบบบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศดังกล่าว เป็นยุทธศาสตร์ที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืนได้ สามารถแข่งขัน ยืนหยัดอยู่ในประชาคมโลก ได้อย่างภาคภูมิใจ การเข้ามาลงทุน และการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของชาวต่างชาติ ก็จะมากขึ้นเป็นทวีคูณ โดยเฉพาะการท่องเที่ยว นับว่า เป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ การส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยประเทศไทยได้มีการประชาสัมพันธ์ ปีท่องเที่ยวไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ทำให้นักท่องเที่ยวได้หลั่งไหลมาเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของพลังการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาในหลายๆ ด้าน สร้างคุณภาพชีวิตและความยั่งยืนให้กับประชาชนในประเทศได้ แต่การเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจบางช่วงเวลาที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเป็นพลังขับเคลื่อนแก้วิกฤติดังกล่าวได้ในระดับหนึ่ง เพราะการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดการเดินทางเข้าประเทศ และสร้างความเชื่อมั่นได้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่า สามารถสร้างผลประโยชน์ให้ประเทศชาติและประชาชนได้ หากมีการส่งเสริมและพัฒนาให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สามารถดำรงคุณค่าหรือความเป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ยาวนานไม่มีที่สิ้นสุด และไม่สร้างความเสื่อมโทรมหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมของแหล่งและบริเวณโดยรอบ โดยปกป้องและรักษาโอกาสให้กับคนในรุ่นต่อๆ ไปในอนาคต ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมดที่จะสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในขณะที่จะสามารถดำรงรักษาเนื้อหาทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการเกื้อหนุนและระบบต่างๆ ที่เกื้อหนุนชีวิต พืช สัตว์ และมนุษย์ทั้งหลาย (World Tourism Organization, 1998)

จังหวัดกำแพงเพชร ตั้งอยู่ในเขตทางภูมิศาสตร์ ภาคกลางตอนบน เป็นเมืองเก่าที่นับว่ามีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่ สมัยทวารวดีเป็นเมืองที่ตั้งของเมืองโบราณหลายเมือง เช่น เมืองชากังราว เมืองนครชุม ไตรตรังษ์ เมืองเทพนคร และเมืองคณฑี นอกจากนี้เมืองกำแพงเพชรยังเป็นเมืองที่สองที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชที่ได้ครองเมืองมีบรรดาศักดิ์เป็น “พระยาวชิรปราการ” ตามประวัติศาสตร์กล่าวว่ากำแพงเพชรเป็นเมืองหน้าด่านของสุโขทัยมีฐานะเป็น เมืองลูกหลวง เดิมเรียกชื่อว่า “เมืองชากังราว” และมีเมืองบริวารรายล้อมอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ไตรตรังษ์ เมืองเทพนคร การที่กำแพงเพชรเป็นเมืองหน้าด่านรับศึกสงครามในอดีตอยู่เสมอจึงเป็นเมือง ยุทธศาสตร์มีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติ ศาสตร์มากมาย เช่น กำแพงคูเมือง ป้อมปราการ วัดโบราณ มีหลักฐานให้สันนิษฐานว่าเดิมเคยเป็นเมืองที่ตั้งของเมืองสองเมือง คือ เมืองชากังราว และเมืองนครชุม โดยเมืองชากังราวสร้างขึ้นก่อนตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิง พระยาเลอไทย กษัตริย์องค์ที่ 4 แห่งราชวงศ์สุโขทัย เป็นผู้สร้างขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 1890 ต่อมาสมัยพระเจ้าลิไท กษัตริย์องค์ที่ 5 แห่งราชวงศ์สุโขทัยได้สร้างเมืองใหม่ขึ้นทางฝั่งตะวันตก

ของลำนํ้าปิง คือเมืองนครชุม สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงประทับที่เมืองลำนํ้าปิง "เป็นกำแพงเมืองที่เก่าแก่มั่นคงและยังมีความสมบูรณ์มาก และเชื่อว่าสวยงามที่สุดในประเทศไทย" ในปี พ.ศ. 2459 ได้เปลี่ยนเมืองกำแพงเพชร เป็นจังหวัดกำแพงเพชร ปัจจุบันจังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แห่งหนึ่ง เพราะมีโบราณสถานเก่าแก่ ซึ่งก่อสร้างด้วยศิลาแลงหลายแห่งรวมอยู่ใน "อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร" ที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมสหประชาชาติ (UNESCO) ให้ขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534

จังหวัดกำแพงเพชรมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย มีทั้งสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป เช่น อุทยานแห่งชาติคลองลาน อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง (บึงสาป) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ จังหวัดกำแพงเพชร ยังมีงานประจำปี เช่น ประเพณีงานนบพระ - เล่นเพลง และงานกาชาดจังหวัดกำแพงเพชร งานมหกรรมอาหารพื้นบ้าน เทศกาลกินกล้วยเดี่ยว เที่ยวเมืองกำแพงเพชร งานสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง เป็นต้น

จากบริบทพื้นที่ของจังหวัดกำแพงเพชร ที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและหลากหลาย จากข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีปริมาณเพิ่มขึ้นในทุกปี โดยสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในแต่ละปี (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2555 มีดังนี้

ปี	จำนวน	รายได้
1) ปี 2550	จำนวน 361,080 คน	รายได้ 7589409 บาท
2) ปี 2551	จำนวน 443,564 คน	รายได้ 7,362,809 บาท
3) ปี 2552	จำนวน 565,150 คน	รายได้ 9,009,705 บาท
4) ปี 2553	จำนวน 398,327 คน	รายได้ 10,372,538 บาท
5) ปี 2554	จำนวน 444,973 คน	รายได้ 10,043,816 บาท
6) ปี 2555	จำนวน 469,556 คน	รายได้ 10,106,012 บาท

จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในแต่ละปี จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร มีปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มขึ้นทุกปี หากมีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง มียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่เหมาะสม จะทำให้จังหวัดกำแพงเพชรสามารถเป็นจังหวัดที่น่าท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่งของประเทศ การเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองมรดกโลก เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สามารถพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกได้ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรเป็นการพัฒนาที่ความยั่งยืนในทุกด้านได้ กล่าวคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาในหัวเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรเป็นอย่างไร

1.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร มีอะไรบ้าง

1.2.3 ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1.3.3 เพื่อเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วยบุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ บุคลากรภาคเอกชน บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาตามตัวแปรที่ได้กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด โดยศึกษาภายใต้กรอบของแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาจังหวัดกำแพงเพชร

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาที่ใช้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 ถึง เดือนมิถุนายน 2557

1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เกิดประโยชน์สูงสุด มีการจัดการที่เหมาะสมกับฐานทรัพยากรที่มีอยู่ สร้างความยั่งยืนให้การท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดกำแพงเพชรและคนในท้องถิ่น มีลักษณะที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ หมายรวมถึงผู้มาเยี่ยมเยือนที่ไม่พักค้างคืน

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือ สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

นโยบาย หมายถึง สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำ หรือไม่กระทำ โดยครอบคลุม กิจกรรมต่างๆ ของรัฐบาล และมีวัตถุประสงค์ที่จะกระทำให้บรรลุเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ หมายถึง แนวทางที่กำหนดขึ้นตามนโยบาย มีแผน โครงการ กิจกรรม และหน่วยปฏิบัติการกิจกรรม เป็นแนวทางที่กำหนดเพื่อวัตถุประสงค์และสามารถนำไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นได้

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง แนวทางที่กำหนดขึ้นตามนโยบายการท่องเที่ยว มีแผน โครงการ กิจกรรม และหน่วยปฏิบัติการกิจกรรม เป็นแนวทางที่กำหนดเพื่อวัตถุประสงค์ สามารถนำไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น และเป็นแนวทางที่ช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ปัจจัยการบริหารจัดการ หมายถึง การสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ผู้มาเยือน หมายถึง นักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และ นักทัศนาจร ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน

แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา และได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

องค์กรภาครัฐ หมายถึง ผู้กำหนดนโยบาย สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ดูแลและมีมาตรการไม่ให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน

องค์กรภาคเอกชน หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลาย เพื่อให้บริการและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก

ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น หมายถึง ผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจ หรือไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้ทราบบริบทของจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1.6.2 ได้ทราบนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อการปรับปรุงนโยบายให้มีผลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1.6.3 ได้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อนำไปกำหนดเป็นนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1.6.4 ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรโด่งดัง มีชื่อเสียงในระดับชาติ และ นานาชาติ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบริบทของจังหวัดกำแพงเพชร มีแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้ 1) แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ 2) แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย 3) แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 4) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 5) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 6) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย 7) บริบทจังหวัดกำแพงเพชร และ 8) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์

2.1.1 ความหมายของยุทธศาสตร์

สุวิชัย ศุภรานนท์ (2549) ให้ความหมาย คำว่า ยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ (Strategy) มาจากภาษากรีกว่า Strategos หมายถึง Army (กองทัพ) กับคำว่า Agein หมายถึง Lead (การนำ) แปลโดยความหมายว่า Leading The Total Organization ถอดความเป็นภาษาไทยได้ว่า การนำองค์การโดยรวม โดยทั่วไปแล้ว กลยุทธ์จะหมายถึง แผนงาน แนวทาง หรือวิธีการที่จะนำองค์การไปสู่ผลที่สอดคล้องกับภารกิจและจุดมุ่งหมายรวมขององค์การ

สุรชาติ บำรุงสุข (2537) กล่าวว่า ในต้นศตวรรษที่ 19 มีการใช้คำว่า “ยุทธศาสตร์” ในความหมายว่า การใช้ทรัพยากรหรือภารกิจสงครามของนายทหารระดับสูง กล่าวคือ เป็นการเตรียมการเพื่อทำสงครามโดยใช้แผนที่ (การวางแผนการทำสงคราม) หรือหมายถึง การใช้การรบเพื่อให้ได้ชัยชนะในการรณรงค์ทางทหาร แต่พอถึงปลายศตวรรษที่ 19 จนถึงศตวรรษที่ 20 คำว่า ยุทธศาสตร์กลับไม่มีความหมายที่แน่ชัด จนไม่สามารถกำหนดความหมายให้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปได้ และที่สำคัญกว่านั้นคือ มีการใช้คำนี้อย่างกว้างขวาง จนขาดความหมายที่แจ่มชัดในตัวเอง ปัจจุบันพจนานุกรมศัพท์ทหารของสำนักงานคณะเสนาธิการร่วมของสหรัฐอเมริกาให้ความหมายของคำว่า ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ของการพัฒนาและการใช้กำลังทั้งการเมือง ทางเศรษฐกิจ ทางจิตวิทยา และทางทหารตามความเป็นจริง ทั้งในยามสันติและยามสงครามเพื่อที่จะก่อให้เกิดการสนับสนุนอย่างเต็มที่ต่อนโยบายของชาติ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มพูนความเป็นไปได้ที่จะได้รับชัยชนะและผลสืบเนื่องในทางเป็นประโยชน์จากชัยชนะ และเพื่อลดโอกาสของการพ่ายแพ้

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ (2547) ได้ให้ความหมายว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง กุศโลบายในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ ภายใต้ข้อจำกัดของหน่วยงาน และบุคลากร หรือหมายถึง แนวคิดหรือวิธีการที่แยกค่ายอันบ่งบอกถึงลักษณะการเคลื่อนไหวขององค์กรว่าจะก้าวไปสู่เป้าหมายที่ต้องการในอนาคตได้อย่างไร กลยุทธ์จึงเป็นกรอบชี้แนะหรือส่วนหัวขบวนของชุดแผนงานที่บ่งบอกขอบเขตของสิ่งที่เกี่ยวข้องอันเป็นพื้นฐานของการจัดทำแผน และเป็นวิธีการเชิงรวมที่องค์กรเลือกไว้เพื่อเคลื่อนไปสู่วัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์การ

2.1.2 กระบวนการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Process)

ชาโต และปีเตอร์ (Certo & Peter, 1991) กล่าวว่า กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategy Process) มี 5 ขั้นตอน ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม คือ การพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อนภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรคต่อองค์กร ซึ่งเป็นเงื่อนไขต่อความสำเร็จขององค์กร
2. การกำหนดทิศทางขององค์กร คือ การนำพันธกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร มาพิจารณาโดยเน้นประโยชน์ที่จะได้รับ
3. การกำหนดยุทธศาสตร์ คือ การพิจารณาออกแบบและเลือกยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมเพื่อนำไปปฏิบัติแล้วทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์
4. การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ คือ การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ โดยคำนึงถึงโครงสร้างองค์กรและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ
5. การควบคุมยุทธศาสตร์ คือ การติดตามผลการปฏิบัติ และประเมินผลกระบวนการดำเนินงาน

ธงชัย สันติวงษ์ (2537) กล่าวว่า กระบวนการยุทธศาสตร์ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่

1. การพัฒนาหรือการจัดทำยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ประการ ได้แก่
 - 1.1 การวิเคราะห์ทรัพยากรภายใน จุดแข็ง เพื่อประเมินกำลังความสามารถในการดำเนินการต่อไป
 - 1.2 การวิเคราะห์และเสาะหาโอกาสที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมภายนอก และปัญหาอันอาจเกิดขึ้นที่องค์กรควรรับทราบไว้ล่วงหน้า
 - 1.3 การพิจารณาหรือทำความเข้าใจเกี่ยวกับค่านิยม หรือเป้าหมายส่วนบุคคลของกลุ่มบุคคลหรือตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อองค์กรโดยตรง
 - 1.4 การพิจารณากำหนดภาพพจน์ขององค์กร ในส่วนที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบที่ต้องพึงมีต่อสังคม
2. การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ เป็นงานของผู้บริหารระดับสูงที่จะต้องอาศัยความร่วมมืออย่างกว้างขวางจากผู้บริหารระดับกลางและระดับต่ำกว่าลงไปมากกว่าการจัดทำยุทธศาสตร์สิ่งที่จำเป็นในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ ได้แก่
 - 2.1 การจัดกลุ่มงานหรือจัดองค์การ เพื่อให้สามารถดำเนินการจนประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป็นที่ยอมรับกันว่า ยุทธศาสตร์หนึ่งๆ ที่พัฒนาขึ้นมาแล้วนั้นต้องมีโครงสร้างขึ้นมารองรับเพื่ออำนวยความสะดวกให้กลยุทธ์นั้นสามารถดำเนินการได้จนเป็นสำเร็จผลอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 2.2 การจัดระบบข่าวสารข้อมูล ระบบข้อมูลสำหรับส่วนรวมทั้งหมดที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ จะต้องเอื้ออำนวยให้งานขององค์กร และสมาชิกขององค์กรสามารถทำงานติดต่อกันไปได้โดยสะดวก
 - 2.3 การควบคุม มีความสำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก เพื่อที่จะแจ้งให้ผู้บริหารทราบว่า สิ่งต่างๆ ได้ดำเนินการให้สอดคล้องและเป็นไปตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และ

แผนงาน เพียงใด และประการที่สอง เพื่อเป็นเครื่องมือที่จะให้กระตุ้นหรือจูงใจสมาชิกขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่จะทำให้งานนั้นดำเนินต่อไปด้วยดี ฝ่ายบริหารจะใช้ควบคุมนี้สำหรับทบทวนผลงานเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแผน หรือตัดสินใจเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกลยุทธ์ก็ได้

2.1.3 การบริหารเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Management)

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2546) กล่าวว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นการนำกระบวนการเชิงยุทธศาสตร์มาดำเนินการให้เป็นผลสำเร็จ ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Analysis) หมายถึงขั้นตอนในการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งหมด 3 ประการ อันได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การ และการวิเคราะห์ทัศนคติ ค่านิยมหรือวัฒนธรรมขององค์การ โดยมีเป้าหมายที่จะกำหนดสิ่งที่เรียกว่า “ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์”

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์การนั้น คือ การวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม อุตสาหกรรมและธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยพิจารณาถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อที่จะหาข้อสรุปว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือต่อองค์การในเชิงบวกหรือเชิงลบ ถ้ากระทบกับองค์การในเชิงบวกก็ถือว่าเป็น “โอกาส” (Opportunity) แต่ถ้ากระทบกับธุรกิจเชิงลบก็ถือว่าเป็น “อุปสรรคที่คุกคาม” (Threat)

ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในขององค์การนั้น หมายถึง การพิจารณาถึงโครงสร้างองค์การ ทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ ทรัพยากรด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน เทคโนโลยี สถานที่ตั้ง ฐานลูกค้าและอื่นๆ เพื่อที่จะดูว่าสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาเหล่านั้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้วเป็น “จุดอ่อน” (Weakness) หรือเป็น “จุดแข็ง” (Strength)

องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Analysis) คือ การวิเคราะห์ค่านิยม ความคาดหวัง ตลอดจนวัฒนธรรมขององค์การ เพราะองค์ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน การพิจารณาแนวความคิดของกลุ่มบุคคลต่างๆ ในองค์การจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะที่จะดำเนินการองค์การประกอบด้วยภารกิจที่จะดำเนินการตามแผนเชิงยุทธศาสตร์ให้ได้ผลนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริงในการที่จะทำให้แผนนั้นสามารถปฏิบัติได้ ข้อเท็จจริงส่วนหนึ่งที่ต้องคำนึง คือ แนวความคิดหรือค่านิยมของคนในองค์การการบริหารเชิงยุทธศาสตร์จึงต้องคำนึงข้อเท็จจริงในด้านบทบาทและอำนาจของกลุ่มต่างๆ ว่ากลุ่มใดมีอำนาจและพลังที่จะผลักดันนโยบายที่กำหนดไว้ให้เป็นผลสำเร็จ การศึกษาถึงค่านิยมของกลุ่มต่างๆ ในองค์การและการพัฒนาทิศทางและนโยบายขององค์การให้สอดคล้องกับกลุ่มคนเหล่านั้นจึงเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ด้วย

สรุป การวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์มีเป้าหมายสำคัญ คือ การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Positioning) ขององค์การ โดยพิจารณาถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและพิจารณาถึงข้อเท็จจริงในจุดอ่อนจุดแข็งขององค์การ ตลอดจนค่านิยมต่างๆ เพื่อที่จะให้การวางตำแหน่งนั้น สอดคล้องและเป็นไปได้ และสามารถที่จะปรับตัวไปตามเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอันเหมาะสม

2. ขั้นตอนการกำหนดทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Choice) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการกำหนดแนวทางหรือทางเลือกทางยุทธศาสตร์ (Strategic Option) คือ หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน จะเป็นการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและตั้งอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน และความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติบนพื้นฐานการศึกษาค่านิยมของกลุ่มต่างๆ ซึ่งเป็นการกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์กรไปสู่อนาคต เป็นการกำหนดทิศทางระยะยาวของพัฒนาการขององค์กรตลอดจนการกำหนดแนวทางหรือยุทธศาสตร์ในทางเลือกต่างๆ เพื่อที่บรรลุสู่ทิศทางที่ได้ทิศทางที่ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการประเมินทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ เมื่อมีการกำหนดทางเลือกในเชิงยุทธศาสตร์หลายๆ แนวทางแล้ว จะมาสู่ขั้นศึกษาถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมของแนวทาง กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นการประเมินทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งจะเป็นแนวทางที่คำนึงถึงจุดอ่อนจุดแข็ง ขององค์กรและความเป็นไปได้ที่มีการปฏิบัติบนพื้นฐานของค่านิยม และเป็นแนวทางที่สามารถดำเนินไปอย่างสอดคล้องกับโอกาสที่เปิดกว้างในอนาคต ตลอดจนเป็นแนวทางที่สามารถหลีกเลี่ยงหรือป้องกันอันตรายของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม แนวทางดังกล่าวอาจเรียกว่า “ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมที่สุด” (Strategic Fit)

ขั้นตอนที่ 3 เป็นการเลือกยุทธศาสตร์ หลังจากที่ได้รับการประเมินถึงข้อดี ข้อเสียของทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์หลายๆ เรียบร้อยแล้ว ก็จะเป็นช่วงของการตัดสินใจเลือกทางเลือกหนึ่งให้เป็นการยุติในการนี้ต้องยอมรับว่า ประเด็นหรือค่านิยมของผู้บริหารนั้นมีน้ำหนักมากในการเป็นตัวกำหนดทางเลือก บ่อยครั้งทางเลือกที่เลือกไว้ เกิดจากอารมณ์หรือความผูกพันของผู้บริหาร หรือเป็นผลมาจากการต่อสู้ทางการเมืองในระดับองค์กรมากกว่าทางเลือกที่มีเหตุผล

โดยสรุปแล้ว การประเมินทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์นั้น เป้าหมายที่สำคัญที่สุด คือ ต้องการที่จะดูถึงยุทธศาสตร์หรือแนวทาง หรือนโยบายที่เหมาะสมที่สุด ภายใต้ความเป็นไปได้และแนวทางสามารถสร้างความก้าวหน้าให้แก่องค์กรได้มากที่สุด

3. ขั้นตอนการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ (Strategy Imprememtation) หมายถึง ขั้นตอนที่จะมีการวางแผนใช้ทรัพยากร ทั้งด้านเงิน บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ การสร้างเครือข่ายหรือการปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสม เพื่อสามารถนำแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ได้ตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติได้ นอกจากนี้ยังหมายถึงองค์ประกอบในการจัดแบ่งโครงสร้างองค์การรวมการกำหนดระบบบริหาร ตลอดจนการกำหนดระบบเกี่ยวกับสารสนเทศ และการสร้างค่านิยมหรือวัฒนธรรมขององค์กรอีกด้วย

2.1.4 การวางแผนยุทธศาสตร์

“การจัดทำยุทธศาสตร์” นับว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการเตรียมการ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายหรือเพื่อให้ไปสู่เป้าหมายความสำคัญของงานอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นตอน ด้วยเหตุนี้ ในหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนรวมตลอดถึงองค์กรทั่วไปจึงจำเป็นต้องดำเนินการวางแผนเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ของตน เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการ

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2547) กล่าวว่า “ยุทธศาสตร์ หรือ Strategy ในภาษาอังกฤษซึ่งได้มีผู้รู้แปลเป็นภาษาไทยว่ากลยุทธ์และก็มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย กลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ หมายถึง การมุ่งเน้นหรือทุ่มเททรัพยากร ไปในเรื่องใดแล้วสามารถนำพาหมู่คณะไปสู่ความสำเร็จหรือวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ได้”

อรณพ บุญรัตพันธุ์ (2535) ให้ความหมายการวางแผนยุทธศาสตร์ว่าหมายถึง “กระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์การ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการใช้ และการจำแนกแจกจ่ายทรัพยากรต่างๆ”

กิ่งพร ทองใบ (2546) ได้กล่าวถึง “การวางแผนกลยุทธ์ว่าเป็นกระบวนการการคิดวิเคราะห์ เพื่อการวางแผนกลยุทธ์และจะต้องมีขั้นตอนของการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ รวมถึงการควบคุมประเมินกลยุทธ์ด้วย ซึ่งเป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อให้ได้วิธีการที่ดีที่สุดสำหรับองค์การ”

การวางแผนกลยุทธ์มีกลไกหลายอย่างประกอบอยู่ คือ 1) เป็นการวางแผนปรับทิศทางขององค์การไปสู่วัตถุประสงค์ใหม่ที่จะสอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป 2) เป็นการวางแผนการใช้ทรัพยากรขององค์การเพื่อพัฒนาระบบการทำงานต่างๆ ทั้งระบบการผลิตและการขาย การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ ตลอดจนการบริหารงานต่างๆ ให้เปลี่ยนแปลงในรูปแบบและระบบการทำงานใหม่ๆ ที่มีผลให้สภาพและระบบการทำงานเดิมต้องถูกปรับหรือยกเลิกไปแล้วทดแทนด้วยเครื่องจักร ระบบและวิธีการทำงานใหม่ๆ ที่นำเข้ามาทดแทน 3) เป็นการวางแผนที่มีการวิเคราะห์พิจารณาในเชิงกลยุทธ์ต่างๆ ที่มุ่งจะให้องค์การประสบความสำเร็จมากที่สุด ดีที่สุด โดยประหยัดการใช้ทรัพยากรมากที่สุดด้วย

กล้า ทองขาว (2548) ได้กล่าวถึง การนำยุทธศาสตร์ไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติว่า มีองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ 1) วิสัยทัศน์ 2) พันธกิจ 3) เป้าหมาย 4) ยุทธศาสตร์ 5) มาตรการดำเนินงาน และ 6) การประเมินผล โดยในการประเมินผลการปฏิบัติงาน สิ่งที่เป็นเครื่องแสดงถึงความสำเร็จในการปฏิบัติอาจพิจารณาได้จากผลผลิตที่เกิดขึ้น (Output) โดยในปัจจุบันจะต้องพิจารณาทั้งในด้านผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) โดยมีเกณฑ์ในการวัดที่กำหนดขึ้นซึ่งเรียกกันว่า ดัชนีบ่งชี้หรือตัวชี้วัดความสำเร็จ (Indicator) สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2545) กล่าวถึงตัวชี้วัดความสำเร็จ (Indicator) ว่าเป็นเครื่องมือหรือสิ่งที่บ่งบอกความสำเร็จของงานที่ได้ดำเนินการไปแล้วว่าสำเร็จหรือไม่ และถ้าสำเร็จจะมีมากน้อยเพียงไร ซึ่งตัวชี้วัดจะบ่งบอกสภาพความสำเร็จทั้งโดยตรงและโดยอ้อม และข้อมูลตัวชี้วัดความสำเร็จทั้งการวัดผลผลิต (Output) และการวัดผลลัพธ์ (Outcomes Indicators) เป็นตัวชี้วัดที่แสดงถึงผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานอันหมายถึงแผนงานโครงการ โดยเทียบเคียงกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อันเป็นผลที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกิจกรรมดำเนินการ ในขณะที่ วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ (2542) กล่าวถึงตัวชี้วัดผลงานตามแนวทางการบริหารแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ประกอบด้วยตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ ตัวชี้วัดปัจจัยนำเข้า (Input Indicators) ตัวชี้วัดผลผลิต (Output Indicators) ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (Efficiency Indicators) ตัวชี้วัดความคุ้มค่า (Cost Effectiveness) ตัวชี้วัดปริมาณงาน (Workload Indicators) และข้อสนเทศเชิงอธิบาย (Explanatory Information)

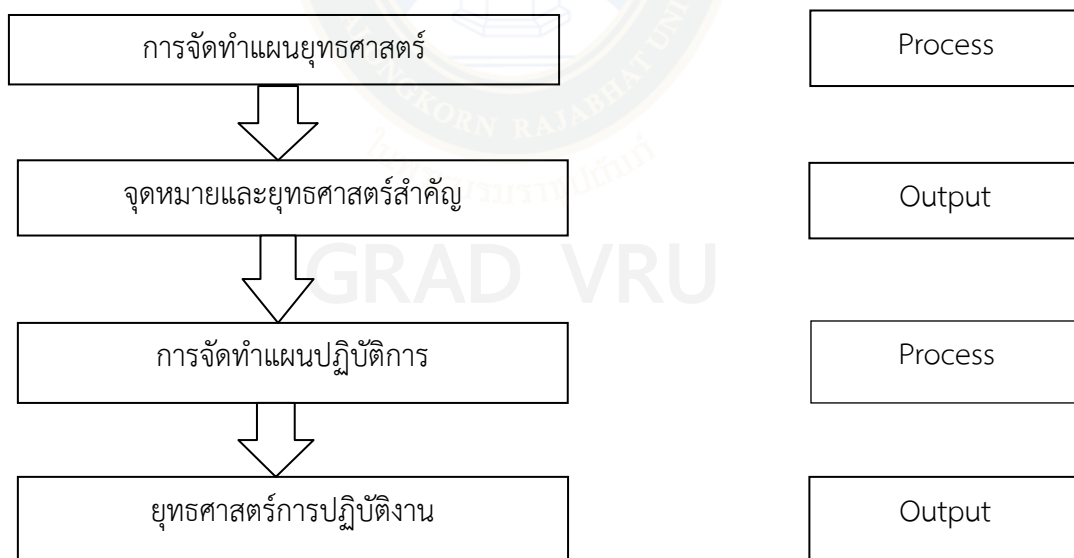
แมซซี และ ดักลาส (Massie & Douglas, 1981) ได้กล่าวถึงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ว่า เป็นกระบวนการกำหนดจุดหมายระยะยาวขององค์กร (Long Range Goals) การเลือกวิถีทาง (Means คือ ยุทธศาสตร์และนโยบาย) เพื่อให้บรรลุจุดหมายนั้น ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและการพัฒนา แผนระยะยาวเพื่อบรรลุจุดหมายขององค์กร โดยได้อธิบายว่า

จุดหมายขององค์กร (Goals of Organization) เป็นจุดมุ่งหมายสุดท้ายที่องค์กรมุ่งบรรลุให้ถึง เป็นพื้นฐานของการวางแผนยุทธศาสตร์

ภารกิจ (Missions) หมายถึง ขอบข่ายของกิจกรรมที่องค์กรดำเนินอยู่

ยุทธศาสตร์ หมายถึง ทิศทางหรือแบบแผนการดำเนินงานในระยะยาวขององค์กร ซึ่งกำหนดขึ้นโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอก แต่อาจเปลี่ยนแปลงได้หากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง

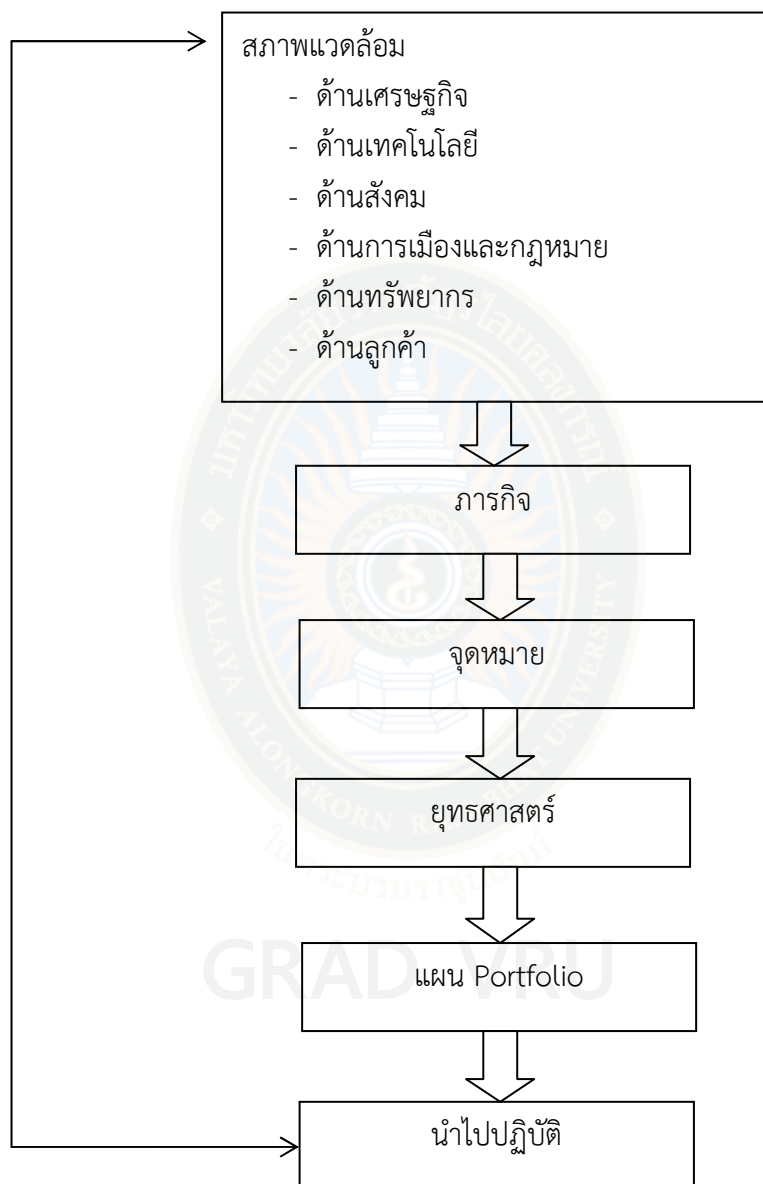
แฮลริเกิล และ สโลคัม (Hellriegel & Slocum, 1982) ได้กล่าวถึง แผนยุทธศาสตร์ว่าเป็นกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ระบุธรรมชาติขององค์กร กำหนดจุดมุ่งหมาย และจำแนกประเมิน และเลือกแนวการปฏิบัติสำหรับองค์กร โดยกระบวนการของแผนยุทธศาสตร์จะก่อให้เกิดปัจจัยป้อนออก (Outputs) ในรูปที่เป็นจุดหมายและยุทธศาสตร์สำคัญเข้าสู่กระบวนการของแผนปฏิบัติการ (Operational Plan) โดยแปลงจุดหมายและยุทธศาสตร์องค์กรเป็นยุทธศาสตร์การปฏิบัติงานที่มีความละเอียดชัดเจนขึ้น ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นเป็นกระบวนการดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงการจัดทำยุทธศาสตร์ตามความหมายของ Hellriegel & Slocum

ดอนเนลลี, กีบสัน และอีวานเชวิช (Donnelly, Gibson & Ivancevich, 1984) กล่าวว่า การจัดทำแผนยุทธศาสตร์นั้น มีคำถามสำคัญ 4 คำถาม คือ เราเป็นใคร เรามาจากไหน เรา กำลังไปไหน และต้องการไปไหน โดยมองภาพรวมทั้งองค์กร และคำนึงถึงความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ดังนั้น ในทางปฏิบัติการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์จะอาศัยข้อมูลจากสภาพแวดล้อม

ภายนอกองค์กร การตัดสินใจบนพื้นฐานของภารกิจขององค์กร วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์และแผน Portfolio ของแผนกต่างๆ ซึ่งแสดงได้ ดังแผนภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แสดงการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ตามความหมายของ Donnelly, Gibson & Ivancevich

แผนยุทธศาสตร์จะเชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติการของแผนกต่างๆ ในองค์กร ผู้บริหารระดับสูงจะต้องให้แผนกต่างๆ ได้รับรู้และทราบว่าองค์กรต้องการจะไปทิศทางใด จากนั้นจึงพัฒนาจุดหมาย ยุทธศาสตร์ และแผนงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์นั้น ในองค์กรที่มีการจัดการดี ผู้บริหารของแผนกทุกระดับจะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนของแผนกกับแผน

ยุทธศาสตร์ขององค์กร ดังนั้น แผนทุกแผนในระดับล่างจะเกิดขึ้นจากแผนยุทธศาสตร์ และ
ขณะเดียวกันผลการดำเนินงานของแผนระดับล่าง จะส่งผลสำเร็จต่อแผนยุทธศาสตร์

ทิบูล ทีปะปาล (2546) ได้อธิบายถึงขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Enviromental Scanning) เป็นการ
ประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกขององค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อระบุปัจจัยเชิง
กลยุทธ์ (Strategic Factors) ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่กำหนดอนาคตขององค์กร การวิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการวิเคราะห์ตัวแปร 2 ตัว ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค
(Threats) ซึ่งอยู่ภายนอกองค์กร ไม่สามารถควบคุมได้ในระยะสั้น และเป็นปัจจัยที่การเปลี่ยนแปลง
อยู่เสมอมีผลกระทบต่อองค์กรโดยตรง ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการวิเคราะห์ปัจจัยอีก
2 ตัว ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakneses) ขององค์กรซึ่งประกอบด้วยโครงสร้าง
วัฒนธรรม และทรัพยากร

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดพันธกิจ (Mission) เป็นการกำหนดความมุ่งหมายหรือ
เหตุผลที่องค์กรได้จัดตั้งขึ้นมา พันธกิจจะบอกถึงความมุ่งหมายพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนที่ทำให้
ให้องค์กรมีความแตกต่างจากองค์กรอื่น

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นการกำหนดเป้าหมายที่
องค์กรต้องการที่จะบรรลุ ซึ่งควรกำหนดในรูปของปริมาณหรือตัวเลขที่ชัดเจนที่สามารถวัดได้

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) เป็นการกำหนดแผนแม่บทเพื่อให้เห็น
ว่าองค์กรจะดำเนินการอย่างไรเพื่อให้บรรลุพันธกิจและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ กลยุทธ์จะเป็นการ
นำข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันจะลดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันให้
เหลือน้อยที่สุด กลยุทธ์โดยทั่วไปแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate
Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่แสดงให้เห็นทิศทางดำเนินงานขององค์กรโดยรวม กลยุทธ์ระดับหน่วย
ธุรกิจ (Bussiness Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของ
องค์กรกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพ
การปฏิบัติการทั้งในแง่กิจกรรมและกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้การใช้ทรัพยากรที่จัดสรรมาให้เกิด
ประโยชน์มากที่สุด และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ทั้งในระดับบริษัทและระดับธุรกิจ

ชนินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์ (2544) ได้กล่าวถึงกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นการพิจารณาตรวจสอบและวิเคราะห์
สภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งภายนอกและภายในอย่างรอบคอบ เพื่อค้นหาโอกาส
(Opportunities) อุปสรรค (Threats) จุดเด่น (Strengths) จุดด้อย (Weakneses) ขององค์กร
เพื่อที่ผู้บริหารจะสามารถกำหนดภารกิจและเป้าหมายของกิจการได้อย่างเหมาะสม หลังจากนั้นจะ
ได้พิจารณากำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินงาน
ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ไป เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และ
สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันอัน ได้แก่ คู่แข่ง ลูกค้า และชุมชน เป็นต้น ส่วนการวิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายในมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาจุดเด่นและจุดด้อย จากการทำงานในด้านต่างๆ

ขององค์กรเอง เช่น การดำเนินงานด้านการตลาด การผลิต การเงิน และการบัญชี เป็นต้น ในการวางแผนกลยุทธ์ผู้บริหารจะต้องพยายามหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ หลีกเลี่ยงต่ออุปสรรคในการดำเนินงาน โดยใช้จุดเด่นของกิจการมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ลดจุดด้อยหรือเปลี่ยนจุดด้อยให้เป็นจุดเด่นให้ได้ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการกำหนดเป้าหมายกว้างๆ ขององค์กรของสิ่งที่ต้องการในอนาคต โดยยังไม่ได้กำหนดวิธีการดำเนินการไว้ วิสัยทัศน์เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงทิศทางขององค์กรในอนาคต นอกจากนั้นจะเป็นแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการชี้แนะว่าองค์กรพยายามจะทำอะไรและจะเป็นอะไร

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดพันธกิจ (Mission) เพื่อระบุขอบเขตการดำเนินงานขององค์กรโดยมีการกำหนดไว้เป็นข้อความพันธกิจ (Mission Statement) เพื่อกำหนดทิศทางขององค์กรในอนาคตโดยทั่วไปข้อความพันธกิจจะมุ่งเน้นประเด็นที่แสดงออกอย่างชัดเจน และมีความเฉพาะเจาะจงในคุณลักษณะของแต่ละหน่วยขององค์กรว่ามีอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าหมาย (Goals) เป็นการกำหนดผลลัพธ์ที่องค์กรคาดหวังไว้ หรือเป็นจุดมุ่งหมายที่องค์กรต้องการจะบรรลุเป้าหมายจะเป็นสิ่งที่ทำให้พันธกิจขององค์กรเป็นจริงยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) วัตถุประสงค์ คือ สิ่งที่องค์กรต้องการที่จะบรรลุ แต่จะมีรายละเอียดที่มากกว่าเป้าหมาย วัตถุประสงค์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรที่จะใช้เป็นแนวทางขั้นพื้นฐานสำหรับการวางแผน การจัดองค์กร การจูงใจ และการควบคุมรวมทั้งเป็นตัวกำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมาย

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดนโยบาย (Policies) เป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน เพื่อกลยุทธ์ที่กำหนดไว้บรรลุผลตามที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) การกำหนดกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับกา
กำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรบรรลุผลตามวัตถุประสงค์

2.1.5 ความจำเป็นและประโยชน์ของการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2539) ได้กล่าวถึงความจำเป็นของการวางแผนเชิงกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ว่ามีความจำเป็นอย่างมากสำหรับผู้บริหารขององค์กรสมัยใหม่ ที่มุ่งหวังผลสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากในปัจจุบันสภาพแวดล้อมของประเทศมีการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้ง การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและภัยอุปสรรคต่อองค์กร นอกจากนี้ผู้บริหารขององค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งในแง่ของงบประมาณ บุคลากร ตลอดจนเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ประกอบกับการขยายตัว และความสลับซับซ้อน ขององค์กรทำให้ผู้บริหารจะต้องพยายามกำหนดทิศทาง จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน

การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ เป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหารในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม โดยการวางแผนยุทธศาสตร์เป็นประโยชน์หลายประการต่อการบริหารงานในองค์กรต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2539)

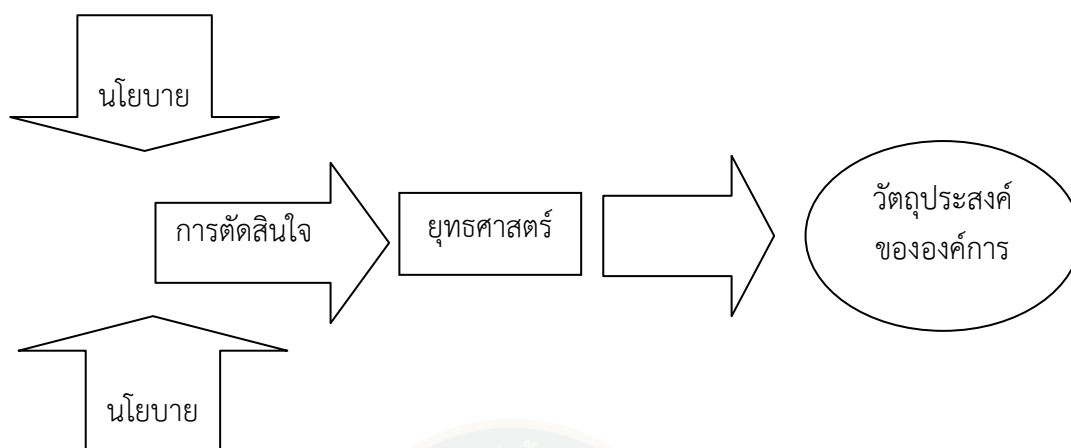
1. ช่วยทำให้ผู้บริหารของแต่ละหน่วยงานหันมาให้ความสนใจอย่างแท้จริงในเรื่องของ องค์กรมากขึ้น
2. กระตุ้นให้ผู้บริหารทราบถึงปัญหา อุปสรรคตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและเตรียมหามาตรการรองรับไว้ล่วงหน้า อันเป็นการลดความเสี่ยงและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร
3. ช่วยทำให้ผู้บริหารเกิดความเข้าใจในธรรมชาติของการดำเนินงานอย่างชัดเจนขึ้น และมองเห็นภาพของการพัฒนางานในอนาคต
4. ช่วยระบุถึงโอกาสและช่องทางในการดำเนินงานในอนาคต ให้การปรับเปลี่ยนทิศทางและภารกิจงานขององค์กรเป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม
5. ช่วยทำให้การกำหนดวัตถุประสงค์ แผนงาน/โครงการ และการใช้ทรัพยากรขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างสมาชิกขององค์กร และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับทิศทางและการดำเนินงาน ตลอดจนความคาดหวังต่างๆ

2.1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับยุทธศาสตร์

จากการศึกษาองค์ประกอบของนโยบายอาจกล่าวได้ว่า นโยบายและยุทธศาสตร์ต่างเป็นประเภทของแผนงาน (Types of Plan) อันเป็นผลที่ได้จากกระบวนการวางแผน (Planning) ดังที่

แมซซี และดักลาส (Massie & Douglas, 1981) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างยุทธศาสตร์กับนโยบายไว้ว่า นโยบายเป็นแนวทางที่กำหนดเพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถประสานความพยายามในการทำหน้าที่ของสมาชิกภายในองค์กรได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีแนวทางหรือขอบข่ายที่ชัดเจนไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ หรือทางเลือกอื่นๆ มากนัก ในขณะที่ยุทธศาสตร์เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอก

กิงพร ทองใบ (2547) ได้กล่าวว่า การวางแผนเป็นหน้าที่ทางการบริหาร (Managerial Functions) หมายถึง กระบวนการในการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในอนาคตขององค์กร เพื่อให้เป็นแนวทางในการหาวิธีดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) จะต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับอนาคต 2) จะต้องเป็นการกระทำ และ 3) จะต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องจนสำเร็จตามเป้าหมาย ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงระหว่างปัจจุบันเข้ากับอนาคตด้วยการพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์และการเลือกแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เรียกว่า ยุทธศาสตร์ ส่วนแนวทางในการตัดสินใจดำเนินงานระหว่างทางเลือกทั้งหลายเรียกว่า นโยบาย ดังที่ คณิง สายแก้ว (2549) ได้แสดงภาพความสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์และนโยบาย ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายกับยุทธศาสตร์

จากภาพชี้ให้เห็นว่า นโยบายเป็นกรอบที่กำหนดแนวทางสำหรับการดำเนินยุทธศาสตร์เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และนโยบายจะมีความชัดเจนมากขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับการบริหารของผู้บริหาร ดังนั้น การบริหารเชิงยุทธศาสตร์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของการกำหนดยุทธศาสตร์ การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติและการประเมินยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการบูรณาการหน้าที่ทางการจัดการ ซึ่งได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การนำ และการควบคุมประเมินผล จึงต้องมีการพัฒนาแผนระยะยาวขององค์การบนพื้นฐานการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและประเมินจุดแข็ง จุดอ่อนจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การตัดสินใจวางแผนยุทธศาสตร์ที่ดีต้องมองระยะยาว 5-10 ปี และเป็นแผนที่มุ่งการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป

2.1.7 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยการจัดทำแผนพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2548 ได้กำหนดให้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นแผนระยะยาวเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา (พ.ศ. 2552-2556) ซึ่งเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นเพื่อเป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาท้องถิ่นให้สอดคล้องกับปัญหาความต้องการและศักยภาพของท้องถิ่น รวมทั้งให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ กลุ่มจังหวัด จังหวัด และนโยบายของผู้บริหารท้องถิ่น

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา หมายความว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งแสดงถึงวิสัยทัศน์

การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น จึงเป็นกระบวนการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดสภาพการณ์ที่ต้องการบรรลุ และ แนวทางการบรรลุบนพื้นฐานของการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบ

ด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้จะต้องสอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น และปัญหา/ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นด้วย

การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามีความสำคัญต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เนื่องจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นแผนพัฒนาที่มุ่งไปสู่สภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มุ่งไปสู่สภาพการณ์อันพึงประสงค์ได้อย่างเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจึงเป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องกำหนดถึงสภาพการณ์ที่ต้องการจะบรรลุและแนวทางในการที่จะทำให้บรรลุถึงสภาพการณ์นั้น

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ดีจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปสู่การ แก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

อย่างรอบด้าน หมายถึง การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงสภาพการณ์ที่ต้องการจะบรรลุ และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้ง มิติด้านการพัฒนา ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม องค์กร (การบริหารจัดการ) และการเปลี่ยนแปลงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนมิติในเชิงพื้นที่ ทั้งพื้นที่ใกล้เคียงขยายไปสู่พื้นที่ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับประเทศ ระดับทวีป จนกระทั่งในระดับโลกด้วย

สาเหตุที่ต้องมองอย่างรอบด้าน ก็เพราะว่าในโลกของความเป็นจริงนั้นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและองค์กร ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับทวีปและใน ระดับโลกล้วนส่งผลกระทบต่อเขตขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ทางตรงก็ทางอ้อม จึงกล่าวได้ว่าปรากฏการณ์ทั้ง 4 ด้านที่เกิดกับเขตพื้นที่ 4 ระดับนี้ ล้วนถือเป็นสภาพแวดล้อมที่ควรต้องคำนึงถึงในกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาทั้งสิ้น

ดังนั้นในการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา จึงไม่ควรมองรอบด้านแต่เพียงเขตพื้นที่การปกครองของตนเองเท่านั้น แต่ต้องมองให้กว้างออกไปครอบคลุมเขตพื้นที่อื่นด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลใน การรับมือกับสถานการณ์หรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นตามมาจากเขตพื้นที่เหล่า นั้นอย่างรู้เท่าทันจนทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ได้อย่างเต็มที่ หรือหาหนทางในการป้องกันอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้

อย่างเป็นระบบ หมายถึง การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องดำเนินอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลและปัญหาสำคัญ
2. การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานการณ์การพัฒนาของท้องถิ่นในปัจจุบัน และกำหนดประเด็นในการพัฒนา
3. การกำหนดวิสัยทัศน์และภารกิจหลักการพัฒนาท้องถิ่น
4. การกำหนดจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

5. การกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาท้องถิ่น
6. การกำหนดยุทธศาสตร์และบูรณาการทางการพัฒนาท้องถิ่น
7. การกำหนดเป้าหมายการพัฒนาท้องถิ่น
8. การอนุมัติและประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

1. เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2. เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
4. เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่กำหนด

เป็นจุดมุ่งหมายไว้

ขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

1. คณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่นจัดประชุมประชาคมท้องถิ่น ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อแจ้งแนวทางการพัฒนาท้องถิ่น รับทราบปัญหา ความต้องการ ประเด็นการพัฒนาและประเด็นที่เกี่ยวข้องตลอดจนความช่วยเหลือทางวิชาการ และแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ เพื่อนำมากำหนดแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยนำข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาจากหน่วยงานต่างๆ และข้อมูลในแผนชุมชนมาพิจารณาประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

2. คณะกรรมการสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น รวบรวมแนวทางและข้อมูล นำมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแล้วเสนอคณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่น

3. คณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่นพิจารณาร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา เพื่อเสนอผู้บริหารท้องถิ่น

4. ผู้บริหารท้องถิ่นพิจารณาอนุมัติร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา และประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

5. สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลให้ผู้บริหารท้องถิ่นเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาต่อสภาองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อให้ความเห็นชอบก่อน แล้วผู้บริหารท้องถิ่นจึงพิจารณาอนุมัติและประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ต่อไป

ประโยชน์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา

1. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2. เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. เพื่อเป็นการสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย

2.2.1 ความหมายของนโยบายสาธารณะ

ดาย (Dye, 1984) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง “นโยบายของรัฐ หรืออะไรก็ตามที่รัฐบาลต่างๆ เลือกระทำ หรือเลือกว่าจะไม่กระทำ”

แอนเดอร์สัน (Anderson, 1975) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง “แนวทางปฏิบัติที่กำหนดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น หรืออีกอย่างหนึ่ง คือรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาตนเอง”

ชาร์คานสกี (Sharkansky, 1970) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง “กิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรของรัฐจัดทำขึ้น เช่น การจัดบริการสาธารณะ การออกกฎหมายและบังคับใช้กฎหมายต่างๆ และการจัดพิธีกรรมอันถือเป็นสัญลักษณ์ของสังคม เป็นต้น”

คอล์ดเวลล์ (Coldwell, 1970) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง “การตัดสินใจอย่างสัมฤทธิ์ผลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ที่สังคม จะเข้าทำการยินยอมอนุญาต หรือที่จะห้ามมิให้กระทำ” โดยเป็นความหมายที่แสดงถึงแนวทางในการเลือกกำหนดนโยบาย

อีสตัน (Easton, 1953) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง “การแจกแจงคุณค่าต่างๆ อย่างถูกต้องตามกฎหมายสำหรับสังคมเป็นส่วนรวม” โดยอีสตันมีความเห็นว่าการดำเนินการทุกอย่างของรัฐบาลหนึ่งๆ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกที่จะกระทำหรือเลือกที่จะไม่กระทำก็ตาม ย่อมก่อให้เกิดผลในการแจกแจงคุณค่าต่างๆ ของสังคมนั้นๆ และเนื่องจากในประเทศหนึ่งๆ นั้นองค์กรที่จะมีและใช้อำนาจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีผลต่อบุคคลทุกคนในประเทศนั้นก็คือ รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลเท่านั้น

ศุภชัย ยาวประภาษ (2545) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ “แนวทางการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาล” เพราะกิจกรรมทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นระดับใดในหน่วยงานใด ล้วนมีกำหนดมาจากความคิดอันเป็นกรอบนำทางว่า ควรจะทำอะไร เมื่อใด ที่ไหน โดยใคร และอย่างไร หากปราศจากความคิดที่ชัดเจน การกระทำที่ตามมาคงปราศจากทิศทางที่แน่นอนชัดเจนในการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาล

อุทัย เลาหวิเชียร (2541) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะมีความหมายที่สำคัญอยู่สองประการ ประการแรกคือ เป็นสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ และ ประการที่สองคือ การกำหนดเหตุผลและเป้าหมายสำหรับโครงการของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาสังคม และได้สรุปสาระสำคัญของนโยบายสาธารณะไว้ว่า นโยบายสาธารณะมีค่านิยมอยู่ในทุกนโยบายเป็นกิจกรรมของรัฐ เป็นกิจกรรมเพื่อประชาชนและสังคมเพื่อส่วนรวม เป็นเอกสารที่มีผลทางกฎหมายนโยบายสาธารณะจะถูกนำไปสู่การปฏิบัติโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐเท่านั้น นโยบายสาธารณะจะมีผลเมื่อนำ ไปสู่การปฏิบัติ

สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2544) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ เครื่องมือสำคัญของรัฐบาลในการบริหารและการพัฒนาประเทศทั้งในทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง แต่่นโยบายสาธารณะจะมีความสมบูรณ์ ก็ต่อเมื่อได้รับการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ปรากฏเป็นจริง เพราะนโยบายสาธารณะมิใช่เป็นสิ่งที่แสดงเจตจำนงหรือความตั้งใจของรัฐบาลที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดเท่านั้น แต่จะต้องควบคุมถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ปรากฏเป็นจริงด้วย

นอกจากนี้ยังได้สรุปแนวความคิดของนักวิชาการต่างๆ โดยจำแนกลักษณะที่เป็นองค์ ประกอบสาธารณะที่สำคัญดังต่อไปนี้ คือ

- เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ

- เป็นการใช้อำนาจของรัฐในการจัดสรรกิจกรรมเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคม
 - ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายสาธารณะ ได้แก่ ผู้นำทางการเมือง ฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการ พรรคการเมือง สถาบันราชการ ข้าราชการและประมุขของประเทศ
 - กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องเป็นชุดของการกระทำที่มีแบบแผน ระบบ และกระบวนการอย่างชัดเจน เป็นการกระทำที่มีการสานต่ออย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
 - กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนจำนวนมาก
 - เป็นกิจกรรมที่ต้องกระทำให้ปรากฏเป็นจริง มิใช่เป็นเพียงการแสดงเจตนารมณ์ หรือความตั้งใจที่จะกระทำด้วยคำพูดเท่านั้น
 - กิจกรรมที่เลือกกระทำต้องมีผลลัพธ์ในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของสังคมทั้ง ปัญหาความขัดแย้งหรือความร่วมมือของประชาชน
 - เป็นการตัดสินใจที่จะกระทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนจำนวนมาก มิใช่การตัดสินใจเพื่อประโยชน์เฉพาะบุคคล และเป็นชุดของการตัดสินใจในที่ที่เป็นระบบมิใช่การตัดสินใจแบบ เอกเทศ
 - เป็นการเลือกทางเลือกที่จะกระทำ โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม
 - เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการต่อรองหรือประนีประนอมระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง
 - เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมทั้งกิจกรรมภายในประเทศและระหว่างประเทศ
 - กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ อาจก่อให้เกิดผลทั้งทางบวก และทางลบต่อสังคม
 - เป็นกิจกรรมที่ขอบด้วยกฎหมาย
- นโยบายสาธารณะ เป็นเรื่องที่มีขอบข่ายกว้างขวางครอบคลุมกิจกรรมของรัฐทุกอย่าง โดยมีขั้นตอนใหญ่ๆ อยู่ 3 ขั้นตอน ตามที่ศุภชัย ยาวะประภาส (2545) กล่าวไว้ คือ
1. การกำหนดนโยบาย ประกอบด้วย การระบุประเด็นปัญหา การพัฒนาทางเลือก การเสนอทางเลือก
 2. การนำนโยบายไปปฏิบัติ ประกอบด้วย การแปลความนโยบาย การรวบรวมทรัพยากร การวางแผน การจัดองค์การ การดำเนินงาน
 3. การประเมินผลนโยบาย ประกอบด้วย การยกเลิก การปรับปรุงเปลี่ยนแปลง

2.2.2 ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ซาบาเตียร์ และ แมซมานเนียน (Sabatier & Mazmanian, 1980) ให้คำนิยามว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ การนำนโยบายพื้นฐานทั่วไป ได้แก่ กฎหมาย คำสั่งของรัฐบาล มติ คณะรัฐมนตรี หรือคำพิพากษาของศาลไปดำเนินการให้บรรลุผล

เพรสแมน และวิลดูล์ฟสกี (อ้างถึงใน สมบัติ ธำรงธัญวงศ์, 2544) ได้กล่าวถึงนิยามของการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างเข้าใจ ง่ายว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ การดำเนินงานให้ลุล่วง

ให้ประสบความสำเร็จ ให้ครบถ้วน ให้เกิดผลผลิต และให้สมบูรณ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ คือสิ่งที่รัฐบาลกำลังปฏิบัติอยู่ และเป็น การกำหนดปัญหา การวิเคราะห์ทางเลือก การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ การประเมินผลนโยบาย

ธรรมชาติของนโยบาย เพรสแมน และวิตอฟสกี ได้ให้ความหมายเพิ่มเติม โดยพิจารณาจากทัศนะของตนว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดเป้าประสงค์และการปฏิบัติเพื่อการบรรลุเป้าประสงค์ การศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติยังเกี่ยวข้องกับปัญหาของการประเมินความสำเร็จของผู้ปฏิบัติ และการตีความข้อปฏิบัติที่มีลักษณะทั่วไปลงสู่การตัดสินใจเฉพาะด้าน ที่ต้องมีผู้เข้าร่วมมากมาย และมีมุมมองที่หลากหลาย

การบรรลุเป้าประสงค์ผ่านการตัดสินใจเฉพาะด้าน ณ ระดับใด ย่อมเป็นการวัดระดับของความ สำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ คุณลักษณะที่สำคัญของการนำนโยบายไปปฏิบัติ เมื่อพิจารณาตามความหมายของนักวิชาการทั้งสองท่านนั้น อาจจำแนกให้เห็นชัดได้ ดังนี้

ประการแรก การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ทั้งหมดในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ประการที่สอง กระบวนการหลักในการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างการกำหนดเป้าประสงค์ของนโยบาย และการปฏิบัติ เพื่อการบรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า มาตรการในการนำนโยบายไปปฏิบัติดังกล่าว จะต้องสอดคล้องกับการปฏิบัติให้บรรลุเป้าประสงค์ของนโยบาย ในกรณีนี้เป้าประสงค์จึงเป็นเสมือนเข็มทิศของการปฏิบัติ ดังนั้น การกำหนดเป้าประสงค์จึงต้องคำนึงถึงความชัดเจน ความเที่ยงตรงในการแก้ไขปัญหา และความเป็นไปได้ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ส่วนการปฏิบัติให้บรรลุเป้าประสงค์นั้น จะต้องประกอบด้วยบุคลากรที่มีความรู้และความชำนาญที่เหมาะสม มีทรัพยากรที่เพียงพอต่อการปฏิบัติ บุคลากรมีความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าประสงค์ของนโยบายอย่างชัดเจน และผู้รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องเป็นผู้มีภาวะผู้นำ สามารถกระตุ้นและสร้างขวัญกำลังใจให้ผู้ปฏิบัติมีความตั้งใจและความเชื่อมั่นที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ

ประการที่สาม การประเมินผลความสำเร็จเป็นการกำหนดกรอบในการวัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติให้มีความชัดเจน โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินความสำเร็จให้ชัดเจนเป็นที่ยอมรับแก่ผู้เกี่ยวข้อง ดังนั้น การประเมินผลสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จึงต้องมีทั้งความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ซึ่งหมายความว่า การประเมินผลจะต้องกระทำอย่างเป็น ระบบ ถูกต้องตามระเบียบวิธีการประเมินผล เพื่อให้การประเมินผลสำเร็จสามารถระบุระดับของความสำเร็จได้อย่างชัดเจน และสามารถให้ข้อเสนอแนะได้ว่า มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้างในระหว่างการนำนโยบายไปปฏิบัติที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุง

ประการที่สี่ การแปลงความเป็นนามธรรมของเป้าประสงค์ไปสู่ความเป็นรูปธรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง และสามารถนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งผู้รับผิดชอบการนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจในการกระทำดังกล่าว เพื่อให้ผู้ปฏิบัติปราศจากความคลุมเครือ และมีความชัดเจนต่อภารกิจที่ตนจะต้องรับผิดชอบในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ อาจกล่าวได้ว่าการตัดสินใจ ในขั้นตอนนี้ เป็นส่วนที่มีความสำคัญมากที่สุดส่วนหนึ่งในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ประการสุดท้าย การนํานโยบายไปปฏิบัติเกี่ยวกับบุคลากรที่ร่วมรับผิดชอบจำนวนมาก ทั้งบุคลากรภายในหน่วยงานเดียวกัน และบุคลากรระหว่างหน่วยงาน ที่ต้องทำงานประสานกัน ดังนั้น การสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน ทั้งระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงานเดียวกันและระหว่างหน่วยงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง เพราะถ้าบุคลากรผู้ปฏิบัติขาดความร่วมมือที่ดีต่อกันหรือขาดความเข้าใจต่อความสำคัญในการประสานงานกันอย่างใกล้ชิด หรือเกิดความขัดแย้งในระหว่างผู้ปฏิบัติงาน สิ่งเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการนํานโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้น ความร่วมมือด้วยความเข้าใจต่อการบรรลุเป้าประสงค์ร่วมกัน จะส่งเสริมให้การนํานโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

วรเดช จันทรศร (2527) ได้แสดงกระบวนการของการนํานโยบายไปปฏิบัติว่าสามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนหลักๆ ได้ดังนี้

1. การแปลงวัตถุประสงค์ของผู้กำหนดนโยบาย เป็นแนวทางในการปฏิบัติของหน่วยงาน (ส่วนกลาง) โดยปกติมักจะออกมาในรูปแบบของแผนในระดับกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ เพื่อจะมอบหมายให้แก่หน่วยงานระดับปฏิบัติต่อไป

2. การแปลงแผนของหน่วยงานส่วนกลางออกเป็นแผนงานหรือโครงการของหน่วยปฏิบัติ ซึ่งอาจได้แก่หน่วยงานในส่วนภูมิภาคหรือส่วนท้องถิ่น เพื่อให้แผนมีความกระชับเหมาะสมและสอดคล้องกับหน่วยปฏิบัติต่างๆ ในแต่ละพื้นที่มากยิ่งขึ้น

3. การยอมรับแผนงานหรือโครงการของหน่วยปฏิบัติ ขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งขั้นตอนหนึ่ง หากหน่วยปฏิบัติยอมรับแผนงานหรือโครงการแล้วก็จะยอมจะให้นโยบายในเรื่องนั้นๆ มีโอกาสประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ในขั้นตอนนี้มีปัจจัยต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เช่น ผลได้ และผลเสียที่มีต่อหน่วยปฏิบัติ ความยากง่ายของการปฏิบัติและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ฯลฯ

4. การปฏิบัติการของหน่วยปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การวางแผนดำเนินการของหน่วยปฏิบัติ

4.2 การระดมทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติตามนโยบายนั้น

4.3 การแสวงหาการสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่ปฏิบัติการ

4.4 การลงมือดำเนินการตามแผนงานหรือโครงการ

4.5 การควบคุมการปฏิบัติงาน

ศุภชัย ยาวะประภาส (2545) กล่าวว่า นักวิชาการส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันในประเด็นที่สำคัญอย่างน้อย 2 ประเด็น ประเด็นแรก คือ การนํานโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการ นั่นคือ มีความต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง มีขั้นมีตอนในการดำเนินกิจกรรมไม่ใช่กิจกรรมที่เกิดขึ้นชั่วครั้งชั่วคราวแล้วเลือนหายไป ไม่ใช่กิจกรรมที่ชั่ยกช่ยอน แต่เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง แต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลา และประเด็นที่สอง คือ การนํานโยบายไปปฏิบัติ เป็นการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายของนโยบาย ซึ่งแฝงความหมายว่า ก่อนการนํานโยบายไปปฏิบัติ ต้องมีตัวนโยบายก่อน และต้องมีเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์กำหนดไว้ด้วย นั่นคือ การนํานโยบายไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนหนึ่งในขั้นตอนนโยบายทั้งหมด โดยเป็นขั้นตอนที่สืบเนื่องมาจากการกำหนดนโยบาย

กล้า ทองขาว (2548) ได้สำรวจผลงานวิชาการด้านการนำนโยบายไปปฏิบัติของนักวิชาการไทยร่วมสมัยและพบว่า โดยสรุปแล้ว นักวิชาการส่วนใหญ่มักเห็นพ้องต้องกันเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในประเด็นที่สำคัญอย่างน้อย 2 ประเด็น คือ

ประเด็นแรก การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นกระบวนการ นั่นคือ มีความต่อเนื่องไม่หยุดนิ่งมีขั้นตอนในการนำเนนกิจกรรม ไม่ใช่กิจกรรมที่เกิดขึ้นชั่วคราวแล้วเลือนหายไป ไม่ใช่กิจกรรมที่ขาดความต่อเนื่อง แต่เป็นกิจกรรมต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง แต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลา และประเด็นที่สอง การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายของนโยบาย ทั้งนี้ การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นเรื่องของการศึกษาว่า องค์กรที่รับผิดชอบสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งหมดสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่นั้นเพียงใด กล่าวคือ ในส่วนนี้จะเป็นเรื่องที่นักวิเคราะห์นโยบายสาธารณะมุ่งให้ความสนใจไปที่ปัญหา หรือสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของการนำนโยบาย แผนงาน และโครงการให้ลึกซึ้งและถ่องแท้ยิ่งขึ้น

โดยสรุปการนำนโยบายไปปฏิบัติ น่าจะหมายถึงกระบวนการจัดการและการประสานกิจกรรม เพื่อนำการเปลี่ยนแปลงไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ ให้บรรลุความสำเร็จตรงตามเจตจำนงของนโยบาย โดยกลุ่มบุคคล หรือองค์กร ภาครัฐ หรือ เอกชน

ทองใบ สุธาชัย (2536) ได้สรุปว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง กระบวนการในทางปฏิบัติที่จะทำให้นโยบายใดๆ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ และได้วิเคราะห์ให้เห็นว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติประเทศต่างๆ อาจจะทำให้ผลแตกต่างกัน กล่าวคือ ประการแรก การนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีประสิทธิผล ต้องการความสามารถทางการบริหารสูง จนกลายเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของประเทศในโลกที่สาม และในยุโรปบางประเทศ เช่น อิตาลี เป็นต้น ประการที่สอง การนำนโยบายไปปฏิบัติจะง่ายขึ้นในประเทศที่มีลักษณะภายในไม่แตก ต่างกัน และมีขนาดพื้นที่เป็นประเทศขนาดกลาง หรือขนาดเล็ก มากกว่าประเทศขนาดใหญ่ ประการที่สาม การนำนโยบายไปปฏิบัติ จะเหมาะสมกับประเทศที่ยึดถือการปกครองในระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา มากกว่าประเทศที่มีระบอบราชการแบบการเมือง (Politicized Bureaucracy) อย่างสหรัฐอเมริกา ประการที่สี่ การนำนโยบายไปปฏิบัติ น่าจะกระทำได้ง่ายขึ้น ในกรณีประเทศที่มีการปกครองแบบรวมศูนย์อำนาจมากกว่าประเทศในระบบสหพันธรัฐ ประการสุดท้าย การนำนโยบายไปปฏิบัติ น่าจะมีประสิทธิผลมากในประเทศที่รัฐบาลเสถียรภาพสูง

แต่อย่างไรก็ตาม เขาก็ตั้งข้อสังเกตว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติใน 5 ลักษณะข้างต้นเป็น เพียงข้อเสนอเชิงสมมติฐานที่จะต้องมีการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อหาข้อสรุปต่อไป

2.2.3 ขั้นตอนของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังจากการตรากฎหมาย หรือพระราชบัญญัติเรียบร้อยแล้ว กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะครอบคลุมถึงการแปลงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ในกฎหมายหรือพระราชบัญญัติ ซึ่งโดยปกติมักจะกว้าง คลุมเครือ และกำกวมให้เป็นโครงการหรือกิจกรรมที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพราะนโยบายสาธารณะก็คือ แผนกระดาศ การกำหนดนโยบายจะดีเลิศเพียงใดก็ตาม จะเป็นความจริงได้ก็ต่อเมื่อ มีการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้

เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ แต่เมื่อการนำไปปฏิบัติแล้วเกิดความล้มเหลว นอกจากจะทำให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชนต่อทรัพยากรของชาติและสูญเสียเวลาอันมีค่าแล้ว ยังส่งผลกระทบต่ออนาคตทางการเมืองของผู้กำหนดนโยบายหรือผู้รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติอีกด้วย การระดมรวมทรัพยากรต่างๆ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ เครื่องมือเครื่องใช้ และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้แล้ว การวางแผนและการวางรูปโครงการ เพื่อให้ตอบสนองต่อเป้าหมายที่กำหนดไว้ การจัดองค์การและการปฏิบัติ การให้เป็นไปตามโครงการที่วางรูปแบบและกำหนดแผนไว้ ทั้งนี้ เพื่อให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดผลสำเร็จมากที่สุดเท่าที่ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติจะทำได้ โดยทั่วไปการนำนโยบายไปปฏิบัติในความเป็นจริงมีลักษณะที่สับสนดังจะแสดงให้เห็นในรูป เป็นเพียงภาพจำลองของสิ่งที่เกิดขึ้นจริงซึ่งยากจะจำลองให้เห็นได้จริงๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องลำดับและความต่อเนื่องไม่ขาดตอนของกิจกรรม การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นตลอดเวลาระหว่างกิจกรรมในขั้นตอนเดียวกันและกิจกรรมต่างกัน รวมถึงขั้นตอนอื่นๆ ด้วย ภาพของนโยบายเหล่านั้นคือปรากฏการณ์จริงที่ยากจะแสดงให้เห็นชัดเจนได้

2.2.4 กรอบแนวคิดในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

วเรเดช จันทรศร (2540) กล่าวว่า เนื่องจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation) เป็นเรื่องของการศึกษาว่า องค์การที่รับผิดชอบ สามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งหมด ปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่นั้น เพียงใด การศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงเป็นการแสวงหาวิธีการและแนวทางเพื่อปรับปรุงนโยบาย แผนงาน และการปฏิบัติงานในโครงการให้ดีขึ้น การศึกษาดังกล่าวยังถือได้ว่าเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการนำไปสู่การบรรลุจุดหมายของการพัฒนาที่ดีขึ้นในอนาคตอีกด้วย

อุทัย เลหาวิเชียร และ วเรเดช จันทรศร (2526) ได้ศึกษาถึงแนวทางในการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า จะมีแนวทางการศึกษาหรือตัวแบบ (Model) ไต่บ้าง ที่จะช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น การศึกษาการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ แม้ว่าในปัจจุบันจะได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในการศึกษานโยบายสาธารณะในปัจจุบัน แต่ก็ปรากฏว่ายังมีผลงานวิจัยไม่มากเพียงพอที่จะให้ข้อสรุป หรือยึดถือเป็นแนวทางการศึกษาได้

อย่างไรก็ตาม ถ้าหากจะมีการแยกประเด็นความสนใจในการศึกษาออกไปอย่างกว้างๆ แล้ว การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติอาจแยกพิจารณาได้เป็น 6 แนวทาง หรือ 6 ตัวแบบด้วยกัน คือ

1. แนวทางที่เน้นการวางแผนและการควบคุม หรือที่เรียกว่าตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล (Rational Model) มีตัวแปรที่สำคัญคือ ความชัดเจนในการกำหนดวัตถุประสงค์และภารกิจ การมอบหมายงาน การกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ระบบการวัดและการประเมินผล และระบบการให้ข้อมูลให้โทษแก่ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

2. แนวทางที่เน้นสมรรถนะขององค์การ หรือที่เรียกว่า ตัวแบบทางด้านการจัดการ (Management Model) มีตัวแปรที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบขององค์การ โครงสร้างขององค์การ ความรู้ความสามารถของบุคลากร ทั้งทางการบริหารและเทคนิค และทรัพยากรด้านวัสดุ อุปกรณ์ และงบประมาณ

3. แนวทางที่เน้นการมีส่วนร่วม การสร้างความผูกพันและการยอมรับหรือที่เรียกว่า ตัวแบบทางด้านการพัฒนาองค์กร (Organization Development Model) มีตัวแปรที่สำคัญคือ การทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำ ความผูกพันและการยอมรับของสมาชิก

4. แนวทางที่เน้นการสร้างความสำเร็จ เกี่ยวกับสภาพความเป็นไปในระบบราชการ หรือที่เรียกว่า ตัวแบบทางด้านการบริหารของระบบราชการ (Bureaucratic Processes Model) มีตัวแปรที่สำคัญ คือ ผู้บริหารโครงการเข้าใจสภาพการให้บริการ ผู้ปฏิบัติยอมรับและปรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของงาน

5. แนวทางที่เน้นการเจรจาและต่อรอง หรือที่เรียกว่า ตัวแบบทางการเมือง (Political Model) มีตัวแปรที่สำคัญ คือ ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก การมีส่วนร่วม การเจรจาต่อรอง อำนาจ ทรัพยากรและการสนับสนุนจากสื่อมวลชน นักการเมือง หัวหน้าหน่วยงานอื่นกลุ่มอิทธิพล กลุ่มผลประโยชน์และบุคคลสำคัญ

6. แนวทางที่เน้นวิเคราะห์เชิงระบบ หรือที่เรียกว่า ตัวแบบทั่วไป (General Model) มีตัวแปรที่สำคัญคือ ปัจจัยด้านการสื่อสารความ ปัจจัยด้านปัญหาสมรรถนะขององค์กร และปัจจัยด้านตัวผู้ปฏิบัติ

2.2.5 เครื่องวัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการนโยบายที่มีปัญหามาก เพราะในกระบวนการนี้มีคนเข้ามามีเกี่ยวข้องมาก ทั้งในระดับผู้บริหารระดับสั่งการจนถึงผู้ปฏิบัติการระดับล่างสุด เมื่อนำนโยบายไปปฏิบัติจึงทำให้เกิดปัญหาขึ้น

การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติบางครั้งอาจจะประสบความสำเร็จ บางครั้งอาจประสบความสำเร็จ ล้มเหลว ปัญหาคือ จะใช้อะไรเป็นดัชนีตัวชี้ หรือเครื่องวัด แนวทางการชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ นั้น มีความแตกต่างอย่างน้อย 3 แนวทาง (วรเดช จันทรศร, 2540) คือ

แนวทางแรก ความสำเร็จของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติสามารถวัดได้จากระดับของความร่วมมือที่ผู้นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีต่อผู้ออกคำสั่งหรือมีต่อผู้กำหนดนโยบาย ถ้าระดับของความร่วมมือมีสูง ระดับของความสำเร็จในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติก็จะมีสูงตามไปด้วย และในทางกลับกัน ถ้าระดับของความร่วมมือมีต่ำ นั่นก็ย่อมหมายความว่าระดับของความล้มเหลวในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติก็จะมีสูง

แนวทางที่สอง ความสำเร็จของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ สามารถพิจารณาได้จากเงื่อนไขที่ว่า ได้มีการบรรลุผลการปฏิบัติตามนโยบายนั้นตามภาระหน้าที่ขององค์กรที่รับผิดชอบด้วยความราบรื่น และปราศจากปัญหา ถ้าการปฏิบัติตามนโยบายใดเต็มไปด้วยความขัดแย้งหรือมีอุปสรรคเกิดขึ้นมากเท่าใดระดับของความล้มเหลวก็น่าจะมีสูงขึ้นเท่านั้น

แนวทางที่สาม ความสำเร็จของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติสามารถพิจารณาด้จากการที่นโยบายนั้นได้ก่อให้เกิดผลการปฏิบัติในระยะสั้น และหรือก่อให้เกิดผลกระทบตามที่พึงปรารถนาหรือไม่

จากการพิจารณาแนวทางทั้ง 3 ประการข้างต้น หากนำแนวทางทั้ง 3 ดังกล่าวมา วิเคราะห์เปรียบเทียบการวัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติจะมองว่า

แนวทางแรก เน้นปัญหาพฤติกรรมของระบบราชการ ซึ่งอยู่ในความสนใจของนัก ทฤษฎีองค์การเสียเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม การวัดตามแนวทางนี้แม้ว่าจะมีประโยชน์และคุณค่าใน ตัวเอง แต่นักรัฐศาสตร์ นักเศรษฐศาสตร์ รวมตลอดถึงนักรัฐประศาสนศาสตร์บางท่านอาจจะให้ ความสนใจน้อยมาก เพราะการที่ผู้ปฏิบัติให้ความร่วมมือแค่นี้ย่อมจะไม่มีผลความหมายถ้าหาก นโยบายแผนงาน หรือโครงการนั้นๆ ไม่มีผลการปฏิบัติที่แน่ชัดออกมา

สำหรับแนวทางที่สอง ซึ่งให้ความสำคัญที่ความราบรื่นและการปราศจากปัญหาใน กระบวนการของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่า เป็นการวัดที่มีจุดบกพร่องในตัวเอง เพราะในสภาพความเป็นจริง เมื่อนโยบายถูกนำไปปฏิบัติ โดยส่วนใหญ่ย่อมเผชิญปัญหาและความ ขัดแย้งแทบทั้งสิ้น นโยบายในอีกแง่หนึ่งก็คือ เรื่องของการเมือง ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดสรรหรือ แบ่งปันสิ่งที่มีคุณค่าให้กับสังคมส่วนรวม โดยนัยดังกล่าว ความขัดแย้งจึงไม่ใช่สิ่งที่เลวร้ายในตัวเอง แต่เป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นในกระบวนการของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติดังนั้น การบอกว่าการ นำนโยบายใดไปสู่การปฏิบัติประสบความสำเร็จมากหรือน้อยต่างกัน เพราะการมีปัญหาหรือความ ขัดแย้งเกิดขึ้น จึงอาจจะไม่ตรงกับข้อเท็จจริงและสร้างความเข้าใจได้โดยไม่ตรงจุดนัก

สำหรับแนวทางที่สาม เมื่อพิจารณาประกอบกับ 2 แนวทางแรกแล้วจะเห็นว่า การ วัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ตามแนวทางนี้มีข้อบ่งชี้ที่กว้างและตรงประเด็นมากกว่า 2 แนวทางแรก เพราะสามารถพิจารณาได้จากผลกระทบว่าเป็นไปตามที่พึงปรารถนาไหม ถ้าเป็นไป ตามที่พึงปรารถนาแล้วก็แสดงให้เห็นว่า การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติประสบความสำเร็จ หากไม่ เป็นที่พึงปรารถนาก็แสดงว่า การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติประสบความสำเร็จล้มเหลว

สมพร เฝื่องจันทร์ (2539) ได้สรุปปัจจัยหลายๆ ด้านที่ทำให้การนำนโยบายไป ปฏิบัติไม่ประสบความสำเร็จเอาไว้หลายด้าน ได้แก่

1. การขาดแคลนทรัพยากร เป็นที่ยอมรับกันว่า ทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นอะไร ย่อมมี ผลต่อ ความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายอย่างยิ่ง ถ้าผู้กำหนดนโยบายได้ตั้งเป้าหมายของนโยบาย นั้นที่ต้องใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก แต่มีทรัพยากรไม่เพียงพอ ปัญหาการที่จะปฏิบัติตามที่มุ่งหวังก็ อาจเป็นไปได้ เรามักพบกันบ่อยๆว่า รัฐสภาจะเพิ่มอำนาจหน้าที่ให้หน่วยราชการต้องการให้มีวิธี ปฏิบัติที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น แต่เมื่อถึงการพิจารณางบประมาณก็มักมีปัญหาได้รับงบประมาณไม่เพียงพอต่อการนำนโยบายไปใช้ เราจึงประสบปัญหาอยู่เนืองๆ

นอกจากปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านบุคลากรก็เป็นอีกที่เกิดปัญหาขึ้นบ่อย เช่น การขยายหน่วยงานที่ไม่ได้สัดส่วนของเจ้าหน้าที่และไม่ได้สัดส่วนกับแผนงานหรือโครงการที่ต้อง บริหาร อีกด้วย นอกจากนี้โครงการมากขึ้นแล้ว ขอบเขตของงานก็ขยายกว้างขวางมากขึ้นอีกด้วย ไม่ ว่าจะเป็นการศึกษา สิ่งแวดล้อม สาธารณสุข หรือที่อยู่อาศัย เป็นต้น

2. ปัญหาขององค์การองค์การหรือหน่วยงานที่นำเอานโยบายไปปฏิบัตินั่นเองที่มี ผลกระทบต่อ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบาย ตัวอย่างต่อไปนี้ เป็นการชี้ให้เห็นว่า องค์ การมีความสำคัญ คือ

2.1 มีโอกาสเสี่ยงต่อความล้มเหลวมาก เมื่อนักพัฒนาองค์การที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและจัดหาบริการไปให้รับผิดชอบเกี่ยวกับการบังคับใช้นโยบายที่ต้องใช้กฎ และระเบียบ เช่น การบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น

2.2 เมื่อนำเอานโยบายไปไว้ในองค์การที่เจ้าหน้าที่ไม่ยินดียินร้ายต่อการนำเอา นโยบายไปปฏิบัติ โอกาสล้มเหลวย่อมมีอยู่สูงมาก ตัวอย่างเช่น องค์การที่รับผิดชอบงานด้าน สงเคราะห์ที่ประกอบไปด้วยนักสังคมสงเคราะห์ที่มักไม่กระตือรือร้นในการเบิกจ่ายเงินอุดหนุนให้กับ ครอบครัวยากจน หรือเช่นหน่วยงานสาธารณสุขไม่ค่อยใช้มาตรการควบคุมการปฏิบัติงานของแพทย์ อย่างเคร่งครัดนักในเรื่องการเข้ารับการรักษา การรักษาและระยะเวลาที่คนไข้ต้องพักรักษาตัวนาน เพียงใด

2.3 ประการสุดท้าย ปัญหาที่ค่อนข้างร้ายแรงเมื่อมีหลายนโยบายที่กำหนด ขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาเดียวกันและกลุ่มประชากรเป้าหมายเดียวกัน โดยมอบหมายให้หลายองค์การ ทำหน้าที่บริหาร หรือบริการ ปัญหาคือ จะเกิดการแข่งขันให้บริการระหว่างหน่วยงานต่างๆ โดยอาจ เป็นในรูปให้บริการมากเกินไป หรือไม่ก็เป็นการบังคับใช้กฎหมาย ระเบียบ ในลักษณะที่หย่อนยานเกินไป

3. การขึ้นต่อองค์การอื่น กรณีเช่นนี้เกิดขึ้นได้เมื่อนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติได้ ต่อเมื่อต้องได้รับความเห็นชอบหรือทศนะจากหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งอาจเป็นกรณีต่างๆ คือ ประการแรก เป็นความต้องการของแผนงาน ประการที่สอง เป็นกรณีการดำเนินงานขององค์การนั้นจำเป็นต้องได้รับ อนุมัติจากหน่วยงานอื่นก่อน แม้ว่าจะก่อให้เกิดความล่าช้าหรือขัดขวางการกระทำก็ตาม

4. ปัญหา นโยบายใหม่ๆ กับการดำเนินงานของนโยบายเดิม ปัญหานี้จะพบกันได้ บ่อยกล่าว คือ เมื่อมีปัญหานโยบายใหม่ๆ ที่เป็นที่สนใจของประชาชน นโยบายเดิมก็ถูกลดทอน ความสำคัญลงไป

5. นโยบายที่ขัดแย้งกัน ปัญหานี้เป็นปัญหานโยบายที่ถูกกำหนดขึ้นในโอกาสที่ แตกต่างกัน อาจทำให้มีความขัดแย้งกัน เช่น ในขณะที่หน่วยงานสาธารณสุขมีนโยบายรณรงค์ให้ ประชาชนเลิกสูบบุหรี่ ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีนโยบายให้ชาวไร่ปลูกยาสูบโดยกำหนดนโยบายพุง ราคายาสูบ เป็นต้น

6. นโยบายมีความซ้ำซ้อน สิ่งที่ผู้กำหนดนโยบายเผชิญอยู่เสมอ คือ นโยบายนั้นมีความซ้ำซ้อนมาก การจะกำหนดนโยบายให้ครอบคลุมทุกแง่มุมของปัญหานั้นเป็นเรื่องยากมาก เช่น ปัญหาความยากจน สิ่งที่ได้ทำคือ กำหนดนโยบายที่ลดความยากจนลงบางส่วนเท่านั้น

7. นโยบายไม่อาจทำให้ปัญหาบางอย่างหมดไปได้ เช่น ปัญหาขยะ คงไม่สามารถทำให้หมดไปได้ อย่างไรก็ตาม นี่เป็นเพียงส่วนบางส่วนของปัญหาการนำเอานโยบายไปปฏิบัติ ยังมี ปัญหาที่เป็นลักษณะเฉพาะของนโยบายนั้นอีกมากมาย ซึ่งต้องศึกษาและทำความเข้าใจต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

2.3.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

บุญทัน ดอกไธสง (2537) ได้ให้ความหมายว่า การบริหาร คือ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์กร หรือประเทศ หรือการจัดการเพื่อผลกำไรของทุกคนในองค์กร

เฮอร์เบิร์ต เอ ซิมอน (Herbert A. Simo, 1947) กล่าวถึงการบริหารว่า หมายถึงกิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ติน ปรัชญพฤทธิ์ (2535) มองการบริหารในลักษณะที่เป็นกระบวนการโดย หมายถึงกระบวนการนำเอาการตัดสินใจ และนโยบายไปปฏิบัติ ส่วนการบริหารรัฐกิจหมายถึงเกี่ยวข้องกับการนำเอานโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

2.3.2 ลักษณะของการบริหารจัดการ

สมพงษ์ เกษมสิน (2523) กล่าวไว้ว่า คำว่า การบริหารนิยมใช้กับการบริหารราชการหรือการจัดการเกี่ยวกับนโยบาย ซึ่งมีศัพท์บัญญัติว่า รัฐประศาสนศาสตร์ (Public Administration) และคำว่า การจัดการ (Management) นิยมใช้กับการบริหารธุรกิจเอกชน หรือการดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้ สมพงษ์ เกษมสิน ยังให้ความหมายการบริหารไว้ว่า การบริหารมีลักษณะเด่นเป็นสากลอยู่หลายประการ ดังนี้ 1) การบริหารย่อมมีวัตถุประสงค์ 2) การบริหารอาศัยปัจจัยบุคคลเป็นองค์ประกอบ 3) การบริหารต้องใช้ทรัพยากรการบริหารเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน 4) การบริหารมีลักษณะการดำเนินการเป็นกระบวนการ 5) การบริหารเป็นการดำเนินการร่วมกันของกลุ่มบุคคล 6) การบริหารอาศัยความร่วมมือร่วมใจของบุคคล กล่าวคือ ความร่วมมือ (Collective Mind) จะก่อให้เกิดความร่วมมือของกลุ่ม (Group Cooperation) อันจะนำไปสู่พลังของกลุ่ม (Group Effort) ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ 7) การบริหารมีลักษณะการร่วมมือกันดำเนินการอย่างมีเหตุผล 8) การบริหารมีลักษณะเป็นการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานกับวัตถุประสงค์ และ 9) การบริหารไม่มีตัวตน (Intangible) แต่มีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์

ธงชัย สันติวงษ์ (2543) ได้กล่าวถึงลักษณะของงานบริหารจัดการไว้ 3 ด้าน คือ 1) ในด้านที่เป็นผู้นำหรือหัวหน้างาน งานบริหารจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่ปฏิบัติตนเป็นผู้นำภายในองค์กร 2) ในด้านของภารกิจหรือสิ่งที่ต้องทำ งานบริหารจัดการ หมายถึง การจัดระเบียบทรัพยากรต่างๆ ในองค์กร และการประสานกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน และ 3) ในด้านของความรับผิดชอบ งานบริหารจัดการ หมายถึง การต้องทำให้งานต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยการอาศัยบุคคลต่างๆ เข้าด้วยกัน (ธงชัย สันติวงษ์, องค์กรและการบริหาร

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2548) กล่าวไว้ว่า การบริหารจัดการ (Management Administration) การบริหารการพัฒนา (Development Administration) แม้กระทั่งการบริหารการบริการ (Service Administration) แต่ละคำมีความหมายคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกันที่เห็นได้อย่างชัดเจนมีอย่างน้อย 3 ส่วน คือ 1) ล้วนเป็นแนวทางหรือวิธีการบริหารงานภาครัฐที่หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ นำมาใช้ในการปฏิบัติราชการเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการ 2) มีกระบวนการบริหารงานที่ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การคิด (Thinking) หรือการ

วางแผน (Planning) การดำเนินงาน (Acting) และการประเมินผล (Evaluating) และ 3) มีจุดหมายปลายทาง คือ การพัฒนาประเทศไปในทิศทางที่ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งประเทศชาติมีความเจริญก้าวหน้าและมั่นคงเพิ่มขึ้น สำหรับส่วนที่แตกต่างกัน คือ แต่ละคำมีจุดเน้นต่างกัน กล่าวคือ การบริหารจัดการเน้นเรื่องการนำแนวคิดการจัดการของภาคเอกชนเข้ามาใช้ในการบริหารราชการ เช่น การมุ่งหวังผลกำไร การแข่งขัน ความรวดเร็ว การตลาด การประชาสัมพันธ์ การจูงใจด้วยค่าตอบแทน การลดขั้นตอน และการลดพิธีการ เป็นต้น ในขณะที่การบริหารการพัฒนาให้ความสำคัญเรื่องการบริหารรวมทั้งการพัฒนานโยบาย แผน แผนงาน โครงการ (Policy, Plan, Program, Project) หรือกิจกรรมของหน่วยงานของรัฐ ส่วนการบริหารการบริการเน้นเรื่องการอำนวยความสะดวกและการให้บริการแก่ประชาชน นอกจากนี้ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2545) ได้แบ่งการบริหาร ตามวัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้งหน่วยงานไว้ 6 ส่วน ดังนี้ 1) การบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเรียกว่า การบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือการบริหารภาครัฐ มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้ง คือ การให้บริการสาธารณะ (Public Services) ซึ่งครอบคลุมถึงการอำนวยความสะดวก การรักษาความสงบเรียบร้อย ตลอดจนการพัฒนาประชาชนและประเทศชาติ เป็นต้น การบริหารส่วนนี้เป็นการบริหารของหน่วยงานของภาครัฐ (Public or Governmental Organization) ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น เช่น การบริหารงานของหน่วยงานของสำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวง กรม หรือเทียบเท่า การบริหารงานของจังหวัดและอำเภอ การบริหารงานของหน่วยการบริหารท้องถิ่น หน่วยงานบริหารเมืองหลวง รวมตลอดทั้งการบริหารงานของหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น 2) การบริหารงานของหน่วยงานภาคธุรกิจ ซึ่งเรียกว่า การบริหาร ธุรกิจ (Business Administration) หรือการบริหารภาคเอกชนหรือการบริหารของหน่วยงานของเอกชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้งเพื่อการแสวงหากำไร หรือการแสวงหากำไรสูงสุด (Maximum Profits) ในการทำธุรกิจ การค้าขาย การผลิตอุตสาหกรรม หรือให้บริการ เห็นตัวอย่างได้อย่างชัดเจนจากการบริหารงานของ บริษัท ห้างร้าน และห้างหุ้นส่วนทั้งหลาย 3) การบริหารของหน่วยงานที่ไม่สังกัดภาครัฐ (Non-Governmental Organization) ซึ่งเรียกย่อว่า หน่วยงาน เอ็นจีโอ (NGO.) เป็นการบริหารงานของหน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร (Non-Profit Administration) มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้ง คือการไม่แสวงหาผลกำไร (Non-Profit) เช่น การบริหารของมูลนิธิ และสมาคม 4) การบริหารงานของหน่วยงานระหว่างประเทศ (International Organization) มีวัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้ง คือ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เช่น การบริหารงานของสหประชาชาติ (United Nations Organization) องค์การการค้าระหว่างประเทศ (World Trade Organization) และกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) 5) การบริหารงานขององค์กรตามรัฐธรรมนูญ การบริหารงานขององค์กรส่วนนี้เกิดขึ้นหลังจากประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2540) โดยบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญได้กำหนดให้มีองค์กรตามรัฐธรรมนูญขึ้น เช่น การบริหารงานของศาลรัฐธรรมนูญ ศาลปกครอง คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ คณะกรรมการการเลือกตั้ง และผู้ตรวจการแผ่นดินของรัฐสภา เป็นต้น องค์กรดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นหน่วยงานของรัฐเช่นกัน แต่มีลักษณะพิเศษ เช่น เกิดขึ้นตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญดังกล่าว และมีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งเพื่อปกป้องคุ้มครองและรักษาสิทธิเสรีภาพของ

ประชาชน ตลอดจนควบคุมตรวจสอบการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐ และ

6) การบริหารงานของหน่วยงานภาคประชาชน มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งเพื่อปกป้องรักษาผลประโยชน์ของประชาชนโดย ส่วนรวมซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศและถูกเอารัดเอาเปรียบตลอดมา เช่น การบริหารงานของหน่วยงานของเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน และกลุ่มผู้ให้บริการ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

เสรี วังสไพจิตร ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์หรือการกระทำต่อกันและกันของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รัฐบาล และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ

ศิริ ฮามสุโพธิ์ กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อทำการศึกษ และพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ

วรรณภา วงษ์วานิช (2539) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความหมายกว้างไม่ได้มีความหมายถึงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน

2.4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมนี (2536) ได้กล่าวถึงบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ
2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลภาพการชำระเงิน
3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการสร้างอาชีพเสริมที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน การผลิตอาหาร เป็นต้น
4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
5. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย ซึ่งถือว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน

7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของการท่องเที่ยวจึงเสนอขายให้นักท่องเที่ยวได้โดยมีความยั่งยืนไม่ผันแปร

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

11. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี ซึ่งเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน

2.4.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

สมิทซ์ (Smith, 1977) ได้กล่าวถึงการจำแนกถึงที่หมายปลายทาง ทางการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งเป็นประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมต่างๆ และการเข้าร่วมพิธีทางศาสนา

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสชีวิตและบางกรณีก็เข้าไปร่วมใช้ชีวิตชีวิตร่วมๆ ที่ได้สูญหายไปแล้ว หรือสัมผัสในท้องถิ่นเก่าที่มีสีสันดึงดูดใจ เช่น งานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน และแหล่งโบราณคดีที่เป็นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสรณ์สถาน วัด วัง การแสดงแสง – เสียง เหตุการณ์สำคัญในอดีต เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ ที่เป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและ การชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับสิ่งแวดล้อมก็อยู่ในกลุ่มนี้

5. การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมแข่งกีฬา การอาบแดด การสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ เช่น ชายหาด สนามกอล์ฟ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จึงดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) ได้แก่ การประชุม การพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการอะไร

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้าน เพื่อการดูงาน การประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อนันทนาการ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการประชุม Globe 1990 ที่ประเทศแคนาดา (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทาง เศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย

2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

พระธรรมปิฎก (2546) ได้กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า มีลักษณะเป็นการพัฒนาที่เป็นการ บูรณาการ (Integrated) คือ ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) หมายความว่าองค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้อง จะต้องมาประสานกันครบองค์และมีลักษณะอีกอย่าง คือ มีดุลยภาพ (Balance)

สุดใจ ทูลพานิชย์กิจ (2547) แนวความคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน ได้รับความสนใจมากในปัจจุบัน โดย United National Fund for Population Activities (UNFPA) ได้รวบรวมคำอธิบายเกี่ยวกับการพัฒนาแบบยั่งยืนไว้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประการ

1. การพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ตรงกับความต้องการ ตามความจำเป็นในปัจจุบัน โดยสามารถรองรับความต้องการ หรือความจำเป็นที่จะเกิดแก่ชนรุ่นหลังๆ โดยมาตรฐานการครองชีพที่เลียดความจำเป็นขึ้นพื้นฐานต่ำสุด จะยั่งยืนต่อเมื่อมาตรฐานการบริโภคในทุกหนทุกแห่งคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว

2. การพัฒนาแบบยั่งยืน ครอบคลุมมาตรการรักษามรดกทางทรัพยากรที่จะตกกับชนรุ่นหลัง โดยอย่างน้อยให้ได้มากพอๆ กับที่ชนรุ่นปัจจุบันได้รับมา

3. การพัฒนาแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่กระจายประโยชน์ของความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนเป็นการพัฒนาที่ปกป้องสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับโลกโดยรวม เพื่อชนรุ่นหลังและเป็นการพัฒนาที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นอย่างแท้จริง

4. การพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึง การทำให้คุณภาพชีวิตของมนุษย์ดีขึ้นภายในระบบนิเวศวิทยาที่สามารถจะรองรับการดำเนินชีวิตได้ต่อไป เศรษฐกิจแบบยั่งยืน (Sustainable Economy) เป็นเศรษฐกิจที่ธำรงรักษา แหล่งทรัพยากรธรรมชาติของตนได้ โดยเศรษฐกิจแบบนี้จะยังคงสามารถพัฒนาควบคู่กันไปกับการรักษาแหล่งทรัพยากรได้ต่อไปด้วยการปรับตัว และโดยอาศัยการยกระดับความรู้ ปรับปรุงองค์กร ตลอดจนปรับประสิทธิภาพทางเทคนิคและชาวปัญญา

ในส่วนของแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน สุดใจ ทูลพานิชย์ (2547) ได้อธิบายถึงแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า จะเป็นการผสมผสานให้เกิดความสมดุลของการพัฒนาใน 3 มิติ คือ

1. มิติทางเศรษฐศาสตร์ การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพียงพอ สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชน และจัดความยากจนได้รวมทั้งลดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม
2. มิติทางสังคมการพัฒนาที่ยั่งยืนจะสนับสนุนแบบแผนการบริโภคที่เหมาะสมอยู่ในระดับที่ธรรมชาติสามารถแบกรับได้ พร้อมทั้งส่งเสริมการเป็นหุ้นส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อร่วมพัฒนาให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน โดยประชากรในแต่ละกลุ่มต้องร่วมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในหน่วยการผลิตแต่ละหน่วย เพื่อก่อให้เกิดการกระจายผลผลิตอย่างเป็นธรรมและนำไปสู่การผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม
3. มิติทางนิเวศวิทยา การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องมีรูปแบบการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับที่สามารถพลิกฟื้นให้กลับสู่สภาพใกล้เคียงกับสภาพเดิมทางธรรมชาติให้มากที่สุด

คอร์สัน (Corson, 1990 อ้างถึงใน พระธรรมปิฎก, 2546) ได้กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ นโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในปัจจุบัน โดยไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งจะเป็นที่ต้องการในอนาคต

2.5.2 ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ปี พ.ศ. 2532 Brundthl and Commission ได้เกิดแนวคิดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่เรียกว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อันประกอบด้วยตัวแปรมากมายที่ทำให้บุคคลและชุมชนสร้างเอกลักษณ์แห่งตน มีลักษณะเฉพาะและสร้างความสามารถที่จะเผชิญกับโลกได้อย่างมีจุดหมายและภาคภูมิใจ กระบวนการนี้ได้เน้นการเติบโตอย่างกลมกลืนของบุคคลและชุมชนกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และจิตวิญญาณของสังคมโดยรวม ซึ่งแนวความคิดนี้ได้ปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนและชุมชน กำหนดให้การพัฒนาคนเป็นวัตถุประสงค์เดียว (Single Objective) ของการพัฒนาโดยให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนในกระบวนการพัฒนา (Development by the People) แทนที่จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักเช่นที่ผ่านมา เมื่อเป็นเช่นนี้การจัดการการท่องเที่ยวเริ่มเกิดการเปลี่ยนแปลงและเล็งเห็นความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและในกระบวนการแก้ปัญหาชุมชน (นริศรา นงนุช, 2544)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ได้กล่าวถึงปัจจุบันกระแสเรียกร้อง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ขยายตัวกว้างขวางและต่อเนื่องไปทั่วโลก ทั้งนี้ เพราะปัญหาสิ่งแวดล้อมนับวันที่รุนแรงและคุกคามชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนและสิ่งมีชีวิตหนักหน่วงขึ้นทุกที มีความขัดแย้งและโจมตีต่อต้านการพัฒนาด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรมว่าเป็นตัวการก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อม รวมถึงการท่องเที่ยวซึ่งในอดีต เคยเชื่อกันว่าการใช้ทรัพยากรในการท่องเที่ยวจะไม่หมดไป และสามารถจะใช้นานานแต่ปัจจุบันกลับพบว่า การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว ทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

เสื่อมโทรมลง และได้ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมากมายที่เห็นได้ชัด คือ ปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหาขยะและความสกปรก ปัญหาทัศนียภาพอุจาด เป็นต้น

บุญจง ชาวสิทธิวิงษ์ (2541) ได้กล่าวว่า การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การพัฒนาที่เพิ่มคุณภาพชีวิตแก่มนุษย์โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในยุคลูกหลานต่อไป

สุพิตรา กลับดี (2545) ได้กล่าวการใช้ทรัพยากรแบบยั่งยืน (Sustainable Biological Resource Use) หมายถึง การจัดการทรัพยากร เพื่อให้การผลิตได้ดำเนินต่อไปอย่างสูงสุด โดยให้สอดคล้องกับกานอนุรักษ์ปริมาณทรัพยากรซึ่งต้องฟื้นฟูตนเองตลอดเวลา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2547) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สุดอย่างยั่งยืนยาว

ไพฑูรย์ พงสะบุตร (2546) ได้กล่าวว่า หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่ามีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ จะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีจุดเน้นที่สำคัญดังนี้

1. จะต้องดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น

2. ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และลดปริมาณของเสียที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

3. มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้าร่วมในการจัดการ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4. มีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการวางแผนงาน การจัดสรรงบประมาณ และการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม

5. มีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนออกไปในหมู่ประชาชน ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

สวอร์บรู๊ค (Swarbrooke, 1998) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าเป็น การท่องเที่ยวซึ่งทำให้เศรษฐกิจเจริญงอกงาม แต่ต้องไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ต้องไม่ส่งผลในด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในท้องถิ่น ในการพัฒนาแบบยั่งยืนและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามข้อตกลงระหว่างประเทศ ประกอบด้วยหลักการต่อไปนี้ (Rogers & Slinn, 1995)

1. สิ่งแวดล้อมเป็นทรัพย์สินสมบัติที่สำคัญและมีคุณค่ายิ่งต่อการท่องเที่ยว ต้องรักษาไว้ให้สภาพเหมือนเดิม สำหรับลูกหลานในอนาคต มิใช่ถูกทำลายในระยะสั้น
2. การท่องเที่ยวเป็นการจัดกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกประโยชน์ให้กับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเสมอภาคเท่ากับนักท่องเที่ยว หมายความว่า มิใช่ท่องเที่ยวแสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว ชุมชนควรได้รับประโยชน์เท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยวด้วย
3. การจัดการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม ต้องส่งผลต่อการพัฒนาแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายทรัพยากรก่อให้เกิดผลเสียหายในอนาคต หรือส่งผลกระทบต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม
4. กิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรจะยอมรับสภาพธรรมชาติและลักษณะของสถานที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมหรือการพัฒนาดังกล่าวแล้ว กล่าวคือ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดเปราะบางทางธรรมชาติมากเกินไป ก็ควรพัฒนาสถานที่นั้นภายในขอบเขตและให้กระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด เช่น จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว จำกัดกิจกรรม และเวลาของการท่องเที่ยว
5. ความกลมกลืนที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยว
6. การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงต้องไม่ทำลายหลักการของการพัฒนาแบบยั่งยืน
7. องค์กรทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรในท้องถิ่น และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม ต้องยอมรับในหลักการดังกล่าวแล้ว และจะต้องปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่แท้จริง

นอกจากนี้ สวอร์บรูค (Swarbrooke, 1998) ได้ให้หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่ต่อต้านการเจริญเติบโตอันเนื่องมาจากการพัฒนา แต่ต้องเน้นข้อจำกัดของการเจริญเติบโตและการท่องเที่ยวต้องจัดการบริหารภายใต้ข้อจำกัดนี้
2. ต้องจัดการวางแผนและการจัดการที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์
3. คำนึงถึงผลระยะยาวมากกว่าระยะสั้น
4. การจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มิได้มุ่งเน้นการจัดการสิ่งแวดล้อมแต่รวมถึงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและการบริหาร
5. ให้ความสำคัญกับความต้องการที่ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจแต่ต้องอยู่ภายใต้ความเสมอภาคและยุติธรรม

บุทเลอร์ (Butler, 1980) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สามารถดำรงคุณค่าหรือความเป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวได้

ยาวนานไม่มีที่สิ้นสุด และไม่สร้างความเสื่อมโทรมหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมของแหล่งและบริเวณโดยรอบ

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ให้ความสำคัญ กับ 3 เรื่องดังต่อไปนี้

1. ต้อนรับแขกด้วยไมตรีจิตอันดีงาม
2. ดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
3. บำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้บริสุทธิ์ คงสภาพธรรมชาติเดิมไว้

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อสนองตอบความต้องการ (World Tourism Organization, 1998)

1. ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรอื่นๆ ในการท่องเที่ยวจะต้องได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยจะยังสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่สังคมปัจจุบันได้

2. จะต้องมีการวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อม และสังคมวัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3. คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมจะยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ และปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ เมื่อจำเป็นที่จะต้องจัดทำ

4. จะต้องรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเอาไว้เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้ และสามารถทำการตลาดต่อไปได้

5. ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะต้องแผ่หรือกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคม

ร้ำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) ได้กล่าวถึงหลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ว่าประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ 10 ประการ ดังนี้

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างดี (Using Resource Sustainable) หมายถึงการที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ที่มีบทบาทด้านการท่องเที่ยว ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างประหยัด โดยคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่าคุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste)

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity)

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning)

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy)

6. การมีส่วนร่วม โดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities)

7. มีการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and The Public)
8. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff)
9. การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly)
10. ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย (Undertaking Research)

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้กล่าวถึงหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2) ความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ
- 4) การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
- 5) การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าเกิดประโยชน์สูงสุด
- 6) การวางแผนระยะยาว
- 7) ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม
- 8) ความสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาด้านต่างๆ
- 9) ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ
- 10) การสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ
- 11) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว
- 12) การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ
- 13) การเน้นผลประโยชน์ชุมชนคุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และ วัฒนธรรม
- 14) การพัฒนาคน การศึกษา และหลักฐานต่างๆ
- 15) การเสริมสร้างลักษณะเด่นอัตลักษณ์ของชุมชน และพื้นที่
- 16) การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากร
- 17) การดำรงรักษาทรัพยากรมรดกทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม
- 18) การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการประชุม “Earth Summit” ในปี 1992 (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย, 2539) ได้กล่าวถึงกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ

- 1) กระแสความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 2) กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
- 3) กระแสความต้องการในการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนหมายถึง การท่องเที่ยวที่รักษา (Protect) อนุรักษ์ (Preserve) และการสร้างความเข้าใจอันดี (Understanding) ระหว่างชุมชนเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนี้มีความหมายกว้างกว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมีความสำคัญมากกว่าการจัดการการท่องเที่ยวโดยทั่วไป เนื่องจากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นมุ่งเน้นผลประโยชน์ ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้อยู่อาศัย นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ และยังคงประกอบไปด้วย การเคารพ การประเมิน ผลดี ผลเสีย และยังคงให้ผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นอันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้มีส่วนร่วมวิพากษ์แผนการท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาร่วมกันระหว่างผู้อาศัยในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวอีกด้วยเพื่อให้เกิดผลดีต่อทุกๆ ฝ่าย

ดังนั้น การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม สามารถก่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ เพิ่มคุณภาพการท่องเที่ยวและประชากรในท้องถิ่นให้มีการกินดีอยู่ดี มีการจัดการที่เหมาะสม สงวนรักษาสิ่งแวดล้อมและตลอดจนทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้อยู่ยาวนานที่สุด

2.5.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

นริศรา นงนุช (2544) ได้กล่าวถึง นโยบายหลักของการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาแบบยั่งยืน มีดังนี้ 1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การบริหารการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายด้านเศรษฐกิจ โดยเชื่อมโยงกับนโยบายการบริหารประเทศ คือ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติของตนเอง 4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีมาตรการที่ทำให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่นานขึ้น และใช้จ่ายต่อวันมากขึ้น

อุษาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) ได้สรุปว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมี 10 ประการ ดังนี้ 1) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ให้เป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว 2) การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over Consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย 3) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต 4) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว 5) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย 6) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว 7) การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and The Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา 8) เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว 9) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง 10) การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงานรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กล่าวว่า แนวทางการสร้างกรอบนโยบายและแนวทางการปฏิบัติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมี 8 ประการ คือ 1) มุ่งพัฒนาการในประเทศก่อน 2) ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ 3) ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับทุกๆ ด้านของจำนวนนักท่องเที่ยว ตัวสถานที่ ชุมชน และสภาพแวดล้อมโดยรวม 4) มุ่งใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น 5) เน้นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยมุ่งประโยชน์ในระยะยาวของชุมชน 6) คุณค่าและสิ่งแวดล้อม

และวัฒนธรรมนั้นเป็นคุณค่าที่มีอยู่ในตัวเอง มีค่าเพียงพอที่จะเป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวเท่านั้น ความอยู่รอดระยะยาวจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจละเลยได้ 7) การปรับ ตัวเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งจำเป็น แต่ทั้งนี้ต้องไม่ขัดกับหลักการข้างต้น และ 8) ภาครัฐกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมของรัฐ มีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาค และวางอยู่บนหลักการข้างต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พินิตา สิงห์ครา, 2544)

2.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

คำว่า “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ได้มีคำจำกัดความกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ซึ่งให้ความหมาย “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง 1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว 6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

2.6.1 ความสำคัญของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. ปราบปรามการเติบโตของการท่องเที่ยว

ปรากฏการณ์ความเคลื่อนไหวของการท่องเที่ยวโลกที่มีขนาดมหึมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และแนวโน้มที่จะขยายตัวเติบโตต่อไปในอนาคต มีเหตุอันเป็นปัจจัยเกื้อหนุนอย่างน้อย 2 ประการ ที่ช่วยขับเคลื่อนปรากฏการณ์ดังกล่าว กล่าวคือ

1.1 ตัวแปรจากภายนอก ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ด้านแนวโน้มด้านประชากรและสังคม ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในขณะที่จำนวนประชากรเพิ่มขึ้นโดยรวม หรือในภาวะที่เกิดของประชากรชะงักงันภายหลังสงคราม ย่อมทำให้ประชากรวัยสูงอายุโดยเฉพาะในประเทศที่มีนักท่องเที่ยวออกไปเที่ยวกันมากมีจำนวนมากขึ้น หรือในส่วนที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของสังคม ก็มีแนวโน้มว่าประชากรจะสมรสกันช้าลง หรือมีบุตรช้าลงหรือไม่มีบุตร ส่วนประชากรในโลกที่ 3 ก็พยายามทางที่จะไปทำมาหากินในประเทศที่เจริญแล้ว ความก้าวหน้าทางการศึกษา และอิทธิพลของสื่อ ทำให้ประชากรมีความรู้มากขึ้น ซึ่งก็เป็นแนวโน้มที่ผลักดันให้ประชากรประสงค์จะเดินทางมากขึ้นตามฐานะและรายได้ที่แต่ละคนมีความสามารถ

การเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง จะเห็นได้ວ່ານับตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา มีเหตุการณ์หลายประการที่มีส่วนทำให้เกิดความเคลื่อนไหวด้านการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเปิดประเทศทางแถบยุโรปตะวันออก ซึ่งมีสัญลักษณ์สำคัญอยู่ที่กำแพงเบอร์ลินที่ถูกทำลายลง เป็นการปูทางให้เกิดความเคลื่อนไหวทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในยุโรปตะวันออกและยุโรปตะวันตก พร้อมๆ กับระเบียบพิธีการในการเข้าเมืองได้รับการผ่อนปรน มีการปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งความเข้าใจในด้านการให้บริการมีมากขึ้น ซึ่งในที่สุดได้มีการ

พัฒนาไปสู่การเป็น Single European Market ในปี พ.ศ. 2536 เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกันก็ประสงค์จะขับเคลื่อนให้มีความสะดวกในกลุ่มประเทศยุโรปด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้าการบริการ หรือการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ได้พยายามริเริ่มให้ยกเลิกการควบคุมที่ชายแดน เป็นต้น

ปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ ในปัจจุบันก็เป็นพยายามของกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น กลุ่มประชาชาติในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) และกลุ่มประเทศในอนุภาครุ่มแม่น้ำโขง GSM (Greater Mekong Sub-Region) ที่ได้พยายามให้เกิดการท่องเที่ยวแบบไม่มีรอยตะเข็บ (Seamless Intra-Travel) ซึ่งหมายถึง ความพยายามที่จะให้มีการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแดนของประเทศต่างๆ ในเครือสมาชิกโดยมีข้อจำกัด หรือระเบียบพิธีการในการผ่านแดนน้อยที่สุด

ลักษณะทางการเมืองที่คลี่คลายไปสู่ความสงบและมีสันติภาพ ไม่ว่าจะเป็นกรณีของยุโรปตะวันออก หรือประเทศในอนุภาครุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม หรือในภูมิภาคอื่นๆ เป็นต้น ล้วนแล้วแต่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการเดินทางไปมาหาสู่ระหว่างกันมากขึ้น

1.2 การพัฒนาด้านการขนส่ง

เป็นที่ตระหนักดีว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องอาศัยเทคโนโลยีด้านการขนส่งอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันนับว่าสะดวกรวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูง แต่ในอนาคตก็มีความเป็นไปได้ว่า หากเทคโนโลยียังใช้ระบบเก่าอยู่ก็อาจมีผลกระทบต่อขยายตัวของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นทางอากาศ ทางบก ได้แก่ ถนนและรถไฟ หรือทางน้ำโดยเรือสำราญเดินสมุทร ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และในขณะที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการบิน โดยสามารถมีเครื่องบินที่มีความเร็วสูงขึ้น และมีความจุมากขึ้นแต่ก็มีแนวโน้มว่าประชากรสนใจที่จะเดินทางทางภาคพื้นดินมากขึ้น สังเกตเห็นได้จากการปรับปรุงการให้บริการทางรถไฟ หรือการพัฒนาเครือข่ายรถไฟความเร็วสูง เป็นต้น

การเดินทางท่องเที่ยวทางถนน นับว่าในแถบอเมริกาเหนือและยุโรปมีเครือข่ายถนนและระบบการจราจรที่ก้าวหน้าเป็นอย่างมาก และในอนาคตอันใกล้การพัฒนาโครงข่ายถนนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้ จะมีโอกาสเพิ่มพูนการเดินทางทางภาคพื้นดินขึ้นอีกมาก

1.3 ตัวแปรอื่นๆ เช่น การที่ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งแต่ละคนอาจมีความสามารถในการออมทรัพย์ นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เช่น อาหารที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม การศึกษา สุขภาพ ฯลฯ ทำให้มีโอกาสที่จะใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น หรือการที่ประชาชนมีเวลาพักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้น อันมีผลจากการที่หน่วยงานต่างๆ มีกฎเกณฑ์ให้ผู้ที่ทำงานต้องมีวันหยุดพักผ่อนประจำปี โดยหน่วยงานต้องจ่ายเงินเดือนหรือค่าจ้างให้ตามปกติ เป็นต้น

1.4 พลังด้านการตลาด เป็นที่น่าสังเกตว่าการดำเนินการด้านการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเริ่มจะถึงจุดอิ่มตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกันทั่วโลกในขณะนี้เริ่มมีความชำนาญ มีประสบการณ์และทันโลก และเริ่มมีความต้องการที่หลากหลาย จนกลายเป็น

นักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หรือเกิดการท่องเที่ยวทางเลือกที่เรียกว่า The Alternative Tourism เช่น การท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) พัฒนาการในลักษณะนี้ เริ่มจะมีผลกระทบต่อรายการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายที่จัดเป็น Packaged Tour หรือที่เป็น Mass กลายมาเป็นการท่องเที่ยวแบบอิสระที่จัดให้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นกลุ่มเล็กๆ กระจุกกระจายไปตามความต้องการ หรือที่เรียกว่าเป็นกลุ่มตลาดที่มีความสนใจพิเศษเฉพาะเรื่อง (Special Groups) ซึ่งถือเป็นช่องทางด้านการตลาด (Niche Markets) ที่หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยให้ความสนใจอยู่ในขณะนี้

อย่างไรก็ตาม แรงกระตุ้นจากการส่งเสริมด้านการตลาด อิทธิพลของสื่อทั้ง สื่อสิ่งพิมพ์วิทยุโทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งระบบการจองผ่านคอมพิวเตอร์ CRS (Computer Reservation Systems) ตลอดจนระบบฐานข้อมูลด้านการตลาด ยังคงเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวแสวงหาความรู้และความเพลิดเพลิน อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในปัจจุบัน

2. ความเข้าใจในความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก WTTC (World Travel & Tourism Council) ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ ณ กรุงลอนดอน ประเทศสหราชอาณาจักร ได้สร้างภาพความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่เข้าใจได้ง่าย กล่าวคือ ได้เปรียบเทียบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหมือนกับภูเขาน้ำแข็งมหึมาที่ลอยอยู่ในมหาสมุทร ส่วนที่เป็นภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามความเข้าใจของบุคคลต่างๆ ไปจะมองเห็นแต่เพียงเรื่องของการขนส่ง ที่พัก การจัดเลี้ยง การบันเทิง นันทนาการ หรือบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเปรียบเทียบกับยอดของภูเขาน้ำแข็งที่เห็นลอยอยู่เหนือน้ำ แต่ตามความเป็นจริงแล้ว ภาคเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่โตมโหฬารที่บุคคลส่วนใหญ่ไม่เข้าใจ หรือมองไม่เห็น เปรียบเหมือนฐานส่วนล่างของภูเขาน้ำแข็งที่จมอยู่ใต้น้ำ ซึ่งมีขนาดใหญ่มากกว่าส่วนที่มองเห็นเหนือผิวน้ำ ซึ่งหมายถึงว่า ถ้าจะมองภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องมองทั้งภาคอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Industry) และภาคเศรษฐกิจของการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Economy) กล่าวคือ ยังมีภาคเศรษฐกิจ หรือภาคการผลิตอื่นๆ อีกมากมายมหาศาลที่ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการเดินทางและท่องเที่ยว อาทิ การจัดหาเกี่ยวกับเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม น้ำมันสำหรับยานพาหนะ การพิมพ์หรือการพิมพ์โฆษณา บริการด้านการเงิน สาธารณูปโภค บริการด้านความปลอดภัย บริการให้เช่ารถ การต่อเรือโดยสารหรือเรือสินค้า การสร้างเครื่องบิน การทำแก้ว ทำเหล็ก คอมพิวเตอร์ คอนกรีต เพื่อนำมาสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ผลิตภัณฑ์พลาสติก สิ่งทอ สารเคมี ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไม้และโลหะ ฯลฯ ดังนั้น การจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว หรือการใช้บริการด้านต่างๆ ย่อมมีผลส่งไปถึงภาคการผลิตและบริการอื่นๆ อย่างกว้างขวางเหมือนระลอกคลื่นที่กระทบส่วนฐานของภูเขาน้ำแข็ง

เป็นที่ตระหนักดีกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกที่เจริญเติบโตมาตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา ได้เป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญต่อทุกประเทศ หากจะพิจารณาย้อนหลังกลับไปประมาณ 50 ปีเศษ จะเห็นความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทางด้านจำนวนประชากรที่เดินทางท่องเที่ยวกันในระยะนั้น ซึ่งมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.1

พนัก่านเหรียญสหรัฐ จนถึงปี พ.ศ. 2545 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกมีมากถึง 715 ล้านคน และจะเพิ่มสูงถึง 1 พันล้านคน และ 1.56 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2553 และ พ.ศ. 2563 ตามลำดับ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้พยากรณ์ว่า เมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอฟริกา และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต UNWTO คาดว่า ในปี พ.ศ. 2563 จีนจะเป็นตลาดส่งออกและนำเข้านักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยว 100-120 ล้านคน/ปี การทวีบทบาทสำคัญของตลาดเกิดใหม่ซึ่งตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปเอเชีย ทั้งตลาดที่มีขนาดใหญ่ เช่น จีน อินเดีย และตลาดขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เช่น กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียใต้ กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียกลาง เป็นต้น หลายประเทศจึงมีการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลยุทธ์ และการใช้นโยบายปกป้องคนของตนให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อแย่งชิงตลาดในเวทีโลก อัตราการเพิ่มของประชากรโลกอยู่ที่ระดับ 1.11 ในปีปัจจุบัน จะลดลงเป็นระดับ 0.86 ในช่วงปี 2563-2568 โดยประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประเทศเยอรมัน ญี่ปุ่น รัสเซีย มีอัตราเพิ่มของประชากรติดลบนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพร้อมในด้านเวลาและงบประมาณ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบพำนักนาน และต้องการท่องเที่ยวในแหล่งที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ การกระตุ้นประชาชนให้เดินทางท่องเที่ยว อาทิ การลดชั่วโมงการทำงาน การสนับสนุนให้ประชาชนมีโอกาสพัฒนาประสบการณ์ของตนจากการเดินทางท่องเที่ยว การลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าอุปโภคบริโภคบางชนิดและภาษีนายจ้าง มาตรการดังกล่าวได้มีการดำเนินการในหลายประเทศ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น

ในระยะเดียวกัน หากพิจารณาถึงอัตราส่วนการเติบโตของรายได้ กล่าวคือ ในปี 2552 ประเทศไทยมีรายได้ จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณ 527,326 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของมูลค่าส่งออกรวม (ร้อยละ 51.1 ของมูลค่าส่งออกภาคบริการ) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขณะเดียวกัน ธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ

สำหรับประเทศในกลุ่ม APEC (Asia Pacific Economic Cooperation) ในปี พ.ศ. 2544 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน 215 ล้านคน หรือ มีสัดส่วนร้อยละ 31 จากจำนวนนักท่องเที่ยวของโลก และมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 173 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 37 ของรายได้จากการท่องเที่ยวของโลกในปีเดียวกัน

3. การท่องเที่ยวของภูมิภาค

ในส่วนของการท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค ในระยะ 3 ทศวรรษที่ผ่านมาหากจะเปรียบเทียบการขยายตัวเติบโตทางด้าน การท่องเที่ยวของภูมิภาคต่างๆ ปรากฏว่าการท่องเที่ยวใน

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิกมีอัตราการขยายตัวเร็วที่สุด ทั้งนี้ เป็นเพราะประเทศต่างๆ ในภูมิภาคดังกล่าวนี้ได้มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมากในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาด้านระบบการคมนาคมขนส่งทุกรูปแบบทำให้การเดินทางเข้าถึงจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วและราคาค่าใช้จ่ายลดน้อยลง ทั้งนี้ ในระยะปี พ.ศ. 2533-2544 อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกสูงถึงร้อยละ 9.3 โดยมีนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2544 จำนวน 123.6 ล้านคน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้การเดินทางท่องเที่ยวจะมีภาวะชะงักงันอยู่บ้างในระยะกลางปี พ.ศ. 2540 อันเนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการเงินที่เกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หลายประเทศ แต่ก็ยังเป็นเพียงการทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นภายในระยะสั้นเท่านั้น และทุกประเทศในภูมิภาคนี้ต่างก็ใช้ความพยายามทางด้านการตลาดที่จะเพิ่มพูนตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศให้ขยายตัวเติบโตต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีประเทศต่างๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ได้เพิ่มความพยายามทางด้านกิจกรรมการตลาดเข้มข้นมากขึ้น และเริ่มแสวงหาความร่วมมือทางการตลาดภายในภูมิภาคมากขึ้น อาทิ ความร่วมมือทางด้านการตลาดในภูมิภาค อาเซียน ความร่วมมือของกลุ่มประเทศในอนุภาครุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-Region-GMS) และความร่วมมือทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ BIMST-EC (Bangladesh, India, Myanmar, Sri Lanka, Thailand-Economic Cooperation) ซึ่งในแต่ละกลุ่มความร่วมมือต่างก็ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาและการตลาดด้านการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลายและมีการมอบหมายความรับผิดชอบตามพันธกิจที่กำหนดให้แต่ละประเทศรับผิดชอบนำไปดำเนินการให้เป็นผลสำเร็จ นอกจากนี้ การที่สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวทางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กระเตื้องขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคนี้ได้ฟื้นตัวเข้าสู่ภาวะปกติ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้พยากรณ์การเติบโตด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิกไว้ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ถึง 397 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 6.5 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ เกือบทั้งหมด และอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยการขยายตัวของนักท่องเที่ยวโลกเกือบ ร้อยละ 2.5 ทั้งนี้ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี พ.ศ. 2563 จะมีมากถึง 1,561 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวประมาณ ร้อยละ 4.1 ระหว่างปี พ.ศ. 2538-พ.ศ. 2563 และการเดินทางของนักท่องเที่ยวระยะไกล (Long-Haul Travel) ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิกจะขยายตัวประมาณ ร้อยละ 6.2 ต่อปี ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคจะขยายตัวประมาณ ร้อยละ 6.6 ต่อปี

ในทางกลับกันในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก เดินทางออกนอกประเทศ (Outbound) ประมาณ 405 ล้านคน หรือมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 6.5 ในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2563 หรือทุกๆ จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติ 4 คนจะมีนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก 1 คน ในจำนวนนี้ ประมาณ 309 ล้านคน จะ

เดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก และในจำนวนนี้ ประมาณ 293 ล้านคน จะมาจากประเทศทางเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจะเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน 100 ล้านคน

สำหรับประเทศในแถบมหาสมุทรอินเดีย รวม 22 ประเทศ ในปี พ.ศ. 2563 จะได้รับนักท่องเที่ยวถึง 179 ล้านคน โดยมีอัตราการส่วนการเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 6.3 ในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2563 หรือจำนวนนักท่องเที่ยวทุกๆ 9 คน (หรือประมาณร้อยละ 11) จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศต่างๆ ในย่านนี้และได้พยากรณ์ไว้ว่า ประเทศไทยจะเป็นประเทศผู้นำทางด้านนักท่องเที่ยวในคาบสมุทรอินเดีย โดยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 36.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563

ประเทศต่างๆ ในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ คือ ลาว กัมพูชา เวียดนาม เมียนมาร์ ไทย และ จีน จะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนประมาณ 185 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 โดยมีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 7.7 ในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2563 แต่ในจำนวนนี้ ประเทศจีนจะได้รับส่วนแบ่งทางด้านการตลาดสูงสุด โดยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 130 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 7.8 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนลาว จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 12.1 เมียนมาร์ ร้อยละ 10.0 เวียดนาม ร้อยละ 9.7 และกัมพูชา ร้อยละ 8.7

จำนวนนักท่องเที่ยวรองจากประเทศจีน คือ ฮองกง (SAR) จะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 57 ล้านคน ประเทศไทย 36.9 ล้านคน อินโดนีเซีย 27 ล้านคน มาเลเซีย 25 ล้านคน และออสเตรเลีย 18 ล้านคน หากจะพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวในระยะ 3 ปี คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2546-2548 ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทางด้านเอเชียแปซิฟิก สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) ได้พยากรณ์ไว้ และยังสามารถรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศในเอเชียแปซิฟิกระหว่างปี พ.ศ. 2546-2548 ไว้ และในปี พ.ศ. 2548 ได้จัดลำดับประเทศที่จะรับนักท่องเที่ยวมากที่สุดไว้ 10 ลำดับ

ความเคลื่อนไหวของจำนวนนักท่องเที่ยวโลกและนักท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค และภายในภูมิภาคจำนวนมหาศาลดังกล่าวยังคงแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่จะขยายตัวเติบโตขึ้นอีกมากในทศวรรษต่อไป ซึ่งเป็นศักยภาพและโอกาสที่ประเทศต่างๆ จะต้องพยายามวางกลยุทธ์ที่จะแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางด้านการตลาดให้กับประเทศของตนให้เพิ่มพูนขึ้น

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวโลกและภูมิภาคที่แสดงมาทั้งหมดต้องทำความเข้าใจว่า นักท่องเที่ยวคนเดียวกันเมื่อเดินทางไปยังอีกประเทศหนึ่งก็จะกลายเป็นอีก 1 คน ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวคนเดียวกันนั้น เมื่อเดินทางไปอีก 5 ประเทศ จำนวนก็จะกลายเป็น $1+5=6$ คน ส่วนการนับจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ก็มีวิธีการจําแนกนับไม่เหมือนกัน อาทิ บางประเทศนับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็น Day Visitors (ไม่พักค้างคืน) ไว้ด้วย หรือรวมผู้โดยสารเรือเดินสมุทรที่เดินทางเข้ามาในน่านน้ำของประเทศนั้นๆ แต่นักท่องเที่ยวพักค้างคืนในเรือ หรือคนที่มาทำงานชั่วคราวในประเทศนั้น หรือคนสัญชาติอื่นๆ ที่ไปอาศัยถาวรอยู่ในต่างประเทศ หรือในกรณีของจีน (PRC) ฮองกง (SAR) และมาเก๊า (SAR) นักท่องเที่ยวของ 3 พื้นที่นี้เดินทางไปมาระหว่างกัน จำเป็นต้องทราบว่าได้นับรวมไว้ด้วยหรือว่าได้แยกออกจากกันแล้ว เพราะถือเป็นสัญชาติเดียวกันและประเทศเดียวกัน

2.6.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่นๆ (2547) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรม การท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอย่างน้อย 6 ประการ คือ 1) ผู้มาเยือน (Vistor) หมายความว่า “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน 2) แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว 3) โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา และได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น 4) องค์การภาครัฐ ซึ่งมีนโยบาย สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ดูแลและรัดรั้งไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน 5) องค์การภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลาย เพื่อให้บริการและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก 6) ประชาชนในท้องถิ่น หรือ ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจ หรือไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

และยังมีองค์ประกอบภายนอกประเทศอื่นๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น บริษัทนำเที่ยว สายการบิน สายการบินเรือ หน่วยราชการและหน่วยรัฐวิสาหกิจของไทย ในต่างประเทศ สมาคม/ชมรม คนไทยในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย บริษัทข้ามชาติ หรือองค์กรธุรกิจร่วมทุน หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชนในต่างประเทศ และนักธุรกิจ ชาวต่างชาติที่เคยมาอาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางกลับไป นักศึกษานักเรียนไทยในต่างประเทศ แรงงานไทยในต่างประเทศ สถาบันกีฬา การบันเทิง และนันทนาการ องค์กรอิสระอื่นๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย ฯลฯ

2.6.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

จากการศึกษาเอกสาร หลักฐาน แผนพัฒนา แผนการตลาด เอกสารการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและจากแบบสอบถามทดสอบความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ที่คุกคามได้ ดังนี้ เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่นๆ (2547)

1. ผู้มาเยือนได้แก่ นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

1.1 “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

ตารางที่ 2.1 แสดง SWOT ของ “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรจากต่างประเทศ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีปริมาณเพิ่มพูนขึ้นสม่ำเสมอตลอดสี่ทศวรรษที่ผ่านมา - มีความหลากหลายของตลาดและไม่ได้พึ่งพาตลาดหนึ่งตลาดใด - มีวันพักเฉลี่ยสูงพอประมาณ - มีจำนวนนักท่องเที่ยวซื้อซ้ำในปริมาณที่สูง - มีความมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เมื่อเลือกเดินทางมาประเทศไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นนักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ แต่การใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำมีผลทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราเฉลี่ย การเพิ่มขึ้นลดต่ำลง - เป็นนักท่องเที่ยวตามฤดูกาล ไม่ได้เดินทางมาสม่ำเสมอตลอดทั้งปี - ยังมีช่องว่างทางการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มมุสลิมจากตะวันออกกลาง และจากประเทศอื่นๆ ที่มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ประชากรของโลกเพิ่มพูนขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น - ประชากรในวัยทำงานมีจำนวนมากขึ้นและมีวันหยุดพักผ่อนประจำปี โดยได้รับค่าตอบแทนเพิ่มมากขึ้น จึงมีโอกาสดำเนินทางท่องเที่ยวมากขึ้น - ประชากรวัยหนุ่มสาวและวัยทำงานแต่งงานช้าลง ทำให้มีเวลาท่องเที่ยวมากขึ้นเนื่องจากไม่ต้องรับภาระครอบครัว - ปริมาณนักท่องเที่ยวโลกและที่จะเดินทางมาทางเอเชียตะวันออกเฉียงมีแนวโน้มเติบโตสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม และมีมลพิษทั้งทางอากาศทางน้ำ และเสียง - การจราจรแออัด - การเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจากการขายสินค้าและบริการ - การหลอกลวงเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในหลายกรณีมีผู้มีอิทธิพลหรือผู้มียศมีตำแหน่งหน้าที่ในทางราชการ ทั้งที่ยังดำรงตำแหน่งอยู่และที่เกษียณราชการ โดยมีตำแหน่งเป็นประธานหรือที่ปรึกษาของบริษัท หรือห้างร้านบางแห่ง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นตลาดการท่องเที่ยวฟื้นตัวกลับสู่สภาพปกติ - ราคาค่าบริการต่างๆ เอื้อต่อการแข่งขัน - การเปิดบริการของสายการบินราคาต่ำโดยสารต่ำ และนโยบายการบินพาณิชย์ที่เริ่มเปิดกว้าง - ตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย ตะวันออกกลาง ยังมีปริมาณมากและรอการดำเนินการด้านการตลาดและการแก้ไขอุปสรรคข้อขัดข้อง - ตลาดที่จะเกิดใหม่ (Emerging Markets) ในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง และการท่องเที่ยวผ่านทางแม่น้ำโขง - ขนาดของตลาดการท่องเที่ยวเยาวชนโลกเป็นโอกาสทางด้านการตลาด Youth Travel และ Student Travel โดยเฉพาะนักเรียนนักศึกษา มีการเดินทางท่องเที่ยวปีละไม่ต่ำกว่า 10 ล้านคน และมีเครือข่ายสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 5 พันเครือข่าย - เพิ่มพูนศักยภาพด้านการตลาด จากการใช้ประโยชน์การท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล - การสร้างและปรับปรุงถนนในประเทศเพื่อนบ้าน จะเชื่อมโยงให้มีการเดินทางมาสู่ประเทศไทยหรือใช้ประเทศไทยเป็นเส้นทางผ่านเข้าออกมากขึ้น - การเข้าถึงข้อมูลสะดวกและรวดเร็ว จากความก้าวหน้าด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนา Websites ของผู้จัดจำหน่าย (Suppliers) ที่ปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> - อาชญากรรมที่ก่อกับนักท่องเที่ยว - การแข่งขันที่เข้มข้นของประเทศในภูมิภาคเดียวกัน - ภัยคุกคามจากการก่อตัวของการก่อการร้าย โดยเฉพาะสถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ - วิกฤติการณ์โรคระบาดต่างๆ - การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษา - นโยบายการตลาดของรัฐบาลที่มุ่งปริมาณมากกว่าคุณภาพ - การปรับราคาค่าน้ำมัน มีผลทำให้ต้นทุนภาคการผลิตเพิ่มสูงขึ้น และจะมีผลต่ออัตราค่าบริการที่จะสูงขึ้น

จากตารางที่ 2.1 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็ง
แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาสและลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานที่
เกี่ยวข้องเป็นระยะและอย่างจริงจัง

- การประเมินประสิทธิผลของบุคลากรทางด้านการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

- การประเมินยุทธศาสตร์ทางด้านการตลาดและการปรับปรุงแก้ไขให้ทันสถานการณ์

- การสนับสนุนงบประมาณเพื่องานวิจัยทางด้านการตลาดและงานวิจัยด้าน

พฤติกรรมของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) อย่างสม่ำเสมอ

การแก้ไขจุดอ่อน

- ปรับยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนา และการตลาดสู่เป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยว
คุณภาพที่มีวินัยสูงและค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อวันสูง ให้ได้ผลในทางปฏิบัติ

- ปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยอย่าง
สม่ำเสมอตลอดทั้งปี โดยพยายามเพิ่มพูนจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นในเดือนพฤษภาคม และ
กันยายน ซึ่งเป็นเดือนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดใน 4 ทศวรรษที่ผ่านมา

- แก้ไขปัญหาทัวร์ราคาถูกจากตลาดต่างๆ โดยเฉพาะทัวร์ศูนย์เหรียญจาก
ประเทศจีนให้ได้ผลอย่างจริงจังและเด็ดขาด และควรถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะประเทศไทยเป็น 1 ใน
8 ประเทศเท่านั้นที่ทางการจีนอนุญาตให้ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวได้

- ปรับกลยุทธ์ทางด้านการตลาดเพิ่มพูนจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิม จาก
ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ มุสลิมในจีน รัสเซีย และในกลุ่มประเทศอาเซียน

- กระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอย โดยเสนอการท่องเที่ยวทางเลือกอื่นๆ (Alternate
Topurism) เช่น Health Tourism, Soft – Adventure Tour, Sports Activities, Eco-Tourism,
Agro – Tourism การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การบริโภคอาหารไทยและการช้อปปิ้ง เป็นต้น

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- การเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels) ให้
สูงขึ้นและกว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนา Websites และการเชื่อมโยง Websites ไปสู่
เครือข่ายสากล เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง

- ผ่อนปรนระเบียบพิธีการการเข้าเมืองและศุลกากรให้คลายความเข้มงวดและ
ปรับทัศนคติของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้มีความสำนึกด้านการบริการ

- สร้างเครือข่ายความร่วมมือ การดำเนินงานด้านการตลาด การโฆษณา และการ
ประชาสัมพันธ์ กับทุกองค์กรและชุมชนของไทยที่อยู่ในต่างประเทศอย่างจริงจัง และให้ผลในทาง
ปฏิบัติ โดยเฉพาะโครงการ Team Thailand

- สนับสนุนนโยบายการบินพาณิชย์ที่เปิดกว้างมากขึ้น และลดเงื่อนไขการเจรจา
ด้านการบินพาณิชย์ในส่วนของประเทศไทยให้ลดน้อยลง ในขณะที่เดียวกันควรเพิ่มประสิทธิภาพ
การแข่งขันให้กับสายการบินแห่งชาติให้สูงขึ้น

- แสวงหาช่องว่างด้านการตลาดที่เป็น Niche Markets และดำเนินงานด้านการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใน Niche Markets อย่างได้ผล พร้อมๆ กับการพัฒนาสินค้า (Products) ที่จะเสนอต่อ Niche Markets ให้มีคุณภาพ

- ปรับยุทธศาสตร์การพัฒนาและการตลาดในส่วนที่เกี่ยวกับ Cross Border Tourism ทั้ง ในด้านระเบียบพิธีการในการเข้าเมือง ศุลกากร โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา ในการปรับปรุงโครงข่ายเชื่อมโยงทางถนน รถไฟ และทางน้ำในแม่น้ำโขง และระบบโทรคมนาคม

- ใช้ประโยชน์จากศักยภาพทางทะเลให้มากขึ้น โดยเฉพาะฝั่งทะเลไทย ทั้งทางด้านอ่าวไทยและด้านทะเลอันดามัน ซึ่งมีความยาวกว่า 2,600 กิโลเมตร ซึ่งควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวด้าน Cruise Tourism, Fly – Cruise Tourism, Yachting, Sailing, Aquatic Sports, Marina, Skin – Scuba Diving, Sports – Angling ให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

- ปรับยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวเยาวชน และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ สำหรับนักท่องเที่ยวเยาวชน (Youth Travel) และการท่องเที่ยวของนักเรียน นักศึกษา (Student Travel)

- ปรับยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวของคนพิการ (Disabled) และการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการ

- สนับสนุนให้สถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพรับนักศึกษาจากต่างประเทศเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานด้าน Export Education เชิญชวนนักศึกษาจากประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงให้เข้ามาศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ และ IT ในประเทศไทย

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- รัฐต้องปรับนโยบายโดยมุ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่คุณภาพและมีความยั่งยืน โดยเฉพาะการบำรุงรักษาต้นทุนทางสังคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของประชาชน แทนนโยบายที่มุ่งสู่เป้าหมายทางเศรษฐกิจเป็นประการสำคัญ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- สนับสนุนงบประมาณให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ อย่างต่อเนื่อง

- ลดปัญหาการจราจรแออัดในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร และวางมาตรการป้องกันและรักษาความปลอดภัยบนท้องถนน และทางหลวง

- กำจัดการเอารถเอาเปรียบ ฉ้อโกง และหลอกลวงนักท่องเที่ยว โดยใช้ตัวบทกฎหมายที่มีอยู่ใช้บังคับอย่างเข้มงวดจริงจัง เช่น พรบ. คຸ້ມครองผู้บริโภค และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และวางมาตรการป้องกันมิให้มีการก่ออาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยว

- กระตุ้นการดำเนินงานของคณะทำงานบริหารวิกฤติของอาเซียนและของประเทศไทย (Crisis Management Working Group) ซึ่งมี ททท. เป็นเจ้าของเรื่อง เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤติเกี่ยวกับการก่อการร้ายที่ภาคใต้และปัญหาเกี่ยวกับโรคระบาดต่างๆ ที่กระทบการท่องเที่ยว

- ปรับวิกฤติให้เป็นโอกาส กรณีความไม่สงบภาคใต้ 3 จังหวัด โดยกระตุ้นการส่งเสริมการขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ากรุงเทพฯ และ ภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์จาก Low – cost Airlines (Air Asia) ที่มีบริการจากกัวลาลัมเปอร์และโกตาकिनะbaru เข้ากรุงเทพฯ

- กำหนดนโยบายให้สถาบันการศึกษาทุกระดับปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนด้านภาษาต่างประเทศให้สามารถใช้งานได้

1.2 “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 2.2 แสดง SWOT ของ “ผู้มาเยือน” ที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือนักท่องเที่ยวชาวไทย

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีปริมาณการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นสม่ำเสมอ - เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปีโดยไม่มีฤดูกาล - เป็นนักท่องเที่ยวที่ช่วยกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับชั้น อันเนื่องมาจากการใช้สอยเรื่องการค้าของกินของใช้ และของฝาก และการบริโภคอาหาร - ประชากรไทยในวัยทำงานเพิ่มมากขึ้นทำให้มีรายได้และสามารถใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว - เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้ที่พักประเภทต่างๆ เป็นที่พักแรม แทนการพักที่บ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ และเริ่มมีปริมาณที่ยอมจ่ายค่าบริการในการจัดบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้น - ไม่มีปัญหาเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และภาษาถิ่น ในทุกพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณนักท่องเที่ยวภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดราชการอื่นๆ - วันพักเฉลี่ยยังต่ำ เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ - เป็นนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างฉาบฉวยไม่สนใจในคุณลักษณะของข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและระบบนิเวศ - เป็นนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่ยังท่องเที่ยวไม่ถูกวิธีเช่น ทำลายสิ่งแวดล้อม ทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูล ส่งเสียงดังรบกวนความสงบของธรรมชาติและบุคคลอื่น - ไม่ตรงต่อเวลา ในกรณีการท่องเที่ยวในรายการท่องเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<p>- ประชากรมีรายได้และมีกำลังซื้อสูงขึ้นนำไปสู่การซื้อรายการท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันการเดินทางโดยพาหนะส่วนตัวมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น (คาดการณ์จาก จำนวนพาหนะทางบกทุกประเภทที่มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นมากในแต่ละเดือน)</p> <p>- นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศและงบประมาณสนับสนุนการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพิ่มพูนมากขึ้น</p> <p>- ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดต่างๆ เพื่อการท่องเที่ยวจะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และวงจรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ</p> <p>- ความคิดสร้างสรรค์ในการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น โครงการ Unseen Thailand และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านสื่อทุกประเภทรวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีส่วนกระตุ้นให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น</p> <p>- จังหวัด อำเภอ ตำบล ต่างๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว และได้ริเริ่มโครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อแนะนำทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนอย่างกว้างขวางมากขึ้นเท่ากับเป็นพลังเสริมในการชักชวนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น</p> <p>- ประชากรมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวโดยตนเองมากขึ้น ทำให้บริษัทจัดรายการนำเที่ยวต้องปรับยุทธวิธีการดำเนินงานด้านการตลาดและการโฆษณา เพื่อให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการของบริษัทนำ</p>	<p>- การขาดระบบการสื่อสารความหมายและการสื่อ ความเข้าใจที่ดีในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันไปสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่า ซึ่งมีผลกระทบต่อความรู้ความเข้าใจในรากเหง้าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาวไทยเอง</p> <p>- การไม่ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติทำให้ประชาชนในท้องถิ่นตั้งข้อรังเกียจ เช่น การล่องแพตีสโก๊ในแม่น้ำแคว หรือการทิ้งขยะไม่เลือกที่ทำให้เกิดทัศนอุจาดในแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>- การรณรงค์ค่าโดยสารราคาถูกของสายการบินต่างประเทศเพื่อเปรียบเทียบกับค่าโดยสารเครื่องบินภายในประเทศ รวมทั้งรายการท่องเที่ยวเหมาจ่ายราคาถูกที่หลายประเทศดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน มีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น</p> <p>- อุบัติเหตุบนทางหลวงอันเกิดจากความประมาทของผู้ขับขี่รถยนต์ทำให้มีการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก</p> <p>- การปรับราคาค่าน้ำมันเชื้อเพลิงมีผลกระทบต่อต้นทุนบริการและเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว</p> <p>- การก่อการร้ายในบางภูมิภาค เช่น 3 ภูมิภาคใต้ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวชะลอการเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่ที่มีปัญหา</p>

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<p>เที่ยว จึงเป็นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริการของบริษัท นำเที่ยว จึงเป็นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว ผ่านบริการของบริษัทนำเที่ยว</p> <p>- ธุรกิจการบินราคาต่ำ (Low – Cost Airlines) จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรายได้ปานกลางไปหาต่ำเดินทางทางอากาศมากขึ้น</p>	<p>- จำนวนที่นั่งในรถไฟ และรถบัสปรับอากาศไม่เพียงพอในฤดูกาลท่องเที่ยว และวันหยุดราชการต่อเนื่อง เช่น กรณีวันสงกรานต์</p> <p>- มีความแออัดของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมบางพื้นที่บางฤดูกาล จนเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่</p>

จากตารางที่ 2.2 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนา เสริมจุดแข็ง แก้ไข จุดอ่อน แสวงหาประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ดำเนินการรณรงค์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

- ประสานการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวภายในประเทศ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ระหว่างหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ สายการบินในประเทศ บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่งอื่นๆ และสื่อสารมวลชน

- สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาเสริมฤดูกาล หรือในเดือนที่มีจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวต่ำ

- ปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอย ของนักท่องเที่ยว และสนับสนุนการจัดตั้งหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP

- สนับสนุนให้หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรเอกชน โรงงานอุตสาหกรรม จัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นสวัสดิการ ใน พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ

การแก้ไขจุดอ่อน

- ส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชน จัดกิจกรรมนอกพื้นที่ ในระหว่างวันที่ไม่ได้เป็นวันหยุดสุดสัปดาห์

- ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดประชุม สัมมนา นิทรรศการ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการ นอกพื้นที่ในระหว่างกลางสัปดาห์

- ผู้ประกอบการนำเที่ยวเสนอรายการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยง และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดของผู้ว่าราชการจังหวัด CFO

- สนับสนุนการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการนำเที่ยวเพื่อร่วมมือกันส่งเสริมการขาย และการโฆษณา รายการนำเที่ยว และดำเนินการด้าน Revenue Sharing เพื่อเป็นการลดต้นทุนและช่วยทำให้ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ได้ใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น พาหนะเดินทาง ซึ่งเท่ากับเป็นการแก้ไขปัญหาการลดต้นทุนค่าน้ำมันเชื้อเพลิงได้ในระดับหนึ่ง

- ให้ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานส่งเสริมการขาย การโฆษณา และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและบริการ ให้องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น คู่มือแนะนำ หรือการช่วยฝึกอบรมให้

- เสนอทางเลือกด้านการท่องเที่ยวและทัศนศึกษาให้นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ในการเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาในสาขาที่สนใจ โดยกำหนดเป็นนโยบายให้สถาบันการศึกษาต่างๆ ดำเนินการ

- พัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับจุดหมายปลายทางที่มีบริการของสายการบินราคาต่ำ (Low – Cost Airlines)

การลดวิกฤติจากอุปสรรคที่ทุกคาม

- ให้สถาบันการศึกษาในพื้นที่สร้างความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม (Cultural Competence) ให้กับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและประชาชนในพื้นที่ให้มากขึ้นผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งการอบรม

- ผู้ประกอบการต้องวางกฎเกณฑ์ในการท่องเที่ยวให้กับลูกค้า โดยมีความสำคัญต่อการดูแลรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และผลกระทบทั้งด้านเสียง และมลพิษอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยว

- พิจารณาความเหมาะสม การเลื่อนวันหยุดราชการกลางสัปดาห์ให้มาชดเชยในวันศุกร์ หรือวันจันทร์ เพื่อเพิ่มวันพักผ่อนและเป็นการกระตุ้นให้มีการท่องเที่ยวในวันหยุดยาวมากขึ้น

- พัฒนาและปรับปรุงระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจในประวัติความเป็นมาและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายอธิบายสถานที่หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กำหนดหลักเกณฑ์การทดสอบความรู้ของมัคคุเทศก์ และการเพิ่มพูนความรู้ใหม่ให้ทุกๆ 3 ปี เพื่อให้มัคคุเทศก์นำไปถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง เนื่องจากมัคคุเทศก์มีบทบาทสำคัญ ที่จะให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพราะฉะนั้น มัคคุเทศก์ต้องมีความสามารถสูงในการถ่ายทอดโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ (Cultural Competence หรือ CC)

- ให้มีนโยบายสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาปลูกฝังความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมในทุกระดับการศึกษา และส่งเสริมสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาจัดกิจกรรมทัศนศึกษา โดยคำนึงถึงความปลอดภัย การเรียนรู้จากการทัศนศึกษา และการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี

- สนับสนุนการลงทุนเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการสำหรับ Student Travel และ / หรือ Youth Travel

การแสวงประโยชน์การโอกาส

- เนื่องจากปริมาณผู้ขับขี่รถยนต์เพื่อการท่องเที่ยวทวีจำนวนมากขึ้น จึงควรเร่งผลิตคู่มือ การเดินทางท่องเที่ยวทางถนน แผนที่เส้นทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในเส้นทางต่างๆ และข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นำไปเผยแพร่ตามสถานที่บริการต่างๆ อาทิ สถานีบริการน้ำมัน ศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยวประจำถิ่น หรือตามร้านค้าที่มีเครือข่ายในจังหวัดต่างๆ และควรติดตั้งป้ายชี้ทาง ป้ายบอกระยะทางให้มากขึ้น

- ผู้ประกอบการนำเที่ยวร่วมมือกับ Low – Cost Airlines จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อแข่งขันกับรายการนำเที่ยวไปต่างประเทศ

- กระจายกิจกรรมการท่องเที่ยวสำคัญๆ ออกจากเมืองหลักทางการท่องเที่ยว เพื่อลดความแออัดยัดเยียด และช่วยกระจายประโยชน์ไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

- ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแสดงบทบาทสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ 3 จังหวัด ของภาคราชการต่างๆ เพื่อสร้างกระแสความร่วมมือและเป็น การแสดงความเอื้ออาทรต่อประชาชนในพื้นที่ที่มีปัญหา บทบาทดังกล่าวนี้ จะช่วยให้เกิดการไปมาหาสู่ในพื้นที่เพิ่มขึ้น ตามลำดับ

1.3 แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.3 แสดง SWOT ของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายของทรัพยากรซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกประเภท - สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี (ในกรณีที่มีอุปสรรคทางธรรมชาติในบางพื้นที่ เช่น กรณี ฝนตกชุก คลื่นลมแรง นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพื้นที่อื่นที่มีลักษณะเดียวกันได้โดยไม่มีปัญหา) 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำหลายแห่งเริ่มตกอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม - ความแออัดของการจราจรในกรุงเทพมหานคร และเมืองหลักทางการท่องเที่ยวอื่นๆ - มลพิษทางด้านอากาศ ได้แก่ เขม่า ฝุ่นละออง และไอเสีย มลพิษด้านเสียง และคุณภาพของน้ำทะเล น้ำในแม่น้ำลำคลอง เริ่มมีปัญหา ปัญหายุขะ และสิ่งปฏิกูลใน

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - มีความมั่นคงทางการเมืองและมีความปลอดภัยค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับบางประเทศ - ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมิตร - มีการรณรงค์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ อยู่เสมอ เช่น โครงการ Unseen Thailand และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่พื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ พัฒนาขึ้นมา - ความตระหนักในสำคัญของสิ่งแวดล้อมสูงขึ้น ซึ่งนำไปสู่กระบวนการอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน - มีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เพื่อมุ่งสู่ตลาดคุณภาพ เช่น กิจกรรมกีฬาทางผิวดินและในน้ำ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ฯลฯ - ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการภายใต้การนำของผู้ว่าราชการจังหวัด CEO เป็นที่คาดหวังว่าจะช่วยทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและส่งเสริม อย่างเป็นระบบ และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โดยเฉพาะการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน - งบประมาณเพื่อการอนุรักษ์ พัฒนา และเพื่อการตลาดเพิ่มพูนมากขึ้น - มียุทธศาสตร์เชื่อมโยงการคมนาคมขนส่ง ทั้งทางถนน ทางรถไฟ ทางแม่น้ำ (แม่น้ำโขง) และทางอากาศกับประเทศเพื่อนบ้าน - ยังมีความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งภูมิศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยว - ข่ายชี้ทาง ข่ายสื่อความหมาย ข่ายบอกระยะทางยังขาดความสมบูรณ์ - ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวยังต้องพัฒนา รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels) - การเปิดตัวของแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมาร์ - ประเทศจีนเริ่มต้นพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และเริ่มสร้างโครงข่ายการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศจีน - การพัฒนาเส้นทางบินเข้าถึงเมืองใหญ่ๆ ในภูมิภาค โดยไม่แวะลงที่กรุงเทพฯ - ภาพลักษณ์ในทางลบด้านสิ่งแวดล้อม แรงงานเด็ก โสเภณี โรคเอดส์ ภัยจากอาชญากรรม และความรุนแรง - ความไม่สงบและความรุนแรงจากการก่อความไม่สงบในบางพื้นที่ เช่น กรณีจังหวัดชายแดนภาคใต้ - ยังไม่มีมาตรการควบคุมและจัดระเบียบการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 2.3 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- สร้างเครือข่ายและความร่วมมือด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างภาครัฐและเอกชน อย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศในทุกรูปแบบ ทั้งโดยงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลและจากการระดมทุนจากผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว

- ให้คณะทำงานบริหารวิกฤติ (Crisis Management Working Group) ดำเนินการแก้ไข ปัญหาความหวาดระแวงเกี่ยวกับปัญหาความไม่ปลอดภัยจากการก่อการร้ายและปัญหาโรคระบาดในแหล่ง ท่องเที่ยวอย่างเป็นกระบวนการและมีความต่อเนื่อง

- ขยายผลการสร้างความรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาใหม่ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถไฟฟ้า รถใต้ดิน ท่าอากาศยานแห่งใหม่ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด กิจกรรม และสิ่งที่น่าสนใจอื่นๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น (Man Made Attractions)

- สร้างความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวว่า ประเทศไทยสามารถมาท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล และตลอดทั้งปี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในระดับสูง

การแก้ไขจุดอ่อน

- ใช้อุทศาสตร์ผู้ว่าราชการจังหวัด CEO เพื่อแก้ไขปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมในทุกพื้นที่ รวมทั้งปัญหาด้านมลพิษที่กระทบต่อสภาพแวดล้อม

- วางกลยุทธ์กระจายการท่องเที่ยวออกจากพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหนาแน่น และ แออัดจนเกินขีดความสามารถในการรองรับ

- พัฒนาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอ และสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้โดยง่าย โดยเฉพาะการค้นหาข้อมูลผ่านทาง Internet หรือ Websites ต่างๆ

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- กระตุ้นกระบวนการพัฒนา และบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวมีคุณภาพและอยู่ในสภาพสมบูรณ์อยู่เสมอ

- สร้างกลไกการบริหารเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการภายใต้ การนำของผู้ว่าราชการจังหวัด CEO เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการดูแลให้อยู่ในสภาพที่มีคุณภาพอยู่เสมอ

- ใช้ความได้เปรียบจากที่ตั้งภูมิศาสตร์ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค และเป็นศูนย์กลางการผ่านเข้า – ออก ของภูมิภาค ทั้งที่เป็นศูนย์กลางระดับทวี (Inter – Continental Centre) ศูนย์กลางระดับภูมิภาค (Inter – Regional Centre) และ ศูนย์กลางระดับอนุภาค (Inter – Sub Regional Centre)

- เพิ่มพูน และพัฒนาความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองได้ทั้ง Mass Market และ Niche Market

- ปรับกระบวนการการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับสากล (World Class Tourist Destination) ตามนโยบายที่กำหนดไว้ให้สำเร็จ

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศกับประเทศคู่สัญญา ทั้งสัญญาในระดับทวิภาคีและระดับพหุภาคี เพื่อให้ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งจากประเทศคู่สัญญาและจากประเทศที่สามที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ความร่วมมือ

- กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานให้ประเทศไทยเป็นประตูผ่านเข้า-ออกไปสู่ประเทศจีน และประเทศในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง ทั้งทางอากาศ ทางถนน ทางรถไฟ และทางแม่น้ำ (แม่น้ำโขง) ให้ได้ผลในทางปฏิบัติ โดยลดเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้คลายความเข้มงวด เช่น นโยบายการบินพาณิชย์ พิธีการในการเข้าเมือง เป็นต้น

- ขจัดปัญหาทั้งสิ้นที่สร้างภาพในทางลบให้กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย หรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบางแห่ง ให้ลดน้อยลงและให้หมดสิ้นไปในที่สุด

- ใช้วิกฤติให้เป็นโอกาสในกรณีความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยเสนอภาพลักษณ์ในทางบวก แสดงให้เห็นถึงอัธยาศัยไมตรี ความรักความสงบ ความมั่นคงในศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ ตลอดจนความสวยงามของธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชาวพุทธและชาวมุสลิม ที่อยู่ร่วมกันอย่างสมครสมานสามัคคีและมีสันติภาพประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชาวพุทธและชาวมุสลิม ที่อยู่ร่วมกันอย่างสมครสมานสามัคคีและมีสันติภาพ

1.4 โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว

GRAD VRU

ตารางที่ 2.4 แสดง SWOT ของโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโดยทั่วไปมีความสมบูรณ์และมีมาตรฐาน - การเข้าถึงประเทศไทย สะดวกทั้งทางอากาศ ทางถนน ทางรถไฟ และทางทะเล โดยเฉพาะทางอากาศมีสายการบินทั้งที่มีกำหนดการประจำ และสายการบินเช่าเหมาจำนวนมากที่เปิดบริการ มาสู่ประเทศไทยรวมทั้งความถี่ของเที่ยวบินที่มีให้เลือกมากสำหรับการเดินทางเข้าและเดินทางออก - ระบบสาธารณสุขโรค มีความพร้อมในการองรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ยังมีปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบถนนที่จะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ระบบประปา ไฟฟ้า การกำจัดของเสียและน้ำเสีย ปัญหาการเก็บและกำจัดขยะ ป้ายชี้ทางป้ายบอกระยะทาง ป้ายสื่อความหมายและอธิบายแหล่งท่องเที่ยว - ระบบการจราจร และความแออัดในการขับขี่ยวดยานบนถนนและทางหลวง หย่อนประสิทธิภาพทำให้สถิติอุบัติเหตุและการบาดเจ็บล้มตายสูง
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว มีทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ มีความหลากหลาย มีบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน และมีราคาที่เหมาะสมต่อการแข่งขัน - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตระหนักในความสำคัญของการท่องเที่ยวและให้ความร่วมมือประสานงานมากขึ้นและดีขึ้น - ระบบการคมนาคม การสื่อสาร และการขนส่งสะดวกและมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว - รัฐบาลมีนโยบายและงบประมาณสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การสร้างท่าอากาศยานทันสมัยแห่งใหม่ และการสร้างโครงข่ายถนนเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านและการให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้านในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - การก่อสร้างท่าอากาศยานนานาชาติแห่งใหม่มีความล่าช้า ขาดท่าเทียบเรือเดินสมุทร เพื่อการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน รวมทั้ง Terminal ที่จะอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสาร มาตรฐานการบริการผู้โดยสารทางรถไฟยังอยู่ในระดับต่ำ ทั้งคุณภาพและมาตรฐานของรถไฟ ความรวดเร็วและระบบการจองที่ยังมีปัญหา - พาหนะนำเที่ยว โดยเฉพาะทางทะเลไม่มีมาตรฐาน และไม่มีการควบคุมด้านความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เช่น อุปกรณ์ช่วยชีวิตที่ใช้งานได้ดี หรือการควบคุมปริมาณผู้โดยสารไม่ให้มีการบรรทุกเกินอัตรา - มาตรการด้านความปลอดภัย ในที่พักที่อยู่ในอาคารที่มีความสูง เช่น อัครคีย์ และภัยจากแผ่นดินไหว ยังไม่มีกระบวนการป้องกันและการระงับเหตุที่เห็นเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<p>- นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนามีบูรณาการ คาดว่าจะทำให้เกิดความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาและทำนุ บำรุงโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดีสามารถรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในอนาคต</p> <p>- บริษัทข้ามชาติที่เข้ามาบริหารกิจการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ เช่น โรงแรมและสถานประกอบการอื่นๆ ได้ช่วยยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของการบริการและสามารถนำลูกค้าในเครือข่ายเข้ามาใช้บริการได้มาก</p> <p>- นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนการท่องเที่ยวทำให้การพัฒนาด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะด้านการขนส่งเติบโตขึ้น เช่น นโยบายที่เปิดกว้างมากขึ้นในเรื่องการบินพาณิชย์ ทำให้เกิดLowCost Airline และช่วยสนับสนุนธุรกิจการบินของเอกชนที่เชื่อมโยงไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>- การแก้ไขปัญหาการจราจร ในกรุงเทพมหานครได้รับความสนใจมากขึ้นและมีแผนการดำเนินการแก้ไขปัญหาย่างเป็นรูปธรรม เช่น การขยายเส้นทางรถไฟฟ้าลอยฟ้า การเปิดบริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งจะมีการขยายเส้นทางต่อไปในอนาคต การเพิ่มและต่อเติมทางด่วนพิเศษ การขยายผิวจราจรและการแก้ไขปัญหาทางร่วมทางแยก จะช่วยทำให้ปัญหาการจราจรติดขัดบรรเทาลง</p> <p>- มีแรงสนับสนุนและเงินทุนสนับสนุนผู้ประกอบการในระดับ SME เพื่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริการขนาดเล็กและขนาดกลางมากขึ้น</p>	<p>- ทำอากาศยานนานาชาติที่กรุงเทพฯ เริ่มอึมครึม เนื่องจากมีเที่ยวบินเข้ามาใช้บริการมากขึ้นและมีผู้โดยสารทั้งผู้โดยสารผ่าน ผู้โดยสารเปลี่ยนเครื่องบิน และผู้โดยสารแวะพักมากขึ้น</p> <p>- ที่นั่งผู้โดยสารเครื่องบินและรถไฟ ในฤดูกาลท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ</p> <p>- แหล่งท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่งมีปัญหา การควบคุมมลพิษ เนื่องจากขาดงบประมาณดำเนินการเกี่ยวกับการบำบัดน้ำเสีย สารเคมี การเก็บขนส่งขยะ และกำจัดขยะ</p> <p>- มีปัญหาเรื่องแหล่งน้ำดิบที่จะใช้เพื่อการอุปโภคและบริโภคในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ บางแห่งขาดแคลนโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ</p> <p>- ทำเทียบเรือในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และเกาะหลายแห่งไม่มีมาตรฐาน</p> <p>- โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสมบูรณ์ในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว แต่เมืองท่องเที่ยวอื่นๆ ยังขาดความพร้อม เช่น ระบบ ถนน ประปา ไฟฟ้า การบำบัดน้ำเสีย ระบบการสื่อสาร คมนาคม สถานที่พัก และอื่นๆ</p> <p>- การเปิดเสรีด้านการค้าและบริการในกรอบของ WTO, APEC, ASEAN จะมีผลกระทบต่อทำให้บริการทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในประเทศ</p> <p>- สายการบินของชาติ สายการบินเอกชน และสายการบินราคาต่ำ (Low – Cost Airlines) เลือกบริการเฉพาะ Trunk Route ทำให้จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับรองๆ ไม่ได้รับโอกาสที่จะพัฒนา</p>

จากตารางที่ 2.4 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงหาประโยชน์จากโอกาสและลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ขยายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสู่พื้นที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับรองๆ

- โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พักประเภทต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่ มากกว่า 6,200 โรงแรม จำนวนห้องพักมากกว่า 335,420 ห้อง ควรจัดให้มีส่วนบริการห้องพักที่สามารถรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศในอัตราที่มีความเหมาะสมไว้ด้วย

- พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยเรือเดินสมุทรด้วยการพัฒนาท่าเทียบเรือเดินสมุทรที่ได้มาตรฐานทั้งทางด้านอ่าวไทย และทะเลอันดามัน เช่น ที่จังหวัดตราด พัทยา หัวหิน ชุมพร เกาะสมุย นครศรีธรรมราช สงขลา สตูล ตรัง กระบี่ พังงา และภูเก็ต

- ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการโดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ควรจัดวางโครงข่ายการท่องเที่ยวเข้าไปเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับรองๆ เพื่อเป็นการกระจายโอกาสสู่พื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเข้าสู่พื้นที่ในโครงข่ายนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาที่พักแบบราคาประหยัด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำ

- เสริมศักยภาพของท่าอากาศยานนานาชาติในภูมิภาค โดยให้มีความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ การซ่อมบำรุง และองค์ประกอบอื่นๆ ที่สมบูรณ์ ที่จะพัฒนาให้เป็นที่ท่าอากาศยานนานาชาติได้อย่างแท้จริง

การแก้ไขจุดอ่อน

- องค์กรภาครัฐในพื้นที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีการประเมิน และติดตามสภาพปัญหา อุปสรรค และความเสื่อมโทรมในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อจัดสรรงบประมาณมาบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ

- ให้ความสำคัญด้านการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในส่วนที่เกี่ยวกับการดูแลรักษา คุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น เช่น การบำบัดน้ำเสีย การกำจัดสิ่งปฏิกูล การเก็บและกำจัดขยะ การควบคุมดูแลมลพิษทางอากาศ และเสียง

- ใช้มาตรการทางกฎหมายให้มีความเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะการรักษาและควบคุมความปลอดภัยบนท้องถนนและการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งมีองค์กรที่เป็นเจ้าของเรื่องดูแลอยู่แล้วแต่มีความหย่อนยานในทางปฏิบัติ

- เร่งรัดการก่อสร้างโครงข่ายการเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน กรุงเทพฯ แห่งใหม่ และเมืองหลักโดยรอบ ให้สามารถใช้งานได้พร้อมกัน

- ให้มีความพร้อมเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์เครื่องใช้ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุในพื้นที่ท่องเที่ยว ที่มีอาคารที่พักเป็นตึกกระฟ้า เช่น กรณีไฟไหม้ หรือแผ่นดินไหว

การแสวงหาประโยชน์จากโอกาส

- การพัฒนาโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และ Micro Enterprises ทางการท่องเที่ยว ในระยะที่ผ่านมามีปัญหาการขาดการพัฒนาผู้ประกอบการ ขาดโครงสร้างพื้นฐานที่ยั่งยืนภายในพื้นที่ขาดเทคโนโลยีและทักษะทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลการวิจัยต่างๆ ที่มีอยู่ไม่เกี่ยวข้องกับการวางแผนของธุรกิจ SME และ Micro Enterprises จนถึงปัจจุบันได้มีสถาบันจำนวนมากที่เข้ามาสนับสนุนและให้ความรู้รวมทั้งข้อชี้แนะเกี่ยวกับแหล่งทุน แผนวิสาหกิจและการดำเนินงานด้านการตลาด ผู้ประกอบการจึงมีโอกาสแสวงประโยชน์จากแหล่งความช่วยเหลือดังกล่าวด้วย

- ควรขยายโครงข่ายการเดินทางโดยรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดินให้กว้างขวางมากขึ้น และเชื่อมโยงไปถึงชานเมือง เพื่อช่วยลดปัญหาการจราจร และช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งกำลังทวีราคาสูงขึ้น

- สนับสนุนให้สายการบินราคาต่ำ (Low – Cost Airlines) เปิดเส้นทางบินไปสู่เมืองอื่นๆ นอกเหนือจากเมืองหลักทางการท่องเที่ยว ทั้งสายการบินที่มาจากต่างประเทศ และสายการบินที่ทำการบินภายในประเทศ

- ใช้ประโยชน์จากปริมาณที่พักที่มีอยู่เป็นจำนวนมากนำมาส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยว ในราคาพิเศษในเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาน้อย

- ใช้ความรู้ที่ได้จากระดับ Management ที่มาจากต่างประเทศในการบริหารอุตสาหกรรม โรงแรมและธุรกิจบริการสาขาอื่นผนวกกับลักษณะการบริหารที่มีคุณภาพตามแบบอย่างของไทย เพื่อสร้าง Brand ใหม่ ด้านธุรกิจบริการให้กับประเทศไทยจนกลางเป็น Brand Thailand ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- การแก้ไขปัญหอุปสรรคที่เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกได้ระบุไว้บางส่วนแล้วในหัวข้อการเสริมจุดแข็ง การแก้ไขจุดอ่อน และการแสวงประโยชน์จาก โอกาส

- กระจายกิจกรรมการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ออกจากเมืองหลักทางการท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาความแออัด และปัญหาที่หนักโดยสารไม่เพียงพอในเส้นทางหลักโดยเฉพาะในฤดูการท่องเที่ยว

- กำหนดนโยบายกระจายการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไปสู่พื้นที่ที่มีศักยภาพการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการลงทุนด้านโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโดยภาคเอกชนอันจะเป็นการช่วยลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองหลักทางการท่องเที่ยว ผลจากการนี้จะช่วยทำให้เกิดสินค้าใหม่ๆ (New Products) ทางการท่องเที่ยวจากการลงทุนพัฒนาของภาคเอกชน

- เตรียมความพร้อมในเรื่องการเปิดเสรีการค้า และบริการในกรอบของ WTO, APEC, ASEAN โดยแต่งตั้งกลุ่มทำงานภาครัฐร่วมเอกชนเพื่อพิจารณาเงื่อนไขต่างๆ ให้รัดกุมและเตรียมความพร้อมของสถาบันและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกัน ควรกำหนดให้มีการชะลอเงื่อนไขบางประการที่ประเทศไทยยังไม่พร้อม เช่น อาชีพนักเทศก์ ระเบียบและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและจะต้องแก้ไข เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมี Global Agenda อื่นๆ โดยเฉพาะในส่วนที่

เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมทั้งบนดิน ใต้ดิน ในน้ำ และในชั้นบรรยากาศ ซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับการดูแลสิ่งแวดล้อมทั้งบนดิน ใต้ดิน ในน้ำ และในชั้นบรรยากาศซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องและผลกระทบต่อเรื่องการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ซึ่งยังไม่ได้มีการกำหนดหน้าที่หรือแบ่งหน้าที่กันทำให้ชัดเจน

1.6 องค์กรภาครัฐ

ตารางที่ 2.5 แสดง SWOT ขององค์กรภาครัฐ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีอำนาจในการบริหารตามตัวบทกฎหมายที่แต่ละองค์กรได้รับมอบหมายให้รักษาการ จึงมีอำนาจในการควบคุมและจัดระเบียบเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว (Political Will) องค์กรรัฐจึงอำนวยความสะดวกช่วยเหลือและให้ความร่วมมือประสานงานกับภาคเอกชนดีขึ้น และมากขึ้น - เป็นฝ่ายสนับสนุนการตั้งงบประมาณเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวของเอกชน - มีพันธมิตรช่วยเหลือสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นองค์กรนานาชาติ เช่น WTO, PATA, UN, APEC, ESCAP, OECF, ADB ฯลฯ และประเทศคู่สัญญาความตกลงร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี - มียุทธศาสตร์การพัฒนากิจการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ โดยใช้องค์กรภาครัฐผ่านผู้ว่าราชการจังหวัด CEO เพื่อบริหารความสำเร็จ - มีสายการบังคับบัญชา ซึ่งมีผลทำให้เกิดการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย 	<ul style="list-style-type: none"> - ยังคงมีความซ้ำซ้อนเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ขององค์กรภาครัฐ เนื่องจากมีองค์กรภาครัฐจำนวนมากที่กฎหมายให้อำนาจในการบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว - ประสิทธิภาพในการรักษาการให้เป็นไปตามตัวบทกฎหมาย มีความบกพร่องและไม่ได้มีการควบคุมบังคับใช้ให้เป็นไปตามกฎหมาย จึงเกิดการละเมิดขึ้นในหลายกรณี และในหลายพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว - ยังคงมีข้อขัดข้องและความไม่คล่องตัวในความร่วมมือและประสานงานระหว่างองค์กรภาครัฐด้วยกันเอง และระหว่างองค์กรภาครัฐกับเอกชน ทำให้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการแก้ไขให้สำเร็จลุล่วงไป - ยังมีลักษณะต่างคนต่างทำ ซึ่งในบางครั้งมีการประกาศนโยบายและการออกระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของเอกชนหรือเอกชนปรับตัวไม่ทัน - ไม่มีองค์กรกลางของรัฐที่จะช่วยประสานความขัดแย้ง ในกรณีที่ต่างฝ่ายต่างก็มีอำนาจตามกฎหมายและมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานที่แตกต่างกัน - บุคลากรขององค์กรภาครัฐอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - ขาดกระบวนการการมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของเอกชน และประชาชนในท้องถิ่นจึงขาดมิติทางสังคมจากภาคเอกชน

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบการจะกระตุ้นให้องค์กรภาครัฐมีความกระตือรือร้นและหันมาให้ความสนใจและความเข้าใจกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น - นโยบายที่รัฐบาลแถลงไว้ต่อรัฐสภาถือเป็นสัญญาประชาคมที่รัฐได้ให้ไว้กับประชาชน โดยเฉพาะ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงคาดหวังได้ว่า องค์กรภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญสนับสนุนโดยถือเป็นวาระแห่งชาติ - มีผลงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรนำมาพิจารณาใช้ประโยชน์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบการขององค์กรภาครัฐขาดกระบวนการดึงภาคประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา จึงเสี่ยงต่อผลเสียที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งเป็นต้นทุนทางสังคม เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อในทางลบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ - ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบการ ภายใต้ผู้ว่าราชการจังหวัด CEO มีโอกาสคุกคามและขัดแย้งต่อสิทธิของประชาชนและชุมชน ซึ่งไม่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันที่มีแนวทางกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น - การเปิดเสรีทางการค้าและบริการและ Global Agenda ต่างๆ

จากตารางที่ 2.5 รัฐบาลควรปรับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเสริมจุดแข็งแก้ไข จุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- สร้างองค์กรที่จะเป็นกลไกในการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และกำหนดวิธีการลงโทษบุคลากรในองค์กรภาครัฐที่ละเลยไม่รักษาการให้เป็นไปตามกฎหมาย

- องค์กรภาครัฐต้องสร้างกลไกการประสานงานและวิธีการที่จะให้ชุมชนหรือประชาชนใน ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ระดับนโยบายและแผน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

- องค์กรภาครัฐที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม ควรติดตามสถานการณ์และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรระหว่างประเทศที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างทันกับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงที่เคลื่อนไหวอยู่เสมอ โดยเฉพาะวาระต่างๆ ในระดับโลก (Global Agenda) ซึ่งมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของทุกประเทศ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ความ

หลากหลายทางชีวภาพ Earth Climate, Ozone Layer โสเภณี และโสเภณีเด็กอาชญากรรมข้ามชาติ และการฟอกเงิน เป็นต้น

- กระจายงบประมาณให้แก่องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ในโครงข่ายเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก

การแก้ไขจุดอ่อน

- ปัญหาขอบเขตอำนาจหน้าที่ สายการบังคับบัญชา การขาดความคล่องตัว ความซ้ำซ้อน ของอำนาจหน้าที่ และปัญหาการประสานงานขององค์กรภาครัฐ ระหว่างองค์กรภาครัฐด้วยกันเอง และระหว่างองค์กรภาครัฐกับเอกชน ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น และแนวทางแก้ไข ดู บทที่ 10 และ บทที่ 11

- ปฏิรูปโครงสร้างการศึกษา เพื่อให้มีการจัดการเรียนการสอน ผู้สอน และตำราเกี่ยวกับความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกระดับชั้น รวมทั้งกำหนดนโยบายและมาตรการให้สถาบันการศึกษาต่างๆ จัดให้นักเรียนนักศึกษาไปทัศนศึกษาโดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการเรียน หรือให้มีค่าเป็นหน่วยกิต

- เน้นมิติทางสังคมจากภาคประชาชนให้สอดคล้อง และเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ในทุกมาตราที่เกี่ยวข้อง

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- จัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และในระดับนานาชาติ รวมทั้งการศึกษาดูงาน การร่วมประชุม สัมมนา ในต่างประเทศ

- สนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัย และพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในระดับมหภาคของประเทศ งานวิจัยที่เชื่อมโยงกับสังคม Crisis ของโลกและของภูมิภาค งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเปิดเสรีด้านการค้าและบริการ งานวิจัยอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Accounts) และงานวิจัยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาดของเอกชน เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุน การดำเนินงานขององค์กรภาครัฐในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- สร้างความตระหนักในความร่วมมือ และความรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรภาครัฐ ทั้งในระบบหลักและระบบรอง ในฐานะที่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- ปรับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการโดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ให้มีลักษณะบูรณาการอย่างแท้จริง คือ ไม่ใช่ Top Down อย่างเดียว แต่ควรให้มีลักษณะ Bottom Up ด้วย กล่าวคือ ต้องให้ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทและมีส่วนร่วมมากขึ้นในทุกระดับของการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาใดๆ ที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนได้ส่วนเสีย

- ควรมีงานศึกษาวิจัยที่จะเป็นฐานการดำเนินงานให้กับผู้ว่าราชการจังหวัด CEO และให้กับองค์กรภาครัฐอื่นๆ ทั้งองค์กรภาครัฐในระบบหลัก และองค์กรภาคหลักในระบบรอง นอกจากนี้ ควรสร้างเครือข่ายในส่วนขององค์กรภาครัฐเองทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง และมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

โดยเฉพาะในส่วนที่ต้องดำเนินงานร่วมกับภาคประชาชน โดยพิจารณาความต้องการและประเมินขีดความสามารถของประชาชน และชุมชน สร้างความพร้อมให้กับชุมชน เพื่อจะได้เข้ามาเป็นแนวร่วมในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนา

- สนับสนุนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ ในเรื่อง การเปิดเสรีทางการค้าและบริการ ซึ่งเป็นพันธกรณีที่ภาครัฐต้องดำเนินการตามข้อตกลงกับ WTO, APEC, ASEAN, FTA ระหว่างไทย – สหรัฐอเมริกา ที่มีลักษณะเป็น Comprehensive Agreement, ASEAN – China รวมทั้งสิทธิพิเศษด้านการลงทุนที่คาดว่าสหรัฐอเมริกาจะขอดำเนินการต่อจากสนธิสัญญาทางไมตรี และความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ไทย – สหรัฐอเมริกา (Treaty of Amity and Economics Relations) เรื่อง ทรัพย์สินทางปัญญา และ General Agreement on Trade in Services – GATS

1.7 องค์กรภาคเอกชน

ตารางที่ 2.6 แสดง SWOT ขององค์กรภาคเอกชน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็น สมาคม/ชมรม เพื่อดูแลปกป้องผลประโยชน์สมาชิกและรักษามาตรฐานของอาชีพในสาขาที่ สมาคม/ชมรม เกี่ยวข้อง - มีการประสานความร่วมมือและประสานงานระหว่าง สมาคม / ชมรม ในกรุงเทพมหานคร และสมาคม / ชมรม ในภูมิภาคภายใต้การ อำนวยการของสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว ส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย - เป็นที่รวมของผู้มีความรู้ ความชำนาญ และ ประสบการณ์ในสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ ความมี ประสิทธิภาพ และ ความสามารถทางการตลาด - มีสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นองค์กรกลางทำหน้าที่เป็นตัวแทนของภาคธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนในการประสานงานระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ และระหว่างเอกชนด้วยกันตนเอง ซึ่งสภาฯ นี้ สามารถเสนอความเห็นหรือให้คำปรึกษาต่อ ภาครัฐมนตรี 	<ul style="list-style-type: none"> - สมาคม / ชมรม เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว สาขาต่างๆ ไม่สามารถควบคุมสมาชิกที่มี พฤติกรรมขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ - การเอาัดเอาเปรียบและการหลอกลวงนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ สร้างภาพลักษณ์ในทาง ลบให้กับประเทศและประชาชนคนไทย - สมาคม / ชมรม เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีจำนวนมากและ ซ้ำซ้อนกัน ทำให้เกิดปัญหาการประสานงานและ ความสับสนในระหว่างภาคธุรกิจท่องเที่ยวของ เอกชนเอง และขาดความมีเอกภาพในการเสนอ ความคิดเห็น และความต้องการต่อองค์กรภาครัฐ - องค์กรเอกชน (Non – Governmental Organization) ซึ่งมีความรู้ความชำนาญในเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว ไม่ได้รับการ พิจารณาให้เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนการ ดำเนินงานด้าน การพัฒนาการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<p>- การจัดให้มีสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือขององค์กรภาคเอกชน เป็นที่คาดหวังว่าจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดและขีดความสามารถในการแข่งขัน</p> <p>- ปัญหาความร่วมมือประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชนจะน้อยลง ซึ่งนำไปสู่การคลี่คลายปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว</p>	<p>- องค์กรภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นสมาคม สมาพันธ์และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ต้องอาศัยการประสานงานและความร่วมมือเป็นอย่างดีของสมาชิก แต่เนื่องจากผลประโยชน์ที่ทับซ้อนกันของมวลสมาชิกปัญหาสำคัญๆ จะยังคงแก้ไขได้ยาก เช่น การตัดราคา การยกมาตรฐานการบริการ เช่น กรณีการกำหนดมาตรฐานโรงแรมหรือการระดมทุนเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการตลาดเชิงรุก</p>

จากตารางที่ 2.6 รัฐบาลควรปรับนโยบาย และยุทธศาสตร์การพัฒนา เสริมจุดแข็ง แก้ไข จุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ภาคเอกชนมีความสามารถด้านการตลาด และมีการรวมตัวกันเพื่อรักษาผลประโยชน์ของธุรกิจ หากจะใช้ความสามารถเพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการที่จะช่วยกันจัดให้มีมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการให้เทียบเท่าระดับสากล หรือมีอัตลักษณ์ที่ดีกว่าแตกต่างกว่า จะเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรภาคเอกชน และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม และเป็นการช่วยสร้าง Brand Image ให้กับประเทศ

- สมาคม สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรประสานงานและดำเนินงานร่วมกับองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ โดยเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องดังกล่าวในรายละเอียดให้กับมวลสมาชิกทั้ง ระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติงาน

- ในอนาคตอันใกล้ เรื่องมาตรฐานและการประกันคุณภาพจะทวีความเข้มข้นมากขึ้น องค์กรภาคเอกชนจึงต้องแสวงหาความรู้ในส่วนที่เป็น Global Agenda เพื่อนำมาถ่ายทอดให้กับสมาชิก และผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว และจำเป็นต้องเร่งรัดการแก้ไขปรับปรุงมาตรฐานในการให้บริการ ต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักปฏิบัติที่เป็นที่รับรองกันในระดับสากล มิฉะนั้นจะมีปัญหาโดยตรงต่อการประกอบธุรกิจ

การแก้ไขจุดอ่อน

- ควรมีงานวิจัยสนับสนุนการดำเนินงานของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเฉพาะในส่วนของการสร้างเอกภาพในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในส่วน

เอกชน เพราะใน ปัจจุบันยังมีปัญหาการประสานงาน ปัญหาการขาดความร่วมมือ ปัญหาความสับสน ในการรวมตัวกันของ กลุ่มธุรกิจแต่ละประเภท และปัญหาการควบคุมพฤติกรรมที่ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ

- องค์กรภาคเอกชนควรจะควบคุมด้านมาตรฐานการบริการ และจรรยาบรรณ ธุรกิจได้ใน ระดับหนึ่ง เพราะโดยสามัญสำนึกน่าจะพอเข้าใจได้ว่าลักษณะการประกอบการที่เป็นการ เอาเปรียบ หรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว ย่อมมีผลกระทบต่อการตลาดในระยะยาวต่อไป กรณี ตัวอย่าง เช่น นักท่องเที่ยวจากตลาดจีน ซึ่งจะเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในอนาคต และประเทศจีน กำหนดให้นักท่องเที่ยวจีนไปเที่ยวประเทศอื่นๆ ได้ 33 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ภาคธุรกิจเอกชน จึงต้องเข้าใจความสำคัญและ โอกาสที่อาจสูญเสียด้านนี้ไป ถ้าทางการจีนประกาศห้ามมิให้ นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทย

- องค์กรเอกชนที่เรียกว่า NGO ไม่ได้เป็นฝ่ายตรงข้ามเสมอไป แต่เป็นองค์กรที่ ภาคธุรกิจ ท่องเที่ยวเอกชนควรแสวงหาความร่วมมือ เพื่อที่จะได้ช่วยกันกำหนดทิศทางการพัฒนา และการดำเนินงาน ให้เกิดลักษณะการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อแสดง บทบาทนำในด้านการจัดการโดยเฉพาะการสร้าง Websites ด้านการจัดการการท่องเที่ยว เช่น

- ระบบการจัดการบริษัทท่องเที่ยว
- ระบบการจัดการโรงแรม
- ระบบการจัดการข้อมูลโครงสร้างการท่องเที่ยว
- ระบบสถิติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ระบบการจัดการด้านการเงินในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์
- ระบบการจัดการเรื่องร้องทุกข์ทางการท่องเที่ยว
- ระบบการพยากรณ์หรือการคาดการณ์ด้านการท่องเที่ยว
- ระบบการแก้ไขปัญหาวิกฤติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น

โดยจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษมาดำเนินงานด้านการใช้ สารสนเทศให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง หรือจเรจาทำความ ตกกลงกับหน่วยงานต่างๆ ที่มีข้อมูลข้างต้นเพื่อจัดทำ Web Link เช่น

- การดำเนินการด้าน E - Tourism และการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับแหล่งท่องเที่ยว

- การรับผิดชอบดูแลยุทธศาสตร์การตลาดและการแข่งขันของท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว
- บูรณาการระบบอิเล็กทรอนิกส์ของท้องถิ่นที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เชื่อมโยงกับส่วน กลาง
- เร่งรัดการฝึกอบรมสารสนเทศให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยให้

สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้ความสนใจ

- สร้างคู่มือ Online ให้สมาชิก

- ให้ความช่วยเหลือธุรกิจ SME ด้านการท่องเที่ยวให้เข้าสู่ระบบ Online
 - พัฒนาข้อมูลให้ทันสมัย เทียบตรง และมีคุณภาพสูง
 - สร้างกลยุทธ์ด้านการตลาดใน Websites เป็นต้น
- การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยอาศัยวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ตามมาตรา 6 วรรค (1 – 15) ให้ได้ผลในทางปฏิบัติทุกข้อ โดยการตั้งคณะทำงานดำเนินงานในแต่ละเรื่องตามเงื่อนไขเวลาที่กำหนด และให้คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามมาตรา 15 ใช้ อำนาจหน้าที่ตามมาตรา 16 ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา 6 โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรา 16 วรรค (1) (2) (3) สำหรับมาตรา 16 (3) ควรเร่งรัดการออกข้อบังคับตามข้อ (ก) ว่าด้วยวินัย และการลงโทษ (จ) ว่าด้วยจรรยาบรรณของผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ฉ) วิธีปฏิบัติเพื่อให้มีการรับรองคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สำหรับนักท่องเที่ยว

1.8 ภาคเอกชนและองค์กรท้องถิ่น

ตารางที่ 2.7 แสดง SWOT ของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในโลกยอมรับว่าคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีและมีความเป็นมิตร - มีความเข้าใจในความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าจะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ตนได้ จึงให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว - สามารถอนุรักษ์และปกป้องรักษารากเหง้าทางขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ได้อย่างเหนียวแน่น และกลายมาเป็นประโยชน์ล้ำค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - มีจำนวนแรงงานในปริมาณที่สูงและเป็นแรงงานที่มีศักยภาพหากได้รับการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความชำนาญและประสบการณ์ - เนื่องจากการท่องเที่ยวจะขยายตัวเติบโตขึ้นมากในอนาคต จึงเป็นโอกาสที่ประชาชนในท้องถิ่นจะมีงานทำและมีอาชีพมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - มีปัญหาด้านสื่อความเข้าใจ เนื่องจากอุปสรรคด้านภาษา - ไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ตนมีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ - ขาดความรู้ความเข้าใจในการดูแลรักษาทรัพยากรด้านธรรมชาติและระบบนิเวศ - ไม่สามารถต้านทานผู้มีอิทธิพลที่เข้ามาแสวงประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว - มีการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรมาสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยว แต่อัตราค่าจ้างแรงงานต่ำเนื่องจากเป็นแรงงานด้อยประสบการณ์ - ถูกแย่งโอกาส แย่งงาน แย่งอาชีพจากคนต่างภาคต่างถิ่น และคนต่างชาติ - สัดส่วนการลงทุนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ของคนท้องถิ่นน้อยกว่าคนต่างถิ่น และมีแนวโน้มที่คนต่างถิ่น (รวมทั้งคนต่างชาติ) จะเข้ามาถือครองกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรคที่คุกคาม (Threats)
<p>- รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน กำหนดให้รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสงวนและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ จึงเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน และการพัฒนา เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนเอง</p> <p>- มีสถาบันการศึกษาทั้งในระดับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษาจำนวนมากที่ทำการสอนวิชาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงมีโอกาสผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพและมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวได้มาก</p>	<p>- กิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายกรณีไม่เคารพต่อศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ไม่ส่งเสริมสิทธิมนุษยชน และสิทธิส่วนบุคคล เช่น การกระทำต่อสตรี เด็ก คนกลุ่มน้อย และคนพื้นเมืองอย่างขาดศีลธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบ</p> <p>- อาชญากรรมที่รุนแรงและมีสถิติเพิ่มมากขึ้น</p> <p>- นักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 20 ดำเนินบริการแท็กซี่เอาเปรียบและไม่ซื้อสัตย์</p> <p>- ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ โดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ไม่ได้ให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p>

จากตารางที่ 2.7 รัฐบาลควรปรับนโยบาย และยุทธศาสตร์การพัฒนา เสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน แสวงประโยชน์จากโอกาส และลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม ดังนี้

การเสริมจุดแข็ง

- ดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และผลประโยชน์ที่จะพึงได้รับอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ถ้าประชาชนให้ความร่วมมือต้อนรับ และช่วยดูแลนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกปลอดภัย และด้วยความเป็นมิตร

- ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่อง เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น และประชาชนในชาติ อันจะนำไปสู่ความรัก ความหวงแหน และปกป้องสมบัติวัฒนธรรมของชาติ

- จัดตั้งองค์กรชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งให้เป็นแกนหรือเป็นตัวแทนที่จะเสนอความต้องการของชุมชนต่อองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยสิทธิและหน้าที่ตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ

การแก้ไขจุดอ่อน

- การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการโดยผู้ว่าราชการจังหวัด CEO ต้องปรับทัศนคติ และกลยุทธ์การดำเนินงาน โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ในกระบวนการวางแผนตั้งแต่เริ่มต้น และร่วมในกระบวนการพัฒนาทุกขั้นตอน

- สร้างเครือข่ายการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในท้องถิ่นเรื่องความสำคัญของการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ช่วยกันปกป้องรักษา และหวงแหน

ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และให้มีความเข้าใจว่า ทรัพยากรดังกล่าวเป็นต้นทุนทางสังคม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อประชาชนในพื้นที่ในระยะยาว และไม่มีที่สิ้นสุด

- สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในพื้นที่ หรือพื้นที่ใกล้เคียง ช่วยสนับสนุนการอบรม เรื่องความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการใช้ภาษา เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นสามารถมี ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือการเผยแพร่ความรู้ผ่านวิทยุชุมชน และสื่อต่างๆ

การแสวงประโยชน์จากโอกาส

- สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา หรืออาชีวศึกษาในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง ช่วยฝึกอบรมด้านการบริการแขนงต่างๆ ให้กับประชาชน โดยถือเป็นการบริการทางวิชาการแก่สังคม รวมทั้ง การอบรม เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการและการจัดการในแต่ละระดับของการให้บริการและการบริหารงาน

- สร้างเครือข่ายการให้ความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของประชาชนตามบทบัญญัติ แห่งรัฐธรรมนูญ ซึ่งเปิดโอกาสไว้มากเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนและสิทธิชุมชน

การลดภาวะวิกฤติจากอุปสรรคที่คุกคาม

- ผู้ลงทุนและผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวควรให้โอกาสประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามาทำงานในธุรกิจเป็นลำดับแรก เพื่อช่วยสร้างทัศนคติที่ดีให้มีส่วนต่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้ด้วยค่าจ้างแรงงานที่ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

- การลงทุนเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการทางการท่องเที่ยวควรมีหลักการที่เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการลงทุนในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นที่พอใจของทั้ง 2 ฝ่าย

- องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แสดงบทบาทที่ชัดเจนในการ รณรงค์ต่อต้านทุกรูปแบบต่อการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ ที่ไม่เคารพต่อศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ การไม่ส่งเสริมสิทธิมนุษยชน และสิทธิส่วนบุคคล ด้วยการลงโทษทางสังคม เช่น การ Sanction การประจานทางสังคม และ/หรือ ให้มีการลงโทษตามกฎหมาย

- สื่อสารมวลชนทุกแขนงช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ วิชาการวิจารณ์ และต่อต้านการกระทำใดๆ ที่ขาดศีลธรรม จรรยาบรรณ และจริยธรรมทางธุรกิจ

- ประชาชนในท้องถิ่นรวมตัวกันเพื่อต่อต้านการกระทำที่ขาดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น และไม่ให้ความร่วมมือในทุกรูปแบบที่สามารถ กระทำได้

2.6.4 สถานการณ์การท่องเที่ยว

2.6.4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

โครงสร้างการตลาดและแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก

1. การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว องค์กรการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกและกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

2. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาด กลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต UNWTO คาดว่า ในปี พ.ศ. 2563 จีนจะเป็นตลาดส่งออกและนำเข้านักท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีนักท่องเที่ยว 100-120 ล้านคนปี

3. การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น การทวีบทบาทสำคัญของตลาดเกิดใหม่ซึ่งตลาดเหล่านี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในทวีปเอเชีย ทั้งตลาดที่มีขนาดใหญ่ เช่น จีน อินเดีย และตลาดขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เช่น กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียใต้ กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชียกลาง เป็นต้น หลายประเทศจึงมีการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลยุทธ์ และการใช้นโยบายปกป้องคนของตนให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อแย่งชิงตลาดในเวทีโลก

4. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลก อัตราการเพิ่มของประชากรโลกอยู่ที่ระดับ 1.11 ในปัจจุบัน จะลดลงเป็นระดับ 0.86 ในช่วงปี 2563-2568 โดยประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประเทศเยอรมัน ญี่ปุ่น รัสเซีย มีอัตราเพิ่มของประชากรติดลบ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพร้อมในด้านเวลา และงบประมาณ สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบพำนักนาน และต้องการท่องเที่ยวในแหล่งที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้การกระตุ้นประชาชนให้เดินทางท่องเที่ยว อาทิ การลดชั่วโมงการทำงาน การสนับสนุนให้ประชาชนมีโอกาสพัฒนาประสบการณ์ของตนจากการเดินทางท่องเที่ยว การลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าอุปโภคบริโภคบางชนิดและภาษีนายจ้าง มาตรการดังกล่าวได้มีการดำเนินการในหลายประเทศ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น

5. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การช่วงชิงตลาดการท่องเที่ยว ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ สาร และสารสนเทศ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าของสินค้าในขนาดรูปแบบของ E-Commerce และ E-Business จะมีความสำคัญและซับซ้อนมากขึ้นในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะใช้ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อทำการสืบค้นและเปรียบเทียบราคามากขึ้น คาดการณ์ว่ามีประชากรโลกกว่า 1.5 พันล้านคน ท่องอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต และเกือบ 600 ล้านคน ที่ผันตนมาเป็นสมาชิกในสังคม Online บทบาทของอินเทอร์เน็ต ซึ่งแต่เดิมทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูล เพื่อป้อนข่าวสารด้านเดียว ได้กลายมาเป็นช่องทางใหม่ในการแพร่กระจายข่าว การให้ข้อมูล และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยม

วิกฤตและความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวโลกมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากการก่อการร้ายระหว่างประเทศ การก่อการร้ายและอาชญากรรมข้ามชาติมีแนวโน้มขยายตัวทั่วโลกและรุนแรงมีรูปแบบและโครงข่ายที่ซับซ้อนมากขึ้น โดยใช้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมเป็นปัจจัยสนับสนุนและมีแนวโน้มคงอยู่ต่อไปในหลายภูมิภาคของโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว และจิตวิทยาของผู้บริโภคที่จะชะลอการใช้จ่ายใช้สอยประเทศไทยจึงต้องเตรียมตัวรับความเสี่ยงในด้านต่างๆ และภาวะการแข่งขันที่จะรุนแรงมากขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศโลก ผลกระทบจากสภาวะโลกร้อนเริ่มแสดงให้เห็นชัดเจนจากภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรง ครอบคลุมไปทุกภูมิภาค เห็นได้จากความรุนแรงของภัยพิบัติต่างๆ เช่น พายุ น้ำท่วม ภัยแล้ง แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด สึนามิ ช่วง 30 ปีที่ผ่านมา อัตราภัยพิบัติทางธรรมชาติเพิ่มสูงขึ้นในแบบขยับขึ้นบันได ภัยพิบัติทางน้ำเพิ่มขึ้น 30.7 % วาตภัย (พายุ) เพิ่มขึ้น 26.6 % และแผ่นดินไหวเพิ่มขึ้น 8.6 % ประเทศต่างๆ จึงเริ่มหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อม การสร้างจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง เป็นจุดขายกระตุ้นหรือเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาซื้อหาหรือใช้บริการท่องเที่ยว ในอนาคต

Green Logistic เป็นเทรนด์ที่ถูกกำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และอาจถูกกำหนดเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

3. ความเสี่ยงของโรคระบาด ความรุนแรงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้ว่าในหลายกรณีจะมีอัตราการเสียชีวิตต่ำก็ตาม แต่โรคระบาดที่เกิดจากไวรัสสายพันธุ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังวลและรู้สึกไม่ปลอดภัย ดังเช่น การระบาดจากไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2009 การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 31.6 ภูมิภาคยุโรปและตะวันออกไกลลดลงร้อยละ 26.3

4. สภาวะเศรษฐกิจโลก ความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจโลกอาจส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต สภาวะถดถอยของเศรษฐกิจโลก ในปี พ.ศ. 2551 และต่อเนื่องถึงปัจจุบันส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามคาดการณ์ว่าในอนาคตเศรษฐกิจโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะมีกลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดียและจีน) ที่คาดการณ์ว่า จีน รัสเซีย และอินเดีย มีแนวโน้มเศรษฐกิจขยายตัวมากกว่าร้อยละ 7 ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2568

การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาดนักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้น ซึ่งมีผลให้เกิดพฤติกรรม Last Minute คือ ใช้เวลาสั้นก่อนการเดินทางเพื่อตัดสินใจในการจองซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความคุ้มค่า

2. นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ และกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว เช่น UNWTO APEC ASEAN ACD GMS ACMECS IMT-GT และ BIMSTEC เป็นต้น ช่วยลดอุปสรรคและข้อจำกัดในการท่องเที่ยว

3. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เลือกพักแรมในโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

4. กระแสของความสนใจและใส่ใจในสุขภาพ และการออกกำลังกายทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีแนวโน้มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศต่างๆ ได้แข่งขันกันแย่งสิทธิ์ในการจัดกิจกรรมหรือ Event ด้านการกีฬา ซึ่งไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความพร้อมในด้านบุคลากร สนามแข่งขัน มีประสบการณ์ในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ รวมถึงกีฬาที่มีเอกลักษณ์ เช่น มวยไทย และตะกร้อ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไทยมีชื่อเสียงในเรื่องของสปา การนวดแผนไทย ความพร้อมในด้านของบุคลากร มีสถานประกอบการที่มีคุณภาพซึ่งพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

5. กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีแนวโน้มมากขึ้น แนวคิดการพัฒนา อย่างยั่งยืนได้ถูกเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมอย่างเป็นลำดับ และกำลังปรับเปลี่ยน สภาพไปสู่การจัดการที่คำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของ พื้นที่ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์และตราสัญลักษณ์สินค้าทางการ ท่องเที่ยว วัฒนธรรมและธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล

2.6.4.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

1. ประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาวิกฤตและความเสี่ยงด้านการ ท่องเที่ยว ในช่วงระยะเวลา 4-5 ปี ที่ผ่านมา ประเทศไทยต้องประสบกับภาวะวิกฤตต่างๆ ทั้ง วิกฤตการณ์โรคซาร์ส (SARS) เหตุการณ์สึนามิ (Tsunami) การรัฐประหาร การเกิดวิกฤตราคาน้ำมัน โรคระบาดไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ 2009 เป็นเงื่อนไขข้อจำกัดในการรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ โดยผลกระทบจากวิกฤตในแต่ละครั้งได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเด่นชัด เช่น ภายหลังจากเกิดเหตุวิกฤตการณ์โรคซาร์สส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงถึง 50 % ภายใน 3 เดือน เหตุการณ์สึนามิส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลง 30 % ภายใน 2 เดือน อย่างไรก็ตามพบว่าภายหลังจาก เกิดวิกฤตในประเทศไทยก็มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะกลับเข้ามาท่องเที่ยวอีกครั้งในระยะเวลาไม่นานนัก

2. สถานการณ์ทางการเมืองยังคงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว สถานการณ์ทาง การเมืองที่ยังไม่นิ่ง ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดความรุนแรงหรือไม่ ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ในช่วงระยะเวลาต่อไปมีความท้าทายมากขึ้น สถานการณ์ทางการเมืองได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ จำนวนนักท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของประเทศนับตั้งแต่การเกิดรัฐประหาร ในปี 2549 การปิดท่าอากาศยาน นานาชาติสุวรรณภูมิ ในระหว่างวันที่ 25 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม 2551 และเหตุการณ์ความไม่สงบทาง การเมือง ระหว่างวันที่ 8-14 เมษายน 2552 ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจ ส่งผลให้จำนวนการเดินทางเข้า ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวลดลงอย่างรุนแรง ถึงแม้จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 4 ของปี 2552 แต่วิกฤตทางการเมืองที่เกิดขึ้นในเดือนมีนาคม - เมษายน 2553 ได้ส่งผลให้สถานการณ์ท่องเที่ยวเลวร้ายลงอีก จากการเผยแพร่ข่าวไปทั่วโลก รวมทั้งการออก Travel Warning ของประเทศต่างๆ เพื่อแจ้งเตือนประชาชนถึง ความเสี่ยงในการเดินทางมาประเทศไทย ส่งผลลบต่อภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของประเทศไทย

3. จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ ค่าใช้จ่าย และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แม้ประเทศไทยจะประสบกับปัญหาและวิกฤตด้านการท่องเที่ยวซึ่ง ส่งผลกระทบต่อจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤต และหลังเกิดวิกฤต แต่ก็พบว่าภาย หลังจากวิกฤตผ่านพ้นไปอัตราการเติบโตจะกลับไปอยู่ในระดับเดิม

- จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ยปีละประมาณ 9 ล้านคน มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม 5 % ต่อปี อัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 7 ของเอเชีย โดยมาเลเซียและเวียดนามมีการเติบโตเฉลี่ย อันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ปี 2553 เป็นปีที่ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวสูงที่สุดจำนวน 15.8 ล้านคน

- รายได้จากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากสถิติรายได้จากการ ท่องเที่ยวในปี 2553 มีรายได้ 585.9 พันล้านบาท ระหว่างปี 2548-2553 พบว่าประเทศไทยมีรายได้

จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราขยายตัวเฉลี่ยปีละ 11.90 % โดยอัตราการเติบโตของรายได้จะปรับลดลงและมีค่าเป็นลบในช่วงปีที่เกิดวิกฤต แต่ภายหลังจากวิกฤตผ่านพ้นไปอัตราการเติบโตของรายได้จะกลับไปอยู่ในระดับเดิม

- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว/คน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวที่มาจากท่องเที่ยวในประเทศไทย มีแนวโน้มการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากค่าใช้จ่าย 3,172.93 บาท ในปี 2541 เพิ่มขึ้น 3,992.60 บาท ในปี 2553 ทั้งนี้การเกิดวิกฤตในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปี 2553 ต่ำกว่าปี 2550 2551 และ 2552

- จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นับจากปี 2543 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพักในประเทศไทยนานขึ้นจากวันพักเฉลี่ย 7.77 วัน เป็น 9.22 วัน ในปี 2553

4. นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกและยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าวครึ่งหนึ่ง (8,076,493 คน ในปี 2553) เป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียตะวันออก โดยมาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน และเกาหลี เป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวในไทยมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 27 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร เยอรมัน สวีเดน และรัสเซีย มาท่องเที่ยวในไทยมากที่สุดและเป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียใต้ และตะวันออกกลางมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.98 และ 23.00 ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาจากรายได้พบว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปยังเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดโดยคิดเป็นร้อยละ 40 ของรายได้นักท่องเที่ยวทั้งหมด และพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรปมีจำนวนวันพักนานกว่านักท่องเที่ยวจากเอเชีย

5. นักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นโดยรัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้คาดว่าในปี 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านคน/ครั้งและก่อให้เกิดรายได้ หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ที่มีนักท่องเที่ยวเพียง 59.74 คนต่อครั้ง การท่องเที่ยวภายในประเทศมีส่วนกระจายรายได้สู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ระยอง และกาญจนบุรี

6. กลุ่มธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และมีส่วนสร้างมูลค่าให้ธุรกิจอื่นๆ เช่น เฟอร์นิเจอร์ อาหาร สมุนไพร ธุรกิจสปาสุขภาพอนามัย การค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง บริการด้านโลจิสติกส์ และการจ้างงานในระดับต่างๆ เป็นต้น กลุ่มธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีมูลค่ารวม 337,343 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.1 ของการบริการภาคเอกชนทั้งหมด โดยนับเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับสอง รองจากกลุ่มการสื่อสารและขนส่ง เมื่อพิจารณาตามขนาดของวิสาหกิจแล้ว พบว่ามีการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อมร้อยละ 62.3 กลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง ร้อยละ 19.7 หรือ 66,334 ล้านบาท และกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ร้อยละ 18.0

7. ระบบโลจิสติกส์และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว จะทวีความสำคัญมากขึ้นโดยประเทศไทยมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานในระดับหนึ่ง แต่ยังมีขีดความสามารถด้านการขนส่งต่ำกว่า สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินเดีย สำหรับปัญหาของระบบโลจิสติกส์ไทยยังคงมีปัญหา ด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดการลงทุนที่เพียงพอต่อการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยว รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งระหว่างเมือง

ท่องเที่ยวหลักเมืองท่องเที่ยวรอง การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านปัญหาด้านกฎระเบียบที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในบางเส้นทางตลอดจนปัญหาการขาดศักยภาพของผู้ประกอบการไทย

8. การท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศโลก ความเสี่ยงเกิดจากปัจจัยต่างๆ เช่น น้ำท่วมฉับพลัน น้ำท่วมขัง การกัดเซาะ ไฟป่า ระบบนิเวศและโรคระบาด โดยคาดการณ์ว่าใน พ.ศ. 2563 การท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณชายฝั่ง อันดามัน จะได้รับประโยชน์จากการมีฤดูฝนสั้นขึ้น ซึ่งทำให้ดำเนินกิจกรรมกลางแจ้งได้ยาวนานขึ้นถึง 4 สัปดาห์ อย่างไรก็ตามปัญหาด้านการขาดแคลนน้ำเป็นปัญหาของพื้นที่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน หากพื้นที่ใดที่ไม่มีแผนการจัดการด้านการขาดแคลนปริมาณน้ำ ระยะเวลาของฤดูฝนที่ลดลงในอนาคตจะส่งผลกระทบต่อพื้นที่และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้ การท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณชายฝั่งอ่าวไทย เกือบทุกจังหวัดบริเวณชายฝั่งอ่าวไทยจะมีปริมาณฝนตกที่รุนแรงมากขึ้นและระยะเวลาที่ฝนตกมากขึ้นถึง 2 สัปดาห์ในอีก 20 ปีข้างหน้า และจะเพิ่มถึง 4 สัปดาห์ในอีก 50 ปีข้างหน้า โดยปริมาณน้ำที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อกิจกรรมกลางแจ้ง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือ มีโอกาสในการเกิดไฟป่าสูง โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้ง โดยทางภาคเหนือของประเทศจะมีอุณหภูมิสูงขึ้น 2-3 องศาเซลเซียส ในอีก 20 ปีข้างหน้า จำนวนวันเย็น (วันที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า 15 องศาเซลเซียส) ลดลง 5-10 วันต่อปี และลดลงมากกว่า 20 วันในอีก 50 ปีข้างหน้า โดยบริเวณภูเขาของจังหวัดแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่และเชียงราย จะมีจำนวนวันเย็นลดลงมากกว่า 60 วัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางด้านเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว และมีความเสี่ยงต่อการเกิดน้ำท่วมในพื้นที่ลุ่มเนื่องจากปริมาณน้ำที่สะสม ประกอบกับแผนการระบายน้ำของพื้นที่ดังกล่าวยังไม่เหมาะสมเท่าที่ควรแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบริเวณทางตอนล่างของภาคเหนือและทางตอนบนของภาคกลาง ปริมาณฝนรายปีในพื้นที่นี้ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ยกเว้นทางภาคตะวันตกของประเทศติดกับเทือกเขาตะนาวศรี บริเวณชายแดนประเทศไทยและพม่า ซึ่งมีปริมาณฝนเพิ่มขึ้น 300 มม./ปี ประกอบกับอุณหภูมิที่ร้อนขึ้น ทำให้คลัสเตอร์นี้มีความเสี่ยงต่อการเกิดไฟป่าและระบบนิเวศสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

9. ประเทศไทยยังคงมีจุดอ่อนในด้านความปลอดภัย กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย และนโยบายรัฐบาล โดย ปี 2552 องค์การการท่องเที่ยวโลกจัดลำดับด้านการจัดการกฎหมาย ระเบียบ บริการพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว (Regulatory Framework) ของประเทศไทยไว้ในอันดับที่ 70 ของโลก ซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่าปี 2551 และ 2552 และหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าประเทศไทยมีจุดอ่อนในด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety & Security) อยู่ในอันดับที่ 118 และความยั่งยืนในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่ในลำดับที่ 90 ของโลก

10. มีการกระจายอำนาจและเปิดโอกาสให้ชุมชนและท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมากขึ้น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ให้สิทธิชุมชนในการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติและมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมปัจจุบันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามโครงสร้างการบริหารจัดการยังขาดเสถียรภาพ ขาดองค์กรกลางที่มีอำนาจในการบังคับให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกระทำตามแผนรวม และบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และรวมถึงกฎระเบียบของรัฐที่ไม่ทันการพัฒนาในภาคเอกชน การวางแผนที่ไม่นำไปสู่การปฏิบัติหรือการลงทุนขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน และภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการ

จัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น การลงทุนด้านการท่องเที่ยวเน้นการก่อสร้างมากกว่าการจัดการภูมิทัศน์ และขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่น และหน่วยงานทุกระดับ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

1. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว การเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 124 ประเทศ ของ World Economic Forum พบว่า ประเทศไทยมีอันดับที่ดีขึ้น แม้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและวิกฤตในหลายด้าน ในปี 2550 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 43 ของโลก ปี 2551 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 42 ของโลก และปี 2552 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก โดยประเทศไทยเป็นที่ยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ความคุ้มค่าด้านราคา และความดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก พบว่าขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยในปี 2552 อยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก ยังเป็นรองประเทศออสเตรเลีย (อันดับ 9) สิงคโปร์ (อันดับ 10) ฮองกง (อันดับ 12) นิวซีแลนด์ (อันดับที่ 20) ญี่ปุ่น (อันดับ 25) เกาหลีใต้ (อันดับ 31) และประเทศมาเลเซีย (อันดับ 32) แต่มีอันดับที่ดีกว่า ไต้หวัน (อันดับ 43) จีน (อันดับ 47) อินเดีย (อันดับ 62) บรูไน (อันดับ 69) อินโดนีเซีย (อันดับ 81) ฟิลิปปินส์ (อันดับ 86) และเวียดนาม (อันดับ 89)

2. ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว มีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย กระจายอยู่ในทุกจังหวัด และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีความสวยงามติดระดับโลก มีเอกลักษณ์ต่างจากภูมิภาคอื่น ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงอุตสาหกรรมที่สนับสนุนเชื่อมโยง และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมที่จะพัฒนาอีกจำนวนมาก เมื่อพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศในทวีปเอเชีย โดยพิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวรู้จักกันดี จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ประมาณ 100 แห่ง เป็นรองประเทศจีน ญี่ปุ่นและอินเดีย ตามลำดับ โดยแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลนักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุด โดยมีคู่แข่ง คือ อินเดียและอินโดนีเซีย แหล่งช้อปปิ้งมีคู่แข่งสำคัญ คือ จีน ญี่ปุ่น และฮ่องกง สำหรับสนามกอล์ฟไทยยังเป็นรองญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้ ความได้เปรียบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงเป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย และได้รับรางวัลความสำเร็จจากการจัดอันดับในระดับโลก รางวัลที่ประเทศไทยได้รับเหล่านี้ สะท้อนภาพลักษณ์ด้านบวกของประเทศไทย เป็นการตอกย้ำให้เห็นศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว อาจกลายเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลให้ความได้เปรียบของไทยลดลง จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวโดยที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากนักท่องเที่ยว ในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทันไม่มีการเตรียมความพร้อมในการรองรับขีดความสามารถของนักท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเกิดความเสื่อมโทรม จากการสำรวจสถานภาพของแหล่งท่องเที่ยว 2,154 แห่ง โดยจำแนกตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมที่ต้องเร่งพัฒนาอย่างเร่งด่วนจำนวน 138 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 50 แห่ง รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ 38 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 21 แห่ง

2.6.5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้กล่าวเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของไทยไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ว่า

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาจากหลายประเด็น ดังนี้

ประเด็นผลกระทบด้านเศรษฐกิจได้แก่ ความถดถอยของเศรษฐกิจโลก การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลกแบบหลายศูนย์กลาง การขยายตัวของข้าวจ้างทางเศรษฐกิจใหม่ อาทิ บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน ส่งผลต่อการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ และการเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินของโลกที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้าและบริการ การเคลื่อนย้ายแรงงานเสรี ส่งผลให้ประเทศไทยต้องพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกและเตรียมความพร้อมต่อการผันผวนของค่าเงิน รวมทั้งจะต้องพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ

ประเด็นผลกระทบด้านสังคม การให้ความสนใจกับชุมชน มรดกทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย สะอาด มีการรักษาสิ่งแวดล้อม และใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น รูปแบบของการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบอิสระ สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น นอกจากนี้ผลกระทบด้านสังคม กระแสโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมโลกที่เข้ามาในประเทศไทย การเปิดการค้าเสรี ก่อให้เกิดการอพยพย้ายถิ่น การเคลื่อนย้ายแรงงาน ส่งผลต่อวิถีชีวิตคนไทยทั้งระดับครอบครัว ชุมชนและประเทศเกิดการสูญหายของวัฒนธรรมพื้นถิ่น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

ประเด็นผลกระทบด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอากาศ ส่งผลให้สถานการณ์และแนวโน้มความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะปัญหามลพิษอุณหภูมิโลกที่ร้อนขึ้น การกัดเซาะของชายฝั่ง ภาวะภัยแล้ง และน้ำท่วม ส่งผลต่อความงดงามและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง ประเทศไทยได้เข้าร่วมลงนามและเป็นภาคีในกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) รวมทั้งได้ร่วมลงนามรับรองพิธีสารโตเกียวร่วมรับผิดชอบการดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังนั้น ประเทศไทยจะต้องเตรียมพร้อมรองรับผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยการคำนึงถึงการท่องเที่ยวที่สะอาด (Green Tourism) การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในทุกระดับให้มีศักยภาพรองรับการเปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล และยั่งยืน

ประเด็นการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวต้องปรับเตรียมความพร้อมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยต้องบริหารจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ รวมทั้งประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การวิวัฒนาการเทคโนโลยีด้านการบินและการขยายตัวของกิจการสายการบินต้นทุนต่ำ ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางบ่อยขึ้น และระยะเวลาในการพำนักของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้งสั้นลง

ประเด็นในด้านภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่น ซึ่งในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบปัญหาภาวะวิกฤติต่างๆ ทั้งโดยเฉพาะปัญหาการเมืองภายในประเทศ การแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ปัญหาจากอุทกภัยและวาตภัย ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและปัญหาการก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อประเทศไทย เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดหลักเปลี่ยนจุดหมายไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ สถานการณ์ต่างๆ ดังที่กล่าวมานอกจากจะส่งผลกระทบต่ออัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) แล้ว ยังส่งผลกระทบต่อการทำงานของภาคธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยงอีกด้วย

เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนและแข่งขันได้ในตลาดโลก คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) และมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2552 มอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดทำยุทธศาสตร์แผนงานฟื้นฟูวิกฤตการท่องเที่ยวระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติที่จะต้องจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้จัดทำร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขันและให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จึงได้มุ่งเน้นการป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศ ตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

ทั้งนี้ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ คาดหวังว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ดังนี้

1) เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางในการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2) ช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3) หน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานโดยนำกลยุทธ์ไปแปลงเป็นนโยบายและแผนปฏิบัติการในหน่วยงาน/องค์กรของตน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหาที่ยังคงมีอยู่ในภาคการท่องเที่ยวและแก้ไขปัญหาเร่งด่วนด้านการท่องเที่ยวโดยจะมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล

4) แก้ไขปัญหาในเชิงโครงสร้าง เพื่อสร้างความสมดุลและยั่งยืน สร้างระบบภูมิคุ้มกันให้กับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้ภาคประชาชน ภาคเอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว ไม่ให้อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม หรือถูกทำลาย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีระบบสาธารณสุขปลอดภัย สาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวกและบริการที่มีคุณภาพ เป็นต้นด้วยความจำเป็นดังที่กล่าวมา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้ เพื่อกำหนดกรอบทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม และเกิดการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลักดันให้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืนต่อไป

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ได้กล่าวถึง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยว่าการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทุกประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศประกอบกับบริบทที่เปลี่ยนไป ทั้งสถานการณ์และปัจจัยเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ที่นับวันจะมีความซับซ้อน รุนแรง และเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจและยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังนี้

วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

เป้าประสงค์

1. ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า

3. สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

เป้าหมาย

1. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7 ของทวีปเอเชีย

1.1 อันดับขีดความสามารถด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7 ของทวีปเอเชีย

1.2 อันดับขีดความสามารถด้านสถานะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย

1.3 อันดับขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย

2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

3. กลุ่มท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยว

พันธกิจ

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล

2. พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมสังคม และวิถีชีวิตของชุมชน

3. เตรียมความพร้อมของภาคบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

4. สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

5. บูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ สร้างกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ยุทธศาสตร์

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

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัด ในด้านการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1.1 พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1.1.1 พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง โดยการบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบให้มีการเชื่อมโยง เชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางขนส่งประเภทต่างๆ ในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงพัฒนาระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาด และมีมาตรฐานสากล

1.1.2 ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1.3 ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ และถูกต้องตามหลักสากล

1.1.4 พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้มีมาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากลและสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนาการคมนาคมทางบก

1.1.5 พัฒนาเส้นทางการคมนาคมทางอากาศ ให้มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชน ในการเปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ

1.1.6 พัฒนาท่าเรือ และส่งเสริมการลงทุนสร้างท่าเทียบเรือ เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทั้งด้านอันดามันและฝั่งอ่าวไทย เส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำโขง ให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว

1.2 พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1.2.1 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถป้ายสื่อความหมาย ทางลาด บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

1.2.2 การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ E-Commerce อย่างแพร่หลายส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์ และการเชื่อมโยงระบบบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์

1.2.3 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพทั้งระบบ เช่น ระบบตรวจสอบคนเข้าเมือง เชื่อมโยงการจองบัตรโดยสารระหว่างเครื่องบินรถไฟและรถโดยสารประจำทาง และการซื้อ-ขาย ระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

1.2.4 สร้างและพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกจุดผ่านแดน ปรับปรุงสภาพจุดผ่านแดนต่างๆ ให้มีสภาพที่ดีและสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบบริเวณชายแดนให้มีความสะดวกรวดเร็ว

1.2.5 พัฒนาศูนย์กลางให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแบบครบวงจรเบ็ดเสร็จที่สามารถสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว ประสานแก้ไขความเดือดร้อนช่วยเหลือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย และกระจายให้ครอบคลุมตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.3 สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

แนวทางการดำเนินการ

1.3.1 ผลักดันให้เกิดนโยบายการบินพาณิชย์ที่ค่อนข้างเปิด (Liberal Air Policy) โดยให้ท่าอากาศยานในประเทศทุกแห่งมีกฎเกณฑ์สร้างแรงจูงใจให้สายการบินนานาชาติมาใช้ท่าอากาศยานในประเทศมากขึ้น เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมประเภทต่างๆ ในท่าอากาศยานให้มีสัดส่วนลดน้อยลง หรือเลิกเก็บค่าธรรมเนียมบางรายการรวมทั้งการปรับปรุงเงื่อนไขต่างๆ ในส่วนของการสัญจรทางอากาศระหว่างประเทศ คู่สัญญาให้มีแรงจูงใจมากขึ้น เพื่อเสริมศักยภาพของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค และพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ กระบี่ และท่าอากาศยานตรัง ให้มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการบินของอนุภูมิภาค

1.3.2 พัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยขยายเส้นทางเดินรถประจำทางและรถไฟ และผลักดันให้มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน

1.3.3 พัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางลำน้ำโขง เส้นทางแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ฝั่งทะเลอันดามัน และหมู่เกาะต่างๆ เส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศ มาเลเซียและอินโดนีเซีย ตามกรอบความร่วมมือ ASEAN, IMT-GT, ACMECS, BIMSTEC และ GMS

1.3.4 ผลักดันการเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและอากาศระหว่าง ประเทศให้เสร็จโดยเร็ว ตามแนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) และ แนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor)

1.3.5 ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางสู่ภูมิภาคลุ่มน้ำแม่โขง โดยเชื่อมโยงโล จิสติกส์ของการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศให้มีความสะดวก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการ ท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความเสื่อมโทรมยุทธศาสตร์จึงให้ ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ไม่ทำลาย ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไป การกำหนดมาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับ ต่างๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

2.1 พัฒนาระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ

แนวทางการดำเนินการ

2.1.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ตาม กลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือตอนบน กลุ่ม ท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ กลุ่มท่องเที่ยว วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach กลุ่ม ท่องเที่ยว Royal Coast และกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร

2.1.2 พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว โดยผลักดันและกำหนดให้ เป็นเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน และบูรณาการงาน ร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2.1.3 สนับสนุนการท่องเที่ยวชายแดน (Cross Border Tourism) โดยการ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม กับกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ASEAN IMT-GT ACMECS BIMSTEC และ GMS

2.1.4 ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงการ พัฒนาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในพื้นที่

2.2 การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.2.1 ฟื้นฟู และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่ สภาพเดิมเพื่อนำไปสู่กระบวนการต่อยอดในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ

2.2.2 สำรวจและจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเสมือนโทรมทั่วประเทศ และจัดทำแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสมือนโทรม และระบบการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ

2.3 การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.3.1 วางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในทุกกระดับทั้งระดับชาติระดับกลุ่มท่องเที่ยว ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ โดยการอนุรักษ์ ซ่อมแซม และบำรุงรักษาสถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมทั้งสร้างสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

2.3.2 จัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ เพื่อให้การใช้ประโยชน์เหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน โดยกำหนดการเข้าไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เพื่อไม่ให้มีการใช้ประโยชน์เกินขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยว

2.3.3 ผลักดันให้มีการออกกฎ ระเบียบ และบทลงโทษที่ชัดเจนในการกำกับดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งมาตรการเกี่ยวกับการป้องกันและการปราบปรามผู้บุกรุกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติโดยมิชอบ และสอดส่องดูแลการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

2.3.4 พัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสถานพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยว ระบบการจัดการขยะ น้ำเสีย มลพิษและระบบเครือข่ายเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค

2.3.5 สนับสนุน และกำหนดมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาและผลกระทบอันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน การใช้พลังงานสะอาด การใช้เคมีภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค การกำหนดมาตรการการลดพลังงานของสถานประกอบการ

2.3.6 หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวไทย เช่น ความปลอดภัย การเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ การท่องเที่ยวทางเพศ โสเภณี การค้ามนุษย์ และโรคเอดส์ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูง บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.1 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการ

3.1.1 สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual

Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ครอบครัว และฮันนีมูน เป็นต้น

3.1.2 ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนานวัตกรรมทางความคิด เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าการท่องเที่ยว ส่งเสริมการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คำนึงถึงคุณค่าและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสนับสนุนการเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนในกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจด้านนันทนาการ โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการสินค้า OTOP และของที่ระลึก เป็นต้น

3.1.3 ผลักดันให้งานเทศกาล ประเพณี และกิจกรรมในไทยเป็นงานเทศกาลระดับโลก เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง แห่ผีตาโขน เทศกาลดนตรี และศิลปะ เป็นต้น

3.1.4 ส่งเสริม สนับสนุน อุตสาหกรรมภาพยนตร์และการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการผลักดันให้มีการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อส่งเสริมสนับสนุน ธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศทั้งภาคการผลิต การบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง

3.1.5 สำรวจและคัดสรรเอกลักษณ์และจุดเด่นของจังหวัด กลุ่มจังหวัด เพื่อสร้างและกำหนดภาพลักษณ์ (Brand Image)ทางการท่องเที่ยวให้เป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

3.1.6 ส่งเสริมและจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และระดับชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน

3.1.7 ส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการ ทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ

3.2 การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.2.1 ผลักดันให้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว/เขตพัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ตามกฎหมายว่าด้วยนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อให้มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยว

3.2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐต้องจัดให้มีสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสม

3.2.3 เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเงินทุน วิชาการ การให้ความรู้ และให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ การสร้างแบรนด์ และเอกลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดท่องเที่ยว การจัดหาแหล่งเงินกู้การค้าประกันและเงินทุน การลดต้นทุนในการกู้ยืม การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่มีความสลับซับซ้อน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มคุณภาพของสินค้า เป็นต้น

3.2.4 สนับสนุนให้ภาคธุรกิจรวมกลุ่มกัน เพื่อร่วมมือกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการรองรับการเปิดการค้าเสรีทางการท่องเที่ยวในอนาคต

3.2.5 สนับสนุนให้กลไกกองทุนต่างๆ ที่มีอยู่ เช่น กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมีขอบเขตที่เอื้อต่อการค้า การลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการภาคบริการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3.3 การพัฒนามาตรฐานสินค้า และบริการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.3.1 พัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกรอบในการยกระดับคุณภาพของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับระดับสากล

3.3.2 ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการได้นำมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยวไปใช้ในทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง

3.3.3 สนับสนุนกิจกรรมด้านการตรวจประเมินและรับรองสถานประกอบการตามแนวทางสากล

3.3.4 ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่จูงใจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย รวมทั้งผลักดันเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ และเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

3.3.5 จัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้ครบถ้วน ทันสมัย เชื่อมโยงไปยังบริการที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอย่างแท้จริง

3.4 การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางแก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.4.1 เตรียมความพร้อมในการรับมือภัยคุกคามของโรคติดต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ การระบาดของโรค และภัยพิบัติอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการวิกฤตการณ์ (Crisis Management) การเตรียมความพร้อมเพื่อการตอบสนองอย่างฉับไว และการกักกันภัยในภาวะฉุกเฉิน ครอบคลุมถึงการเตรียมความพร้อม การวางมาตรการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน และมาตรการฟื้นฟูภายหลังเกิดเหตุการณ์

3.4.2 กำหนดมาตรการในการป้องกัน ดูแล รักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวรวมถึงการท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ ให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจังและมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

3.4.3 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ และมาตรฐานความปลอดภัยในสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ และมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

3.4.4 ส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยการเป็นตำรวจอาสาสมัครดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนของตนเอง อาสาสมัครด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนตำรวจท่องเที่ยว และอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยทางทะเล (Lifeguard)

3.4.5 สนับสนุนส่งเสริมตำรวจท่องเที่ยว หน่วยงาน องค์กร และชุมชน ให้มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว

3.5 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการดำเนินการ

3.5.1 พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนในสาขาท่องเที่ยวโดยเฉพะการพัฒนาภาคเอกชน ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในด้านอื่นให้ได้มาตรฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปิดเสรีภาคบริการด้านการท่องเที่ยว

3.5.2 พัฒนาและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน

3.5.3 ผลักดันให้มีการจัดตั้งสถาบันกลางเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อย่างเป็นรูปธรรม โดยทำหน้าที่ในการกำหนด กำกับ และพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและการบริการ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานตรงตามตำแหน่งที่ตลาดแรงงานต้องการและมีความเพียงพอ

3.5.4 ส่งเสริมให้มีการจัดการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นทั้งทางด้านการปฏิบัติงานเฉพาะทาง วิชาชีพที่มีความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งหลักสูตรเพื่อพัฒนาผู้บริหารตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับสูงสำหรับบุคลากรใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และหลักสูตรพัฒนาผู้สอน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสร้างความ เชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ จัดงานแสดงต่างๆ (Event) เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ โดยมีเป้าหมาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นมีการใช้จ่ายมากขึ้น

4.1 สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.1.1 ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้งในภาพรวมและในเชิงลึกอย่างต่อเนื่อง

4.1.2 เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักใน ความสำคัญของภาพลักษณ์ ให้กับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น

4.1.3 เพิ่มบทบาท/สถานะของไทยในเวทีระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยวให้โดดเด่นยิ่งขึ้น และส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเวทีโลก โดยใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือระดับโลก (UNWTO, APEC) กรอบความร่วมมือเอเชีย (ACD) และกรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค

4.1.4 สร้างจิตสำนึกและค่านิยมในความเป็นไทย (Thainess) ตระหนักถึงความสำคัญ ของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น ให้คนไทยมีจุดขายร่วมกันในเรื่องของควมมีอัตลักษณ์ วัฒนธรรมที่ดี พร้อมต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

4.2 สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.2.1 จัดทำข้อมูล และรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและจัดเก็บในระบบ ข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสืบค้น ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ผ่านทางเว็บไซต์กลาง ที่สามารถสืบค้นได้ถึงระดับพื้นที่ ทันสมัย สามารถ เข้าถึงได้ง่ายและมีรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4.2.2 เพิ่มและปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย การขยายช่องทางการจัด จำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น

4.2.3 ส่งเสริมการกระจายตลาดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลทั้งในเชิงพื้นที่ เวลา และกลุ่มตลาดรวมถึงส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดสินค้าทางการท่องเที่ยวสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรสนิยมของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health and Wellness) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการ เป็นต้น

4.2.4 พัฒนาขีดความสามารถด้านการวางแผนและการปฏิบัติงานด้านการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

4.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ
แนวทางการดำเนินการ

4.3.1 พัฒนาการตลาด และส่งเสริมการขาย ในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว เฉพาะกลุ่มที่ไทยมีศักยภาพ เช่น กลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มฮันนีมูน เป็นต้น โดยสร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมและข้อเสนอพิเศษ เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาประเทศไทย

4.3.2 ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์การจัดงานระดับโลก ระดับภูมิภาค รวมถึงการจัดงานประชุม และงาน Event ระหว่างประเทศ

4.3.3 สร้างจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยว เช่น การเป็น Hospitality and Wellness Center of the World เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระดับบน รวมทั้งสนับสนุนวัฒนธรรมความคิดสร้างสรรค์ และนำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น การออกแบบการผลิตภาพยนตร์

4.3.4 ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการส่งเสริมการตลาด และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับโลกและระดับภูมิภาค เช่น UNWTO APEC ACD AED GMS IMT-GT BIMSTEC และ ACMECS เพื่อการสร้างโครงข่ายความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

4.4 สร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว
แนวทางการดำเนินการ

4.4.1 โฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

4.4.2 ใช้วิธีการทำการตลาดโดยกลุ่มคนที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น สถานทูตไทยประจำประเทศต่างๆ เป็นที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและสินค้าไทยให้แก่ชาวต่างชาติ

4.4.3 พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในภาพลักษณ์ พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกอย่างครบวงจร เพื่อให้การบริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์รวดเร็วทันสมัย เช่น การจองที่พัก การเดินทาง เป็นต้น โดยพัฒนาให้มีหลากหลายภาษาเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

4.5 การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย
แนวทางการดำเนินการ

4.5.1 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

4.5.2 ร่วมกับภาคเอกชนในการจัดทำแพคเกจพิเศษเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง

4.5.3 จัดงานส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทั้ง Trade + Consumer Fair และ Road Show ภายในประเทศ

4.5.4 ประสานงานและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การบินไทย การรถไฟแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนำเสนอ Special Offer หรือจัด Promotion สำหรับคนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวการพัฒนาโลก ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันกำหนดภารกิจขอบเขตของงานการพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

5.1 การสร้างและพัฒนาโลกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

5.1.1 เชื่อมโยงบทบาทและภารกิจ ของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ให้มีความสอดคล้องกัน และประสานกับกระทรวงอื่นๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในฐานะหน่วยงานสนับสนุน เพื่อให้การกำหนดนโยบายและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.1.2 การสร้างพันธมิตร หุ้นส่วน หรือเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดย การอำนวยความสะดวก การลดขั้นตอนในการทำงาน การระดมทุน การจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกัน เช่น การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวต่างประเทศ การแสดงสินค้าและบริการ เป็นต้น

5.1.3 สนับสนุน และผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าตามกรอบความร่วมมือต่างๆ ที่รัฐบาลได้ดำเนินการไว้แล้ว เช่น IMT-GT ACMECS BIMSTEC และ GMS โดยควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์และผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติในเรื่องต่างๆ ที่ริเริ่มไว้แล้วให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

5.1.4 ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

5.1.5 บูรณาการงานด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานและการสั่งการในการป้องกัน ฝ้าระวัง เตือนภัย กำกับดูแล และรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในกรณีก่อน-หลังเกิดเหตุฉุกเฉินทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว

5.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการ

5.2.1 อำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

5.2.2 กระจายอำนาจ และจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดความขัดแย้งและสามารถสร้างกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการสภาพและกำลังรองรับของชุมชนและระบบนิเวศในท้องถิ่น

5.2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในทำให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

2.7 บริบทจังหวัดกำแพงเพชร

2.7.1 สภาพทั่วไป

จังหวัดกำแพงเพชร เป็นเมืองเก่าที่นับว่ามีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดี เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลายเมือง เช่น เมืองชากังราว นครชุม ไตรตรังษ์ เทพนคร และเมืองคนตี นอกจากนี้เมืองกำแพงเพชร ยังเป็นเมืองที่สองที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้ครองเมือง บรรดาศักดิ์ เป็น “พระยาวชิรปราการ” ต่อมาในปี พ.ศ. 2449 ได้เปลี่ยนเมืองกำแพงเพชรเป็นจังหวัดกำแพงเพชร

ตามประวัติศาสตร์ กล่าวว่า กำแพงเพชรเป็นเมืองหน้าด่านของสุโขทัย มีฐานะเป็นเมืองลูกหลวง เดิมเรียกชื่อว่า “เมืองชากังราว” และมีเมืองบริวารรายล้อมอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ไตรตรัง เทพนคร ฯลฯ การที่กำแพงเพชรเป็นเมืองหน้าด่านรับศึกสงครามในอดีตอยู่เสมอ จึงเป็นเมืองยุทธศาสตร์มีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย เช่น กำแพงเมือง คูเมือง ป้อมปราการ วัดโบราณ มีหลักฐานให้สันนิษฐานว่าเดิมเคยเป็นที่ตั้งของเมือง 2 เมือง คือ เมืองชากังราวและเมืองนครชุม โดยเมืองชากังราวสร้างขึ้นก่อน ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิง แม่เจ้าเลอไทยกษัตริย์องค์ที่ 4 แห่งราชวงศ์สุโขทัย เป็นผู้สร้างขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 1890 ต่อมาสมัยพระเจ้าลิไท กษัตริย์องค์ที่ 5 แห่งราชวงศ์สุโขทัยได้สร้างเมืองใหม่ขึ้นทางฝั่งตะวันตกของลำน้ำปิง คือ “เมืองนครชุม”

สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงบันทึกเรื่อง กำแพงเมืองไว้ว่า เป็นกำแพงเมืองที่เก่าแก่ มั่นคง ยังมีความสมบูรณ์มาก และเชื่อว่า สวยงามที่สุดในประเทศไทย ปัจจุบันจังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่งเพราะมีโบราณสถานเก่าแก่ซึ่งก่อสร้างด้วยศิลาแลงหลายแห่งรวมอยู่ใน “อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร” ที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากองค์การศึกษาศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ให้ขึ้น

ทะเบียนเป็นมรดกโลก เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534 โดยคำขวัญจังหวัดกำแพงเพชร คือ ทรัพย์เครื่อง เมืองคนแกร่ง ศิลาแลงใหญ่ กล้วยไข่หวาน น้ำมันลานกระบือ เลื่องลือมรดกโลก

ด้านการปกครอง

สภาพทางภูมิศาสตร์ ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดกำแพงเพชรตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง โดยอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 358 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอลำปาง จังหวัดตาก และอำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดสุโขทัย

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก และอำเภอโพธิ์ทะเล อำเภอลำปาง จังหวัดพิจิตร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก

ขนาดพื้นที่ จังหวัดกำแพงเพชรมีพื้นที่ 8,607.5 ตารางกิโลเมตร (5,379,687.5 ไร่) เป็นพื้นที่การเกษตรประมาณ 5,120 ตารางกิโลเมตร (3,200,000 ไร่) ป่าไม้ 1,899.85 ตารางกิโลเมตร (1,187,406 ไร่) พื้นที่อยู่อาศัยและพื้นที่อื่นๆ อีกประมาณ 1,587.65 ตารางกิโลเมตร (992,281.25 ไร่)

ลักษณะภูมิประเทศ จังหวัดกำแพงเพชร มีแม่น้ำปิงไหลผ่านเป็นระยะทางยาวประมาณ 104 กิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศ แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำปิงตอนล่างแบบตะพักลุ่มน้ำ มีระดับความสูงประมาณ 43-107 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง อยู่บริเวณทางด้านทิศตะวันออกและใต้ของจังหวัด

ลักษณะที่ 2 เป็นเนินเขาเตี้ยๆ สลับที่ราบ พบเห็นบริเวณด้านเหนือ และตอนกลางของจังหวัด

ลักษณะที่ 3 เป็นภูเขาสลับซับซ้อน เป็นแหล่งแร่ธาตุและต้นน้ำลำธารต่างๆ ที่สำคัญ เช่น คลองวังเจ้า คลองสวนหมาก คลองขลุง และคลองวังไทรไหลลงสู่แม่น้ำปิง

โดยสรุป ลักษณะพื้นที่ของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านตะวันตกเป็นภูเขาสูงลาดลงมาทางด้านตะวันออก ลักษณะดินเป็นดินปนทรายเหมาะแก่การทำนาแลปลูกพืชไร่

ประชากร

จังหวัดกำแพงเพชรแบ่งเขตการปกครองเป็น 11 อำเภอ 78 ตำบล (รวมตำบลในเมือง) 956 หมู่บ้าน ด้านการปกครองท้องถิ่นประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 3 แห่ง เทศบาลตำบล 21 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 65 แห่ง

จังหวัดกำแพงเพชร มีประชากรทั้งสิ้น 727,555 คน แยกเป็นชาย 361,511 คน และหญิง 366,044 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555)

ชนกลุ่มน้อย (ชาวไทยภูเขา) จังหวัดกำแพงเพชรมีชาวไทยภูเขา จำนวน 6 เผ่า คือ เผ่ามูเซอ (ลาหู่) เย้า (เมี่ยน) กะเหรี่ยง ม้ง (แม้ว) ลีซอ (ลีซู) และลัวะ อาศัยอยู่ใน 6 อำเภอ 10 ตำบล คือ อำเภอปางศิลาทอง อำเภอคลองลาน อำเภอขามเฒ่าลักษ์บุรี อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอคลองขลุง และ อำเภอโกสัมพีนคร ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำไร่ ไร่จ้าง ทำเครื่องเงิน เย็บผ้าปักประดิษฐ์จักสาน ฯลฯ สำหรับศาสนานับถือศาสนาพุทธ คริสต์ และนับถือผีบรรพบุรุษบ้างบางส่วน

ตารางที่ 2.8 แสดงพื้นที่อำเภอ

ที่	อำเภอ	พื้นที่ (ตร.กม.)
1	อำเภอเมืองกำแพงเพชร	1,348.54
2	อำเภอชาณุวรลักษบุรี	1,148.46
3	อำเภอคลองขลุง	783.332
4	อำเภอพรานกระต่าย	1,081.79
5	อำเภอไทรงาม	529.175
6	อำเภอคลองลาน	1,186.78
7	อำเภอลานกระบือ	429.123
8	อำเภอทรายทองวัฒนา	202.226
9	อำเภอปางศิลาทอง	755.981
10	อำเภอบึงสามัคคี	287.831
11	อำเภอโกสัมพีนคร	489.4
รวม		8,252.63

ตารางที่ 2.9 แสดงพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ที่	เทศบาลเมือง/ตำบล/อบต.	พื้นที่ (ตร.กม.)
1	เทศบาลเมืองกำแพงเพชร	14.90
2	เทศบาลเมืองปางมะค่า	3.25
3	เทศบาลเมืองหนองปลิง	84.58
4	เทศบาลตำบลนครชุม	3.50
5	เทศบาลตำบลปากดง	2.40
6	เทศบาลตำบลคลองแม่ลาย	13.30
7	เทศบาลตำบลชาณุวรลักษบุรี	11.64
8	เทศบาลตำบลสลกบาตร	11.70
9	เทศบาลตำบลคลองขลุง	2.70
10	เทศบาลตำบลท่ามะเขือ	5.50
11	เทศบาลตำบลท่าพุทรา	4.00
12	เทศบาลตำบลลานกระบือ	8.50
13	เทศบาลตำบลช่องลม	4.70

ตารางที่ 2.9 (ต่อ)

ที่	เทศบาลเมือง/ตำบล/อบต.	พื้นที่ (ตร.กม.)
14	เทศบาลตำบลไทรงาม	5.10
15	เทศบาลตำบลพรานกระต่าย	2.36
16	เทศบาลตำบลเขาคีรีส	1.32
17	เทศบาลตำบลทุ่งทราย	90.80
18	เทศบาลตำบลคลองลานพัฒนา	334.0
19	เทศบาลตำบลเทพนคร	172.0
20	เทศบาลตำบลวังยาง	44.44
21	เทศบาลตำบลคลองพิไกร	36.0
22	เทศบาลตำบลบ้านพราน	103.2
23	เทศบาลตำบลระหาน	50.36
24	เทศบาลตำบลนิคมทุ่งโพธิ์ทะเล	69.0
25	65 องค์การบริหารส่วนตำบล	

ด้านทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า ทรัพยากรป่าไม้ที่สามารถพบได้ในจังหวัด กำแพงเพชร มีทั้งป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และป่าดิบแล้ง โดยอยู่ทางด้านทิศตะวันตกของพื้นที่ กระจายอยู่ใน เขตพื้นที่อนุรักษ์ป่าไม้ประเภทต่างๆ ปัจจุบันมีการบุกรุกทำลายพื้นที่ป่า ส่งผลทำให้ เนื้อที่ป่ามีปริมาณลดลงกว่าในอดีตมากจากข้อมูลการแปลภาพถ่ายดาวเทียม Landsat-5 (TM) มาตราส่วน 1:50,000 ของกรมอุทยาน แห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช พบว่า ในปี 2549 จังหวัด กำแพงเพชรมีเนื้อที่ป่าไม้จำนวน 1,899.85 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,187,406 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 22.07 ของพื้นที่จังหวัด และในปี 2552 พบว่า จังหวัดกำแพงเพชร มีเนื้อที่ป่าไม้จำนวน 2,098.69 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,311,681.2 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 24.38 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2549 จำนวน 124,275 ไร่ หรือ ร้อยละ 10.47 (เนื้อที่ป่าไม้ หมายถึง เนื้อที่ป่าชนิดต่างๆ เช่น ป่าดิบ ป่าสน ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง ป่าเต็งรังแคระแกร็น ป่าพรุ ป่าชายเลน และป่าชายหาด เป็นต้น ไม่ว่าจะอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าโครงการ และพื้นที่ที่ใหญ่กว่า 5 เฮกตาร์ (31.25 ไร่) โดยมี เรือนยอดต้นไม้สูงอย่างน้อย 5 เมตร ปกคลุมมากกว่า 10 %) มีพื้นที่ป่าตามกฎหมาย โดยออกตาม กฎกระทรวง และพระราชกฤษฎีกากำหนดเป็นป่าสงวนแห่งชาติ จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ 1) ป่าคลองวัง เจ้าและป่าคลองสวนหมาก อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอคลองลาน และอำเภอโกสัมพีนคร 2) ป่าคลองสวนหมากและป่าคลองขลุง อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอคลองลาน และ อำเภอคลองขลุง 3) ป่าคลองขลุงและป่าแม่वंงศ์ อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอขามเฒ่าบุรี อำเภอคลอง ขลุง และอำเภอปางศิลาทอง 4) ป่าไทรตริงษ์ อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองกำแพงเพชร 5) ป่าหนองเสือ โสภและป่าหนองแวม อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอพรานกระต่าย 6) ป่าหนองหลวง อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอ

พรานกระต่ายและอำเภอลานกระบือ 7) ป่าเขาเขียว-เขาสว่าง และป่าคลองห้วยทราย อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอพรานกระต่าย 8) ป่าแม่ระกา อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอพรานกระต่ายและอำเภอโกสัมพีนคร 9) ป่าหนองคล้าและป่าดงฉัตร อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอลานกระบือ อำเภอไทรงาม อำเภอพรานกระต่าย อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอชาณุวรลักษบุรี และอำเภอคลองขลุง

อุทยานแห่งชาติ มีจำนวน 3 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติคลองลาน อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า และ อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ และมีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า จำนวน 1 แห่ง คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง

1. อุทยานแห่งชาติคลองลาน อยู่ในพื้นที่ตำบลคลองลานพัฒนา ตำบลคลองน้ำไหล ตำบลสักงามและตำบลโป่งน้ำร้อน อำเภอคลองลาน มีพื้นที่ประมาณ 300 ตารางกิโลเมตร หรือ 187,500 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ป่าคลองลานอันสมบูรณ์แหล่งสุดท้ายของจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วยภูเขาสูงชันสลับซับซ้อน เป็นป่าต้นน้ำลำธาร ต้นกำเนิดของน้ำหลายสาย เช่น คลองขลุง คลองสวนหมาก เป็นต้น ซึ่งไหลรวมกันลงสู่แม่น้ำปิง และมีน้ำตกขนาดใหญ่ คือ น้ำตกคลองลาน สภาพป่าประกอบด้วย ป่าดิบแล้ง พบกระจายอยู่ทั่วไป ชนิดไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ตะเคียนทอง ตะเคียนหิน สมพง ยมหอม พะยอม สมอพิเภก ป่าดิบชื้น จะพบอยู่ตามริมห้วยที่มีความชื้นสูง ป่าดิบเขาจะพบเป็นหย่อมๆ ป่าเบญจพรรณ สภาพป่าส่วนใหญ่จะเป็นป่าเบญจพรรณผสมป่าดงดิบ ชนิดไม้ที่สำคัญ ได้แก่ สัก ประดู่ ตะเคียนหิน สมพง ยมหอม พะยอม สมอพิเภก ป่าดิบชื้น จะพบอยู่ตามริมห้วยที่มีความชื้นสูง ป่าดิบเขาจะพบเป็นหย่อมๆ ป่าเบญจพรรณ สภาพป่าส่วนใหญ่จะเป็นป่าเบญจพรรณผสมป่าดงดิบ ชนิดไม้ที่สำคัญ ได้แก่ สัก ประดู่ ตะแบก มะค่าโมง และไม้ชนิดต่างๆ ป่าเต็งรัง ชนิดไม้ที่สำคัญ ได้แก่ เต็ง รัง ยอป่า สมอพิเภก รกฟ้า สมพง และมีไม้ชนิดต่างๆ มากมาย จากการศึกษาสัตว์ป่าอุทยานแห่งชาติคลองลาน พบว่า มีสัตว์ป่าไม่น้อยกว่า 365 ชนิด 79 วงศ์ สัตว์ป่าที่สามารถพบเห็นได้ เช่น กระต๊อ เลียงผา กวาง เก้ง หมูป่า ชะมด อีเห็น กระรอก ชะนีมือขาว เสือ หูหรีงไม้หางฟู ปาดลายพื้นเมืองเหนือ กบห้วยขาปุม เต่าปูลู กิ้งก่าบินคอคแดง กระต๊อ วัวแดง ตะกวด เขียดหลังป้อมที่ราบ เขียดอ่อง อึ่งปากขวด และนกชนิดต่างๆ

2. อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า ครอบคลุมพื้นที่อำเภอคลองลาน อำเภอโกสัมพีนคร อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดตากเป็นบางส่วน มีพื้นที่ประมาณ 747 ตารางกิโลเมตร หรือ 466,875 ไร่ อยู่ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร 391,125 อยู่ในพื้นที่จังหวัดตาก 93,750 ไร่ มีสภาพป่ามีความหลากหลายประกอบด้วย ป่าเบญจพรรณ ชนิดไม้ที่พบ ได้แก่ สัก รกฟ้า แดง ประดู่ และมะกอกเกลื้อน รักใหญ่ เสลา โมกมัน สะเทิบ กางขี้มอด ปอตูบหูช้าง นอกจากนี้ยังมีไม้ขึ้นปะปนอยู่ด้วย เช่น ไม้ชางนวล ไม้ไร่ เป็นต้น ป่าดิบเขา ชนิดไม้ที่พบ ได้แก่ ก่อเตี้ย ก่อใบเลื่อม ฝาละมี ค่าหัด สารภีดอย พะวา โปบาย ก่อหม่น ทะโล้ ป่าดิบแล้ง พบกระจายอยู่บริเวณแนวหุบเขาตอนกลางของพื้นที่ ชนิดไม้ที่พบ ได้แก่ ชุมแสงแดง เสลา ยมหิน กระโดนแดง เต็มสะบันงา กระพุ่มน้ำ ลำพูป่า มะเดื่อ ตาว เต่าร้าง ค้อ ป่าสนเขา พบกระจายเป็นหย่อมๆ ตามแนวสันเขาและบนยอดเขา ชนิดไม้ที่พบ ได้แก่ สนสามใบ มะกอก ทะโล้ สารภีดอย ตำเสาหนู เป็นต้น และป่าเต็งรัง พบกระจายเป็นหย่อมๆ ตามบริเวณยอดเขาหรือเนินเขาเตี้ยๆ ทางด้านตะวันออกและตอน

เหนือ ชนิดไม้ที่พบ ได้แก่ เต็งรัง เหียง พลวง กระต้อมหมู ก่อนก ก่อพะ ส้านใหญ่ มะม่วงหัวแมงวัน สภาพป่าที่โดดเด่นที่สุดอย่างหนึ่ง คือ ป่าไผ่ ที่มีอยู่ไม่ต่ำกว่า 10 ชนิด มีเฟิร์นซึ่งเป็นไม้ดึกดำบรรพ์อยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นผืนป่าเดียวกับผืนป่าตะวันตกจึงมีความหลากหลายทางชีวภาพ สภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งที่อยู่ของสัตว์ป่านานาชนิด ดังนี้ สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม (Mammals) เช่น เลียงผา กวาง เก้ง กระจง หมิชนิดต่างๆ หมูหริ่ง หมูป่า เสือลายเมฆ เสือไฟ เสือโคร่ง ฯลฯ และนก (Avian Fauna) ประกอบด้วย นกเงือก นกกาก้างฯ

3. อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลปางตาไ้ อำเภอบางศิลาทอง และตำบลปางมะค่า อำเภอลำปางหลวง จังหวัดสุโขทัย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธาร ตามเทือกเขาสูงชันก่อกำเนิดเป็นน้ำตกที่สวยงาม 4-5 แห่ง ทั้งเป็นต้นกำเนิดของลำน้ำแม่วงก์ที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ นอกจากนี้ยังมีแก่งหินทำให้เกิดน้ำตกเล็กๆ ตามแก่งหินนี้ ตลอดจนมีหน้าผาที่สวยงามตามธรรมชาติ มีเนื้อที่ประมาณ 558,750 ไร่ หรือ 894 ตารางกิโลเมตร สภาพป่าที่พบ ได้แก่ ป่าเบญจพรรณ บริเวณที่ราบริมฝั่งห้วยและภูเขาที่ไม่สูงนัก พันธุ์ไม้ที่พบ ได้แก่ สัก เสลา ชิงชัน กระบก กระพี้เขาควาย มะค่าโมง จั้วป่า ประดู่ป่า ป่าเต็งรัง ขึ้นอยู่สลับกับป่าเบญจพรรณ พันธุ์ไม้ที่พบ ได้แก่ เต็งรัง มะกั่ม ประดู่ มะม่วงป่า มะค่าแต้ ป่าดิบเขา พันธุ์ไม้ที่พบ ได้แก่ ก่อใบเลื่อม ก่อเตี้ย ก่อลิ้น ก่อแอบ ทะโล้ จำปาป่า กะเพราต้น หนอนช้ำควาย กำลั้งเสื่อโคร่ง และมะนาวควาย เป็นต้น ป่าดิบแล้ง ประกอบด้วย ยางแดง ยางนา กระบาก ตะเคียนหิน ปออีเก้ง สมพง กัดลิ้น มะหาด พลอง นอกจากนี้ยังมีไม้พุ่มและพืชพื้นล่างต่างๆ ที่ทนร่มอีกมากมายหลายชนิด เช่น เข็มขาว หนามคนทา ว่าน พืชหัวต่างๆ อีกทั้งกล้วยไม้ต่างๆ อีกมากมาย พืชกระจัดกระจายไปตามป่าประเภทต่างๆ ที่มีอยู่ เกิดจากการทำลายป่าของชาวเขาเผ่าต่างๆ ที่เคยอยู่อาศัยในพื้นที่ สังคมพืชที่ขึ้นทดแทนในพื้นที่ ได้แก่ หญ้าคา หญ้าข้าว เลา สาบเสือ พง แคมหลวง มะเดื่อ ไผ่ยราบเครือ ไผ่ยราบต้น ลำพูป่า หว่า ตั้วแดง จั้วป่า มะเดื่อหอม เป็นต้น เนื่องจากพื้นที่อุทยานแห่งชาติแม่วงก์มีอาณาเขตติดต่อกับป่าของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้งและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอุ้มผางซึ่งสัตว์สามารถใช้เส้นทางเดินติดต่อกันได้ ได้แก่ สมเสร็จ เลียงผา กระตัง ช้างป่า เสือโคร่ง เสือดาว ค้างคาวปากย่น ไก่ป่า เขี้ยวรุ้ง ฯลฯ

อุทยานแห่งชาติแม่วงก์มีการสำรวจพบพรรณไม้วงศ์กระดังงา เป็นพรรณไม้ที่ยังไม่เคยมีรายงานที่เคยพบที่ใดมาก่อนในโลก ซึ่งเป็นพรรณไม้ชนิดใหม่ของโลก และได้มีการตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ ในปี ค.ศ. 2008 ชื่อว่า “ปาหนันแม่วงก์” ชื่อวิทยาศาสตร์ “Goniothalamus maewongensis R.M.K. Saunders & Chalermglin) พบได้บริเวณช่องเย็น โดยปาหนันแม่วงก์จะมีฤดูออกดอกในเดือนมีนาคม-เมษายน ของทุกปี ดอกบานอยู่ได้ 2-3 วัน เมื่อดอกบานจะมีกลิ่นหอม มีผลแก่ในช่วงเดือนกรกฎาคม

4. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง มีเนื้อที่ประมาณ 101 ตารางกิโลเมตร หรือ 63,125 ไร่ อยู่ในเขตพื้นที่ตำบลโกสัมพีนี ตำบลเพชรชมพู อำเภอกอสัมพินคร ตำบลนครชุม ตำบลท่าขุนราม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอมืองกำแพงเพชร สภาพป่าและพรรณไม้ประกอบด้วย ป่าเต็งรัง พบอยู่บริเวณเชิงเขาและบนยอดเขาสนมีพรรณไม้หลายชนิด คือ เต็งรัง เหียง พลวง รกฟ้า ตั้ว ยอป่า พะยอม มะขามป้อม ป่าเบญจพรรณ พบอยู่บริเวณที่ราบเชิงเขามีไม้สำคัญ คือ สัก ประดู่ แดง มะค่าโมง ตะแบก เสลา อ้อยช้าง สมพง พยุง กว้าวอินทนิล มะหาด ตีนนก มะม่วงป่าตะคร้ำ

กระโดน กะบก คอแลน ไผ่บง ไผ่ซาง ไผ่รวก ป่าดิบแล้ง พบบริเวณหุบเขาและริมห้วยมีไม้สำคัญ คือ ตะเคียนทอง ยาง กระบาก มะม่วงป่า จำปาป่า ไผ่บง ไผ่หกกระวาน หวายชนิดต่างๆ ป่าสนสองใบ พบอยู่ที่เดียวบริเวณยอดเขาสน สัตว์ป่าที่พบ ได้แก่ เสี่ยงผา หมูป่า หมางจิ้งจอก เสือดาว อีเห็น ชะมด พังพอน ชะนี ลิงเม่น แมวป่า หมูหริ่ง กระจ่างป่า ตะกวด กิ้งก่า งู ตุ๊กแกด้วง บั้ง ไก่ป่า นกขมิ้น นกกระราชหัวขวาน นกกระชาบทุ่ง นกขุนทอง นกขุนแผน นกบั้งรอก นกกาจเขน นกกาเหว่า นกเขียวคราม นกกระตีด นกกระจับ นกกระจาบ นกปรอด นกกระจ่างไพร นกแซงแซว นกโพระดก นกนางแอ่น นกคุ้ม นกเขาเขียว นกเขาใหญ่ นกเขาชวา นกเอี้ยง นกกระปูด เป็นต้น

ทรัพยากรน้ำ จังหวัดกำแพงเพชรมีทรัพยากรน้ำ ดังนี้ 1) แม่น้ำปิง เป็นแม่น้ำสายหลักที่สำคัญทั้งของภาคเหนือและของประเทศ มีลำน้ำเข้าสู่จังหวัดกำแพงเพชรบริเวณบ้านวังเจ้า ตำบลโกสัมพีนคร อำเภอโกสัมพีนคร ไหลลงมาทางใต้ ผ่านอำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอคลองขลุง อำเภอลานสัก และไหลออกจากจังหวัดกำแพงเพชร ที่อำเภอลานสัก มีความยาวประมาณ 104 กิโลเมตร 2) คลองวังเจ้า ต้นน้ำอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า ซึ่งอยู่ทางด้านตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัดกำแพงเพชร พื้นที่รับน้ำลุ่มน้ำสาขาคลองวังเจ้าประมาณ 625.75 ตารางกิโลเมตร คลองวังเจ้าเป็น ลำน้ำขนาดเล็กและต้นเขิน เป็นแนวแบ่งเขตระหว่างจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดตาก โดยไหลลงแม่น้ำปิงที่บ้านวังเจ้า ตำบลโกสัมพีนคร อำเภอโกสัมพีนคร จังหวัดกำแพงเพชร 3) คลองแม่ระกา ต้นน้ำอยู่ทางทิศเหนือและตะวันตกของอำเภอรามนครชัยศรี ไหลผ่านมาทางด้านตะวันตกของอำเภอเมืองกำแพงเพชร พื้นที่รับน้ำสาขาคลองแม่ระกาประมาณ 975.62 ตารางกิโลเมตร 4) คลองสวนหมาก ต้นน้ำอยู่ในเขตป่าคลองสวนหมาก หรือเขาขุนคลองสวนหมาก (อุทยานแห่งชาติคลองลาน) อำเภอลานสัก ไหลจากตะวันตกมาตะวันออก บรรจบแม่น้ำปิงที่บริเวณวัดสว่างอารมณ์ บ้านนครชุม ตำบลนครชุม อำเภอเมืองกำแพงเพชร พื้นที่รับน้ำลุ่มน้ำสาขาคลองสวนหมาก ประมาณ 1,129.29 ตารางกิโลเมตร 5) คลองขลุง ต้นน้ำอยู่บริเวณอำเภอบึงสามพัน จังหวัดตาก อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ ไหลผ่านตอนใต้ของอำเภอลานสัก มาทางตะวันตกของอำเภอคลองขลุง คลองขลุง อยู่ในลุ่มน้ำสาขาแม่น้ำปิงตอนล่าง ซึ่งครอบคลุมพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดนครสวรรค์ มีพื้นที่รับน้ำประมาณ 3,316.11 ตารางกิโลเมตร

ทรัพยากรธรณี พื้นที่ในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นแหล่งที่มีทรัพยากรแร่ธาตุจำนวนมาก โดยเฉพาะน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ ซึ่งเป็นทรัพยากรแร่ที่สร้างชื่อเสียงให้จังหวัดเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังมีแร่ประเภทหินอ่อนและแร่หินประดับอีกเป็นจำนวนมาก จากการสำรวจของกรมทรัพยากรธรณีพบว่าจังหวัดกำแพงเพชร เป็นแหล่งที่มีทรัพยากรแร่ธาตุหลายชนิด ทั้งที่ได้นำมาใช้ประโยชน์และยังไม่ได้พัฒนานำมาใช้ประโยชน์ คือ น้ำมันดิบ หินอ่อน แร่เหล็ก ทองแดง แร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินปูน (เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง) ดิบบุก ตะกั่วพลูออไรท์ ไพโรฟิลไลต์ จะพบในบริเวณภูเขาสูงด้านตะวันตกของจังหวัด และได้นำเอามาใช้ในเชิงพาณิชย์ ดังนี้ 1) น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ พบที่บริเวณอำเภอลานกระบือ ภายใต้สัมปทานของบริษัท ปตท.สผ.สยาม จำกัด (เดิม คือ บริษัท ไทยเซลล์ เอ็กซ์พลอเรชั่น แอนดีโปรดักชั่น จำกัด) โดยมีบริเวณที่สำรวจพบแล้ว คือ บ้านคลองสุขแสน บ้านปักบึง บ้านบึงแก้ว บ้านปลักไม้ดำ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตน้ำมันที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย 2) หินอ่อนและหินอุตสาหกรรมชนิดหินปูน (เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง) พบในเขตพื้นที่อำเภอราม

กระต่าย บริเวณทิวเขาสว่างอารมณ์ บริเวณด้านตะวันออกของเขาเขียว และในเขาเขียว เขาหน่อ ทางใต้ บ่อน้ำพุ ในทางธรณีวิทยาจัดให้หินอ่อนในเขตจังหวัดกำแพงเพชร เป็นหินอ่อนยุคไซลูเรียน - ดีโวเนียน อายุ 435-445 ล้านปี

ด้านเศรษฐกิจของจังหวัด

1. โครงสร้างเศรษฐกิจจังหวัดกำแพงเพชร ปี 2553 พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ณ ราคาประจำปี (Gross Provincial Product at Current Market Price) ขึ้นอยู่กับสาขาอุตสาหกรรมเป็นหลัก มีสัดส่วนร้อยละ 29.36 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ สาขาเหมืองแร่ และเหมืองหิน มีสัดส่วนร้อยละ 22.26 สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้มีสัดส่วนร้อยละ 19.99 สาขาขายส่ง ขายปลีก มีสัดส่วนร้อยละ 8.28 และสาขาอื่นๆ (12 สาขา) มีสัดส่วนร้อยละ 20.11 ตามลำดับ

2. ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดกำแพงเพชร ปี 2553 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products: GPP) มูลค่าเพิ่ม ณ ราคาประจำปี มีมูลค่าเท่ากับ 76,519 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 70,311 ล้านบาทในปีที่ผ่านมาเท่ากับ 6,208 ล้านบาท มูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่หดตัวร้อยละ 0.89 ปรับตัวดีขึ้นจากที่หดตัวร้อยละ 7.60 ในปีที่ผ่านมา เนื่องจากภาคนอกเกษตรขยายตัวร้อยละ 0.74 จากที่หดตัวร้อยละ 6.88 ในปีที่ผ่านมา เป็นผลมาจากการขยายตัวของสาขาการขายส่ง ขายปลีก สาขาการศึกษา สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ สาขาการบริการด้านสุขภาพและสังคม และสาขาโรงแรมและภัตตาคารที่ขยายตัวร้อยละ 2.33, 4.78, 17.20, 0.41 และ 23.12 ตามลำดับ สาขาที่มีการชะลอตัว ได้แก่ สาขาเหมืองแร่ สาขาการบริหารราชการแผ่นดิน สาขาตัวกลางทางการเงิน สาขาการก่อสร้าง และสาขาการไฟฟ้าที่ขยายตัวเพียงร้อยละ 2.33, 2.06, 2.92, 11.61 และ 7.42 ตามลำดับ สำหรับสาขาการผลิตที่หดตัว ได้แก่ สาขาอุตสาหกรรม สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้ สาขาการขนส่ง สาขาการให้บริการชุมชน สาขาประมง และสาขาลูกจ้างในครัวเรือนฯ หดตัวร้อยละ 4.27, 9.21, 3.92, 10.35, 2.63 และ 16.91 ตามลำดับ

GRAD VRU

ตารางที่ 2.10 แสดงอัตราการขยายตัวและโครงสร้างการผลิต

ร้อยละ

	อัตราการขยายตัว ณ ราคาคงที่		โครงสร้างการผลิต ณ ราคาประจำปี	
	2552	2553p	2552	2553p
ภาคเกษตร	0.62	-9.13	20.83	20.22
สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์และป่าไม้	0.98	-9.21	20.59	19.99
สาขาประมง	-30.30	-2.63	0.24	0.23
นอกภาคเกษตร	-6.88	0.74	79.17	79.78
สาขาเหมืองแร่ เหมืองหิน	4.56	2.33	22.85	22.26
สาขาอุตสาหกรรม	-21.11	-4.27	30.45	29.36
สาขาขายส่ง ขายปลีกฯ	-7.64	2.33	7.67	8.28
อื่นๆ	1.77	6.29	18.20	19.88
GPP	-7.60	-0.89	100.00	100.00

หมายเหตุ: p หมายถึง Preliminary หรือค่ารายปีที่ได้จากการประมวลผลข้อมูลเบื้องต้น

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3. ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP Per Capita) ในปี 2553 จังหวัดกำแพงเพชรมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเฉลี่ยต่อหัว เท่ากับ 106,219 บาทต่อปี ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 8,156 บาทต่อปี หรือ ขยายตัวร้อยละ 8.32 จากที่หดตัวร้อยละ 6.16 ในปีที่ผ่านมา

4. ค่าจ้างขั้นต่ำจังหวัดกำแพงเพชร

ตารางที่ 2.11 แสดงค่าจ้างขั้นต่ำจังหวัดกำแพงเพชร

อัตราวันละ	วันที่ประกาศใช้	วันที่บังคับใช้
147	30 ต.ค. 49	1 ม.ค. 50
149	12 พ.ย. 50	1 ม.ค. 51
156	16 พ.ค. 51	1 มิ.ย. 51
158	25 ธ.ค. 52	1 ม.ค. 53
158	11 มี.ค. 53	10 เม.ย. 53
168	13 ธ.ค. 53	1 ม.ค. 54
234	2 พ.ย. 54	1 เม.ย. 55

ที่มา: สำนักงานแรงงานจังหวัดกำแพงเพชร

กิจกรรมการผลิตหลักที่สำคัญของจังหวัดกำแพงเพชร

อุตสาหกรรมหลักของจังหวัด ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ โรงงานผลิตน้ำตาล การผลิตมันเส้น โรงสีข้าว และโรงงานแป้งมันสำปะหลัง เป็นต้น

พืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง และ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

เหมืองแร่ที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ น้ำมันดิบ เป็นแร่ธาตุที่มีความสำคัญทาง เศรษฐกิจ หินอ่อน และหินอุตสาหกรรมชนิดหินปูน (เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง) อยู่ในเขตอำเภอ พรานกระต่าย ซึ่งใช้ในการทำหินประดับและหัตถกรรมหินอ่อน

การขายส่ง ขายปลีก ที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ ร้านขายปลีกแก๊ส น้ำมันเชื้อเพลิง การขายปลีกสินค้าทั่วไป การขายปลีกอาหารและเครื่องดื่ม และการขายปลีกวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

พาณิชย์กรรม ได้แก่ 1) สถานประกอบธุรกิจการค้าและบริการ 2) สถานประกอบ ธุรกิจการค้าและบริการที่จดทะเบียนนิติบุคคล 3) สถานประกอบธุรกิจการค้าและบริการ 4) สถาน ประกอบธุรกิจการค้าและบริการที่จดทะเบียนนิติบุคคล

สถานประกอบธุรกิจการค้าและบริการที่จดทะเบียนนิติบุคคลจังหวัดกำแพงเพชร มี ผู้จดทะเบียนประกอบธุรกิจการค้าและบริการที่ยังคงดำเนินการอยู่ทั้งหมดสะสมถึง 31 ตุลาคม 2554 จำนวนทั้งสิ้น 1,499 ราย เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ปี 2554) ร้อยละ 38.28 โดยเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มากที่สุด จำนวน 1,132 ราย รองลงมาคือ บริษัทจำกัด จำนวน 364 ราย และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติ บุคคล จำนวน 3 ราย โดยในปี 2555 มีผู้ประกอบการขอจดทะเบียนนิติบุคคลทั้งสิ้น จำนวน 135 ราย แยกเป็น ห้างหุ้นส่วนจำกัด 90 ราย บริษัทจำกัด 45 ราย และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล 1 ราย ใช้เงินทุนรวมทั้งสิ้น 768.09 ล้านบาท และมีการแจ้งเลิกนิติบุคคลทั้งสิ้นจำนวน 11 ราย เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด 8 ราย และบริษัทจำกัด 3 ราย ใช้เงินทุนรวมทั้งสิ้น 14.10 ล้านบาท

การจดทะเบียนนิติบุคคลในปี 2555 ส่วนใหญ่เป็นกิจการก่อสร้างอาคารทั่วไปที่มี มากถึงร้อยละ 32 ของจำนวนนิติบุคคลตั้งใหม่ซึ่งจำเป็นต้องมาจดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อยื่นขอ ประมูลหรือการจ้างเหมาของหน่วยงานราชการสาเหตุมาจากผู้บริโภคมมีความต้องการที่พักอาศัยแนว สูงหรือคอนโดมิเนียมที่เป็นอาคารสูงจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และให้ความสำคัญกับการออกแบบ โครงการที่คำนึงถึงการป้องกันน้ำท่วม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ รองลงมาได้แก่ บริการ นันทนาการอื่นๆ (การจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล) การขายส่งเครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้อื่นๆ การขนส่งขนถ่ายสินค้าและคนโดยสาร ฯลฯ ส่วนกิจการอื่นๆ ที่มีการแจ้งเลิกนิติบุคคล ได้แก่ การ ก่อสร้างอาคารทั่วไป การขายปลีกยานยนต์ การขายส่งเครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้อื่นๆ การ ขนส่งขนถ่ายสินค้าและคนโดยสาร ฯลฯ ซึ่งมีการจดทะเบียนเลิกไป จำนวน 11 ราย โดยในปี 2555 นิติบุคคลที่จดทะเบียนด้วยเงินทุนสูงสุด ได้แก่ บริษัท โรงสีสวัสดิ์ไพบูลย์ จำกัด บริษัท คลังสวัสดิ์ ไพบูลย์ จำกัด ดำเนินธุรกิจขายส่งวัตถุดิบทางการเกษตร และบริษัท โรงสีธัญบุรี อินเตอร์เทรด (9) จำกัด ดำเนินธุรกิจโรงสีข้าว ตามลำดับ สำหรับนิติบุคคลที่จดทะเบียนเลิกกิจการรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท มิตรชู กำแพงเพชร จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจการขายปลีกยานยนต์

ตารางที่ 2.12 สรุปจำนวนผู้จดทะเบียนประกอบธุรกิจการค้าและบริการในจังหวัดกำแพงเพชรที่ยังดำเนินการอยู่

ประเภท	จำนวนผู้จดทะเบียนที่ยังดำเนินการอยู่ (ราย)	
	มกราคม - ธันวาคม 2554	มกราคม - ตุลาคม 2555
บริษัทจำกัด	321	364
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	1,051	1,132
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	2	3
รวม	1,374	1,499

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดกำแพงเพชร

ตารางที่ 2.13 แสดงจำนวนและเงินทุนของการจดทะเบียนประกอบธุรกิจการค้าและบริการจังหวัดกำแพงเพชร ปี 2555

เดือน	จดทะเบียนนิติบุคคลใหม่				แจ้งเลิกนิติบุคคล			
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด		บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วนจำกัด		บริษัทจำกัด	
	จำนวน (ราย)	เงินทุน (ล้านบาท)	จำนวน (ราย)	เงินทุน (ล้านบาท)	จำนวน (ราย)	เงินทุน (ล้านบาท)	จำนวน (ราย)	เงินทุน (ล้านบาท)
ม.ค. 55	8	8.00	5	84.00	2	2.00	-	-
ก.พ. 55	10	14.20	3	8.50	-	-	-	-
มี.ค. 55	8	11.50	7	58.00	-	-	-	-
เม.ย. 55	4	7.00	3	8.00	1	1.00	-	-
พ.ค. 55	7	6.05	5	108.50	2	1.60	-	-
มิ.ย. 55	7	7.00	5	9.00	2	2.00	2	6.00
ก.ค. 55	14	32.00	4	10.00	1	0.50	-	-
ส.ค. 55	9	10.90	5	104.00	-	-	1	1.00
ก.ย. 55	12	16.03	3	6.00	-	-	-	-
ต.ค. 55	11	151.91	5	107.50	-	-	-	-
รวม	90	264.59	45	503.50	8	7.10	3	7.00

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดกำแพงเพชร

โครงสร้างของตลาดและศูนย์กลางการตลาดที่สำคัญ

ธุรกิจการค้าและบริการของจังหวัด แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจการค้าสินค้าเกษตร และธุรกิจการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการ รายละเอียดดังนี้

1. ธุรกิจการค้าสินค้าเกษตร ประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดกำแพงเพชรมีอาชีพกสิกรรมเป็นส่วนใหญ่ จึงมีผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าเกษตรอยู่เป็นจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วทุกอำเภอ โดยเฉพาะอำเภอที่มีพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจค่อนข้างมากจะมีพ่อค้ารายใหญ่เข้าไปตั้งสถานประกอบการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร สำหรับตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรของจังหวัดกำแพงเพชร แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ 1) ตลาดสินค้าเกษตรระดับท้องที่ เป็นลักษณะพ่อค้ารับซื้อพืชไร่ในระดับตำบลและหมู่บ้าน พ่อค้าในระดับนี้ส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานร้านค้าอยู่ในตำบล/หมู่บ้านที่ทำการซื้อขายสินค้าอยู่ ลักษณะการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรโดยปกติจะรับซื้อผลผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงชนิดเดียว เช่น รับซื้อเฉพาะข้าวเปลือก หรือมันสำปะหลัง อย่างไรก็ตามหนึ่งเป็นต้นปริมาณที่รับซื้อในแต่ละครั้งเป็นจำนวนไม่มาก เนื่องจากส่วนใหญ่มีเงินทุนน้อย และเมื่อรับซื้อผลผลิตได้ก็จะนำไปขายต่อให้กับพ่อค้าท้องถิ่นต่อไป 2) ตลาดสินค้าเกษตรระดับท้องถื่น ส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตชุมชนหนาแน่นหรือในเส้นทางที่มีการคมนาคมสะดวกและเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรจากระดับไร่นาออกสู่ตลาด พ่อค้าในระดับนี้จะรับซื้อผลผลิตทั้งจากเกษตรกรโดยตรงและจากพ่อค้าระดับท้องที่ และสามารถรับซื้อได้ในปริมาณมาก เพราะมีเงินทุนสูง และส่วนใหญ่เป็นนายทุนเงินกู้ให้แก่เกษตรกร ตลาดสินค้าเกษตรระดับท้องถื่นที่สำคัญๆ ของจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอชาลนบุรี อำเภอคลองลาน อำเภอพรานกระต่าย อำเภอปางศิลาทอง และอำเภอคลองขลุง

2. ธุรกิจการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการ การประกอบการธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการมีจุดศูนย์กลางรวมอยู่ในเขตเทศบาลของแต่ละอำเภอ ซึ่งเป็นเขตที่มีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น การคมนาคมขนส่งสะดวกเร็ว ลักษณะการซื้อขายจะมีทั้งการขายส่ง ขายปลีก และการบริการ เช่น การซ่อมรถ การรับจ้างทำของ และการให้บริการอื่นๆ เป็นต้น ธุรกิจการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคดังกล่าวสามารถจำแนกได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ตลาดประจำหรือตลาดสด เป็นตลาดที่ประชาชนโดยทั่วไปรู้จักกันดี และเป็นที่ยอมรับในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยเทศบาลในพื้นที่ และบางส่วนดำเนินการโดยเอกชนสำหรับรายชื่อตลาดประจำในจังหวัดกำแพงเพชรแสดงได้ดังตาราง 2) ตลาดนัด เป็นตลาดที่อยู่ตามแหล่งชุมชนต่างๆ โดยมีกำหนดเวลาและสถานที่แน่นอน สินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดนัดจะมีทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลาย ปัจจุบันมีตลาดในลักษณะนี้อยู่เป็นจำนวนมากกระจายอยู่ในท้องที่ต่างๆ และประชาชนนิยมซื้อขายสินค้าในตลาดนัดกันมากขึ้น เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกซื้อได้หลากหลายและมีราคาถูกกว่าตลาดประจำทั่วไป ส่งผลต่อปริมาณการค้าในตลาดประจำที่มีสัดส่วนลดลงเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 2.14 แสดงรายชื่อตลาดประจำในจังหวัดกำแพงเพชร จำแนกตามเขตอำเภอต่างๆ

ที่	อำเภอ	ชื่อตลาด	ที่ตั้ง
1	อำเภอเมือง	ตลาดเทศบาลเมืองกำแพงเพชร ตลาดริมปิง ตลาดต้นโพธิ์ ตลาดศูนย์การค้าเมืองกำแพงเพชร ตลาดสดพวงทอง (นครชุม) ตลาดสดเทศบาลตำบลปากดง ตลาดสดพรนิมิตพัฒนา (คลองแม่ลาย)	ถนน. วิจิตร 2 ต. ในเมือง ถนน. เทศา 2 ต. ในเมือง ถนนราชดำเนิน ต. ในเมือง 367 ต. ในเมือง 001 ม. 5 ถ. ศรีรัฐ ต. นครชุม บ้านปากดง ต. ไตรตรึงษ์ 33 ถ. พหลโยธิน ม. 3 ต. คลองแม่ลาย
2	อำเภอไทรงาม	ตลาดเทศบาลตำบลไทรงาม	หมู่ที่ 5 ตำบลไทรงาม
3	อำเภอคลองขลุง	ตลาดเทศบาลตำบลคลองขลุง ตลาดเทศบาลตำบลท่ามะเขือ ตลาดเทศบาลตำบลท่าพุทธา ตลาดโค้งวิไล	หมู่ที่ 2 ตำบลคลองขลุง หมู่ที่ 2 ตำบลท่ามะเขือ หมู่ที่ 3 ตำบลท่าพุทธา หมู่ที่ 4 ตำบลคลองขลุง
4	อำเภอขามเฒ่า ลักษณะบุรี	ตลาดเทศบาลตำบลสลกบาตร ตลาดสมหวัง (ตาช้วน) ตลาดไทยพิทักษ์	หมู่ที่ 1 ตำบลสลกบาตร หมู่ที่ 12 ตำบลป่าพุทธา หมู่ที่ 1 ตำบลสลกบาตร
5	อำเภอคลองลาน	ตลาดร่วมมิตร ตลาดรุ่งศักดิ์ ตลาดป่าโรจน์ ตลาดแม่สอด	หมู่ที่ 4 ตำบลคลองน้ำไหล ตำบลคลองลานพัฒนา หลังธนาคารสิริกไทย สาขาคลองลาน หมู่ที่ 16 ตำบลคลองน้ำไหล
6	อำเภอพราน กระต่าย	ตลาดเทศบาลตำบลพรานกระต่าย ตลาดศรีพิทักษ์ ตลาดแสงจันทร์ (คลองพิไกร)	หมู่ที่ 4 ตำบลพรานกระต่าย หมู่ที่ 3 ตำบลถ้ำกระต่ายทอง หมู่ที่ 2 ตำบลคลองพิไกร
7	อำเภอลานกระบือ	ตลาดลานกระบือ ตลาดหนองหลวง	หมู่ที่ 1 ตำบลลานกระบือ หมู่ที่ 5 ตำบลหนองหลวง
8	อำเภอปางศิลาทอง	ตลาดตำบลโพธิ์ทอง	หมู่ที่ 5 ตำบลโพธิ์ทอง
9	อำเภอบึงสามัคคี	ตลาดแสงเจริญ ตลาดทุ่งสนั่น 2004	หมู่ที่ 3 ตำบลระหาน หมู่ที่ 3 ตำบลระหาน

ภาพรวมของธุรกิจการค้าของจังหวัดมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยวัดได้จากกิจการพาณิชย์ กรมค้าปลีกค้าส่งเข้ามาลงทุนเปิดสาขาภายในจังหวัดกำแพงเพชรในช่วงปี 2553-2554 ที่ผ่านมา จำนวน 3 ราย 5 แห่ง ได้แก่ ห้างแม็คโคร สาขากำแพงเพชรเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553 ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2553 และห้างเทสโก้โลตัส ที่เป็นดีพาร์ทเมนต์สโตร์ (Lotus Express) เปิดให้บริการอยู่ในพื้นที่อำเภอต่างๆ อีกจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สาขาพรานกระต่าย สาขาชาวนนุรลักษบุรี และสาขาท่ามะเขือ การขยายตัวของห้างร้านดังกล่าวได้ช่วยให้ประชาชนในจังหวัดกำแพงเพชรมีทางเลือกในการซื้อสินค้าในปริมาณ คุณภาพ และราคาที่เหมาะสมได้มากขึ้น เกิดการจ้างงาน สร้างความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่นและจังหวัดกำแพงเพชร

ศูนย์กลางแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัด

จังหวัดกำแพงเพชรมีศูนย์กลางแหล่งการค้าที่สำคัญ 3 แหล่งใหญ่ๆ ดังนี้

1. แหล่งการค้าในเขตตัวเมืองกำแพงเพชร อยู่ในเขตเทศบาลเมืองกำแพงเพชร ถือเป็นศูนย์กลางของการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัด มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ตลาดซูเปอร์มาร์เก็ต ศูนย์การค้า นอกจากนี้ยังมีธุรกิจการให้บริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ที่พัก โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร ไนท์คลับ ดิสโก้เทค ฯลฯ เป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นประชาชนในเขตอำเภอเมือง และอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอโกสัมพีนคร เป็นต้น

2. แหล่งการค้าสลกบาตร อำเภอชาวนนุรลักษบุรีเป็นศูนย์กลางของสินค้าอุปโภคบริโภค ต่างๆ ตลอดจนอุปกรณ์และปัจจัยการผลิตทางการเกษตร นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางของการบริการรถโดยสารสาธารณะ เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่บนถนนสายหลักที่จะขึ้นสู่ภาคเหนือและเข้าสู่กรุงเทพฯ (ถนนพหลโยธิน) มีร้านค้า ร้านอาหาร สถานีบริการเชื้อเพลิง สถาบันการเงิน ฯลฯ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นประชาชนในเขตอำเภอชาวนนุรลักษบุรี อำเภอลองลาน อำเภอปางศิลาทอง ตลอดจนผู้ที่สัญจรผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก

3. แหล่งการค้าท่ามะเขือ อำเภอลองชุลง เป็นแหล่งการค้าที่สำคัญเช่นเดียวกัน ประกอบด้วยร้านค้าจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ตลาด ซูเปอร์มาร์เก็ต นอกจากนี้ยังมีธุรกิจการให้บริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร สถาบันการเงิน ฯลฯ ผู้บริโภคหรือลูกค้าส่วนใหญ่เป็นประชาชนในเขตอำเภอลองชุลง อำเภอทรายทองวัฒนา อำเภอบึงสามัคคี เป็นต้น

4. แหล่งการค้าอำเภอพรานกระต่าย เป็นศูนย์กลางร้านค้าจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ตลาด ซูเปอร์มาร์เก็ต นอกจากนี้ยังมีธุรกิจการให้บริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร สถาบันการเงิน ฯลฯ ผู้บริโภคหรือลูกค้าส่วนใหญ่เป็นประชาชนในเขตอำเภอพรานกระต่าย อำเภอลานกระบือ
สินค้าสั่งเข้าและสินค้าส่งออก

1. สินค้านำเข้า จังหวัดกำแพงเพชร ต้องนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพเป็นส่วนใหญ่จากกรุงเทพฯ และแหล่งผลิตที่สำคัญ เนื่องจากสินค้าบางชนิดไม่สามารถผลิตได้เองในจังหวัด ส่วนสินค้าบางชนิด แม้ว่าผลิตได้เองแต่ยังไม่เพียงพอับความต้องการของประชาชน สินค้านำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เมล็ดพันธุ์พืชต่างๆ ปุ๋ยเคมีภัณฑ์ เครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตร ยารักษาโรค น้ำมันพืช เสื้อผ้าสำเร็จรูป วัสดุก่อสร้าง เครื่องใช้ไฟฟ้ายานพาหนะ

เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ น้ำอัดลม บุหรี่ อาหารสัตว์ ฯลฯ เป็นต้น สำหรับสินค้าที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายภายในจังหวัดที่สำคัญๆ ได้แก่ ข้าวสารเจ้าคุณภาพดีนำเข้าจากจังหวัดพิจิตร สุโขทัย ข้าวสารเหนียวนำเข้าจากจังหวัดเชียงราย พะเยา ยโสธร ไข่ไก่และไข่เป็ดนำเข้าจากจังหวัดพิจิตรและชลบุรี หัวหอมและกระเทียมนำเข้าจากเชียงใหม่และลำพูน ส่วนผักสดนำเข้าจากจังหวัดพิษณุโลก สุโขทัยและเพชรบูรณ์ และผลไม้บางชนิดนำเข้าจากกรุงเทพฯ และแหล่งผลิตต่างๆ เป็นต้น

2. สินค้าส่งออก สินค้าที่สำคัญของจังหวัดกำแพงเพชรที่ส่งออกไปขายส่วนใหญ่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรบางชนิด แร่ธาตุและน้ำมันดิบ รวมทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- ข้าวเปลือกเจ้า ในปัจจุบันการนำผลผลิตข้าวเปลือกเจ้าไปจำหน่ายยังตลาดต่างจังหวัดมีน้อยลงมาก เนื่องจากจำนวนโรงสีในจังหวัดมีปริมาณเพิ่มขึ้น ทำให้เพียงพอต่อการรับซื้อผลผลิตข้าวเปลือกจากเกษตรกรในจังหวัด ผลผลิตข้าวเปลือกที่ส่งไปขายต่างจังหวัดจึงมีเฉพาะกรณีที่ทำข้าวเป็นผู้รวบรวม หรือโรงสีในจังหวัดที่มีคู่ค้าในต่างจังหวัดเท่านั้น

- ข้าวสารเจ้า ผลผลิตในจังหวัดส่วนใหญ่เป็นข้าวที่มีคุณภาพต่ำและข้าวหนึ่งกล้าวคือ เป็นข้าวสารชนิด 5 - 15 % ร้อยละ 70 และข้าวหนึ่งร้อยละ 30 โดยตลาดที่สำคัญอยู่ที่กรุงเทพฯ และต่างประเทศ

- ข้าวโพด ตลาดข้าวโพดของจังหวัดที่สำคัญ ได้แก่ โรงอาหารสัตว์อำเภอบางไทร อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนครปฐม และกรุงเทพฯ

- มันสำปะหลัง ตลาดปลายทางที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดชลบุรี และกรุงเทพฯ

- ถั่วเหลือง ตลาดปลายทางที่สำคัญ ได้แก่ โรงงานสกัดน้ำมันพืช และโรงงานอาหารสัตว์ในกรุงเทพฯ

- ถั่วเขียว ตลาดปลายทางที่สำคัญ ได้แก่ พ่อค้าส่ง ผู้ส่งออก และโรงงานแปรรูปในกรุงเทพฯ

- กล้วยไข่ ตลาดที่สำคัญ คือ กรุงเทพฯ และพ่อค้าเร่ทั่วไปโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- ส้มเขียวหวานโดยทั่วไปผู้ผลิตส้มเขียวหวานในจังหวัดกำแพงเพชรที่มีผลผลิตส้มเขียวหวานออกจำหน่ายแล้วจะเป็นเกษตรกรสวนส้มที่อพยพมาจากจังหวัดในแถบปริมณฑล และมีตลาดส้มเขียวหวานของตนเองในเขตกรุงเทพฯ

- น้ำมันดิบ น้ำมันที่แหล่งสิริกิติ์ อำเภอลานกระบือส่วนใหญ่ส่งไปจำหน่ายให้กับโรงกลั่นน้ำมันที่กรุงเทพฯ ส่วนก๊าซธรรมชาติและก๊าซหุงต้มจะจำหน่ายให้กับ ปตท. ซึ่งจะจัดรถบรรทุกแก๊สเพื่อบรรจุถัง ณ จังหวัดลำปาง

ระดับราคาสินค้าอุปโภคบริโภค

ระดับราคาสินค้าอุปโภคบริโภคของจังหวัดกำแพงเพชร สามารถวิเคราะห์ได้จากค่าดัชนีราคาผู้บริโภคจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งสำนักงานพาณิชย์จังหวัดกำแพงเพชรได้ดำเนินการจัดเก็บราคาสินค้าและบริการ จำนวนทั้งสิ้น 274 รายการ เป็นประจำทุกเดือน ครอบคลุมหมวดอาหารและ

เครื่องดื่ม เครื่องนุ่งห่ม เคหสถาน การตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล ยานพาหนะการขนส่งและการสื่อสารการบิน การอ่านการศึกษาและการศาสนา ฯลฯ เพื่อนำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคของจังหวัดกำแพงเพชรดังนี้

ดัชนีราคาผู้บริโภคของจังหวัดกำแพงเพชร เดือนตุลาคม 2555

ปี 2550 ดัชนีราคาผู้บริโภคของจังหวัดกำแพงเพชรเท่ากับ 100 และเดือนตุลาคม 2555 เท่ากับ 121.8 เทียบกับเดือนกันยายน 2555 เท่ากับ 121.1

1. เดือนกันยายน 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.6
2. เดือนตุลาคม 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.0
3. เฉลี่ยช่วงระยะ 10 เดือน (มกราคม-ตุลาคม ปี 2555) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 เท่ากับ 2.3 (ไม่มีการเปลี่ยนแปลง)

ดัชนีราคาผู้บริโภคของจังหวัดกำแพงเพชรเดือนตุลาคม 2555 เทียบกับเดือนกันยายน 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.6 (เดือนกันยายน 2555 เทียบกับเดือนสิงหาคม 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.2) สาเหตุมาจากการสูงขึ้นของดัชนีหมวดอาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้นร้อยละ 0.6 เช่น หมวดผักและผลไม้สูงขึ้นร้อยละ 12.2 (ผักชีต้นหอม ขึ้นฉ่าย กระเทียม) เนื่องมาจากการเกิดภาวะน้ำท่วมในพื้นที่เพาะปลูกพืชผักและอยู่ในช่วงเทศกาลกินเจส่งผลให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคมีจำนวนมากขึ้น จึงทำให้ราคาผักสดมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย หมวดปลาและสัตว์น้ำสูงขึ้นร้อยละ 3.9 (ปลาช่อน ปลาดุก ปลานิล)

พิจารณาดัชนีเฉลี่ยช่วงระยะ 10 เดือน (มกราคม - ตุลาคม) ปี 2555 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2554 สูงขึ้นร้อยละ 2.3 ปัจจัยสำคัญมาจากการสูงขึ้นของดัชนีหมวดอาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้นร้อยละ 2.9 โดยดัชนีหมวดผักสดสูงขึ้นร้อยละ 10.7 (ผักชี ต้นหอม ขึ้นฉ่าย กระเทียม) ดัชนีหมวดเครื่องประกอบอาหารสูงขึ้น ร้อยละ 8.1 (ขนมหวาน ไอศกรีม น้ำตาล นมข้นหวาน) ดัชนีหมวดปลาและสัตว์น้ำสูงขึ้นร้อยละ 5.6 (ปลาหู ปลาหมึก ปลาสด) ดัชนีหมวดเคหสถานสูงขึ้นร้อยละ 3.6 (ค่าน้ำประปา ค่ากระแสไฟฟ้า) ดัชนีหมวดอาหารบริโภคในบ้านสูงขึ้นร้อยละ 3.4 (เต้าหู้ ข้าวสารเจ้า) ดัชนีหมวดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์สูงขึ้นร้อยละ 2.8 (กาแฟสำเร็จรูปพร้อมดื่ม น้ำแข็งหลอด น้ำผลไม้) ดัชนีหมวดอาหารบริโภคนอกบ้านสูงขึ้นร้อยละ 2.8 (อาหารตามสั่ง) เป็นต้น

เมื่อพิจารณาดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไปที่หักรายการสินค้ากลุ่มอาหารสดและกลุ่มพลังงาน พบว่าดัชนีราคาอยู่ที่ 110.1 ซึ่งน้อยกว่าดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไป เนื่องจากเป็นการคำนวณหาค่าดัชนีโดยไม่นำรายการสินค้ากลุ่มอาหารสดและสินค้ากลุ่มพลังงาน ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความอ่อนไหวด้านราคาที่สูงมาคำนวณด้วย ถือว่าเป็นดัชนีราคาที่เหมาะสมให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าและบริการในจังหวัดที่แท้จริง

ตารางที่ 2.15 แสดงดัชนีราคาผู้บริโภคจังหวัดกำแพงเพชร ปี 2555

หมวด	ดัชนีราคา		อัตราการเปลี่ยนแปลง (ม.ค. - ต.ค. 2555) / (ม.ค. - ธ.ค. 2554)
	ม.ค.-ธ.ค. 2554	ม.ค.-ต.ค. 2555	
รวมทุกรายการ	117.9	120.3	2.3
หมวดอาหารและเครื่องดื่ม	142.8	145.9	2.9
ข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง	133.1	136.6	3.1
เนื้อสัตว์ เป็ด ไก่ และสัตว์น้ำ	145.4	146.6	0.9
ไข่และผลิตภัณฑ์นม	126.3	124.7	- 0.5
ผักและผลไม้	180.5	183.8	3.5
เครื่องประกอบอาหาร	131.4	140.1	8.1
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	104.4	107.1	2.8
อาหารบริโภค - ในบ้าน	129.3	133.2	3.4
อาหารบริโภค - นอกบ้าน	138.5	141.8	2.8
หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหาร และเครื่องดื่ม	104.5	106.5	1.8
หมวดเครื่องนุ่มห่มและรองเท้า	96.3	96.5	0.3
หมวดเคหสถาน	98.4	101.6	3.6
หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล	101.9	102.9	1.1
หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร	114.9	116.3	0.7
หมวดการบันเทิงการอ่านและการศึกษา	84.6	84.9	0.2
หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์	117.8	120.9	2.7
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน	108.0	110.1	2.1
กลุ่มอาหารสดและพลังงาน	137.9	140.8	2.4
- อาหารสด	148.9	150.9	2.0
- พลังงาน	111.3	116.6	3.7

ที่มา: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกำแพงเพชร

หมายเหตุ: ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไปที่หักรายการสินค้ากลุ่มอาหารสด และสินค้ากลุ่มพลังงาน

สถาบันและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบธุรกิจและบริการ

1. หอการค้าจังหวัดกำแพงเพชร หอการค้าจังหวัดกำแพงเพชร จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ. 2509 โดยได้รับอนุญาตให้จัดตั้งและจดทะเบียนตามใบอนุญาตหอการค้า ที่ 1/2527 เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2527 มีสมาชิกเริ่มก่อตั้งจำนวน 12 คน และมีสมาชิกแรกเริ่ม จำนวน 102 คน ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 318 คน

2. สภาอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร เป็นองค์กรเอกชนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในท้องถิ่นเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาการประกอบการอุตสาหกรรมในท้องถิ่นให้มีความเจริญก้าวหน้าพร้อมทั้งดูแลเรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับมาตรฐานและเจตนาารมณ์ของรัฐบาลสภาอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชรบริหารงานโดยคณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร

3. ชมรมโรงสีข้าวจังหวัดกำแพงเพชร จากการที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญแห่งหนึ่ง โดยมีผลผลิตในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ทำให้มีผู้ประกอบธุรกิจโรงสีข้าวอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างมากกระจายอยู่ในอำเภอต่างๆ ของจังหวัด ในการนี้จึงมีการรวมตัวกันระหว่างผู้ประกอบการโรงสีข้าวจัดตั้งชมรมโรงสีข้าวจังหวัดกำแพงเพชรขึ้น เพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริม พัฒนาการประกอบธุรกิจโรงสีข้าว และการบริหารจัดการในเรื่องข้าวของจังหวัดกำแพงเพชร

4. สมาคมมันสำปะหลังไทยภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชรเป็นแหล่งปลูกมันสำปะหลังที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ โดยมีผลผลิตในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก เป็นอันดับ 2 ของประเทศ (รองจากจังหวัดนครราชสีมา) ทำให้มีผู้ประกอบธุรกิจโรงสีข้าวอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างมากกระจายอยู่ในอำเภอต่างๆ ของจังหวัด ในการนี้จึงมีการรวมตัวกันระหว่างผู้ประกอบการโรงสีข้าวจัดตั้งชมรมโรงสีข้าวจังหวัดกำแพงเพชรขึ้น เพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริม พัฒนาการประกอบธุรกิจโรงสีข้าว และการบริหารจัดการในเรื่องข้าวของจังหวัดกำแพงเพชร

อุตสาหกรรม

ภาวการณ์การลงทุนด้านอุตสาหกรรมของจังหวัดกำแพงเพชรในปี 2555 มีการเพิ่มขึ้นของโรงงานที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการโรงงานในระหว่างเดือน ตุลาคม 2554 - กันยายน 2555 ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กเงินลงทุนไม่เกิน 10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 68 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 10.90 ของจำนวนโรงงานทั้งหมด 624 โรงงานในปัจจุบัน ซึ่งส่วนมากประกอบกิจการอุตสาหกรรมการเกษตร จำนวน 26 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 60.47 รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน จำนวน 6 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.95 และประกอบกิจการอุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ซึ่งเท่ากับการประกอบกิจการอุตสาหกรรมด้านอื่นๆ อีกรวมกิจการละ 3 โรงงาน แต่ละกิจการคิดเป็นร้อยละ 6.98 ของจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น (ดูตารางที่ 2.16 ประกอบ)

ตารางที่ 2.16 แสดงจำนวนโรงงานที่เพิ่มขึ้นระหว่าง 1 ต.ค. 2553 - 30 ก.ย. 2554 (แยกตามอุตสาหกรรม)

ที่	หมวดอุตสาหกรรม	จำนวน	เงินทุน	ชาย	หญิง	รวม	แรงม้า
1	อุตสาหกรรมการเกษตร	26	934,978,000	116	25	141	7,394.63
2	อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน	6	11,350,000	66	28	94	636.10
3	อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	3	407,099,500	78	12	90	2,297.98
4	อุตสาหกรรมอื่นๆ	3	2,290,400,000	84	2	86	198,855
5	อุตสาหกรรมอาหาร	2	3,521,670,000	255	47	302	54,999
6	อุตสาหกรรมเคมี	1	900,000	3	0	3	15.50
7	อุตสาหกรรมโลหะ	1	10,500,000	7	3	10	152
8	อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล	1	3,000,000	8	2	10	184.50
รวม		43	7,179,897,500	617	119	736	264,534.71

ที่มา: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2555)

หมายเหตุ: อุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิเช่น กิจการเกี่ยวกับหิน กรวด ทราย ผลิต ส่งหรือจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น

จังหวัดกำแพงเพชร มีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน ณ วันที่ 30 กันยายน 2555 ทั้งสิ้นจำนวน 624 โรงงาน แยกเป็นจำพวก 2 จำนวน 98 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.71 และจำพวก 3 จำนวน 527 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 84.29 รวมเงินลงทุน 44,766,680,911 มีคนงานรวมจำนวน 10,480 คน (ดูตารางที่ 2 ประกอบ)

ตารางที่ 2.17 แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม (แยกตามจำพวก) ปี 2554

จำพวกที่	จำนวนโรงงาน	เงินลงทุน	ชาย	หญิง	รวม	แรงม้า
2	98	83,430,860	377	97	474	2,772.20
3	526	44,683,250,051	7,787	2,219	10,016	1,899,560.61
รวม 3 จำพวก	624	44,766,680,911	8,164	2,316	10,480	1,902,332.81

ที่มา: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2554)

โรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการ แยกตามจำนวนเงินลงทุน โดยส่วนมากเป็นโรงงานขนาดเล็ก จำนวนเงินลงทุนน้อยกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 448 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 78.21 รองลงมาเป็นโรงงานที่มีจำนวนเงินทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท จำนวน 103 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 16.51 และโรงงานที่มีเงินลงทุนมากกว่า 100 ล้านบาท จำนวน 27 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.33 ในส่วนของโรงสีข้าว มีจำนวน 46 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.38 ของจำนวนโรงงานทั้งหมด (ดูตารางที่ 3 และ 4 ประกอบ)

ตารางที่ 2.18 แสดงจำนวนเงินลงทุนแยกตามขนาดโรงงานอุตสาหกรรม ปี 2554

ที่	รายการ	จำนวน	เงินทุน (ล้านบาท)
1	โรงสีข้าวทั้งหมด	46	2,446,057,804
2	โรงงานขนาดเล็ก <10 ล้านบาท	448	1,034,564,497
3	โรงงานขนาดกลาง >10 ล้านบาท <=100 ล้านบาท	103	2,957,439,262
4	โรงงานขนาดใหญ่ >100 ล้านบาท	27	38,328,619,348
รวม		624	44,766,680,911

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2554)

ตารางที่ 2.19 แสดงโรงงานขนาดใหญ่และโรงสีข้าว ที่มีเงินลงทุนมากกว่า 100 ล้านบาท ปี 2554

ที่	ชื่อกิจการ	ประกอบกิจการ	เงินลงทุน	คนงาน
1	บจก. เบียร์ไทย (1991) มหาชน	ผลิตเบียร์ น้ำดื่ม โซดา	18,000,900,090	760
2	บจก. น้ำตาลทิพย์กำแพงเพชร	ทำน้ำตาลทรายดิบ/ขาว	3488000000	285
3	บจก. น้ำตาลนครเพชร	ทำน้ำตาลทรายดิบ/ขาว	2,835,508,013	606
4	บจก. อายิโนะโมะไต (ประเทศไทย)	ผลิตผงชูรสและกรดกลูตามิก	2,264,000,000	115
5	บจก. ทิพย์กำแพงเพชร ไบโอเอเนอร์ยี	ผลิตพลังงานไฟฟ้า	2,235,000,000	75
6	โรงไฟฟ้าลานกระบือ	ผลิตพลังงานไฟฟ้า	2,127,090,358	86
7	บริษัท กำแพงเพชรเอทานอล	ผลิตเอทานอลเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิง	750,000,000	61

ตารางที่ 2.19 (ต่อ)

ที่	ชื่อกิจการ	ประกอบกิจการ	เงินลงทุน	คนงาน
8	บจก. แสงฟ้าอินเตอร์ไรซ์	สีข้าว	720,000,000	40
9	กำแพงเพชร กรีนเอ็นเนอร์ยี	ผลิตพลังงานไฟฟ้า	688,000,000	35
10	บจก. น้ำตาลทรายกำแพงเพชร	ทำน้ำตาลทรายดิบ/ขาว	685,000,000	359
11	บจก. สหกรีนฟอเรสต์	ผลิตพลังงานไฟฟ้า	565,000,000	58
12	เอส ซี แคริเออร์	ซ่อมแซมรถยนต์บรรทุก	400,000,000	20
13	โรงแป้งมัน สหกรณ์นิคมนครชุม จำกัด	ผลิตแป้งมันสำปะหลัง	393,000,000	90
14	บจก. ไทยเสรี เจนเนอเรตติ้ง	ผลิตพลังงานไฟฟ้า	300,000,000	25
15	บริษัทเจริญสุขแป้งมัน (2005) จำกัด	ผลิตแป้งมันสำปะหลัง	295,000,000	150
16	บจก. สิ่งทอทองอาร์ซีซีไรซ์	สีข้าว	294,304,000	10
17	บจก. นิวโตมอน สตาร์ช จำกัด	ผลิตแป้งมันสำปะหลัง	291,000,000	110
18	หจก. ศุภชัยไรซ์มิลล์	สีข้าว	275,000,000	45
19	บจก. ที.ซี.เอส. แป้งมัน อุตสาหกรรม	ผลิตแป้งมันสำปะหลัง	240,000,000	45
20	บจก. ไทยปากกาลูกกลิ้ง อุตสาหกรรม	ผลิตอุปกรณ์เครื่องเขียน และเครื่องใช้สำนักงาน	200,736,000	190
21	บจก. ธนวัฒน์ไบโอแก๊ส	ผลิตก๊าซชีวภาพจากน้ำ เสีย	211,400,000	8
22	บริษัท ชากังราวสตาร์ช จำกัด	ผลิตแป้งมันสำปะหลัง	200,000,000	57
23	บจก. แก่นเจริญ สาขา 1 กำแพงเพชร	ผลิตแป้งมันสำปะหลัง	195,000,000	205
24	บจก. ไทย ไจโร กรีน	ผลิตเครื่องใช้จากฟาง ข้าว/ วัสดุจากพืช	177,099,500	20
25	บจก. สิ่งทอทองไรซ์ คอร์ปอเรชั่น	การร่อน คัด คุณภาพ ข้าวสาร	168,000,000	8
26	บจก. โกลบอล วัสดุชีพ	ผลิตชิ้นไม้สับจากไม้	153,000,000	62

ตารางที่ 2.19 (ต่อ)

ที่	ชื่อกิจการ	ประกอบกิจการ	เงินลงทุน	คนงาน
27	หจก. โรงสีอินยบูรณ์สถาพร	สีข้าว	129,000,000	30
28	หจก. ไทยเสรี กรู๊ป 339	สีข้าว	125,000,000	20
29	กรมการข้าวกระทรวงเกษตร และสหกรณ์	เก็บรักษาลำเลียงเมล็ด พืช	124,408,165	9
30	บจก. ซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด	สีข้าว	123,000,000	13
31	สหกรณ์การเกษตรชาวนาวรลักษ บุรีจำกัด	ทำมันเส้น	112,739,422	6
32	เทศบาลช่องลม	ผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ	104,767,800	9

ที่มา: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2555)

อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นอุตสาหกรรมเกษตร โดยมากประกอบกิจการทำมันอัดแข็ง ทำมันเส้น ลานมัน โรงสีข้าว และโรงอบเมล็ดพืช จำนวน 262 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 41.44 รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมโลหะ จำนวน 76 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 12.18 และอุตสาหกรรมด้านอื่นๆ อีก จำนวน 56 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.98 ของจำนวนโรงงานทั้งหมด

ตารางที่ 2.20 แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม (แยกตามหมวดอุตสาหกรรม)

ที่	หมวดอุตสาหกรรม	จำนวน	เงินทุน	ชาย	หญิง	รวม	แรงม้า
1	อุตสาหกรรมเกษตร	262	6,249,606,891	1,869	640	2,509	205,409.32
2	อุตสาหกรรมโลหะ	76	297,163,000	487	198	685	7,835.96
3	อุตสาหกรรมอื่นๆ	56	7,015,828,258	1,416	260	1,676	709,654.60
4	อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องเรือน	47	89,146,000	1,232	220	1,452	3,515.69
5	อุตสาหกรรม เครื่องจักรกล	40	82,474,460	167	20	187	2,598.70
6	อุตสาหกรรมอาหาร	33	10,534,021,813	1,700	278	1,978	810,260.69
7	อุตสาหกรรมขนส่ง	32	696,314,400	264	32	296	1,887.95
8	อุตสาหกรรมเคมี	23	298,144,721	138	67	205	2,462.03

ตารางที่ 2.20 (ต่อ)

ที่	หมวดอุตสาหกรรม	จำนวน	เงินทุน	ชาย	หญิง	รวม	แรงงาน
9	อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ	18	30,412,500	114	2	116	1,285.66
10	อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	15	502,698,558	207	71	278	4,044.15
11	อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและผลิตภัณฑ์	8	97,569,800	41	3	44	4,019.16
12	อุตสาหกรรมพลาสติก	6	89,250,000	76	67	143	4,177.22
13	อุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษ	3	15,609,220	32	25	57	202.33
14	อุตสาหกรรมเครื่องตี	2	18,750,900,090	396	425	821	144,900.00
15	อุตสาหกรรมไฟฟ้า	2	10,041,200	9	8	17	52.20
16	อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	1	7,500,000	16	0	16	27.15
	รวม	624	44,766,680,911	8,164	2,316	10,480	1,902,332.81

ที่มา: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2555)

ตารางที่ 2.21 แสดงจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดกำแพงเพชร แยกตามอำเภอ ปี 2555

ที่	อำเภอ	จำนวน	เงินทุน	ชาย	หญิง	รวม	แรงงาน
1	อ.เมือง	254	11,683,903,712	3,659	631	4,290	863,892.25
2	อ.ขาณุวรลักษบุรี	102	2,214,188,393	813	433	1246	67,314.70
3	อ.คลองขลุง	79	19,909,050,572	1,153	738	1,891	221,624.40
4	อ.พรานกระต่าย	59	1,200,746,200	545	143	688	56,081.02
5	อ.คลองลาน	44	189,327,500	133	20	153	6,571.74
6	อ.โกสัมพีนคร	37	475,107,500	392	266	658	11,188.98
7	อ.ปางศิลาทอง	17	863,302,000	114	17	131	8,090.05
8	อ.ลานกระบือ	13	2,283,384,158	916	8	924	408,702.17
9	อ.บึงสามัคคี	11	5,886,875,476	391	49	440	257,900.10
10	อ.โพรงาม	7	60,365,400	38	11	49	960.4
11	อ.ทรายทองวัฒนา	1	430,000	10	0	10	7.00
	รวม	624	44,766,680,911	8,164	2,316	10,480	1,902,332.81

ที่มา: สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2555)

โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ สร้างงาน สร้างรายได้

สำหรับในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรมีผู้ผลิตที่ขึ้นทะเบียน OTOP จำนวน 337 ราย /983 ผลิตภัณฑ์ และขณะนี้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองแล้ว จำนวน 433 ผลิตภัณฑ์ โดยเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 79 ผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่ม จำนวน 13 ผลิตภัณฑ์ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 225 ผลิตภัณฑ์ ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 91 ผลิตภัณฑ์ และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 35 ผลิตภัณฑ์ (ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกำแพงเพชร ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2555)

กิจการเหมืองแร่และอุตสาหกรรมพื้นฐาน

จังหวัดกำแพงเพชร มีการประกอบกิจการเหมืองแร่ เหมืองหิน โรงแต่งแร่ และโรงโม่หินหลายแห่ง ที่สำคัญคือเหมืองหินอ่อน รองลงมาคือหินอุตสาหกรรม ทั้งที่ผลิตเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้างและอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ เหมืองหินระดับชนิดหินแกรนิต รวมทั้งมีอุตสาหกรรมพื้นฐานที่ต่อเนื่องจากแร่จำพวกโรงแต่งแร่และโรงโม่หิน ซึ่งผลิตแร่เพื่อเป็นวัตถุดิบในการก่อสร้าง เซรามิก แก้ว กระจก ปุ๋ยอินทรีย์ อุตสาหกรรมสี อุตสาหกรรมยาง อุตสาหกรรมกระดาษ และอาหารสัตว์

1. กิจการเหมืองแร่

การทำเหมืองแร่ ปัจจุบันจังหวัดกำแพงเพชร มีการประกอบกิจการเหมืองแร่จำนวน 6 เหมือง โดยสามารถแยกตามชนิดแร่ได้ ดังนี้ 1) เหมืองแร่หินระดับชนิดหินแกรนิต จำนวน 2 เหมือง ในกลุ่มหมู่เหมืองบ้านปากอ่าง ตำบลอ่างทอง อำเภอเมืองกำแพงเพชร และกลุ่มหมู่เหมืองบ้านท่าไม้ อำเภอพรานกระต่าย ซึ่งในภาวะปัจจุบันมีกำลังการผลิตน้อยมากเนื่องจากการนำหินระดับชนิดหินแกรนิตก้อน (Block) จากต่างประเทศเข้ามาทำการตัดแปรรูปเป็นหินแผ่นซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า และมีปริมาณการผลิตหินแกรนิตก้อน (Block) ในรอบครึ่งปีแรก (1/2554) จำนวน 322 ลูกบาศก์เมตร 2) เหมืองแร่หินอุตสาหกรรม จำนวน 4 เหมือง กระจายตัวอยู่ในท้องที่อำเภอพรานกระต่าย ในกลุ่มเหมืองเขาหนองแห่น และกลุ่มเหมืองเขาจันทน์-เขาพระ ดังนี้ (1) แร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินปูน (เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง) จำนวน 3 เหมือง (เปิดการทำเหมือง) (2) แร่หินอุตสาหกรรมชนิดหินปูนและหินแกรนิต (เพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง) จำนวน 1 เหมือง (ขอเปิดการทำเหมือง) ปริมาณหินอุตสาหกรรมที่ผลิตได้สำหรับปี 2554 จำนวน 523,478 เมตริกตัน

การสำรวจแร่ มีผู้ประกอบการยื่นขออาชญาบัตรผูกขาดสำรวจแร่ เพื่อขอสิทธิสำรวจแร่ในท้องที่จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 22 แปลง เนื้อที่ประมาณ 23,579 ไร่ ดังนี้ 1) แร่เหล็ก จำนวน 17 แปลง เนื้อที่ 19,389 ไร่ ในท้องที่อำเภอพรานกระต่าย และอำเภอคลองลาน 2) แร่ทองแดง จำนวน 2 แปลง เนื้อที่ 1,690 ไร่ ในท้องที่อำเภอพรานกระต่าย 3) แร่ฟลูออไรต์ จำนวน 2 แปลง เนื้อที่ 2,500 ไร่ ในท้องที่อำเภออำเภอคลองลาน

การประกอบธุรกิจแร่ มีธุรกิจการซื้อขายแร่และการครอบครองแร่จำนวน 2 รายของบริษัท หินแสงวัฒนาฤกษ์ (กำแพงเพชร) จำกัด ซึ่งเป็นการซื้อขายแร่และการครอบครองแร่ฟอสเฟตเพื่อธุรกิจ และการครอบครองแร่เพื่อธุรกิจของบริษัท ยูโร-ไทย เซรามิค จำกัด ซึ่งเป็นแร่ควอร์ตที่ได้จากการแต่งแร่เฟลด์สปาร์ และจำหน่ายเป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมแก้วและกระจก

2. อุตสาหกรรมพื้นฐาน

เป็นอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องจากการทำเหมืองแร่ และเป็นการพัฒนาแร่เพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มทั้งทางด้านคุณภาพ ปริมาณ และคุณค่าด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้ 1) โรงแต่งแร่จังหวัดกำแพงเพชรมีโรงแต่งแร่จำนวน 2 โรง กระจายตัวไปในท้องที่ต่าง ๆ ตามแหล่งวัตถุดิบและตลาดการค้าแร่ ดังนี้ (1) โรงแต่งแร่เฟลด์สปาร์ จำนวน 1 โรง ในท้องที่อำเภอโกสัมพีนี ทำการแต่งแร่เฟลด์สปาร์และควอร์ตซ์ เพื่อผลิตแร่เป็นวัตถุดิบสำหรับกลุ่มโรงงานเซรามิค กระจกและแก้ว ซึ่งเป็นโรงแต่งแร่ที่ใช้กรรมวิธีการแต่งขั้นสูงด้วยวิธีการลอยแร่ (Flotation Processing) และปัจจุบันไม่มีการผลิต เนื่องจากผู้ประกอบการประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ (2) โรงแต่งแร่ฟอสเฟต จำนวน 1 โรง ในท้องที่อำเภอพรานกระต่าย ทำการแต่งแร่ฟอสเฟตและแร่ในกลุ่มแคลเซียมคาร์บอเนต หินหนองบัว ผลิตแร่เป็นวัตถุดิบสำหรับอาหารสัตว์ ปุ๋ย แก้วและกระจก อุตสาหกรรมสี อุตสาหกรรมยาง และอุตสาหกรรมกระดาษ ซึ่งเป็นโรงแต่งแร่ที่ใช้กรรมวิธีการแต่งด้วยวิธีการย่อย บด และคัดขนาด และมีปริมาณการผลิตแร่ และ 2) โรงไม่หิน จังหวัดกำแพงเพชร มีโรงไม่ บด ย่อยหิน จำนวน 7 โรง เปิดดำเนินการจำนวน 7 โรง กระจายอยู่ทั่วไปในท้องที่อำเภอพรานกระต่ายซึ่งใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งผลิตหินเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง ทั้งการก่อสร้างถนน หินผสมคอนกรีต และหินขัดพื้นชนิดหินเกล็ดขนาดต่างๆ

การเกษตรและชลประทาน

จังหวัดกำแพงเพชร มีพื้นที่ประมาณ 5,379,687.5 ไร่ เป็นพื้นที่ทำการเกษตรประมาณ 3.2 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 62 ของจังหวัด มีครัวเรือนเกษตรกร ทั้งหมด 91,074 ครัวเรือน แบ่งเป็นพื้นที่ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.22 แสดงพื้นที่ทำการเกษตร

พื้นที่	จำนวน (ไร่)
พื้นที่นา	1,656,474
พื้นที่ไร่	1,422,988
พื้นที่สวน/ไม้ยืนต้น	115,619
พืชผัก	9,431
อื่นๆ	2,052

จังหวัดกำแพงเพชร มีพื้นที่ในเขตชลประทานประมาณ 877,971 ไร่ โครงการชลประทาน 11 อ่างเก็บน้ำ/ฝายทดน้ำ/ประตูระบายน้ำ พื้นที่โครงการครอบคลุม จังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์

ด้านการปศุสัตว์

จังหวัดกำแพงเพชร มีการทำปศุสัตว์ ประกอบด้วย

ตารางที่ 2.23 แสดงการทำปศุสัตว์

ชนิด	จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)
โคเนื้อ	22,707	1,235
กระบือ	4,213	345
สุกร	190,733	2,959
แพะ	1,242	22
แกะ	23	4
ไก่	2,591,652	28,381
เป็ด	743,066	3,631
อื่นๆ	9,977	1,415

โคเนื้อ (โคพื้นเมือง, โคพันธุ์ และโคลูกผสม, โคขุน) สุกร (สุกรพื้นเมือง, สุกรพันธุ์, สุกรขุน) แพะ (แพะเนื้อ, แพะนม) ไก่ (ไก่พื้นเมือง, ไก่เนื้อ, ไก่ไข่, ไก่เนื้อพันธุ์, ไก่ไข่พันธุ์) เป็ด (เป็ดเทศ, เป็ดเนื้อ, เป็ดไข่, เป็ดเนื้อไล่ทุ่ง, เป็ดไข่ไล่ทุ่ง)

จำนวนฟาร์มไก่เนื้อ 92 ฟาร์ม จำนวนฟาร์มไก่ไข่ 16 ฟาร์ม จำนวนฟาร์มไก่พันธุ์ 2 ฟาร์ม จำนวนฟาร์มสุกร 50 ฟาร์ม ร้านจำหน่ายเนื้อสัตว์สะอาด 32 ร้าน ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์ 138 ร้าน โรงฆ่าสัตว์ที่มี ฆจส. 2 มี 6 แห่ง

ตารางที่ 2.24 แสดงจำนวนกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ในจังหวัดกำแพงเพชร

กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์	จำนวนกลุ่ม
กลุ่มผู้เลี้ยงโค	27
กลุ่มผู้เลี้ยงไก่	419
กลุ่มผู้เลี้ยงกระบือ	3
กลุ่มผู้เลี้ยงสุกร	63
กลุ่มผู้เลี้ยงเป็ด	11
รวม	523

ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวกำแพงเพชร สังกัดกรมการข้าว มีภารกิจหลักในการผลิตและกระจายเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี ชั้นพันธุ์ขยาย ชั้นพันธุ์จำหน่าย แก่เกษตรกรทั่วไป เอกชน และจัดส่งตามโครงการต่างๆ เป้าหมายการผลิตปี 2555 จำนวน 5,500 ตัน ผลการดำเนินงาน ผลิตได้ 5,045 ตัน พื้นที่ดำเนินการผลิตโดยกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ ในเขตอำเภอลานกระบือ จำนวน 2 กลุ่ม เขตอำเภอพวานกระบือ จำนวน 2 กลุ่ม และเขตอำเภอปางศิลาทอง จำนวน 1 กลุ่ม

นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินงานตามโครงการอื่นๆ ของกรมการข้าว ได้แก่ โครงการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพศูนย์ข้าวชุมชน จำนวน 7 ศูนย์ เป้าหมายการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี ศูนย์ละ 50 ตัน โครงการพัฒนาและส่งเสริมระบบการตรวจสอบและรับรองคุณภาพข้าวให้ได้มาตรฐาน GAP บพัฒนาจังหวัด เป้าหมาย จำนวน 400 แปลง และได้ตรวจประเมินคงอายุการรับรอง จำนวน 404 แปลง

โครงการในพระราชดำริ 1) โครงการพัฒนาการเกษตรที่สูง (ป่าคา) เพื่อปรับพื้นที่เป็นขั้นบันได คัดเลือกพันธุ์ข้าวที่เหมาะสม และจัดตั้งธนาคารข้าว 2) โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน เพื่อส่งเสริมการปลูกข้าวเพื่อบริโภคและพัฒนาเกษตรกร 3) โครงการสายใยรัก 4) คลินิกเกษตรเคลื่อนที่

โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตร เป็นโครงการร่วมบูรณาการของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่

ด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.25 แสดงแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว	
นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
1. อุทยานแห่งชาติคลองลาน	1. อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร
2. อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร	2. อุทยานแห่งชาติคลองลาน
3. บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง	3. บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง
4. อุทยานแห่งชาติแม่วงก์	4. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกำแพงเพชร
5. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกำแพงเพชร	5. อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า
6. อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า	6. อุทยานแห่งชาติแม่วงก์
7. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง	7. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง

ตารางที่ 2.26 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2555

จำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – 2555						
พ.ศ. รายการ	2555	2554	2553	2552	2551	2550
นัก ท่องเที่ยว	469,556	444,973	398,327	565,150	443,564	361,080
รายได้ (ล้านบาท)	10,106,012	10,043,816	10,372,538	9,009,705	7,362,809	7,589,409.50

หมายเหตุ ข้อมูลตามปีงบประมาณ (ตุลาคม – กันยายนของทุกปี)

ข้อมูลจำนวนรายได้และนักท่องเที่ยวแต่ละเดือนแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นผู้รายงานให้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร และสำนักงานฯ จะเป็นผู้รวบรวมข้อมูลส่งให้กับสำนักงานคลังจังหวัดกำแพงเพชรและสำนักงานสถิติจังหวัดกำแพงเพชรเป็นประจำทุกเดือน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า จังหวัดกำแพงเพชร มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าในปีที่ผ่านมาจะมีเหตุการณ์ทางการเมืองหรือภัยธรรมชาติก็ไม่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรมากนัก

แหล่งท่องเที่ยวหลัก 7 แหล่งของจังหวัดกำแพงเพชร

1. อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มีพื้นที่ในเขตเมือง 503 ไร่และเขตอรัญญิกเนื้อที่ 1,611 ไร่ โบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร เป็นสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น ทั้งในด้านการใช้ศิลปะและประติมากรรมในการก่อสร้าง รูปแบบทางศิลปกรรมเป็นของแท้ดั้งเดิมที่แสดงถึงฝีมือและความเชื่อของบรรพชนในอดีต ตลอดจนโบราณสถานรวมกลุ่มหนาแน่นในบริเวณป่าธรรมชาติ ซึ่งยังคงบรรยากาศพุทธสถาน เขตอรัญญิวาสีดังเช่นในอดีต ตลอดจนโบราณสถานรวมกลุ่มหนาแน่น ในบริเวณป่าธรรมชาติ ซึ่งยังคงบรรยากาศพุทธสถานเขตอรัญญิวาสีดังเช่นในอดีต จนได้รับการประกาศจากองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534 ให้เป็น “มรดกโลก” ร่วมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย

2. อุทยานแห่งชาติคลองลาน เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของจังหวัดกำแพงเพชร ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลคลองลานพัฒนา ตำบลคลองน้ำไหล ตำบลสังขาม และตำบลโป่งน้ำร้อน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 187,500 ไร่ หรือประมาณ 300 ตารางกิโลเมตร ได้รับการประกาศจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ ในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 99 ตอนที่ 191 ลงวันที่ 25 ธันวาคม 2525 นับเป็นอุทยานแห่งชาติที่ 44 ของประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง 1) เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศให้คงอยู่ในสภาพเดิม อย่างยั่งยืน 2) เพื่อเป็นสถานศึกษา

ค้นคว้า วิจัยทางธรรมชาติ 3) เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว พักผ่อน และนันทนาการ โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ น้ำตกคลองลาน น้ำตกคลองน้ำไหล และแก่งเกาะร้อย เป็นต้น

3. บ่อร้อนพระร่วง ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 3 ตำบลลานดอกไม้ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร โดยสามารถเดินทางไปได้ 2 เส้นทาง เส้นทางแรก ถนนสายกำแพงเพชร - สุโขทัย (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101) ห่างจากตัวเมืองกำแพงเพชร ระยะทางประมาณ 18 กิโลเมตร (ช่วงระยะกม. ที่ 375-376) และแยกซ้ายมือไปอีกประมาณ 7 กิโลเมตร อีกเส้นทางหนึ่งคือถนนสายบ้านหนองปลิงบ้านท่าไม้แดง โดยทางแยกเข้าบ่อน้ำพุห่างจาก ตัวเมืองกำแพงเพชร ระยะทางประมาณ 21 กิโลเมตร และแยกขวามือไปอีก 5 กิโลเมตร มีพื้นที่โดยประมาณ 15 ไร่เศษ ลักษณะทั่วไปเป็นน้ำพุร้อนผุดขึ้นมาจากใต้ดินจำนวน 5 จุดมีความร้อนประมาณ 40-65 องศาเซลเซียส เป็นที่โจษขานว่าสามารถนำกลับไปเพื่อเป็นสิริมงคล จากการตรวจสอบของกระทรวงสาธารณสุขปรากฏว่า ไม่มีสารปนเปื้อนและเชื้อโรคอันตราย เกินมาตรฐานแต่อย่างใด

4. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร ตั้งอยู่บนถนนปิ่นดำริห์ เป็นที่แสดงโบราณวัตถุและศิลปวัตถุสมัยต่างๆ อาทิเช่น ศิลปะทวารวดี ศิลปะลพบุรีและศิลปะรัตนโกสินทร์ เป็นสถานที่เก็บรวบรวม สงวนรักษา และจัดแสดงโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่ได้จากการสำรวจ ขุดค้นแหล่งโบราณคดี และการขุดแต่งบูรณะโบราณสถานภายในเขตจังหวัดกำแพงเพชร เพื่ออนุรักษ์เผยแพร่ความรู้เรื่องพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของจังหวัด ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งผลงานศิลปกรรมอันโดดเด่นในอดีตเป็นหลัก

5. อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า อยู่ในเขตกิ่งอำเภอโกสัมพีนคร ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2553 มีเนื้อที่ประมาณ 466,875 ไร่ มีอาณาเขตรอบคลุมพื้นที่ป่าประดาง ป่าวังเจ้า ต.เชียงทอง อ.วังเจ้า จ.ตาก และป่าคลองวังเจ้า ป่าคลองสวนหมาก ต. โกสัมพีนคร อ. โกสัมพีนคร และ ต.โป่งน้ำร้อน อ.คลองลาน อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้ามีทิวเขาถนนธงชัยทอดยาวไปตามแนวเหนือ - ใต้ ระดับความสูงตั้งแต่ 300 เมตรขึ้นไป ยอดเขาที่สูงที่สุดทางตะวันตก เรียกว่า “ยอดเขาเย็น” มีความสูงถึง 1,898 เมตร จากระดับน้ำทะเล เป็นผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์มีไม้สักที่ขึ้นเองตามธรรมชาติอย่างหนาแน่น มีน้ำตกที่สวยงามน่าท่องเที่ยวหลายแห่ง นอกจากนั้นใกล้ ๆ อุทยานฯ ยังมีหมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง ซึ่งยังมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเดิมสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ น้ำตกคลองวังเจ้า น้ำตกคลองสมอกกล้วย น้ำตกเต่าดำ น้ำตกคลองโป่ง น้ำตกกระแตไต่ไม้ น้ำตกนาฬิกาทราย น้ำตกเขาเย็นและจุดชมทิวทัศน์ผาตั้ง เป็นต้น

6. อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ ได้จัดตั้งเป็นพื้นที่คุ้มครองภายใต้พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 โดยประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2530 มีพื้นที่ 894 ตารางกิโลเมตร จัดเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 54 ของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่สองจังหวัด คือ จ.กำแพงเพชร และ จ.นครสวรรค์ ส่วนที่อยู่ใน จ.นครสวรรค์ เรียกว่า ป่าแม่วงก์ - แม่เป็น ส่วนที่อยู่ใน จ. กำแพงเพชร เรียกว่า ป่าแม่วงก์ - ป่าคลองขลุง มีเนื้อที่ประมาณ 558,750 ไร่ อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร 279,050 ไร่ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้แก่ น้ำตกแม่กระสา น้ำตกแม่วิวา น้ำตกแม่กิ๊ แก่งผาคอยนาง จุดชมทิวทัศน์ กม. 57-115 ช่องเย็น และยอดเขาโมโกจู เป็นต้น

7. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง เมื่อปี พ.ศ. 2527 นายเชาวนวัช สุตลาภา ผู้ว่าราชการจังหวัดกำแพงเพชร ได้ดำเนินการพัฒนาให้ป่าสนเขาสนามเพรียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด เนื่องจากเห็นว่ายังมีสภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์จำเป็นต้องรักษาไว้จึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานราชการ พ่อค้าและประชาชนชาวจังหวัดกำแพงเพชร ทำเส้นทางขึ้นยอดเขาสน และเปิดให้ประชาชนได้ขึ้นไปชื่นชมทัศนียภาพและความสวยงาม ต่อมากรมป่าไม้ได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่จึงได้ประกาศจัดตั้งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าขึ้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2528 โดยมีชื่อว่า เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง อยู่ในเขต ต. โกสัมพี ต. ลานดอกไม้ตัก กิ่ง อ. โกสัมพีนคร และ ต.นาบ่อคำ ต.ทรงธรรม ต.นครชุม อ.เมืองฯ มีเนื้อที่ประมาณ 63,125 ไร่ เป็นทิวเขาที่เชื่อมต่อกับเขาคันนาและเขากิ่งยาง มีความสูงโดยเฉลี่ยประมาณ 400-700 เมตร จากระดับน้ำทะเล จุดสูงสุดประมาณ 867 เมตร มีลักษณะเป็นป่าไม้เมืองหนาว ป่าสน ป่าเฟิร์น อาณาเขตติดต่อป่าสงวนแห่งชาติคลองวังเจ้า-คลองสวนหมาก และที่ทำการราษฎร แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ ยอดเขาสน น้ำตกวังชมพู

ด้านสังคม

การศึกษา

ตารางที่ 2.27 แสดงส่วนราชการ/สถานศึกษา ครู-อาจารย์ นักเรียน นิสิต นักศึกษา

ส่วนราชการ/สถานศึกษา	รายละเอียดที่เกี่ยวข้อง					
	สถานศึกษา (แห่ง)		ครู-อาจารย์ (คน)		นักเรียน นิสิต นักศึกษา (คน)	
	รัฐ	เอกชน	รัฐ	เอกชน	รัฐ	เอกชน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา ประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1	206	21	2,214	372	34,233	9,883
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษา กำแพงเพชร เขต 2	192	14	1,185	271	27,266	12,863
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ ศึกษามัธยมศึกษา เขต 41	32	-	1,451	-	29,444	-
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ การอาชีวศึกษา	4	1	270	35	4,608	703
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ การอุดมศึกษา	1	-	316	-	7,795	-
สถานศึกษาสังกัดสำนักงานส่งเสริม การศึกษาดำเนินการจังหวัด	11	-	182	-	245,911	-
รวม	446	37	5,544	659	351,307	23,315

การสาธารณสุข ปัจจุบันจังหวัดกำแพงเพชรมีการขยายการให้บริการด้านสาธารณสุขครอบคลุมทุกพื้นที่หมู่บ้าน ตำบลทั่วทั้งจังหวัด กล่าวคือ ในระดับอำเภอมีโรงพยาบาลชุมชนทุกแห่งยกเว้นอำเภอโกสัมพีนคร กำลังดำเนินการก่อสร้าง มีจำนวนเตียงพยาบาลรวมทั้งโรงพยาบาลของรัฐและเอกชนประมาณ 869 เตียง สำหรับในระดับตำบลมีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลให้บริการด้านสาธารณสุขทั้ง 4 มิติ ได้แก่ งานรักษาพยาบาล งานส่งเสริมสุขภาพ งานป้องกันโรคและงานฟื้นฟูสุขภาพ ครบทุกตำบล

ในปีงบประมาณ 2555 หากเปรียบเทียบอัตราส่วนบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขต่อประชากรพบว่า แพทย์มีสัดส่วน 1 ต่อ 8,170 คน ทันตแพทย์ 1 ต่อ 20,774 คน เภสัชกร 1 ต่อ 14,542 คน พยาบาล 1 ต่อ 1,103 คน

ตารางที่ 2.28 แสดงอัตราส่วนบุคลากรสาธารณสุขทุกสังกัดต่อประชากร

ประเภทบุคลากร	จำนวน	อัตราส่วนต่อประชากร		
		กำแพงเพชร (13 มี.ค. 55)	เขต 18 (GIS- 13 มี.ค. 55)	ประเทศ (GIS - 13 มี.ค. 55)
แพทย์	89	1 : 8,170	1 : 4,787	1 : 5,311
ทันตแพทย์	35	1 : 20,774	1 : 15,608	1 : 17,244
เภสัชกร	50	1 : 14,542	1 : 10,263	1 : 12,121
พยาบาลวิชาชีพ	659	1 : 1,103	1 : 841	1 : 952

ข้อมูลประชากรเดือน 31 พฤษภาคม 2555 จำนวน 724,958 คน

อัตราส่วนบุคลากรสาธารณสุขของแพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร และพยาบาลวิชาชีพ มีอัตราส่วนที่เกินเกณฑ์ของเขต และระดับประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาการให้บริการไม่ครอบคลุมประชากร และเป็นภาระหนักแก่บุคลากร

วัฒนธรรม จำแนกเป็น 1) อุทยานประวัติศาสตร์ 1 แห่ง 2) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ 1 แห่ง 3) พิพิธภัณฑสถานจังหวัดกำแพงเพชร 1 แห่ง 4) พิพิธภัณฑที่ท้องถิ่น 15 แห่ง 5) ศูนย์ส่งเสริมวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน 12 แห่ง 6) ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัด 1 แห่ง 7) สภาวัฒนธรรมจังหวัด 1 แห่ง 8) สภาวัฒนธรรมอำเภอ 11 แห่ง 9) สภาวัฒนธรรมตำบล 74 แห่ง 12) โบราณสถาน 112 แห่ง

ประเพณี จังหวัดกำแพงเพชรมีประเพณีที่สำคัญๆ ดังนี้

1. ประเพณีนบพระ-เล่นเพลง ตั้งแต่สมัยโบราณ บริเวณซึ่งเป็นที่ตั้งของจังหวัดกำแพงเพชรเป็นที่ตั้งของเมืองต่างๆ หลายเมือง เช่น เมืองนครชุม เมืองชากังราว เมืองคณฑี เมืองไตรตรึงษ์ เมืองเทพนคร และเมืองพาน ต่อมาในภายหลังเมืองต่างๆ ได้ล่มสลายไปตามความเปลี่ยนแปลงของระบบการปกครอง และกาลเวลาจนกระทั่งเหลือแต่เมืองชากังราว และกลายเป็นจังหวัด

กำแพงเพชรในปัจจุบัน ในสมัยแผ่นดินพระเจ้าลิไทหรือพระเจ้าทรงธรรมแห่งกรุงสุโขทัย เป็นสมัยที่ศาสนาพุทธรุ่งเรืองมากมีการประกาศเผยแพร่พระพุทธศาสนาไปทั่วทุกหัวระแหง จากศิลาจารึกนครชุมที่พบในจังหวัดกำแพงเพชร ทำให้ทราบว่าได้มีการอันเชิญพระบรมสารีริกธาตุจากประเทศศรีลังกา มาบรรจุไว้ในองค์เจดีย์ที่วัดพระบรมธาตุเจดีย์าราม ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พร้อมทั้งได้นำต้นพระศรีมหาโพธิ์มาปลูกไว้ที่ด้านหลังองค์เจดีย์ด้วย ซึ่งปรากฏให้เห็นตราบเท่าทุกวันนี้ เป็นประเพณีของชาวไทยสมัยโบราณ เมื่อถึงวันเพ็ญเดือนสามหรือวันมาฆบูชา เจ้าฟ้า เจ้าแผ่นดินก็จะนำผู้ครองนคร เจ้าเมืองน้อยใหญ่ พร้อมทั้งเหล่าไพร่ฟ้าข้าราชบริพารและประชาชน จัดตกแต่งขบวนเป็นพยุชาติราพากันไปนมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ณ วัดพระบรมธาตุ เป็นประจำ เรียกสั้นๆ ว่าพากันไป “นบพระ” และเนื่องจากการเดินทางติดต่อคมนาคมในสมัยก่อนเป็นไปด้วยความยากลำบาก ต้องเดินทางด้วยเท้า พาหนะก็มีแต่ช้าง ม้า วัว ควาย และเกวียนเท่านั้น กว่าที่จะเดินทางไปถึง และนมัสการพระบรมธาตุเสร็จเรียบร้อยแล้วก็มืดค่ำ จึงจำเป็นต้องค้างพักแรมกันในบริเวณวัดต่อจนรุ่งเช้าของอีกวันหนึ่งจะได้กลับ เป็นธรรมดาของชาวไทยทั่วไป ซึ่งมีการมณฑลปิ่นประจำใจ เมื่อมาอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาจากต่างท้องถิ่นกันด้วย จึงจัดการแสดงการเล่นต่างๆ ประกวดประชันแข่งขันกันตามขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละหมู่บ้านเรียกกันว่า “เล่นเพลง”

2. ประเพณีสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นจังหวัดที่นิยมปลูกกล้วยไข่กันมาก จนกลายเป็นพืชผลเศรษฐกิจทำรายได้เข้าจังหวัดปีหนึ่งๆ ประมาณ 100 ล้านบาท ทำให้ “กล้วยไข่” กลายเป็นพืชมีราคาขึ้นมาทันที และทำให้กำแพงเพชรเป็นเมืองที่มีฉายาว่า “เมืองกล้วยไข่” โด่งดังไปทั่ว วิธีการส่งเสริมทางด้านการตลาดกล้วยไข่ที่หน่วยราชการและผู้ประกอบการทำสวนกล้วยไข่ช่วยกันจนประสบความสำเร็จมากทางหนึ่ง นั่นคือการจัดกิจกรรมของงานให้เกี่ยวข้องกับกล้วยไข่ โดยยึดแนวคิดนิยมทางพื้นฐานพระพุทธศาสนาที่ชาวพุทธนิยมทำบุญเดือน 10 หรือ “สารทไทย” สำหรับชาวกำแพงเพชรที่พื้นฟูประเพณีโบราณให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการขายกล้วยไข่ของตนในฤดูกาลนี้ ก็เพราะกล้วยไข่มีผลผลิตออกซุกในช่วงเดือนกันยายนี่พอดี และของหวานที่นิยมทำกันในงานสารทไทยนี้ก็คือ “กระยาสารท” รสชาติค่อนข้างหวานจัด จึงต้องรับประทานกับกล้วยไข่เป็น “เครื่องเคียง” ที่สำคัญมาก “งานประเพณีสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง” จึงเกิดขึ้นอย่างง่าย ๆ เป็นครั้งแรก เมื่อปี 2524 ในงานประเพณีสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง นอกจากจะมีกิจกรรมหลากหลาย เช่น การประกวดรถที่ตกแต่งจากต้นและเครือกล้วยไข่ การแข่งขันการกว่นกระยาสารท การประกวดกล้วยไข่ดิบ – สุก การประกวดธิดากล้วยไข่ เป็นต้น ยังมีกิจกรรมที่สำคัญอีกอย่าง คือ การทอดผ้าป่าแถว ที่แต่เดิมเกิดขึ้นที่วัดบาง ตำบลในเมือง โดยจะจัดพิธีทอดผ้าป่าแถวในวันลอยกระทง ซึ่งตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำของทุกปี แต่ภายหลังได้มีการนำพิธีทอดผ้าป่าแถวมาเป็นกิจกรรมหนึ่งในงานประเพณีสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง เริ่มจัดครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2526 ซึ่งตรงกับวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี เป็นการจำลองพิธีทอดผ้าป่าแถวที่มีแห่งเดียวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการอนุรักษ์ สืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดั้งเดิม และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร อีกทางหนึ่ง

3. เทศกาลกินกล้วยเตี๋ยว เที๋ยวเมืองกำแพงเพชร งานมหกรรมอาหารพื้นบ้าน “เทศกาลกินกล้วยเตี๋ยวเที๋ยวเมืองกำแพงเพชร” กล้วยเตี๋ยวเป็นอาหารจานด่วนยอดนิยมของคนกำแพงเพชร ที่มี

ความอร่อยหลากหลายประเภท เช่น บะหมี่ซีกังราว ก๋วยเตี๋ยวไทยโบราณ ก๋วยเตี๋ยวไก่ ผัดไทย และผัดซีอิ้วจังหวัดกำแพงเพชรจึงได้จัดงานดังกล่าวขึ้นเป็นประจำทุกปีราวต้นเดือนธันวาคม มีการออกร้านก๋วยเตี๋ยวและร้านอาหารพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกรับประทานได้ตามใจชอบท่ามกลางบรรยากาศอันร่มรื่น และทัศนียภาพอันงดงามของบริเวณริมฝั่งแม่น้ำปิง

4. แข่งเรือยาวประเพณีลำนํ้าปิงกำแพงเพชร ในจังหวัดกำแพงเพชร มีแม่น้ำเป็นสายเลี้ยวไหลผ่านล่อเลี้ยงชาวกำแพงเพชร ชั่วกับชั่วกัลป์ประชาชนตลอดฝั่งแม่น้ำได้อาศัยลำนํ้าปิงเป็นแหล่งประกอบอาชีพและเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญในอดีต และจุดเด่นของลำนํ้าปิงที่ไหลผ่านในจังหวัดกำแพงเพชรได้ชื่อว่าสวยงามที่สุด เนื่องจากมีน้ำใสสะอาดหาดทรายขาวและมีความกว้างทัศนียภาพงดงามกระแสน้ำไม่เชี่ยว เนื่องจากมีฝายน้ำล้นท่ทองแดงและฝายน้ำล้นวังบัวเป็นตัวหยุดกระแสน้ำให้สงบ จากความงดงามและศักยภาพของสายน้ำดังกล่าว องค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร จึงได้ฟื้นฟูประเพณีแข่งขันเรือยาวในแม่น้ำปิงซึ่งถ้ายุทธราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่บริเวณท่าหน้าลานอนุรักษวัฒนธรรมไทย

2.6.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร (พ.ศ. 2557–2560)

การกำหนดตำแหน่งการพัฒนา (Positioning) ของจังหวัดกำแพงเพชร

จังหวัดกำแพงเพชรได้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ร่วมกับทีมบูรณาการกลางกลาง (สำนักงาน ก.พ.ร. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานประมาณ และกระทรวงมหาดไทย) เพื่อกำหนดตำแหน่งการพัฒนาจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศ (Country Strategy) ยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ปี 2558 สรุปได้ ดังนี้

1. ตำแหน่งการพัฒนา (Positioning) ของจังหวัด

“เมืองการเกษตรอุตสาหกรรมแปรรูป ท่องเที่ยวมรดกโลกและธรรมชาติ”

1) ศักยภาพภาคการเกษตร ได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง โดยมีมูลค่า GDP ภาคเกษตร ร้อยละ 20 และ GDP ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 52 (ในจำนวนนี้เป็นอุตสาหกรรมเกษตร ร้อยละ 50) โดยมีมันสำปะหลัง มีปริมาณการผลิตสูง ปริมาณ 3 ล้านตัน เป็นอันดับ 2 ของประเทศ มีลานมัน 140 แห่ง และเป็นแหล่งรับซื้อผลผลิตจากทุกจังหวัดในภาคเหนือ มันสำปะหลังมีโอกาสต่อยอดการแปรรูป สร้างผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์งานทดแทน

2) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว มีมูลค่า GDP ภาคบริการ ร้อยละ 11.70 โดยอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก ที่เชื่อมโยง 3 อุทยานมรดกโลก (อยุธยา- สุโขทัย-กำแพงเพชร) โดยจังหวัดกำแพงเพชรมีจุดเด่นด้านสถาปัตยกรรมพระพุทธรูป สกุลช่างกำแพงเพชรที่สามารถสร้างเป็นจุดขาย) และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเชื่อมโยงผืนป่าตะวันตก อุทยานี่ - นครสวรรค์ - กำแพงเพชร - ตาก (ห้วยขาแข้ง - คลองลาน - แม่วัง - คลองวังเจ้า - อุ่มผาง) มีโอกาสพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวผจญภัย

2. การสร้างฐานรายได้

ตารางที่ 2.29 ตารางแสดงการสร้างฐานรายได้

รักษาฐานรายได้เดิม	สร้างฐานรายได้ใหม่
- มูลค่าเพิ่มของการผลิต สินค้า เกษตร ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง - มูลค่าการท่องเที่ยว	อ้อย มันสำปะหลัง ที่เชื่อมโยง ไปสู่ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และการ ผลิตพลังงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

3. แนวทางการพัฒนาตามการพัฒนา (Positioning) ของจังหวัด

ตารางที่ 2.30 แสดงแนวทางการพัฒนาตามการพัฒนา (Positioning) ของจังหวัด

สร้างฐานรายได้ใหม่	แนวทาง
1. อ้อย มันสำปะหลัง ที่เชื่อมโยงไปสู่การสร้าง ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และการผลิตพลังงานเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่ม	การพัฒนา ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ 1. การส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิต การแปรรูป และการตลาด 2. การพัฒนาโครงสร้าง ปัจจัยพื้นฐาน ระบบ น้ำชลประทาน และการลดต้นทุน Logistic พัฒนาเส้นทางคมนาคม
2. การเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว มรดกโลกและ ธรรมชาติ	1. เชื่อมโยงการพัฒนากับอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย และศรีสัชนาลัย 2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (ถนน) เข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดกำแพงเพชรได้นำทิศทางการพัฒนาประเทศ แผนบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายรัฐบาล แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ยุทธศาสตร์การพัฒนากภาค แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด (จังหวัดกำแพงเพชร พิษณุโลก นครสวรรค์ และอุทัยธานี) ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของจังหวัด และดำเนินการวิเคราะห์ทบทวนสรุปสถานะแวดล้อมของจังหวัด (SWOT Analysis) โดยมีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากส่วนราชการและภาคส่วนการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผลการวิเคราะห์ตำแหน่งการพัฒนาจังหวัด (Positioning) ตามยุทธศาสตร์ประเทศ (Country Strategy) ยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ปี 2558 แล้ว และเห็นว่ายังไม่มีสถานการณ์ หรือสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะมีผลกระทบต่อทิศทางการพัฒนาจังหวัดแต่อย่างใด จึงยังคงยืนยันแนวทางการพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร ในห้วงระยะปี พ.ศ. 2557 – 2560 ตามวิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าประสงค์/ประเด็นยุทธศาสตร์เดิม ดังนี้

วิสัยทัศน์

“ผู้นำการผลิตเกษตรปลอดภัย และการท่องเที่ยวถิ่นมรดกโลก”

พันธกิจ

1. ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตเกษตรปลอดภัยแบบครบวงจร
2. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสู่สากล

ค่านิยมร่วม

1. บริการด้วยใจ (Service Mind) สะดวก รวดเร็ว และเป็นธรรม มีจิตวิญญาณของ
ผู้ให้บริการ เสียสละเพื่อส่วนรวม มีมนุษยสัมพันธ์ 2. ทำงานเป็นทีม (Teamwork) บูรณาการทำงาน
ร่วมกัน ประสานสัมพันธ์ ช่วยเหลือเกื้อกูลและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน เคารพในหลักประชาธิปไตย มี
เป้าหมายในการทำงานร่วมกัน 3. มุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน (Result-Oriented) ใช้ทรัพยากรของทาง
ราชการอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด มุ่งเน้นคุณภาพ และทำงานให้แล้วเสร็จตามเป้าหมาย
ประเมินกระบวนการทำงานและผลสำเร็จของงาน นำผลการประเมินมาปรับปรุงพัฒนางาน

ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity)

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ สังคม กฎหมาย 2. ตรงต่อเวลา มีวินัย และความรับผิดชอบ
3. มีจริยธรรมในบทบาทหน้าที่ของข้าราชการ 4. โปร่งใส เป็นธรรมและตรวจสอบได้ 5. กล้าตัดสินใจ
และยืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง

มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

1. กล้าคิด และกล้านำเสนอ 2. มีวิสัยทัศน์/คิดนอกกรอบ 3. ใฝ่เรียนรู้ 4. ยอมรับ
ความเปลี่ยนแปลง 5. มีจินตนาการ

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. ส่งเสริมและพัฒนาการผลิต การแปรรูป และการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย
2. ส่งเสริม พัฒนา และบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสู่สากล 3. พัฒนาโครงสร้างและ
ปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการเกษตรและการท่องเที่ยว

เป้าประสงค์หลัก

1. ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพการผลิต การแปรรูป และการตลาด
สินค้าเกษตรปลอดภัยเพิ่มขึ้นในระดับประเทศ และประชาคมอาเซียน 2. การบริหารจัดการการ
ท่องเที่ยวอย่างบูรณาการสู่สากล 3. โครงสร้างพื้นฐานมีศักยภาพและเอื้อต่อการเกษตรและการ
ท่องเที่ยว 4. สังคม/ชุมชน และปัจจัยพื้นฐานมีศักยภาพที่เอื้อต่อการพัฒนาการเกษตรและการ
ท่องเที่ยว

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

จากการประมวลข้อมูล สภาพพื้นที่ของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นปัจจัยภายในกับ
นโยบายรัฐบาล/ความต้องการสินค้าของตลาดในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นโอกาส และสภาพ
ปัญหาอุปสรรคที่อยู่นอกพื้นที่แต่มีผลกระทบต่อจังหวัด ซึ่งเป็นภัยคุกคาม ตลอดจนแผนพัฒนา
กลุ่มจังหวัด ยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับภาค แผนบริหารราชการแผ่นดิน 4 ปี นโยบายรัฐบาล แผน
นโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ตลอดจนจังหวัดได้

จัดให้มีการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและแผนปฏิบัติการจังหวัด โดยรับฟังความคิดเห็น แนวทางการพัฒนาจังหวัด และปัญหาความต้องการของประชาชนจากผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งมาจากภาครัฐ ภาคเอกชน ซึ่งได้สรุปผลการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมจากปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก (โอกาสและภัยคุกคาม) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.31 แสดงสภาพแวดล้อมภายในจังหวัดกำแพงเพชร (จุดแข็งและจุดอ่อน)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. จังหวัดมีแม่น้ำปิงรับน้ำต้นทุน จากเขื่อนภูมิพล โดยเฉพาะพื้นที่ฝั่งตะวันออก มีระบบชลประทานที่สมบูรณ์ และมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับการผลิตภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมการเกษตรได้เป็นอย่างดี จึงมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการผลิตภาคเกษตรกรรมเพื่อการแข่งขัน 2. พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มีปริมาณการผลิตสูง สามารถพัฒนาเป็นพลังงานได้ และมีแหล่งรองรับพืชผลการเกษตรในพื้นที่ ทั้งภาครัฐ เอกชนได้อย่างเพียงพอ และยังสามารถรองรับผลผลิตจากจังหวัดใกล้เคียง จึงสามารถเป็นศูนย์กลางการตลาดในพืชบางชนิด 3. สภาพดินเหมาะสมกับการปลูกพืชหลักของท้องถิ่น ได้แก่ กัญชง ซึ่งพืช Geographic Indication (GI) ที่มีรสชาติดีกว่าแหล่งอื่น 4. สินค้าการเกษตรหลายชนิดมีการส่งออก โดยมีเครือข่ายส่งต่างจังหวัดและต่างประเทศ 5. กลุ่มประชาชนของจังหวัดเป็นผู้ย้ายถิ่นฐานจากภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ทำให้มีภูมิปัญญาท้องถิ่นหลากหลายกระจายอยู่ในพื้นที่ สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และตัวเกษตรกรรับเทคโนโลยีการผลิตพืชเศรษฐกิจใหม่ๆ ได้ง่าย 6. มีสถาบันเกษตรกร (สหกรณ์) ที่มีการบริหาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พื้นที่ฝั่งตะวันตกเป็นที่ลาดเชิงเขา ไม่สามารถสร้างแหล่งกักเก็บน้ำ ราษฎรประสบภัยแล้ง ไม่มีน้ำปลูกเพียงพอ และเสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัยน้ำป่าไหลหลาก 2. การผลิตภาคเกษตรกรรมมีการใช้สารเคมีสูงเร่งการผลิตที่ต่อเนื่อง ทำให้สินค้าขาดคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย ส่งผลกระทบต่อความเจ็บป่วยของประชาชน ทรัพยากรดินเสื่อมโทรม ดินมีสภาพความเป็นกรดมากขึ้น การเกิดโรคระบาดในพืช 3. แรงงานภาคการเกษตรมีน้อยลง สูงอายุ การศึกษาต่ำ ทำให้แรงงานภาคเกษตรขาดแคลน เกิดต้นทุนเครื่องมือการเกษตรสูงขึ้น 4. กระบวนการผลิตพืชที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เกิดมลภาวะทางอากาศที่เกิดจากการเผาตอซัง โดยเฉพาะการเผาอ้อย เกิดเขม่าในอากาศเกิดมาตรฐานในฤดูกาลเก็บเกี่ยว 5. ความเป็นอัตตลักษณ์ในการปลูกกล้วยไข่หายไป เนื่องจากปัญหาภัยธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ของดิน และผลตอบแทนด้านราคาที่สูงจากพืชอื่น อาทิ อ้อย เป็นต้น 6. ผลิตภาพการผลิตสินค้าการเกษตรในหลายพื้นที่ยังมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ยเมื่อเปรียบเทียบกับในระดับจังหวัดและระดับประเทศ 7. การพัฒนางานวิจัย และการขยายผลงานวิจัยในเชิงปฏิบัติ เพื่อเพิ่มคุณค่ายังมีน้อย ไม่

ตารางที่ 2.31 (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>จัดการดี มีความสามารถในการเชิงธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีการรวมตัวของของกลุ่มเกษตรกรเป็นเครือข่ายกระจายในพื้นที่จำนวนมาก อาทิ กลุ่มปุ๋ยอินทรีย์ ศูนย์ข้าวชุมชน ทั้งที่จดทะเบียนวิสาหกิจ และไม่ได้จดทะเบียน</p> <p>7. มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายประเภท ทั้งประเภทวัฒนธรรม และประเภทธรรมชาติที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างรายได้อีกทางหนึ่ง มีการพัฒนายกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว มีสถานที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร เพียงพอ และมีการรวมกลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวกับกลุ่มมรดกโลกอื่น อาทิ พระนครศรีอยุธยา อุทัยธานี สุโขทัย</p> <p>8. มีศูนย์เรียนรู้ชุมชน ศูนย์เศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบขยายทุกพื้นที่ ทำให้สามารถขยายโอกาสการเรียนรู้ได้ง่าย</p>	<p>ปรากฏผลเป็นรูปธรรม</p> <p>8. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของสินค้าเกษตร สถานการณ์ตลาดเพื่อวางแผนการผลิตที่เหมาะสม</p> <p>9. อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าหลายชนิดยังขาดมาตรฐาน องค์กรเครือข่ายการผลิต และการค้า ยังไม่มีความเข้มแข็ง และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อขับเคลื่อนในเชิงธุรกิจยังมีน้อย</p> <p>10. การพัฒนาการสร้างสรรค์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนมีน้อย</p> <p>11. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแหล่งยังไม่สะดวก</p> <p>12. ประชากรจังหวัดกำแพงเพชรเข้าสู่สังคมสูงอายุ เกิดภาวะการพึ่งพิง และวัยแรงงานลดลง</p> <p>13. ปัญหาชนกลุ่มน้อยในเขตอุทยานมีวัฒนธรรมที่แตกต่าง การขยายตัวของประชากรสูงทำให้มีการบุกรุกป่าเพื่อทำกิน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวไทยภูเขา อ่านเขียนภาษาไทยไม่ได้ การขยายตัวของประชากรยังสูง และส่งผลกระทบต่อกรบุกรุกป่าหาที่ทำกิน</p> <p>14. คุณภาพการศึกษาของนักเรียนยังต่ำกว่า ร้อยละ 50 ผู้ที่อยู่ในวัยเรียนบางกลุ่มมีโอกาสน้อยที่จะเข้ารับการศึกษาต่อระดับสูงขึ้น เนื่องจากประสบปัญหาความยากจน และมีการย้ายถิ่นฐานบ่อย ทำให้วัยแรงงานมีการศึกษาระดับต่ำค่อนข้างมาก</p> <p>15. จังหวัดขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขมาก ส่งผลต่อการให้บริการแก่ประชาชน</p> <p>16. แนวโน้มของแม่วัยใสที่เพิ่มขึ้น จากค่านิยมและพฤติกรรมวัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่เหมาะสม</p> <p>17. แหล่งท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนาความโดดเด่น และกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม</p>

ตารางที่ 2.32 แสดงสภาพแวดล้อมภายนอกจังหวัดกำแพงเพชร (โอกาสและอุปสรรค)

โอกาส	อุปสรรค
<p>1. นโยบายและมาตรการของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ และสินค้าเกษตรปลอดภัย การประกันรายได้ และการส่งเสริมแนวทางการเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน เอื้อต่อการขับเคลื่อนต่อการพัฒนาจังหวัดทั้งด้านการเกษตรและการท่องเที่ยว</p> <p>2. การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และเทคโนโลยีชีวภาพอย่างต่อเนื่อง ส่งผลดีต่อการเพิ่มมูลค่าการผลิตและการค้า โดยเฉพาะกระแสการค้า e-Commerce</p> <p>3. การรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป ทำให้มีจำนวนผู้บริโภคจากประเทศสมาชิกสูงขึ้น เป็นโอกาส ทางด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดกำแพงเพชร อยู่บนระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ และใกล้กับจังหวัดชายแดน จึงเป็นผลดีต่อจังหวัดกำแพงเพชร</p> <p>4. การลงทุนจากภาคอุตสาหกรรมเกษตรในจังหวัดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลดีต่อระบบการผลิต</p>	<p>1. การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นรวดเร็ว ในเวลาอันสั้น ส่งผลต่อนโยบายที่ดีๆ ขาดความต่อเนื่อง</p> <p>3. การเกิดภาวะโลกร้อน การเกิดภัยแล้ง อุทกภัย แผ่นดินไหวที่มีแนวโน้มเกิดบ่อย และขยายพื้นที่กว้างขึ้น เป็นปัจจัยเสี่ยงส่งผลกระทบต่อพัฒนาพื้นที่ในเชิงรุก</p> <p>3. การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้มีคู่แข่งชั้นในการผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกัน โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่า</p> <p>4. นโยบายการค้าระหว่างประเทศ (FTA) ในเรื่องผลผลิตที่ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ ส่งผลต่อการเสียโอกาสในการส่งออก และทำให้การเจรจาต่อรองราคาผลผลิตไม่เป็นไปตามที่กำหนด</p>

ตารางที่ 2.33 แสดงการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์จังหวัดกำแพงเพชร

SO	WO
<p>1. การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตร</p> <p> รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตพืช รวมทั้ง การพัฒนาธุรกิจการเกษตร เพิ่มมูลค่าภาคการเกษตร เพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จะสร้างโอกาสในการค้าการลงทุนกับประเทศสมาชิกสูงชัน นโยบายการเร่งรัดพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร รองรับวิกฤตพลังงาน และนโยบายการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางตลาดซื้อขายล่วงหน้าสินค้าเกษตรและอาหาร เช่น ข้าว น้ำตาล มันสำปะหลัง</p> <p> กำแพงเพชรเป็นฐานการผลิตพืชเศรษฐกิจ ส่งออกสำคัญของประเทศ เกษตรกรมีความชำนาญการทำเกษตรเชิงพาณิชย์ มีแหล่งอุตสาหกรรมการเกษตร และตลาดรองรับผลผลิตภาคการเกษตรของจังหวัดและ จากจังหวัดใกล้เคียงได้เพียงพอ</p> <p> จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตร ทั้งการผลิต และการส่งออก</p> <p>2. จังหวัดกำแพงเพชรมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และ ทางวัฒนธรรม ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้แก่ท้องถิ่น ตามนโยบายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของรัฐบาล</p> <p>3. การเพิ่มขีดความสามารถในเชิงธุรกิจของสหกรณ์การเกษตร ให้ทำหน้าที่การตลาด ในการรวบรวม และจำหน่ายสินค้าเกษตร เพื่อลดต้นทุนการขนส่งให้กับเกษตรกรในพื้นที่ชนบทห่างไกล</p>	<p>1. การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรปลอดภัย ปลอดภัยจากต่างประเทศ และปัญหาสุขภาพของประชาชน จากการประกอบอาชีพการเกษตร เป็นโอกาสในการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐานความปลอดภัย</p> <p>2. การเพิ่มประสิทธิภาพระบบการผลิต</p> <p> นโยบายรัฐบาลในการเสริมสร้างฐานรากของครัวเรือนเกษตรกรให้เข้มแข็งโดยการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก การลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพการผลิต พัฒนาระบบการผลิตตามขั้นตอน โดยสนับสนุนการใช้องค์ความรู้จากงานวิจัยถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับพื้นที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นโอกาสในการพัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพ</p> <p>3. การเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพมาตรฐาน และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาสินค้า ของที่ระลึกตามนโยบายของรัฐบาล</p> <p>4. เร่งพัฒนาพื้นที่ราบสูง ชนกลุ่มน้อย ในด้านการส่งเสริมอาชีพ และคุณภาพชีวิต และการศึกษา เพื่อให้สามารถเข้าถึงการบริการของภาครัฐ</p>

ตารางที่ 2.33 (ต่อ)

ST	WT
1. การเร่งพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบัน/องค์กร/กลุ่มเกษตรกร เพื่อให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน กับคู่แข่งประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน	1. ภาวะโลกร้อน และระบบนิเวศที่มีการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องส่งเสริมการปรับระบบการผลิต ให้สอดคล้องกับการจัดการน้ำ ดิน พืช เพื่อให้มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการเกิดโรคระบาดในพืช และการฟื้นฟูทรัพยากรดิน

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภูมิชัย มั่งเรืองสกุล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า

1. สภาพปัจจุบันและปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา พบว่า มีการดำเนินการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีการดำเนินการด้านการบริหารภาคเอกชน อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และด้านการบริหารภาครัฐ ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น อุทยาน ภูเขา น้ำตก มากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสำคัญในระดับน้อย

2. การบริหารภาครัฐ การบริหารภาคเอกชน และการบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา

3. ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา จากการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการวิจัยมี 4 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ ประกอบด้วย 5 ยุทธวิธี คือ 1) การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก 2) การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 3) การร่วมมือพัฒนาผู้ประกอบการ 4) การร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 5) การตลาดอย่างมีวิสัยทัศน์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน ประกอบด้วย 4 ยุทธวิธี คือ 1) การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการตลาด 3) การร่วมมือพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว 4) การประสานงานสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ประกอบด้วย 5 ยุทธวิธี คือ 1) การมีส่วนร่วมในการรักษาระบบนิเวศ วัฒนธรรม ประเพณี 2) การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น 3) การสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 4) การใช้ทรัพยากรและการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 5) การให้บริการที่ดี และการรักษาความปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ประกอบด้วย 4 ยุทธวิธี คือ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก 2) การพัฒนาองค์กรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ

สุพัตรา กลัปดี (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จากการศึกษาพบว่า สภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวายมีศักยภาพสูง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ตามลำดับ การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

เสรี วงษ์ไพจิตร และคนอื่น ๆ (2547) ได้วิจัยเรื่อง โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จากการศึกษาวิจัยโครงสร้างการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ 4 เรื่อง ดังนี้

1. การวิเคราะห์การจัดทำแผนและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ พบว่าองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นองค์กรภาครัฐในส่วนกลาง ทั้งสิ้นและขาดการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ ยังขาดความเป็นเอกภาพและขาดความเชื่อมโยงและขาดแผนการบริหารที่ชัดเจน

2. การวิเคราะห์สถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาพรวมขององค์กรภาครัฐทั้งในระบบหลักและระบบรอง พบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความซ้ำซ้อนและอำนาจหน้าที่ ปัญหาความไม่ชัดเจนของอำนาจหน้าที่ และปัญหาอำนาจหน้าที่ของภาครัฐในระบบรองในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่อสถานะและบทบาทขององค์กรภาครัฐในการบริหารการท่องเที่ยว พบว่า นโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดบูรณาการฯ มีปัญหาที่ผู้ว่าราชการจังหวัดไม่อาจมีบทบาทในการนำนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ทั่วจังหวัดได้อย่างสมบูรณ์และส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการปฏิรูประบบราชการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ส่งผลให้ภารกิจในการจัดการด้านการท่องเที่ยวหนึ่งถ่ายโอนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวง ฯ ซึ่งปัจจุบันกระทรวงยังขาดความพร้อม มีปัญหาการทำงานทั้งในเชิงความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวและความพร้อมของบุคลากร เมื่อพิจารณาบทบาทขององค์กรภาครัฐในการประสานงานด้านการท่องเที่ยวพบว่า รัฐบาลต้องบริหารนโยบายบนความหลากหลายขององค์กรรัฐวิสาหกิจ และองค์กรมหาชน แต่ละองค์กรมีระบบและวิธีการบริหารที่แตกต่างหลากหลายทำให้การประสานงานภายในองค์กรภาครัฐผ่านกลไกระบบราชการต่างๆ ค่อนข้างมีปัญหาและมีความยุ่งยากมากขึ้น

3. การวิเคราะห์สถานะและบทบาทขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า

3.1 สภาพทั่วไป องค์กรภาคเอกชนมีลักษณะการทำงานและมีความมุ่งหมายในการแสวงหากำไรสูงสุด

3.2 โครงสร้างการบริหารแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ องค์กรชุมชนที่แสวงหากำไร องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3.3 การประสานงานภายในองค์กรภาคเอกชนที่แสวงหากำไรมีค่อนข้างน้อย นอกจากการรวมตัวกันในบางโอกาสในกรณีวิกฤติทางธุรกิจจึงมีการร่วมมือกันเพื่อรณรงค์ส่งเสริมการขายและแบ่งผลประโยชน์กัน

3.4 ปัญหาการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า บทบาทการมีส่วนร่วมค่อนข้างจำกัด การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับต่างๆ ภาคเอกชนปรากฏบทบาทไม่เด่นชัด สภาอุตสาหกรรมฯ เองมีบทบาทเพียงสะท้อนปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ภาครัฐเท่านั้น รวมทั้งโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมฯ ยังคงมีปัญหา

4. การวิเคราะห์สถานะและบทบาทของชุมชนท้องถิ่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์การบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างๆ มีความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนค่อนข้างจำกัด ลักษณะการก่อตัวของสิทธิชุมชนมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามสภาพชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ จึงมีความยากลำบากต่อการบริหารตามแนวยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบใหม่ๆ และจำเป็นต้องแสวงหาวิธีการวางระบบการบริหารให้สามารถสอดคล้องกับลักษณะอันเป็นธรรมชาติของภาคส่วนนี้ให้ได้

ปานิตล นียมคำ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการนำนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดไปปฏิบัติ: ศึกษากรณีจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งแยกออกเป็นแผนงานและโครงการต่างๆ นั้นในด้านวัตถุประสงค์มีความชัดเจน มีแนวทางในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดรับรู้นโยบาย มาจากการร่วมประชุม การถ่ายทอด การมอบหมายงาน และการอ่านจากเอกสารรายงานประจำปี นอกจากนี้ยัง พบว่า สมรรถนะของหน่วยงาน ซึ่งได้แก่ บุคลากร งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ยังไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานตามนโยบาย การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องมีน้อย ในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีการกำหนดภารกิจและการมอบหมายงานมีชัดเจน มีการติดตาม และประเมินผลโครงการ แต่จะมีปัญหาในด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประชาชน ยังไม่มีส่วนร่วมเท่าที่ควร โดยปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาในด้านการประสานงานและระหว่างหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ปัญหางบประมาณมีจำนวนจำกัด และมีไม่เพียงพอ บุคลากรไม่เพียงพอ และขาดความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน รวมทั้งปัญหาด้านการตลาดมีส่วนร่วมของประชาชน โดยข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา ได้แก่ ควรมีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ และปรับเพิ่มจำนวนผู้ปฏิบัติงานทางด้านการวางแผนและพัฒนานโยบาย รวมทั้งจัดสรรงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงานด้านนโยบาย ควรมีการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจะสนับสนุนให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

วีราภรณ์ ้วยวัฒน์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า ผลของการประเมินทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาหลวง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีสารทเดือนสิบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ การเล่นน้ำตก และการบริการที่เป็นจุดเด่น คือ ที่พัก ร้านอาหาร (อาหารประจำถิ่น) รถประจำทาง ในส่วนของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชของ

บุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า จุดแข็งของจังหวัด คือ เป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญของภาคใต้ รองลงมาคือมีทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่หลากหลายและสำคัญของภาคใต้ จุดอ่อนของจังหวัดคือ การขาดการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อขจัดความยากจน โอกาสในการพัฒนาจังหวัดคือ มีโอกาสในการพัฒนาด้านระบบส่งเสริมสินค้าทางการเกษตรมากขึ้น และอุปสรรคของจังหวัดที่สำคัญที่สุดคือ มีการกีดกันทางการค้า สำหรับผลการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวิสัยทัศน์ที่สำคัญ คือ การเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่สำคัญของภาคใต้ และยุทธศาสตร์ คือ เป็นศูนย์กลางการศึกษาศาสนาศิลปวัฒนธรรมและชุมชนเข้มแข็ง

ศม ฌ ระนอง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น ; ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการช่วยกันหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของการรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วยรวมถึงการส่งเสริมอาชีพให้ประชาชนภายในชุมชนมีอาชีพเสริม นอกจากทำเกษตรเพียงอย่างเดียวเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชนกลุ่มอาชีพเองเป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งภายในชุมชนด้วย เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่องค์กรอย่างยั่งยืนและทำให้องค์กรพ้นจากความยากจนอย่างยั่งยืน

เพชร บุดสีทา (2552) การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่งที่น่าสนใจที่จะพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยวทุกคน โดยความคิดเห็นของประชาชนเห็นว่า ชุมชนนครชุมมีศักยภาพระดับมากในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งมีความรู้ และความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องและผู้นำชุมชนนั้น ต้องการส่งเสริมกิจกรรมที่จะสร้างความพร้อมให้กับชุมชนในการพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชน และต้องการสนับสนุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ในส่วนผลของการศึกษาการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's นั้น พบว่า ควรมีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขายและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี รวมถึง การจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ชุมชนบ้านนครชุมเป็นที่รู้จักในกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ต้องการ โดยเสนอแนะว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก สำหรับชุมชนนครชุมควรนาการจัดการการตลาดทั้ง 7P's ไปประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในอนาคต

พจนารถ กริ่งไกร (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม: กรณีศึกษาตำบลโป่งงาม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองท้องถิ่นและประชาชนทำให้เกิดความร่วมมือในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการจัดการท่องเที่ยว คือ การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว

ทับทิม สุวรรณประภา (2541) ความคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว ผลการศึกษาได้กล่าวถึงกลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า ประชาชนในชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมากเนื่องจากประชาชนเป็นเจ้าของท้องถิ่นสามารถเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการท่องเที่ยวระดับต่างๆ ได้ ความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่นของสมาชิกชุมชนซึ่งมีความรัก ความหวงแหน พึ่งพิงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวได้ ชุมชนจะต้องพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐกับชุมชนเอง และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ระวีวงศ์ ศรีทองรุ่ง (2553) ยุทธศาสตร์การสร้างตัวแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติอย่างยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากภาครัฐยึดหลัก การรวมศูนย์อำนาจในการบังคับบัญชา การบริหารจัดการภาครัฐจึงเป็นจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ ขาดการวางแผน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ขาดเอกภาพในการบูรณาการ ในการทำงานร่วมกัน ชุมชนขาดโอกาสในการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว 2) ผลการกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวยังไม่ประสบผลสำเร็จในทางปฏิบัติอย่างยั่งยืน เนื่องจากอำนาจการตัดสินใจไม่ได้อยู่ที่ประชาชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ควรปรับแนวทางการบริหารจัดการให้ชุมชนมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน 3) การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุนอย่างจริงจัง การวิจัยพบว่า หากมีการกำหนดเกณฑ์ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ชัดเจน นำไปสู่การสร้างตัวแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่คำนึงถึงความสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

วันดี สีสังข์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า แนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี มีการกำหนดวิสัยทัศน์จังหวัด คือ จังหวัดจะต้องพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นเมืองแม่แบบของการพัฒนาการค้าชายแดนและเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่นานาชาติด้านตะวันตก เป็นเมืองปลอดภัย มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จะขจัดความยากจนและพัฒนาคน และสังคมที่มีคุณภาพสำหรับเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด คือ เพิ่มพื้นที่สีเขียวและป่าชุมชน เพิ่มมาตรฐานการบริการในการท่องเที่ยวและความปลอดภัย พัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตรเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างรายได้จากสินค้า OTOP และ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภูมิภาค 2) เป็นเมืองปลอดภัย มีบริการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 3) เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้สู่ปฎิญาระดับภูมิภาค และพัฒนาเป็นเมืองการค้าต่างแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 4) เป็นเมืองปลอดภัย มีสังคมที่มีคุณภาพและเป็นคนดีมีศีลธรรม

สุจิต บุตรประเสริฐ (2533) ได้ศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการพัฒนาท่องเที่ยว: การศึกษาเฉพาะกรณีบ้านเรณู อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่กลุ่มต่างๆ ภายในหมู่บ้าน เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหาร ที่พัก ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นทำให้เกิดการสร้างงานมีแรงงานเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดระบบธุรกิจส่งผลกระทบต่อรายได้และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านบริโภค

พรทิพย์ เจริญวิทย์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวประเมินให้คะแนนสูงสุดกับอัยาศัยของคนเชียงใหม่ในเรื่องความเป็นมิตร รองลงมาเป็นเรื่องของความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ส่วนที่ให้คะแนนต่ำสุดในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ คือ การส่งเสริมและร่วมมือกันอย่างจริงจัง เพื่อที่จะได้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกันของรัฐบาลทุกประเทศ และผู้ประกอบการควรปรับตัวในด้านการให้บริการการท่องเที่ยวร่วมกันของรัฐบาลทุกประเทศ และผู้ประกอบการควรปรับตัวในด้านการให้บริการทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล

สุพรรณนา หัตถภาค (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดจากพัฒนาการด้านอุปทานการท่องเที่ยว 3 ประเด็นใหญ่ๆ คือ สิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นอันดับหนึ่ง ปัจจัยรองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านบริการและอัยาศัยไมตรี ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ และปัจจัยอื่นๆ ตามลำดับ สำหรับปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และรองลงมา คือ ปัญหาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ ส่วนผลกระทบที่ทำให้ความเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพและเศรษฐกิจแล้วยังส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน

อมรา อินทจักร (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านศรีดงเย็น ตำบลบ้านช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน และ ภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ พบว่า ชุมชน มีจุดแข็งด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชนเผ่า โดยเฉพาะการแสดงทางวัฒนธรรม การแต่งกายและภาษาพูด ส่วนในเรื่องจุดอ่อน คือ ราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานและขาดการสร้างสัญลักษณ์ที่ชัดเจน อุปสรรคปัญหา คือ มีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงเพิ่มขึ้น ปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ มีส่วน ทำให้การกำหนดราคาบริษัทนำเที่ยวและผู้ประกอบการไม่มีความแน่นอน วิธีการแก้ไข คือ การร่วมกันกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม การส่งเสริมการตลาด การสร้างเครือข่ายพันธมิตร และการประสานงานระหว่างหน่วยงานและ

ผู้เกี่ยวข้อง การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพองค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็งทางการท่องเที่ยว

สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง ซึ่งหากภาครัฐร่วมมือกับภาคเอกชนในเรื่องการลงทุนจะทำให้การท่องเที่ยวมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนในระดับท้องถิ่น มีภาคประชาชน เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนหรือธุรกิจชุมชน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมลงทุนด้านบริการการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาครัฐควรเข้าไปสนับสนุนเรื่องเงินทุนเช่นกัน

สมชาย สนั่นเมือง (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนา และจะต้องสอดคล้องและเกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ทุกฝ่าย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชน ผู้รับผิดชอบและดำเนินการพัฒนาทั้ง 3 ฝ่าย ต่างมองและคาดหวังที่จะได้แตกต่างกัน คือ 1) นักท่องเที่ยวคาดหวังได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ต้องมีวิธีการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่น เอกลักษณะ และการได้มีส่วนร่วมได้สัมผัสกับประชาชนผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ ตลอดจนความสะอาด ความเป็นระเบียบและความร่มรื่นของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น 2) สิ่งที่ชุมชนคาดหวังและค่านิยมที่แตกต่างกันไปกับนักท่องเที่ยวเล็กน้อยหรือตรงกันข้าม ประชาชนในท้องถิ่นคาดหวังถึงความเปลี่ยนแปลง การพัฒนาที่ทันสมัยไปจากเดิม และที่ประชาชนในท้องถิ่นคาดหวังจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ มีที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้นได้อาศัยและดำเนินชีวิตในสิ่งแวดล้อมที่ดี เกิดความภาคภูมิใจต่อชุมชนของตนเอง และได้รับประโยชน์อื่นๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว เช่น ความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น 3) สิ่งที่ผู้รับผิดชอบและดำเนินการพัฒนาคาดหวัง คือ แบ่งโครงการพัฒนาออกเป็นขั้นตอน และต้องไม่ขัดแย้งกับหน่วยงานอื่นหรือประชาชนในชุมชน และได้รับความร่วมมือจากประชาชนส่วนใหญ่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นโครงการที่ผลตอบแทนหรือผลกระทบในทางบวก เร่งส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากร และบำรุงรักษาศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือท้องถิ่น

รชดา เครือทิวา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดอ่างทอง (บทคัดย่อ) ผลการศึกษาพบว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวชุมชนแต่ละแห่งของจังหวัดอ่างทองมีสภาพความพร้อมในแต่ละด้านสำหรับการให้บริการ นักท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาจากผลการสังเกตที่ได้จะเห็นว่า มีหลายด้านที่ควรมีการปรับปรุงคือด้านธนาคาร ตู้บริการกดเงินอัตโนมัติ (ATM) มีสำนักงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ

2) ประชาชนท้องถิ่นเห็นว่า การท่องเที่ยวชุมชนทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทำให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหนวัฒนธรรมของชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นรวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทาคบคู่กันไปกับการพัฒนาคนในชุมชน สิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีการจัดการผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใสประชาชนทุกคนในการท่องเที่ยวชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ และประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว และการป้องกันสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญ

3) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทอง พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการคมนาคม ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาดของสถานที่ ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในชุมชน และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากในเรื่องของการได้เรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นมิตรของชาวบ้าน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต้องการเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทอง คือ การเข้ามาศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน การนั่งเรือชมธรรมชาติ และการพักผ่อนกับชาวบ้าน และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทองมีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100.00 และ 4) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดอ่างทองจากการประชุมเชิงปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำหนดแนวทางการพัฒนาจากการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม และจากการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดอ่างทอง ประจำปี พ.ศ. 2554 ประกอบกับแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน 5 ด้าน คือ 1) ส่งเสริมกระตุ้นประชาชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องตระหนักและมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น 2) สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในลักษณะการสร้างงาน และการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และประชาชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ 3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มีคุณภาพและยั่งยืน 4) พัฒนาศักยภาพและคุณภาพของประชาชนในท้องถิ่นเรื่องการให้บริการทางการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวชุมชน 5) สร้างและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนและผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการในท้องถิ่น คือ ทุกฝ่ายเห็นว่ามีวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทองเป็นจุดแข็งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และควรนำมาพัฒนาให้เป็นเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดอ่างทอง โดยมีการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบเพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดอ่างทองมีความยั่งยืนต่อไป

รัฐทิติยา หิรัญยหาต ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว บ้านหนองขาว อำเภอกำแพง จังหวัดกาญจนบุรี (2544) ผลการศึกษาพบว่า ผลจากการศึกษาวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และประเพณีพื้นบ้านของชุมชนบ้านหนองขาว พบว่า จากการที่

บ้านหนองขาวเป็นชุมชนโบราณที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงเกิดการผสมผสานกันทางวัฒนธรรมของชนหลายชาติพันธุ์ได้อย่างกลมกลืนจนเกิดเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของชุมชนขึ้น และมีการสืบทอด ดำรงรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการสืบทอดงานประเพณี ทั้งที่ปฏิบัติเป็นประจำทุกเดือนในรอบปี และประเพณีอันเกี่ยวเนื่องกับวิถีการดำเนินชีวิตนับแต่เกิด กระทั่งตาย การประกอบพิธีกรรมทางความเชื่อ ภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ วิธีการดำรงชีวิต และโบราณวัตถุสถานที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมบ้านหนองขาวส่วนมากแล้วเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเพื่อศึกษาและดูงานทางด้านวัฒนธรรมโดยมาเป็นหมู่คณะ มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริษัทนำเที่ยวพามาบ้างเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองไม่ได้ให้ความสนใจที่จะแวะชมบ้านหนองขาว เนื่องจากบ้านหนองขาวยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวมากนัก ผลจากการศึกษาด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของบ้านหนองขาว พบว่า มีศักยภาพในด้านคุณค่าทางการศึกษา ความปลอดภัย สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การประชาสัมพันธ์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับการพัฒนาทางการท่องเที่ยวในระดับสูง แต่ศักยภาพในด้านความพร้อมของบุคลากรควรมีการปรับปรุง นอกจากนี้ ต้องมีการเพิ่มเติมศักยภาพทางด้านสาธารณูปโภคขั้นสูงในสิ่งต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ผลจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบ้านหนองขาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้เลือกแนวคิดทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เลือกรูปแบบชุมชนบริหารจัดการเองโดยมีองค์กรนอกสนับสนุนให้คำปรึกษา และได้มีการวางแผนทางการพัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การปรับปรุงเส้นทางคมนาคม การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก และจัดสร้างห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และกำหนดแนวทางการบริหารจัดการในลักษณะของการเลือกตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอีกด้วย

ภูวนิดา คุณผลิน (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ สรุปได้ว่า รูปแบบกระบวนการบริหารพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร มี 2 ระดับ คือ โมเดลบูรณาการระดับมหภาคเป็นกระบวนการศึกษายุทธศาสตร์การบูรณาการภาครัฐ เอกชน ในการกำหนดกระบวนการจากนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ โมเดลบูรณาการระดับจุลภาค เน้นการบูรณาการระดับพื้นที่ประกอบด้วยประเมินความต้องการ (Need Assessment) การกำหนดเป้าหมาย (Setting Goals) การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identification Stakeholder) การกำหนดพันธกิจและภารกิจ (Mission and Function Analysis) กระบวนการมีส่วนร่วม (Participation Process) การตั้งวัตถุประสงค์ (Setting Objective) การบูรณาการแผน (Responsibilities) การปฏิบัติการ (Implementation) และการประเมินแบบมีส่วนร่วม (Participatory Evaluation) และการบูรณาตามแนวทางดังกล่าวนี้ จังหวัดควรเน้นไปที่ความเป็นชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นรากกรากของผลผลิตทางด้านเศรษฐกิจ

ทักษิณ ปิลวาสน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน ผลการศึกษาพบว่า 1) ภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงบูรณา

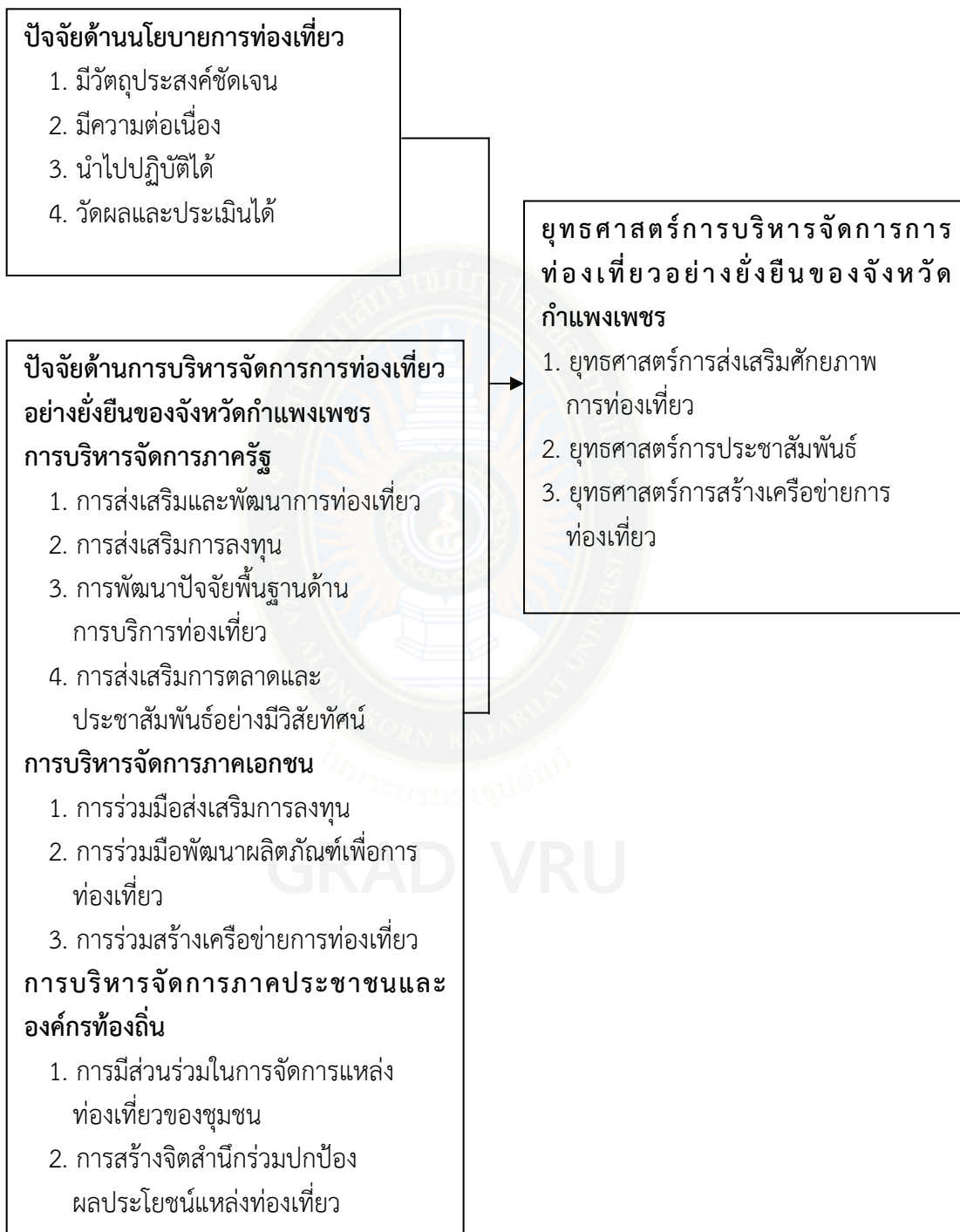
การของประเทศไทย ยังไม่สามารถบูรณาการระหว่างภาคส่วนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ภาครัฐมีแนวทางรวมศูนย์อำนาจในการบังคับบัญชาและการบริหารจัดการ ขาดเอกภาพในการบูรณาการ เพื่อการทำงานร่วมกันกับชุมชนหรือภาคประชาชน 2) การเป็นหุ้นส่วนเชิงบูรณาการการท่องเที่ยวในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ในการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนยังไม่เป็นรูปธรรม ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจัง 3) การบูรณาการการท่องเที่ยวในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน ระดับองค์การ ระดับระหว่างประเทศ ระดับประเทศ และระดับจังหวัด พบว่า ขาดการวางแผนร่วมกันเชิงยุทธศาสตร์ องค์การทั้งสามระดับยังขาดการประสานยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ ร่วมกัน ไม่มีเอกภาพเชิงนโยบาย การบูรณาการมีบ้างระดับประเทศกับระดับจังหวัดหรือท้องถิ่น 4) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย มีจุดมุ่งหมายที่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวม และส่งเสริมความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าความยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนมีส่วนร่วมเสียในแหล่งท่องเที่ยว จึงควรสนับสนุนส่งเสริมภาคเอกชนและภาคประชาชนที่เป็นชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีบทบาท มีส่วนร่วมมากที่สุด เพื่อประโยชน์ของเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สนับสนุนให้มีองค์กรเครือข่ายการบริหารจัดการเชิงบูรณาการในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน ประกอบด้วย ภูเก็ต พังงา และกระบี่

ศิริรัตน์ โตสัมพันธ์มงคล (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในจังหวัดตาก ผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ 1) ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรกรรม หรือรับจ้าง และมีรายได้สุทธิน้อยกว่า 5,000 บาท 2) จังหวัดตากมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมาก โดยมีความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีมีจำนวนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบุคลากรพอเพียงในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายสื่อความหมายชัดเจน และมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น 3) ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการรักษา และสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นมากที่สุดในด้านการท่องเที่ยว ประชาชนมีโอกาสในการประกอบอาชีพต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว แต่ไม่ค่อยมีโอกาสมีส่วนร่วมในการจัดตั้งสมาคม หรือชมรมการท่องเที่ยว และการแสดงความคิดเห็นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) ประชาชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมมากขึ้นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกระตุ้นให้เกิดการสร้างรายได้และการสร้างงาน และมีข้อเสนอแนะให้มีการอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการอนุรักษ์ ปูร่องภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 5) แผนยุทธศาสตร์จังหวัดตาก ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2547 ประกอบด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 กลยุทธ์ และ 35 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่สามารถปฏิบัติได้จริงจำนวน 16 กิจกรรม โดยมีกิจกรรมที่สอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ด้าน ซึ่ง

สอดคล้องกับด้านการบริหารจัดการมากที่สุด และสอดคล้องกับด้านการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด และมีกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์จังหวัด แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยวไทย 2547-2549 จำนวน 15 กิจกรรม 6) จังหวัดตากควรกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีพันธกิจในการกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักและมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลักษณะการสร้างงาน และการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนท้องถิ่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีคุณภาพ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาศักยภาพ และคุณภาพ ของบุคลากรในการให้บริการ 7) แผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในจังหวัดตาก ควรประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นใน ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านการตลาดการท่องเที่ยว ทั้งนี้โดยมีกิจกรรมที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้



2.9 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

นิยามตัวแปร

นโยบายมีวัตถุประสงค์ชัดเจน หมายถึง นโยบายที่นำไปสู่ผู้ปฏิบัตินั้นมีขั้นตอนที่ถูกต้อง มีตัวนโยบายของรัฐที่ชัดเจน มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานที่มีความเป็นไปได้ มีเป้าหมายว่าทำแล้วต้องได้ผลอะไร และมีลำดับขั้นตอนในการทำงานที่เหมาะสมชัดเจน และนโยบายต้องสอดคล้องกับบริบทพื้นที่

นโยบายมีความต่อเนื่อง หมายถึง นโยบายมีวัตถุประสงค์ มียุทธศาสตร์ แผนงาน ต่อเนื่อง แม้มีการเปลี่ยนผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานยังสามารถบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง ตามนโยบายดังกล่าว

นโยบายนำไปปฏิบัติได้ หมายถึง นโยบายที่หัวหน้าส่วนราชการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ สามารถนำไปบริหารจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาลได้อย่างสมบูรณ์ มีการนำกลไกการดำเนินงาน ไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง มีขั้นตอนการบังคับบัญชา การกำกับดูแล อย่างเป็นระบบ

นโยบายวัดผลและประเมินได้ หมายถึง นโยบายด้านการท่องเที่ยว มีการกำหนดเป้าหมายไว้ชัดเจน ง่ายต่อการวัดผลประเมินผล มีขั้นตอนกระบวนการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมช่วยให้ประเมินผลกระบวนการได้ชัดเจน นโยบายด้านการท่องเที่ยวมีตัวชี้วัดการดำเนินงานที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การเสริมสร้าง การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมให้เป็นที่มาตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เช่น มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานให้บริการในสถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก มาตรฐานโฮมสเตย์ เป็นต้น และการเร่งการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยว โดยการเพิ่มมูลค่า คุณค่าทางการท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

การส่งเสริมการลงทุน หมายถึง การที่ภาครัฐมีมาตรการหนึ่งในหลายมาตรการในการดึงดูดนักลงทุนให้มาลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยที่ภาครัฐคอยควบคุมดูแลในเรื่องแหล่งทุน ภาษี ดอกเบี้ย รวมไปถึงอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ

การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว หมายถึง การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในด้านองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค ที่พัก และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี เป็นต้น

การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ หมายถึง การเสริมสร้างปรับปรุงช่องทางการสื่อสารในการนำข่าวสารทั้งที่เป็นข้อมูลทั่วไป การตลาด และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว ด้วยการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการคาดการณ์และกำหนดแผนงานในอนาคตอย่างชัดเจน

การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน หมายถึง การที่ภาคเอกชนในฐานะผู้ประกอบการร่วมมือกับภาครัฐในด้านลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว

การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว หมายถึง การรวมตัวเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีการติดต่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจ

การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน หมายถึง การมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชนท้องถิ่น ในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามแผน ร่วมกันใช้ประโยชน์ ร่วมติดตามและประเมินผล ร่วมบำรุงรักษา และ ร่วมเป็นเจ้าของ

การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้ประชาชนในชุมชนในฐานะเจ้าของพื้นที่ ให้มีจิตสำนึกและมีส่วนร่วมดูแลรักษา ฟื้นฟู มีความหวงแหน พึ่งพิง และใช้ประโยชน์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง แนวทางที่กำหนดขึ้นตามนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีแผน โครงการ กิจกรรม และหน่วยปฏิบัติการ เป็นแนวทางที่มีวัตถุประสงค์เน้นพัฒนาความมีประสิทธิภาพ สมรรถนะ ความพร้อม ความสามารถในการท่องเที่ยวสามารถนำไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นได้ และเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง แนวทางที่กำหนดขึ้นตามนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีแผน โครงการ กิจกรรม และหน่วยปฏิบัติการ เป็นแนวทางที่มีวัตถุประสงค์เน้นพัฒนาช่องทางการสื่อสารในการนำข่าวสารทั้งที่เป็นข้อมูลทั่วไปและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว และเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว หมายถึง แนวทางที่กำหนดขึ้นตามนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีแผน โครงการ กิจกรรม และหน่วยปฏิบัติการ เป็นแนวทางที่มีวัตถุประสงค์เน้นพัฒนาการรวมตัวเพื่อผลประโยชน์ร่วมและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจ และเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบ (Mixed Methodology) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ บุคลากรภาครัฐ บุคลากรภาคเอกชน บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ 2 กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ ทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จำนวน 20 คน ประกอบด้วย

บุคลากรภาครัฐ จำนวน 8 คน ได้แก่

- 1) หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัด
- 2) ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา
- 3) ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรม
- 4) ประชาสัมพันธ์จังหวัด
- 5) ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง

6) รองผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

7) ผู้อำนวยการโรงเรียนมะค่าวิทยาคม

8) เจ้าหน้าที่ประจำอุทยานประวัติศาสตร์

บุคลากรภาคเอกชน จำนวน 5 คน

1) ผู้จัดการสาขาอาวุโส ธนาคารกรุงไทย สาขากำแพงเพชร

2) อุปนายกสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร

3) กรรมการผู้จัดการปกากะญอรีสอร์ท

4) กรรมการผู้จัดการวังยางรีสอร์ท

5) กรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีเว็วรีสอร์ท

บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น จำนวน 5 คน

1) อดีตประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร

- 2) นายกเทศมนตรีตำบลวังยาง
- 3) รองนายกเทศมนตรีเมืองหนองปลิง
- 4) กำนันตำบลวังทอง
- 5) คณะกรรมการชุมชนและกรรมการตลาดย้อนยุคนครชุม

นักวิชาการ 2 คน

1) ผศ.ดร.อุทัยวรรณ ภูเท่ง อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

2) ผศ.ชูชาติ นพพลรัง อติตรองคณบดี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอคลองขลุง อำเภอชาลวาลักษณ์บุรี อำเภอพรานกระต่าย อำเภอลานกระบือ อำเภอโกสัมพีนคร และอำเภอคลองลาน ทั้ง 7 อำเภอดังกล่าวเป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยว โดยจำนวนประชากรอ้างอิงจากการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร หลังจากนั้นจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการประมาณค่าการสุ่มในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทำการแทนค่าตามสูตร และกำหนดตามสัดส่วนของแต่ละอำเภอที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้ผลดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอำเภอในจังหวัดกำแพงเพชร

ที่	อำเภอในจังหวัดกำแพงเพชร	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	เมืองกำแพงเพชร	113,705	137
2	คลองลาน	92,442	111
3	คลองขลุง	48,754	58
4	ชาลวาลักษณ์บุรี	32,152	38
5	พรานกระต่าย	14,023	17
6	ลานกระบือ	18,926	24
7	โกสัมพีนคร	10,998	15
	รวม	331,000	400

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร อันได้แก่ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน และ บุคลากรองค์กรท้องถิ่นและภาคประชาชน

3.2.2 แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่มีประเด็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 2 เดือน

3.2.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่สร้างขึ้น มีวิธีการและขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

1) ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ถึงรายละเอียดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อนำผลที่ศึกษามาสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร และการเสนอแนะแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

3) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ ทำการตรวจสอบในเบื้องต้นเพื่อให้มีความเหมาะสมสอดคล้องก่อนนำไปทดสอบหาความเชื่อมั่น รวม 7 ท่าน ได้แก่ 1) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 2 ท่าน คือ ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง และอาจารย์ ดร.วิมล หอมยิ่ง 2) ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน คือ ศาสตราจารย์ ดร.อิมรอน มะลูลีม พลเอก ดร.เกษมชาติ นเรศเสนีย์ อาจารย์ ดร.บุญเรือง ศรีเหรียญ อาจารย์ ดร.ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร และอาจารย์ ดร.ชรินทร์ สีทับทิม

4) นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ไปทดลองใช้กับประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัยครั้งนี้ (Try Out) จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability)

5) นำแบบสอบถามฉบับจริงไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิจัยเชิงคุณภาพจะเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ และ การวิจัยเชิงปริมาณจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.3.1 ขอนหนังสือจากหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อความสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2 ประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก (In-Depth Interview) และขอสัมภาษณ์ ขอข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ เพื่อนำมาเขียนผลการศึกษา โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

3.3.3 ประสานงานกับชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อขอเข้าไปเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะเดินทางไปแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.3.4 จัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เพื่อนำมาเขียนและวิเคราะห์ผลการศึกษา

3.3.5 รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดำเนินการดังนี้

1) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทุกฉบับ และวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลข้อมูล

2) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาคเดิม ระดับการศึกษา อาชีพ การเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ครั้งล่าสุด และท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรโดยเฉลี่ย จำนวนกี่ครั้ง/ต่อปี

3) ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย มีวัตถุประสงค์ชัดเจน ความต่อเนื่องของนโยบาย นำไปปฏิบัติได้ และวัดผลและประเมินได้

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมคะแนนที่ได้ทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการแปลข้อมูลในภาพรวมและรายชื่อ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากคะแนนเฉลี่ยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

แต่ละช่วงชั้นห่างกัน = 0.8 คะแนน

ซึ่งสามารถกำหนดเป็นเกณฑ์การวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยได้ 5 ระดับ ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ มากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ มาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ ปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ น้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

4) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมคะแนนที่ได้ทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการแปลข้อมูลในภาพรวมและรายข้อ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากคะแนนเฉลี่ยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

แต่ละช่วงชั้นห่างกัน = 0.8 คะแนน

ซึ่งสามารถกำหนดเป็นเกณฑ์การวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยได้ 5 ระดับ ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ มากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ มาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ ปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ น้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

5) ข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ และยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมคะแนนที่ได้ทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการแปลข้อมูลในภาพรวมและรายข้อ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากคะแนนเฉลี่ยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

แต่ละช่วงชั้นห่างกัน = 0.8 คะแนน

ซึ่งสามารถกำหนดเป็นเกณฑ์การวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยได้ 5 ระดับ ดังนี้

- 4.21– 5.00 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ มากที่สุด
 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ มาก
 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ ปานกลาง
 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ น้อย
 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

6) การทดสอบปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่มีผลต่อ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) คำนวณโดยการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้สูตรการ คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2540)

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

- เมื่อ r_{xy} เป็น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
 $\sum X$ เป็น ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1 (X)
 $\sum Y$ เป็น ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)
 $\sum XY$ เป็น ผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูลตัวแปรที่ 1 (X) และ 2 (Y)
 $\sum X^2$ เป็น ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1 (X)
 $\sum Y^2$ เป็น ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)
 N เป็น จำนวนข้อมูลหรือจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

โดยกำหนดเกณฑ์เพื่อพิจารณาขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปร ตามออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับมาก ระดับปานกลาง และระดับน้อย (ไข่มุกข์ วิเชียรเจริญ, 2535)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเข้าใกล้ 0.7 ขึ้นไป มีความสัมพันธ์ระดับมาก
 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเข้าใกล้ 0.5 (0.30-0.70) มีความสัมพันธ์ระดับ ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเข้าใกล้ 0 (ต่ำกว่า 0.30) มีความสัมพันธ์ระดับน้อย

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

- 1) ศึกษามาตรการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั่วไป
- 2) ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 3) วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
- 4) วิเคราะห์ผลของการตอบแบบสอบถาม
- 5) ประเมินทบทวนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าและตรวจสอบยุทธศาสตร์ โดยผู้ให้ข้อมูล สำคัญ 20 คน

ตารางที่ 3.2 ตัวบ่งชี้สัมพันธ์กับตัวแปรและมาตรวัดการศึกษาตัวแปร

ตัวแปรที่ศึกษา	ตัวบ่งชี้ปัจจัยที่ศึกษา	มาตรวัด
ปัจจัยด้านนโยบาย การท่องเที่ยวของ จังหวัด กำแพงเพชร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 2. มีความต่อเนื่อง 3. นำไปปฏิบัติได้ 4. วัดผลและประเมินได้ 	วัดผลโดยการใช้เทคนิคการวิจัยทางด้าน คุณภาพโดยการศึกษาเอกสารที่ เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ ของการวัดผลในทุกตัวบ่งชี้
ปัจจัยด้านการ บริหารจัดการการ ท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร	<ol style="list-style-type: none"> 1. การส่งเสริมและพัฒนาการ ท่องเที่ยว 2. การส่งเสริมการลงทุน 3. การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้าน การบริการท่องเที่ยว 4. การส่งเสริมการตลาดและ ประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ 5. การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 6. การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อการท่องเที่ยว 7. การร่วมสร้างเครือข่ายการ ท่องเที่ยว 8. การมีส่วนร่วมในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 9. การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้อง ผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 	วัดโดยการใช้เทคนิคการวิจัยทางด้าน คุณภาพ คือ การศึกษาจากเอกสารที่ เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ ข้อมูลสำคัญและด้านปริมาณ คือ การ แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัด กำแพงเพชร เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ ของการวัดผลในทุกตัวบ่งชี้
ยุทธศาสตร์การ บริหารจัดการการ ท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร	<ol style="list-style-type: none"> 1. ยุทธศาสตร์การส่งเสริม ศักยภาพการท่องเที่ยว 2. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ 3. ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่าย การท่องเที่ยว 	วัดโดยการใช้เทคนิคการวิจัยทาง ด้าน คุณภาพ คือ การศึกษาจากเอกสารที่ เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ ข้อมูลสำคัญและด้านปริมาณ คือ การ แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัด กำแพงเพชร เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ ของการวัดผลในทุกตัวบ่งชี้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร และศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Research) ที่มีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง 18 คนและการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน

- 4.1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร
- 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร
- 4.3 เสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

4.1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

การศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ในส่วนนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม โดยมีผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร

จังหวัดกำแพงเพชร ได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว โดยพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก มีการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่จากสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนของจังหวัด รวมทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาจังหวัด ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมีดังนี้ 1) จุดแข็ง มีดังต่อไปนี้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้ขึ้นทะเบียนและประกาศจาก UNESCO ให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติคลองลาน อุทยานแห่งชาติ

แม่วงศ์ อุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง มีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกำแพงเพชร สถานที่รวบรวมและจัดแสดงศิลปวัตถุแห่งยุคสมัยที่โดดเด่นและสวยงาม แสดงถึงประวัติความเป็นมาเมื่อครั้งอดีตของจังหวัดกำแพงเพชร มีประเพณีวัฒนธรรมที่สวยงาม เช่น งานประเพณีบนพระเล่นเพลง งานสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง เทศกาลกินกล้วยเดี่ยว เที่ยวเมืองกำแพง เป็นต้น และมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ พิพิธภัณฑสถานวัดถ้ำผา วัดวังพระธาตุ (เมืองไตรตรึงษ์) วัดพระบรมธาตุ และมีท่องเที่ยวชุมชนแก่งเกาะใหญ่ เป็นต้น 2) จุดอ่อน มีดังต่อไปนี้ ระบบขนส่งยังไม่พร้อม การบริการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสู่แหล่งท่องเที่ยว ไม่มีรถบริการรับส่งจากตัวเมืองถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด ถนนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก บุคลากรด้านการบริการยังมีข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมีน้อย จำนวนป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยมาก การบูรณาการความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนยังมีทิศทางไม่ชัดเจนและขาดการเชื่อมโยงเชิงบูรณาการอย่างเป็นระบบ และสินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น การบริการ ที่พัก ร้านอาหาร มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์จำหน่ายของฝากของที่ระลึก การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) อุปสรรค มีดังต่อไปนี้ ที่ผ่านมามีจังหวัดไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาล การชะลอตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่เป็นผลสืบเนื่องจากเศรษฐกิจยุโรปและสหรัฐอเมริกา รวมทั้งราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น การดำเนินกลยุทธ์การท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ของประเทศในภูมิภาคอาเซียนเพื่อช่วงชิงนักท่องเที่ยวจากไทย ความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศเป็นสาเหตุให้นโยบายการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่อง จังหวัดใกล้เคียงมีศักยภาพด้านการบริการ เช่น คมนาคม สถานที่พัก อาหาร และการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานมากกว่าจังหวัดกำแพงเพชร และปัจจัยเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติในรูปแบบต่างๆ ซึ่งจังหวัดเป็นพื้นที่ที่ประสบปัญหาอุทกภัยและภัยแล้งเป็นประจำทุกปี และ 4) โอกาส มีดังต่อไปนี้ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในระดับชาติให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในทุกมิติ กลุ่มจังหวัดได้จัดยุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดกับจังหวัดใกล้เคียง การดำเนินการตามข้อตกลงเปิดการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) นโยบายการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ วัฒนธรรม สินค้าท้องถิ่น (OTOP) กิจการสปา (Spa) และสุขภาพ และนโยบายในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ภาษาต่างประเทศในกลุ่มอาเซียนและภาษาที่จำเป็น (เอกสารสรุปผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร, 2557)

การวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้การกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรสอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด ยุทธศาสตร์พัฒนาภาค แผนบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายรัฐบาล แผนนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐธรรมนูญ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งแผนพัฒนาจังหวัดนำไปสู่แผนพัฒนาการท่องเที่ยว การกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของ

จังหวัดมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับนโยบายในระดับต่างๆ อันได้แก่ ประการที่ 1 แผนนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 (แผนพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร, 2557-2570) ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้ แผนนโยบายด้านความมั่นคงของรัฐ แผนนโยบายด้านการบริหารราชการแผ่นดิน แผนนโยบายด้านศาสนา สังคม การสาธารณสุข การศึกษาและวัฒนธรรม แผนนโยบายด้านกฎหมายและการยุติธรรม แผนนโยบายด้านการต่างประเทศ แผนนโยบายด้านเศรษฐกิจ แผนนโยบายด้านที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แผนนโยบายด้านวิทยาศาสตร์ ทรัพยากรพลังงาน และแผนนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ประการที่ 2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) มียุทธศาสตร์หลักๆ ดังนี้ ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์การสร้างการเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม และยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ประการที่ 3 นโยบายรัฐบาล มีสาระสำคัญ 3 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นที่ 1 ประเทศไทยไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจที่สมดุล มีความเข้มแข็งของเศรษฐกิจในประเทศมากขึ้น ซึ่งจะเป็พื้นฐานที่สำคัญของการสร้างความเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน การพัฒนาคุณภาพและสุขภาพคนไทยในทุกช่วงวัย ถือเป็นปัจจัยชี้ขาดความสามารถในการอยู่รอดและแข่งขันได้ของเศรษฐกิจไทย ประเด็นที่ 2 นำประเทศไทยสู่สังคมที่มีความปรองดองสมานฉันท์ และอยู่บนพื้นฐานของหลักนิติธรรมที่เป็นมาตรฐานสากลเดียวกัน และมีหลักปฏิบัติที่เท่าเทียมกันต่อประชาชนคนไทยทุกคน และ ประเด็นที่ 3 นำประเทศไทยไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 อย่างสมบูรณ์ โดยสร้างความพร้อมและความเข้มแข็งทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และการเมืองและความมั่นคง ประการที่ 4 แผนบริหารราชการแผ่นดิน 4 ปี (พ.ศ. 2555-2558) มีสาระสำคัญ ดังนี้ นโยบายที่ 1 นโยบายเร่งด่วนที่จะเริ่มดำเนินการในปีแรก นโยบายที่ 2 นโยบายความมั่นคงของรัฐ นโยบายที่ 3 นโยบายเศรษฐกิจ นโยบายที่ 4 นโยบายสังคมและคุณภาพชีวิต นโยบายที่ 5 นโยบายที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นโยบายที่ 6 นโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัย และนวัตกรรม นโยบายที่ 7 นโยบายการต่างประเทศ และเศรษฐกิจระหว่างประเทศ นโยบายที่ 8 นโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ทั้งนี้ นโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล มีเรื่องของการท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย คือ เร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ สนับสนุนการพัฒนางานศิลปหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่น และ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งเงินทุน ประการที่ 5 ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเหนือ มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคือ สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการภายใต้แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ภาคเหนือมีศักยภาพสูง และยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลักให้ยั่งยืนและเท่าทันกระแสตลาดสากล พัฒนาคณะและสังคมให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เสริมสร้างความมั่นคงทางสังคมเพื่อการเข้าถึงบริการทางสังคมอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และ ประการที่ 6 ทิศทางการพัฒนาภาคเหนือตอนล่าง 2 ประเด็นที่

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง คือ เพิ่มรายได้จากการพัฒนาและสร้างสินค้าการท่องเที่ยว โดยเพิ่มโอกาสการขยายตัวทางการค้า ลงทุนยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งสร้างรายได้ จัดทำแผนและใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก (อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร) และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ส่วนประเด็นยุทธศาสตร์จังหวัดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร จากการศึกษาเอกสาร (เอกสารสรุปผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) พบว่า แนวทางในการดำเนินงานในปี 2557 มี 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม พัฒนา และบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานการท่องเที่ยว โดยการ 1.1) เชื่อมโยงบทบาทและภารกิจและประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ในฐานะหน่วยงานสนับสนุนเพื่อให้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน 1.2) การสร้างพันธมิตร เครือข่ายด้านการท่องเที่ยว 1.3) ส่งเสริมการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยอำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยว 1.4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้คนในชุมชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คนในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม และอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามไว้ให้ลูกหลานต่อไป 1.5) จัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นในยุคปัจจุบัน 1.6) สร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับภาคีที่เกี่ยวข้อง 1.7) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ให้มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวมากขึ้น 1.8) ส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นที่มีความจำเป็น เช่น การอบรมหลักสูตรการนวดแผนไทย สปา เป็นต้น 1.9) พัฒนามาตรฐานการบริการท่องเที่ยวในจังหวัด ทั้งด้านการนำเที่ยว สถานประกอบการที่พัก ร้านอาหาร เพื่อนำไปสู่การขอรับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยต่อไป 1.10) ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแล อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดอบรมอาสาสมัครนำเที่ยว จะได้ทั้งคนนำเที่ยวและดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตลอดจนเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกด้วย 1.11) ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง และ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว โดยการ 2.1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัด เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม 2.2) ปรับปรุงภูมิทัศน์ท่องเที่ยวชุมชนแห่งแรกของจังหวัดกำแพงเพชร ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ 2.3) สำรวจและจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม และจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2.4) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ 2.5) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุง

ภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อ ลานกางเต็นท์ ความหมาย ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและสูงอายุ จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพง มีความชัดเจน โดยนโยบายถูกกำหนดขึ้นสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ด้วยศักยภาพของเมืองกำแพงเพชรที่มีดินดี น้ำดี ป่าสมบูรณ์ จึงเป็นที่มาของการกำหนด วิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัดที่ว่า ผู้นำการผลิตเกษตรปลอดภัยและการท่องเที่ยวถิ่นมรดกโลก โดยมีสำนักงานกีฬาและท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรเป็นเป็นองค์กรหลักในการบูรณาการ ขับเคลื่อนนโยบายและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและกีฬาในระดับจังหวัด มีพันธกิจที่จะ 1) ส่งเสริมสนับสนุนการบริหารจัดการการตลาดและการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างรายได้เข้าสู่จังหวัด 2) บูรณาการประสานงานการขับเคลื่อนนโยบายและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ให้มีเอกภาพเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับทุกภาคส่วน และเป็นส่วนที่เกิดสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของจังหวัด 3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานเพื่อให้เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มี คุณภาพสามารถสร้างแรงดึงดูดใจให้เกิดการมาท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง 4) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้เกิดความประทับใจให้กับผู้ที่มาท่องเที่ยวที่ จังหวัดกำแพงเพชร และ 5) ส่งเสริมสนับสนุนด้านกีฬา นันทนาการ การออกกำลังกายและวิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน ส่วนเป้าหมาย ในการดำเนินงานนโยบายด้านการท่องเที่ยว จังหวัดได้กำหนดเป้าหมายเพื่อ 1) เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดให้มากขึ้น 2) เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้น 3) ไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะที่สร้างปัญหาหรือผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศน์ โดยมีแนวทางการพัฒนา 1) พัฒนา/ปรับปรุงเพื่อเพิ่มความสวยงามและความน่าเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ 2) พัฒนาพื้นที่ที่ศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) พัฒนา/ปรับปรุง สิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนวัน/เวลา การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 5) จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตามหัวเวลาที่เหมาะสม และ 6) สร้างสินค้า OTOP เพื่อจำหน่ายให้แก่ักท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาถึงปัญหาและทางเลือก จังหวัดกำแพงเพชรมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้แก่ท้องถิ่น ตามนโยบายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพราะฉะนั้น ควรเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐาน และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวและการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกตามนโยบายของรัฐบาล ในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดได้จัดให้มีงานประจำปีและงานในเทศกาลต่าง เช่น งานประเพณีงานนบพระ-เล่นเพลง งานกาชาดจังหวัดกำแพงเพชร งานมหกรรมอาหารพื้นบ้าน เทศกาลกินกล้วยเดี่ยว เที่ยวเมืองกำแพงเพชร งานสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง ตลาดย้อนยุคนครชุม โครงการที่วัดพระบรมธาตุ ส่วนผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว จะเป็นสินค้าโอท็อป เช่น มะพร้าวเสวย กลุ่มอาชีพสตรีทำดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น หัตถกรรมหินอ่อน หัตถกรรมหินอ่อน (ติ๊กูเอียะมังกรพันเสา) หัตถกรรมหินอ่อน (งาช้าง) หัตถกรรมเป่าแก้ว ผ้าทอมือ

ผ้าไหมมัดหมี่ ผลิตภัณฑ์จากดีบุก ผ้าตีนจก กล่องจากกระดาษกล้วยไข่ กล้วยกวน ส้มโอทิพย์
 เฉาก้วยชากิ่งราว กระจายสารทแม่ทองพิณ

ประเด็นที่ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต ควรมีการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของบริบทการพัฒนา และสถานการณ์แนวโน้มด้านการท่องเที่ยว โดยประเด็นที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ความมุ่งมั่นพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อสนับสนุนแนวทางการพัฒนาดังกล่าวจังหวัดต้องมีการพัฒนาฟื้นฟูและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม รวมถึงพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพัฒนามาตรฐานสินค้าและการให้บริการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนให้ความสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตความเสี่ยงและความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวการพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว พัฒนาการตลาดสมัยใหม่ ส่งเสริมการขายในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง โดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้มีความต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จังหวัดกำแพงเพชรควรกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ 1) พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ร้านอาหาร สถานประกอบการบริการสินค้าท้องถิ่น (OTOP) กิจกรรมสปา (Spa) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในด้านภาษา การบริการนำเที่ยว ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรเชิงรุกเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด 4) สร้างเครือข่ายในกลุ่มประเทศอาเซียน ในการรองรับการเปิดเสรีการค้าอาเซียน 5) พัฒนาศักยภาพการให้บริการ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้สามารถนำไปสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ และสร้างประสบการณ์ให้กับบุคลากร 6) พัฒนาระบบขนส่งเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว 6) พัฒนาป้ายบอกทางเพิ่มภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาหลักในการสื่อสารเมื่อเปิดเสรีการค้าอาเซียนในปี 2558 และเพิ่มจำนวนป้ายบอกทางให้มากยิ่งขึ้น (เอกสารสรุปผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร, 2557)

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเพื่อสามารถผนึกพลังความร่วมมือตามบทบาทความรับผิดชอบร่วมกันโดยนำเอาแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ของแผนมาแปลงไปสู่แผนปฏิบัติการในระดับต่างๆ ที่สามารถนำไปขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมควบคู่ไปกับการปรับระบบการจัดสรรทรัพยากรปรับปรุง

กฎหมายกฎระเบียบรวบรวมทั้งสร้างองค์ความรู้เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนให้สัมฤทธิ์ผลและมีการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบโดยมีแนวทางสำคัญ

จากการศึกษาการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดได้มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน และ แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม พัฒนา และบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน 2 แนวทาง แต่ละแนวทางมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ คือ แนวทางที่ 1 การพัฒนามาตรฐานการบริการ อันได้แก่ การเป็นเจ้าของบ้านที่ดีของผู้ประกอบการท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวประเภทผู้นำเที่ยวท้องถิ่นและศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวระหว่างชุมชน และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ อันได้แก่ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานพัฒนาชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว สาธารณสุขจังหวัด สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และตำรวจภูธร แนวทางที่ 2 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานประเพณีของจังหวัดกำแพงเพชร เช่น งานสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง งานนบพระเล่นเพลง เทศกาลกินกล้วยเดี่ยวเที่ยวเมืองกำแพง และงานเทศกาลลอยกระทง โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ อันได้แก่ สำนักงานจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แนวทางที่ 3 การพัฒนาอาชีพเพื่อให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ การนวดไทย นวดฝ่าเท้า ไทยสปา และผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ อันได้แก่ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน พัฒนาชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แนวทางที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว อันได้แก่ จักรยานแรลลี่ความดีเพื่อถวายในหลวง (ท่องเที่ยวเชิงกีฬา) การส่งเสริมและพัฒนาย่านการค้านครชุม และการท่องเที่ยวประเพณีวัฒนธรรมเมืองมรดกโลกกำแพงเพชร โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ อันได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด อุทยานประวัติศาสตร์ สำนักงานจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว แนวทางที่ 5 เพิ่มศักยภาพ ภาคีรัฐ เอกชน เชื่อมโยงการค้าการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ อันได้แก่ สำนักงานจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน 2 แนวทาง แต่ละแนวทางมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ คือ แนวทางที่ 1 พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสู่มาตรฐานการท่องเที่ยว โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ อันได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ และแนวทางที่ 2 พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ แก่งเกาะใหญ่ เกาะเสือ อุทยานแห่งชาติคลองลาน อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ พิพิธภัณฑวัดปราสาท และบ่อน้ำพุร้อนพระร่วง โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมดำเนินการ อันได้แก่ สำนักงานการ

ท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แขวงทางจังหวัด และแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (เอกสารสรุปผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร, 2557)

จังหวัดได้มีกระบวนการในการติดตามและประมวลผลตามแนวทางของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังนี้ 1) วิธีการจัดเก็บและประมวลผลสถิติ โดยแยกเป็นสถิติท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย ได้ข้อมูลจากกองตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งจัดเก็บจากด่านตรวจคนเข้าเมืองถาวรทั่วประเทศ และ สถิติการเดินทางภายในประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดจ้างบริษัทหรือสถาบันการศึกษาเป็นผู้ประมวลผลสถิติการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ รายไตรมาส โดยใช้ข้อมูลจาก 2 ด้าน คือ 1) จำนวนผู้ที่เข้าพักแรมในโรงแรม และบ้านพักรับรองทางราชการต่างๆ โดยมอบหมายให้เจ้าหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละกลุ่มจังหวัดเป็นผู้รวบรวมข้อมูลอัตราการเข้าพักในพื้นที่ทุกจังหวัดนำเสนอเป็นรายเดือน 2) ผลการสำรวจวิจัยพฤติกรรมการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยจัดจ้างบริษัทเอกชน หรือสถาบันการศึกษา ดำเนินการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ แล้ว ทั้งนี้โดยจะสำรวจวิจัยใน 5 ประเด็นหลัก คือ 1) โครงสร้างทั่วไปของผู้เดินทางภายในจังหวัด เช่น ภูมิลำเนา เพศ อายุ ระดับรายได้ วัตถุประสงค์ในการเดินทางและจำนวนจังหวัดในการเดินทางแต่ละครั้ง เป็นต้น 2) พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน เช่น ลักษณะการเดินทางพาหนะที่ใช้ ประเภทสถานที่พัก และระยะเวลาที่พัก เป็นต้น 3) ทักษะคิดและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว 4) โครงสร้างการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7 หมวดหลัก และ 5) โครงสร้างค่าใช้จ่ายก่อนการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับวิธีการจัดเก็บข้อมูลนั้น บริษัทจะเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้ที่เดินทางเข้าไปในจังหวัด โดยแต่ละจังหวัดจะแบ่งจุดเก็บข้อมูลออกเป็น 3 จุด คือ จุดเดินทางเข้า-ออก จุดท่องเที่ยว และจุดพักผ่อน ส่วนวิธีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลผู้เข้าพักแรม ใช้วิธีจัดเก็บตามสถานที่พักแรมทั้งภาครัฐและเอกชน ในพื้นที่รับผิดชอบส่งภายในวันที่ 20 ของทุกเดือนถัดไป เพื่อนำไปรวมกับข้อมูลต่างๆ แล้วทำการประเมินผลเป็นรายไตรมาส จัดส่งมายังสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นข้อมูลทำการและเผยแพร่ต่อไป โดยมีคานียามต่างๆ ที่ทำการจัดเก็บข้อมูล คือ ผู้เยี่ยมเยือน หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในสถานพักแรม (พักค้างแรม) และ นักทัศนาจร หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่แบบเข้าไป เย็นกลับ (ไม่พักค้างแรม) (เอกสารสรุปผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร, 2557)

จากผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์จังหวัด ปี 2553-2554 ในประเด็นยุทธศาสตร์ส่งเสริม พัฒนา และบริหารจัดการการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพสู่สากล โดยมีเป้าประสงค์ คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการสู่สากล ผลประเมินพบว่า รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2554 เพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 33 โดยที่ในปี 2553 จังหวัดมีรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 2 แต่เพิ่มขึ้นในปี 2554 (2.6 ล้านบาท) ร้อยละ 33 (สูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้เพิ่มร้อยละ 3) ทั้งนี้ ในปี 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 และ ลดลงในปี 2554 ร้อยละ 31.63 สถานการณ์ทางการเมือง และปัญหาอุทกภัยครั้งใหญ่ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง แต่รายได้สูงขึ้นและรายได้ที่

เพิ่มส่วนหนึ่งมาจากผู้ประสบอุทกภัยจากจังหวัดต่างๆ มาพักพิง สำหรับข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดกำแพงเพชร จำแนกเป็นแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และรายได้ เปรียบเทียบกันระหว่างปี พ.ศ. 2556 กับ พ.ศ. 2557 มีดังนี้ 1) อุทยานแห่งชาติคลองลาน ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 194,967 คน ชาวต่างชาติ 1,393 คน รวม 196,106 คน จำนวนรายได้ 7,760,360 บาท ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 ชาวไทย จำนวน 134,142 คน ชาวต่างชาติ 817 คน รวม 134,959 คน จำนวนรายได้ 3,706,570 บาท 2) อุทยานแห่งชาติแม่วงศ์ ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 28,685 คน ชาวต่างชาติ 393 คน รวม 29,078 คน จำนวนรายได้ 1,785,085 บาท ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 26,197 คน ชาวต่างชาติ 245 คน รวม 26,442 คน จำนวนรายได้ 1,708,228 บาท 3) อุทยานแห่งชาติคลองเจ้า ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 18,932 คน ชาวต่างชาติ 242 คน รวม 19,174 คน จำนวนรายได้ 60,6465 บาท ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 9,113 คน ชาวต่างชาติ 16 คน รวม 9,129 คน จำนวนรายได้ 43,7890 บาท 4) อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 96,691 คน ชาวต่างชาติ 12,797 คน รวม 109,488 คน จำนวนรายได้ 1,702,000 บาท ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 64,675 คน ชาวต่างชาติ 5,936 คน รวม 70,611 คน จำนวนรายได้ 1,107,860 บาท 5) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 12,316 คน ชาวต่างชาติ 49 คน รวม 12,365 คน จำนวนรายได้ 128,293 บาท ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 13,374 คน ชาวต่างชาติ 173 คน รวม 13,579 คน จำนวนรายได้ 89,124 บาท 6) บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 91,284 คน ชาวต่างชาติ 1,463 คน รวม 92,747 คน จำนวนรายได้ 1,072,918 บาท ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 54,123 คน ชาวต่างชาติ 560 คน รวม 54,683 คน จำนวนรายได้ 973,082 บาท 7) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสนามเพรียง ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 13,624 คน ชาวต่างชาติ - คน รวม 13,624 คน จำนวนรายได้ เที่ยวชมฟรี ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 9,393 คน ชาวต่างชาติ 1 คน รวม 9,394 คน เปิดให้เที่ยวชมฟรี 8) พิพิธภัณฑสถานเฉลิมราชวัตปราสาท ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 3,763 คน ชาวต่างชาติ - คน รวม 3,763 คน เปิดให้เที่ยวชมฟรี ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,126 คน ชาวต่างชาติ - คน รวม 1,126 คน เปิดให้เที่ยวชมฟรี สรุปยอดรวมจำนวนนักท่องเที่ยว และ จำนวนรายได้ ทั้ง 2 ปี ได้ดังนี้ ปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 460,262 คน ชาวต่างชาติ 16,083 คน รวม 476,345 คน และ จำนวนรายได้ 13,055,121 บาท ส่วนในปี 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 312,143 คน ชาวต่างชาติ 7,748 คน รวม 319,819 คน และ จำนวนรายได้ 8,022,754 บาท สำหรับในปี พ.ศ. 2554 และ 2555 พบว่า ปี 2554 ยอดรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 963,557 คน จำนวนรายได้ 10,043,816 บาท ส่วนปี 2555 ยอดรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 477,405 คน จำนวนรายได้

11,283,020 บาท (ข้อมูล ปี 2557 ข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 - เมษายน 2557) (เอกสารสรุปผลการดำเนินงานการพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร, 2557)

สรุปสาระสำคัญของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร

ยุทธศาสตร์มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สอดรับกับยุทธศาสตร์และนโยบายในระดับต่างๆ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และมีการติดตามและประเมินผลตามแนวทางของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่วนการกำหนดยุทธศาสตร์มีการนำจุดแข็ง จุดเด่นของจังหวัด มาเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พัฒนาจัดอ่อนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ มีการปรับตัวเพื่อรองรับกับอุปสรรค เช่น สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางการเมือง พัฒนาศักยภาพด้านบริการให้เท่าเทียมกับจังหวัดใกล้เคียง และสนองตอบนโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ และกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้สอดคล้องยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดด้วยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดกับจังหวัดใกล้เคียง และเตรียมความพร้อมในการที่ประเทศไทยจะเปิดการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม ซึ่งมีผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติในประเด็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

(n = 400)

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว	3.82	0.90	มาก
2. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์	3.87	0.89	มาก
3. ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว	3.99	0.88	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89	0.89	มาก

จากตารางที่ 4.1 พิจารณาในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 3 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว มากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.88) รองลงมา คือ ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.89) และกลุ่ม

ตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร จากผู้บริหาร นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ประชาชน และองค์กรท้องถิ่น โดยมีผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังต่อไปนี้

4.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นที่เกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร จากผู้บริหาร นักวิชาการ ผู้ประกอบการ และประชาชนและองค์กรท้องถิ่น โดยมีประเด็นเกี่ยวกับนโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว 4 ประเด็น คือ นโยบายมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ความต่อเนื่องของนโยบาย การนำไปปฏิบัติ และการติดตามและประเมินผล ผู้วิจัยจะได้พรรณนาความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

1.1 นโยบายมีวัตถุประสงค์ชัดเจน

(ปรีชา ปานพรหม, ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า จากศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร สามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่การท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรประสบปัญหาด้านขาดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นระบบ (สิริยา บุญญศิริพฤกษ์, ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้นำเสนอทางเลือก การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรว่า ควรมีการกำหนดให้สอดคล้องกับบริบทและสภาพปัญหาของพื้นที่ อีกทั้งการจัดสรรงบประมาณในการปฏิบัติควรให้สอดคล้องกันด้วย รวมทั้ง ควรมีการจัดเตรียมบุคลากรเพื่อให้เกิดความพร้อมในการปฏิบัติงานตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ เช่น การจัดการอบรมบุคลากรและคนในพื้นที่ให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติงานตรงตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้ และควรมีการกำหนดมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน และ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและท้องถิ่น ควรให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

1.2 ความต่อเนื่องของนโยบาย

(สกุลเพชร พิกุลประเสริฐ, หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า จังหวัดยังขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกจังหวัดอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง ในขณะที่ (รวีโรจน์ ส่องศรี, ประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวถึง นโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรว่า จากกระแสความต้องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ผนวกกับนโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนการเร่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยฟื้นฟู พัฒนาคุณภาพ มาตรฐานการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ สามารถ

เชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ควบคู่กับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคุณครูเกษียณอายุ กลุ่มประชุมและแสดงสินค้า และกลุ่มที่มีความสนใจระบบนิเวศน์ วัฒนธรรมท้องถิ่น แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จึงเป็นประเด็น ทำทนาย ให้ทุกภาคส่วนในจังหวัดที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว มรดกโลกอย่างยั่งยืนต่อไป ส่วน (สันติ อภัยราช, อดีตประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ผู้บริหารระดับการกำหนดนโยบาย ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และปัจจัยทางการเมือง มีผลทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่อง

1.3 การนำนโยบายไปปฏิบัติ

(ฐิติมา ป้อมปราการ, เจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, 2557) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในการนำนโยบายมาสู่ขั้นตอนการปฏิบัติ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการไม่ได้รับทราบรายละเอียดของนโยบาย เมื่อผู้บังคับบัญชาของหน่วยงานทราบรายละเอียดของนโยบาย ควรแจ้งผู้ใต้บังคับบัญชาของหน่วยงานให้รับทราบถึงรายละเอียดของนโยบาย เพื่อนำไปปฏิบัติ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป ในขณะที่ (นภวดี วันนุ, ผู้อำนวยการโรงเรียนมะค่าวิทยาคม, 2557) และ (ธวัชชัย สมศิลป์, ผู้จัดการสาขาอาวุโส ธนาคารกรุงไทย สาขากำแพงเพชร, 2557) ได้ให้สัมภาษณ์ความตรงกันว่า ต้องการให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้เกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว เพื่อการปรับตัว มีการประชุมสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

1.4 การติดตามและประเมินผล

(เทียนฉาย ประสานสิน, รองนายกเทศมนตรีตำบลหนองปลิง, 2557) ได้ให้สัมภาษณ์ประเด็นการติดตามและประเมินผลว่า กระบวนการในการติดตามและประเมินผล ดำเนินการโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบเท่านั้น ควรเปิดให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้าร่วมในกระบวนการประเมินด้วย

ตารางที่ 4.2 สรุปสาระสำคัญการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้อง

ประเด็น	สรุป
นโยบายมีวัตถุประสงค์ชัดเจน	นโยบายมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สอดรับกับนโยบายในระดับต่างๆ
ความต่อเนื่องของนโยบาย	ผู้บริหารระดับการกำหนดนโยบายแต่ละท่านที่มาดำรงตำแหน่งต่างให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับที่ต่างกัน
การนำนโยบายไปปฏิบัติ	การมีส่วนร่วมในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังมีน้อยและควรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ
การติดตามและประเมินผล	ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

จากตารางที่ 4.2 สรุปได้ว่า นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ที่ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า นโยบายการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความชัดเจนในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนได้ เพราะนโยบายมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สอดรับกับนโยบายในระดับต่างๆ ส่วนความต่อเนื่องของนโยบายนั้นต้องขึ้นอยู่กับผู้บริหารระดับนโยบายว่าจะให้ความสำคัญหรือเน้นการพัฒนาด้านใดมากที่สุด กระบวนการในการนำนโยบายไปปฏิบัติและการติดตามและประเมินผลควรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษา โดยได้นำเสนอตามประเด็นสำคัญของแต่ละรายการ โดยผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	220	55.00
หญิง	180	45.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	55	13.75
20-30 ปี	140	35.00
31-40 ปี	60	15.00
41-50 ปี	27	6.75
51-60 ปี	81	20.25
61 ปี ขึ้นไป	37	9.25
3. ภูมิลำเนาเดิม		
จังหวัดกำแพงเพชร	271	67.75
ไม่ใช่กำแพงเพชร	129	32.25
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	17.50
ปริญญาตรี	289	72.25
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.25

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	64	16.00
ข้าราชการ	67	16.75
พนักงานเอกชน	101	25.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	142	35.50
ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว	21	5.25
อื่น ๆ (ระบุ)ว่างงาน	5	1.25
6. การเดินทางมาท่องเที่ยว		
คนเดียว	7	1.75
ครอบครัว/ญาติ	240	60.00
เพื่อน	102	25.50
กรุ๊ปทัวร์	40	10.00
อื่นๆ (ระบุ)ว่างงาน	11	2.75
7. ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร		
ไปเช้าเย็นกลับ	326	81.50
พักค้างคืน	74	18.50
8. ครึ่งล่าสุดท่านมาท่องเที่ยว		
1 วัน	316	79.00
2-4 วัน	39	9.75
5-7 วัน	45	11.25
มากกว่า 1 อาทิตย์	-	-
9. มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรโดยเฉลี่ย		
1-2 ครั้ง	189	47.25
3-4 ครั้ง	166	41.50
5-6 ครั้ง	35	8.75
มากกว่านี้	10	2.50

จากตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ภูมิลำเนาเดิม ระดับการศึกษา อาชีพ การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ครั้งล่าสุด และท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรโดยเฉลี่ย จำนวนกี่ครั้ง/ต่อปี ปรากฏผลดังนี้

เพศ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.00 เป็นเพศชาย มีจำนวน 220 คน และร้อยละ 45.00 เป็นเพศหญิง มีจำนวน 180 คน ตามลำดับ

อายุ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.25 ส่วนอายุที่น้อยที่สุด คือ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ภูมิลำเนาเดิม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 67.75 มีภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวน 271 คน และร้อยละ 32.25 มีภูมิลำเนาที่ไม่ใช่คนในจังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวน 129 คน ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.50 ส่วนระดับการศึกษาที่น้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

อาชีพ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมา คือ พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ส่วนอาชีพที่น้อยที่สุด คือ อื่นๆ (ว่างงาน) คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

การเดินทางมาท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรกับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะไปเข้าเย็นกลับ คิดเป็นร้อยละ 81.50 มีจำนวน 326 คน และพักค้างคืน ร้อยละ 18.50 มีจำนวน 74 คนตามลำดับ

ครั้งล่าสุด มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรกี่วัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาเที่ยว 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 79.00 รองลงมา คือ 5-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ 2-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรโดยเฉลี่ย จำนวนกี่ครั้ง/ต่อปี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.50 ส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบายการ
ท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร

(n = 400)

ปัจจัยนโยบายการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. วัตถุประสงค์ที่ชัดเจน	3.61	0.84	มาก
2. ความต่อเนื่องของนโยบาย	3.57	0.94	มาก
3. การนำไปปฏิบัติ	3.48	0.88	มาก
4. การวัดและประเมินได้	3.85	0.86	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	0.88	มาก

จากตารางที่ 4.4 พิจารณาในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ระดับมาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร โดยมีความคิดเห็นด้านการวัดและประเมินได้ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ วัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.84) ความต่อเนื่องของนโยบาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.94) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ การนำไปปฏิบัติ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบาย
การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน

ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน	ภาพรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
1. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.87	0.78	มาก
2. นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีการเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ	3.82	0.80	มาก
3. นโยบายด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาของพื้นที่	3.35	0.87	ปานกลาง
4. วัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนได้	3.40	0.94	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว ในวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีการเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.80) วัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนได้ ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.94) ส่วนน้อยที่สุด คือ นโยบายด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาของพื้นที่ ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย

ความต่อเนื่องของนโยบาย	ภาพรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
5. นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีความต่อเนื่องของวัตถุประสงค์	3.84	0.96	มาก
6. ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับนโยบายการท่องเที่ยวและมีการติดตามประเมินผลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง	3.32	1.10	ปานกลาง
7. จังหวัดกำแพงเพชรให้ความสำคัญกับเรื่องการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยถือเป็นแผนงานหลักของจังหวัด	3.78	0.87	มาก
8. แม้มีการเปลี่ยนผู้บริหาร แต่นโยบายด้านการท่องเที่ยวยังคงเป็นประเด็นสำคัญของจังหวัดกำแพงเพชร	3.34	0.86	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57	0.94	มาก

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว ในความต่อเนื่องของนโยบาย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.94) เมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีความต่อเนื่องของวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.96) รองลงมาคือ จังหวัดกำแพงเพชรให้ความสำคัญกับเรื่องการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยถือเป็นแผนงานหลักของจังหวัด ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.87) แม้มีการเปลี่ยนผู้บริหาร แต่นโยบายด้านการท่องเที่ยวยังคงเป็นประเด็นสำคัญของจังหวัดกำแพงเพชร ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.86) ส่วนน้อยที่สุด คือ ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับนโยบายการท่องเที่ยวและมีการติดตามประเมินผลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 1.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านนำไปปฏิบัติได้

นำไปปฏิบัติได้	ภาพรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
9. มีการประชาสัมพันธ์ ธารรงค์ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว	3.00	0.79	ปานกลาง
10. มีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานและเครือข่ายเพื่อดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยว	3.87	0.90	มาก
11. มีการกำหนดให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง	4.04	0.89	มาก
12. มีการแบ่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน	3.02	0.96	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48	0.88	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว ในการนำไปปฏิบัติได้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่า มีการกำหนดให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.89) รองลงมาคือ มีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานและเครือข่ายเพื่อดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.90) มีการแบ่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.02$, S.D. = 0.96) ส่วนน้อยที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ ธารรงค์ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบาย การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านวัดผลและประเมินได้

วัดผลและประเมินได้	ภาพรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
13. นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีกลไกติดตามการดำเนินงาน เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง	3.97	1.04	มาก
14. การกำกับ ดูแล ส่งเสริม ให้ทุกภาคส่วนดำเนินนโยบาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์	3.01	0.78	ปานกลาง
15. มีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม	4.07	0.83	มาก
16. มีการปรับปรุง แก้ไข กระบวนการดำเนินงานในทุกขั้นตอน ที่วัดผลและประเมิน	4.35	0.80	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	0.86	มาก

ตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว ในวัดผลและประเมินได้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ($\bar{X} = 3.85$, S.D.=0.86) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า มีการปรับปรุง แก้ไข กระบวนการดำเนินงานในทุกขั้นตอนที่วัดผลและประเมิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.80) รองลงมาคือ มีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.83) นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีกลไกติดตามการดำเนินงาน เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 1.04) ส่วนน้อยที่สุด คือ การกำกับ ดูแล ส่งเสริม ให้ทุกภาคส่วนดำเนินนโยบายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

4.2.2 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ

ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาครัฐ อันได้แก่ หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรม ประชาสัมพันธ์จังหวัด ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง รองผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผู้อำนวยการโรงเรียนมะค่าวิทยาคม และเจ้าหน้าที่ประจำอุทยานประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยจะได้พรรณนาความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (สิริยา บุญญศิริพุกษ์, วัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรว่า การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร มีปัจจัยสำคัญอยู่ที่การให้ความสำคัญของผู้ว่าราชการจังหวัดแต่ละท่านว่า จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านใดมากที่สุด ที่ผ่านมารการ

ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมน้อย ในขณะที่ (ปรีชา ปานพรหม, ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ดังโครงการต่างๆ ที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จและกำลังดำเนินการดังนี้ 1) มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ที่วัดพระบรมธาตุ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแสวงบุญ โดยจังหวัดมีโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่วัดพระบรมธาตุ ตำบลนครชุม อำเภอเมือง 2) โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (ก่อสร้างลานจอดรถพื้นที่ 2,659 ตารางเมตร) อุทยานแห่งชาติคลองลาน ตำบลคลองลานพัฒนา อำเภอลองลาน 3) โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (ก่อสร้างห้องน้ำ - สุขา) ขนาด 10 ห้อง จำนวน 1 หลัง อุทยานแห่งชาติแม่วงศ์บริเวณช่องเย็น ตำบลปางตาไว อำเภอปางศิลา 4) โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (แก่งเกาะใหญ่) 5) โครงการก่อสร้างระบบประปาผิวดินขนาดใหญ่ พร้อมระบบท่อจ่ายน้ำ - แก่งเกาะใหญ่ 5) โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (แก่งเกาะใหญ่) จัดซื้อครุภัณฑ์ประกอบด้วยจักรยานเสือภูเขา 30 คัน แพยางพร้อมอุปกรณ์ 13 ชุด 6) โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (แก่งเกาะใหญ่) จัดทำป้ายบอกเส้นทาง จำนวน 50 ป้าย จัดทำป้ายบอกเส้นทาง จำนวน 50 ป้าย 7) โครงการพัฒนาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (แก่งเกาะใหญ่) อาคารเอนกประสงค์ 1 หลัง 8) ปรับปรุงภูมิทัศน์ลานกางเต็นท์ ห้องน้ำ ปรับปรุงเส้นทางจักรยาน และ 9) ขยายเขตไฟฟ้า จำนวน 1 แห่ง ต.ปางมะค่า อ.ขาณุวรลักษบุรี จ.กำแพงเพชร ในส่วนของการส่งเสริมและพัฒนาด้านอื่นๆ เช่น จัดอบรมมัคคุเทศก์ ในสถาบันการศึกษา โรงเรียนต่างๆ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีทั้งงานประจำปี และ งานที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี ของท้องถิ่น อันได้แก่ งานนบพระเล่นเพลง งานมหรหรรษาอาหารพื้นบ้าน เทศกาลกินกล้วยเตี้ยว เทียวเมืองกำแพงเพชร งานสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง ตลาดย้อนยุคนครชุม ส่วน (จิตติมา ป้อมประกาย, เจ้าหน้าที่ประจำอุทยานประวัติศาสตร์, 2557) ได้กล่าวว่า โครงการที่จังหวัดได้ดำเนินการส่วนใหญ่จะเป็นการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก ขาดการส่งเสริมด้านกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์

ด้านการส่งเสริมการลงทุน

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาครัฐ อันได้แก่ หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรม ประชาสัมพันธ์จังหวัด ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง รองผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผู้อำนวยการโรงเรียนมะค่าวิทยาคม และเจ้าหน้าที่ประจำอุทยานประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยจะได้พรรณนาความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (รวีโรจน์ ส่องศรี, ประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร, 2557 และ (สิริยา บุญญศิริฤกษ์ วัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวถึงเรื่องการส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรตรงกันว่า การส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐ ควรนำ จุดแข็งของจังหวัดมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดเมืองประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลก มีวัฒนธรรม ประเพณี มีแหล่งท่องเที่ยวที่

หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้ง จังหวัดมีงานประเพณีที่มีเอกลักษณ์ อาทิ งานสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง งานนพพระเล่นเพลง ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัด และ จังหวัดมีการรวมกลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวมรดกโลก (อยุธยา อุทัยธานี กำแพงเพชร สุโขทัย) ในขณะที่จุดอ่อนของจังหวัดด้านการท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณี คือ แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งยังไม่โดดเด่นและขาดการพัฒนาให้สามารถแข่งขันได้ ความสนใจที่จะยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเสริมรายได้อีกทางเลือกหนึ่งยังมีน้อย จังหวัดมีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงในจังหวัดข้างเคียง และขาดการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปแบบและเป็นระบบ (สกุลเพชร พิภลประเสริฐ, หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวว่า จังหวัดควรส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ประชาชน เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคนครชุม การจัดให้มีตลาดขายผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าโอท็อป การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อปรับปรุงมาตรฐานของสถานประกอบการ และจัดให้มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น โฮมสเตย์ ส่วนข้อจำกัดด้านการลงทุน จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาครัฐ (เตือนใจ นิลจันทร์, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง อำเภอทรายทองวัฒนา, 2557 และ อานาจ เสนาใจ, รองผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวว่า ข้อจำกัดของการส่งเสริมการลงทุน คือ การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของผู้ว่าราชการจังหวัดในแต่ละคนที่ย้ายมาเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดกำแพงเพชร เป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่สามารถขับเคลื่อนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวได้ และการพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิมในจังหวัดกำแพงเพชร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังให้ความสำคัญน้อยมาก ในขณะที่ (ปรีชา ปานพรหม, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนาความโดดเด่นและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การแข่งขันทรัพยากรระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ก็มีสูงเช่นกัน ส่วน (นภวดี วันนุ, ผู้อำนวยการโรงเรียนมะค่าวิทยาคม อำเภอขามเฒ่า, 2557) กล่าวว่า ประชาชนในท้องถิ่นขาดความรู้ ขาดประสบการณ์ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

ด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาครัฐ อันได้แก่ หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรม ประชาสัมพันธ์จังหวัด ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง รองผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผู้อำนวยการโรงเรียนมะค่าวิทยาคม และเจ้าหน้าที่ประจำอุทยานประวัติศาสตร์ โดย (สกุลเพชร พิภลประเสริฐ, หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) กล่าวว่า จังหวัดมีระบบประปาและไฟฟ้าครอบคลุมส่วนใหญ่ของหมู่บ้าน และมีระบบสื่อสารครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่วนการคมนาคมและการสัญจรระหว่างตำบลและหมู่บ้านยังไม่สะดวก ตลอดจนทางเลือกในการคมนาคมขนส่งสินค้ายังมีน้อย โดยมีเพียงการขนส่งสินค้าทางรถยนต์เท่านั้น และมี

ปัญหาด้านมาตรฐานเส้นทางคมนาคมค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดในภาคเหนือ โดยพบว่าจำนวนหมู่บ้านที่มีถนนใช้งานได้ตลอดมีเพียงร้อยละ 30 ส่วน (เตื่อนใจ นิลจันทร์, ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง อำเภอทรายทองวัฒนา, 2557) กล่าวว่า ปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ยังไม่มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน อันได้แก่ ระบบขนส่งยังไม่พร้อม การบริการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสู่แหล่งท่องเที่ยว ไม่มีรถบริการรับส่งจากตัวเมืองถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด ถนนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก บุคลากรด้านการบริการยังมีข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมีน้อย จำนวนป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยมาก และ สินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น การบริการ ที่พัก ร้านอาหาร มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์จำหน่ายของฝากของที่ระลึก และการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น (รวีโรจน์ ส่องศรี, ประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นบทบาทของภาครัฐในด้านนี้ว่า ภาครัฐควรส่งเสริมและพัฒนาในเรื่องดังต่อไปนี้ คือ เรื่องของสถานที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ให้มีมาตรฐาน พัฒนาเส้นทางคมนาคมให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความรอบรู้ ประชาสัมพันธ์และจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้หลากหลาย หากภาครัฐส่งเสริมและพัฒนาสิ่งเหล่านี้ จะเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนมากขึ้น จังหวัดกำแพงเพชรจะไม่เป็นเพียงแค่ทางผ่านของนักท่องเที่ยวอีกต่อไป

ด้านการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาครัฐ อันได้แก่ หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรม ประชาสัมพันธ์จังหวัด ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง รองผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผู้อำนวยการโรงเรียนมะค่าวิทยาคม และเจ้าหน้าที่ประจำอุทยานประวัติศาสตร์ผู้วิจัยจะได้พรรณนาความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (สกุลเพชร พิกุลประเสริฐ, หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวว่า แนวโน้มความเป็นไปได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอนาคตของจังหวัดกำแพงเพชร ภายใน 5-10 ปี ข้างหน้า สิ่งที่จังหวัดควรดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ควรมีการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พืชผลทางการเกษตร และ อาหาร สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนารูปแบบ ความหลากหลายของสินค้า และควรมีการพัฒนามาตรฐาน และมีเกณฑ์มาตรฐานในการให้บริการการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่วนบุคลากรผู้บริการด้านการท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว โดย (ปรีชา ปานพรหม, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวถึงประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอนาคตว่า บุคลากรด้านการท่องเที่ยวควรได้รับการอบรมให้ความรู้เพื่อพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน ในการกลับมาใช้บริการอีก และเป็นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะบอกต่อ อีกทั้ง การสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยเป็นสิ่งที่

ควรตระหนักเป็นอย่างยิ่ง ควรมีการเตรียมความพร้อม ป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวแล้ว ควรพัฒนาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ สร้างแหล่งจำหน่ายเพิ่มเติมและต้องตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย และควบคุมราคาให้อยู่ในเกณฑ์เดียวกัน นอกจากนี้ ควรจัดทำฐานข้อมูลบริการการท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลที่พัก สถานที่จำหน่ายสินค้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีในการตัดสินใจเพื่อนำไปประกอบการวางแผนการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้ทราบราคาที่พัก ราคาผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวในอนาคตของจังหวัดกำแพงเพชร ได้รับการพัฒนาดีขึ้นกว่าปัจจุบัน คือ การประชาสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์ (รวีโรจน์ ส่องศรี, ประชาสัมพันธ์จังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมีน้อย จำนวนป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยมาก ต้องมีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว และมีเครือข่ายการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายประกาศ เป็นต้น ควรมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเกิดความสนใจ มีความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยใช้สื่อต่างๆ ที่คิดว่านักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง ทั้งทางอินเทอร์เน็ต วิทยุ ป้ายโฆษณา รวมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้นทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สื่อต่างๆ เหล่านี้ต้องสร้างภาพลักษณ์ สร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวได้มากที่สุด

2. ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน

ด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาคเอกชน อันได้แก่ ผู้จัดการสาขาอาวุโส ธนาคารกรุงไทย สาขากำแพงเพชร อุปนายกสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร กรรมการผู้จัดการปกากะญอรีสอร์ท กรรมการผู้จัดการวังยางรีสอร์ท และกรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีวิวรีสอร์ท ผู้วิจัยจะได้พรรณานความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (มานพ อ่วมสถิตย์, กรรมการผู้จัดการวังยางรีสอร์ท, 2557) ได้กล่าวว่า ภาคเอกชนได้ร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเป็นอย่างดี จะเห็นได้จากการมีจำนวนผู้ประกอบการจำนวนมาก เช่น ที่ตำบลนครชุมชน อำเภอเมือง มีรีสอร์ทตั้งเรียงรายริมแม่น้ำปิง และเป็นรีสอร์ทที่สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ในต่างอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยว ก็มีที่พักจำนวนมากเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ส่วน (สมปอง ฉัตรคชราชภูร์, กรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีวิวรีสอร์ท, 2557) กล่าวว่า ภาครัฐควรเข้ามาสนับสนุนด้านวิชาการ ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยการจัดอบรมให้ความรู้ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว ของที่ระลึก ให้มีมาตรฐาน ภาครัฐยังเข้ามาส่งเสริมเรื่องเหล่านี้้อย่างมาก ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะดำเนินการด้วยตนเอง แต่ก็เป็นไปได้ในลักษณะต่างคนต่างทำ และมีการแข่งขันสูงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง ส่วนการประชาสัมพันธ์ (รัชนิพร ศิริพงษ์, อุปนายกสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร, 2557) กล่าวว่า ยังขาดการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่ายการท่องเที่ยว ต่างคนต่างทำ จึงไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวไปสู่ระดับต่างๆ ได้ ในขณะที่ (วัชชัย สมศิลป์, ผู้จัดการสาขาอาวุโส ธนาคารกรุงไทย สาขา

กำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวว่า การหาแหล่งเงินให้กับผู้ประกอบการเป็นสิ่งจำเป็นมาก ภาครัฐควรเข้ามาช่วยเหลือเรื่องการจัดหาแหล่งเงินทุน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน สิ่งทีภาคเอกชนควรมีการปรับปรุง จากการสัมภาษณ์ (มานิช อ่วมสฤติย์, กรรมการผู้จัดการปกากะญอริสอร์ท, 2557) และ (สมปอง ฉัตรคชราชภูร์, กรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีวิวีริสอร์ท, 2557) พบว่าผู้ประกอบการมีการแข่งขันกันสูงมาก ทำให้มาตรฐานในเรื่องต่างๆ ไม่ได้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน เช่น ราคาที่พัก เป็นต้น ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาดูแลเพื่อจะได้พัฒนาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาคเอกชน อันได้แก่ ผู้จัดการสาขาอาวุโส ธนาคารกรุงไทย สาขากำแพงเพชร อุปนายกสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร

กรรมการผู้จัดการปกากะญอริสอร์ท กรรมการผู้จัดการวังยางริสอร์ท และ กรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีวิวีริสอร์ท ผู้วิจัยจะได้พรรณนาความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (รัชนิพร ศิริพงษ์, อุปนายกสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร, 2557) กล่าวว่า อาชีพหลักของจังหวัดกำแพงเพชรคือการทำเกษตรกรรมและจังหวัดกำแพงเพชร เป็นเพียงเมืองผ่านของนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เมืองท่องเที่ยวหลัก ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรไม่ได้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว และไม่ได้รับการพัฒนาหรือแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรท้องถิ่นในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการใช้ภูมิปัญญาหรือนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่น การรวมกลุ่มสินค้าและบริการขององค์กรท้องถิ่นก็ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้สินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน อีกทั้ง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์จำหน่ายของฝากของที่ระลึก ยังมีน้อย สิ่งทีภาคเอกชนควรดำเนินการ (มานพ อ่วมสฤติย์, กรรมการผู้จัดการวังยางริสอร์ท, 2557) และ (สมปอง ฉัตรคชราชภูร์, กรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีวิวีริสอร์ท, 2557) กล่าวว่า การร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับจังหวัด เพื่อนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ของระลึก เพราะการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวยังมีน้อย ประกอบกับองค์กรท้องถิ่นและภาคประชาชนยังขาดความรู้เรื่องการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และ ทำการรวมกลุ่มสินค้าและบริการระหว่างองค์กรท้องถิ่น เพื่อจัดเป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และเป็นการเพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพให้กับประชาชนในท้องถิ่น

ด้านการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาคเอกชน อันได้แก่ ผู้จัดการสาขาอาวุโส ธนาคารกรุงไทย สาขากำแพงเพชร อุปนายกสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร

กรรมการผู้จัดการปกากะญอริสอร์ท กรรมการผู้จัดการวังยางริสอร์ท และ กรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีวิวีริสอร์ท ผู้วิจัยจะได้พรรณนาความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (สมปอง ฉัตรคชราชภูร์, กรรมการผู้จัดการเทคโนโลยีวิวีริสอร์ท, 2557) ได้กล่าวว่าในการสร้างเครือข่ายนั้นผู้ประกอบการเคยร่วมกันผนีกกำลัง สร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เพื่อเป็นการ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ร่วมพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ร่วมพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ ป้าย ประชาสัมพันธ์ และการบอกต่อแต่ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นทุกปี ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง ส่วนเครือข่ายระหว่างภาคเอกชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยังไม่เคยมีการดำเนินการใดๆ สิ่งที่ภาคเอกชนต้องการ (รัชนิพร ศิริพงษ์, อุปนายกสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร, 2557) และ (มานพ อ่วมสฤติย์, กรรมการผู้จัดการวังยางรีสอร์ท, 2557) ได้กล่าวตรงกันว่า ต้องการให้ภาครัฐเข้ามา สนับสนุนด้านงบประมาณ และเป็นตัวกลางในการสร้างจุดยืนร่วมกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว และเชื่อมประสานในการทำงานด้านการท่องเที่ยวในลักษณะของเครือข่ายการท่องเที่ยว ให้คำปรึกษา และให้ข้อมูลข่าวสาร ความเป็นเครือข่ายจะได้เรียนรู้และประเมินความพร้อมของชุมชนทั้งทางด้าน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม กิจกรรม ที่พัก อาหาร การเดินทาง มีคฤหาสน์ท้องถิ่น การจัดการและการ ประสานงาน การมีส่วนร่วม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ข้อมูลข่าวสาร และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ควรมีการ กำหนดยุทธศาสตร์ต่อไปในด้านของการพัฒนาคน การสร้างความรู้ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ วัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์และการตลาด และทางด้านนโยบาย ทั้งนี้ การท่องเที่ยวต้องเป็น การท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนและชุมชน การสร้างการมีส่วน ร่วม การสร้างการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างชุมชนกับผู้มาเยือน การสร้างความภูมิใจให้กับคนใน ชุมชน การสร้างและคงไว้ซึ่งอาชีพและวิถีเดิม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเครือข่ายควรสร้าง ระบบที่เป็นธรรมต่อชุมชน การจัดการและการกระจายรายได้สู่ชุมชน ช่องทางในการเพิ่มรายได้ และ รวมถึงรูปแบบการทำการตลาดให้กับชุมชน นอกจากนี้ เครือข่ายต้องสร้างเยาวชนรุ่นใหม่ เพื่อสานต่อ การทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยคัดเลือกตัวแทนแต่ละชุมชนมาทำงานร่วมกัน คอยติดต่อ ประสานงาน เผยแพร่ข้อมูลแต่ละชุมชน ตัวแทนจากแต่ละชุมชนจะรู้สึกมั่นใจในพลังของเครือข่าย ทำให้มีกำลังใจที่จะสร้างการพัฒนาให้เกิดขึ้นกับชุมชนของตนเองให้เข้มแข็งต่อไป อีกประการหนึ่งที่ จังหวัดกำแพงเพชรควรกระทำ โดย (มานพ อ่วมสฤติย์, กรรมการผู้จัดการ ปากะญอรีสอร์ท, 2557) ได้กล่าวเสริมถึงสิ่งที่จังหวัดควรกระทำ คือ การสร้างเครือข่ายเรื่องระบบป้องกันรักษาความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างเครือข่ายเรื่องระบบป้องกันรักษาความ ปลอดภัยจะทำให้เกิดความปลอดภัยกับชุมชนและนักท่องเที่ยวมาก เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับ นักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร เกิดความมั่นใจว่าหากมา ท่องเที่ยวที่จังหวัดจะปลอดภัยแน่นอน

3. ปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อันได้แก่ อดีต

ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร รองนายกเทศมนตรีตำบลหนองปลิง นายกเทศมนตรี ตำบลวังยาง กำนันตำบลวังทอง และคณะกรรมการชุมชนและกรรมการตลาดย้อนยุคนครชุม ผู้วิจัย จะได้พรรณานความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (อัจฉรา แสงจันทร์, กรรมการชุมชนและกรรมการตลาด

ย้อนยุคนครชุม, 2557) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสิ่งที่ ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในฐานะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเป็นผู้อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ควรมีบทบาทในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยการดำเนินการเองหรือเข้าไปร่วมจัดการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ (เทียนฉาย ประสานสิน, รองนายกเทศมนตรีเมืองหนองปลิง, 2557) ได้กล่าวว่า ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ต้องมีเข้าไปมีส่วนร่วม ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นระบบนิเวศและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี โดยเริ่มตั้งแต่ เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน โครงการและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งในระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น ควรให้ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ทั้งการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนจัดระบบในการอนุรักษ์ระบบนิเวศของชุมชน เพราะทั้งองค์กรท้องถิ่นและประชาชนเป็นคนในพื้นที่ย่อมมีความคุ้นเคย รู้จักท้องถิ่นของตนเองดี และเพื่อเป็นดำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี ของท้องถิ่นเอาไว้ จะต้องจัดให้มีการส่งเสริม สืบสาน และสืบทอด วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่ถาวร แต่ทั้งนี้ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรส่วนท้องถิ่นต้องให้ความร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรให้มีประสิทธิผล โดยภาครัฐอาจจัดให้มีการอบรมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีการรวมกลุ่มกันในการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ให้มีมาตรฐานเดียวกันเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงการไม่ถูกเอาเปรียบ อีกประการหนึ่งที่ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นควรกระทำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่ง (สันติ อภัยราช, อดีตประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) ได้กล่าวว่า การสร้างจิตสำนึกร่วมให้คนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและร่วมมือในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น และให้ประชาชนร่วมจัดการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม เป็นการกำหนดทิศทางโดยชุมชนด้วยชุมชนเองและชุมชนควรมีบทบาทในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนโดยมีความตระหนักว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุมทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา และใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนกำหนดยุทธศาสตร์และทิศทางการพัฒนา ภาครัฐควรจัด กระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและอำนาจการตัดสินใจให้กับชุมชน สิ่งจังหวัดกำแพงเพชร ควรมีการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทั้งด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และ การบริการให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้มาเยือน จะได้บอกต่อ และ เดินทางมาเยือนอีก นอกจากนี้ (แสน ผิวล่อ, นายกเทศมนตรีตำบลวังยาง, 2557) และ (เทียนฉาย ประสานสิน, รองนายกเทศมนตรีตำบลหนองปลิง, 2557) ได้กล่าวตรงกันว่า เพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว บุคคลสำคัญที่จะเป็นหลักในการดำเนินการเรื่องเหล่านี้ คือ ผู้นำท้องถิ่น ฉะนั้น ผู้นำท้องถิ่นต้องเป็นคนมีวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยว

และ ต้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีความรอบรู้ สามารถเป็นผู้นำในการปฏิบัติได้ สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของนโยบายภาครัฐที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้นำท้องถิ่นควรจัดหางบประมาณ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่มีความเหมาะสมกับท้องถิ่น และ กระตุ้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ท้องถิ่นให้ดูโดดเด่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร

ด้านการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์บุคลากรภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อันได้แก่ อดีตประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร รองนายกเทศมนตรีตำบลหนองปลิง นายกเทศมนตรีตำบลวังยาง กำนันตำบลวังทอง และคณะกรรมการชุมชนและกรรมการตลาดย้อนยุคนครชุม ผู้วิจัยจะได้พรรณนาความตามคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้ (สันติ อภัยราช, อดีตประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร, 2557) และ (อัจฉรา แสงจันทร์, กรรมการชุมชนและกรรมการตลาดย้อนยุคนครชุม, 2557) ได้กล่าวตรงกันว่า ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในฐานะผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนสำคัญ ต้องได้รับการปลูกฝังจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว เป็นการสนับสนุนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแหล่งเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาครัฐต้องเข้ามาสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบอันจะเกิดจากแหล่งท่องเที่ยว และองค์กรท้องถิ่นต้องเป็นหลักในการสร้างจิตสำนึกร่วม โดยร่วมมือกับ ผู้นำชาวบ้าน ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำอาสา ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของชาวบ้าน และเยาวชน เพื่อให้คนเหล่านี้เกิดความรัก ความหวงแหนชุมชนของตนเอง โดยทุกคนถือเป็นเจ้าของท้องถิ่นร่วมกันกลุ่มเป้าหมายในการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว คือ คนในท้องถิ่นทุกคนซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่น ให้ช่วยกันรักษาและหวงแหนแหล่งท่องเที่ยว

จุดเด่นของจังหวัดกำแพงเพชร คือ เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง เพราะมีโบราณสถานเก่าแก่ซึ่งก่อสร้างด้วยศิลาแลงหลายแห่งรวมอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ให้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534 และเป็นจังหวัดที่มีศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี (สันติ อภัยราช, อดีตประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชรจังหวัด, 2557) ได้กล่าวว่า จังหวัดควรนำเอาจุดเด่นมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว มีการให้ความรู้แก่คนในท้องถิ่นให้รับรู้เกี่ยวกับเรื่องของจังหวัดของตน หากจังหวัดมีการวางแผนและประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูล จัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มาเยือน และสนใจที่จะเรียนรู้เรื่องราวของจังหวัดกำแพงเพชร ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่จะตามมาคือ ก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น เพราะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และยังมีผลถึงความสุขทางการได้ร่วมมือกันทำความเจริญให้กับท้องถิ่นของตน ชุมชน ร่วมกันรักษาอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี เป็นการสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง แต่ผลกระทบด้านลบอันจะตามมาก็คือ ในเมืองคุณภาพชีวิตดีขึ้น การท่องเที่ยวทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น อาจทำให้เกิดการใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย ตกเป็นทาสของกระแส

วัตถุประสงค์ ต้องมีการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นพ้นความยากจนอย่างยั่งยืนในที่สุด ซึ่งในปัจจุบันท่านได้เป็นผู้รวบรวมเรื่องเกี่ยวกับจังหวัดกำแพงเพชร ได้ดำเนินการจัดเก็บเรื่องราวเกี่ยวกับจังหวัดกำแพงเพชร จัดทำเป็นโทรทัศน์วัฒนธรรม ลงในยูทูบ มีการปลูกฝังความรักชาติ โดยการบรรยายตามโครงการต่างๆ ที่หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่นจัดขึ้น เช่น โครงการอบรมเยาวชนที่วัดหนองปลิง โครงการอบรมมัคคุเทศก์ โครงการอาสาสมัครหมู่บ้านปลอดทุจริต และจัดรายการทางวิทยุเนื้อหาที่บรรยายเป็นการปลูกจิตสำนึกให้เกิดการชาติ รักท้องถิ่น รักความเป็นกำแพงเพชร เรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ประเพณี วัฒนธรรม ของจังหวัดกำแพงเพชร จุดเด่นของจังหวัดกำแพงเพชรอีกประการหนึ่งคือ มีทรัพยากรที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม การร่วมกันจัดการทรัพยากรธรรมชาติและดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ควรมีการวางแผนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและดูแลผลประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน และจัดให้มีคณะกรรมการเพื่อการดำเนินงานและรับผิดชอบในแต่ละแผนงาน มีการประสานงานในการขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้การจัดการเกิดผลประโยชน์สูงสุด สิ่งที่ภาครัฐ และภาคเอกชน ควรกระทำ (พะยอม อยู่พันธุ์, กำนันตำบลวังทอง, 2557) ได้กล่าวว่า สนับสนุนงบประมาณ เงินทุนในการจัดกิจกรรม อุปกรณ์ สิ่งของต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินงาน และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ความร่วมมือกันนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 4.9 สรุปสาระสำคัญการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้องในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ประเด็น	สรุป
ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ	<p>1) ด้านการส่งเสริมและพัฒนากท่องเที่ยว</p> <p>ภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอันดับรองจากด้านอื่นๆ และ ส่วนใหญ่ภาครัฐมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกยังขาดการส่งเสริมและพัฒนาในเรื่องของโครงการ กิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว</p> <p>2) ด้านการส่งเสริมการลงทุน</p> <p>ภาครัฐควรนำเอาจุดแข็งของจังหวัดมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นการลงทุนของนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และ ปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวคือ การให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องของภาครัฐ</p> <p>3) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว</p> <p>จังหวัดไม่มีความพร้อมด้านปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว เช่น 1) ระบบขนส่งยังไม่มีความพร้อม 2) บุคลากรด้านการบริการ ยังมีข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ 3) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมีน้อย 4) จำนวนป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยมาก และ 5) สินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน</p> <p>4) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์</p> <p>ภายใน 5-10 ปี ข้างหน้า จังหวัดควรพัฒนามาตรฐานกฎเกณฑ์ในการบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และควรพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวอีก นอกจากนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางและหลายรูปแบบ พร้อมทั้ง สร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว</p>

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ประเด็น	สรุป
<p>ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน</p>	<p>1) การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ผู้ประกอบการมีการแข่งขันกันสูง ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือเรื่องการจัดหาแหล่งเงินทุน และสนับสนุนด้านวิชาการ</p> <p>2) การร่วมมือพัฒนาภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว สินค้าทางการเกษตรไม่ได้พัฒนาหรือแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ภาครัฐไม่ได้เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในผลิตภัณฑ์ชุมชน และควรจัดศูนย์บริการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยว</p> <p>3) การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเคยร่วมกันสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน แต่ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะมีการแข่งขันกันสูง สิ่งที่ภาคเอกชนต้องการคือให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณและเป็นตัวกลางในการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างจุดยืนร่วมกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว</p>
<p>ปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น</p>	<p>1) การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในฐานะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ควรมีบทบาทในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยการดำเนินการเองหรือเข้าไปร่วมจัดการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยภาครัฐอาจจัดให้มีการอบรมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาชน และองค์กรท้องถิ่น บุคคลที่จะเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินการเรื่องเหล่านี้ คือ ผู้นำท้องถิ่น จะต้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีความรอบรู้ เป็นที่เคารพศรัทธา กระตุ้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ</p> <p>2) การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว</p>

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ประเด็น	สรุป
	ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในฐานะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนสำคัญ ต้องได้รับการปลูกฝังจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว โดยภาครัฐต้องเข้ามาสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบอันจะเกิดจากแหล่งท่องเที่ยว และองค์กรท้องถิ่นต้องเป็นหลักในการสร้างจิตสำนึกร่วม โดยร่วมมือกับ ผู้นำชาวบ้าน ประชาชนชาวบ้าน ผู้อาวุโสซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของชาวบ้าน และเยาวชน เพื่อให้คนเหล่านี้เกิดความรัก ความหวงแหนชุมชนของตนเอง โดยทุกคนถือเป็นเจ้าของท้องถิ่นร่วมกัน กลุ่มเป้าหมายในการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว คือ คนในท้องถิ่นทุกคนซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่น ให้ช่วยกันรักษาและหวงแหนแหล่งท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4.9 สรุปได้ว่า ปัจจัยการบริหารจัดการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ต้องเชื่อมประสานทำงานร่วมกันในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุน การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรจำแนกเป็นรายปัจจัย

ปัจจัยการบริหารจัดการ	การรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
1. ปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น	3.67	0.85	มาก
2. ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน	3.55	0.86	มาก
3. ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ	3.52	0.86	มาก
รวม	3.58	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.10 พิจารณาในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย ทั้ง 3 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.85) รองลงมา คือ ปัจจัยการบริหารภาคเอกชน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.86) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ จำแนกเป็นรายด้าน

การบริหารจัดการภาครัฐ	ภาพรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว	3.63	0.93	มาก
การส่งเสริมการลงทุน	4.06	0.90	มาก
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว	4.07	0.92	มาก
การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์	3.87	0.91	มาก
รวม	3.52	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาครัฐ อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้าน การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ การส่งเสริมการลงทุน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.90) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.91) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน จำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน	ภาพรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน	3.89	0.93	มาก
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว	3.91	0.96	มาก
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว	3.77	0.96	มาก
รวม	3.55	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาคเอกชน อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.93) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านปัจจัยการบริหารจัดการภาค ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น	ภาพรวม		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน	3.86	0.83	มาก
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว	3.67	0.85	มาก
รวม	3.67	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 2 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

4.2.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ได้แก่ มีวัตถุประสงค์ชัดเจน ความต่อเนื่องของนโยบาย นำไปปฏิบัติได้ และวัดผลและประเมินได้ มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวมซึ่งจำแนกเป็นรายประเด็น และเพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร (X1) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ (X2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3) และ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4) กับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร (Y) เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงใช้สัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

Y = ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม

Y1 = ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

Y2 = ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

Y3 = ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

X1 = ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว

X11 = มีวัตถุประสงค์ชัดเจน

X12 = ความต่อเนื่องของนโยบาย

X13 = นำไปปฏิบัติได้

X14 = วัดผลและประเมินได้

X2 = ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ

X21 = การส่งเสริมและพัฒนาก่อการท่องเที่ยว

X22 = การส่งเสริมการลงทุน

X23 = การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว

X24 = การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

X3 = ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน

X31 = การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน

X32 = การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

X33 = การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

X4 = ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

X41 = การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

X42 = การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของ จังหวัดกำแพงเพชร (X1)	Y	X11	X12	X13	X14
ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดย ภาพรวม (Y)	1.00				
1. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (X11)	0.10	1.00			
2. ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.17**	0.45	1.00		
3. การนำนโยบายไปปฏิบัติ (X13)	0.18*	0.32**	0.34**	1.00	
4. การวัดและประเมินผลได้ (X14)	0.21**	0.35**	0.55**	0.42**	1.00

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว มีค่าอยู่ระหว่าง 0.21 – 0.18 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ในด้านวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (X11) ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (X13) และการวัดและประเมินผลได้ (X14) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 4.15 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร (X1)	ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.33	0.21		9.43	0.00
วัดผลและประเมินได้ (X14)	0.64	0.05	0.45	11.55	0.00
R = 0.45 R ² = 0.20 R ² _{adj} = 0.19 SE _{est} = 0.34 F = 153.12 a = 1.33					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.88	0.24		3.00	0.00
วัดผลและประเมินได้ (X14)	0.44	0.04	0.38	6.24	0.00
ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.31	0.05	0.31	8.00	0.00
R = 0.38 R ² = 0.14 R ² _{adj} = 0.14 SE _{est} = 0.44 F = 111.44 a = 0.88					

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) นำไปปฏิบัติได้ (X13) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) เมื่อนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ได้แก่ มีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) นำไปปฏิบัติได้ (X13) และวัดผลและประเมินได้ (X14) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.14 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.88 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.88 + 0.44 (X14) + 0.31 (X12)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.38 (X14) + 0.31 (X12)$$

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการ
ท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของ จังหวัดกำแพงเพชร (X1)	Y	X11	X12	X13	X14
ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการ ท่องเที่ยว (Y1)	1.00				
1. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (X11)	0.34**	1.000			
2. ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.64**	0.66**	1.00		
3. การนำนโยบายไปปฏิบัติ (X13)	0.31**	0.22**	0.42**	1.00	
4. การวัดและประเมินผลได้ (X14)	0.45**	0.44**	0.59**	0.32**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้าน
นโยบายการท่องเที่ยว มีค่าอยู่ระหว่าง 0.64- 0.31 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ในด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) ความ
ต่อเนื่องของนโยบาย (X12) นำไปปฏิบัติได้ (X13) และวัดผลและประเมินได้ (X14) มีความสัมพันธ์
กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว
พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพ
การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ของจังหวัดกำแพงเพชร (X1)	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพ การท่องเที่ยว (Y1)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์ คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E			
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.11	0.35		4.20	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.56	0.05	0.67	11.07	0.00
R = 0.67 R ² = 0.45 R ² _{adj} = 0.44 SE _{est} = 0.46 F = 125.69 a = 1.13					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.67	0.51		3.92	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.42	0.08	0.44	6.11	0.00
ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14)	0.34	0.10	0.35	5.21	0.00
R = 0.42 R ² = 0.18 R ² _{adj} = 0.17 SE _{est} = 0.55 F = 87.36 a = 0.67					

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว (X1) ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Y1) ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในด้านด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) นำไปปฏิบัติได้ (X12) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Y1) เมื่อปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ในด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) นำไปปฏิบัติได้ (X13) และวัดผลและประเมินได้ (X14) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.18 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.67 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.67 + 0.42 (X12) + 0.34 (X14)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.44 (X12) + 0.35 (X14)$$

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านนโยบายการ
ท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของ จังหวัดกำแพงเพชร (X1)	Y2	X11	X12	X13	X14
ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)	1.00				
ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11)	0.51**	1.00			
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.51**	0.32**	1.00		
ด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13)	0.33**	0.32**	0.32**	1.00	
ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14)	0.45**	0.67**	0.22**	0.53**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้าน
นโยบายการท่องเที่ยว มีค่าอยู่ระหว่าง 0.33 - 0.45 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวในด้านด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11)
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13) ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) มี
ความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการ
ท่องเที่ยว พบว่า ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวก
กับการนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.19 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ของจังหวัดกำแพงเพชร (X1)	ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์ คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E			
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.21	0.11		5.85	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.43	0.45	0.47	11.68	0.00
R = 0.47 R ² = 0.22 R ² _{adj} = 0.22 SE _{est} = 0.76 F = 97.00 a = 1.21					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.66	0.04		5.22	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.44	0.05	0.09	7.22	0.00
ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14)	0.22	0.33	0.32	5.03	0.00
R = 0.63 R ² = 0.40 R ² _{adj} = 0.40 SE _{est} = 0.52 F = 69.05 a = 0.66					
3. ค่าคงที่ (Constant)	0.42	0.04		2.06	0.01
ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14)	0.44	0.03	0.44	2.99	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.11	0.32	0.25	2.53	0.00
ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11)	0.12	0.06	0.23	0.22	0.00
R = 0.45 R ² = 0.20 R ² _{adj} = 0.19 SE _{est} = 0.43 F = 100.84 a = 0.42					

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ในด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ในด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว เมื่อนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ในด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13) และด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.20 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.42 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.42 + 0.44 (X14) + 0.11 (X12) + 0.12 (X11)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.44 (X14) + 0.25 (X12) + 0.23 (X11)$$

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านนโยบายการ
ท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของ จังหวัดกำแพงเพชร (X1)	Y3	(X11)	(X12)	(X13)	(X14)
ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)	1.00				
ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11)	0.32**	1.00			
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.22**	0.51**	1.00		
ด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13)	0.32**	0.32**	0.51**	1.00	
ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14)	0.67**	0.51**	0.45**	0.53**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยนโยบาย
ด้านการท่องเที่ยว มีค่าอยู่ระหว่าง 0.32 - 0.67 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวในด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) ด้านความ
ต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13) ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) มี
ความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการนำปัจจัยด้าน
นโยบายการท่องเที่ยว พบว่า ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม มี
ความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ของจังหวัดกำแพงเพชร (X1)	ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์ คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.00	0.19		5.85	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.54	0.54	0.44	11.68	0.00
R = 0.44 R ² = 0.20 R ² _{adj} = 0.19 SE _{est} = 0.71 F = 97.00 a = 1.00					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.74	0.01		5.22	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.43	0.02	0.09	7.22	0.00
ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14)	0.42	0.39	0.32	5.03	0.00
R = 0.74 R ² = 0.35 R ² _{adj} = 0.34 SE _{est} = 0.42 F = 55.05 a = 0.74					
3. ค่าคงที่ (Constant)	0.31	0.01		1.06	0.00
ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14)	0.42	0.03	0.49	4.99	0.00
ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12)	0.11	0.25	0.25	2.22	0.00
ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11)	0.10	0.06	0.23	0.22	0.00
R = 0.32 R ² = 0.10 R ² _{adj} = 0.99 SE _{est} = 0.42 F = 100.84 a = 0.31					

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3) ในด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับ ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ในด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว เมื่อนำปัจจัยนโยบายการท่องเที่ยว ในด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) ด้านความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) ด้านนำไปปฏิบัติได้ (X13) และด้านวัดผลและประเมินได้ (X14) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.10 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.421 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.74 + 0.43 (X14) + 0.42 (X12)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.31 (X14) + 0.42 (X12) + 0.11 (X11) + 0.10$$

ตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ (X2)	Y	(X21)	(X22)	(X23)	(X24)
ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)	1.00				
1. การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21)	0.34**	1.00			
2. การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.64**	0.44**	1.00		
3. การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23)	0.55**	0.51**	0.45**	1.00	
4. การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24)	0.69**	0.43**	0.47**	0.78**	1.00

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐมีค่าอยู่ระหว่าง 0.69 – 0.34 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) และการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐพบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐมีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ (X2)	ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด กำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์ คะแนน มาตรฐาน		
	B	S.E			
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.22	0.33		8.34	0.00
การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.74	0.04	0.31	11.23	0.00
R= 0.31 R ² = 0.10 R ² _{adj} = 0.09 SE _{est} = 0.32 F = 123.12 a = 1.22					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.63	0.32		3.11	0.00
การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.31	0.02	0.21	5.89	0.00
การส่งเสริมการตลาดและ ประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24)	0.44	0.12	0.30	6.33	0.00
R= 0.31 R ² = 0.10 R ² _{adj} = 0.09 SE _{est} = 0.40 F = 191.44 a = 0.63					

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ด้านการส่งเสริมการลงทุน (X22) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมี

วิสัยทัศน์ (X24) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R^2) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.10 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.63 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.63 + 0.40 (X21) + 0.44 (X24)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.31 (X21) + 0.30 (X24)$$

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ (X2)	Y	(X21)	(X22)	(X23)	(X24)
ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)	1.00				
1. การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21)	0.78**	1.00			
2. การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.44**	0.44**	1.00		
3. การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23)	0.35**	0.51**	0.45**	1.00	
4. การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24)	0.44**	0.43**	0.47**	0.53**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.44 - 0.35 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้าน ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y1)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ภาครัฐ (X2)	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพ การท่องเที่ยว (Y1)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์ คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.23	0.20		8.12	0.00
การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.40	0.21	0.41	11.01	0.00
R = 0.41 R ² = 0.17 R ² _{adj} = 0.16 SE _{est} = 0.31 F = 213.12 a = 1.00					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.78	0.24		3.09	0.00
การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.41	0.14	0.42	5.23	0.00
การส่งเสริมการตลาดและ ประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24)	0.41	0.05	0.31	6.93	0.00
R = 0.42 R ² = 0.18 R ² _{adj} = 0.17 SE _{est} = 0.44 F = 111.44 a = 0.78					

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ (X2) ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1) ด้านการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ด้านการส่งเสริมการลงทุน (X22) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1) ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1) เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.18 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.78 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.78 + 0.44 (X21) + 0.41 (X24)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.42 (X21) + 0.31 (X24)$$

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ (X2)	(Y2)	(X21)	(X22)	(X23)	(X24)
ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)	1.00				
1. การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21)	0.59**	1.00			
2. การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.31**	0.32**	1.00		
3. การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23)	0.37**	0.32**	0.32**	1.00	
4. การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24)	0.42**	0.67**	0.22**	0.53**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.42- 0.31 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ พบว่ายุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2) โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ (X2)	ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์ คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.00	0.33		3.56	0.00
การส่งเสริมการลงทุน (X21)	0.32	0.04	0.45	10.11	0.00
R= 0.45 R ² = 0.20 R ² _{adj} = 0.20 SE _{est} = 0.32 F = 135.62 a = 1.22					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.60	0.51		3.92	0.00
การส่งเสริมการลงทุน (X21)	0.42	0.15	0.42	6.10	0.00
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการ บริการท่องเที่ยว (X22)	0.34	0.11	0.31	5.00	0.00
R= 0.42 R ² = 0.18 R ² _{adj} = 0.17 SE _{est} = 0.54 F = 87.36 a = 0.60					

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2) ในด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) ด้านการส่งเสริมการลงทุน (X22) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐในด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.18 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.60 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.60 + 0.54 (X24) + 0.34 (X21)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.42 (X24) + 0.31 (X21)$$

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ (X2)	(Y3)	(X21)	(X22)	(X23)	(X24)
ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)	1.00				
1. การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21)	0.32**	1.00			
2. การส่งเสริมการลงทุน (X22)	0.22**	0.51**	1.00		
3. การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23)	0.32**	0.32**	0.51**	1.00	
4. การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24)	0.67**	0.51**	0.45**	0.53**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 0.32 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐในด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ พบว่ายุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ภาครัฐ (X2)	ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการ ท่องเที่ยว (Y3)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์ คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์ คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.99	0.22		8.33	0.00
การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21)	0.60	0.05	0.49	12.05	0.00
R= 0.49 R ² = 0.24 R ² _{adj} = 0.24 SE _{est} = 0.34 F = 133.12 a = 1.31					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.81	0.24		3.99	0.00
การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21)	0.44	0.042	0.44	5.42	0.00
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23)	0.39	0.13	0.32	5.31	0.00
R= 0.44 R ² = 0.19 R ² _{adj} = 0.19 SE _{est} = 0.44 F = 111.44 a = 0.81					

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X7) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X5) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ในด้านการส่งเสริมการลงทุน (X22) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.19 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.81 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.81 + 0.44 (X_{24}) + 0.39 (X_{21})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.44 (X_{24}) + 0.32 (X_{21})$$

ตารางที่ 4.30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	Y	(X31)	(X32)	(X33)
ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)	1.00			
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.47**	1.00		
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32)	0.53**	0.43**	1.00	
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33)	0.97**	0.61**	0.61**	1.00

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.97 - 0.47 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนมีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร (Y)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.92	0.48		8.01	0.00
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.21	0.24	0.41	10.22	0.00
R= 0.41 R ² = 0.17 R ² _{adj} = 0.16 SE _{est} = 0.34 F = 153.12 a = 1.33					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.67	0.22		2.10	0.00
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.31	0.01	0.41	5.11	0.00
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33)	0.44	0.44	0.22	8.01	0.00
R= 0.41 R ² = 0.17 R ² _{adj} = 0.16 SE _{est} = 0.44 F = 101.11 a = 0.67					

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) ด้านการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ได้แก่ การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.17 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.67 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.67 + 0.44 (X31) + 0.44 (X33)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.41 (X31) + 0.22 (X33)$$

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	Y	(X31)	(X32)	(X33)
ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)	1.00			
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.34**	1.00		
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32)	0.64**	0.66**	1.00	
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33)	0.31**	0.22**	0.42**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.31 - 0.34 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อปัจจัยด้านการบริหารภาคเอกชน ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (y ₁)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.99	0.31		9.12	0.00
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.43	0.01	0.44	9.87	0.00
R = 0.44 R ² = 0.19 R ² _{adj} = 0.19 SE _{est} = 0.57 F = 123.12 a = 1.25					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.82	0.45		2.10	0.00
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.44	0.04	0.33	7.28	0.00
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33)	0.21	0.05	0.32	8.23	0.00
R = 0.33 R ² = 0.11 R ² _{adj} = 0.11 SE _{est} = 0.43 F = 100.40 a = 0.82					

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1) ด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) ด้านการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ในด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1) เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.11 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.82 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.82 + 0.43 (X31) + 0.21 (X33)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.33 (X31) + 0.32 (X33)$$

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	Y2	(X31)	(X32)	(X33)
ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)	1.00			
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.57**	1.00		
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32)	0.39**	0.39**	1.00	
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33)	0.22**	0.22**	0.30**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.34 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.22 - 0.57 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน พบว่า ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2) โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

GRAD VRU

ตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.22	0.11		9.11	0.00
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.22	0.23	0.50	11.01	0.00
R= 0.50 R ² = 0.25 R ² _{adj} = 0.24 SE _{est} = 0.47 F = 211.12 a = 1.01					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.69	0.34		3.99	0.00
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.40	0.02	0.47	5.33	0.00
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X31)	0.30	0.00	0.45	7.91	0.00
R= 0.47 R ² = 0.22 R ² _{adj} = 0.21 SE _{est} = 0.33 F = 120.03 a = 0.69					

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (y₂) ในด้านการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.22 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.69 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.69 + 0.33 (X33) + 0.30 (X31)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.47 (X33) + 0.451 (X31)$$

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	Y3	(X31)	(X32)	(X33)
ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)	1.00			
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31)	0.32**	1.00		
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32)	0.22**	0.51**	1.00	
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33)	0.32**	0.32**	0.51**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.36 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.32 - 0.22 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน พบว่า ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3) โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

GRAD VRU

ตารางที่ 4.37 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน (X3)	ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y3)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.40	0.33		8.12	0.00
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32)	0.33	0.45	0.45	11.22	0.00
R= 0.45 R ² = 0.20 R ² _{adj} = 0.20 SE _{est} = 0.33 F = 137.12 a = 1.22					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.50	0.22		4.91	0.00
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32)	0.43	0.37	0.46	5.11	0.00
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33)	0.22	0.12	0.40	7.41	0.00
R= 0.46 R ² = 0.21 R ² _{adj} = 0.11 SE _{est} = 0.33 F = 100.22 a = 0.50					

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ในด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ในด้านการร่วมส่งเสริมการลงทุน (X31) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว เมื่อนำปัจจัยการบริหารภาคเอกชน ในด้านการร่วมส่งเสริมการลงทุน (X31) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X32) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X33) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.21 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.50 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.50 + 0.33 (X33) + 0.22 (X31)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.46 (X33) + 0.40 (X31)$$

ตารางที่ 4.38 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	Y	(X41)	(X42)
ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)	1.00		
1. การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.61**	1.00	
2. การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.59**	0.61**	1.00

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.38 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.59 – 0.61 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.39 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E			
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.31	0.24		4.10	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.23	0.49	0.55	10.11	0.00
R = 0.55 R ² = 0.30 R ² _{adj} = 0.30 SE _{est} = 0.32 F = 125.00 a = 1.00					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.50	0.34		4.33	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.32	0.10	0.45	5.88	0.00
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.46	0.21	0.42	4.44	0.00
R = 0.45 R ² = 0.22 R ² _{adj} = 0.22 SE _{est} = 0.52 F = 87.21 a = 0.50					

**เท่ากับ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม

(Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R^2) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.22 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.50 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.50 + 0.52 (X42) + 0.46 (X41)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.45 (X42) + 0.42 (X41)$$

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	Y	(X41)	(X42)
ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)	1.00		
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.34**	1.00	
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.64**	0.66**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.40 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.64 - 0.34 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีผลต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.41 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E			
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.22	0.29		4.10	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.12	0.42	0.45	10.11	0.00
R = 0.45 R ² = 0.21 R ² _{adj} = 0.20 SE _{est} = 0.32 F = 125.00 a = 1.00					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.34	0.22		4.32	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.22	0.01	0.47	4.45	0.00
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.22	0.33	0.31	5.21	0.00
R = 0.47 R ² = 0.22 R ² _{adj} = 0.22 SE _{est} = 0.44 F = 77.00 a = 0.34					

จากตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวโดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.22 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.34 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.34 + 0.44 (X41) + 0.22 (X42)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.47 (X41) + 0.31 (X42)$$

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	(Y2)	(X41)	(X42)
ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)	1.00		
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.51**	1.00	
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.45**	0.32**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.42 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.45 - 0.51 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีผลต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.43 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.33	0.34		5.50	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.22	0.31	0.44	10.90	0.00
R= 0.44 R ² = 0.19 R ² _{adj} = 0.19 SE _{est} = 0.24 F = 105.21 a = 1.41					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.52	0.22		3.02	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.22	0.11	0.40	3.05	0.00
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.34	0.53	0.31	4.20	0.00
R= 0.40 R ² = 0.16 R ² _{adj} = 0.16 SE _{est} = 0.44 F = 77.00 a = 0.52					

จากตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.16 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.52 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.52 + 0.44 (X41) + 0.34 (X42)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.40 (X41) + 0.31 (X42)$$

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	(Y3)	(X41)	(X42)
ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)	1.00		
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.32**	1.00	
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.22**	0.51**	1.00

** ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.44 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.22 – 0.32 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.45 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น (X4)	ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)			t	Sig.
	สัมประสิทธิ์คะแนนดิบ		สัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐาน		
	B	S.E	Beta (β)		
1. ค่าคงที่ (Constant)	1.45	0.23		5.58	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.33	0.35	0.43	9.56	0.00
R = 0.44 R ² = 0.19 R ² _{adj} = 0.19 SE _{est} = 0.24 F = 105.21 a = 1.41					
2. ค่าคงที่ (Constant)	0.39	0.32		4.77	0.00
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41)	0.41	0.02	0.44	4.58	0.00
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42)	0.66	0.41	0.41	5.90	0.00
R = 0.44 R ² = 0.18 R ² _{adj} = 0.18 SE _{est} = 0.43 F = 72.55 a = 0.39					

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y3) ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y3) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R²) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.18 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.39 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.39 + 0.43 (X41) + 0.66 (X42)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.44 (X41) + 0.411 (X42)$$

4.2.4 สรุปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และจากแบบสอบถาม กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งทั้งสองแบบนั้นมีความสอดคล้องกัน

4.3 เสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

การศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักบริหารระดับสูง ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 18 คน และข้อมูลจากแบบสอบถาม และจากนักวิชาการ จำนวน 2 คน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว คือ ผศ.ดร.อุทัยวรรณ ภูเทษ อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การพัฒนากการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนได้นั้น มี 2 ปัจจัย คือ นโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐ ต้องมีความชัดเจน มีความต่อเนื่อง มีกระบวนการวัดผลและประเมินอย่างเป็นระบบ และในขั้นตอนของการนำนโยบายไปปฏิบัติถือเป็นหัวใจสำคัญ ต้องให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าไปมีส่วนร่วม ส่วนการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวนี้ ต้องมีการบูรณาการการทำงานในลักษณะภาคีความร่วมมือ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ต้องทำงานร่วมกัน สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในฐานะผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ต้องบริหารจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในขณะที่ ผศ.ชูชาติ นพพลกรัง อดีตอาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้กล่าวถึง ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ว่า ในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงบริบทพื้นที่ว่า มีศักยภาพมากน้อยเพียงใด ยุทธศาสตร์ต้องสอดคล้องกับนโยบายในระดับต่างๆ นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม เป็นเครือข่าย ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้ไปสู่ความยั่งยืนได้

ทำให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร จำแนกได้ 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ 2) ยุทธศาสตร์การบริหารภาคเอกชน 3) ยุทธศาสตร์การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และ 4) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น สรุปได้ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารภาครัฐ แบ่งออกเป็น 4 ยุทธวิธี อันได้แก่

ยุทธวิธีที่ 1.1 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 1.2 การส่งเสริมการลงทุน

ยุทธวิธีที่ 1.3 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว

- ยุทธวิธีที่ 1.4 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารภาคเอกชน แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่
- ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน
 - ยุทธวิธีที่ 2.2 การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว
 - ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่
- ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน
 - ยุทธวิธีที่ 3.2 การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น เป็นการวิเคราะห์และสรุปจากยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ที่ 2 และยุทธศาสตร์ที่ 3 มาบูรณาการเป็นยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่
- ยุทธวิธีที่ 4.1 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อสังคม
 - ยุทธวิธีที่ 4.2 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ
 - ยุทธวิธีที่ 4.3 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Research) มีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มบุคคล 4 กลุ่ม อันได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และนักวิชาการ โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จำนวน 20 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอโกสัมพีนคร อำเภอชานุมรลักษบุรี อำเภอลองลาน อำเภอลานกระบือ อำเภอคลองขลุง และ อำเภอพรานกระต่าย ซึ่งเป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือสำหรับใช้ในการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มีการเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในภาพรวมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อ โดยผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) การศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร 2) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร และ 3) การเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

5.1.1 การศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ยุทธศาสตร์มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สอดรับกับยุทธศาสตร์และนโยบายในระดับต่างๆ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และมีการติดตามและประเมินผลตามแนวทางของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่วนการกำหนดยุทธศาสตร์ มีการนำจุดแข็ง จุดเด่นของจังหวัด มาเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พัฒนาจุดอ่อนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ มีการปรับตัวเพื่อรองรับกับอุปสรรค เช่น สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางการเมือง พัฒนาศักยภาพด้านบริการให้เท่าเทียมกับจังหวัดใกล้เคียง และสนองตอบนโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ และกำหนด

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้สอดคล้องยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดด้วยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดกับจังหวัดใกล้เคียง และเตรียมความพร้อมในการที่ประเทศไทยจะเปิดการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน 3 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว มากที่สุดค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.88) รองลงมา คือ ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.89) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

5.1.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1) ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

นโยบายมีวัตถุประสงค์ชัดเจน มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สอดรับกับนโยบายในระดับต่างๆ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ผู้บริหารระดับการกำหนดนโยบายแต่ละท่านที่มาดำรงตำแหน่งต่างให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับที่ต่างกัน และเสถียรภาพทางการเมืองมีผลต่อความเนืองของนโยบาย การมีส่วนร่วมในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังมีน้อยและควรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ และการติดตามและประเมินผล ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

ผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร เกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร โดยมีความคิดเห็นด้านการวัดและประเมินได้ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.86) รองลงมา คือ วัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.84) ความต่อเนื่องของนโยบาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.94) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ การนำไปปฏิบัติ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

2) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ในส่วนของภาครัฐ พบว่า ภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอันดับรองจากด้านอื่นๆ และ ส่วนใหญ่ภาครัฐมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกยังขาดการส่งเสริมและ

พัฒนาในเรื่องของโครงการ กิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐควรนำเอาจุดแข็งของจังหวัดมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นการลงทุนของนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวคือ การให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องของภาครัฐ การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว จังหวัดไม่มีความพร้อมด้านปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว เช่น 1) ระบบขนส่งยังไม่มีความพร้อม 2) บุคลากรด้านการบริการ ยังมีข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ 3) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวมีน้อย 4) จำนวนป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยมาก และ 5) สินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน และในอนาคตภายใน 5-10 ปี ข้างหน้า จังหวัดควรพัฒนามาตรฐาน กฎเกณฑ์ในการบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และควรพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวอีก นอกจากนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางและหลายรูปแบบ พร้อมทั้ง สร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของการบริหารจัดการภาครัฐ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาครัฐ อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้าน การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ การส่งเสริมการลงทุน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.90) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ อย่างมีวิสัยทัศน์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.91) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ในส่วนของการบริหารจัดการภาคเอกชน พบว่า ผู้ประกอบการมีการแข่งขันกันสูง ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือเรื่องการจัดหาแหล่งเงินทุน และ สนับสนุนด้านวิชาการ ประกอบกับสินค้าทางการเกษตรไม่ได้พัฒนาหรือแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ภาครัฐไม่ได้เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในผลิตภัณฑ์ และควรจัดศูนย์บริการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวตามเส้นทาง การท่องเที่ยว และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเคยร่วมกันสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน แต่ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะมีการแข่งขันกันสูง สิ่งที่ภาคเอกชนต้องการคือ ให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณและเป็นตัวกลางในการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างจุดยืนร่วมกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของการบริหารจัดการภาคเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาคเอกชน อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 3 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.93) และกลุ่ม

ตัวอย่างมีความคิดเห็น น้อยที่สุด คือ การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ในส่วนของการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น พบว่า ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในฐานะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเป็นผู้อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ควรมีบทบาทในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยการดำเนินการเองหรือเข้าไปร่วมจัดการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยภาครัฐอาจจัดให้มีการอบรมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น บุคคลที่จะเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินการเรื่องเหล่านี้ คือ ผู้นำท้องถิ่น จะต้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีความรอบรู้ เป็นที่เคารพศรัทธา กระตุ้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในฐานะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนสำคัญ ต้องได้รับการปลูกฝังจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว โดยภาครัฐต้องเข้ามาสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบอันจะเกิดจากแหล่งท่องเที่ยว และองค์กรท้องถิ่นต้องเป็นหลักในการสร้างจิตสำนึกร่วม โดยร่วมมือกับ ผู้นำชาวบ้าน ประชาชนชาวบ้าน ผู้อาวุโสซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของชาวบ้าน และเยาวชน เพื่อให้คนเหล่านี้เกิดความรัก ความหวงแหนชุมชนของตนเอง โดยทุกคนถือเป็นเจ้าของท้องถิ่น ร่วมกันกลุ่มเป้าหมายในการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว คือ คนในท้องถิ่นทุกคนซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่น ให้ช่วยกันรักษาและหวงแหนแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 2 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว มีค่าอยู่ระหว่าง 0.21 – 0.18 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว ในด้านวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (X11) ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (X13) และการวัดและประเมินผลได้ (X14) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวมีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านความต่อเนื่องของ

นโยบาย (X12) ด้านวัดผลและประเมินได้ (X12) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) นำไปปฏิบัติได้ (X13) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) เมื่อนำปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวได้แก่ มีวัตถุประสงค์ชัดเจน (X11) ความต่อเนื่องของนโยบาย (X12) นำไปปฏิบัติได้ (X13) และวัดผลและประเมินได้ (X14) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R^2) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.14 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.88 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.88 + 0.44 (X14) + 0.315 (X12)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.38 (X14) + 0.31 (X12)$$

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

1) การบริหารจัดการภาครัฐ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐมีค่าอยู่ระหว่าง 0.69 – 0.34 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) และการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐพบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐมีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ด้านการส่งเสริมการลงทุน (X22) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (X21) การส่งเสริมการลงทุน (X22) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว (X23) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ (X24) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์

ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R^2) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.10 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.63 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.63 + 0.40 (X_{21}) + 0.44 (X_{24})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.31 (X_{21}) + 0.30 (X_{24})$$

2) การบริหารจัดการภาคเอกชน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.97 - 0.47 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X_{31}) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X_{32}) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X_{33}) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนมีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X_{31}) ด้านการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X_{33}) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X_{32}) ไม่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ได้แก่ การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน (X_{31}) การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว (X_{32}) และการร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (X_{33}) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R^2) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.17 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.67 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.67 + 0.44 (X_{31}) + 0.44 (X_{33})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.41 (X_{31}) + 0.22 (X_{33})$$

3) การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.59 - 0.61 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอยู่อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน เมื่อปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันสูง เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ในด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อนำปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (X41) และการสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว (X42) ไปสร้างสมการพยากรณ์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม (Y) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (R^2) ได้ร้อยละเท่ากับ 0.22 และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.50 โดยได้สมการพยากรณ์ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.50 + 0.52 (X42) + 0.46 (X41)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$ZY = 0.50 (X42) + 0.42 (X41)$$

5.1.3 การเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรที่จะนำเสนอนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และนักวิชาการ ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 18 คน ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถจำแนกได้ 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชน และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น สรุปได้ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการภาครัฐ

สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการภาครัฐ แบ่งออกเป็น 4 ยุทธวิธี อันได้แก่

ยุทธวิธีที่ 1.1 การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 1.2 การส่งเสริมการลงทุน

ยุทธวิธีที่ 1.3 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 1.4 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์
 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการภาคเอกชน
 สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการภาคเอกชน แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่
 ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน
 ยุทธวิธีที่ 2.2 การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว
 ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น
 สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่ง
 ออกเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่

ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน
 ยุทธวิธีที่ 3.2 การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว
 ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค
 ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

สรุปได้ว่า ยุทธวิธีที่ 4 เป็นการวิเคราะห์และสรุปจากยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์
 ที่ 2 และยุทธศาสตร์ที่ 3 มาบูรณาการเป็นยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และ
 ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่

ยุทธวิธีที่ 4.1 การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม
 ยุทธวิธีที่ 4.2 การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ
 ยุทธวิธีที่ 4.3 การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
 อย่างยั่งยืน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
 กำแพงเพชร พบว่า ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร มี
 4 ยุทธศาสตร์ อันได้แก่ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ
 ภาคเอกชน ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และยุทธศาสตร์ความ
 ร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ผู้วิจัยจะทำการอภิปรายผล
 การศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด
 กำแพงเพชร

ยุทธศาสตร์มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ เหมาะสมและสอดคล้องกับ
 บริบทพื้นที่ สอดรับกับยุทธศาสตร์และนโยบายในระดับต่างๆ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว
 ไปสู่การปฏิบัติได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และมีการติดตามและประเมินผล
 ตามแนวทางของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่วนการกำหนดยุทธศาสตร์ มี
 การนำจุดแข็ง จุดเด่นของจังหวัด มาเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

พัฒนาจัดอ่อนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ มีการปรับตัวเพื่อรองรับกับอุปสรรค เช่น สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางการเมือง พัฒนาศักยภาพด้านบริการให้เท่าเทียมกับจังหวัดใกล้เคียง และสนองตอบนโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ และกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้สอดคล้องยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดด้วยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดกับจังหวัดใกล้เคียง และเตรียมความพร้อมในการที่ประเทศไทยจะเปิดการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ ของ ภูวนิดา คุณผลิน (2550) สรุปได้ว่า รูปแบบกระบวนการบริหารพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร มี 2 ระดับ คือ โมเดลบูรณาการระดับมหภาคเป็นกระบวนการศึกษายุทธศาสตร์การบูรณาการภาครัฐ เอกชน ในการกำหนดกระบวนการจากนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ โมเดลบูรณาการระดับจุลภาค เน้นการบูรณาการระดับพื้นที่ ประกอบด้วยประเมินความต้องการ (Need Assessment) การกำหนดเป้าหมาย (Setting Goals) การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identification Stakeholder) การกำหนดพันธกิจและภารกิจ (Mission and Function Analysis) กระบวนการมีส่วนร่วม (Participation Process) การตั้งวัตถุประสงค์ (Setting Objective) การบูรณาการแผน (Responsibilities) การปฏิบัติการ (Implementation) และ การประเมินแบบมีส่วนร่วม (Participatory Evaluation)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ปัจจัยด้านนโยบาย

การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดประโยชน์ในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และการท่องเที่ยวก็ส่งผลให้เกิดผลกระทบในหลายๆ ด้านเช่นกัน ทั้งด้านสังคม ด้านธรรมชาติ และด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบและดำเนินการไปพร้อมกับการดูแลรักษา ให้คงสภาพเดิมหรือปรับปรุง พัฒนาให้ดีขึ้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม แต่การที่จะกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ควรมีการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ทั้งที่เป็นอุปสงค์ อุปทาน โอกาส ข้อจำกัดในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางการดำเนินการ กำหนดกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์ รูปแบบกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ที่สำคัญที่สุด คือ การนำนโยบายที่กำหนดขึ้นสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง กระบวนการนำนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดไปปฏิบัติ: ศึกษากรณีจังหวัดเพชรบุรี ของ ปาณิดล นิยมคำ (2544) พบว่า นโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งแยกออกเป็นแผนงานและโครงการต่างๆ นั้นในด้านวัตถุประสงค์มีความชัดเจน มีแนวทางในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดรับรู้ นโยบาย มาจากการร่วมประชุม การถ่ายทอด การมอบหมายงาน และการอ่านจากเอกสารรายงานประจำปี นอกจากนี้ยัง พบว่า สมรรถนะของหน่วยงาน ซึ่งได้แก่ บุคลากร งบประมาณ และวัสดุ อุปกรณ์ยังไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานตามนโยบาย การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานและบุคคล

ที่เกี่ยวข้องมีน้อย ในกระบวนการนโยบายไปปฏิบัติ มีการกำหนดภารกิจและการมอบหมายงานมีชัดเจน มีการติดตาม และประเมินผลโครงการ แต่จะมีปัญหาในด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประชาชน ยังไม่มีส่วนร่วมเท่าที่ควร โดยปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาในด้านการประสานงานและระหว่างหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ปัญหางบประมาณมีจำนวนจำกัด และมีไม่เพียงพอ บุคลากรไม่เพียงพอ และขาดความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน รวมทั้งปัญหาด้านการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา ได้แก่ ควรมีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ และปรับเพิ่มจำนวนผู้ปฏิบัติงานทางด้านการวางแผนและพัฒนานโยบาย รวมทั้งจัดสรรงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงานด้านนโยบาย ควรมีการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจะสนับสนุนให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี วงศ์ไพจิตร และคนอื่นๆ (2547) สรุปประเด็นในการวิเคราะห์ผลการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปปฏิบัติในสมัย พ.ศ. 2544-2546 พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีองค์กรมากมายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคท้องถิ่น เข้าร่วมดำเนินการ จึงเป็นการบริหารงานบนพื้นฐานของความซับซ้อนขององค์กร บทบาทและอำนาจหน้าที่ที่ซ้ำซ้อนกัน ระบบวิธีการบริหารที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมองค์กรที่ไม่เหมือนกัน และสิ่งที่สำคัญที่สุด ความสับสนในอำนาจหน้าที่ และบทบาทของแต่ละองค์กร จึงทำให้เกิดปัญหาในเชิงโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ ดังนั้น รัฐจึงไม่สามารถปรับบทบาทการทำงานที่ประสานการทำงานในภาครัฐด้วยกันได้ และหากจะเข้าไปทำหน้าที่ประสานงานกับภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และประชาชนทั่วไป ลักษณะของกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงเป็นมหกรรมที่ดำเนินการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงขาดการสานต่อและไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะนำนโยบายต่างๆ มาเปลี่ยนให้มีผลจริงในทางปฏิบัติได้

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น กับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร และผลจากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และนักวิชาการ นำผลจากการวิเคราะห์ทั้งสองส่วนมาสรุปเป็นปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ได้ 3 ปัจจัยประกอบด้วย ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ

ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรในระดับเห็นด้วยในทุกๆ ดังนั้น ภาครัฐควรให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดไปสู่ความยั่งยืนพบว่า บริบทของจังหวัดกำแพงเพชร เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะเป็น

เมืองประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ มีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักได้ แต่ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากผู้บริหารระดับนโยบาย เพราะฉะนั้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาครัฐควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง การท่องเที่ยว และนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ภาครัฐกำหนดขึ้น ต้องมีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติได้ และสอดคล้องกันทั้งในระดับภูมิภาคและในภาพรวมของประเทศ อีกทั้ง ควรมีการจัดเตรียมความพร้อมทั้งด้านบุคลากรและงบประมาณในการปฏิบัติงานให้เพียงพอ ประเด็นสำคัญที่จังหวัดควรคำนึงถึงในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ บริบทของพื้นที่ นำเอาจุดเด่น จุดแข็ง ซึ่งเป็นศักยภาพของจังหวัด มาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1) การนำเอาความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว

การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ มีความยั่งยืนได้นั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ บริบทของพื้นที่ มีการประเมินศักยภาพ ด้วยการวิเคราะห์ถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และข้อจำกัด และมีการวางแผนอย่างเป็นระบบและอย่างมีวิสัยทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ของวิราภรณ์ วัลย์วัฒน์ (2549) พบว่า ผลของการประเมินทรัพยากรท่องเที่ยวด้านต่างๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาหลวง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีสารทเดือนสิบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น ได้แก่ การเล่นน้ำตก และการบริการที่เป็นจุดเด่น คือ ที่พัก ร้านอาหาร (อาหารประจำถิ่น) รถประจำทาง ในส่วนของการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชของบุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า จุดแข็งของจังหวัด คือ เป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญของภาคใต้ รองลงมาคือมีทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่หลากหลายและสำคัญของภาคใต้ จุดอ่อนของจังหวัดคือ การขาดการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อขจัดความยากจน โอกาสในการพัฒนาจังหวัดคือ มีโอกาสในการพัฒนาด้านระบบส่งเสริมสินค้าทางการเกษตรมากขึ้น และอุปสรรคของจังหวัดที่สำคัญที่สุดคือ มีการกีดกันทางการค้า สำหรับผลการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวิสัยทัศน์ที่สำคัญ คือ การเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่สำคัญของภาคใต้ และยุทธศาสตร์ คือ เป็นศูนย์กลางการศึกษา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและชุมชนเข้มแข็ง

2) การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ต้องมีการวางแผน และได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน แต่ควรให้ชุมชนท้องถิ่นจัดการด้วยตัวเองเป็นหลัก เพื่อการพึ่งตนเองได้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยภาครัฐคอยสนับสนุนเรื่องของการวิชาการ วางแผนทางการตลาด และสนับสนุนเรื่องงบประมาณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนศิรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ของ สม ญ ระนอง (2545) พบว่า ควรมีการช่วยกันหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของการรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนา

ชุมชนด้วยรวมถึงการส่งเสริมอาชีพให้ประชาชนภายในชุมชนมีอาชีพเสริม นอกจากทำเกษตรเพียงอย่างเดียวเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน กลุ่มอาชีพเองเป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งภายในชุมชนด้วย เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่องค์กรอย่างยั่งยืนและทำให้องค์กรพ้นจากความยากจนอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ของ เพชรรา บุคสีทา (2552) พบว่า ศักยภาพของชุมชนนครชุมด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่งที่น่าสนใจที่จะพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยวทุกคน โดยความคิดเห็นของประชาชนเห็นว่า ชุมชนนครชุมมีศักยภาพระดับมากในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งมีความรู้ และความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องและผู้นำชุมชนนั้น ต้องการส่งเสริมกิจกรรมที่จะสร้างความพร้อมให้กับชุมชนในการพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน และต้องการสนับสนุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ในส่วนผลของการศึกษาการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7P's นั้น พบว่า ควรมีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขายและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี รวมถึง การจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อให้ชุมชนบ้านนครชุมเป็นที่รู้จักในกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ต้องการ โดยเสนอแนะว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก สำหรับชุมชนนครชุมควรรณาการจัดการการตลาดทั้ง 7P's ไปประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในอนาคต

3) การกำหนดยุทธศาสตร์ร่วมกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เป็นการทำงานร่วมกัน เพราะแต่ละภาคส่วนมีศักยภาพ ความพร้อมแตกต่างกัน เป้าหมายในการทำงานร่วมกันคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ของ สุพัตรา กลับดี (2545) พบว่า สภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายมีศักยภาพสูง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ตามลำดับ การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากการศึกษา พบว่า ชุมชนมีการจัดการด้านการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ การจัดการด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว ชุมชนมีการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบขององค์กรในการจัดการ พบว่า ชุมชนสามารถจัดการในระดับสูง เพราะมีการรวมตัวกันเพื่อจัดระเบียบการท่องเที่ยวในรูปแบบของคณะกรรมการ และให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมให้

ความเห็นในการจัดการท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน

ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชนส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรในระดับเห็นด้วยในทุกๆ ดังนั้น ภาคเอกชนควรให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยิ่งมากขึ้น และ ควรให้ความร่วมมือกับภาครัฐ และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนร่วมกัน

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชนเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การจัดการท่องเที่ยวควรมีโครงสร้างการจัดการ ในลักษณะกลุ่มหรือเครือข่าย เพื่อความเป็นมาตรฐานเดียวกัน และเพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ภาคเอกชนเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงควรเสริมจุดแข็งและแก้ไขจุดอ่อนให้กับภาคเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง โครงสร้างของอุตสาหกรรมของ เสรีวงศ์ไพจิตร และคนอื่นๆ (2547) พบว่า ควรเสริมจุดแข็งให้แก่ภาคเอกชน ในประเด็นดังนี้ คือ 1) ภาคเอกชนมีความสามารถด้านการตลาด และมีการรวมตัวกันเพื่อรักษาผลประโยชน์ของธุรกิจ หากจะใช้ความสามารถเพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการที่จะช่วยกันจัดให้มีมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการให้เทียบเท่าระดับสากล หรือมีอัตลักษณ์ที่ดีกว่าแตกต่างกว่า จะเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรภาคเอกชน และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม และเป็นการช่วยสร้าง Brand Image ให้กับประเทศ 2) สมาคม สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรประสานงานและดำเนินงานร่วมกับองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ โดยเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องดังกล่าวในรายละเอียดให้กับมวลสมาชิกทั้ง ระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติงาน 3) ในอนาคตอันใกล้ เรื่องมาตรฐานและการประกันคุณภาพจะทวีความเข้มข้นมากขึ้น องค์กรภาคเอกชนจึงต้องแสวงหาความรู้ในส่วนที่เป็น Global Agenda เพื่อนำมาถ่ายทอดให้กับสมาชิก และผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว และจำเป็นต้องเร่งรัดการแก้ไขปรับปรุงมาตรฐานในการให้บริการ ต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักปฏิบัติที่เป็นที่รับรองกันในระดับสากล มิฉะนั้นจะมีปัญหาโดยตรงต่อการประกอบธุรกิจ และควรแก้ไขจุดอ่อน คือ 1) ควรมีงานวิจัยสนับสนุนการดำเนินงานของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเฉพาะในส่วนของการสร้างเอกภาพในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในส่วนของเอกชน เพราะใน ปัจจุบันยังมีปัญหาการประสานงาน ปัญหาการขาดความร่วมมือ ปัญหาความสับสนในการรวมตัวกันของ กลุ่มธุรกิจแต่ละประเภท และปัญหาการควบคุมพฤติกรรมที่ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ 2) องค์กรภาคเอกชนควรควบคุมด้านมาตรฐานการบริการ และจรรยาบรรณธุรกิจได้ใน ระดับหนึ่ง เพราะโดยสามัญสำนึกน่าจะพอเข้าใจได้ว่าลักษณะการประกอบการที่เป็นการเอาเปรียบ หรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว ย่อมมีผลกระทบต่อตลาดในระยะยาวต่อไป กรณีตัวอย่าง เช่น นักท่องเที่ยวจากตลาดจีน ซึ่งจะเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในอนาคต และประเทศจีนกำหนดให้นักท่องเที่ยวจีนไปเที่ยวประเทศอื่นๆ ได้ 33 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ภาคธุรกิจเอกชนจึงต้องเข้าใจความสำคัญและ โอกาสที่อาจสูญเสียตลาดนี้ไป ถ้าทางการ

จีนประกาศห้ามมิให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทย 3) องค์กรเอกชนที่เรียกว่า NGO ไม่ได้เป็นฝ่ายตรงข้ามเสมอไป แต่เป็นองค์กรที่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวเอกชนควรแสวงหาความร่วมมือเพื่อที่จะได้ช่วยกันกำหนดทิศทางการพัฒนา และการดำเนินงาน ให้เกิดลักษณะการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรในระดับเห็นด้วยในทุกๆ ด้านนั้น ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นควรให้ความสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น ร่วมมือกับภาครัฐ และภาคเอกชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีจิตสำนึกร่วม ห่วงแทน ในการปกป้องผลประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรมีการจัดการในลักษณะการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมดำเนินงาน ร่วมกันแก้ปัญหา ร่วมรับผิดชอบ และ ร่วมกันรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม ต้องเน้นให้ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเป็นแกนนำในการบริหารจัดการ ในฐานะเป็นเจ้าของพื้นที่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน และ นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม: กรณีศึกษา ตำบลโป่งงาม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ของ พจนารถ กริ่งไกร (2545) พบว่า การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองท้องถิ่นและประชาชนทำให้เกิดความร่วมมือในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการจัดการท่องเที่ยว คือ การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเที่ยวเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว ของ ทับทิม สุวรรณประภา (2541) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า ประชาชนในชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมากเนื่องจากประชาชนเป็นเจ้าของท้องถิ่นสามารถเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับหน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการท่องเที่ยวระดับต่างๆ ได้ ความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่นของสมาชิกชุมชน ซึ่งมีความรัก ความห่วงใย พึงพิงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวได้ ชุมชนจะต้องพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐกับชุมชนเอง และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

จากผลการวิจัยและการสรุปการอภิปรายผลการวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ทำให้เกิดยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านต่างๆ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ
- ยุทธวิธีที่ 1.1 การส่งเสริมและพัฒนากองทุนท่องเที่ยว
 - ยุทธวิธีที่ 1.2 การส่งเสริมการลงทุน
 - ยุทธวิธีที่ 1.3 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว
 - ยุทธวิธีที่ 1.4 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชน
- ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน
 - ยุทธวิธีที่ 2.2 การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว
 - ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น
- ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน
 - ยุทธวิธีที่ 3.2 การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น
- ยุทธวิธีที่ 4.1 การส่งเสริมและพัฒนากองทุนท่องเที่ยวเพื่อสังคม
 - ยุทธวิธีที่ 4.2 การส่งเสริมและพัฒนากองทุนท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ
 - ยุทธวิธีที่ 4.3 การส่งเสริมและพัฒนากองทุนท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ผลจากการศึกษาวิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากองทุนท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ ประกอบด้วย ยุทธวิธีที่ 1.1 การส่งเสริมและพัฒนากองทุนท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 1.2 การส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีที่ 1.3 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว และยุทธวิธีที่ 1.4 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์

ยุทธวิธีที่ 1.1 การส่งเสริมและพัฒนากองทุนท่องเที่ยว เป็นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยการมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ และ มีการนำแผนไปปฏิบัติอย่างจริงจัง มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และมีการปรับปรุงพัฒนากระบวนการตลอดเวลา มีการมอบหมายบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อให้การท่องเที่ยวมีผลในทางบวก สอดคล้องกับการสรุปงานวิจัยผลกระทบที่เกิดจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวในห้าทศวรรษของประเทศไทยที่ผ่านมา ของระวีวงศ์ ศรีทองรุ่ง (2553) โดยสรุปไว้ว่า บทบาทภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชนจะต้องบูรณาการความร่วมมือกันอย่างเป็นระบบในการส่งเสริมและพัฒนากองทุนท่องเที่ยว เพราะประเทศไทยมีทุนทางสังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติดีเลิศไม่เป็นรองชนชาติใดในโลก หากแต่การบริหารจัดการและการประสานงานระหว่างผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยังมีปัญหาช่องว่าง ทำให้การพัฒนาอย่างไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งแต่การกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยว ควรณรงค์ให้มีคณะกรรมการครบทุกภาคส่วน เพื่อแสดงความคิดเห็นและร่วมตัดสินใจในการวางแผน การปฏิบัติการ และมีส่วนร่วมในการประเมิผล และนำผลไปปรับปรุงการ

ดำเนินงานในครั้งต่อไป ที่สำคัญมีการกำหนดบทบาทความรับผิดชอบ หน้าที่ให้ชัดเจนของแต่ละฝ่าย และมีผู้ประสานงานที่มีบทบาท อำนาจหน้าที่ชัดเจน จึงจะทำให้การดำเนินนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวไปสู่ปฏิบัติเห็นผลเป็นรูปธรรมชัดเจนที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แนวทางเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ของ วันดี สีสังข์ (2549) พบว่า แนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี มีการกำหนดวิสัยทัศน์จังหวัด คือ จังหวัดจะต้องพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นเมืองแม่แบบของการพัฒนาการค้าชายแดน และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่นานาชาติด้านตะวันตก เป็นเมืองปลอดภัย มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จะจัดความยากจนและพัฒนาคน และสังคมที่มีคุณภาพ สำหรับเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด คือ เพิ่มพื้นที่สีเขียวและป่าชุมชน เพิ่มมาตรฐานการบริการในการท่องเที่ยวและความปลอดภัย พัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตรเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างรายได้จากสินค้า OTOP และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภูมิภาค 2) เป็นเมืองปลอดภัย มีการบริการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 3) เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้สู่ปัญญาระดับภูมิภาค และพัฒนาเป็นเมืองการค้าต่างแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 4) เป็นเมืองปลอดภัยคนจน มีสังคมที่มีคุณภาพและเป็นคนดีมีศีลธรรม

ยุทธวิธีที่ 1.2 การส่งเสริมการลงทุน เป็นการส่งเสริมในลักษณะที่ภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว โดยให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นแผนงานหลักของจังหวัด มีการประสานงานให้หลายภาคส่วนเข้ามาร่วมลงทุนด้วย เช่น ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคท้องถิ่น และ ผู้ประกอบการ เป็นต้น สิ่งสำคัญในการลงทุน คือ เงินทุน ภาครัฐต้องจัดหาแหล่งเงินทุน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนทั้งชาวไทยที่อยู่ในภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น หรือภาคประชาชน และนักลงทุนชาวต่างชาติ หากภาครัฐสามารถเชื่อมประสานด้านการลงทุนและทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือพร้อมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ จะทำให้เกิดผลตามมาในหลายๆ ด้าน เช่น สามารถสร้างงาน สร้างรายได้กับชุมชน เป็นการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวให้กับจังหวัด และเพื่อการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการพัฒนาท่องเที่ยว: การศึกษาเฉพาะกรณีบ้านเรณู อำเภอรณนคร จังหวัดนครพนม ของสุจิต บุตรประเสริฐ (2533) พบว่า การท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่กลุ่มต่างๆ ภายในหมู่บ้าน เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหาร ที่พัก ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นทำให้เกิดการสร้างงานมีแรงงานเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดระบบธุรกิจส่งผลต่อรายได้และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านบริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนศิรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ของศมา ณ ระนอง (2545) พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนศิรีวง ในด้านกลุ่มทุน มีหน้าที่ในการจัดหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของ การรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย และสอดคล้องกับแผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่ การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์นี้ มีแนวทางการพัฒนาส่งเสริมภาคบริการโดยปรับ โครงสร้างภาคบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดย 1) เสริมสร้างขีดความสามารถในการ แข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้าง นวัตกรรมให้กับธุรกิจ ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการ และส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทาง ภูมิศาสตร์ของประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนสามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและกระแสความต้องการของตลาดโลก ได้แก่ ธุรกิจ การท่องเที่ยว ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจการจัดประชุมและ แสดงนิทรรศการนานาชาติ เป็นต้น 2) ขยายฐานการผลิตและการตลาดของภาคธุรกิจบริการที่มี ศักยภาพออกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการตลอด ห่วงโซ่การผลิตและบริการสนับสนุนมาตรการด้านการเงินและภาษีให้ทัดเทียมกับประเทศคู่แข่ง ส่งเสริมการค้าและบุกเบิกตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจที่ เกี่ยวเนื่องกับการลงทุนในตลาดต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการขยายตลาดของธุรกิจบริการที่มี ศักยภาพของไทย พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะการบริหารและความเชี่ยวชาญในสายอาชีพ และพัฒนามาตรฐานธุรกิจและวิชาชีพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล 3) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อ ต่อการลงทุนในภาคบริการทั้งในประเทศและดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศในภาคบริการ โดย ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาระบบฐานข้อมูลภาคบริการโดยรวม ของประเทศและข้อมูลเชิงลึกในสาขาบริการที่มีศักยภาพ ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ และสิทธิ ประโยชน์ให้เอื้อต่อการลงทุน ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี ส่งเสริมการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจ ส่งเสริมธุรกิจบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจน ผลิตและพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ 4) พื้นฟูและพัฒนา คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยการฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หลักที่เสื่อมโทรม พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสความต้องการของตลาดโลก เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการค้าเงินกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบใหม่ที่ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขยายไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ 5) บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนา ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพและเพียงพอ และบูรณาการ การท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติรวมทั้งสาขาการผลิตและบริการ อื่นๆ และ 6) เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชนและ บุคลากรภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาและเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ตาม

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขตามกฎระเบียบใหม่ของโลก

ยุทธวิธีที่ 1.3 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ โดยเป้าหมายของการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้รับการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว และเป็นการพัฒนาคุณภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยว พัฒนาสถานประกอบ พัฒนาศูนย์บริการท่องเที่ยว และส่งเสริมความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การพัฒนาดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องกับปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในด้านการท่องเที่ยว ปัจจัยพื้นฐานทางการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ในแหล่งท่องเที่ยวความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะทำให้เกิดความสะดวกในการจอง ที่พัก การติดต่อกับครอบครัว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความสุขความเพลิดเพลินในการพักผ่อน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวแล้วนอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ท้องถิ่นเกิดการพัฒนาและส่งผลกระทบ โดยตรงต่อประชาชนในท้องถิ่นด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นการสร้างโอกาสในการขยายตลาดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปโภค การคมนาคมขนส่ง และปัจจัยพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค และการพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม และระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวทั้งนี้ ปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้กับจังหวัด เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ของ พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์ (2542) พบว่า นักท่องเที่ยวประเมินให้คะแนนสูงสุดกับอัยาศัยของคนเชียงใหม่ในเรื่องความเป็นมิตร รองลงมาเป็นเรื่องของความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ส่วนที่ให้คะแนนต่ำสุดในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ คือ การส่งเสริมและร่วมมือกันอย่างจริงจัง เพื่อที่จะได้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกันของรัฐบาลทุกประเทศ และผู้ประกอบการควรปรับตัวในด้านการให้บริการการท่องเที่ยวร่วมกันของรัฐบาลทุกประเทศ และผู้ประกอบการควรปรับตัวในด้านการให้บริการทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดจากพัฒนาการด้านอุปทานการท่องเที่ยว 3 ประเด็นใหญ่ๆ คือ สิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ของสุพรรณนาค์ศภาค (2545) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นอันดับหนึ่ง ปัจจัยรองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านบริการและอัยาศัยไมตรี ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ และปัจจัยอื่นๆ ตามลำดับ สำหรับปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และรองลงมา คือ ปัญหาผู้

ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ ส่วนผลกระทบที่ทำให้ความเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ และเศรษฐกิจแล้วยังส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน

ยุทธวิธีที่ 1.4 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์
ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยจะเข้าสู่ประชาคมอาเซียน AEC (Asean Economics Community – AEC) ทุกภาคส่วนต้องตื่นตัว และเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้าน ในกลุ่มอาเซียนด้วยกันให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโลกกว้าง และเป็นจุดเริ่มต้นการเตรียมความพร้อม ก้าวสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต สำหรับสถานการณ์ตลาดภายในประเทศนั้น ภาคบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยนับว่ามีศักยภาพค่อนข้างสูง ทั้งในส่วนของความพร้อมในการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยวน่าจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามมา ผู้ประกอบการควรเร่งปรับตัวและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยอาศัยจุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะการเป็นที่ยอมรับในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย การมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และรสชาติอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ระบบการชำระเงิน ควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้มีความสะดวกสบายในการใช้บริการ ซึ่งที่กล่าวมานั้นถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จะนำไปใช้และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น เพื่อการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร จึงต้องมีพัฒนาการวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ มีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านศรีดงเย็น ตำบลบ้านช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน และภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ของ อมรา อินทจักร (2550) พบว่า ชุมชน มีจุดแข็งด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชนเผ่า โดยเฉพาะการแสดงทางวัฒนธรรม การแต่งกายและภาษาพูด ส่วนในเรื่องจุดอ่อน คือ ราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานและขาดการสร้างสัญลักษณ์ที่ชัดเจน อุปสรรคปัญหา คือ มีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงเพิ่มขึ้น ปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ มีส่วน ทำให้การกำหนดราคาบริษัทนำเที่ยวและผู้ประกอบการไม่มีความแน่นอน วิธีการแก้ไข คือ การร่วมกันกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม การส่งเสริมการตลาด การสร้างเครือข่ายพันธมิตร และการประสานงานระหว่างหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้อง การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพองค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็งทางการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชน ประกอบด้วย ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีที่ 2.2 การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว และ ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน เป็นการร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น สำหรับภาคเอกชนประกอบด้วยผู้ประกอบการรายใหญ่ ผู้ประกอบการรายย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ สิ่งสำคัญที่สุดในการลงทุน คือ เงินทุน เพราะฉะนั้นภาครัฐควรให้การสนับสนุนและช่วยเหลือจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง ของ สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ งบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง ซึ่งหากภาครัฐร่วมมือกับภาคเอกชนในเรื่องการลงทุนจะทำให้การท่องเที่ยวมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนในระดับท้องถิ่น มีภาคประชาชน เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนหรือธุรกิจชุมชน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมลงทุนด้านบริการการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาครัฐควรเข้าไปสนับสนุนเรื่องเงินทุนเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ของศมา ณ ระนอง (2545) พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวง ในด้านกลุ่มทุน มีหน้าที่ในการจัดหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของ การรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย

ยุทธวิธีที่ 2.2 การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว สินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น การบริการ ที่พัก ร้านอาหาร มัคคุเทศก์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์จำหน่ายของฝากของที่ระลึก การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าในผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น โดยภาครัฐควรเป็นตัวกลางในการรวมกลุ่มของผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของ

ประชาชน ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และองค์กรขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์ และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันกำหนดภารกิจ โดย 1) เริ่มด้วยการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 2) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากร 3) การจัดให้มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว และ 4) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์

ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจะต้องทำงานในลักษณะภาคีร่วม มีการร่วมกลุ่ม มีเครือข่าย เพื่อเรียนรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนความรู้ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และองค์กรขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์ และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันกำหนดภารกิจ โดย 1) เริ่มด้วยการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 2) การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและร่วมอนุรักษ์ทรัพยากร 3) การจัดให้มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว และ 4) การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ประกอบด้วย ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และยุทธวิธีที่ 3.2 การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงความสมดุลทางด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เป็นการจัดการร่วมกัน แสดงถึงความเป็นเจ้าของสิทธิในการร่วมใช้ประโยชน์จากการแหล่งท่องเที่ยว และอาศัยความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก ในฐานะเจ้าของพื้นที่ โดยมีกระบวนการวางแผนและการบริหารงานอย่างเป็นระบบ การท่องเที่ยวที่เกิดจากการผลักดันของภาคประชาชน จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน โดยชุมชน และ เป็นของชุมชน นำไปสู่ผลในระยะยาว มีการสร้างงาน สร้างอาชีพ เป็นการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว ของ ทับทิม สุวรรณประภา (2541) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า ประชาชนในชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมากเนื่องจากประชาชนเป็นเจ้าของท้องถิ่นสามารถเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับ

หน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการท่องเที่ยวระดับต่างๆ ได้ ความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่นของสมาชิกชุมชน ซึ่งมีความรัก ความหวงแหน พึ่งพิงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวได้ ชุมชนจะต้องพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐกับชุมชนเอง และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ของ สมชาย สนั่นเมือง (2541) พบว่า ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนา และจะต้องสอดคล้องและเกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ทุกฝ่าย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชน ผู้รับผิดชอบและดำเนินการพัฒนาทั้ง 3 ฝ่าย ต่างมองและคาดหวังที่จะได้แตกต่างกัน คือ 1) นักท่องเที่ยวคาดหวังได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ต้องมีวิธีการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่น เอกลักษณะ และการได้มีส่วนร่วมได้สัมผัสกับประชาชนผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ ตลอดจนความสะอาด ความเป็นระเบียบและความร่มรื่นของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น 2) สิ่งที่ชุมชนคาดหวังและค่านิยมที่แตกต่างกันไปกับนักท่องเที่ยวเล็กน้อยหรือตรงกันข้าม ประชาชนในท้องถิ่นคาดหวังถึงความเปลี่ยนแปลง การพัฒนาที่ทันสมัยไปจากเดิม และที่ประชาชนในท้องถิ่นคาดหวังจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ มีที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้นได้อย่างดีและดำเนินชีวิตในสิ่งแวดล้อมที่ดี เกิดความภาคภูมิใจต่อชุมชนของตนเอง และได้รับประโยชน์อื่นๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว เช่น ความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น 3) สิ่งที่ผู้รับผิดชอบและดำเนินการพัฒนาคาดหวัง คือ แบ่งโครงการพัฒนาออกเป็นขั้นตอน และต้องไม่ขัดแย้งกับหน่วยงานอื่นหรือประชาชนในชุมชน และได้รับความร่วมมือจากประชาชนส่วนใหญ่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นโครงการที่ผลตอบแทนหรือผลกระทบในทางบวก เร่งส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากร และบำรุงรักษาศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือท้องถิ่น

ยุทธวิธีที่ 3.2 การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

การสร้างจิตสำนึกและการพัฒนาจิตสำนึกในการร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว เป็นแนวทางหนึ่งที่จะอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการอนุรักษ์ พื้นฟู เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับทุกฝ่ายเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวถิ่นภูไทย กรณีศึกษาหมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง ตำบลกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ของรัชดาภรณ์ เรืองช่อ (2545) พบว่า การบริหารการจัดการท่องเที่ยวในหมู่บ้านโคกโก่งมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำ โดยแต่งตั้งคณะกรรมการเป็นผู้ประสานงานกับชาวบ้าน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามลักษณะงานที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในการแนะนำและให้คำปรึกษาประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่ชาวบ้านยังขาดแคลนงบประมาณในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดการบริการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านโคกโก่งมี 2 แบบ คือ การท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณีของชาวไทย ซึ่งได้พบปัญหาประชาสัมพันธ์หมู่บ้านไม่ทั่วถึง การเดินทางไม่สะดวก ป้ายบอกทางไม่

ชัดเจนและสภาพความเป็นอยู่ของชาวไทยเปลี่ยนแปลงเพราะได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งกรมป่าไม้ไม่ได้จัดสรรงบประมาณในกาจ้างชาวบ้านเป็นเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประมาททำให้เกิดอุบัติเหตุและตีมีสุราส่งเสียงดังเป็นการทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวของผู้อื่น อีกทั้งปริมาณขยะเพิ่มมากขึ้น ในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการจัดทำแผนการปรับปรุงสถานที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากราชการและหักรายได้จากการท่องเที่ยวมาจัดตั้งเป็นกองทุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน ปลุกจิตสำนึกของชาวบ้านให้ร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีชาวไทยที่แท้จริง จัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำแผนที่บอกทางท่องเที่ยวให้ชัดเจนและมีป้ายเตือนภัยตามจุดที่มีอันตราย และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัด ของ รชาดา เครือทิวา (2554) พบว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน แต่ละแห่งของจังหวัดอ่างทองมีสภาพความพร้อมในแต่ละด้านสำหรับการให้บริการ นักท่องเที่ยวไม่สมบูรณ์ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาจากผลการสังเกตที่ได้จะเห็นว่ามีหลายด้านที่ควรมีการปรับปรุงคือ ด้านธนาคาร ตู้บริการกดเงินอัตโนมัติ (ATM) มีสำนักงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ 2) ประชาชนท้องถิ่น เห็นว่า การท่องเที่ยวชุมชนทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทำให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหนวัฒนธรรมของชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องสร้างจิตสำนึก ให้คนในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นรวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทาควบคู่กันไปกับการพัฒนาคนในชุมชน สิ่งแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีการจัดการผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและโปร่งใสประชาชนทุกคนในการท่องเที่ยวชุมชนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ และประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว และการป้องกันสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญ 3) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทอง พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาดของสถานที่ ด้านคุณภาพการบริการและสินค้า ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในชุมชน และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมากในเรื่องของการได้เรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นมิตรของชาวบ้าน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต้องการเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทอง คือ การเข้ามาศึกษาประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน การนั่งเรือชมธรรมชาติ และการพักค้างกับชาวบ้าน และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทองมีความต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 และ 4) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดอ่างทองจากการประชุมเชิงปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำหนดแนวทางการพัฒนาจากการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม และจากการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดอ่างทอง ประจำปี พ.ศ. 2554 ประกอบกับแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน 5 ด้าน คือ 1) ส่งเสริม กระตุ้นประชาชนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องตระหนักและมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น 2) สนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในลักษณะการสร้างงาน และการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และประชาชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ 3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มีคุณภาพและยั่งยืน 4) พัฒนาศักยภาพและคุณภาพของประชาชนในท้องถิ่นเรื่องการให้บริการการท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชน 5) สร้าง และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการการท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนและผู้นำชุมชน/ผู้ประกอบการในท้องถิ่น คือ ทุกฝ่ายเห็นว่าวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดอ่างทองเป็นจุดแข็งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และควรนำมาพัฒนาให้เป็นเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดอ่างทอง โดยมีการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดอ่างทองมีความยั่งยืนต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น ประกอบด้วย ยุทธวิธีที่ 4.1 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อสังคม ยุทธวิธีที่ 4.2 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และยุทธวิธีที่ 4.3 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ยุทธวิธีที่ 4.1 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อสังคม โดยมี 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 เป็นการส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์วัฒนธรรม จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ฉะนั้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด และ เป็นการระลึกเหตุการณ์สำคัญในอดีต ปลุกจิตสำนึกความรักชาติ รักถิ่น จังหวัดควรส่งเสริมทั้งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Smith, 1977) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสชีวิตและบางกรณีก็เข้าไปร่วมใช้ชีวิตเก่าๆ ที่ได้สูญหายไปแล้ว หรือสัมผัสในท้องถิ่นเก่าที่มีสีสันดึงดูดในงานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน เป็นต้น และการท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน และแหล่งโบราณคดีที่เป็นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสรณ์สถาน วัด วัง การแสดงแสง – เสียง เหตุการณ์สำคัญในอดีต เป็นต้น และแนวทางที่ 2 เป็นการพัฒนาจิตใจ เป็นแนวที่สอดคล้องกับแนวทางแรก เป็นแนวทางที่จังหวัดต้องดำเนินการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่น เพื่อพัฒนาจิตใจและปลูกฝังจิตสำนึกร่วมในการร่วมจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทั้งสองแนวทางสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว บ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ของรัฐทิทยา หิรัณยหาด (2544) พบว่า ผลจากการศึกษาวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และประเพณีพื้นบ้านของชุมชนบ้านหนองขาว พบว่า จากการทำบ้านหนองขาวเป็นชุมชนโบราณที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงเกิดการผสมผสานกันทางวัฒนธรรมของชนหลายชาติพันธุ์ได้อย่างกลมกลืนจนเกิดเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของชุมชนขึ้น และมีการสืบทอด ดำรงรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการสืบทอดงานประเพณีทั้งที่ปฏิบัติเป็นประจำทุกเดือนในรอบปี และประเพณีอัน

เกี่ยวเนื่องกับวิถีการดำเนินชีวิตนับแต่เกิดกระทั่งตาย การประกอบพิธีกรรมทางความเชื่อ ภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ วิถีการดำรงชีวิต และโบราณวัตถุสถานที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมบ้านหนองขาวส่วนมากแล้วเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากเพื่อศึกษาและดูงานทางด้านวัฒนธรรมโดยมาเป็นหมู่คณะ มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่บริษัทนำเที่ยวพามาบ้างเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองไม่ได้ให้ความสนใจที่จะแวะชมบ้านหนองขาว เนื่องจากบ้านหนองขาวยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวมากนัก ผลจากการศึกษาด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของบ้านหนองขาวพบว่า มีศักยภาพในด้านคุณค่าทางการศึกษา ความปลอดภัย สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การประชาสัมพันธ์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีศักยภาพของพื้นที่ในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับสูง แต่ศักยภาพในด้านความพร้อมของบุคลากรควรมีการปรับปรุง นอกจากนี้ ต้องมีการเพิ่มเติมศักยภาพทางด้านสาธารณูปโภคขั้นสูงในสิ่งต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ผลจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบ้านหนองขาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้เลือกแนวคิดทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เลือกรูปแบบชุมชนบริหารจัดการเองโดยมีองค์กรนอกสนับสนุนให้คำปรึกษา และได้มีการวางแผนทางการพัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การปรับปรุงเส้นทางคมนาคม การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก และจัดสร้างห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และกำหนดแนวทางการบริหารจัดการในลักษณะของการเลือกตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอีกด้วย

ยุทธวิธีที่ 4.2 การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ
 แนวทางที่ 1 คือ ส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาด ควรมีการวิจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสมของจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ และแนวทางที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมบริหารจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น พนักงานต้อนรับ มีคฤหาสน์ พนักงานบริการด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ทั้งสองแนวทางมีความเหมาะสมกับศักยภาพในทุกๆ ด้านของจังหวัดกำแพงเพชรและสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์นี้ มีแนวทางการพัฒนาส่งเสริมภาคบริการโดยปรับโครงสร้างภาคบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดย 1) เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสู่ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับธุรกิจ ส่งเสริมการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการ และส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม

และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนสามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและกระแสความต้องการของตลาดโลก ได้แก่ ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ เป็นต้น 2) ขยายฐานการผลิตและการตลาดของภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพออกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่การผลิตและบริการสนับสนุนมาตรการด้านการเงินและภาษีให้ทัดเทียมกับประเทศคู่แข่ง ส่งเสริมการค้าและบุกเบิกตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการลงทุนในตลาดต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการขยายตลาดของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพของไทย พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะการบริหารและความเชี่ยวชาญในสายอาชีพ และพัฒนามาตรฐานธุรกิจและวิชาชีพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล 3) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการลงทุนในภาคบริการทั้งในประเทศและดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศในภาคบริการ โดยปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาระบบฐานข้อมูลภาคบริการโดยรวมของประเทศและข้อมูลเชิงลึกในสาขาบริการที่มีศักยภาพ ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ และสิทธิประโยชน์ให้เอื้อต่อการลงทุน ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยี ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจ ส่งเสริมธุรกิจบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลิตและพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ 4) ฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เสื่อมโทรม พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสนความต้องการของตลาดโลก เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขยายไปยังตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ 5) บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพและเพียงพอ และบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติรวมทั้งสาขาการผลิตและบริการอื่นๆ และ 6) เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชนและบุคลากรภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาและเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ตามแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขตามกฎระเบียบใหม่ของโลก

ยุทธวิธีที่ 4.3 การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 กระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น และ แนวทางที่ 2 สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น โดยแนวทางแรกเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดควรนำเอาจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของ

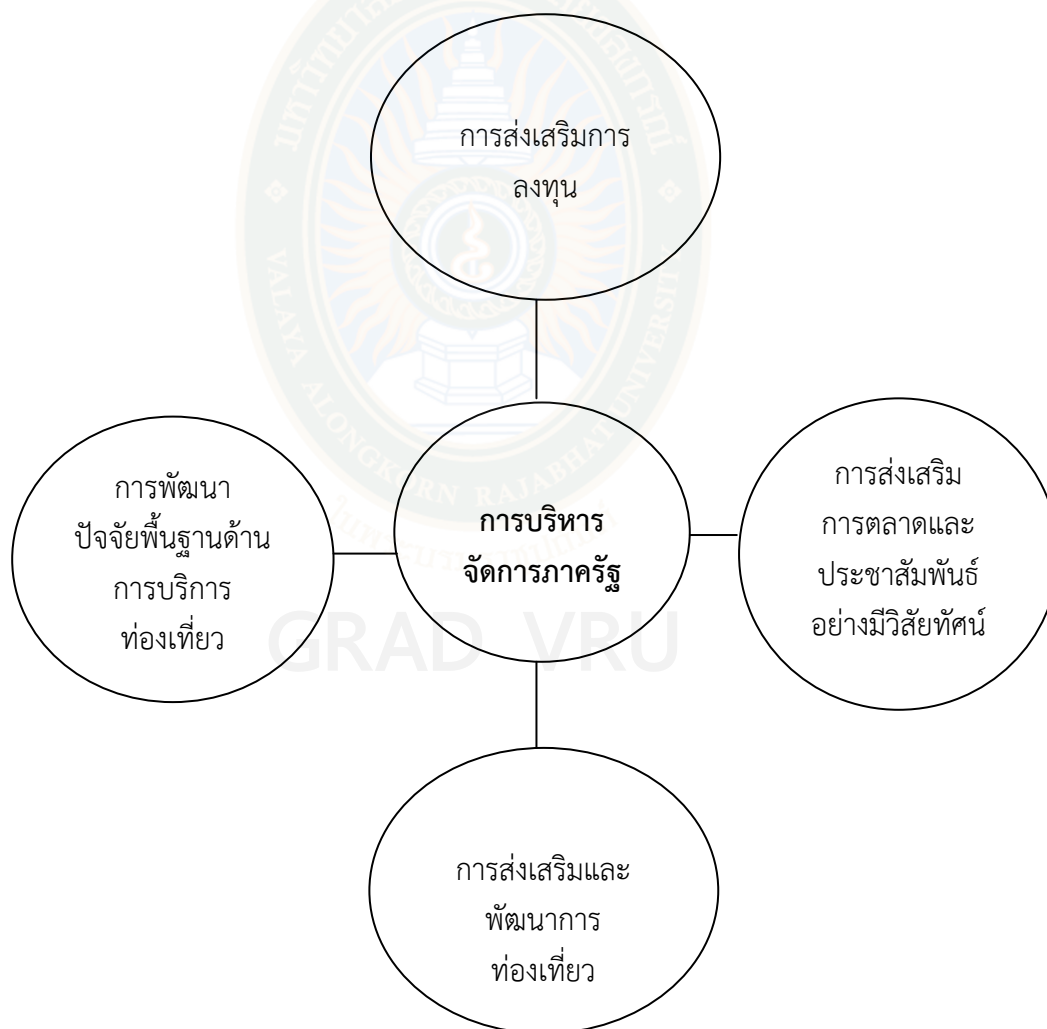
จังหวัด พัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ในทุกกระบวนการ และ แนวทางที่สอง สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นด้วยการกระตุ้น เศรษฐกิจฐานรากเพื่อการท่องเที่ยว สร้างเครือข่าย หรือกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อนำเสนอสินค้า เป็นการ สร้างอาชีพ สร้างรายได้ พร้อมกับพัฒนาในด้านอื่นๆ ไปพร้อมๆ กัน ทั้งสองแนวทาง สอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่อง การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ ของ ภูวนิดา คุณผลิน (2550) สรุปได้ว่า รูปแบบกระบวนการบริหารพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร มี 2 ระดับ คือ โมเดลบูรณาการระดับมหภาคเป็นกระบวนการศึกษายุทธศาสตร์การบูรณาการภาครัฐ เอกชน ในการกำหนดกระบวนการจากนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ โมเดลบูรณาการ ระดับจุลภาค เน้นการบูรณาการระดับพื้นที่ประกอบด้วยประเมินความต้องการ (Need Assessment) การกำหนดเป้าหมาย (Setting Goals) การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identification Stakeholder) การกำหนดพันธกิจและภารกิจ (Mission and Function Analysis) กระบวนการมีส่วนร่วม (Participation Process) การตั้งวัตถุประสงค์ (Setting Objective) การบูรณาการแผน (Responsibilities) การปฏิบัติการ (Implementation) และ การประเมินแบบมีส่วนร่วม (Participatory Evaluation) และ การบูรณาตามแนวทางดังกล่าวนี้ จังหวัดควรเน้นไปที่ความเป็น ชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นฐานรากของผลผลิตทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน ของ ทักษิณ ปิลวาสน์ (2555) พบว่า 1) ภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของประเทศไทย ยังไม่สามารถบูรณาการระหว่าง ภาคส่วนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ภาครัฐมีแนวทางรวมศูนย์อำนาจในการบังคับบัญชาและการ บริหารจัดการ ขาดเอกภาพในการบูรณาการ เพื่อการทำงานร่วมกันกับชุมชนหรือภาคประชาชน 2) การเป็นหุ้นส่วนเชิงบูรณาการการท่องเที่ยวในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน พบว่า การมีส่วนร่วมของ ชุมชนหรือประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ในการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนยังไม่เป็นรูปธรรม ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจัง 3) การบูรณาการการท่องเที่ยวในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน ระดับ องค์กร ระดับระหว่างประเทศ ระดับประเทศ และระดับจังหวัด พบว่า ขาดการวางแผนร่วมกันเชิง ยุทธศาสตร์ องค์กรทั้งสามระดับยังขาดการประสานยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ ร่วมกัน ไม่มี เอกภาพเชิงนโยบาย การบูรณาการมีบ้างระดับประเทศกับระดับจังหวัดหรือท้องถิ่น 4) ยุทธศาสตร์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย มีจุดมุ่งหมายที่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวม และส่งเสริม ความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากกว่าความยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนมี ส่วนส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยว จึงควรสนับสนุนส่งเสริมภาคเอกชนและภาคประชาชนที่เป็นชุมชน ท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้มีบทบาท มีส่วนร่วมมากที่สุด เพื่อประโยชน์ของ เศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สนับสนุนให้มีองค์กรเครือข่ายการบริหาร จัดการเชิงบูรณาการในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน ประกอบด้วย ภูเก็ต พังงา และกระบี่ และสอดคล้อง กับงานวิจัยเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในจังหวัดตาก ของ ศิริรัตน์ โต้สัมพันธมณฑล (2549) ผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ 1) ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรกรรม หรือรับจ้าง และมีรายได้สุทธิน้อย

กว่า 5,000 บาท 2) จังหวัดตากมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมาก โดยมีความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีมีจำนวนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบุคลากรพอเพียงในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายสื่อความหมายชัดเจน และมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น 3) ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการรักษา และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นมากที่สุดในด้านการท่องเที่ยว ประชาชนมีโอกาสในการประกอบอาชีพต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว แต่ไม่ค่อยมีโอกาสมีส่วนร่วมในการจัดตั้งสมาคม หรือชมรมการท่องเที่ยว และการแสดงความคิดเห็นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) ประชาชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมมากขึ้นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกระตุ้นให้เกิดการสร้างรายได้และการสร้างงาน และมีข้อเสนอแนะให้มีการอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการอนุรักษ์ ปูร่องรอยทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 5) แผนยุทธศาสตร์จังหวัดตาก ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2547 ประกอบด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 กลยุทธ์ และ 35 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่สามารถปฏิบัติได้จริง จำนวน 16 กิจกรรม โดยมีกิจกรรมที่สอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับด้านการบริหารจัดการมากที่สุด และสอดคล้องกับด้านที่มีส่วนร่วมน้อยที่สุด และมีกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์จังหวัด แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยวไทย 2547-2549 จำนวน 15 กิจกรรม 6) จังหวัดตากควรกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีพันธกิจในการกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักและมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลักษณะการสร้างงาน และการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนท้องถิ่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีคุณภาพ พัฒนาลสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาศักยภาพ และคุณภาพ ของบุคลากรในการให้บริการ 7) แผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในจังหวัดตาก ควรประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นใน ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านการตลาดการท่องเที่ยว ทั้งนี้โดยมีกิจกรรมที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การสร้างตัวแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างของระยอง ศรีทองรุ่ง (2553) ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติอย่างยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากภาครัฐยึดหลัก การรวมศูนย์อำนาจในการบังคับบัญชา การบริหารจัดการภาครัฐจึงเป็นจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ ขาดการวางแผน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ขาดเอกภาพในการบูรณาการ ในการทำงานร่วมกัน ชุมชนขาดโอกาสในการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว 2) ผลการกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวยังไม่ประสบผลสำเร็จในทางปฏิบัติอย่างยั่งยืน เนื่องจากอำนาจการตัดสินใจไม่ได้อยู่ที่ประชาชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ควรปรับแนวทางบริหารจัดการให้ชุมชนมี

ส่วนร่วมทุกขั้นตอน 3) การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุนอย่างจริงจัง การวิจัยพบว่า หากมีการกำหนดเกณฑ์ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ชัดเจน นำไปสู่การสร้างตัวแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่คำนึงถึงความสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการภาครัฐ แบ่งออกเป็น 4 ยุทธวิธี คือ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการภาครัฐ แบ่งเป็น 4 ยุทธวิธี อันได้แก่ ยุทธวิธีที่ 1.1 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 1.2 การส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีที่ 1.3 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 1.4 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์



ภาพที่ 5.1 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาครัฐ

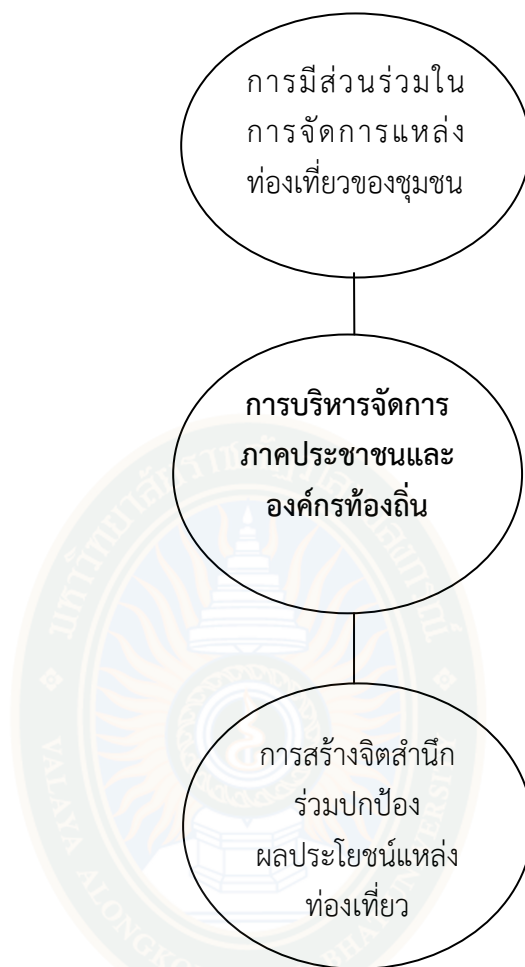
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการภาคเอกชน แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี คือ
 จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการภาคเอกชน แบ่งเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่ ยุทธวิธีที่ 2.1 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน ยุทธวิธีที่ 2.2 การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว ยุทธวิธีที่ 2.3 การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว



ภาพที่ 5.2 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 2 ยุทธวิธี คือ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่งเป็น 2 ยุทธวิธี อันได้แก่ ยุทธวิธีที่ 3.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ยุทธวิธีที่ 3.2 การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 5.3 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี คือ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และสรุปจากยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ที่ 2 และยุทธศาสตร์ที่ 3 มาบูรณาการเป็นยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ยุทธวิธี อันได้แก่ ยุทธวิธีที่ 4.1 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อสังคม ยุทธวิธีที่ 4.2 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ยุทธวิธีที่ 4.3 การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 5.4 แสดงโมเดลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะในประเด็นที่สำคัญต่อการนำไปปฏิบัติ ตามลำดับดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จังหวัดควรกำหนดแผน นโยบาย แผนงานและโครงการในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรให้เป็นรูปธรรมและชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์หลักของการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร และมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อให้มีการเตรียมการวางแผน รวมถึงการดำเนินการประสานงาน อีกทั้งมีการกำกับดูแลและการติดตามผลงาน เพื่อประเมินผลงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการประเมินผลควรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญกับการท่องเที่ยวเพื่อทำการประเมินรวมถึงการติดตามในทุกขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับแก้ยุทธวิธีให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์

2. จังหวัดควรมีการวางแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว 10 ปี เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงในการกำหนดยุทธศาสตร์และยุทธวิธี ให้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

5.3.2 ข้อเสนอแนะระดับหน่วยปฏิบัติ

1. รัฐบาล ควรมีการส่งเสริมให้ทุกภาคเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์และนำยุทธศาสตร์ลงไปปฏิบัติให้เกิดผลจริง โดยการมีโครงการที่เน้นพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

2. ภาครัฐ ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่นอย่างจริงจัง คุ้มครองพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดหาตลาด ให้ความรู้ในด้านวิชาการ

3. ภาคเอกชน ควรร่วมมือกับภาครัฐและภาคประชาชน เพื่อผนึกกำลังพัฒนาการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางเดียวกัน

4. ภาคประชาชน ในฐานะเป็นผู้อยู่ในพื้นที่ รับรู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค ควรให้ความร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นแก้ปัญหาที่แท้จริง

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นหลัก เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดกำแพงเพชรมากที่สุด

2. ควรมีการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยว ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยศึกษาถึงแหล่งในการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดกำแพงเพชรมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย แต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ รวมถึงข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์อย่างครบถ้วน

3. ควรมีการศึกษาเชิงลึกในส่วนภาคเอกชนและภาคประชาชน ในฐานะผู้เสนอสินค้าและบริการในชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ และเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในลักษณะบูรณาการในจังหวัดกำแพงเพชร



บรรณานุกรม

GRAD VRU

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กล้า ทองขาว. (2548). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญของอาจารย์โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). **การดำเนินเรื่อง ECOTOURISM ในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิ่งทอง ทองใบ. (2547). **กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไข่มุกข์ วิเชียรเจริญ และคนอื่นๆ. (2535). **รายงานการวิจัยเรื่องการสำรวจผลงานวิจัยทางกายภาพในประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2530-2532**. คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- คะนิง สายแก้ว. (2549). **ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารจัดการศึกษาปฐมวัยในจังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชรินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์. (2544). **นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Business Policy and Strategic Management)**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ฐิติมา ป้อมประกาย. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร**. กำแพงเพชร.
- ติน ปรัชญพฤทธิ์. (2535). **ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เตือนใจ นิลจันทร์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งทอง อำเภอทรายทองวัฒนา. กำแพงเพชร.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2539). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ทักษิณ ปิลวาสน์. (2555). **ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

- ทับทิม สุวรรณประภา. (2541). **ความคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิบูล ทีปะपाल. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- เทียนฉาย ประสานสิน. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป).
- เทศบาลตำบลหนองปลิง อำเภอเมือง. กำแพงเพชร.**
- ธงชัย สันติวงษ์. (2543). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธวัชชัย สมศิลป์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป).
- ธนาคารกรุงไทย สาขากำแพงเพชร. กำแพงเพชร.**
- นภาวดี วันนุ. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป).
- โรงเรียนมะค่าวิทยาคม อำเภอขามเฒ่าลักษ์ณ์. กำแพงเพชร.**
- นริศรา นงนุช. (2544). **รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุณณี. (2536). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไอเดียเนสต์โร.
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ. (2547). **การจัดการเชิงยุทธศาสตร์สำหรับ CEO**. กรุงเทพฯ: สุขุมและบุตร.
- บุญจง ขาวสิทธิวงษ์. (2541). **การสอนกฎหมายสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญทัน ดอกไธสง. (2537). **การจัดองค์การ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์. (2540). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- ปรีชา ปานพรหม. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป).
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด. กำแพงเพชร.**
- ปานิตล นียมคำ. (2544). **กระบวนการนำนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดไปปฏิบัติ: ศึกษา กรณีจังหวัดเพชรบุรี**. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา พัฒนบริหารศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พจนารถ กริ่งไกร. (2545). **การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม: กรณีศึกษาตำบลโป่งงาม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรทิพย์ เจริญวิทย์. (2542). **ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พระธรรมปิฎก. (2539). **ธรรมกับการศึกษาไทย**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.
- พระธรรมปิฎก. (2546). **พุทธธรรม ฉบับปรับปรุงและขยายความ: มัชฌิมนิบาต/ ขณิกนิกาย หรือกฎธรรมชาติและคุณค่าสำหรับชีวิต**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.
- พะยอม อยู่พันธุ์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **ตำบลวังทอง อำเภอเมือง**. กำแพงเพชร.
- เพชร บุดสีทา. (2552). **การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัด กำแพงเพชร**. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร. (2536). **คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษาต่อเนื่อง จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.
- ภูมิชัย มั่งเรื่องสกุล. (2555). **ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี.
- ภูวนิดา คุณผลิน. (2550). **การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ**. ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มานพ อ่วมสถิตย์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **วังยางรีสอร์ต**. กำแพงเพชร.
- มาโนช อ่วมสถิตย์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **ปกากะญอรีสอร์ต**. กำแพงเพชร.
- รชาดา เครือทิวา. (2554). **โครงการวิจัย แนวทางการพัฒนากการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วม ของ ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในจังหวัดอ่างทอง**. สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตอ่างทอง.
- รวีโรจน์ ส่องศรี. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด**. กำแพงเพชร.
- ระวีวงศ์ ศรีทองรุ่ง. (2553). **ยุทธศาสตร์การสร้างตัวแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกลุ่มภาค กลางตอนบน**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี.
- รัชนิพร ศิริพงษ์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ**. กำแพงเพชร.
- รัฐจิตยา หิรัญยาด. (2544). **แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการ ท่องเที่ยว: กรณีการศึกษาบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). **หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th>.
- วรเดช จันทรศร. (2527). การนำนโยบายไปปฏิบัติ: ตัวแบบและคุณค่า. **วารสารพัฒนบริหารศาสตร์**. 24(4), 23-67.

- วรงค์ จันทพร. (2540). **การนำนโยบายไปปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ.
- วรรณมา วงศ์วานิช. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณมา ศิลปอาษา. (2547). **การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th>.
- วัฒนา สารรัตน์. (2546). **การบริหารการศึกษา: นโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการบรรลุผล**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- วันดี สีสังข์. (2549). **แนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ของ จังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2545). **การบริหารเมืองหลวงและการบริหารท้องถิ่น: สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2548). **การบริหารจัดการและการบริหารการพัฒนาขององค์กรตาม รัฐธรรมนูญและหน่วยงานของรัฐ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- วิราภรณ์ วยัวัฒน์. (2549). **การวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช**. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศม ฌ रणอง. (2545). **การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชน ศีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์สังคม สงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริรัตน์ ไตสัมพันธ์มงคล. (2549). **การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่าง ยั่งยืนในจังหวัดตาก**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภชัย ยาวะประภาช. (2545). **นโยบายสาธารณะ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สกุลเพชร พิภูลประเสริฐ. (2557). **การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป)**. **กลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัด**. กำแพงเพชร.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2535). **การศึกษาขีดความสามารถในการ รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะพีพี**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). **การดำเนินการเพื่อกำหนด นโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). **รายงานผลการดำเนินงานขั้น สุดท้าย การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2546). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สมชาย สนั่นเมือง. (2541). ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว. **จุลสารการท่องเที่ยว**. 5(6), 17-22.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2544). **นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมปอง ฉัตรครุราษฎร์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **เทคโนโลยีวารวิวิธธรรม**. กำแพงเพชร.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2523). **การบริหาร**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สันติ อภัยราช. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **อดีตประธานสภาวัฒนธรรม**. กำแพงเพชร.
- สิริยา บุญศิริพฤกษ์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด**. กำแพงเพชร.
- สุจิต บุตรประเสริฐ. (2533). การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการพัฒนาท่องเที่ยว: **การศึกษาเฉพาะกรณีบ้านเรณู อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุดใจ ทูลพานิชย์กิจ. (2549). **หลักการพัฒนาเศรษฐกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพรรณนา หัสภาค. (2545). **ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุพัตรา กลัปดี. (2545). **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม สถาบันพัฒนบัณฑิตบริหารศาสตร์.
- สุภาณี โถทองคำ. (2543). **นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุภาภรณ์ หาญทอง. (2543). **นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุรชาติ บำรุงสุข. (2537) **ยุทธศาสตร์คืออะไร**. มติชนสุดสัปดาห์. หน้า 31-32.
- สุวิชัย สุภรานนท์. (2549). **ยุทธศาสตร์การแข่งขัน**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เสรี วังสีไพจิตร และคนอื่นๆ. (2547). **โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- แสน ผิวล่อ. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **เทศบาลตำบลวังยาง อำเภอลองขลุง**. กำแพงเพชร.

- อมรา อินทจักร. (2550). **ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านศรีดงเย็น ตำบลบ้านช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อรรณพ บุญรัตพันธุ์. (2535). **การวางแผนยุทธศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ประเทศไทย.
- อัจฉรา แสงจันทร์. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **ตำบลนครชุม. กำแพงเพชร**.
- อำนาจ เสนาใจ. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป). **สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย. กำแพงเพชร**.
- อิมรอน มะลูลีม. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป) **วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. จังหวัดปทุมธานี**.
- อุทัย เลาหิเชียร และ วรเดช จันทรร. (2526). **การบริหารการพัฒนา: การเปลี่ยนแปลงและทิศทาง**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อุทัยวรรณ ภูเทศ. (2557). การสัมภาษณ์โดย พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ (บันทึกเทป) **คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. นครสวรรค์**.
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. **จุลสารท่องเที่ยว**. 21(4), 38-48.
- Butler, R. W. (1980). **The Concept of a Tourist Area Cycle of Evaluation: Implications for Management of Resources Canadian Geographer**. New York: Mc Graw-Hill.
- Certo, S. C., & Peter, J P. (1991). **Strategic Management: concept and Applications**. New York: Mc Graw-Hill.
- Hellriegel, D., & Slocum, J. W. 1982. **Management**. 3 ed. Oxford: Berg.
- Herbert A. Simon, (1947). **Administrative Behavior**. New York: Macmillan.
- Massie & Smith T E Dowdy C. A. Pollowan E A & Blalock G. E. (1977). **Children and Adults with Learning Disabilities**. Boston: Allyn & Bacon.
- Swarbrooke J. & Susan, H. (1998) **Consumer Behavior in Tourism**. Great Britain: Butterworth-Heinenann.
- World Tourism Organization. (1998). **Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism**. Madrid, Spain: World Tourism Organization.



ภาคผนวก

GRAD VRU



ภาคผนวก ก

หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

GRAD VRU



ที่ พิเศษ / ๒๕๕๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปณ.จ.ประตุน้ำพระอินทร์ จ.ปทุมธานี
๑๓๑๘๐

๓๐ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ศาสตราจารย์ ดร.อิมรอน มะลูลีม

ด้วย นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ นักศึกษาปริญญาเอก รหัสนักศึกษา ๕๔B๗๓๓๓๐๓๑๒ หลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม
ราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ของจังหวัดกำแพงเพชร” โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกโรสง เป็นประธานควบคุมวิทยานิพนธ์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
เพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวข้างต้น และขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร. บุญทัน ดอกโรสง)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตและมหาบัณฑิต

โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
โทรศัพท์ ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๗
โทรสาร ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๘



ที่ พิเศษ/ ๒๕๕๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปณ.ประตุน้ำพระอินทร์ จ.ปทุมธานี
๑๓๑๘๐

๓๐ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์ พลเอก ดร.เกษมชาติ นเรศเสนีย์

ด้วย นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ นักศึกษาปริญญาเอก รหัสนักศึกษา ๕๔B๗๓๓๓๐๓๑๒
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.
บุญทัน ดอกไธสง เป็นประธานควบคุมวิทยานิพนธ์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวข้างต้น
และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร. บุญทัน ดอกไธสง)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตและมหาบัณฑิต

โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
โทรศัพท์ ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๗
โทรสาร ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๘



ที่ พิเศษ/ ๒๕๕๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปณจ.ประตุน้ำพระอินทร์ จ.ปทุมธานี
๑๓๑๘๐

๓๐ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.บุญเรือง ศรีเหรียญ

ด้วย นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ นักศึกษาปริญญาเอก รหัสนักศึกษา ๕๔B๗๓๓๓๐๓๑๒
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง "ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร" โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.
บุญทัน ดอกไธสง เป็นประธานควบคุมวิทยานิพนธ์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวข้างต้น
และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร. บุญทัน ดอกไธสง)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตและมหาบัณฑิต

โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

โทรศัพท์ ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๗

โทรสาร ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๘



ที่ พิเศษ/ ๒๕๕๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปณ.ประสานฯพระอินทร์ จ.ปทุมธานี
๑๓๑๘๐

๓๐ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ชรินทร์ สัทพ์ทิม

ด้วย นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสลิตย์ นักศึกษาปริญญาเอก รหัสนักศึกษา ๕๔B๗๓๓๓๐๓๑๒
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทั่วยุวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.
บุญทัน ดอกไธสง เป็นประธานควบคุมวิทยานิพนธ์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวข้างต้น
และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร. บุญทัน ดอกไธสง)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตและมหาบัณฑิต

โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
โทรศัพท์ ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๗
โทรสาร ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๘



ที่ พิเศษ/ ๒๕๕๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปณ.จ.ประดิษฐ์น้ำพระอินทร์ จ.ปทุมธานี
๑๓๓๘๐

๓๐ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ภิกษิต์ กัลยานมิตร

ด้วย นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ นักศึกษาปริญญาเอก รหัสนักศึกษา ๕๔B๗๓๓๓๐๓๑๒
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.
บุญทัน ดอกไธสง เป็นประธานควบคุมวิทยานิพนธ์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวข้างต้น
และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร. บุญทัน ดอกไธสง)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตและมหาบัณฑิต

โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
โทรศัพท์ ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๗
โทรสาร ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๘

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
แบบสอบถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร

คำชี้แจง ให้ผู้เชี่ยวชาญเขียนเครื่องหมาย ลงในช่องระดับความเหมาะสมหลังข้อความที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาตามเกณฑ์ ดังนี้

- กา ในช่อง +1 ถ้าท่านแน่ใจว่าข้อความหรือข้อความนั้นใช้ได้แล้ว
- กา ในช่อง 0 ถ้าท่านไม่แน่ใจว่าข้อความหรือข้อความนั้นใช้ได้แล้ว
- กา ในช่อง -1 ถ้าท่านแน่ใจว่าข้อความหรือข้อความนั้นไม่ตรงเนื้อหาและกรุณาเสนอแนะ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

คำชี้แจง

1. ใช้สอบถามประชาชนทั่วไปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร
2. แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร
3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย
 - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
 - ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร
 - ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น
4. ข้อมูลทุกประเด็นในแบบสอบถามเพื่อการวิจัยฉบับนี้ ถือเป็นความลับและใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น
5. ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

(นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์)

นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () ตามความเป็นจริง

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ (เกิน 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)

() ต่ำกว่า 20 ปี

() 20-30 ปี

() 31-40 ปี

() 41-50 ปี

() 51-60 ปี

() 61 ปี ขึ้นไป

3. ภูมิลำเนาเดิม

() จังหวัดกำแพงเพชร

() ไม่ใช่กำแพงเพชร

4. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา

() ข้าราชการ

() พนักงานเอกชน

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

() อื่น ๆ (ระบุ).....

6. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรครั้งนี้ กับใคร

() คนเดียว

() ครอบครัว/ญาติ

() เพื่อน

() กรุ๊ปทัวร์

() อื่นๆ (ระบุ).....

7. ท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่

() ไปเข้าเย็นกลับ

() พักค้างคืน จำนวน คืน

8. ครั้งล่าสุดท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรกี่วัน

() 1 วัน

() 2-4 วัน

() 5-7 วัน

() มากกว่า 1 อาทิตย์

9. ท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรโดยเฉลี่ย จำนวนกี่ครั้ง/ต่อปี

() 1-2 ครั้ง

() 3-4 ครั้ง

() 5-6 ครั้ง

() มากกว่านี้ ระบุ..... ครั้ง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
1. มีวัตถุประสงค์ชัดเจน								
รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีการเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
นโยบายด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาของพื้นที่	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
วัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
2. ความต่อเนื่องของนโยบาย								
นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีความต่อเนื่องของวัตถุประสงค์	+1	+1	0	+1	+1	4	0.80	นำไปใช้ได้
ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับนโยบายการท่องเที่ยวและมีการติดตามประเมินผลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
จังหวัดกำแพงเพชรให้ความสำคัญกับเรื่องการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยถือเป็นแผนงานหลักของจังหวัด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
แม้มีการเปลี่ยนผู้บริหาร แต่มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวยังคงเป็นประเด็นสำคัญของจังหวัดกำแพงเพชร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
3. นำไปปฏิบัติได้								
มีการประชาสัมพันธ์ อนุรักษ์ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานและเครือข่ายเพื่อดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	นำไปใช้ได้
มีการกำหนดให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวอย่างจริงจังมีการแบ่งงานหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
4. วัดผลและประเมินได้								
นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีกลไกติดตามการดำเนินงาน เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการกำกับ ดูแล ส่งเสริม ให้ทุกภาคส่วนดำเนินนโยบายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการปรับปรุง แก้ไข กระบวนการดำเนินงานในทุกขั้นตอนที่วัดผลและประเมิน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
1. การบริหารจัดการภาครัฐ								
1.1 การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว								
มีการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณ แหล่งท่องเที่ยว เช่น ลานจอดรถ ลานขายสินค้า	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวใน เทศกาลประจำปี	0	+1	+1	+1	+1	4	0.80	นำไปใช้ได้
มีการส่งเสริมและเปิดตลาด สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการพัฒนาความสามารถของ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ทั้งเก่าและใหม่อย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการส่งเสริมการทัศนศึกษาดูงาน ในจังหวัดกำแพงเพชร	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	นำไปใช้ได้
1.2 การส่งเสริมการลงทุน								
มีการส่งเสริมการลงทุนด้านการ ท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมี ระดับมาตรฐานสูงในการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและ ภาคเอกชนโดยการขยายฐาน ลูกค้าและนักท่องเที่ยวใหม่มีการ จ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
สร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
1.3 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว								
การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เช่น รถโดยสารประจำทาง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการจัดการด้านการบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
1.4 การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์								
มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในเทศกาลหรืองานประจำปี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้ทราบอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น ผ่านเครือข่ายวิทยุชุมชน ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
2. การบริหารจัดการภาคเอกชน								
2.1 การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน								
มีสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีสถานประกอบการเพียงพอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีมาตรการเรื่องความปลอดภัยดีเยี่ยม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
สถานประกอบการมีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ให้ความร่วมมือในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีร้านอาหารบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	นำไปใช้ได้
2.2 การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว								
มีการส่งเสริมการเรียนรู้ให้ชุมชนท้องถิ่นจัดทำของที่ระลึกเพื่อบริการนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีร้านขายของที่ระลึกไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนท้องถิ่นมีความหลากหลายรูปแบบ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ให้ความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในการพัฒนามาตรฐานของสินค้าที่ระลึก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีเครือข่ายชุมชนในการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
2.3 การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว								
มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก เทศกาล และ กิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะเครือข่ายการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	0	4	.80	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการ ท่องเที่ยวของภาคเอกชน ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการประสานงานเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีเครือข่ายผู้นำท้องถิ่นเพื่อดำเนิน กิจกรรมการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
3. การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น								
3.1 การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน								
ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการ จัดกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถี ชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นจัด วิทยากรบรรยายให้ความรู้แก่นัก ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ เน้นให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้าไป มีส่วนร่วม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการ ท่องเที่ยวเพื่อบริการนักท่องเที่ยว ของภาคประชาชนและองค์กร ท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะพหุภาคี โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
3.2 การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว								
ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการสร้างจิตสำนึกร่วมในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการรักษาระบบนิเวศวิทยา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นให้ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
เน้นการปลูกฝังจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวให้กับเยาวชน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
1. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว								
เน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
เน้นการมีศักยภาพของแหล่ง ท่องเที่ยวในการรองรับ นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการรักษา แหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีมาตรการในการรักษาความ ปลอดภัยที่ดี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ร่วมมือกันรักษาวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
เผยแพร่อัตลักษณ์ของจังหวัดให้ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
2. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์								
มีการประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	+1	+1	-1	+1	+1	3	.60	นำไปใช้ได้
มีผู้ประสานงานครบวงจรทั้งด้าน การบริการข้อมูลข่าวสารและการ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 4 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					ΣR	IOC	ผลสรุป
	1	2	3	4	5			
มีการให้บริการระบบอินเทอร์เน็ต ประจำท้องถิ่น								
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย อย่างต่อเนื่อง								
มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แสดงวิถีชีวิตของชุมชน								
มีการสื่อสารสองทางเพื่อรับฟัง ความคิดเห็นของทุกฝ่าย								
มีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว ภายในประเทศควบคู่กับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ								
3. ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว								
สร้างเครือข่ายบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างเป็น ระบบ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
ติดต่อประสานงานและทำงาน ร่วมกันอย่างใกล้ชิด	+1	+1	+1	-1	+1	3	0.60	นำไปใช้ได้
การสร้างเครือข่ายผู้นำท้องถิ่น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
การประสานงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่นเป็นไปอย่างมี เอกภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีการสร้างเครือข่ายประสานงาน และทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้
มีเครือข่ายการท่องเที่ยวกับ จังหวัดใกล้เคียง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	นำไปใช้ได้

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น (ถ้ามี)

คำชี้แจง หากท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพอากาศ
ยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร กรุณาเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่าน

1. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล

.....

.....

.....

.....

.....

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพอากาศ
ยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

.....

.....

.....

.....

.....

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนากองทัพอากาศ
ยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือสำหรับการวิจัย

GRAD VRU



ที่ พิเศษ / ๒๕๕๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปณจ.ประจวบคีรีขันธ์ จ.ปทุมธานี
๑๓๑๘๐

๘ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือสำหรับการวิจัย

เรียน

ด้วย นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ นักศึกษาปริญญาเอก รหัสนักศึกษา ๕๔8๗๓๓๓๐๓๑๒
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ระหว่างการทำภาคินพนธ์เรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง เป็นประธาน
ควบคุมวิทยานิพนธ์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือ
สำหรับการวิจัยในหน่วยงานของท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร. บุญทัน ดอกไธสง)
ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตและมหาบัณฑิต

GRAD VRU

โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
โทรศัพท์ ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๗
โทรสาร ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๘



ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย

GRAD VRU



ที่ พิเศษ / ๒๕๕๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปณ.ประตุน้ำพระอินทร์
จ.ปทุมธานี ๑๓๑๘๐

๘ พฤษภาคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย

เรียน

ด้วย นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ นักศึกษาปริญญาเอก รหัสนักศึกษา ๕๔B๗๓๓๓๐๓๑๒
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ระหว่างการทำภาคินพนธ์เรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร” โดยมี ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง เป็นประธาน
ควบคุมวิทยานิพนธ์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย
ของนักศึกษาดังกล่าวข้างต้น ในหน่วยงานของท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิตและมหาบัณฑิต

โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

โทรศัพท์ ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๗

โทรสาร ๐๒ ๕๒๙ ๔๐๔๖ ต่อ ๔๐๘



ภาคผนวก ง
ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น

GRAD VRU

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)		Mean	Std Dev	Cases
ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว				
1.	มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 1	4.03	0.80	30.00
2.	มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 2	4.10	0.66	30.00
3.	มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 3	4.10	0.88	30.00
4.	มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 4	3.93	0.82	30.00
5.	ความต่อเนื่องของนโยบาย 5	4.06	0.73	30.00
6.	ความต่อเนื่องของนโยบาย 6	4.13	0.86	30.00
7.	ความต่อเนื่องของนโยบาย 7	4.06	0.73	30.00
8.	ความต่อเนื่องของนโยบาย 8	3.70	0.95	30.00
9.	นำไปปฏิบัติได้ 9	4.13	0.73	30.00
10.	นำไปปฏิบัติได้ 10	4.06	0.63	30.00
11.	นำไปปฏิบัติได้ 11	4.06	0.78	30.00
12.	นำไปปฏิบัติได้ 12	3.96	0.61	30.00
13.	วัดผลและประเมินได้ 13	4.10	0.66	30.00
14.	วัดผลและประเมินได้ 14	4.16	0.74	30.00
15.	วัดผลและประเมินได้ 15	4.26	0.63	30.00
16.	วัดผลและประเมินได้ 16	4.26	0.69	30.00
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ				
17.	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 1	4.13	0.77	30.00
18.	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 2	4.23	0.72	30.00
19.	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 3	4.13	0.73	30.00
20.	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 4	4.26	0.73	30.00
21.	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 5	4.40	0.72	30.00
22.	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 6	4.20	0.66	30.00
23.	การส่งเสริมการลงทุน 7	4.06	0.69	30.00
24.	การส่งเสริมการลงทุน 8	4.26	0.69	30.00

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)		Mean	Std Dev	Cases
25.	การส่งเสริมการลงทุน 9	4.06	0.69	30.00
26.	การส่งเสริมการลงทุน 10	4.10	0.88	30.00
27.	การส่งเสริมการลงทุน 11	3.93	0.82	30.00
28.	การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการ ท่องเที่ยว 12	4.06	0.73	30.00
29.	การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการ ท่องเที่ยว 13	4.13	0.86	30.00
30.	การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการ ท่องเที่ยว 14	4.06	0.73	30.00
31.	การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการ ท่องเที่ยว 15	3.70	0.95	30.00
32.	การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมี วิสัยทัศน์ 16	4.13	0.73	30.00
33.	การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมี วิสัยทัศน์ 17	4.06	0.63	30.00
34.	การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมี วิสัยทัศน์ 18	4.06	0.78	30.00
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน				
35.	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 19	4.10	0.88	30.00
36.	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 20	3.93	0.82	30.00
37.	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 21	4.06	0.73	30.00
38.	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 22	4.13	0.86	30.00
39.	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 23	4.06	0.73	30.00
40.	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 24	3.70	0.95	30.00
41.	การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 25	4.13	0.73	30.00
42.	การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 26	4.06	0.63	30.00
43.	การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 27	4.10	0.88	30.00
44.	การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 28	3.93	0.82	30.00
45.	การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 29	4.06	0.73	30.00

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)		Mean	Std Dev	Cases
46.	การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 30	4.13	0.86	30.00
47.	การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 31	4.06	0.73	30.00
48.	การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 32	3.70	0.95	30.00
49.	การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 33	4.13	0.73	30.00
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น				
50.	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชน 34	4.10	0.88	30.00
51.	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชน 35	3.93	0.82	30.00
52.	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชน 36	4.06	0.73	30.00
53.	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชน 37	4.13	0.86	30.00
54.	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชน 38	4.10	0.88	30.00
55.	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชน 39	3.93	0.82	30.00
56.	การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์ แหล่งท่องเที่ยว 40	4.06	0.73	30.00
57.	การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์ แหล่งท่องเที่ยว 41	4.13	0.86	30.00
58.	การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์ แหล่งท่องเที่ยว 42	4.06	0.73	30.00
59.	การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์ แหล่งท่องเที่ยว 43	3.70	0.95	30.00
60.	การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์ แหล่งท่องเที่ยว 44	4.13	0.73	30.00

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)		Mean	Std Dev	Cases
ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว				
61.	เน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.10	0.88	30.00
62.	มีการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด	3.93	0.82	30.00
63.	เน้นการมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.06	0.73	30.00
64.	ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว	4.13	0.86	30.00
65.	มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.10	0.88	30.00
66.	ร่วมมือกันรักษาวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.93	0.82	30.00
67.	เผยแพร่อัตลักษณ์ของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	4.06	0.73	30.00
ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์				
68.	มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	4.10	0.88	30.00
69.	ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	3.93	0.82	30.00
70.	มีผู้ประสานงานครบวงจรทั้งด้านการบริการ ข้อมูลข่าวสารและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	4.06	0.73	30.00
71.	มีการให้บริการระบบอินเทอร์เน็ตประจำท้องถิ่น	4.13	0.86	30.00
72.	มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	4.10	0.88	30.00
73.	มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแสดงวิถีชีวิตของชุมชน	3.93	0.82	30.00
74.	มีการสื่อสารสองทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย	4.06	0.73	30.00
75.	มีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวภายในประเทศควบคู่กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	4.13	0.86	30.00

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)		Mean	Std Dev	Cases
ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว				
76.	สร้างเครือข่ายบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ	4.10	.88	30.0
77.	ติดต่อประสานงานและทำงานร่วมกันอย่าง ใกล้ชิด	3.93	.82	30.0
78.	การสร้างเครือข่ายผู้นำท้องถิ่น	4.06	.73	30.0
79.	การประสานงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเป็นไปอย่างมี เอกภาพ	4.13	.86	30.0
80.	มีการสร้างเครือข่ายประสานงานและทำงาน ร่วมกันอย่างใกล้ชิด	4.06	.73	30.0
81.	มีเครือข่ายการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง	4.10	.88	30.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	160.1000	280.4379	16.7463	40

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 1	156.06	259.23	0.78	0.83
มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 2	156.00	263.37	0.77	0.83
มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 3	156.00	258.55	0.74	0.83
มีวัตถุประสงค์ชัดเจน 4	156.16	260.35	0.72	0.93
ความต่อเนื่องของนโยบาย 5	156.03	266.86	0.53	0.83
ความต่อเนื่องของนโยบาย 6	155.96	261.48	0.65	0.93
ความต่อเนื่องของนโยบาย 7	156.03	261.27	0.77	0.83
ความต่อเนื่องของนโยบาย 8	156.40	253.69	0.85	0.83
นำไปปฏิบัติได้ 9	155.96	262.44	0.61	0.83
นำไปปฏิบัติได้ 10	156.03	267.06	0.73	0.83
นำไปปฏิบัติได้ 11	156.03	260.92	0.74	0.83
นำไปปฏิบัติได้ 12	156.13	267.01	0.64	0.93
วัดผลและประเมินได้ 13	156.00	263.37	0.77	0.83
วัดผลและประเมินได้ 14	155.93	264.40	0.63	0.83
วัดผลและประเมินได้ 15	155.83	265.86	0.67	0.83
วัดผลและประเมินได้ 16	155.83	263.04	0.75	0.83
การส่งเสริมและพัฒนาการ ท่องเที่ยว 1	155.96	260.65	0.76	0.93
การส่งเสริมและพัฒนาการ ท่องเที่ยว 2	155.86	266.80	0.55	0.83
การส่งเสริมและพัฒนาการ ท่องเที่ยว 3	155.96	262.58	0.73	0.83

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 4	155.83	261.72	0.75	0.83
การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 5	155.70	263.18	0.71	0.83
การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว 6	155.90	264.71	0.70	0.93
การส่งเสริมการลงทุน 7	156.03	265.27	0.65	0.93
การส่งเสริมการลงทุน 8	155.83	264.48	0.68	0.93
การส่งเสริมการลงทุน 9	156.00	258.55	0.74	0.93
การส่งเสริมการลงทุน 10	156.16	260.35	0.72	0.83
การส่งเสริมการลงทุน 11	156.03	266.86	0.53	0.83
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว 12	155.96	261.48	0.65	0.83
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว 13	156.03	261.27	0.77	0.83
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว 14	156.40	253.69	0.85	0.83
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว 15	155.96	262.44	0.61	0.83
การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ 16	156.00	258.55	0.74	0.83
การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ 17	156.16	260.35	0.72	0.93
การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีวิสัยทัศน์ 18	156.03	266.86	0.53	0.83
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 19	155.96	261.48	0.65	0.83

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 20	156.03	261.27	0.77	0.83
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 21	156.40	253.69	0.85	0.83
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 22	155.96	262.44	0.61	0.83
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 23	156.03	267.06	0.73	0.83
การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน 24	156.03	260.92	0.74	0.93
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 25	156.00	258.55	0.74	0.83
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 26	156.16	260.35	0.72	0.83
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 27	156.03	266.86	0.53	0.83
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 28	155.96	261.48	0.65	0.83
การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว 29	156.03	261.27	0.77	0.83
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 30	156.40	253.69	0.85	0.93
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 31	156.00	258.55	0.74	0.93
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 32	156.16	260.35	0.72	0.83
การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 33	156.03	266.86	0.53	0.83
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 34	155.96	261.48	0.65	0.83

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 35	156.03	261.27	0.77	0.83
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 36	156.40	253.69	0.85	0.83
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 37	155.96	262.44	0.61	0.83
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 38	156.03	267.06	0.73	0.93
การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 39	156.00	258.55	0.74	0.93
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 40	156.16	260.35	0.72	0.83
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 41	156.03	266.86	0.53	0.83
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 42	155.96	261.48	0.65	0.83
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 43	156.03	261.27	0.77	0.83
การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว 44	156.00	258.55	0.74	0.93
เน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	156.16	260.35	0.72	0.83
มีการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด	156.03	266.86	0.53	0.83
เน้นการมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว	155.96	261.48	0.65	0.93

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว	156.03	261.27	0.77	0.93
มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยที่ดี	156.40	253.69	0.85	0.83
ร่วมมือกันรักษาวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	155.96	262.44	0.61	0.83
เผยแพร่อัตลักษณ์ของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว	156.03	267.06	0.73	0.83
มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	156.03	260.92	0.74	0.83
ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	156.13	267.01	0.64	0.93
มีผู้ประสานงานครบวงจรทั้งด้านการบริการข้อมูลข่าวสารและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	156.00	258.55	0.74	0.83
มีการให้บริการระบบอินเทอร์เน็ตประจำท้องถิ่น	156.16	260.35	0.72	0.83
มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	156.03	266.86	0.53	0.93
มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แสดงวิถีชีวิตของชุมชน	155.96	261.48	0.65	0.93
มีการสื่อสารสองทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย	156.03	261.27	0.77	0.83
มีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวภายในประเทศควบคู่กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	156.40	253.69	0.85	0.83

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
สร้างเครือข่ายบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ	156.00	258.55	0.74	0.83
ติดต่อประสานงานและทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด	156.16	260.35	0.72	0.83
การสร้างเครือข่ายผู้นำท้องถิ่น	156.03	266.86	0.53	0.83
การประสานงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น เป็นไปอย่างมีเอกภาพ	155.96	261.48	0.65	0.83
มีการสร้างเครือข่ายประสานงานและทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด	156.00	258.55	0.74	0.83
มีเครือข่ายการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง	156.16	260.35	0.72	0.83

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	156.20	266.37	0.63	0.83
2	155.86	264.74	0.75	0.83
3	155.96	264.58	0.75	0.83
4	155.86	264.94	0.68	0.83
5	155.96	265.89	0.58	0.83
1	157.00	297.03	-0.42	0.85
2	156.66	284.22	-0.16	0.84
3	157.06	282.61	-0.09	0.84
4	157.03	283.68	-0.13	0.84
5	156.96	271.96	0.24	0.84

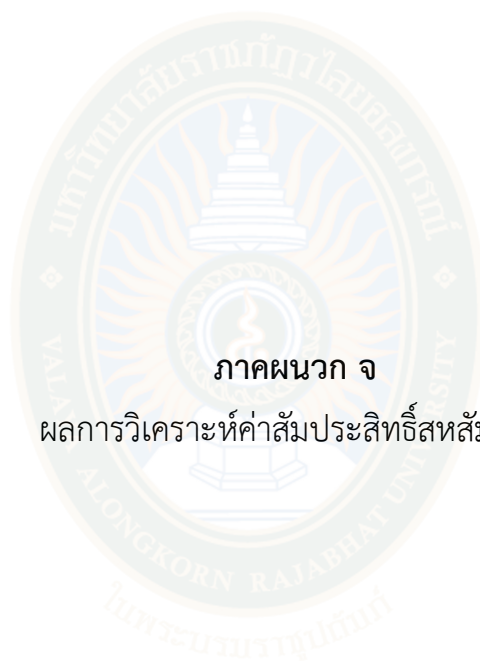
RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 40

Alpha = .875



ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

GRAD VRU

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

Y	=	ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม
Y1	=	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว (Y1)
Y2	=	ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ (Y2)
Y3	=	ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)
X1	=	ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว
X11	=	มีวัตถุประสงค์ชัดเจน
X12	=	ความต่อเนื่องของนโยบาย
X13	=	นำไปปฏิบัติได้
X14	=	วัดผลและประเมินได้
X2	=	ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ
X21	=	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว
X22	=	การส่งเสริมการลงทุน
X23	=	การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว
X24	=	การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ
X3	=	ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน
X31	=	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน
X32	=	การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว
X33	=	การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว
X4	=	ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น
X41	=	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน
X42	=	การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว

Correlations

Correlations

		x1	x2	y
x1	Pearson Correlation	1	.805**	.617**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	400	400	400
x2	Pearson Correlation	.805**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	400	400	400
y	Pearson Correlation	.617**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	400	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.495	.41722

a. Predictors: (Constant), x2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.193	1	68.193	391.751	.000 ^a
	Residual	69.281	398	.174		
	Total	137.474	399			

a. Predictors: (Constant), x2

b. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.044	.197		-.223	.823
	x2	.966	.049	.704	19.793	.000

a. Dependent Variable: y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ
ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

Coefficients (a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.33	0.21		9.43	0.00
	X	0.64	0.05	0.45	11.55	0.00
2	(Constant)	0.88	0.24		3.00	0.00
	X	0.44	0.04	0.38	6.24	0.00
	X	0.31	0.05	0.31	8.00	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ
ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y1)

Coefficients (a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.11	0.35		4.20	0.00
	X	0.56	0.05	0.67	11.07	0.00
2	(Constant)	0.67	0.51		3.92	0.00
	X	0.42	0.08	0.44	6.11	0.00
	X	0.34	0.10	0.35	5.21	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ
ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้าน ยุทธศาสตร์การ
ประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม (Y2)

Coefficients (a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.21	0.11		5.85	0.00
	X	0.43	0.45	0.47	11.68	0.00
2	(Constant)	0.66	0.04		5.22	0.00
	x	0.44	0.05	0.09	7.22	0.00
	x	0.22	0.33	0.32	5.03	0.00
	x	0.42	0.04		2.06	0.01
	x	0.44	0.03	0.44	2.99	0.00
	x	0.11	0.32	0.25	2.53	0.00
	x	0.12	0.06	0.23	0.22	0.00

a Dependent Variable: Total Y

GRAD VRU

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y3)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.00	0.19		5.85	0.00
	X	0.54	0.54	0.44	11.68	0.00
2	(Constant)	0.74	0.01		5.22	0.00
	X	0.43	0.02	0.09	7.22	0.00
	X	0.42	0.39	0.32	5.03	0.00
	X	0.31	0.01		1.06	0.00
	X	0.42	0.03	0.49	4.99	0.00
	X	0.11	0.25	0.25	2.22	0.00
	X	0.10	0.06	0.23	0.22	0.00

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.22	0.33		8.34	0.00
	X	0.74	0.04	0.31	11.23	0.00
2	(Constant)	0.63	0.32		3.11	0.00
	X	0.31	0.02	0.21	5.89	0.00
	X	0.44	0.12	0.30	6.33	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.23	0.20		8.12	0.00
	X	0.40	0.21	0.41	11.01	0.00
2	(Constant)	0.78	0.24		3.09	0.00
	X	0.41	0.14	0.42	5.23	0.00
	X	0.41	0.05	0.31	6.93	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม (Y2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.00	0.33		3.56	0.00
	X	0.32	0.04	0.45	10.11	0.00
2	(Constant)	0.60	0.51		3.92	0.00
	X	0.42	0.15	0.42	6.10	0.00
	X	0.34	0.11	0.31	5.00	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว (Y3)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.99	0.22		8.33	0.00
	X	0.60	0.05	.49	12.05	0.00
2	(Constant)	0.81	0.24		3.99	0.00
	X	0.44	0.04	0.44	5.42	0.00
	X	0.39	0.13	0.32	5.31	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชน ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดย ภาพรวม (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.92	0.48		8.01	0.00
	X	0.21	0.24	0.41	10.22	0.00
2	(Constant)	0.67	0.22		2.10	0.00
	X	0.31	0.01	0.41	5.11	0.00
	X	0.44	0.44	0.22	8.01	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.99	0.31		9.12	0.00
	X	0.43	0.01	0.44	9.89	0.00
2	(Constant)	0.82	0.45		2.10	0.00
	X	0.44	0.04	0.33	7.28	0.00
	X	0.21	0.05	0.32	8.23	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม (Y2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.22	0.11		9.11	0.00
	X	0.22	0.23	0.50	11.01	0.00
2	(Constant)	0.69	0.34		3.99	0.00
	X	0.40	0.02	0.47	5.33	0.00
	X	0.30	0.00	0.45	7.91	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคเอกชนที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้าน ยุทธศาสตร์การ สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y3)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.40	0.33		8.12	0.00
	X	0.33	0.45	0.45	11.22	0.00
2	(Constant)	0.50	0.22		4.91	0.00
	X	0.43	0.37	0.460	5.11	0.00
	X	0.22	0.12	0.40	7.41	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวม (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.31	0.24		4.10	0.00
	X	0.23	0.49	0.55	10.11	0.00
2	(Constant)	0.50	0.34		4.33	0.00
	X	0.32	0.10	0.45	5.88	0.00
	X	0.46	0.21	0.42	4.44	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.22	0.29		4.10	0.00
	X	0.12	0.42	0.45	10.11	0.00
2	(Constant)	0.34	0.22		4.32	0.00
	X	0.22	0.01	0.47	4.45	0.00
	X	0.22	0.33	0.31	5.21	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม (Y2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.33	0.34		5.50	0.00
	X	0.22	0.312	0.44	10.90	0.00
2	(Constant)	0.52	0.22		3.02	0.00
	X	0.22	0.11	0.40	3.05	0.00
	X	0.34	0.53	0.31	4.20	0.00

a Dependent Variable: Total Y

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยภาพรวม (Y3)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.45	0.23		5.58	0.00
	X	0.33	0.35	0.43	9.56	0.00
2	(Constant)	0.39	0.32		4.77	0.00
	X	0.41	0.02	0.44	4.58	0.00
	X	0.66	0.41	0.41	5.90	0.00

a Dependent Variable: Total Y

GRAD VRU



ภาคผนวก ฉ

แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

GRAD VRU

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

คำชี้แจง

1. ใช้สอบถามประชาชนทั่วไปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร
2. แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร
3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว
 - ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
 - ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร
 - ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น
4. ข้อมูลทุกประเด็นในแบบสอบถามเพื่อการวิจัยฉบับนี้ ถือเป็นความลับและใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้นี้เท่านั้น
5. ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

(นายพงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์)

นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

โทรศัพท์ : 087-557-7299

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () ตามความเป็นจริง

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ (เกิน 6 เดือน นับเป็น 1 ปี)
 ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 51-60 ปี 61 ปี ขึ้นไป
3. ภูมิลำเนาเดิม
 จังหวัดกำแพงเพชร ไม่ใช่กำแพงเพชร
4. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
 นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ
 พนักงานเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อื่น ๆ (ระบุ).....
6. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรครั้งนี้ กับใคร
 คนเดียว ครอบครัว/ญาติ
 เพื่อน กลุ่มทัวร์
 อื่นๆ (ระบุ).....
7. ท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่
 ไปเข้าเย็นกลับ พักค้างคืน จำนวน คืน
8. ครั้งล่าสุดท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรกี่วัน
 1 วัน 2-4 วัน
 5-7 วัน มากกว่า 1 อาทิตย์
9. ท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรโดยเฉลี่ย จำนวนกี่ครั้ง/ต่อปี
 1-2 ครั้ง 3-4 ครั้ง
 5-6 ครั้ง มากกว่านี้ ระบุ..... ครั้ง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านนโยบายการท่องเที่ยว

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการทราบระดับการปฏิบัติประเด็นเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรว่า อยู่ในระดับใด

2. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ตรงกับตัวเลขที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

3. เกณฑ์การพิจารณาในการตอบแบบสอบถาม

5 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ มาก

3 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ น้อย

1 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ น้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปาน	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
	นโยบายการท่องเที่ยว					
	มีวัตถุประสงค์ชัดเจน					
1.	รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน					
2.	นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีการเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ					
3.	นโยบายด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาของพื้นที่					
4.	วัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนได้					
	ความต่อเนื่องของนโยบาย					
5.	นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีความต่อเนื่องของวัตถุประสงค์					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปาน	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
6.	ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับนโยบายการ ท่องเที่ยวและมีการติดตามประเมินผลอย่างจริงจังและ ต่อเนื่อง					
7.	จังหวัดกำแพงเพชรให้ความสำคัญกับเรื่องการท่องเที่ยว อย่างจริงจัง โดยถือเป็นแผนงานหลักของจังหวัด					
8.	แม้มีการเปลี่ยนผู้บริหาร แต่นโยบายด้านการท่องเที่ยว ยังคงเป็นประเด็นสำคัญของจังหวัดกำแพงเพชร					
	นำไปปฏิบัติได้					
9.	มีการประชาสัมพันธ์ รณรงค์ สร้างความเข้าใจแก่ ประชาชนเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว					
10.	มีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานและเครือข่ายเพื่อ ดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยว					
11.	มีการกำหนดให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมดำเนินนโยบาย การท่องเที่ยวอย่างจริงจัง					
12.	มีการแบ่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน					
	วัดผลและประเมินได้					
13.	นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีกลไกติดตาม การดำเนินงาน เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง					
14.	มีการกำกับ ดูแล ส่งเสริม ให้ทุกภาคส่วนดำเนินนโยบาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์					
15.	มีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม					
16.	มีการปรับปรุง แก้ไข กระบวนการดำเนินงานในทุก ขั้นตอนที่วัดผลและประเมิน					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยต้องการทราบระดับการปฏิบัติประเด็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร โดยแบ่งเป็นปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นว่า อยู่ในระดับใด

2. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ตรงกับตัวเลขที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

3. เกณฑ์การพิจารณาในการตอบแบบสอบถาม

5 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ มาก

3 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ น้อย

1 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ น้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
	การบริหารจัดการภาครัฐ					
	การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว					
1.	มีการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว เช่น ลานจอดรถ ลานขายสินค้า					
2.	มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในเทศกาลประจำปี					
3.	มีการส่งเสริมและเปิดตลาดสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่					
4.	มีการพัฒนาความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว					
5.	มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทั้งเก่าและใหม่อย่างต่อเนื่อง					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
6.	มีการส่งเสริมการทัศนศึกษาดูงานในจังหวัด กำแพงเพชร					
	การส่งเสริมการลงทุน					
7.	มีการส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน					
8.	ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีระดับมาตรฐานสูง ในการให้บริการ					
9.	มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนโดยการ ขยายฐานลูกค้าและนักท่องเที่ยวใหม่					
10.	มีการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่น					
11.	สร้างมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว					
	การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการบริการท่องเที่ยว					
12.	การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย					
13.	มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา					
14.	มีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เช่น รถโดยสารประจำทาง					
15.	มีการจัดการด้านการบริการที่มีคุณภาพแก่ นักท่องเที่ยว					
	การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างมี วิสัยทัศน์					
16.	มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในเทศกาลหรืองานประจำปี					
17.	มีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้ทราบอย่าง ต่อเนื่อง					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
18.	มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น ผ่านเครือข่ายวิทยุชุมชน ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ					
	การร่วมมือส่งเสริมการลงทุน					
19.	มีสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย					
20.	มีสถานประกอบการเพียงพอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว					
21.	สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีมาตรการเรื่องความปลอดภัยดีเยี่ยม					
22.	สถานประกอบการมีการจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม					
23.	ให้ความร่วมมือในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน					
24.	มีร้านอาหารบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
	การร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว					
25.	มีการส่งเสริมการเรียนรู้ให้ชุมชนท้องถิ่นจัดทำของที่ระลึกเพื่อบริการนักท่องเที่ยว					
26.	มีร้านขายของที่ระลึกไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
27.	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนท้องถิ่นมีความหลากหลายรูปแบบ					
28.	ให้ความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในการพัฒนามาตรฐานของสินค้าที่ระลึก					
29.	มีเครือข่ายชุมชนในการให้บริการ					
	การร่วมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
30.	มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก เทศกาล และ กิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะเครือข่ายการท่องเที่ยว					
31.	มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ ภาคเอกชนประชาชนและองค์กรท้องถิ่น					
32.	มีการประสานงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กร ท้องถิ่น					
33.	มีเครือข่ายผู้นำท้องถิ่นเพื่อดำเนินกิจกรรมการ ท่องเที่ยว					
	การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น					
	การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน					
34.	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการจัดกิจกรรมการ เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์					
35.	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นจัดวิทยากรบรรยายให้ ความรู้แก่นักท่องเที่ยว					
36.	มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นให้ประชาชนใน ท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วม					
37.	มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบ ยั่งยืน					
38.	มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อบริการ นักท่องเที่ยวของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น					
39.	มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะพหุภาคี โดย ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค ประชาชนและองค์กรท้องถิ่น					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
	การสร้างจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว					
40.	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการสร้างจิตสำนึกร่วมในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว					
41.	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว					
42.	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นมีการรักษาระบบนิเวศวิทยา					
43.	ประชาชนและองค์กรท้องถิ่นให้ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยว					
44.	เน้นการปลูกฝังจิตสำนึกร่วมปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวให้กับเยาวชน					

ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการทราบระดับการปฏิบัติประเด็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรว่า อยู่ในระดับใด

2. โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ตรงกับตัวเลขที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

3. เกณฑ์การพิจารณาในการตอบแบบสอบถาม

5 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ มาก

3 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ น้อย

1 หมายถึง ระดับการปฏิบัติ น้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว					
1.	เน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
2.	มีการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด					
3.	เน้นการมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว					
4.	ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว					
5.	มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
6.	ร่วมมือกันรักษาวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น					
7.	เผยแพร่อัตลักษณ์ของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว					
	ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์					
8.	มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
9.	ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว					
10.	มีผู้ประสานงานครบวงจรทั้งด้านการบริการข้อมูลข่าวสารและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า					
11.	มีการให้บริการระบบอินเทอร์เน็ตประจำท้องถิ่น					
12.	มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง					
13.	มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแสดงวิถีชีวิตของชุมชน					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
14.	มีการสื่อสารสองทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย					
15.	มีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวภายในประเทศควบคู่กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
	ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว					
16.	สร้างเครือข่ายบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ					
17.	ติดต่อประสานงานและทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด					
18.	การสร้างเครือข่ายผู้นำท้องถิ่น					
19.	การประสานงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีเอกภาพ					
20.	มีการสร้างเครือข่ายประสานงานและทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด					
21.	มีเครือข่ายการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น (ถ้ามี)

คำชี้แจง หากท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรกรุณาเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่าน

1. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (ภาครัฐ)

เรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. นาย/นาง/นางสาว.....สกุล.....
2. ตำแหน่งหน้าที่การงาน.....
3. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว.....

ตอนที่ 2 นโยบายการท่องเที่ยว

1. ท่านมีความเกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านทราบวัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่า การนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ได้ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

5. ท่านทราบผลการดำเนินงานของนโยบายด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

1. ท่านมีการเตรียมพร้อมให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นรับทราบเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

2. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

3. ในจังหวัดกำแพงเพชรมีการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่ามาตรการการร่วมมือส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีความเหมาะสมหรือไม่

.....

.....

.....

5. การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของภาครัฐในระดับต่าง ๆ มีความชัดเจน สอดคล้องกัน สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้มากน้อยเพียงใด

.....

.....

.....

6. มาตรฐานในปัจจุบันพื้นฐานการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบันเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

7. ท่านคิดว่าจังหวัดกำแพงเพชรควรมีการสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการเก่าและผู้ประกอบการใหม่ อย่างไร

.....

.....

.....

8. ท่านคิดว่าเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรคืออะไร

.....

.....

.....

9. ท่านคิดว่าจังหวัดกำแพงเพชรควรมีการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวในด้านใดบ้าง อย่างไร

.....

.....

.....

10. การพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น การคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

11. ท่านมีแนวทางในการฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในจังหวัดกำแพงเพชรอย่างไร

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่าหน่วยงานภาคเอกชนควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด อย่างไร เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

13. ท่านคิดว่าภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด อย่างไร เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

14. ท่านคิดว่าใน 5-10 ปี ข้างหน้า แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรจะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1. ท่านคิดว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรควรเน้นด้านใดบ้าง อย่างไร เช่น

- ด้านการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

- ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

- ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

- หรือด้านอื่น ๆ

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความความคิดเห็น

.....

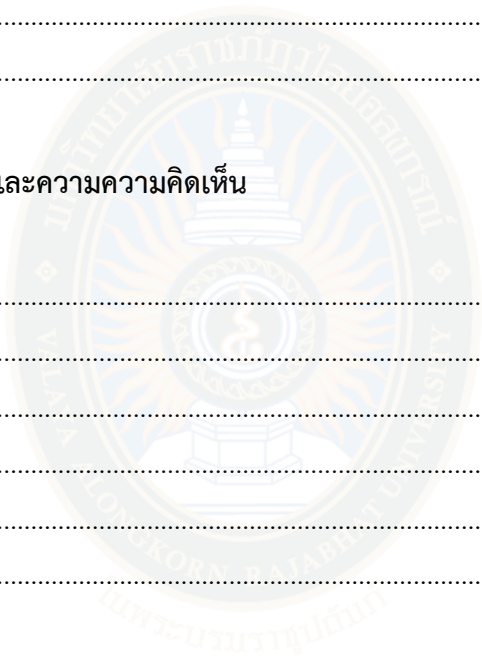
.....

.....

.....

.....

.....



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น)
เรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. นาย/นาง/นางสาว.....สกุล.....
2. ตำแหน่งหน้าที่การงาน.....
3. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว.....

ตอนที่ 2 นโยบายการท่องเที่ยว

1. ท่านมีความเกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านทราบวัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่า การนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ได้ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

5. ท่านทราบผลการดำเนินงานของนโยบายด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

1. ชุมชนท้องถิ่นสามารถใช้วิธีการใดและต้องทำอย่างไรที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าจังหวัดกำแพงเพชรมีข้อได้เปรียบในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านไหน อย่างไร

.....

.....

.....

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เอกลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือ สามารถทำได้โดยวิธีการใด อย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนมีความสำคัญอย่างไร ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่า ประชาชนควรเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

6. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นมาตรฐาน จะมีส่วนช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

7. ชุมชนท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการปรับปรุง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร

.....

.....

.....

8. ชุมชนท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนได้อย่างไร

.....

.....

.....

9. ผู้บริหารองค์กรท้องถิ่นควรมีแนวทางใดในการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

10. ผู้บริหารองค์กรท้องถิ่นควรมีแนวทางส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกปกป้องผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวแก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างไร

.....

.....

.....

11. ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสามารถทำให้ชุมชนพ้นจากความยากจนได้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

12. จังหวัดกำแพงเพชรควรร่วมมือกันสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้โดยวิธีใด

.....

.....

.....

13. ท่านมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และมีการดูแลผลประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นอย่างไร

.....

.....

.....

14. ท่านคิดว่า ผู้นำท้องถิ่นควรมีวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อที่จะสามารถยกระดับภาพลักษณ์ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวได้

.....

.....

.....

15. จังหวัดกำแพงเพชร มีจุดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดึงดูดใจอย่างไร

.....

.....

.....

16. ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นประสบความสำเร็จ

.....

.....

.....

17. จังหวัดกำแพงเพชรมีการสร้างเครือข่ายระบบป้องกันรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

18. ชุมชนท้องถิ่นควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการอย่างไร

.....

.....

.....

19. หน่วยงานภาครัฐควรจะมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

20. หน่วยงานภาคเอกชนควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

21. ท่านคิดว่าใน 5-10 ปี ต่อไป แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรจะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1. ท่านคิดว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรควรเน้นด้านใดบ้าง
อย่างไร เช่น

- ด้านการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

- ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

- ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

- หรือด้านอื่น ๆ

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

GRAD VRU

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (ภาคเอกชน)

เรื่อง ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. นาย/นาง/นางสาว.....สกุล.....
2. ตำแหน่งหน้าที่การงาน.....
3. ชื่อสถานประกอบการ.....
4. ที่ตั้งของสถานประกอบการ.....
5. สถานประกอบการของท่านตั้งอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นเวลา..... ปี.....เดือน
6. ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 นโยบายการท่องเที่ยว

1. ท่านมีความเกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านทราบวัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่า การนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ได้ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

5. ท่านทราบผลการดำเนินงานของนโยบายด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

1. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และเสถียรภาพทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการของท่านอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรคืออะไร

.....

.....

.....

3. ปัจจัยที่สนับสนุนให้ภาคเอกชนประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวคืออะไร

.....

.....

.....

4. การวางแผนจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

5. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในส่วนของภาคเอกชนมีการดำเนินการอย่างไร

.....

.....

.....

6. จังหวัดกำแพงเพชรควรมีการวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างไร เพื่อความมีประสิทธิภาพ

.....

.....

.....

7. วิธีการสร้างจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์น่าสนใจ และน่าประทับใจ สามารถดำเนินการอย่างไร

.....

.....

.....

8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรเป็นอย่างไร จึงจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

9. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยวและการตลาดของจังหวัดกำแพงเพชร ควรดำเนินการในรูปแบบใด

.....

.....

.....

10. จังหวัดกำแพงเพชรควรมีการส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่นอย่างไร เพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

11. ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่นให้มีความรู้ ความเข้าใจในการอนุรักษ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างไร

.....

.....

.....

12. ในฐานะผู้ประกอบการท่านได้ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง ในการพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

13. ท่านมีเครือข่ายการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร และมีการประสานงานด้านการท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

14. ท่านคิดว่าเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวคืออะไร

.....

.....

.....

15. หน่วยงานภาครัฐควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด อย่างไร เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

16. หน่วยงานภาคประชาชนท้องถิ่นควรมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมในด้านใด อย่างไร เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

17. ท่านคิดว่าใน 5-10 ปี ต่อไป แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร

1. ท่านคิดว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรควรเน้นด้านใดบ้าง อย่างไร เช่น

- ด้านการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

- ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

- ด้านการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

- หรือด้านอื่น ๆ

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์
วัน เดือน ปี ที่เกิด 25 กันยายน 2514
สถานที่เกิด จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน 178/508 ซอย 1/41 หมู่บ้านบัวทอง 4 ตำบลพิมลราช
อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน
เกียรตินิยมอันดับ 1
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พ.ศ. 2550 พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาชุมชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2552-2555 อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ (การบริหาร
ภาครัฐและเอกชน) ศูนย์ให้การศึกษาวัฒนธรรมมงคล
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ทำงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

GRAD VRU