บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช" ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว
   - 1.1 การท่องเที่ยวทั่วไป
   - 1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
   - 1.3 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
   - 1.4 การท่องเที่ยวธรรมชาติ
   - 1.5 การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
   - 1.6 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
   - 1.7 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว
   - 1.8 แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
   - 1.9 การตลาดการท่องเที่ยว
2. แนวความคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนและการบูรณาการ
   - 2.1 การพัฒนาที่ยั่งยืน
   - 2.2 การบูรณาการและการมีส่วนร่วม
   - 2.3 การท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นศูนย์กลาง
3. แนวความคิดและทฤษฎีด้านการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
   - 3.1 การวางแผนยุทธศาสตร์
   - 3.2 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
   - 3.3 การประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (SEA)
   - 3.4 การจัดการประเมินผลด้านบริหารธุรกิจ (Balanced Scorecard)
   - 3.5 แผนที่ยุทธศาสตร์
   - 3.6 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10

3.7 แผนยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3.8 แผนยุทธศาสตร์รกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3.9 แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด (นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง)

3.10 แผนพัฒนาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

3.11 แผนพัฒนาท่องเที่ยวอำเภอสิชล

4. ปริบทพื้นที่ศึกษา

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว

1 **การท่องเที่ยวทั่วไป**

ในปัจจุบันมนุษย์มีการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและก่อให้เกิด พฤติกรรมความรู้สึกต่าง ๆ ระหว่างการเดินทาง นอกจากนั้นการเดินทางท่องเที่ยวไปในถิ่นที่ไม่เคยรู้จักไม่เคยเห็น ยังทำให้เกิดความประทับใจในสิ่งต่าง ๆ ที่พบในการเดินทางท่องเที่ยวเช่นกัน

1.1 **ความหมายของการท่องเที่ยว**

ประเสริฐ วิทยารัฐ (2530, หน้า 3) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น คือผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวต้องมาหาสินค้าด้วยตนเองแทนที่สินค้าจะไปหาผู้ซื้อสำหรับตัวสินค้าก็มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ผู้ซื้อไม่สามารถเก็บสินค้าไว้เป็นสมบัติได้ แต่ผู้ซื้อจะได้รับความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่ ประเทืองปัญญา พักผ่อน สนุกสนาน ความคุ้มค่าของผู้ซื้อจึงอยู่ที่ความรู้สึกพอใจ ประทับใจและมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่นเพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

วินิจ วีรยางกูร (2532, หน้า 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่หนึ่งไปสู่สถานที่อื่น ๆ เช่น การเดินทางออกจากบ้านตามปกติและการเดินทางเพื่อไปอาศัยที่อื่น

จี และซอย (Gee and Choy, 1997, หน้า 98 – 101) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้มีความเพลิดเพลินสนุกสนาน โดยที่นักเดินทางนั้น คือ นักท่องเที่ยวนั้นเอง

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 29 – 30) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ และการเดินทางจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ และยังได้อธิบายเพิ่มเติมสำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการ

ท่องเที่ยวต้องมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่าง ดังต่อไปนี้

1.1.1 เพื่อพักผ่อนในวันหยุด

1.1.2 เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา

1.1.3 เพื่อการศึกษา

1.1.4 เพื่อการกีฬาและความบันเทิง

1.1.5 เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ

1.1.6 เพื่องานอดิเรก

1.1.7 เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร

1.1.8 เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

1.1.9 เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

ผู้วิจัยขอสรุปว่าการท่องเที่ยวคือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อหาความสนุกสนาน การประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมญาติมิตร ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในช่วงเวลาที่ผ่านมาการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกมีมากขึ้น แต่กลับทำให้สภาพแวดล้อมของในแหล่งท่องเที่ยวด้อยคุณค่าหรือเสื่อมโทรมลง ช่วงปี พ.ศ. 2528-2529 นักวิชาการด้านพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก ทั้งจากองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association :PATA)มีความตระหนักในผลกระทบที่เกิดขึ้น จึงได้ช่วยกันเสนอความคิดต่อการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เพื่อยังคงรักษาระบบนิเวศต่อไปอย่างยั่งยืนได้ จึงเกิดกระแสความคิดที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3 ด้าน คือ

2.1.1 กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.1.2 กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวในการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติวิทยาและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น

2.1.3 กระแสความต้องการให้ประชาชนในท้องถิ่น เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อให้เกิดการรับผิดชอบและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

จากกระแสความคิด 3 ประการนี้ ทำให้เกิดแนวคิดการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อรักษาระบบนิเวศของธรรมชาติ นั่นคือ Green tourism หรือ Ecotourism ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกรอบและโครงสร้างเล็กๆ รวมกัน แล้วสามารถนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ (All Tourism Should be Sustainable Tourism : Dowling, 1995) นักวิชาการจากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นแปซิฟิก (PATA) องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) และนักวิชาการในอุตสาหกรรมทั้งจากยุโรป สหรัฐอเมริกา ต่างให้คำจำกัดความของ Ecotourism บนพื้นฐานองค์ประกอบว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible) ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural-Based Tourism) มีการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) และการให้ความรู้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environmental Education-Based Tourism) โดยประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ (Community Based Participation) ร่วมคิด ร่วมดำเนินการ ได้รับผลประโยชน์และบำรุงรักษา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยก็อยู่ในสภาพเดียวกัน จึงได้รับเอาแนวความคิดต่อการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่คือ Ecotourism เข้ามาเผยแพร่ ครั้งนั้น ฝ่ายวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ยังมิได้บัญญัติศัพท์ แต่ต้องการให้รูปแบบการท่องเที่ยวที่รักษาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม อันเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้เผยแพร่และรับรู้สู่สาธารณชนทุกระดับ จึงนำเสนอความหมายเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึงการอนุรักษ์ทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ต่อมาในปีพ.ศ.2540 ราชบัณฑิตสภาได้แปลความหมายของคำว่า Ecotourism หมายถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ และตรงกับความหมายด้วย ได้ใช้คำนี้มาโดยตลอด

ภาพ 2 แสดงกระแสความต้องการการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว

ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547.

2.2 **ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

เสรี วังส์ไพจิตร (2534, หน้า 429 – 439) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตไปในในทิศทางที่เหมาะสม โดยรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีงามดั้งเดิมให้คงอยู่ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่มุ่งอนุรักษ์คุณค่าทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการพัฒนาโดยถือว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมของระบบนิเวศโดยไม่ทำให้เป็นการเปลี่ยนแปลงหรือทำลาย

สุวิทย์ ยอดมณี (2535, หน้า 78 - 80) ได้ให้นิยามว่า นิเวศทัศนา หมายความถึง การพานักท่องเที่ยวไปที่ใดที่หนึ่งที่มีสภาพธรรมชาติสมบูรณ์ และผู้ที่พานักท่องเที่ยวเข้าไปต้องมีความสามารถที่อธิบายทางวิชาการให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร

วรรณพร วิณิชชานุกร (2538, หน้า 13) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งการศึกษาเป็นหลัก เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจในการทำงานของสภาพแวดล้อมว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างไร ซึ่งเป็นฐานของวิถีชีวิตของมนุษย์ในแต่ละพื้นที่ และเมื่อมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมนั้น ๆ สภาพแวดล้อมจึงมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมตลอดจนการเมืองท้องถิ่นนั้น ๆ เช่นกัน

สถานบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย (2539) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิดที่ปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Biotourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ" โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยว ที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

ภราเดช พยัฆวิเชียร (2540, หน้า 3 – 10) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ต้องมีการบูรณาการ ใน 3 องค์ประกอบหลัก คือ แหล่งท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยวและการตลาด แต่ละองค์ประกอบจะต้องมีแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน คือ ไปในทิศทางเดียวกันสอดคล้องกัน เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน และองค์ประกอบที่สำคัญมาก คือ นักท่องเที่ยว จะเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ในการท่องเที่ยวนั้นจะต้องพยายามให้เกิด ความรู้ ความรับผิดชอบ วิธีการที่จะก่อให้เกิดทั้งความรู้และรับผิดชอบจะต้องดำเนินการผ่านระบบการศึกษา ผ่านเยาวชน โดยมุ่งให้เกิดทัศนคติขั้นพื้นฐาน ของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม การเพิ่มจริยธรรมทางสิ่งแวดล้อม การปรับแผนการดำเนินชีวิต และการจัดระเบียบสังคมให้สอดคล้องกับธรรมชาติ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 2) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

กันน์ (Gunn. 2002, หน้า 229) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถทำให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่กันไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ โดยให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจด้วย

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545, หน้า 93 - 95) ได้อธิบายถึง Green Tourism หรือ Ecotourism ว่า เป็นศัพท์เทคนิคที่นักวิชาการในวงการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ.2523 เพื่อเป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพราะช่วงนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่ในขั้นกระโดดตัวอย่างรวดเร็ว รวมทั้งประเทศไทยเอง ในช่วงนั้นธุรกิจท่องเที่ยวโหมใช้ทรัพยากรกันมาก เริ่มมีปัญหาด้านการทำลายสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นเป็นเงาตามตัว ฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยวได้รับรู้ศัพท์เทคนิคจากนักวิชาการ Green Tourism และEcotourism ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่รักษาสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ระหว่างที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำลังศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดทำแผนปฏิบัติการ Ecotourism ในปี พ.ศ. 2539 นั้น ได้มีหนังสือขอความร่วมมือในราชบัณฑิตยสถานแปลความหมายคำว่า Ecotourism อันเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติในปี พ.ศ.2540 ราชบัณฑิตยสถานกำหนดคำจำกัดความตรงกับภาษาไทยว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ศูนย์ประสานงานวัฒนธรรมอำเภอสิชล (2548, หน้า 16) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศ

เสรี เวชบุษกร (2538) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ระบบนิเวศและ

วัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ และรักษาระบบนิเวศท้องถิ่น พัฒนาเศรษฐกิจ รวมถึงความสามารถและสร้างกำลังใจให้กับชุมชนชนบทได้พึ่งตนเองอีกด้วย

การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ หรืออาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มาจากคำภาษาอังกฤษว่า "Eco-tourism" ซึ่งเป็นคำที่ผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในวงการท่องเที่ยวยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ "Nature Tourism" หรือ "Bio-tourism" หรือ "Green Tourism" แทน "Eco-Tourism" ได้เช่นกัน เพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable Tourism)

ผู้วิจัยขอสรุปว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิด การรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

2.3 **หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**

กองอุทยานแห่งชาติ (2538, หน้า 19) ได้กล่าวถึงหลักสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในนิทรรศการวันอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชาติ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2538 ดังนี้

2.3.1 มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด หรือไม่มีเลย

2.3.2 ได้รับความรู้จากการท่องเที่ยวนั้น

2.3.3 เกิดการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น

2.3.4 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเกิดแก่คนท้องถิ่นนั้น

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2545, หน้า1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมประเพณี จึงเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถอยู่ได้ระยะยาวคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แหล่งท่องเที่ยวไม่ถูกทำลายสามารถเก็บรักษาไว้ถึงชั่วหลาน หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำเป็นต้องเคารพหลักการต่อไปนี้

2.3.5 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องให้ความสำคัญกับธรรมชาติไม่ทำลายธรรมชาติ

2.3.6 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมไปทำลายซบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตชาวบ้านที่มีมาแต่ดั้งเดิม

2.3.7 การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องมีระบบการจัดการที่ทำให้เราสามารถเก็บรักษามรดกด้านวัฒนธรรมให้คงอยู่ไว้ในระยะยาว

2.3.8 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องให้ความรู้และบอกความหมายของสิ่งที่นักท่องเที่ยวมาดูมาชม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและรู้ถึงคุณค่าของธรรมชาติและวัฒนธรรม

2.3.9 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องมีการจัดการในรูปแบบที่ให้ชุมชน เจ้าของบ้านมีส่วนร่วม ในการวางแผนและการจัดการ

2.3.10 การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องมีการจัดการที่ก่อให้เกิดความพอใจแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนหมู่บ้าน

การจัดการทั้ง 6 ข้อนี้จำเป็นต้องเป็นการจัดการไปพร้อม ๆ กันทั้งหมด โดยไม่ให้แยกทำทีละเรื่องจึงเป็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ถูกต้องตามหลักการและจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2.4 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 3 – 4) กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการ คือ

2.4.1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การมุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ (Eco-System) อาจมีบางแห่งที่รวมเอาลักษณ์วัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ไว้ (Nature-Based Tourism) โดยเฉพาะ แม้ว่าจะมีความคาบเกี่ยวกันในพื้นที่ก็ตามในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Tourism) จึงไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย อาจเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ธรรมชาตินั้นอาจรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ(Eco-System) ในพื้นที่ด้วย

2.4.2 องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งมีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainably Managed Tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsibly travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.4.3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องกับผู้เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จึงเป็นการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental Education-Based Tourism)

2.4.4 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นหรือชุมชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีบทบาทในส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามแผน และร่วมได้รับประโยชน์อย่างเสมอภาค คอยติดตามตรวจสอบ รวมถึงร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อนำกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย ในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

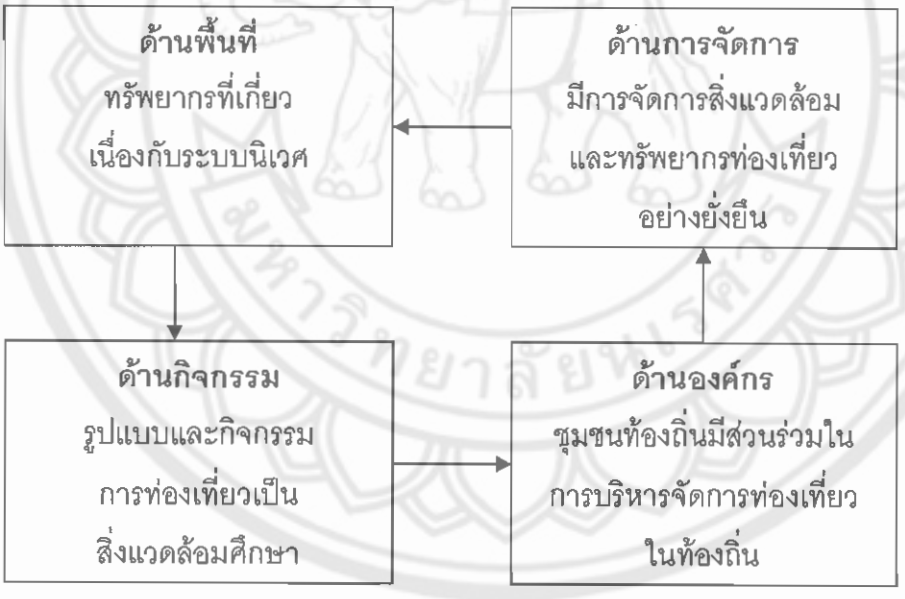
ศูนย์ประสานงานวัฒนธรรมอำเภอสิชล (2548, หน้า 16) กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการ คือ

2.4.5 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ ในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2.4.6 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการยั่งยืน เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.4.7 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่กระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา

2.4.8 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า จนถึงการปกครองท้องถิ่นและอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน



ภาพ 3 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, หน้า 3

หากการท่องเที่ยวใดมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ตามลักษณะดังกล่าวข้างต้น จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไปความสมบูรณ์จะลดน้อยลงจนอาจกลายเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ

ลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การมุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ (Eco-system) มีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับความสนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการพัฒนาอารยธรรมของมนุษย์ในการเอาชนะธรรมชาติ (ที่รวมเอาลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ไว้)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบปกติหรือแบบประเพณีนิยม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพอใจของการท่องเที่ยวเป็นหลัก และเน้นการส่งเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ใช่สิ่งตรงข้ามกับการท่องเที่ยวแบบคณะใหญ่ (Mass tourism) เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ได้ถูกจำกัดที่ขนาดของการท่องเที่ยว แต่จำกัดที่รูปแบบกิจกรรมและขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ สามารถทำลายสิ่งแวดล้อมได้เช่นเดียวกันหรือมากกว่านักท่องเที่ยวคณะใหญ่หากปราศจากการจัดการที่ดีก็สามารถทำลายสิ่งแวดล้อมได้ ดั้งนั้นจึงมีการจัดการกับการท่องเที่ยวคณะใหญ่ในทิศทางและภายใต้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจัดเป็น Mass Ecotourism

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดการที่ง่าย ๆ ราคาถูก มีรูปแบบการท่องเที่ยวยากลำบาก มีรายได้จากการท่องเที่ยวน้อยเพียงแต่มีการจัดการที่ดี มีการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ มีการประสานความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวและให้ประโยชน์ที่เหมาะสมตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับและมีรายได้สูงเช่นกัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความสำคัญในการศึกษาและสร้างจิตสำนึกมากกว่าการให้ความพึงพอใจอย่างไม่มีขอบเขตของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีการประสานความเข้าใจกันอย่างเหมาะสมตลอดกระบวนการ

ดรรชนี เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชษฐมาส (2539) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วการวางแผนการท่องเที่ยวซึ่งรวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

ทรัพยากรท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพคงเดิมของระบบนิเวศ (First Hand Ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์

เฉพาะถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่ จึงมักปรากฏอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่า และอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ว่าเป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (nature attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้ สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่าหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมาย (destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจเหล่านั้นอาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นสภาพ ทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยได้แบ่งแหล่ง ท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (nature destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (cultural destination) ซึ่งรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี (historical, archaeological and regions destination) และแหล่งท่องเที่ยวศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณี (art, culture and traditional destinations) เข้าไว้ด้วยกัน

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่ง แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นจัดได้ว่าเป็นวัตถุดิบเพื่อรองรับ การท่องเที่ยว และเป็นวัตถุดิบประเภทใช้แล้วไม่หมดไป หรือสูญหายหากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยว ยังประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไป ทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศจนเกินขีดความสามารถของระบบที่จะรองรับได้ (Carrying capacity)

นักท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2540) ระบุว่านักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกระทิ (hard-core nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะ ที่เที่ยวชมธรรมชาติ

2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (dedicated nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปเที่ยวสถานที่ ธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น

3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (Mainstream Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลกๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอะเมซอน (Amazon) อุทยานกอริลาในรวันดา (Rwanda Gorilla Park) หรือจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ

4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (Casual Nature Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไป

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539,หน้า 25) ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกใน การอนุรักษ์ธรรมชาติ

การตลาด

การตลาดนับเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยว โดยเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในเชิงการตลาดจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีลักษณะอย่างไร โดยการให้ข้อมูลและสิ่งที่คาดหวังจากการท่องเที่ยว (Expectation) อย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้เหมาะสม กับความสนใจ และตรงตามความต้องการของตนเองหรือไม่ และสามารถยอมรับกฎ หรือกติกาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้หรือไม่

จึงเห็นได้ว่าการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ (Qualitative Tourism) มากกว่าการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ (Quantitative Tourism) อันจะเป็นหนทาง นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่งานด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การบริการ

การท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นต้องการบริการที่เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น บริการด้านสื่อความหมายธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นใน

ภาคบริการ ซึ่งได้แก่ การจัดที่พักที่สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Ecolodge) เป็นมัคคุเทศก์นำทางในการเดินป่า เป็นต้น

2.5 **กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**

กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม นับได้ว่ามีความหลากหลาย ซึ่งกิจกรรมบางประเภทอาจมีลักษณะที่บ่งชี้ว่าเป็น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในขณะที่บางกิจกรรมอาจมีความคล้ายคลึง หรือคาบเกี่ยว ซึ่งต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบ วัตถุประสงค์ในการปฏิบัติ กิจกรรม และการให้บริการว่ามุ่งเน้นอะไร และอย่างไร เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้ ผจญภัย กีฬาสนุกสนาน เพื่อความบันเทิง สัมผัสองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนและถ่ายทอดประสบการณ์ เป็นต้น

ดรรชนี เอมพันธุ์ และสุรเชษฎ์ เชษฐมาส (2539, ออนไลน์) กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องมีเรื่องของการเรียนรู้ และได้รับ ประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งศูนย์วิจัยป่าไม้ (2538) ได้แบ่งกลุ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งมีทั้งกิจกรรมหลัก และกิจกรรมเสริม คือ

2.5.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ecotourism activities) เป็นกิจกรรมหลัก

2.5.2 กิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการได้ใกล้ชิดชื่นชมธรรมชาติ

2.5.3 กิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการผจญภัยตื่นเต้นท้าทายกับธรรมชาติ (adventurous recreational activities) เป็นกิจกรรมเสริม

ซึ่งจะต้องเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องและไปด้วยกันได้ดีกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่กระทำในพื้นที่ธรรมชาติ มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มต่อกิจกรรม ทั้งนี้ เพื่อไม่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ การเดินป่า (Hiking/Trekking) กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ (Nature Education) กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวีดีโอ เทปเสียงธรรมชาติ (Nature Photography Video Taping and Sound of Nature Audio Taping) กิจกรรมส่องสัตว์/ดูนก (Animal/bird Watching) กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ (Cave Exploring/Visiting) กิจกรรมศึกษา ท้องฟ้าและดาราศาสตร์ (Sky Interpretation) กิจกรรมล่องเรือศึกษาธรรมชาติ (Boat Sightseeing) กิจกรรมพายเรือแคนู (Canoeing)/ เรือคะยัค (Kayak) เรือบด (Rowboating) เรือใบ (Sailboating) กิจกรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น (Snorkle or Skiln diving) และกิจกรรม ดำน้ำลึก (Scuba Diving)

กิจกรรมท่องเที่ยวประเภทชื่นชมธรรมชาติและกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทตื่นเต้นผจญภัยท้าทายกับธรรมชาติ ได้แก่ กิจกรรมชม ทิวทัศน์ธรรมชาติในบรรยากาศที่สงบ (Relaxing) กิจกรรมขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (Terrain/ Mountain Biking) กิจกรรมปีน/ไต่เขา (Rock/ mountain climbing) กิจกรรมพักแรมด้วยเต้น (Tent Camping) กิจกรรมเครื่องร่อนขนาดเล็ก (Hang Glider) กิจกรรม ล่องแพยาง/ไม้ไผ่ (White Water Rafting) กิจกรรมพักผ่อนรับประทานอาหาร (Picnicking) กิจกรรมเที่ยวน้ำตก (Waterfall Visits/ Exploring) และ กิจกรรมวินด์เซิร์ฟ (Wind Surfing)

3 **การท่องเที่ยวยั่งยืน**

3.1 **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**

ศรัณย์ เลิศรักษ์มงคล (2540, หน้า 12) ได้อธิบายถึงลักษณะของการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า เป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจศึกษาและนำไปเผยแพร่กันอย่างหลากหลายทำให้เกิดเป็นสินค้าติดตลาดไปแล้วในวงกว้าง การพัฒนาที่ยั่งยืนนี้โดยสรุป ก็คือ การพัฒนาที่เน้นความรู้ความเข้าใจ หรือเรียกได้ว่าเป็นการเน้นที่การพัฒนาตัวความรู้หรือปัญญา เมื่อเกิดปัญญาอย่างแท้จริงแล้วก็เรียกว่าเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ทั้งนี้เพราะนำเอาปัญญาเป็นตัวตั้ง

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนก็สามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้เช่นกัน โดยอาจจะต้องเริ่มต้นทำความเข้าใจกันก่อนว่า การท่องเที่ยวยั่งยืน จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างไร ที่มาของการท่องเที่ยวยั่งยืนนั้น ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะการถ่ายทอดวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดี ได้เข้าใจคุณค่าอันสูงส่งของวัฒนธรรมนั้นจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายทำให้คนไทยมีความรู้มากขึ้น ได้รายได้จากความรู้และนำการท่องเที่ยวได้ประโยชน์จากพุทธศาสนา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้มีคุณภาพของการพัฒนาเกิดขึ้น ซึ่งใจความสำคัญดังกล่าวนี้ถือเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นและอีกประการหนึ่งการท่องเที่ยวนี้เองก็สามารถนำไปสู่การพัฒนาจิตใจและสังคมอันเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วย

การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนจนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ต้องเริ่มต้นด้วยการนำปัญญามาเป็นตัวตั้ง คือเริ่มตั้งแต่การสร้างให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รู้ถึงภูมิหลังของท้องถิ่นได้รู้จักวัฒนธรรมท้องถิ่น เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตน แล้วปฏิบัติการรักษาวัฒนธรรมประเพณีนั้น ๆ ให้ต่อเนื่องไม่ขาดสายตลอดจนถ่ายทอดวัฒนธรรมเหล่านั้นให้บุคคลรุ่นต่อ ๆ ไปด้วย

เมื่อคนในท้องถิ่นเกิดความรู้ความเข้าใจซาบซึ้งประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นและปฏิบัติสืบต่อประเพณีวัฒนธรรมทั้งหลายนั้นจนเป็น วิถีชีวิต ของผู้คนแล้วจะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเกิดความสนใจที่จะเข้าไปเก็บเกี่ยวความรู้ประสบการณ์จากประเพณีวัฒนธรรม ตลอดจนศิลปะสถาน อันเป็นสมบัติล้ำค่าประจำท้องถิ่น ทำรายได้ให้แก่ประชาชนของท้องถิ่นนั้น ๆ ได้มากเพียงพอที่จะช่วยให้ความเป็นอยู่ของผู้คนดีขึ้น และไม่ต้องดิ้นรนย้ายถิ่น อพยพเข้าสู่เมืองใหญ่เพื่อหลีกหนีความยากจน ปัญหาในความแออัดเมืองใหญ่ก็จะคลี่คลายได้ง่ายขึ้นด้วย

ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2547, หน้า 1) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า "การพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน" เป็นแนวคิดของกระบวนการดำเนินงานเพื่อจัดการทรัพยากรภายในพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และความต้องการขั้นพื้นฐานของประชากร โดยไม่ทำลายความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พืช สัตว์ และความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งการดำรงอยู่ของชุมชน โดยมีแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ดังต่อไปนี้

3.3.1 การพัฒนาพื้นที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของการวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดินมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับทรัพยากร และศักยภาพของพื้นที่ โดยการพัฒนาพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวทางด้านสิ่งแวดล้อมต้องเน้นหนักในเรื่องการอนุรักษ์ สงวน และคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก

ในการพัฒนาพื้นที่ต้นน้ำอาจดำเนินการได้เพียงบางกิจกรรมเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพในการรองรับของพื้นที่ นอกจากนี้ต้องมีการพิจารณาศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมประกอบ รวมทั้งต้องมีการควบคุมกิจกรรมการใช้ที่ดินอย่างใกล้ชิด ควบคู่กับการควบคุมการขยายตัวของการตั้งถิ่นฐานของชุมชน ในพื้นที่ต้นน้ำหลายแห่งในประเทศไทยมีการตั้งถิ่นฐานของประชาชนอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นจึงเป็นเรื่องละเอียดอ่อนในการพัฒนา ทำให้ต้องมีการพิจารณาการดำเนินการที่จะต้องคุ้มครองทรัพยากรและพัฒนาไปพร้อมๆ กัน ดังนั้นการวางแผนการใช้ที่ดินในพื้นที่ต้นน้ำต้องมีการผสานกันระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรของคนในพื้นที่และแนวทางในการอนุรักษ์ทรัพยากร

สำหรับพื้นที่กลางน้ำควรมีการวางแผนการใช้ที่ดินเพื่อเป็นเขตอุตสาหกรรม เขตพาณิชยกรรม และการตั้งถิ่นฐานของชุมชน เพื่อลดการรบกวนต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด โดยการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวต้องมีการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างระบบบำบัดน้ำเสียของชุมชนหรืออุตสาหกรรม

การติดตั้งระบบบำบัดมลพิษอากาศของโรงงานอุตสาหกรรม หรือการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในรูปของสวนสาธารณะ เป็นต้น

3.1.2 การพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ต้องเป็นการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชน ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยพิจารณาและให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการดำรงชีพ แก้ไขปัญหาความยากจน โดยวิถีของเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความพอมีพอกินและไม่ฟุ่งเฟ้อ ควบคู่กับการเศรษฐกิจเพื่อค้าขาย ซึ่งเป็นการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรเพื่อผลตอบแทนในรูปของเม็ดเงิน โดยแนวทางการเพิ่มมูลค่าโดยสอดคล้องกับศักยภาพของทรัพยากร และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมมีหลายแนวทาง เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนจากการแปรรูปผลผลิตจากเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น

3.1.3 การพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน ต้องเสริมสร้างกระบวนการโดยนำเอา "ต้นทุนทางสังคม" ในพื้นที่มาใช้ในการพัฒนา โดยทุนทางสังคมประกอบด้วย ทุนทางทรัพยากรมนุษย์ ทุนทางสถาบัน และทุนทางปัญญา

3.2 ความหมายของการท่องเที่ยวยั่งยืน

ไพรัตน์ เดชะรินทร์ (2516, หน้า 36 – 42) ได้กล่าวถึงทฤษฎีและแนวทางการพัฒนาไว้ดังนี้

3.2.1 ทฤษฎีภาวะทันสมัย เป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมและการสรรสร้างสังคมประชาธิปไตยแบบตะวันตก เน้นการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และมุ่งหวังที่จะให้การเจริญเติบโตนั้นแพร่กระจายไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของสังคม

3.2.2 ทฤษฎีพึ่งพา ภาวะเศรษฐกิจของสังคมด้อยพัฒนาจะอยู่ภายใต้เงื่อนไขการพึ่งพากับประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการพัฒนาแนวนี้ คือ การปลดเปลื้องพันธนาการพึ่งพา

3.2.3 ทฤษฎีความจำเป็นพื้นฐาน ถือว่าคนเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา โดยมุ่งตอบสนองต่อความจำเป็นพื้นฐานของประชาชนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการมีคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่ดี

การพัฒนาแบบยั่งยืน มีลักษณะเป็นการพัฒนาในรูปแบบดังนี้

3.2.4 แบบบูรณาการ คือ การทำให้เกิดองค์รวม (Holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันอย่างครบองค์อย่างมีดุลยภาพ

G
155
.T5
ป619ส
2551

- 3 ต.ค. 2551
14260041

25
สำนักหอสมุด

3.2.5 **แบบพึ่งพาตนเอง คือ คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาต้องช่วยกลุ่มคนที่ยากจนสุดให้พึ่งพาตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ภายใต้พื้นฐานความพอเพียง** (Self – sufficient economy) **และไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม**

3.2.6 **แบบธรรมรัฐ คือ การมีรัฐที่ดี มีประสิทธิภาพโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ มีประชาชนที่เข้มแข็ง รู้สำนึกในการรับผิดชอบเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ และการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยส่งเสริมประชาคม** (Civil society)

วรรณา วงษ์วานิช (2546, หน้า 147) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนาและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างฉลาดรอบคอบ ระมัดระวัง ให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสามารถธำรงรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้นานที่สุด โดยไม่ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

โครงการส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท่องถิ่น (2546, หน้า 2)ในการประชุมด้านการท่องเที่ยว Globe'90 ณ ประเทศคานาดา ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวแบบยังยืนว่าหมายถึง "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง

ผู้วิจัยขอสรุปว่าการท่องเที่ยวยั่งยืน หมายถึง การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างฉลาดรอบคอบ ระมัดระวัง เพื่อจัดการทรัพยากรภายในพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้เยาวชนรุ่นหลัง

3.3 **หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** (Shirley Eber 2536, ออนไลน์) ดังนี้

3.3.1 การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม เป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว (Using Resource Sustainably)

3.3.2 **การลดการบริโภคที่มากเกินจำเป็น และการลดของเสีย จะช่วยเลี่ยงค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว** (Reducing Over - consumption and Waste)

3.3.3 **การรักษาและสิ่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** (Maintaining Diversity)

3.3.4 การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว (Integrating Tourism into Planning)

3.3.5 การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย (Supporting Local Economics)

3.3.6 การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย (Involving Local Communities)

3.3.7 การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน (Consulting Stakeholders and the Public)

3.3.8 การฝึกอบรมบุคลกร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว (Training Staff)

3.3.9 การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย (Marketing Tourism Responsibly)

3.3.10 การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน (Undertaking Research)

แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยมสู่ยุคสมัยสังคมเป็นใหญ่

กล่าวโดยสรุป กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย กิจการการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ

ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มี หรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้

วรรณา วงษ์วานิช (2546, หน้า147 -148) หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีผลดีต่อท้องถิ่นในด้านการสร้างเศรษฐกิจชุมชน มีการวางแผนด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และประชาชนในท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถพึ่งตนเองได้ เป็นการวางแผนการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อประโยชน์อันยาวนานที่สุดโดยมีหลักการ ดังนี้

1) การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) คือการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างฉลาด ประหยัด โดยคำนึงถึงคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2) ลดการบริโภคและการใช้ทรัพยากรโดยไม่จำเป็นและลดอัตราของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่หายาก การใช้สิ่งทดแทนรวมทั้งการวางแผนการจัดการเกี่ยวกับของเสียและสิ่งปฏิกูล เช่น ขยะ เป็นต้น

3) ส่งเสริมคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (Maintaining Diversity) ให้เป็นที่ชื่นชมและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เช่น ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ในแต่ละท้องถิ่น จัดรูปแบบหรือเส้นทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

4) ร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เป็นการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว

5) ส่งเสริมกิจกรรมและพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) โดยการส่งเสริมทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ นโยบาย เงินทุน กิจกรรม การฝึกอบรม การตลาด ฯลฯ

6) การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) การฝึกอบรม วิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การฝึกอบรมเฉพาะด้าน อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ยุวมัคคุเทศก์ อบรมด้านวัฒนธรรม ด้านศิลปะพื้นเมือง ฯลฯ

7) จัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือด้านการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibility) เป็นการบริการด้านการขายอย่างหนึ่งแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น เช่น หนังสือคู่มือต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

และนำผลมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นที่รู้แพร่หลายยิ่งขึ้น เช่น หนังสือคู่มือต่าง ๆ แผนที่ รูปภาพ หรือแผ่นพับแนะนำสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

8) การประเมินผลหรือการวิจัย (Research) มีการประเมินผลตรวจสอบผลดี ผลเสีย ผลกระทบหรือมีการวิจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และนำผลมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยขอสรุปหลักการท่องเที่ยวยั่งยืน คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืนนั้นนอกจากประชาชนเจ้าของท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการจัดการแล้วหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องร่วมมือกันจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ตลอดจนการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและวางมาตรฐานการบริการในด้านต่าง ๆ ด้วยและร่วมกันทำงานตามแผนที่วางไว้ให้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ โดยคำนึงการใช้ทรัพยากรอย่างฉลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุด นานที่สุด และมีปัญหาน้อยที่สุด นั่นคือการพัฒนาอย่างยั่งยืน

4 การท่องเที่ยวธรรมชาติ

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวธรรมชาติ

วรรณา วงษ์วานิช (2546, หน้า 67) ได้ให้ความหมายว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีลักษณะที่เด่น สวยงาม แปลกและมีคุณค่าในการที่จะเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือศึกษาหาความรู้ เช่น ป่าไม้ น้ำตก ภูเขา เกาะ ถ้ำ และชายทะเล เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาตินี้ยังรวมถึงสภาพทางธรรมชาติบางแห่งที่มนุษย์ได้ดัดแปลง ตกแต่ง หรือเสริมสร้างให้สภาพเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น เขื่อน และอ่างเก็บน้ำ

หลักการในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีดังนี้

4.1.1 การป้องกันความเสียหายหรือการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งอาจจะมีสาเหตุมาจากสิ่งต่าง ๆ เช่น จากภัยธรรมชาติ เช่น ไฟป่า น้ำท่วม การลักลอบตัดไม้ทำลายป่าหรือล่าสัตว์ การขีดเขียนข้อความหรือเครื่องหมายต่าง ๆ ตลอดจนการทิ้งขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งการกระทำเหล่านี้ก่อให้เกิดความเสียหายแก่สถานที่ท่องเที่ยวและทำให้บรรยากาศของการท่องเที่ยวในบริเวณนั้นเปลี่ยนไปไม่เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอีกต่อไป เช่น ถ้าแม่น้ำลำคลองสกปรก การล่องเรือชมทิวทัศน์ตามแม่น้ำลำคลองซึ่งเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวก็จะไม่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวอีกต่อไป การอนุรักษ์จะทำได้โดยการออกกฎหมาย ลงโทษผู้กระทำความผิดในเรื่องนี้

4.1.2 การดูแลรักษาความสะอาด การรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้เพราะถึงแม้ว่าสถานที่นั้นจะแปลกประหลาด สวยงาม แต่ถ้าสกปรก

หรือไม่สะอาดย่อมไม่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ถึงแม้ว่าหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาดจะเป็นหน้าที่ของเจ้าของสถานที่ หรือเจ้าพนักงานประจำสถานที่ก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวก็มีหน้าที่รักษาความสะอาดด้วยเช่นกัน

4.1.3 ไม่สร้างสิ่งก่อสร้างในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยไม่จำเป็น และถ้าจำเป็นจะต้องสร้างก็ควรจะคำนึงถึงความสอดคล้องกับสภาพธรรมชาติ ไม่บดบังทิวทัศน์ที่สวยงาม และก่อนสร้างแต่เฉพาะเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอย่างแท้จริง

4.1.4 นักท่องเที่ยวจะต้องให้ความร่วมมือโดยการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่สถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้กำหนดไว้ เช่น ห้ามล่าสัตว์หรือทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เมื่อทุกคนร่วมมือกันก็เท่ากับมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวให้คงความงามตามธรรมชาติไว้ได้

4.1.5 จัดเจ้าหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์นำในการท่องเที่ยวและควบคุมดูแลให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของสถานที่นั้น ๆ เจ้าหน้าที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่นั้นเป็นอย่างดี และปฏิบัติหน้าที่ทั้งเป็นมัคคุเทศก์และดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวด้วย

4.1.6 จัดทำคู่มือเกี่ยวกับข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เช่น ประกาศข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ แนะนำสถานที่ที่น่าสนใจ ซึ่งจะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นดำรงความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวไปได้นาน

4.1.7 ทั้งเจ้าของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ควรจะมีความรู้สึกถึงคุณค่า หวงแหนสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

4.2 **ระบบนิเวศ**

คู่มือหนังสือกิจกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพ (2544, หน้า 4) ระบบนิเวศ หมายถึง หน่วยของความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตในแหล่งที่อยู่แหล่งใดแหล่งหนึ่ง ความสัมพันธ์นี้มี 2 ลักษณะคือ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิต กับ สิ่งไม่มีชีวิตที่แวดล้อมอยู่และในขณะเดียวกันก็จะมีความสัมพันธ์อีกลักษณะหนึ่ง คือ ความเกี่ยวโยงพึ่งพากันหรือการส่งผลต่อกันระหว่างสิ่งมีชีวิตด้วยกัน

มหาวิทยาลัยเกริก (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ระบบนิเวศ (Ecosystem) หมายถึง ความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตในแหล่งที่อยู่อาศัย ณ ที่ใดที่หนึ่ง ความสัมพันธ์มี 2 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตกับสิ่งไม่มีชีวิตและระหว่าง

สิ่งมีชีวิตกับสิ่งมีชีวิตด้วยกันเอง โดยมีการถ่ายทอดพลังงานและสารอาหารในบริเวณนั้นๆ สู่สิ่งแวดล้อม

พัสรินณ์ พันธุ์แน่น (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ระบบนิเวศ หมายถึง ระบบพึ่งพาของสิ่งมีชีวิตที่อยู่รอบข้างกัน มีองค์ประกอบที่มีทั้งสิ่งมีชีวิตและสิ่งไม่มีชีวิต ในบริเวณหนึ่งที่เหมาะสมในการดำรงชีวิต และสิ่งมีชีวิตในระบบจะทำหน้าแตกต่างกันไป ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของสสารระหว่างส่วนที่มีชีวิตกับส่วนที่ไม่มีชีวิต ซึ่งระบบนิเวศอาจมีขนาดที่แตกต่างกันออกไป เช่น บ่อน้ำ สระน้ำ แม่น้ำ ทะเล มหาสมุทร ป่าไม้ ทุ่งหญ้า ทะเลทราย ฯลฯ โดยระบบนิเวศที่มีขนาดใหญ่ระดับโลกคือ ชีวาลัย (Biosphere) ซึ่งเป็นบริเวณที่ห่อหุ้มโลกอยู่ เป็นระบบนิเวศขนาดใหญ่ ที่มีความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตมากมาย

4.3 **โครงสร้างของระบบนิเวศ**

ส่วนประกอบที่ไม่มีชีวิต (abiotic component) ประกอบด้วย

4.3.1 อนินทรียสาร ได้แก่ ไนโตรเจน คาร์บอนไดออกไซด์ ออกซิเจน น้ำ และคาร์บอน

4.3.2 อินทรียสาร ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน ฯลฯ

4.3.3 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อุณหภูมิ แสง ความเป็นกรด เป็นด่าง ความเค็มและความชื้น

ส่วนประกอบที่มีชีวิต (Biotic component) ได้แก่

ผู้ผลิต (Producer) คือ สิ่งมีชีวิตที่สามารถนำพลังงานจากแสงอาทิตย์มาสังเคราะห์อาหารขึ้นได้เองด้วยแร่ธาตุและสสารที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ได้แก่ พืชสีเขียว แพลงค์ตอนพืช และแบคทีเรียบางชนิด

ผู้บริโภค (Consumer) คือ สิ่งมีชีวิตที่กินสิ่งมีชีวิตอื่นๆเป็นอาหาร แบ่งได้เป็น

1) สิ่งมีชีวิตที่กินพืชเป็นอาหาร (Herbivore) เช่น วัว ควาย กระต่ายและปลาที่กินพืชเล็กๆ ฯลฯ

2) สิ่งมีชีวิตที่กินสัตว์อื่นเป็นอาหาร (Carnivore) เช่น เสือ สุนัข กบ สุนัขจิ้งจอก ฯลฯ

3) สิ่งมีชีวิตที่กินทั้งพืช และสัตว์ ซึ่งเป็นลำดับการกินสูงสุด (Omnivore) เช่นมนุษย์

ผู้ย่อยสลาย (decomposer) เป็นพวกย่อยสลายซากสิ่งมีชีวิตให้เป็นสารอินทรีย์ได้

ระบบนิเวศอาจแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่

1) Equilibrium เป็นระบบที่สมดุล เป็นระบบที่อยู่ได้โดยการเกิดทดแทนกันได้ และอยู่ได้ด้วยตัวเอง ได้แก่ ระบบนิเวศวิทยาตามธรรมชาติ อาทิเช่น ระบบนิเวศสระน้ำ เราจะพบสัตว์และพืชนานาชนิด จำนวนแตกต่างกันไป เราอาจจะมองเห็นว่าสระน้ำนั้นดูแตกต่างจากบริเวณสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ โดยมีขอบสระน้ำเป็นตัวกำหนดบริเวณ แต่ตามความเป็นจริงแล้ว ระบบนิเวศสระน้ำมีความสัมพันธ์กับนิเวศอื่น คือปริมาณน้ำในสระน้ำสามารถเพิ่มขึ้นได้โดยปริมาณน้ำฝน และลดลงได้โดยการระเหยสู่บรรยากาศและซึมลงสู่ใต้ดินอยู่ตลอดเวลาน้ำที่เพิ่มขึ้นมาอาจมีการชะล้างเอาสารอาหาร ซากพืชซากสัตว์ ตลอดจนแร่ธาตุต่าง ๆ เข้ามาในสระด้วย ก็จะทำให้พืชและสัตว์น้ำมีการเจริญเติบโตมากขึ้น เพิ่มจำนวนมากขึ้น เพราะมีอาหารอุดมสมบูรณ์ อีกทั้งลูกน้ำและลูกอ๊อดที่อาศัยอยู่ในสระน้ำเมื่อยังเป็นตัวอ่อน ก็จะเจริญเติบโตกลายเป็นยุงและกบ ซึ่งจะออกจากสระน้ำไปสู่ระบบนิเวศบกต่อไป ส่วนนกและสัตว์บกอื่น ๆ ที่กินพืชน้ำและสัตว์น้ำเป็นอาหารก็จะมากินพืชและสัตว์ในสระน้ำ ทำให้พืชและสัตว์น้ำมีปริมาณลดลง จะเห็นได้ว่าระบบนิเวศสระน้ำมีความสามารถในการควบคุมตัวของมัน(Self-regulation) กล่าวคือ จำนวนและชนิดของสิ่งมีชีวิตทั้งหลายในสระน้ำจะมีจำนวนคงที่ ซึ่งเราเรียกว่าความสมดุล สระน้ำนี้จะเป็นหน่วยหนึ่งของธรรมชาติ ที่เรียกว่า "ระบบนิเวศ" และเป็นระบบนิเวศแบบ3610 .เปิด คือมีความสามารถในการควบคุมตัวเองได้และมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบข้าง โดยมีการแลกเปลี่ยนสสารและพลังงานอยู่กับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบข้างตลอดเวลา

2) Non-equilibrium เป็นระบบนิเวศที่ไม่สมดุล เป็นระบบที่ไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง เป็นระบบนิเวศมี่ถูกสร้างขึ้นมา เช่น อ่างเลี้ยงปลา หากเราไม่ใช้ออกซิเจนและอาหารสำหรับปลาแล้ว ระบบนิเวศนี้ก็จะอยู่ได้ในระยะหนึ่งเท่านั้น และในที่สุดก็จะอยู่ไม่ได้ นอกจากนี้เรายังสามารถแบ่งระบบนิเวศออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

ระบบนิเวศทางธรรมชาติและใกล้ธรรมชาติ (Natural and Semi natural ecosystem) เป็นระบบนิเวศที่พึ่งพลังงานจากดวงอาทิตย์ เพื่อที่จะทำงานได้ ได้แก่

ระบบนิเวศแหล่งน้ำ (Aquatic ecosystem) แบ่งออกเป็น

3) ระบบนิเวศน้ำจืด (Freshwater ecosystem) ได้แก่ แม่น้ำ ทะเลสาบ อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

4) ระบบนิเวศน้ำเค็ม (Marine ecosystem) ได้แก่ แนวปะการัง ทะเล มหาสมุทร เป็นต้น

5) ระบบนิเวศน้ำกร่อย (Estuarine ecosystem) ได้แก่ ปากแม่น้ำ หรือปากอ่าวที่มีน้ำจืดไหลมาบรรจบกับน้ำทะเลซึ่งเป็นน้ำเค็ม ก่อให้เกิดลักษณะของน้ำกร่อย ซึ่งเป็นระบบนิเวศหนึ่งอาจมีสิ่งมีชีวิตที่แตกต่างจากระบบนิเวศน้ำจืดหรือน้ำเค็ม

ระบบนิเวศบนบก (Terrestrial ecosystem) ได้แก่

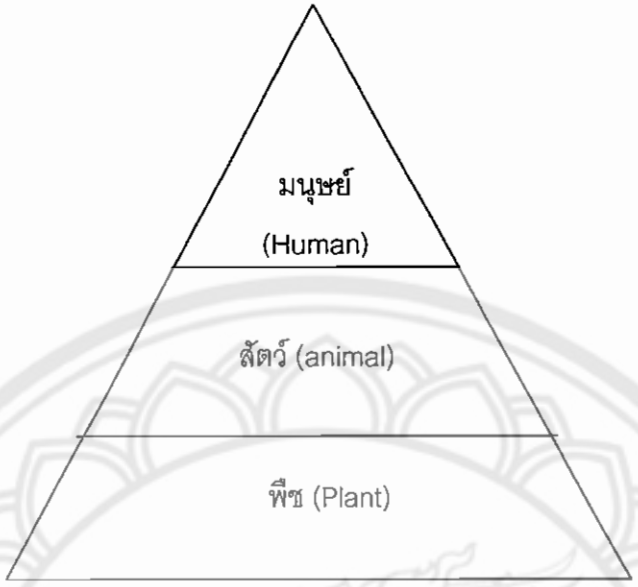
1) ระบบนิเวศกึ่งบก ได้แก่ ป่าพรุ

2) ระบบนิเวศบกแท้ ได้แก่ ป่าดิบ ทุ่งหญ้า ทะเลทราย เป็นต้น

ระบบนิเวศเมือง-อุตสาหกรรม (Urban-industrial ecosystem) เป็นระบบนิเวศที่มนุษย์สร้างขึ้นและต้องพึ่งพลังงานเพิ่มเติม เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง พลังงานนิวเคลียร์

ระบบนิเวศเกษตร (Agricultural ecosystem) เป็นระบบที่มนุษย์ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศทางธรรมชาติขึ้นมาใหม่ เช่น สวนผลไม้ นาข้าว นากุ้ง แปลงผัก เป็นต้น

ระบบนิเวศที่ใหญ่ที่สุดเป็นแหล่งที่อยู่ของสิ่งมีชีวิตของโลกอันกว้างใหญ่ เรียกว่า ชีวมณฑล หรือชีวาลัย (Biosphere) จะประกอบไปด้วยสิ่งมีชีวิตที่มีความหลากหลาย เช่นเดียวกันถิ่นที่อยู่อาศัย มีระบบนิเวศหลากหลายประเภทคละเคล้ากัน เช่น ระบบนิเวศป่าไม้ ระบบนิเวศน้ำจืด ระบบนิเวศทะเล ระบบนิเวศนาข้าวระบบนิเวศเมือง ฯลฯ เป็นต้น ความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่หนึ่ง ๆ จะมีความแตกต่างกันระบบนิเวศที่สมบูรณ์ จะมีความหลากหลาย (Diversity) ทั้งในด้านชนิด (Species) ชนิดพันธุ์ (Genus) และระบบนิเวศ (Ecosystem) ยิ่งมากเท่าไรความซับซ้อน (Complexity) ของระบบนิเวศก็มีมากขึ้น มีความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความคงทนหรือเสถียร (Stability) มากขึ้น ไม่เปราะบางและไม่แตกสลายง่าย ดังนั้น จึงควรทำความเข้าใจระบบนิเวศอย่างถ่องแท้เพื่อให้การใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์สูงสุดและปราศจากการทำลายสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ให้ระบบนิเวศคงความสมดุลให้มากที่สุด โดยโครงสร้างของระบบธรรมชาติแล้ว สัดส่วนของสิ่งมีชีวิตในธรรมชาติที่สมดุลจะประกอบไปด้วยผู้ผลิตหรือพืชมากที่สุด รองลงมาคือสัตว์ และมนุษย์ตามลำดับ ดังนี้



ภาพ 4 ความสมดุลของระบบธรรมชาติ ของพืช สัตว์ และมนุษย์

ที่มา เอกสารประกอบการเรียน มหาวิทยาลัยเกริก

โดยปกติแล้ว ธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศจะมีความสามารถและองค์ประกอบได้ด้วยตัวของมันเองในอยู่ในภาวะสมดุล มีขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) สิ่งที่มากระทบได้ ซึ่งเป็นความสามารถสูงสุดที่สภาวะแวดล้อมหนึ่ง หรือระบบนิเวศหนึ่งสามารถยอมให้มีได้เป็นการที่ธรรมชาติสามารถคงอยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งพิงปัจจัยภายนอกระบบ เช่น ระบบนิเวศหนึ่ง ๆ จะมีสภาวะสมดุลในตัวเอง กล่าวคือ สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในระบบนิเวศจะสามารถควบคุมตัวมันเองได้ (Self Regulation) และสามารถรักษาสภาพตัวเอง (Self Maintenance) เช่น ระบบนิเวศของทุ่งหญ้าสะวันนา ความสัมพันธ์ระหว่างสิงโต ม้าลายและหญ้า คือ หากหญ้ามีความอุดมสมบูรณ์ จำนวนม้าลายก็เพิ่มขึ้น เมื่อม้าลายเพิ่มขึ้น สิงโตที่กินม้าลายเป็นอาหารก็จะเพิ่มจำนวนขึ้น ขณะที่สิงโตเพิ่มจำนวนขึ้น ม้าลายจะลดจำนวนลงเนื่องจากถูกกินมากขึ้น เมื่อม้าลายลดจำนวนลง โอกาสที่หญ้าจะฟื้นคืนสภาพก็มีมากขึ้นและเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ขึ้น อย่างไรก็ตาม นี่เป็นเพียงตัวอย่างบางส่วนเท่านั้น เพราะระบบนิเวศหนึ่งจะมีสิ่งมีชีวิตมากมายที่อยู่ร่วมกันและมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบและสมดุลดังได้กล่าวมาแล้ว หากระบบนิเวศดังกล่าวถูกรบกวนโดยเฉพาะจากมนุษย์อาจทำให้ระบบนิเวศเสียสมดุลได้

อร่าม คุ้มทรัพย์ (2544, หน้า 55 – 60) ได้อธิบายคำว่าระบบนิเวศในแบบต่าง ๆ ไว้ดังนี้

ระบบนิเวศน้ำจืด

1) ระบบนิเวศน้ำจืด หมายถึง พื้นที่ประเทศไทยมีแหล่งน้ำจืดกระจายอยู่ทั่วไปทั้งโดยธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ แม่น้ำลำคลอง คู บึง อ่างเก็บน้ำต่าง ๆ ฯลฯ ในแหล่งน้ำจืดจะอุดมไปด้วยแร่ธาตุและอินทรีย์ต่าง ๆ สิ่งที่มีชีวิตต้องอาศัยในกิจกรรมทุกอย่าง

ในระบบนิเวศนี้จึงเป็นแหล่งที่อยู่ของสัตว์น้ำ สิ่งมีชีวิตเล็ก ๆ นานาชนิดทั้งพืชและสัตว์ เช่น จอก แหน สาหร่าย หอย ปลาต่าง ๆ ระบบนิเวศแหล่งน้ำจืด จึงเป็นแหล่งดำรงของสิ่งมีชีวิตเกือบทุกชนิด รวมทั้งเป็นแหล่งที่อยู่และประกอบอาชีพสำคัญของมนุษย์อีกด้วย ระบบนิเวศแหล่งน้ำจืดสามารถแบ่งออกเป็นระบบใหญ่ ๆ ได้ 2 ระบบ คือ

ระบบนิเวศในเขตน้ำนิ่ง หมายถึง เป็นบริเวณที่น้ำนิ่ง เช่น บึง สระ ทะเลสาบ ซึ่งจะพบสิ่งมีชีวิต

ผู้ผลิต จะได้แก่ พืชที่มีรากยึดอยู่ใต้พื้นน้ำ เช่น กก บัว กระจูด นางกวัก บัวสาย สาหร่ายไฟ รวมทั้งสาหร่ายที่จมอยู่ในน้ำ เช่น สาหร่ายพุงขะโด สาหร่ายหางกระรอก นอกจากนี้ในบริเวณเขตผิวน้ำยังมีสิ่งมีชีวิตประเภทแพลงค์ตอนพืช และแพลงค์ตอนสัตว์ พืชลอยน้ำ เช่น สาหร่ายไดอะตอม จอก แหน เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง สิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในน้ำจืดมีมากมายหลายชนิด เช่น

1) พวกที่เกาะตามต้นไม้หรือใบไม้ของพืชน้ำ เช่น หอยโข่ง ไฮดรา พลานาเรีย

2) พวกที่อาศัยอยู่ตามหน้าดิน เช่น พวกหนอนแดง ไส้เดือนน้ำ หอยฝาเดียว และหอยสองฝา เป็นต้น

ระบบนิเวศในเขตน้ำไหล หมายถึง บริเวณที่มีกระแสน้ำไหล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 อย่าง คือ กระแสน้ำไหลเชี่ยวและกระแสน้ำไหลเอื่อย ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ในลักษณะของการหมุนเวียนพลังงาน แร่ธาตุ อาหารและอินทรีย์สารของกันและกัน ในกระแสน้ำไหลเชี่ยวจะพบกับลำธารจะสะอาดไม่มีการสะสมของตะกอนใต้น้ำ สิ่งมีชีวิตทีอาศัยอยู่ในบริเวณนี้จะต้องทนต่อการไหลของกระแสน้ำได้ จะพบพวกไดอะตอม สาหร่ายสีเขียว สาหร่ายสีเขียวแกมน้ำเงิน พวกปลาต่าง ๆ สำหรับในเขตน้ำเอื่อยซึ่งเป็นบริเวณที่สงบ กระแสน้ำลดลง มีการตกตะกอนของอนุภาคใต้น้ำเหมาะกับสัตว์พวกที่ขุดรูอยู่และพวกที่ว่ายน้ำไปมาอย่างอิสระรวมทั้งแพลงค์ตอนด้วย

ระบบนิเวศในทะเล

ระบบนิเวศในทะเลประกอบด้วยชายฝั่งทะเลซึ่งมีทั้งชายหาดและหาดหิน ชายหาดจะเป็นบริเวณที่มีน้ำทะเลซัดขึ้นมาตลอดเวลา พื้นผิวของหาด และหาดหินจะเปียกและแห้งสลับกันในช่วงเวลาที่เป็นน้ำขึ้น น้ำลงอุณหภูมิในช่วงวันหนึ่ง ๆ ก็จะแตกต่างกัน รวมทั้งบริเวณไหล่ทวีปที่ลาดเอียงและก้นทะเลก็มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน ดังนั้นสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในทะเลจะต้องปรับตัวให้สามารถทนทานต่อความเปลี่ยนแปลงหรือผันแปรของสิ่งแวดล้อม จึงจะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้

สิ่งมีชีวิตในทะเลมีมากมายหลายชนิด เช่น

1) แพลงค์ตอน ทั้งพืชและสัตว์ เช่น กุ้งเคย ไดอะตอม ตัวอ่อนของจักจั่น ตัวอ่อนเพรียงหิน สาหร่ายสีเขียว สาหร่ายสีเขียวแกมน้ำเงิน

2) สิ่งที่มีชีวิตหน้าดิน เช่น พวกหอยต่าง ๆ ฟองน้ำ ปะการัง เพรียงหิน ดอกไม้ทะเล กัลปังหา ฯลฯ ระบบนิเวศในทะเลแบ่งออกเป็น 3 ชุมชน ได้แก่

ชุมชนหาดทราย

ชุมชนหาดทรายเป็นบริเวณชายฝั่งที่มีหาดทรายเป็นบริเวณที่ไม่เหมาะสมกับการอาศัยของสิ่งมีชีวิตในทะเล เพราะมีสภาพชีวิตที่รุนแรงมีลักษณะสำคัญ คือ มีน้ำขึ้นน้ำลง มีคลื่นซัดตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงทางอุณหภูมิมาก ซึ่งการปรับตัวของสิ่งมีชีวิตบริเวณหาดทรายจะมีลักษณะ ดังนี้

1) มีผิวเรียบ ลำตัวแบนราบเพื่อสะดวกในการแทรกตัวกับพื้นทราย

2) มีขนาดของส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น ขา หนาม มีขนาดลดลง รวมทั้งลำตัว ด้วย

3) ทนความแห้งแล้งได้ดี เช่น ปูลม

4) เคลื่อนไหวรวดเร็ว

ชุมชนหาดหิน

ชุมชนหาดหินจะเป็นบริเวณที่ประกอบได้ด้วยหินส่วนใหญ่ มีลักษณะสำคัญด้วยหินไม่ราบเรียบ สภาพอุณหภูมิเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเมื่อเกิดน้ำขึ้นน้ำลง ดังนั้นการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตในบริเวณนี้จะต้องมีการปรับตัว เช่น

1) มีความคงทนหรือทนทานต่อความเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ โดยจะมีเจลาตินเคลือบเพื่อระบายความชื้นและป้องกันการระเหยของน้ำ

2) สามารถดูดซึมน้ำได้ เช่น พวกไคเลน

3) เคลื่อนที่ได้เพื่อหลบในซอกหิน เวลาน้ำลด เช่น พวกปู

4) มีสารพวกแมนเทิล เพื่อช่วยในการแลกเปลี่ยนก๊าซ

ชุมชนแนวปะการัง หรืออาจเรียกว่า ป่าไม้ทะเล ประกอบด้วยปะการังหลายชนิด มีรูปร่างต่าง ๆ กัน ปะการังพวกนี้มีสารหินปูนห่อหุ้มลำตัวสืบพันธุ์แบบแตกหน่อเชื่อมติดต่อกันกับตัวเดิม ทำให้เกิดเป็นกลุ่มก้อนของปะการัง บริเวณดังกล่าวนี้มีความสำคัญมากเพราะเป็นแหล่งอุดมสมบูรณ์ด้านอาหาร ที่อยู่อาศัยและแหล่งอนุบาล ลูกอ่อนของสัตว์น้ำ

ระบบนิเวศป่าชายเลน

ป่าชายเลนเป็นบริเวณชายฝั่งทะเลและปากแม่น้ำของประเทศไทยในเขตร้อน ประเทศไทยมีป่าชายเลนบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันด้านตะวันตกของภาคใต้ และบริเวณอ่าวไทย ป่าชายเลนมีสภาพแวดล้อมต่างจากป่าบกหลายอย่าง เช่น สภาพดิน เพราะป่าชายเลนเกิดจากการทับถมกันของตะกอนบริเวณปากน้ำประกอบ ไปด้วยทราย โคลน และดิน นอกจากนี้ยังมีความสมบูรณ์ของป่าชายเลนวัดจากปริมาณ ไนโตรเจน ฟอสฟอรัสและโปตัสเซี่ยม

ลักษณะของสิ่งมีชีวิตในป่าชายเลน พืชจะมีรากค้ำจุนเพื่อช่วยพยุงลำต้น เมล็ดจะงอกตั้งแต่อยู่บนต้นแม่เมื่อหล่นลงมาจะเจริญเติบโตทันที โครงสร้างของใบจะมีความหนาและมีขนเพื่อให้เก็บน้ำไว้ได้นาน เพราะไม่สามารถจะนำน้ำขึ้นมาใช้ได้ สำหรับขนของใบก็จะทำหน้าที่ป้องกันการคายน้ำ

สิ่งมีชีวิตที่อาศัยตามชายฝั่งป่าชายเลน มีดังนี้

1) พืช ได้แก่ โกงกาง ชะคราม แสมดำ ตะปูน รักกะแม้ ตีนเป็ดทะเล ปรงทะเล เทียนทะเล ลำพู ขลู เป็นต้น

2) สัตว์ในป่าชายเลนจะมีสัตว์อาศัยอยู่ทั้งสัตว์บนดิน สัตว์ในดิน รวมทั้งนก เป็นจำนวนมากและป่าชายเลนยังเป็นรวมอยู่ของตัวอ่อนสัตว์น้ำจำพวกปู ปลา กุ้ง และหอย จึงนับว่าป่าชายเลนมีความสำคัญต่อระบบนิเวศในทะเลมากที่สุด ตัวอย่างสัตว์ในป่าชายเลน เช่น ปู หอยต่าง ๆ ปลาตีน ปูเสฉวน ปูแสม กุ้งดีดขัน ปูก้ามดาบ หอยฝาเดียว ไส้เดือนทะเล เป็นต้น

ประโยชน์ของป่าชายเลน

1) ทำให้แผ่นดินงอก

2) เป็นแหล่งที่อยู่และขยายพันธุ์ของ กุ้ง ปู ปลา และหอย

3) เป็นฉากกำลังลม ป้องกันการชะล้างที่รุนแรงอันเกิดจากมรสุม

4) เป็นแหล่งพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ เช่น เป็นสมุนไพร ไม้โกงกาง ใช้เป็นเชื้อเพลิงที่ให้พลังงานสูงมาก

5) เป็นเสมือนกำแพงป้องกันการพังทลายของดิน

6) รากของพืชในป่าไม้ชายเลนช่วยกรองสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ในน้ำ เป็นการลดปัญหาการเน่าเสียของน้ำ

7) เป็นตัวกลางทำให้สมดุลธรรมชาติระหว่างน้ำกับทะเล

8) เป็นสถานที่ศึกษาความรู้และแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ

ระบบนิเวศป่าไม้ ความสำคัญของป่าไม้

1) เป็นแหล่งรวมของพันธุ์ไม้นานาชนิดและสัตว์ป่าต่าง ๆ

2) เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร

3) ผลิตก๊าซออกซิเจนและกำจัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

4) ช่วยให้ฝนตกต้องตามฤดูกาลและช่วยกำบังลมพายุ

5) ลดความรุนแรงของน้ำป่า และป้องกันการพังทลายของหน้าดิน

6) ช่วยรักษาความชุ่มชื้นของผิวดินและอากาศ

7) เป็นแหล่งสะสมปุ๋ยธรรมชาติ

ลักษณะของป่าไม้ของประเทศไทยและสังคมสิ่งมีชีวิตในป่าของประเทศไทย มีหลายลักษณะดังนี้

ป่าดิบชื้น มีลักษณะฝนตกชุกตลอดปี อุณหภูมิ และความชื้นพอเหมาะกับการเจริญเติบโตของพืช พืชในป่าดิบชื้นจะมีลักษณะใบกว้างปกคลุมอย่างหนาแน่นและไม่มีการผลัดใบ พันธุ์ไม้ที่พบ เช่น ไม้ยาง ตะเคียน หวาย ไผ่ เถาวัลย์และเฟิร์น

ป่าหนสนเขา สภาพของป่าจะมีสีเขียวตลอดปี ดินมีสภาพกรดและขาดธาตุอาหาร เนื่องจากอัตราการชะล้างสูง ลักษณะของพืชในบริเวณนี้จะมีใบเรียวเล็ก เรียงยาว ไม่มีการผลัดใบ เช่น ต้นสน พื้นป่ามีไม้พุ่ม และไม้ล้มลุกเกิดขึ้นน้อยเพราะแสงสว่างมีน้อย สัตว์ที่พบ เช่น แมวป่า หมาป่า หมี เม่น นกและกระรอก เป็นต้น

ป่าพรุ เป็นป่าที่มีน้ำจืดขังตลอดปี และมีความเป็นกรดสูงลักษณะของป่าแน่นทึบพบตามที่ลุ่มในภาคใต้ พรรณไม้ส่วนใหญ่เป็นไม้ขนาดเล็ก เช่น หวาย และหมากแดง เป็นต้น

ผู้วิจัยขอสรุปว่า ระบบนิเวศ เป็นความสัมพันธ์ของสรรพสิ่งในระบบนิเวศ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตกับสิ่งไม่มีชีวิต สิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อมหรือความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับสิ่งแวดล้อม และพื้นฐานเกี่ยวกับโครงสร้าง จะทำให้มนุษย์สามารถนำความรู้เหล่านี้เป็นเครื่องมือในการจัดการกับทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเป็นการอยู่ร่วมกันของสรรพสิ่งในระบบนิเวศเป็นไปในลักษณะของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันซึ่งจะเป็นแนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน

4.4 การสื่อความหมายธรรมชาติ

กรมป่าไม้และโครงการสิ่งแวดล้อมศึกษาแม่ห้วยดีเพื่ออนุรักษ์ป่าตะวันตก (2549, ออนไลน์) ได้ให้ความหมายว่า การสื่อความหมายธรรมชาติ คือ การนำเอาสื่อต่าง ๆ มาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างธรรมชาติกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจถึงเรื่องราวที่ต้องการสื่อ เช่น การอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดขึ้น กำลังบอกอะไรกับเรา คุณค่าของธรรมชาติที่ยังมองไม่เห็น เป็นต้น เพื่อให้เกิดสำนึกการอยู่ร่วมกันของทุกสรรพสิ่งในธรรมชาติอย่างมีความสุข

การสื่อความหมายเป็นลักษณะพื้นฐานของสิ่งมีชีวิตทุกชนิดที่เป็นสัตว์สังคม ไม่ว่าจะเป็นมด ผึ้ง ปลวก นก มนุษย์ การสื่อความหมายในสัตว์ เป็นหารสื่อความหมายง่าย ไม่ซับซ้อน เช่น การส่งกลิ่น การร้อง การทำสัญลักษณ์ เพื่อใช้ในการดำรงชีวิต สำหรับมนุษย์ การสื่อความหมายมีความซับซ้อนกว่า ความซับซ้อนของการสื่อความหมายเกิดจากสังคมที่มีขนาดใหญ่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ภาษา และวัฒนธรรมที่แตกต่าง การสื่อความหมายที่จะให้ใครสักคนหนึ่งเข้าใจ จึงเป็นเรื่องที่ยุ่งยากพอสมควร โดยเฉพาะการสื่อความหมายธรรมชาติ ที่พยายามจะทำให้คนเข้าใจและเรียนรู้การอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติอย่างเอื้ออาทร ซึ่งกันและกัน ถ้าเช่นนั้นเราคงต้องมาเรียนรู้กันว่าอะไรจะทำให้การสื่อความหมายธรรมชาติสัมฤทธิ์ผล

4.4.1 ความเข้าใจสิ่งที่จะนำมาสื่อถ้าเราจะสื่อความหมายเรื่องต้นไม้ เราต้องเข้าใจว่ามิติของต้นไม่ มีอะไรบ้าง สูง ต่ำ เล็ก ใหญ่ ผิวเรียบ มีใบ ไม่มีใบ มีรากแบบไหน เปลือกอย่างไร ให้อากาศ เก็บกักน้ำ เป็นอาหาร เป็นยา นี่คือมิติ ส่วนหนึ่งของต้นไม่ ความจริงแล้วยังมีอีกมาก นำมิติร่าง ๆ เหล่านั้นมาผสมผสานกัน ทำให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือจะเลือกอธิบายมิติใดมิติหนึ่งก็ได้ แต่ต้องชัดเจนง่าย และมีเหตุผมรองรับ

4.4.2 รูปแบบและวิธีการสื่อรูปแบบต้องกำหนดให้ชัดเจน ว่าจะเลือกใช้วิธีในแบบใดในการสื่อ การกำหนดรูปแบบต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เพราะรูปแบบในการสื่อความหมายบางอย่าง ไม่สามารถใช้กับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มได้ ซึ่งรูปแบบในการสื่อความหมาย อาจใช้การเล่านิทาน เกมส์ การแสดงความคิดเห็น ฯลฯ

4.4.3 เป้าหมายในการสื่อความหมายธรรมชาติต้องจำไว้เสมอว่าเป้าหมายในการสื่อความหมายธรรมชาติของเราคืออะไร เช่นเพื่อการสร้างจิตสำนึก การเปิดโอกาส ในการเข้าใจธรรมชาติ เสริมทักษะและความรู้ ฯลฯเมื่อมีองค์ประกอบครบทั้งสามอย่างแล้วจงทำให้ทั้งสามปัจจัยมีความสอดคล้องกันเท่านี้การสื่อความหมายธรรมชาติของเราก็จะประสบความสำเร็จได้อย่างไม่ยากเย็นนัก

การสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นสาขาของงานสื่อสารที่ต้องการอธิบายสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอยู่กลางแจ้งในลักษณะที่มีความหมายต่อมนุษย์ ขบวนการของการสื่อความหมายธรรมชาติต้องใช้ทั้งศิลปะและเทคนิค และได้สรุปความหมายของ การสื่อความหมายธรรมชาติ ว่าหมายถึง การนำเทคนิคหรือวิธีการอันเหมาะสมใช้ในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและผลผลิตทางวัฒนธรรมในลักษณะที่ง่ายต่อความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินและเป็นการกระตุ้นคนเหล่านั้นให้เกิดความรู้สึก รัก หวงแหน และมีจิตใจอนุรักษ์

วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายธรรมชาติสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประการหลัก ได้แก่

1) เพื่อช่วยให้ผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติได้เข้าใจ ตระหนักและพึงพอใจเกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากร ซึ่งจะทำให้ผู้มาเยือนเพลิดเพลิน ได้รับประสบการณ์ที่ดีและมีคุณค่ากลับไป

2) เพื่อช่วยสนับสนุนงานจัดการพื้นที่ในลักษณะต่าง ๆ เช่น สามารถใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมแนะนำผู้มาเยือนให้รู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกต้อง หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่เปราะบาง และช่วยลดผลกระทบต่อระบบนิเวศชนิดต่าง ๆ ในพื้นที่ เป็นต้น

3) เพื่อเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานและบุคลากร

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายจะมุ่งเน้นให้เกิดผลใน 3 ส่วนสำคัญคือ นักท่องเที่ยว พื้นที่/ทรัพยากร และองค์กรที่จัดการพื้นที่/ทรัพยากร โดยประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อความหมายมีหลายประการ ดังนี้

1) การสื่อความหมายธรรมชาติจะช่วยเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อนักท่องเที่ยว

2) การสื่อความหมายจะทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของพื้นที่/ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจมากขึ้นในความซับซ้อนของสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่กับสิ่งแวดล้อม

3) การสื่อความหมายจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวมของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่

4) การสื่อความหมายจะช่วยให้ข้อมูลต่อสาธารณะที่ประกอบการวางแผนและตัดสินใจอันชาญฉลาดในเรื่องที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

5) การสื่อความหมายจะช่วยลดความเสียหายที่เกิดจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนในการดูแลบำรุงรักษาพื้นที่ลดลง

6) การสื่อความหมายสามารถใช้เป็นวิธีการในการกระจายนักท่องเที่ยวจากบริเวณที่มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อ่อนไหวต่อการถูกทำลาย ไปสู่ในบริเวณที่มีความสามารถในการรองรับที่สูงกว่า เพื่อปกป้องทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ

7) การสื่อความหมายเป็นวิธีการหนึ่งในการสร้างภาพพจน์ต่อสาธารณะซึ่งแรงสนับสนุนจากสาธารณะต่อพื้นที่และองค์กร

8) การสื่อความหมายจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่และประเทศชาติในภาพรวม

9) การสื่อความหมายจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในพื้นที่นันทนาการ/คุ้มครองในยามที่การท่องเที่ยวเป็นกลไกที่ก่อให้เกิดรายได้ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของภูมิภาคและประเทศโดยรวม

10) การสื่อความหมายจะช่วยเสริมประสิทธิภาพในการคุ้มครองพื้นที่ธรรมชาติและประวัติศาสตร์โดยการสร้างความสนใจต่อสาธารณะ

11) การสื่อความหมายจะกระตุ้นให้สาธารณะเข้ามาร่วมในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมโดยวิธีการที่สร้างแรงจูงใจและความสมัครใจของประชาชน

ดังนั้น แนวความคิดทางด้านการสื่อความหมายสำหรับพื้นที่ท่องเที่ยว จึงเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะนำมาสู่การลดผลกระทบต่อทรัพยากรในพื้นที่และยังสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในธรรมชาติที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ อันจะนำไปสู่การมีจิตสำนึกในการปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของส่วนร่วมได้มากขึ้น

หลักการพื้นฐานของการสื่อความหมาย

1) การสื่อความหมายไม่ใช่การสั่งสอน แต่เป็นการกระตุ้นความรู้สึกหรืออารมณ์ให้รับรู้และเข้าใจในความหมายของสิ่งที่ต้องการสื่อ

2) การสื่อความหมายจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะพื้นฐานของกลุ่มคนที่มาใช้บริการ เช่น เด็ก หรือ ผู้ใหญ่ และกระทำภายใต้ขอบเขตของความสนใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

3) การให้ข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงไม่ใช่การสื่อความหมาย แต่การสื่อความหมายอาศัยข้อมูลและข้อเท็จจริงต่าง ๆเป็นพื้นฐานในการให้ความหมายและสาระต่าง ๆ ที่ถูกต้องและน่าสนใจ

4) การสื่อความหมายควรใช้วิธีการหลากหลาย เช่น ใช้ตัวบุคคล ใช้อุปกรณ์ เทคนิคต่าง ๆ ในการใช้สื่อความหมาย อย่างไรก็ดี การเลือกวิธีการและเทคนิคขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของทรัพยากรที่จะนำมาใช้สื่อความหมาย ศักยภาพและขีดจำกัดในการบริการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การสื่อความหมายมุ่งที่จะเสนอในความหมายรวมไม่ใช่แต่บางส่วน

6) การสื่อความหมายที่จัดทำสำหรับเด็ก ควรใช้วิธีที่ต่างไปจากที่เสนอต่อผู้ใหญ่

7) การสื่อความหมายธรรมชาติจะใช้สิ่งของที่มีอยู่รอบตัวและตัวกลางที่สร้างขึ้นสำหรับบอกเล่าหรือสื่อถึงความหมายและความสัมพันธ์ของสรรพสิ่งต่าง ๆ

8) เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำโดยสมัครใจ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบและวิธีการให้เป็นที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ

9) การพัฒนากิจกรรมการสื่อความหมายจำเป็นต้องใช้ทั้งความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และศิลปะประกอบกันเพื่อให้การสื่อความหมายดังกล่าวมีคุณภาพ

10) การสื่อความหมายธรรมชาติจำเป็นต้องมีการจัดระบบระเบียบของเนื้อหาสาระให้ง่ายต่อความเข้าใจ และไม่ควรให้เนื้อหาสาระมากเกินกว่า 5 หัวข้อเรื่องในกิจกรรมสื่อความหมายหนึ่ง ๆ เนื่องจากจะทำให้นักท่องเที่ยวเบื่อและสับสน

11) การออกแบบระบบสื่อความหมายธรรมชาติจำเป็นต้องสามารถถ่ายทอดความสำคัญของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและตระหนักถึงคุณค่าของพื้นที่

12) การออกแบบระบบสื่อความหมายธรรมชาติในพื้นที่จำเป็นต้องวางแผนไปในอนาคต ถึงหัวข้อของการสื่อความหมาย วิธีการ สถานที่ งบประมาณ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อขจัดความซ้ำซ้อม ตอบสนองกลุ่มคนที่เข้ามาใช้ประโยชน์ทั้งยังกลมกลืนกันอย่างเป็นระบบทั้งพื้นที่

รูปแบบของการสื่อความหมาย

สื่อหรือตัวกลาง (Media) ในการสื่อความหมาย หมายถึง วิธีการ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่ใช้ในการสื่อความหมายที่จะให้ข้อมูลข่าวสารหรืออธิบายเรื่องราวที่ให้ความรู้และ

ความความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว/ผู้รับ ซึ่งการสื่อความหมายอาจจำแนกได้ 2 กลุ่มหลัก ตามลักษณะตัวกลางที่ใช้ในการสื่อความหมายดังนี้

การใช้บุคคลในการให้บริการ

1) การให้ข้อมูลโดยเจ้าหน้าที่หรือบุคคลที่ได้กำหนดไว้

2) การให้ข้อมูล ณ ปากทางเข้าพื้นที่ ต้นทางเส้นทางเดินเท้าและในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

3) โปรแกรมพิเศษเช่น การนำเดินพาเที่ยว การบรรยาย ณ เวทีกลางแจ้ง และการแสดงละคร เป็นต้น

4) การให้บริการด้วยบุคคลเป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มและสถานการณ์ แต่มีค่าใช้จ่ายสูงมากต่อการบริการแต่ละครั้งและบุคคลนั้นจะต้องได้รับการฝึกอบรมมีความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริง

การให้บริการโดยไม่ใช้บุคคล

1) การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยี

2) มีเทคนิคที่หลากหลายในการให้บริการ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ ป้าย เครื่องหมาย ภาพยนตร์ สื่ออินเตอร์เนต และสื่อทางวิทยุกระจายเสียง

3) การให้บริการโดยไม่ใช้บุคคลบางครั้งมีประสิทธิภาพน้อยกว่าการใช้บุคคล โดยไม่สามารถปรับตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปหรือคำถาม

4) การให้บริการโดยไม่ใช้บุคคล สามารถให้ข้อมูลจำนวนมาก โดยมีค่าใช้จ่ายต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่อครั้งที่ต่ำกว่า

นอกจานั้นยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมที่สนับสนุนการสื่อความหมายดังนี้

1) สิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ลานแสดงกลางแจ้ง เส้นทางเดินชมธรรมชาติ ป้ายให้ข้อมูล เครื่องหมาย

2) กิจกรรมสนับสนุนทั่วไปเพื่อพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมาย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อ ผู้เชี่ยวชาญด้านอุปกรณ์แสงเสียง และผู้ประเมินผล เป็นต้น

4.5 วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

4.5.1 เพื่อช่วยผู้มาเยือนให้พัฒนาจิตสำนึก มีความซาบซึ้ง และเข้าในในพื้นที่ที่ไปเยือน การสื่อความหมายจะช่วยให้การมาเยือนได้รับประสบการณ์ที่หลากหลายและรื่นรมย์

4.5.2 เพื่อให้จุดมุ่งหมายของการจัดการพื้นที่บรรลุผลสำเร็จ โดยสามารถดำเนินการในสองทางด้วยกันคือ ประการที่หนึ่ง การสื่อความหมายสามารถสนับสนุนการใช้ทรัพยากรด้านนันทนาการของผู้มาเยือน ช่วยเพิ่มความเข้าใจว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่พิเศษที่ต้องการกิจกรรมพิเศษ ประการที่สอง การสื่อความหมายสามารถช่วยลดผลกระทบจากมนุษย์ต่อทรัพยากรลง โดยแนะนำประชาชนให้หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่ที่เปราะบาง หรือใช้พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมากเกินไป

4.5.3 เพื่อส่งเสริมความเข้าใจของประชาชนต่อหน่วยงานและโครงการต่าง ๆ ของหน่วยงานทุกหน่วย การสื่อความหมายที่ดีจะเป็นการส่งเสริมภาพพจน์ของหน่วยงานนั้น ๆ

ในการสื่อความหมายตามนิยามข้างต้น Grant W. Sharpe ได้แบ่งสื่อความหมายออกเป็น 2 ประเภท คือ บริการที่ใช้คน (Personal or Attended Services) และบริการที่ไม่ใช้คน (No personal or Unattended Services) ดังนี้

บริการที่ใช้คน (Personal or Attended Services) ผู้มาเยือนจะมาติดต่อกับผู้ชำนาญการสื่อความหมายโดยใช้สื่อต่าง ๆ ดังนี้

1) การบริการข้อมูลข่าวสาร ผู้สื่อความหมายจะอยู่ประจำตำแหน่งในแต่ละสถานที่ แล้วให้ผู้มาเยือนเจาะจงไปพบเอง

2) กิจกรรมที่มีการนำ (The Conducted Activity) กิจกรรมที่มีการนำรวมทั้งการเดินเล่น ผู้มาเยือนจะร่วมไปกับผู้สื่อความหมายจากสถานที่เริ่มต้น แล้วเคลื่อนย้ายไปตามเส้นทางที่เลือกไว้ไปยังจุดที่น่าสนใจต่าง ๆ

3) การพูดคุยกับกลุ่ม (Talk to Group) มีการนำเสนอหลายอย่างที่ทำในเวลาและสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้องประชุมกลางแจ้ง ลานกองไฟ และห้องประชุม เรื่องราวที่พูดคุยนอกจากจะเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของพื้นที่หรือมนุษย์ของพื้นที่ เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้เข้าใจและพึงพอใจในคุณค่าของพื้นที่ที่พวกเขากำลังไปเยือน การตอบคำถามแก่ผู้มาเยือนควรจะเป็นส่วนหนึ่งของรายการด้วย

4) การสื่อความหมายแบบสดและการสาธิตด้านวัฒนธรรม (Living Interpretation and Cultural Demonstration) ผู้สื่อความแนะนำมรดกด้านวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยือนด้วยการสาธิตหรือแสดงให้ชม

การบริการที่ใช้คนจัดว่าเป็นสื่อที่ดีเลิศ เนื่องจากมีความอบอุ่นและยืดหยุ่น ผู้มาเยือนได้รับการติดต่อสื่อสารสองทาง ในขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่สามารถควบคุมสถานการณ์ให้เป็นไปตามกระบวนการสื่อความหมายที่เตรียมไว้ได้

บริการที่ไม่ใช้คน (No personal or Unattended Services) ผู้มาเยือนติดต่อกับผู้ชำนาญการสื่อความหมายอย่างผิวเผิน การบริการอย่างนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ไม่ควรจะทดแทนการติดต่อที่ใช้คน แต่ควรจะเป็นหนทางขยายรายการสื่อความหมายให้มากขึ้นกว่าการใช้ผู้สื่อความหมายแต่เพียงอย่างเดียว บริการที่ไม่ใช้คนมีดังนี้

1) อุปกรณ์โสต (Audio Devices)
2) วัสดุที่เขียนขึ้น (Written Material)
3) ป้าย (Signs)
4) คำบรรยาย (Labels)
5) สิ่งพิมพ์ (Publications)
6) กิจกรรมที่ทำด้วยตนเอง ได้แก่ การเดินด้วยตนเอง (Self Guided Trail) และรถทัศนาจรด้วยตนเอง (Self Guided Auto Tour)
7) นิทรรศการในห้องจัดแสดง (Exhibit: Indoor)
8) นิทรรศการนอกห้องจัดแสดง (Exhibit: Outdoor)
9) ศูนย์ผู้มาเยือน (Visitor Center)
10) สื่อนอกสถานที่และนอกฤดูกาล (Off-site and Off-season Media)

5 การท่องเที่ยววัฒนธรรม

5.1 ความหมายของการท่องเที่ยววัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งโบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ทางวัฒนธรรม พระราชวังและวัด สถานที่ท่องเที่ยวชนิดนี้จะเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา ตามสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และขณะเดียวกันมนุษย์ยังมีส่วนช่วยทำลาย ทำให้อายุการใช้งานของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสั้นหรือเสื่อมสลายเร็ว

วรรณา วงษ์วานิช (2546, หน้า 146) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวรูปแบบนี้จัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมงานเกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เนื่องในเทศกาลต่าง ๆ เป็นการสืบทอดและรักษามรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นไว้ โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่น ซึ่งมีหลักเกณฑ์สำคัญคือ

5.5.1 เป็นประเพณีหรือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นของแต่ละท้องถิ่น และสมควรที่จะดำรงรักษาให้คงสืบต่อไป

5.5.2 เจ้าของพื้นที่ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งด้านการวางแผน การจัดการและการอนุรักษ์

5.5.3 มีวิทยากรและมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่น

5.5.4 มุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับทั้งความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความประทับใจและประสบการณ์ในการดำรงชีวิตในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม

ศูนย์ประสานงานวัฒนธรรมอำเภอสิชล(2548, หน้า 16) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและศึกษาวัฒนธรรมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นบนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การเที่ยวชมประเพณีในราชสำนัก(ประเพณีหลวง) หรือประเพณีพื้นบ้านและการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ในรอบปี ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น และได้สัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญในท้องถิ่น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ ได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยว

5.2 หลักการในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้

5.2.1 ออกกฎหมายควบคุมรักษาโบราณสถาน โบราณวัตถุและศิลปวัตถุต่าง ๆ และกำหนดบทลงโทษผู้กระทำความผิดหรือฝ่าฝืนกฎหมาย เช่น ประเทศไทยได้ประกาศพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ทั้งนี้เพราะได้มองเห็นความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก และต้องการจะอนุรักษ์สถานที่เหล่านั้นไว้เป็นมรดกของชาติสืบต่อไป

5.2.2 เพื่อป้องกันมิให้มีการลักลอบหรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์วิธีหนึ่งคือ การจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษามิให้สถานที่นั้นถูกทำลาย ตลอดจนจัดส่งผู้เชี่ยวชาญไปทำการดูแลและบูรณะให้คงอยู่ในสภาพเดิม

5.2.3 การบูรณะและซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้สร้างไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ชื่นชม ศึกษาและค้นคว้า แต่ดังได้กล่าวมาแล้วว่า

โบราณสถาน โบราณวัตถุเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปได้ตามกาลเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องมีการบูรณะซ่อมแซมโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านโบราณคดีโดยเฉพาะและต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ทันสมัย เพื่อจะได้คงสภาพเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

5.2.4 จัดหางบประมาณหรือเงินทุนมาใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซม ทั้งนี้เพราะการบูรณะซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะโบราณสถาน และโบราณวัตถุ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก บางครั้งอาจจะต้องขอความร่วมมือหรือความช่วยเหลือจากต่างประเทศ เพื่ออนุรักษ์หลักฐานและร่องรอยทางประวัติศาสตร์เอาไว้ เช่น ประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือในด้านนี้จากองค์การวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO)

5.2.5 จัดหาสถานที่สำหรับเก็บรักษาโบราณวัตถุ และสิ่งที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์ให้อยู่ในสถานที่ที่ปลอดภัยมิให้ถูกทำลาย หรือถูกโจรกรรม การนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มารวมไว้ยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง นอกจากจะเป็นการสะดวกในการดูแลรักษาแล้วยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปชมได้อีกด้วย

5.2.6 ให้การศึกษาและประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจต่าง ๆ เกี่ยวกับความจำเป็นด้านการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือ และมีจิตสำนึกในคุณค่าและหวงแหนทรัพยากรทางวัฒนธรรม ช่วยกันดูแลรักษาไม่ให้ถูกทำลาย ตลอดจนบอกล่าวถึงโทษของการทำลาย หรือทำความเสียหายแก่สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่า มีบทลงโทษผู้กระทำผิดอย่างไรบ้าง

6 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการเกษตรอยู่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมการเกษตรเป็นอาชีพหลักที่สำคัญอย่างหนึ่งของคนไทย การทำสวนผัก ผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ สวนสมุนไพร ฟาร์มโคนม เลี้ยงกุ้ง เลี้ยงปลา ล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรทั้งสิ้นแต่การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือเกษตรสัญจร เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้น และได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ทางการเกษตร สวนเกษตร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชมความงามการผลิตพืชผลทางการเกษตร ชมวิถีชีวิตของเกษตรกร ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชาวบ้านในท้องถิ่นหรือชนบท ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งทัศนียภาพอันสวยงาม อันจะก่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน ได้รับ

ความรู้พื้นฐานด้านการเกษตรหรือประเพณีพื้นบ้านและการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผา

ศูนย์ประสานงานวัฒนธรรมอำเภอสิชล(2548, หน้า 15) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เช่น สวนผลไม้ สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ เป็นต้น ซึ่งสถานที่เหล่านี้จะจัดเตรียมพื้นที่บางส่วนเพื่อเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม และมีโอกาสหาประสบการณ์ใหม่จากกิจกรรมปกติของฟาร์ม เช่น การเก็บผลไม้จากต้น การเกี่ยวข้าว การเก็บผัก เป็นต้น มีการจัดวิทยากรบรรยาย หรืออธิบายวิธีการทำงานของสวนเกษตรหรือฟาร์มนั้น ๆ

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2549) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในแหล่งเกษตรกรรมนั้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ให้เกียรติ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ และมีความเข้าใจในสภาพที่เป็นอยู่ ไม่คาดหวังถึงการบริการที่เอาใจทุกอย่างแบบแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการค้าของเอกชน เพราะเขาเหล่านั้นเป็นเกษตรกรที่ทำการเกษตรอย่างแท้จริง ถ้านักท่องเที่ยวเที่ยวอย่างเข้าใจ จะพบว่าน้ำใจจากเกษตรกรนั้นมีมากจนท่านจะประทับใจไม่มีวันลืมทีเดียว

6.2 **องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**

6.2.1 จะต้องเป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงหรือประสบผลสำเร็จทางด้านใดด้านหนึ่งทางการเกษตร

6.2.2 เป็นสถานที่ที่มีความพร้อมที่จะบริการ หรือจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉพาะความสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยวให้เข้าเยี่ยมชมได้

6.2.3 มีวิทยากรหรือเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ ให้ความรู้นำชมสถานที่และบริการด้านความสะดวกปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

6.2.4 นักท่องเที่ยวควรจะรู้ถึงข้อควรปฏิบัติและข้อควรละเว้น และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อให้สถานที่นั้นมีสภาพแวดล้อมที่ดี

6.2.5 นักท่องเที่ยวจะได้รับทั้งความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และประสบการณ์ที่ตั้งไว้

7 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

หลักการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (สถาบันการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.หน้า 68-72) มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยว

ประเภทของทรัพยากร

1) ทรัพยากรหลัก เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว

2) ทรัพยากรสนับสนุน เพื่อสนับสนุนทรัพยากรหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชนิดของทรัพยากร

3) ทรัพยากรธรรมชาติ: พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ น้ำ

4) ทรัพยากรวัฒนธรรม: ศาสนา มรดกทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์

5) ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ: งานมหกรรม การแข่งขัน ธุรกิจ โชว์ต่าง ๆ

6) ทรัพยากรกิจกรรม: นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก

)7 ทรัพยากรบริการ: ที่พัก อาหาร บริการ การต้อนรับ การขนส่ง การรักษาพยาบาล

ขั้นที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

การเขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1) รายงานทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ มีอะไรน่าสนใจที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปชมพื้นที่ อะไรบ้างที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปชม นักท่องเที่ยวจะต้องการบริการใดบ้าง มีกิจกรรมอะไรให้นักท่องเที่ยวทำบ้างระหว่างพักอยู่ในพื้นที่ ถ้าต้องการค้างคืน มีที่พักแรมที่ไหนให้นักท่องเที่ยวพักได้บ้าง

2) รายการทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ อะไรในพื้นที่นั้น ๆ ที่ทำให้ทรัพยากรโดดเด่น สิ่งนั้นเป็นของที่มีทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวอื่นหรือไม่ สิ่งนั้นมีความสำคัญเพียงพอเพื่อดึงดูดในปัจจุบันหรือในอนาคตหรือไม่

3) การเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ชื่อ ที่ตั้ง ห่างจากศูนย์กลางหรือศูนย์ข้อมูลเท่าไหร่ ฤดูกาลและเวลาที่ใช้ การเข้าถึง ใครเป็นเจ้าของ/ใครจัดการ/ติดต่อใคร มีระดับการใช้มา น้อยในปัจจุบัน ใครมาเที่ยว มาจากไหน มาทำอะไร มีลักษณะประชากรอย่างไร มีค่าผ่านประตูหรือไม่ เท่าไหร่ ต้องเป็นสมาชิกหรือไม่

4) รายการทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ มีอะไรทำให้สิ่งนั้นโดดเด่น มีความรู้สึกดึงดูดกับวัฒนธรรมสังคมหรือไม่ มีน้ำหนักมาพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด

5) การเก็บข้อมูลทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์ ศูนย์ข้อมูล การเข้าถึง ทางเข้า ทางคนพิการ เจ้าของเป็นใคร ใครจัดการ ติดต่อใคร ระดับการใช้มาก น้อยเพียงใด ช่วงเวลาที่ใช้ ค่าผ่านประตู ใครมาเที่ยว มาจากไหน มาทำอะไร มีกิจกรรมและลักษณะประชากรอย่างไร

6) รายการทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ อะไรทำให้เหตุการณ์นั้นโดดเด่น สามารถดึงดูดผู้ที่มาใช้คนท้องถิ่นมาร่วมได้หรือไม่ เหตุการณ์นั้นเสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์คล้าย ๆ กันในท้องที่อื่น ๆ หรือไม่ ความถี่ของการเกิดเป็นอย่างไร

7) การเก็บข้อมูลเหตุการณ์ที่สำคัญ ได้แก่ ชื่อและที่ตั้งของกิจกรรม จากศูนย์/ศูนย์ข้อมูล ช่วงเวลา ฤดูกาล และระยะเวลาของกิจกรรม การจัดระบบและการจัดการ ติดต่อใคร จำนวนคนที่เข้าร่วม ผู้ชมท้องถิ่น ผู้ชมต่างถิ่น นักท่องเที่ยวมีลักษณะอย่างไร เป็นใคร มีกิจกรรมอะไรให้ผู้เข้าร่วม ค่าผ่านประตูเท่าไหร่

8) รายการทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมนั้นโดดเด่นอย่างไร ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น สามารถดึงดูดผู้ใช้ซึ่งไม่ใช่คนท้องถิ่นได้หรือไม่

9) การเก็บข้อมูลทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์หรือศูนย์ข้อมูล เวลาหรือฤดูกาลที่ใช้ การเข้าถึง เจ้าของหรือผู้จัดการ ติดต่อใคร ระดับกิจกรรม ควรมีมากน้อยเพียงใด นักท่องเที่ยวเป็นใคร มาจากไหน ค่าผ่านประตู ค่าสมาชิก

10) การเก็บข้อมูลด้านบริการต้อนรับ ได้แก่ ชื่อ ที่ตั้งบริการข้อมูล เวลาเปิดปิดทำการ บริการที่เสนอให้ (ภาษา นำเที่ยว ของที่ระลึก) ข้อมูลที่มีให้ (แผ่นพับแผนที่) ติดต่อใคร ระดับการใช้ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเป็นใคร มาจากไหน

11) ประโยชน์ของการเก็บข้อมูล เพื่อทำแผนที่ทรัพยากรท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อแสดงที่ตั้งทางกายภาพของทรัพยากร ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อชี้จุดที่พบทรัพยากรกิจกรรม เมื่อกิจกรรมนั้นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อชี้จุดที่ตั้งทางกายภาพของบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และบริการที่สำคัญ ตลอดจนบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

12) โดยการตั้งคำถามดังนี้ ใครใช้ทรัพยากร ใช้เวลาใด มีคนใช้กี่คน เพื่อจุดประสงค์อะไร

13) รายการทรัพยากรบริการ ได้แก่ ชื่อและที่อยู่ของผู้ให้บริการ ติดต่อใคร บริการทั่ว ๆ ไป มีลักษณะอย่างไร

14) บริการด้านที่พักแรม ได้แก่ ชื่อและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวกจากศูนย์ ประเภทและอันดับของสิ่งนั้น บริการที่ให้คืออะไร ช่วงเวลาที่ให้บริการ การเข้าถึง ใครคือคนใช้ ใครเป็นเจ้าของ ที่พักมีกี่เตียง ปริมาณขั้นพื้นฐาน ระดับการใช้และค่าบริการ

15) ทรัพยากรด้านอาหาร ได้แก่ ชื่อและที่ตั้งจากศูนย์ ประเภทและอันดับของสิ่งนั้น ใครเป็นเจ้าของ ติดต่อใคร มีกี่ที่นั่ง เวลาเปิดปิด ระดับการใช้และประเภทผู้ใช้ ราคาต่อมื้อ

ขั้นที่ 3 การประเมินทรัพยากร

1) คุณภาพทรัพยากร คือ อะไรทำให้ทรัพยากรนั้นดีกว่า/เลวกว่าทรัพยากรอื่นในที่อื่น ๆ อะไรเป็นจุดอ่อน ตรงไหนเสียหาย ได้รับการดูแลรักษาดีหรือไม่ บริการมีคุณภาพสม่ำเสมอหรือไม่ จะปรับปรุงทรัพยากรนี้ได้อย่างไร อะไรเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

2) ความโดดเด่นของทรัพยากร ได้แก่ ในพื้นที่นั้น ๆ อะไรทำให้ทรัพยากรมีความน่าสนใจเป็นพิเศษ อะไรทำให้แตกต่างจากที่อื่น ทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนให้คิดถึงความภาคภูมิใจในสถานที่นั้น ๆ อย่างไร

3) อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรม มีการวัดระดับการใช้หรือไม่ ประเมินการใช้อย่างไร จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์ดึงดูดมากขึ้นอย่างไร

4) ฐานข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่ อะไรทำให้ทรัพยากรนั้นเป็นคุณต่อแหล่งท่องเที่ยว ในปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและน่าพึงพอใจ และถ้าจะให้มีบทบาทสำคัญในอนาคตจะต้องเพิ่มความดึงดูดอย่างไร ทรัพยากรนี้มีลักษณะอะไรซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต เช่น มีการตัดไม้ทำลายป่าเพิ่มขึ้นและอาจมีน้ำท่วมหรือแผ่นดินเคลื่อนบนพื้นที่ท่องเที่ยว

8 แนวทางอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว

วิมล จิโรจน์พันธ์และคณะ (2548, หน้า 33 - 46) กล่าวว่า การอนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว มีความหมายว่า การป้องกัน การปรับปรุงแก้ไข การบำรุงรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันมีค่าและน่าหวงแหนให้อยู่ในสภาพดี คงความสวยงาม และคงความมีคุณค่าต่อท้องถิ่นและประเทศชาติตลอดไป อันเป็นการใช้สิ่งแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างฉลาด อย่างถูกต้อง และให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อคนหมู่มาก และในระยะยาว โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบหรือมีน้อยที่สุด โดยมีแนวทางในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

8.1 สิ่งแวดล้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

สิ่งแวดล้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีลักษณะที่เด่น สวยงาม แปลกตา และมีคุณค่าในการที่จะเข้าไปท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือศึกษาหาความรู้ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ เกาะ ชายหาด ทะเล เป็นต้น

แนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่

8.1.1 การดูแลรักษาความสะอาด

8.1.2 การปฏิบัติตามกฎระเบียบ

8.1.3 การจัดทำคู่มือเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

8.1.4 การป้องกันความเสียหายหรือการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว

8.1.5 ความรู้สึกตระหนักถึงคุณค่าและหวงแหนสถานที่ท่องเที่ยว

8.1.6 การจัดเจ้าหน้าที่ให้เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวและควบคุมดูแลให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของสถานที่ท่องเที่ยว

8.1.7 การไม่สร้างสิ่งก่อสร้างในสถานที่ท่องเที่ยวโดยไม่จำเป็น

8.2. สิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

สิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ โบราณสถาน ปราสาทราชวัง วัด เป็นต้น ซึ่งมักเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา แต่มนุษย์สามารถช่วยทำลายให้อายุของสถานที่เหล่านี้เสื่อมสลายลงเร็วขึ้น จึงต้องการการอนุรักษ์ที่เหมาะสม โดยแนวทางในการอนุรักษ์ ได้แก่

8.2.1 การให้การศึกษาและความรู้ที่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป

8.2.2 การจัดหาเงินทุนหรืองบประมาณเพื่อการดูแลรักษาและบูรณะซ่อมแซม

8.2.3 การจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาประจำสถานที่

8.2.4 การจัดเก็บโบราณวัตถุและสิ่งมีค่าทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ไว้ในที่ที่ปลอดภัย

8.2.5 การบูรณะและซ่อมแซมโดยผู้เชี่ยวชาญโบราณสถาน โบราณวัตถุ

8.2.6 การออกกฎหมายควบคุมรักษาสถานที่ท่องเที่ยว

9 การตลาดการท่องเที่ยว

9.1 ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว

นักวิชาการและนักการตลาดได้ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) ไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวว่า เป็นแนวคิดในด้านการจัดการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการวิจัย การพยากรณ์และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

Morrison (1988) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการจัดการแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริหารการโรงแรมที่ดำเนินการอย่างเป็นลำดับสำคัญและต่อเนื่อง โดยมีการวิจัย การปฏิบัติการ การควบคุมและประเมินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งแผนงานตลาดจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความพยายามของบุคลากรในองค์กรทุกคน

Middleton (1994) ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยวว่า เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมการตลาด (Market Mix) เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมสอดคล้องกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 40 - 42) ให้ความหมายการตลาดท่องเที่ยวว่า เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอะไรและเมื่อไหร่ แล้วจะใช้ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามที่กำหนดได้อย่างไร

การดำเนินงานด้านการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการดำเนินงานที่สำคัญที่นักการตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยวต้องสามารถวิเคราะห์ถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งมีความต้องการที่ต่างกัน มีความอ่อนไหว และไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าบริการใด ๆ ได้โดยง่าย ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องใช้หลักการทางจิตวิทยาในการศึกษาและทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของตน และใช้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มในอนาคตที่อาจเกิดขึ้นได้ ทั้งในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ การที่นักท่องเที่ยวจะตระหนัก และเกิดความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์จนสามารถตัดสินใจซื้อได้ ต้องใช้เวลาและผ่านการศึกษากลั่นกรองข้อมูลในรูปแบบของนักท่องเที่ยวแต่ละราย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมากจะต้องการข้อมูลที่มากเพียงพอ และมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ การจะตัดสินใจได้ว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ จะดีหรือไม่ดีก็ต้องอาศัยประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน และจะทำให้สามารถตัดสินใจในการซื้อครั้งต่อไปได้ง่ายขึ้น ดังนั้นการสร้างความประทับใจในครั้งแรกสำหรับนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง ผู้ที่ให้บริการการท่องเที่ยวต้องรู้จักศักยภาพของตนเองและต้องรู้ใจนักท่องเที่ยวจึงจะสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้

วิมล และคณะ (2548, หน้า 190 – 192) ได้ให้ความหมายการตลาด หมายถึง ระบบที่ประกอบด้วยเทคนิคต่าง ๆ ที่จะนำไปในการสำรวจตลาด เพื่อให้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยว การสำรวจตลาดในเรื่องของการท่องเที่ยวมิใช่เพียงเพื่อให้ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างเดียวแต่เพื่อให้ทราบประเภทของนักท่องเที่ยวด้วย

ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว คือ ระบบการปฏิบัติงานระบบหนึ่ง ที่สามารถทำให้ธุรกิจนำเที่ยวเปิดตลาด ณ ที่ใดก็ได้ที่การเรียกร้องต้องการของนักท่องเที่ยวจะเข้าผสานกลมกลืนกันได้กับวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้น

การวางแผนตลาดการท่องเที่ยว ต้องอาศัยสถิติทางการท่องเที่ยวในการที่จะวางแผนงานไว้ล่วงหน้า ได้แก่

1) ลักษณะของการบริการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและวิธีการที่จะเสนอบริการนั้น ๆ แก่นักท่องเที่ยว

2) จำนวนของผู้ที่อยู่ในวิสัยที่จะสามารถท่องเที่ยวได้

3) ราคาอันพอเหมาะพอควรของการบริการที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว

4) มาตรการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

การตลาดการท่องเที่ยวจะมีขึ้นไม่ได้ ถ้าผู้ดำเนินการตลาดไม่เห็นว่าตัวนักท่องเที่ยวมีความสำคัญอยู่ในอับดับสูงมา

รูปแบบของตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น

1) ตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวที่แบบหรูหราฟุ่มเฟือย

2) ตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวระดับกลาง ๆ

3) ตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมวลชน

ตลาดแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะ แยกเป็น 3 ประเภท

นักท่องเที่ยว A ได้แก่ ผู้มีรายได้สูง นักท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเรียกร้องต้องการบริการท่องเที่ยวหรูหรา และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการได้ในอัตราสูง ซึ่งจะทำให้ธุรกิจมีกำไรมาจากการขายบริการ แต่นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับประเภทอื่น

นักท่องเที่ยว B ได้แก่ ผู้มีรายได้ระดับกลาง นักท่องเที่ยวประเภทนี้อารมณ์ดีไม่เรียกร้องมาก ไม่จู้จี้ ธุรกิจนำเที่ยว จะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่น้อย โดยมากจะกระทำการท่องเที่ยวเลียนแบบพวก A แต่ไม่หรูหราหรือฟุ่มเฟือยเท่าพวกแรก

นักท่องเที่ยว C มีจำนวนมากที่สุดจึงได้ชื่อว่าเป็นมวลนักท่องเที่ยว ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่มากนักสาเหตุจากจำนวนที่มากมายของนักท่องเที่ยวแบบนี้จึงทำให้เกิดธุรกิจการนำเที่ยวขึ้นมาและแข่งขันกันมากในตลาดประเภทนี้ จึงทำให้ธุรกิจมีกำไรน้อย

นักท่องเที่ยวประเภท C จะเติบโตพัฒนาขึ้นเป็นนักท่องเที่ยวประเภท B หรือ A ได้ ต่อไปเมื่อถึงเวลาที่จะทำให้เช่นนั้น เพราะการท่องเที่ยวมักมีเสน่ห์ชักจูงให้คนอยากไปเที่ยวครั้งต่อไปซ้ำอีก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงควรคำนึงถึงกลุ่มนี้ไว้ให้มาก การพิจารณากำหนดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ต้องกระทำให้มีความสัมพันธ์กับข้อเรียกร้องต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งถูกเลือกขึ้นมาเป็นจุดสำคัญ และสัมพันธ์กับความสามารถที่ธุรกิจนำเที่ยวจะจัดหาสิ่งต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความเรียกร้องและตามความต้องการได้

9.2 ส่วนประกอบของการตลาดท่องเที่ยว

การตลาดท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบทางการตลาด ดังต่อไปนี้

ผู้ซื้อ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าท่องเที่ยวและเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ผู้ซื้อสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

9.2.1 กลุ่มผู้บริโภคส่วนบุคคล ได้แก่ บุคคลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อโปรแกรมนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งอาจติดต่อผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวหรือติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิต

9.2.2 กลุ่มผู้บริโภคองค์กร ได้แก่ กลุ่มบุคคลเป็นกลุ่มผู้ซื้อซึ่งอาจจะเป็นองค์กร ห้างร้านต่างๆ ที่ติดต่อให้บริษัทจัดการนำเที่ยว เป็นที่อาจบริโภคสินค้าด้วยตนเองหรือจัดการซื้อบริการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริโภคคนอื่นก็ได้

สินค้า หมายถึง โปรแกรมนำเที่ยวต่างๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อขายให้แก่นักท่องเที่ยว สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการจัดนำเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แม้กระทั่งการจัดรายการท่องเที่ยวตามนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังสามารถนำเอาผลผลิตของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยวอื่นๆ มารวมกันเป็นแพ็คเกจ โดยมีบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการประสานงานก่อนและระหว่างการจัดนำเที่ยวให้เป็นไปตามที่โปรแกรมระบุ โดยสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติ หรือที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คน งานเทศกาลงานประเพณีและการแสดงโชว์ หรือเหตุการณ์พิเศษต่างๆที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ถือว่าเป็นส่วนประกอบหลักสำคัญที่สุดของสินค้าที่อยู่ในรายการนำเที่ยวเพราะจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซื้อรายการนำเที่ยวได้อย่างดี

การขนส่ง คือบริการเกี่ยวกับยานพาหนะต่างๆ ที่ใช้ในการขนส่งนักท่องเที่ยวตลอดการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศ ต้องเดินทางโดยสายการบิน ทางรถไฟ หรือทางเรือ เข้ามาในประเทศ รวมถึงการเดินไป ณ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรือข้ามฟาก รถกระเช้า ฯลฯ

การบริการเกี่ยวกับที่พัก สำหรับการใช้บริการโรงแรม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยวว่าต้องการพักโรงแรมแบบไหน บรรยากาศสิ่งแวดล้อมแบบใด ตลอดจนคำนึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงแรมที่มีให้ด้วย

การบริการอาหารและของที่ระลึก บริการเกี่ยวกับภัตตาคารร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จะต้องคำนึงถึงคุณภาพ รสนิยม และมีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

ผู้ผลิต ในที่นี้หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หรือผู้จัดรายการนำเที่ยวนั่นเอง โดยบริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้รวบรวมส่วนประกอบของสินค้าที่เป็นการบริการต่างๆ จากผู้ประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ละนำมารวบรวมทำเป็นรายการท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายแก่ผู้ซื้อ โดยผู้จัดรายการจะต้องพิจารณาถึงคุณภาพของการบริการจากสถานประกอบการต่างๆ ต้องยึดหลักของการจัดนำเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจะต้องได้กิน ได้เที่ยว ได้นอน และได้ซื้อของ และที่สำคัญต้องรู้ว่าจะขายผลิตภัณฑ์ให้กับใครที่ไหน เพื่อจะได้จัดขายผลิตภัณฑ์นั้นให้ถูกกับความต้องการของตลาด

แนวความคิดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนและการบูรณาการ

1 ความหมายของการพัฒนายั่งยืน

ชาญชัย อินทรประวัติ (2548) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คือการพัฒนาที่ก่อให้เกิดความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ โดยไม่ทำให้สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต วิถีชีวิต และคุณธรรม จริยธรรมของมนุษย์เสื่อมทรามลง ทั้งในขณะปัจจุบันและในอนาคต

ศูนย์ประสานงานวัฒนธรรมอำเภอสิชล(2548, หน้า 14) ได้ให้ความหมายว่า การพัฒนาที่สนองความต้องการของสังคมปัจจุบันโดยไม่ทำให้การแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นไปบั่นทอนศักยภาพในการพัฒนาของคนยุคหน้าหรือประชาชนในอนาคต

ศูนย์ประสานงานวัฒนธรรมอำเภอสิชล(2548, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของ การพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยตั้งอยู่บนระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น และผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์ ในขณะเดียวกันก็สามารถที่จะดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ระบบนิเวศ และความหลายหลายทางชีวภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว โดยผลิตผลทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องสอดคล้อง กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวน้อยที่สุดและใช้ประโยชน์ได้ยาวนานที่สุด

1.1 หลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืน

วินัย วีระวัฒนานนท์ (2537, หน้า 97) สรุปหลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ดังนี้

1.1.1 การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีจะต้องดำเนินต่อไป แต่จะต้องกระทำด้วยความระมัดระวังและรอบคอบอย่างยิ่งต่อการสร้างผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 คุณภาพชีวิตที่ดีของมนุษย์เกิดจากคุณภาพของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติที่ดี

1.1.3 มนุษย์จะต้องดำรงชีวิตอยู่อย่างประหยัดและรู้จักคำว่าพอเพียง

1.1.4 มนุษย์จะต้องคำนึงถึงอาหารสำหรับรับประทานอย่างมีคุณภาพ ก่อนการคิดถึงการสะสมเงินทองหรือทรัพย์สิน

1.1.5 มนุษย์จะต้องดำรงชีวิตอยู่อย่างอาทรต่อมนุษย์ด้วยกันและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ

1.1.6 ประชาชนในทุกประเทศต้องมีส่วนร่วมในการดูและสิ่งแวดล้อมของตนเอง

1.1.7 ทุกประเทศจะต้องใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อปกป้องดูแลสิ่งแวดล้อมของตนเอง และประเทศอื่น

1.1.8 การดูแลปกป้อง ฟื้นฟู สิ่งแวดล้อมของโลก เป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกประเทศ

1.1.9 การแก้ปัญหาระหว่างประเทศจะต้องใช้แนวทางมุ่งสันติและหลีกเลี่ยงสงคราม

1.1.10 ทุกประเทศต้องถือเป็นหน้าที่ในการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับความหายนะของสิ่งแวดล้อมให้ประเทศอื่นๆ ทราบ

ศูนย์ประสานงานวัฒนธรรมอำเภอสิชล(2548, หน้า 14) ให้หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

1) การอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างพอดี เพื่อให้เกิดผลกำไรที่คุ้มค่าทางธุรกิจ

2) ลดการใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น และลดของเสียที่เกิดจากการบริโภค

3) ช่วยกันรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม

4) มีการประสานงานพัฒนา การท่องเที่ยวให้เข้ากับกิจกรรมและแผนกลยุทธ์การพัฒนาของชาติและท้องถิ่น

5) พยายามส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยพิจารณาใช้ผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดินที่มาจากท้องถิ่น

6) เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

7) หมั่นให้คำปรึกษาหรือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปรับปรุงข้อผิดพลาดอยู่เสมอ

8) ฝึกอบรมบุคลากร เพื่อให้เกิดความรู้และยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9) เตรียมข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด เพื่อสร้างความเข้าใจ และเคารพในสิ่งแวดล้อม

10) วิจัยและติดตามตรวจสอบ อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มพูนความรู้และผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยว

1) ก่อนเดินทาง ควรศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว เช่น เส้นทาง วิธีการเดินทางเข้าถึง สภาพดินฟ้าอากาศเพื่อจะได้เตรียมเสื้อผ้า ของที่ใช้จำเป็นให้เหมาะสม และเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยว และเพื่อกันความผิดหวัง ควรจองที่พักพาหนะในกรเดินทางไว้ล่วงหน้า

2) ศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สนุกสนานและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้อย่างสนุกสนานและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เข้าใจถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่คุณไปเยือน

3) เมื่อเดินทางไปถึง เคารพต่อขนบธรรมเนียมประเพณีนิยมของท้องถิ่นที่ไปเยือน มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยปฏิบัติตามกฎกติกา และข้อห้ามของสถานที่นั้น ๆ

4) หากท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ควรปฏิบัติตามกฎของกลุ่ม ตรงต่อเวลา ฟังคำแนะนำของหัวหน้าคณะหรือมัคคุเทศก์

5) เพื่อความปลอดภัย ไม่ประมาทเลินเล่อ ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่ไปเยือน ไม่หลงเชื่อคนแปลกหน้าที่มาแอบอ้างจะอำนวยความสะดวก หรือให้ประโยชน์อื่นเพื่อหวังทรัพย์สินเงินทอง โดยไม่ตรวจสอบให้แน่ใจเสียก่อน

6) เพื่อความสวยงามของโลก เลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและชุมชนในพื้นที่ โดยพิจารณาจากนโยบายธุรกิจ เกียรติบัตรหรือโล่รางวัลที่แสดงความเป็นผู้รักษาสิ่งแวดล้อมที่ได้จากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ

7) ไม่ส่งเสริมผู้กระทำผิด ไม่ซื้อหรือสนับสนุนสินค้าที่ผลิตมาจากสัตว์ป่าหรือพืพรรณที่กำลังจะสูญไปจากโลกโดยศึกษาข้อมูลได้จากหน่วยงานหรือสถานบันที่ดำเนินการด้านนั้น

ผู้วิจัยขอสรุปหลักการพัฒนายั่งยืน คือ หลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืน ถือว่าเป็นหน้าที่ของทุกประเทศ ทุกรัฐบาล และประชาชนทุกคนที่จะต้องยึดถือและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเคร่งครัดเพื่อให้โลกเกิดการพัฒนาไปสู่คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง

2 การบูรณาการและการมีส่วนร่วม

2.1 การบูรณาการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ให้ความหมาย บูรณาการรวมหน่วย คือการนำหน่วยที่แยกๆ กันมารวมเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

Longman Dictionary (1978) **ให้ความหมาย** integrate (v) to join to something else so as to form a whole, to join in society as a whole

ท่านพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต) (2542, หน้า 35 - 37) ได้นิยามคำว่า บูรณาการ ไว้ว่า การทำให้หน่วยงานย่อย ๆ ทั้งหลายที่สัมพันธ์อิงอาศัยซึ่งกันและกัน เข้ามารวมทำหน้าที่ประสานกลมกลืนเป็นองค์รวมหนึ่งเดียวที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ในตัว

คณะกรรมการนโยบายกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น (กนภ.) ได้นิยามคำว่า "การบูรณาการ คือ การผสมผสานการพัฒนาในพื้นที่ โดยกระบวนการประสานความร่วมมือของภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องในด้าน แผนงาน แผนเงิน บุคลากรและการปฏิบัติตามแผนร่วมกันในพื้นที่เป้าหมาย หรือกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด ตามภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกภาคี การพัฒนา เพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายการพัฒนาที่วางไว้"

และได้กล่าวถึงลักษณะและองค์ประกอบของการบูรณาการว่า "ในการบูรณาการนั้นจะเอาหน่วยย่อยหน่วยหนึ่งมารวมเข้าในองค์รวมที่มีหน่วยย่อยหน่วยอื่นแล้วก็ได้ หรือจะเอาหน่วยย่อยทั้งหลายที่ต่างกันแยกกันอยู่ มารวมเข้าด้วยกันเป็นองค์รวมก็ได้ อันนี้ เรียกว่าบูรณาการทั้งสิ้น แต่ข้อสำคัญจะต้องมีตัวยืนเป็นหลักอยู่ 3 อย่าง ในเรื่องบูรณาการ คือ

1 มีหน่วยย่อย องค์ประกอบ ชิ้นส่วน หรือขั้น ระดับ แง่ ด้าน ที่จะเอามาประมวลเข้าด้วยกัน อันนี้คือสิ่งที่จะเอามาประมวลเข้าด้วยกัน คือ สิ่งย่อย ส่วนย่อย

2 หน่วยย่อยเป็นต้นนั้น มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยง อิงอาศัยซึ่งกันและกัน อันนี้ อาจะเลยไปถึงลักษณะที่ว่า ยืดหยุ่น ปรับตัวได้ มีความเคลื่อนไหวตลอดเวลาด้วย

3 เมื่อรวมเข้าด้วยกันแล้วก็จะความครบถ้วนเต็มบริบูรณ์ โดยมีความประสานกลมกลืน เกิดภาวะได้ที่ พอดี หรือสมดุลพอได้ที่ หรือพอดีสมดุลแล้ว องค์รวมนั้น มีชีวิตชีวา ดำรงอยู่และดำเนินไปด้วยดีอันเป็นภาวะของบูรณาการ

ความหมายของ "การบูรณาการ" คือ การจัดสรรและระดมสรรพกำลังขององค์กร ตั้งแต่วัตถุดิบ ทรัพยากร บุคลากร กระบวนงานและปัจจัยต่างๆ โดยทำให้เกิดการประสานร่วมกันอย่างสอดคล้อง กลมกลืนกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เช่น การผลิตสินค้าหรือให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ

การบูรณาการ หมายถึง การผสมกลมกลืนของแผน กระบวนการ ข้อมูลและสารสนเทศ การตัดสินใจที่เกี่ยวกับทรัพยากร การปฏิบัติการ ผลลัพธ์ และการวิเคราะห์ เพื่อสนับสนุนเป้าประสงค์ที่สำคัญของส่วนราชการ

ประเวศ วะสี (2546) ได้ให้ความหมายว่า บูรณาการ(Integration) หมายถึง การเชื่อมโยงทุกองค์ประกอบเข้ามาสู่ความเป็นหนึ่งเดียว ความไม่แยกส่วน เช่นร่างกายของเราประกอบด้วย ตับ ปอด หัวใจ และอวัยวะอื่นๆ อันแตกต่างหลากหลาย แต่ทั้งหมดเชื่อมโยงมาสู่ความเป็นหนึ่งคือตัวเรา ถ้าแยกเป็นส่วนๆ หัวใจไปทางหนึ่ง ปอดไปทางหนึ่ง ตับไปทางหนึ่ง เราก็เป็นคนอย่างนี้ไม่ได้ การชำแหละแยกออกเป็นส่วนๆ เช่น ชำแหละโค ชำแหละสุกร ทำให้สิ้นเปลืองความมีชีวิตต้องเชื่อมโยงทุกส่วนเข้ามาหากัน

การพัฒนาอย่างบูรณาการหมายถึง พัฒนาทุกองค์ประกอบอย่างเชื่อมโยงกัน เช่น เศรษฐกิจ จิตใจ ครอบครัว ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เมื่อทุกองค์ประกอบเชื่อมโยงกันอย่างถูกต้องพอดีก็จะเกิดดุลยภาพ ดุลยภาพคือความเป็นปกติสุข และความยั่งยืน อะไรทำเสียดุลก็ล่ม จม พัง ได้ง่าย ไม่ยั่งยืน

องค์ประกอบ 8 ประการ ที่ควรพัฒนาอย่างบูรณาการ มีดังนี้

1) การมีสัมมาอาชีวะเต็มพื้นที่
2) มีการอนุรักษ์และเพิ่มพูนสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการใช้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน
3) มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
4) มีสังคมเข้มแข็ง
5) มีการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรม
6) มีพัฒนาการทางจิตวิญญาณหรือศาสนธรรม
7) มีสุขภาพดี
8) มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่จะทำให้สามารถรักษาดุลยภาพท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง

การบูรณาการ มีความหมาย ดังนี้

1) จากหลายส่วน หลาย ๆ เรื่องมารวมกัน (คน/งบประมาณ)
2) ลดการซ้ำซ้อน
3) ลดเวลาในการทำงาน

4) รวมคน รวมความคิด ร่วมทำ ร่วมจัดการงบประมาณ เพื่อประโยชน์ของชุมชน

5) เอาสิ่งที่มีอยู่มาทำให้ดีขึ้น และนำมาพัฒนาต่อยอด คน ทุน งบประมาณ การจัดการ

6) เครื่องมือการจัดการ ทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

ความสำคัญของการบูรณาการ คือ

1) ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา
2) เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร
3) ลดการซ้ำซ้อน คน งบประมาณ กิจกรรม
4) นำไปสู่ความยั่งยืน ถ้าการบูรณาการสามารถทำได้

แนวทางการทำงานแบบบูรณาการ

1) การยอมกับซึ่งกันและกัน
2) การทำงานเป็นทีม
3) มีความเสมอภาคในการทำงาน
4) มีอิสระทางความคิด
5) มีการประชุมแบบสร้างสรรค์
6) สรุปบทเรียนร่วมกัน บรรลุเป้าหมายเดียวกัน

2.2 **การมีส่วนร่วม**

สมพร แสงชัย (2534, หน้า 73-74) ได้กล่าวเสริมไว้ว่า แนวทางใหม่ของการพัฒนาชนบทประการหนึ่ง คือ ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา ปกป้องรักษานิเวศพัฒนาเพื่อใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมและประหยัด และพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของประชาชนและให้ประชาชนมีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของคนหนึ่ง

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2542, หน้า 23-26) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า หมายถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจการร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชนเอง การที่สามารถทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบท เพื่อแก้ปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้นได้นั้น ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องยอมรับปรัชญาการพัฒนาชุมชนที่ว่า มนุษย์ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างเป็นสุข ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็น

ธรรม และเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น พร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของชุมชน ขณะเดียวกันต้องยอมรับความจริงว่ามนุษย์นั้นสามารถพัฒนาได้ ถ้ามีโอกาสและได้รับการชี้แนะอย่างถูกต้อง

จตุรงค์ บุณยรัตนสุนทร (2543, หน้า 71-77) ได้อธิบายว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นหลักการพื้นฐานของการพัฒนาที่ดี เพราะประชาชนเท่านั้นที่รู้ดีว่าเขาต้องการอะไร มีขีดความสามารถแค่ไหน ประชาชนมีความรู้สึกว่าเจาก็เป็นเจ้าของคนหนึ่ง

สมอาจ วงษ์ขมทอง (2546, หน้า 42 – 46) มีแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) ว่าเป็นการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของการแสวงหาข้อมูลอย่างเป็นระบบ และมีนักวิจัยเป็นผู้จุดไฟให้เกิดกระบวนการต่าง ๆ ขึ้น ผลที่เกิดขึ้นจะได้กับชุมชน และสรุป

1) มีผู้กระตุ้น (นักวิจัย)
2) มีกลุ่มชุมชนเป็นผู้ร่วมวิจัย
3) มีกิจกรรมที่ดำเนินในชุมชนนั้น ๆ
4) มีการรวมกลุ่มทำงาน ซึ่งเป็นตรรชนีพัฒนาคน หน่วยงาน
5) มีการแสวงหาข้อเท็จจริง ที่เรียกว่า Investigative Research
6) มีกิจกรรมสำหรับแก้ปัญหาที่ดำเนินอย่างต่อเนื่องในชุมชนนั้น

ผู้วิจัยขอสรุปว่า การมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ในทุกขั้นตอนของการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การดำเนินการ การจัดการตามแผน การกำกับติดตาม การประเมินผล และการรับประโยชน์จากการพัฒนาโดยถือว่าการพัฒนานั้นเป็นของประชาชน

2.3 **ลักษณะและขั้นตอนการมีส่วนร่วม** สามารถแบ่งได้ดังนี้

ปกรณ์ ปรียากร (2527, หน้า 49 – 64) ได้ให้แนวคิดว่าลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา คือ การที่ประชาชนจะเข้ามามีบทบาทในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไข และร่วมมีผลประโยชน์ซึ่งกระทำได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

2.3.1 เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นพื้นฐานของชุมชน

2.3.2 เป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐาน

2.3.3 เป็นผู้ที่มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้า และบริการให้สมบูรณ์ขึ้น

2.3.4 เป็นผู้ได้รับความพึงพอใจและเกิดแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นแนวทางและจุดหมายปลายทางโดยตัวของมันเอง ในแง่ที่ว่าประชาชนทุกคนต่างมีจิตปรารถนา และเกิดความรู้สึกพึงพอใจอย่างล้ำลึกในการที่ได้เข้าไปมีบทบาทในการตัดสินใจและร่วมปฏิบัติงานที่เกื้อหนุนต่อการตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของตน

3 การท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นศูนย์กลาง

นักพัฒนาคือผู้ประสานงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชน โดยให้ชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวแทนการเป็นแรงงานถูก มีการวางแผนพัฒนาท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม การท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน อันจะนำสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

วิมล จิโรจพันธุ์ และคณะ (2548, หน้า 192 – 197) ได้อธิบาย การท่องเที่ยวชุมชนไว้ว่า เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่กลมกลืนกับสภาพท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมากที่สุด โดยการใช้ลักษณะเด่นของชุมชนทั้งลักษณะของเกษตรกรรม วัฒนธรรมท้องถิ่นและลักษณะธรรมชาติของท้องถิ่น มาเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว และจัดการอย่างเหมาะสมในด้านการให้บริการทางท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ที่พัก การนำเที่ยวอาหารและของที่ระลึก เพื่อรักษาความสมดุลของท้องถิ่นไว้

การท่องเที่ยวชุมชนอาศัยลักษณะเด่นของชุมชนเป็นจุดสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ชุมชนย่อมตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องรักษาลักษณะเด่นของชุมชนไว้เพื่อใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาสู่ท้องถิ่นเพิ่มขึ้นและเป็นไปให้ยาวนานที่สุด การท่องเที่ยวชุมชนทำให้ชุมชนพัฒนาไปพร้อมกับการรักษาสิ่งดีงามที่มีอยู่และเป็นลักษณะเด่นของชุมชนไว้อย่างยั่งยืน

3.1 วัฒนธรรม หมายถึง การจัดกิจกรรมวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นที่น่าสนใจให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น งานประเพณีต่าง ๆ ตำนานเรื่องเล่าขานประจำท้องถิ่น สภาพการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น การละเล่นพื้นเมือง เพลงและศิลปะประจำท้องถิ่น ฯลฯ

3.2 ธรรมชาติ หมายถึง การใช้สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นและมีความสวยงาม มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ล่องแก่ง ดูนก ชมพันธุ์ไม้ เที่ยวถ้ำ ดำน้ำดูปะการัง ศึกษาประวัติศาสตร์จากโครงกระดูกโบราณ หรือบ้านพักบุคคลสำคัญ ฯลฯ

3.3 เกษตรกรรม หมายถึง การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโดยอาศัยลักษณะเกษตรกรรมที่น่าสนใจ เช่น สวนกล้วยไม้และผีเสื้อ วิธีการเพาะปลูกแบบดั้งเดิม การยกร้องพื้น

เพาะปลูก การทำนาขั้นบันได การทำไร่ทำสวนด้วยวิธีเกษตรสมัยใหม่ การใช้เวลาว่างของเกษตรกรในงานทอผ้า เลี้ยงไหม เลี้ยงสัตว์ ฯลฯ

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ต้องมีการให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและรักษาลักษณะเด่นของชุมชนไปพร้อม ๆ กัน บริการที่ให้แก่นักท่องเที่ยวได้แก่

ด้านอาหาร คือ สิ่งที่รับประทานเข้าไปแล้วมีประโยชน์ต่อร่างกาย และเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิต การจัดการเกี่ยวกับบริการแก่นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวต้องให้บริการอาหารที่สะอาด มีคุณค่าทางโภชนาการ และให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวบริการอาหารที่จัดให้สามารถจัดรวมกับที่พักโดยรับประทานอาหารร่วมกับชาวบ้านแบบพักบ้านชาวบ้าน หรือจัดเป็นร้านค้าอาหาร โดยมีข้อปฏิบัติ ดังนี้

1) ใช้ผลิตผลทางการเกษตรที่ปลอดสารพิษและสามารถหาได้จากท้องถิ่นเพื่อปรุงอาหาร

2) ควรเสนอรายการอาหารประจำท้องถิ่น มีรายการอาหารทั่วไปที่นักท่องเที่ยวคุ้นเคยบ้าง

3) บริการในร้านอาหารโดยเฉพาะพนักงานเสิร์ฟ มีใจรักการและฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการทั้งมารยาทและจรรยาบรรณ

4) อาหารมีมาตรฐานพื้นฐานตามสุขลักษณะของกระทรวงสาธารณสุขโดยเฉพาะด้านความสะอาด

5) ตกแต่งสถานที่ให้กลมกลืนกับสภาพท้องถิ่น ทั้งภายในและภายนอกร้านอาหาร เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ด้านสินค้าและของที่ระลึก จากสถิติรายจ่ายค่าซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงถึง 30% ของมูลค่าจากการท่องเที่ยวทั้งหมด จึงควรส่งเสริมให้ชุมชนผลิตสินค้าหรือของที่ระลึกเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ชุมชนมีรายได้แล้วยังช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงของชุมชนและเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง สินค้าและของที่ระลึก ควรมีลักษณะ ดังนี้

1) คุณภาพและราคาสินค้าควรมีมาตรฐาน เพื่อมิให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่ดี หรือรู้สึกถูกเอารัดเอาเปรียบ เพราะจะทำให้ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมเสียและนักท่องเที่ยวไม่นิยมมาอีก

2) เป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ผ้าทอ ผ้าไหม ไม้แกะสลัก เครื่องเงิน เครื่องถม เครื่องเขิน เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน ฯลฯ

3) รูปแบบและการบรรจุหีบห่อสินค้า ควรคำนึงถึงการพกพาและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ซื้อหา เช่น ปูนปั้น รูปปราสาทสานที่สำคัญของท้องถิ่น ควรทำหลายขนาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ บางคนต้องการขนาดใหญ่เก็บไว้ประดับบ้าน หรือฝากเพื่อฝูง ฯลฯ

4) เป็นสินค้าหาได้ในท้องถิ่น อาจเป็นผลิตผลเกษตรทั้งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปและสด เช่น พืชผัก ผลไม้สด และอบแห้งหรือกรรมวิธีอื่นในการแปรรูปเพื่อให้เก็บรักษาไว้รับประทานได้นาน

5) มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นประกอบอยู่ เช่น รูปปั้น ปราสาทท้องถิ่น ภาพสถานที่สำคัญ ฯลฯ

ด้านการนำเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการชี้แนะเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งความเป็นมา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ การนำเที่ยวที่ดี จึงเป็นบริการสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการเพราะช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และประทับใจแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่น ช่วยลดการทำลายแหล่งท่องเที่ยว และช่วยควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

การจัดการด้านบริการนำเที่ยว ควรมีการอบรมมัคคุเทศก์ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ วัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่น ให้ความรู้ที่ลึกซึ้งเพียงพอที่จะถ่ายทอดและตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวได้

ด้านที่พัก การให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนนั้นอาจจัดโดยเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวพักในบ้านที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการจัดการแบบพักบ้านชาวบ้าน (Home Stay) คือ พักในบ้านของชาวบ้าน ถ้ามีการสร้างหรือปรับปรุงบ้านพักควรทำโดยยึดหลัก ดังนี้

1) บ้านพักมีอุปกรณ์เครื่องใช้พื้นฐาน เช่น ที่นอนหรือเตียงนอน ผ้าห่ม หมอน มุ้ง ห้องน้ำ น้ำสะอาดที่ใช้ได้ ฯลฯ นอกจากนี้ควรจัดที่พักพร้อมอาหารด้วยชุมชนที่เสนอบริการพักบ้านชาวบ้านอาจจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาจัดการเป็นรูปของชมรมสหกรณ์ หรือกลุ่มที่มีสมาชิกในชุมชนซึ่งเข้าใจวิธีการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การเสนอบ้านพักสำหรับนักท่องเที่ยว บ้านพักควรมีความพร้อมด้านต่าง ๆ เช่น

2) มีเครื่องใช้พื้นฐาน เช่น ที่นอน หมอน ห้องน้ำ ไฟฟ้า ฯลฯ

3) มีบริการอาหารและน้ำดื่มรวมที่พัก

4) มีความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวของเจ้าบ้านที่จะรับผู้มาเยือน

5) บ้านพักควรมีโครงสร้างที่ดี

6) มีความปลอดภัย

7) มีความสะอาด

8) ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี

9) ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัยในทรัพย์สินและชีวิต ต้องการความปลอดภัยในเวลาค่ำคืนเมื่อนอนหลับ หากมีเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวจะเป็นปัญหาทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวกล้ามาท่องเที่ยวในชุมชนอีก จึงจำเป็นต้องรักษาความปลอดภัยเป็นประการสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

10) ลักษณะของรูปแบบของบ้านพัก รูปแบบของบ้านพักควรมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เช่น บ้านทรงไทย หลังคามุงด้วยใบจาก บ้านใต้ถุนสูง บ้านมีระเบียง ฯลฯ

11) ความสะอาด นักท่องเที่ยวต้องการสุขอนามัย เพื่อสุขภาพที่ดีสามารถท่องเที่ยวต่อไปได้ หากเจ็บป่วยจะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวและไม่ปลอดภัยในชีวิต ความสะอาดจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนด้วย

การท่องเที่ยวชุมชนจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยให้มีผลกระทบต่อชุมชนในแง่ไม่ดีน้อยที่สุด เพราะเป็นความร่วมมือจากคนในชุมชนเอง ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตผลท้องถิ่นได้สูงสุด ความร่วมมือจากคนในชุมชนและหน่วยงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะช่วยให้ชุมชนพัฒนาไปอย่างมีคุณภาพ

นฤพนธ์ ไชยยศ (2550) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นศูนย์กลาง หรือ Community Based Sustainable Tourism (CBST) คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด การพัฒนา และการบริหาร โดยรายได้จะต้องกลับคืนสู่ชุมชน เมื่อนำแนวทางการอนุรักษ์ มาผสมผสานกับการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนแล้ว จึงมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางนิเวศ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีศักยภาพการท่องเที่ยวอยู่ในระดับท้องถิ่น แต่หากมีการจัดการที่เหมาะสม ก็สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในระดับจังหวัดได้ต่อไป

ผู้วิจัยใคร่ขอสรุปว่าการท่องเที่ยวชุมชนอาศัยที่อาศัยลักษณะเด่นของชุมชนเป็นจุดสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชนจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น เพราะเป็นความร่วมมือจากคนในชุมชนเอง ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตผลท้องถิ่นได้สูงสุด ความร่วมมือจากคนในชุมชน

"การจัดทำยุทธศาสตร์" นับว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมการ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายหรือเพื่อให้ไปสู่เป้าหมายความสำเร็จของงานอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นตอน ด้วยเหตุนี้ ในหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมตลอดถึง องค์กรทั่วไปจึงจำเป็นต้องดำเนินการวางแผนเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ของตนเพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการ

1.1 แนวคิดเชิงทฤษฎีในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

วิโรจน์ สารรัตนะ (2542, หน้า 1 – 24) อ้างอิงในการศึกษาแนวคิดเชิงทฤษฎีของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์โดยทั่วไปไม่ว่าจะเป็นแนวคิดของ Paineand Naumes, Massie and Douglas, Hellriegel and Slocum, Donnelly และGibson and Ivancevich สามารถสรุปสาระสำคัญของแนวคิดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ได้ดังนี้

Paineand Naumes (1975) ได้กล่าวถึงการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์องค์การว่า ในองค์การหนึ่ง ๆ นั้น จะมีลำดับชั้นของกฎการปฏิบัติงาน 4 ประการ คือ ภารกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย และยุทธศาสตร์ โดยกฎดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์กันในลักษณะวิถีทางกับจุดมุ่งหมาย (Means-End) ซึ่งองค์ประกอบในลำดับล่างจะส่งผลต่อองค์ประกอบในลำดับที่สูงขึ้นถัดไป ทั้งนี้

ภารกิจ (Missions) หมายถึง ขอบข่ายการปฏิบัติงานขององค์การ ซึ่งอาจกำหนดรูปของการผลิตและการตลาด หรือในรูปของการบริการหรือลูกค้า

วัตถุประสงค์ขององค์การ (Organization Objectives) หมายถึงผล (Results) จุดหมาย หรือเป้าหมาย ที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้น โดยมีพื้นฐานจากภารกิจขององค์การ

นโยบาย (Policies) หมายถึง แนวทางการปฏิบัติงานอย่างกว้าง ๆ (Broad Guides) สำหรับผู้บริหาร ผู้นิเทศก์ หรือผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยวัตถุประสงค์หนึ่งอาจมีได้มากกว่า 1 นโยบาย ขึ้นอยู่กับทรัพยากรทางการบริหารที่มีอยู่

ยุทธศาสตร์ (Strategies) หมายถึง แนวปฏิบัติหลักที่กำหนดอย่างเจาะจงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยยุทธศาสตร์นี้อาจมีการวางแผนกำหนดไว้ล่วงหน้า หรืออาจตัดสินใจกำหนดขึ้นได้ตลอดระยะเวลา ซึ่งเมื่อรวมกันทั้งหมดแล้วจะเป็นชุดของยุทธศาสตร์โดยรวมทั้งหมด

Massie and Douglas (1981) ได้กล่าวถึงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ว่าเป็นกระบวนการกำหนดจุดหมายระยะยาวขององค์กร (Long Range Goals) การเลือกวิถีทาง

(Means คือ ยุทธศาสตร์และนโยบาย) เพื่อให้บรรลุจุดหมายนั้น ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากร และการพัฒนาแผนระยะยาวเพื่อบรรลุจุดหมายขององค์การ โดยได้อธิบายว่า

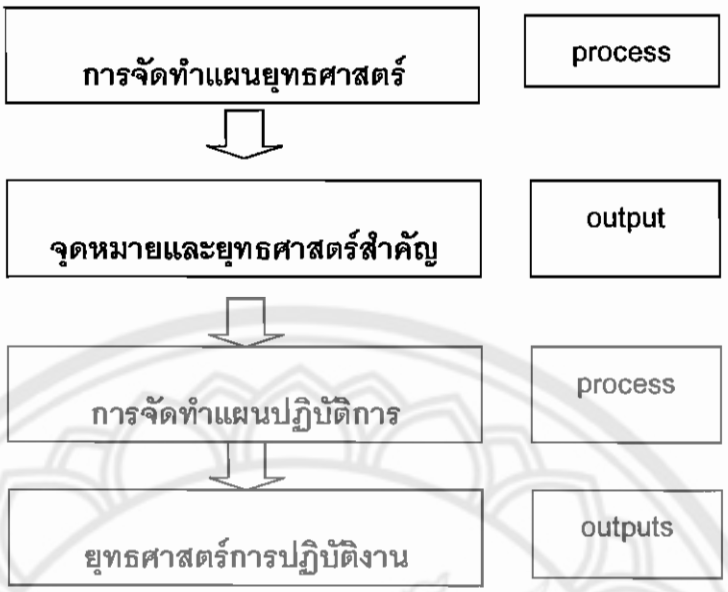
จุดหมายขององค์การ (Goals of Organization) เป็นจุดมุ่งหมายสุดท้ายที่องค์การมุ่งบรรลุให้ถึง เป็นพื้นฐานของการวางแผนยุทธศาสตร์

ภารกิจ (Missions) หมายถึง ขอบข่ายของกิจกรรมที่องค์การดำเนินอยู่

ยุทธศาสตร์ หมายถึง ทิศทางหรือแบบแผนการดำเนินงานในระยะยาวขององค์การ ซึ่งกำหนดขึ้นโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอก แต่อาจเปลี่ยนแปลงได้หากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง

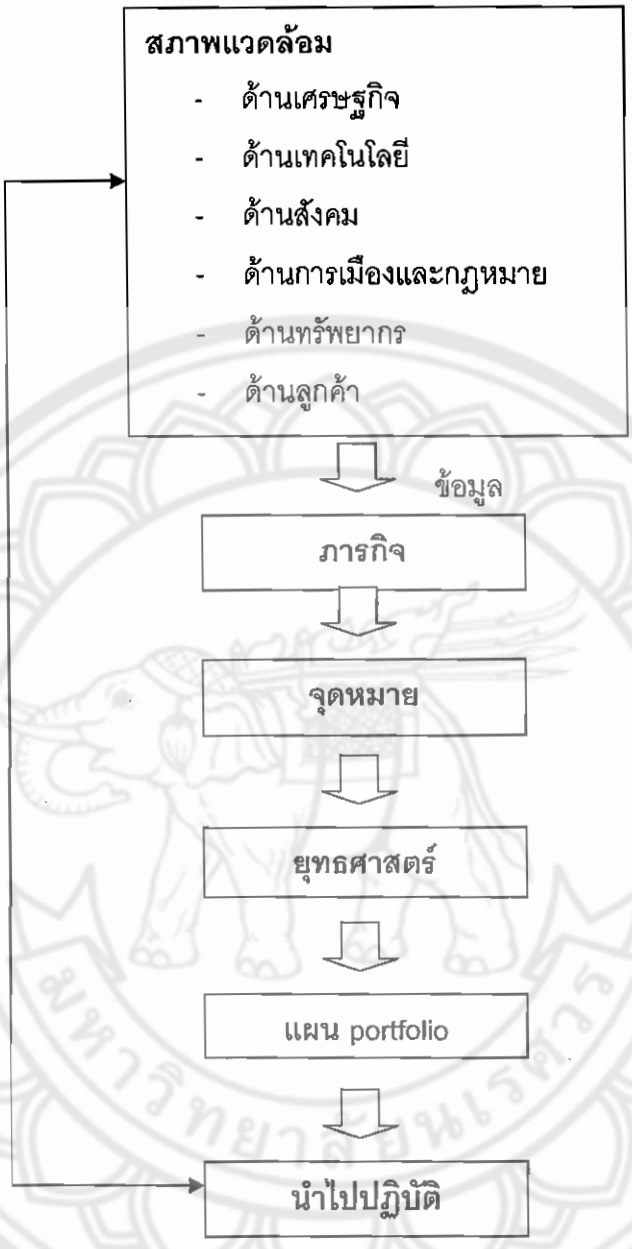
Massie and Douglas ยังได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างยุทธศาสตร์กับนโยบายไว้ กล่าวคือ นโยบายเป็นแนวทางที่กำหนดเพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถประสานความพยายามในการทำหน้าที่ของสมาชิกภายในองค์การได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีแนวทางหรือขอบข่ายที่ชัดเจน ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ หรือทางเลือกอื่น ๆ มากนัก ในขณะที่ยุทธศาสตร์เป็นแนวทางการจัดกิจกรรมขององค์การให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอก

Hellriegel and Slocum (1982) ได้กล่าวถึง แผนยุทธศาสตร์ว่า เป็นกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ระบุธรรมชาติขององค์การ กำหนดจุดมุ่งหมาย และจำแนกประเมิน และเลือกแนวการปฏิบัติสำหรับองค์การ โดยกระบวนการของแผนยุทธศาสตร์จะก่อให้เกิดปัจจัยป้อนออก (Outputs) ในรูปที่เป็นจุดหมายและยุทธศาสตร์สำคัญเข้าสู่กระบวนการของแผนปฏิบัติการ (Operational Plan) โดยแปลงจุดหมายและยุทธศาสตร์องค์การเป็นยุทธศาสตร์การปฏิบัติงานที่มีความละเอียดชัดเจนขึ้น ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นเป็นกระบวนการดังนี้



ภาพ 5 แสดงการจัดทำยุทธศาสตร์ตามความหมายของ Hellriegel and Slocum

Donnelly, Gibson and Ivancevich (1984) กล่าวว่า การจัดทำแผนยุทธศาสตร์นั้นมีคำถามสำคัญ 4 คำถาม คือ เราเป็นใคร เรามาจากไหน เรากำลังไปไหน และต้องการไปไหน โดยมองภาพรวมทั้งองค์การ และคำนึงถึงความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ดังนั้นในทางปฏิบัติการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์จะอาศัยข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ การตัดสินใจบนพื้นฐานของภารกิจองค์การ วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์และแผน portfolio ของแผนกต่างๆ ซึ่งแสดงได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

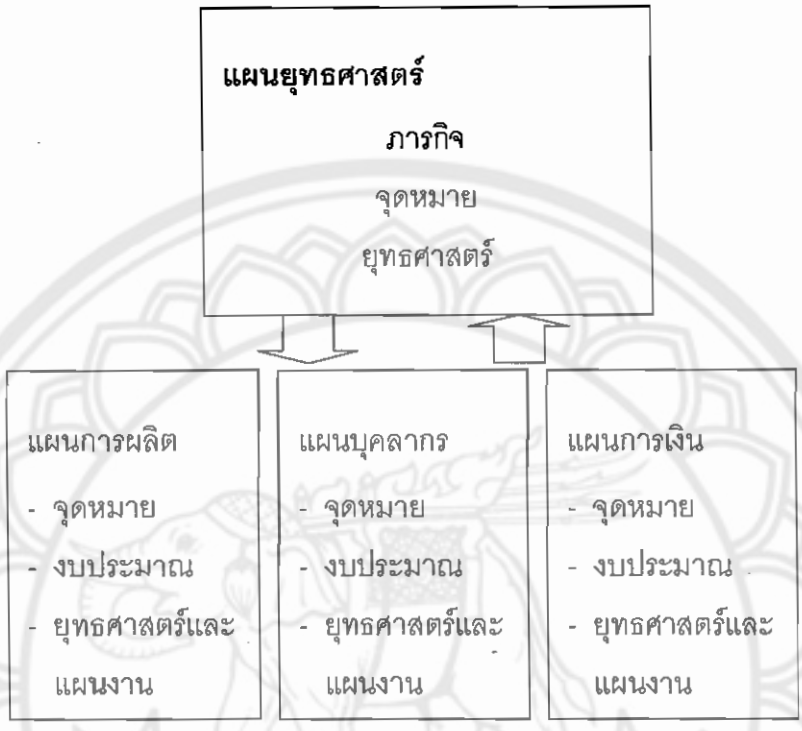


ภาพ 6 แสดงการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ตามความหมายของ

Donnelly, Gibson and Ivancevich

แผนยุทธศาสตร์จะเชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติการของแผนกต่าง ๆ ในองค์การ ผู้บริหารระดับสูงจะต้องให้แผนกต่าง ๆ ได้รับรู้และทราบว่าองค์การต้องการจะไปในทิศทางใด จากนั้นจึงพัฒนาจุดหมาย ยุทธศาสตร์ และแผนงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์นั้น ในองค์การที่มีการจัดการดี ผู้บริหารของแผนกทุกระดับจะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนของแผนกกับ

แผนยุทธศาสตร์ขององค์การ ดังนั้น แผนทุกแผนในระดับล่างจะเกิดขึ้นจากแผนยุทธศาสตร์ และขณะเดียวกันผลการดำเนินงานของแผนระดับล่าง จะส่งผลสำเร็จต่อแผนยุทธศาสตร์ ดังภาพ



ภาพ 7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแผนของแผนกกับแผนยุทธศาสตร์ขององค์การ

1.2 ความจำเป็นและประโยชน์ของการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2539, หน้า12) ได้กล่าวถึงความจำเป็นของการวางแผนเชิงกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ว่ามีความจำเป็นอย่างมากสำหรับผู้บริหารขององค์การสมัยใหม่ที่มุ่งหวังผลสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจาก ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมของประเทศมีการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและภัยอุปสรรคต่อองค์การ นอกจากนี้ ผู้บริหารขององค์การมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งในแง่ของงบประมาณ บุคลากร ตลอดจนเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ประกอบกับการขยายตัวและความสลับซับซ้อนขององค์การทำให้ผู้บริหารจะต้องพยายามกำหนดทิศทาง จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ เป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหารในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อม โดยการวางแผน ยุทธศาสตร์เป็นประโยชน์หลายประการต่อการบริหารงานในองค์การต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (ทศพร ศิริสัมพันธ์ 2539, หน้า12)

1.2.1 ช่วยทำให้ผู้บริหารของแต่ละหน่วยงานหันมาให้ความสนใจอย่างแท้จริงในเรื่องขององค์การมากขึ้น

1.2.2 กระตุ้นให้ผู้บริหารทราบถึงปัญหา อุปสรรคตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นและเตรียมหามาตรการรองรับไว้ล่วงหน้า อันเป็นการลดความเสี่ยงและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร

1.2.3 ช่วยทำให้ผู้บริหารเกิดความเข้าใจในธรรมชาติของการดำเนินงานอย่างชัดเจนขึ้น และมองเห็นภาพของการพัฒนางานในอนาคต

1.2.4 ช่วยระบุถึงโอกาสและลู่ทางในการดำเนินงานในอนาคตให้การปรับเปลี่ยน ทิศทางและภารกิจงานขององค์กรเป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม

1.2.5 ช่วยทำให้การกำหนดวัตถุประสงค์ แผนงาน/โครงการ และการใช้ทรัพยากรขององค์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

1.2.6 ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างสมาชิกขององค์การและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทิศทางและการดำเนินงาน ตลอดจนความคาดหวังต่าง ๆ

1.2.7 ช่วยก่อให้เกิดการประสานงานและบูรณาการทางความคิดการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นการผนึกกำลังภายในองค์การ

กล่าวโดยสรุป การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นการแบ่งสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล เป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหารในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลง การทำแผนยุทธศาสตร์เป็นการตอบคำถามหลัก 3 ประการ คือ องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน (Where are your going?) สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร (What it the environment?) และองค์การจะไปถึงจุดมุ่งหมายได้อย่างไร (How do you get there?) โดยมีกระบวนการจัดทำแผน คือ (1) การกำหนดภารกิจหลักขององค์การ (Mission Determination) (2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis) (3) การวิเคราะห์สภาพองค์กรภายใน (Organizational Analysis) (4) การกำหนดวัตถุประสงค์ระยะยาวของ

องค์การ และ (5) การวิเคราะห์และจัดวางกลยุทธ์ขององค์การ เป็นแนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ครั้งนี้

ทั้งนี้ กรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ที่จะใช้ในการศึกษาวิจัย สามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

ภาพ 8 แสดงกรอบแนวคิดการจัดทำแผน

1.3 ความหมายของแผนยุทธศาสตร์

บุญเลิศ เย็นคงคา และคณะ (2546, หน้า 22 – 24) กล่าวว่า การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นการพัฒนาแผนระยะยาวขององค์กรบนรากฐานของโอกาสและอุปสรรค จากการประเมินสภาวะแวดล้อมในองค์กร การวางแผนกลยุทธ์จะประกอบด้วยการตัดสินใจกำหนดวัตถุประสงค์ การระบุทิศทางหรือภารกิจ การกำหนดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ และการกำหนดนโยบายขององค์กร

ธเนศ เกิดขำ (2548) ได้ให้ความหมายว่า การวางแผนยุทธศาสตร์ หรือ การวางแผนกลยุทธ์(Strategic Planning) เป็นกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร โดยกำหนดสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการบรรลุ และกำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านอย่างเป็นระบบ

การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิด จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่รอบด้าน คือ จะต้องคำนึงถึงทั้งสภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิด ศักยภาพหรือขีดความสามารถขององค์กร และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิดจะต้องเป็นระบบ คือ แนวทางที่กำหนดขึ้นจะต้องดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องตอบคำถามหลัก 3 ประการ คือ

1) องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน (Where are you going?)
2) สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร (What is the environment?)
3) องค์กรจะไปถึงจุดหมายได้อย่างไร (How do you get there?)

กระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning Processes) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
2) กำหนดภารกิจหลักหรือพันธกิจ (Mission)
3) กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal)
3) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หรือยุทธศาสตร์ (Strategy)
4) กำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการพัฒนา

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ (2547, หน้า 1) ได้ให้ความหมายว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง กุศโลบายในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ ภายใต้ข้อจำกัดของหน่วยงานและบุคลากร หรือหมายถึงแนวคิดหรือวิธีการที่แยบคายอันบ่งบอกถึงลักษณะการเคลื่อนตัวขององค์กร ว่าจะก้าวไปสู่เป้าหมายที่ต้องการในอนาคตได้อย่างไร กลยุทธ์จึงเป็นกรอบชี้นำหรือส่วนหัวขบวนของชุดแผนงาน ที่บ่งบอกขอบเขตของสิ่งที่เกี่ยวข้องอันเป็นพื้นฐานของการจัดทำแผน และเป็นวิธีการเชิงรวมที่องค์กรเลือกไว้เพื่อเคลื่อนไปสู่วัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร

ผู้วิจัยใคร่ขอสรุปว่าการวางแผนยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กรและจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่รอบด้าน เป็นวิธีการเชิงรวมที่องค์กรเลือกไว้เพื่อเคลื่อนไปสู่วัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร

2 **การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว**

พยอม ธรรมบุตร (2549, หน้า 1 – 3) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

แนวคิดด้านการวางแผนการท่องเที่ยว มี 5 แนวคิดดังนี้

2.1 การวางแผนการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างเงิน (Boosterism) นักพัฒนาคือผู้คิดสร้างกำไร โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นโดยปราศจากความคิดเรื่องอนุรักษ์ ชุมชนเจ้าบ้านไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนา นักพัฒนาต้องการสร้างโรงแรมเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงการทำลายสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและวัฒนธรรม

2.2 การวางแผนการท่องเที่ยวแนวเศรษฐกิจ (Economic Based) นักพัฒนาคือนักเศรษฐกิจ ซึ่งพิจารณาว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งของเศรษฐกิจ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ เพื่อการเติบโตและฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติ เป็นการสร้างงานสร้างเงิน และการพัฒนาภูมิภาคต่างๆ โดยยังไม่มีความคิดด้านอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

2.3 การวางแผนการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Based) นักพัฒนาคือนักวางแผนการใช้ที่ดินและนักวางผังเมือง ซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying Capacity = CC) การกำหนดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Limit of Acceptable Charge = LAC) การจัดการผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (Visitor Impact Management = VIM) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการกระจายการท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อพื้นที่

2.4 การวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community Based) นักพัฒนาคือผู้ประสานงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชน โดยให้ชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวแทนการเป็นแรงงานราคาถูก มีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม การท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

2.5 การวางแผนท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) นักพัฒนาคือนักวางแผนบูรณาการ มีการวางแผนการท่องเที่ยวบูรณาการเข้ากับการวางแผนพัฒนาชุมชนในภาพรวม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการพัฒนาด้านจิตสำนึกไปในแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ตั้งไว้ แนวคิดในแนวนี้ คือแนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเอง

การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร ดังนี้

ภาพ 9 แสดงกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

2.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งสถานการณ์ต่างๆนี้อาจนำมาซึ่งความก้าวหน้าหรือถดถอยของอุสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้หน่วยงานหรือองค์กรของรัฐจึงมีความจำเป็นในการวางแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น อันนำมาสู่การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อรองรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามารถปรับตัวและเผชิญกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้

การตรวจสอบทรัพยากรต้องสำรวจทั้งปริมาณและคุณภาพของทรัพยากร ซึ่งทรัพยากรอาจแบ่งการตรวจสอบตามประเภท คือ

ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resource) ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม กิจกรรม งานมหกรรม ประเพณี และบริการในแหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรของบริษัท เช่น คอมพิวเตอร์ web sites ระบบการจอง เครื่องบิน เรือ รถ ฯลฯ

ทรัพยากรด้านการเงิน (Financial Resource) ได้แก่ จำนวนและประเภทของทรัพย์สินที่องค์กรมีอยู่ ทรัพย์สินระยะยาว ทรัพย์สินในปัจจุบัน เงินทุนระยะยาว หนี้สินในปัจจุบัน

ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ได้แก่ ลูกจ้างแรงงาน พนักงาน เจ้าหน้าที่ระดับล่าง ระดับกลาง และระดับผู้บริหาร คณะกรรมการบริหาร มีจำนวนเท่าไร มีระดับการศึกษา ความชำนาญ ได้รับการฝึกอบรม มีประสบการณ์ อายุ แรงจูงใจ ค่าจ้างเงินเดือน และขีดความสามารถในการผลิต

ทรัพยากรที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Resource) ได้แก่ Brand ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดี ความชำนาญ การมีส่วนแบ่งตลาดที่ชัดเจน การมีลูกค้าประจำ

การตรวจสอบทรัพยากรอาจวิเคราะห์ความมีคุณสมบัติเฉพาะด้าน (Specifity) คือ แบ่งเป็นประเภทเฉพาะด้านกับไม่เฉพาะด้าน เช่น แรงงานอาจมีประเภททั่วไปที่ทำงานไม่เฉพาะด้านและแรงงานที่ต้องการมีความชำนาญพิเศษ หรือในด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นประเภททั่วไปใช้ทำแต่ของสายการบินและโรงแรมเป็นเครื่องมือเฉพาะด้าน ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยิ่ง

การตรวจสอบทรัพยากรอาจมุ่งเน้นที่การดำเนินการภายในขององค์กร ได้แก่ เป้าหมายด้านธุรกิจ การดำเนินการด้านการเงิน การวัดการผลิต การเปรียบเทียบการดำเนินการ

ในอดีตกับปัจจุบัน ส่วนการตรวจสอบการดำเนินการภายนอกขององค์กร ได้แก่ การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยเฉพาะกับคู่แข่งที่เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมเดียวกัน และคู่แข่งที่คู่คี่กับองค์กร หรืออยู่ในกลุ่มยุทธศาสตร์เดียวกัน และการเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการด้วยกัน

ด้วยวิธีการดังกล่าว บริษัทหรือองค์กรจะสามารถวินิจฉัยการดำเนินงานของตนเอง เพื่อที่จะปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานนั้นมิได้ตั้งอยู่บนฐานของการมีทรัพยากรอะไรเท่านั้น หากยังต้องพิจารณาถึงความชำนาญ (Competence) ขององค์กรในการดำเนินงานด้วยเช่นกัน

การตรวจสอบความชำนาญ (Competences) เราอาจแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความชำนาญทั่วไป ซึ่งบริษัทสายการบิน หรือโรงแรมใด องค์กรไหนก็มักจะมีกันทั้งนั้น ซึ่งก็เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอด ส่วนความชำนาญที่เป็นหัวใจมีความสำคัญอย่างยิ่ง (Core Competences) นั้น ได้แก่ ความชำนาญที่บริษัทที่มีการดำเนินงานธุรกิจอยู่เหนือใคร ๆ ทั้งหมดในอุตสาหกรรมเดียวกัน ความชำนาญที่โดดเด่นเฉพาะของบริษัทมีความสลับซับซ้อนมากกว่าความชำนาญพื้น ๆ ธรรมดา ๆ ความชำนาญที่ยากที่จะลอกเลียนแบบ (Copy) เกี่ยวเนื่องกับการสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสนใจ และเป็นการเพิ่มมูลค่า ส่วนมากจะเป็นความชำนาญด้านความสัมพันธ์ที่โดดเด่นกับลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย และ superiors ความชำนาญดังกล่าวมักจะมีฐานมาจากทักษะด้านการบริหารจัดการและองค์ความรู้ที่เหนือกว่า เราอาจวัดความชำนาญแบบ Core Competences จากการพิจารณาดูว่า บริษัทได้สนองความต้องการลูกค้าอย่างเหมาะสมหรือไม่ ความโดดเด่นอาจถูกลอกเลียนแบบได้โดยง่ายหรือไม่ บริษัทมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวสูงหรือไม่ ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงด้านลูกค้าหรือสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมเกิดขึ้น ได้มีการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทหรือไม่ และโดยเฉพาะความเป็นผู้ชำนาญที่เหนือกว่าใครนั้นจะยั่งยืนยาวนานหรือไม่ ผลของการวิเคราะห์ Core Competences จะทำให้องค์กรเข้าใจธรรมชาติและแหล่งที่มาของความชำนาญหัวใจนี้ การรู้วิธีปรับ Core Competence เมื่อจำเป็น การเสริมสร้าง Core Competence รูปแบบใหม่ขึ้น ตลอดจนสามารถชี้ให้เห็นศักยภาพที่จำเป็นในการสร้าง Core Competence โดยใช้ทรัพยากรและความชำนาญเดิมที่มีอยู่ อย่างไรก็ตาม Core Competence ต้องมุ่งเน้นการสนองความต้องการของลูกค้า

2.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (The Internal Assessment)

การประเมินภายในมีความสำคัญและนับเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ การสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากความสามารถที่โดดเด่นขององค์กร จุดแข็งของบริษัทลอกเลียนแบบได้ยาก

กระบวนการในการตรวจสอบภายใน

ผู้จัดการและพนักงานจากทั้งองค์กรจะต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กร การตรวจสอบภายในต้องการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

2.2.1 การบริหารองค์กร

2.2.2 การตลาด

2.2.3 การเงิน

2.2.4 การบัญชี

2.2.4 การผลิต

2.2.5 การดำเนินการ

2.2.6 การวิจัยและพัฒนา (R+D)

2.2.7 การดำเนินการของระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์

2.2.8 การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

2.2.9 การประสานงานที่มีประสิทธิผลระหว่างผู้บริหาร ผู้จัดการ ฝ่ายการตลาด การเงิน/การบัญชี การผลิต การดำเนินการ การวิจัยและพัฒนา และระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์

2.2.10 การประสานยุทธศาสตร์และวัฒนธรรมองค์กร/วัฒนธรรมชาติ

2.2.11 การวางแผน

2.2.12 การจัดองค์กร

2.2.13 การจูงใจ

2.2.14 **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**

2.2.15 การควบคุม

ขั้นตอนโดยสรุป การตรวจสอบการบริหารเชิงยุทธศาสตร์คือการสร้าง Internal Factor Evaluation MATRIX (IFEM) **เครื่องมือการสร้างกลยุทธ์ที่จะสรุปและประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนหลักในหน่วยหน้าที่ของธุรกิจและจะให้พื้นฐาน ในการระบุและประเมินความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อสร้างและเลือกยุทธศาสตร์ได้อย่างประสิทธิผล**

กระบวนการตรวจสอบภายในยังบ่งชี้ถึงโอกาสสำหรับผู้จัดการและพนักงานต่าง ๆ ในบริษัทที่จะเข้าร่วมในการกำหนดอนาคตของบริษัท การมีส่วนร่วมในกระบวนการนี้สามารถกระตุ้นความแข็งแกร่งและขับเคลื่อนการดำเนินการไปข้างหน้า

2.3 การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเบื้องต้น

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงความสามารถหรือความพร้อมของสถานที่เป็นอันดับต้นว่ามีอยู่มากน้อยเพียงใด สมควรต่อการพัฒนาหรือปรับปรุงในระดับใดที่จะเหมาะสม นอกจากนี้ หากมีแหล่งท่องเที่ยวกระจัดกระจายอยู่เป็นจำนวนมาก แต่เมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดขึ้นก็จะประสบปัญหาข้อจำกัดในด้านที่เกี่ยวข้อง อาทิ กำลังบุคลากร เครื่องมือเทคโนโลยี และงบประมาณในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องมีการคัดเลือกเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential) หรือความสามารถในการรองรับการพัฒนาสูงหรือ จัดอยู่ในอันดับแรก ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี และค่าใช้จ่ายเพียงพอกับวงเงินงบประมาณที่มีอยู่

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อาจแบ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณาได้เป็น 2 ประเด็นใหญ่ คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว และความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความสวยงามน่าประทับใจของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติหรือความยิ่งใหญ่โอฬาร ความเก่าแก่และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์/ศาสนา หรือความแปลกเด่นไม่เหมือนใครของแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม/กิจกรรม ซึ่งคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว จะทำให้เห็นถึงความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวหรือชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ส่วนความพร้อมด้านการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสภาพถนนที่เข้าถึง ชื่อเสียงความเป็นที่รู้จักทั่วไป การมีร้านค้า เครื่องดื่มหรือสุขาบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น แหล่ง ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสูง ย่อมจะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวต่ำ ฉะนั้นโอกาสในการพัฒนาย่อมมีมากกว่าด้วย

ดังนั้น การจัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องกำหนดหลักเกณฑ์โดยพิจารณาคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัววัดศักยภาพออกมา แล้วนำมาเปรียบเทียบกันในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดเพื่อจัดลำดับความสำคัญของศักยภาพที่มีอยู่ ซึ่งทำให้การเลือกสรรแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งขึ้นมา พัฒนาตามลำดับก่อนหลังได้อย่างถูกต้องและ

เหมาะสมกับข้อจำกัดของบุคลากร เครื่องมือ และงบประมาณที่พึงมีอยู่ แนวคิดในการจัดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว มีการพิจารณาจากองค์ประกอบใหญ่ ๆ ดังนี้

2.3.1 คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ อันจะยังผลเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและเป็น สิ่งตอบสนองความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว ลักษณะคุณค่าเหล่านี้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีมากน้อยไม่ทัดเทียมกัน เช่น ชายทะเลซึ่งมีภูมิทัศน์สวยงามด้วยเกาะแก่ง หาดทรายขาว และน้ำทะเลใสสะอาด ย่อมจะมีคุณค่ามากกว่าชายทะเลที่มีภูมิทัศน์ธรรมดาหรือพบเห็นได้ทั่วไป หาดทรายโคน และน้ำทะเลขุ่น หรือวัดที่มีโบราณวัตถุโบราณสถานเป็นแบบสถาปัตยกรรมเก่าแก่ มีประวัติเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ ก็ย่อมจะมีคุณค่ามากกว่าวัดที่สร้างตามแบบสถาปัตยกรรมสมัยใหม่และไม่มีประวัติความเป็นมาน่าสนใจ เป็นต้น

2.3.2 ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งหรือส่วนประกอบของสถานที่แห่งนั้นที่จะต้อนรับ นักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ซึ่งแม้ว่าความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช่สิ่งดึงดูดใจหรือสิ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ซึ่งขอกำหนดให้ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลักษณะใหญ่ ๆ 5 ลักษณะย่อย ได้แก่ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

แหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งของพื้นที่วางแผนควรนำมาประเมินศักยภาพในการพัฒนาได้ โดยการเปรียบเทียบทั้งคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยวและความพร้อม วิธีการเปรียบเทียบอาจใช้วิธีง่าย ๆ โดยการให้คะแนน คือเมื่อเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดแล้ว แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีความประทับใจสูงก็ให้ 5 คะแนน แห่งใดมีความประทับใจปานกลางได้ 3 คะแนน และแห่งใดมีความประทับใจต่ำได้ 1 คะแนน ในแง่ความพร้อมก็เช่นกัน เมื่อเปรียบเทียบทั้งหมดแล้ว แห่งใดที่มีความพร้อมมากที่สุดได้ 5 คะแนน รองลงมาได้ 3 คะแนน และต่ำสุดได้ 1 คะแนน ฉะนั้น แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะได้คะแนนในสองประเด็น

เมื่อนำแหล่งท่องเที่ยวที่มีคะแนนมาจัดกลุ่ม จะสามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 - 4 กลุ่ม ด้วยกัน คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง คือ ประเภทที่ได้ 5 คะแนน ทั้งสองประเด็น

2) แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพปานกลาง คือ ประเภทที่มีคะแนนความประทับใจสูง แต่ได้คะแนนความพร้อมปานกลาง หรือได้คะแนนความพร้อมสูง แต่ได้คะแนนความประทับใจปานกลาง

3) แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่ำ หมายถึง ประเภทที่ได้คะแนนทั้งสองประเด็นต่ำ

หากนำแหล่งท่องเที่ยวที่แบ่งกลุ่มแล้วนี้มาแปลงลงแผนที่ก็จะทราบได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง กลาง ต่ำ เหล่านี้มีที่ตั้งอยู่บริเวณใดบ้าง กระจุกตัวหรือกระจายตัวอยู่อย่างไร ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการกำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มในขั้นตอนต่อไปการวิเคราะห์การจัดลำดับความเร่งด่วนในการดูแลสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว

การวิเคราะห์การจัดลำดับความเร่งด่วนในการติดตามดูแลสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว ได้อาศัยหลักเกณฑ์ 2 ประการ ซึ่งจะให้น้ำหนักเท่ากันในการพิจารณา คือ

1) ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

2) ความวิกฤตและความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว

การจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว และคุณค่าแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว

ความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว

สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลาง การท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ราดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลองต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าว่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จาก ความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้ไกลที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จาก ระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมาย และระบบการจัดการ

สภาพแวดล้อม หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยว ที่รวมตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ เช่น สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน สภาพน้ำตามแหล่งน้ำขุ่นข้น หรือ ใสสะอาด และความสะดวกอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเอง และบริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาจนเป็นไปในลักษณะมลภาวะ ย่อมจะส่งผลดีให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพแวดล้อม อาจประกอบด้วย การสูญเสียลักษณะเด่น ความเสื่อมโทรม ความสกปรก

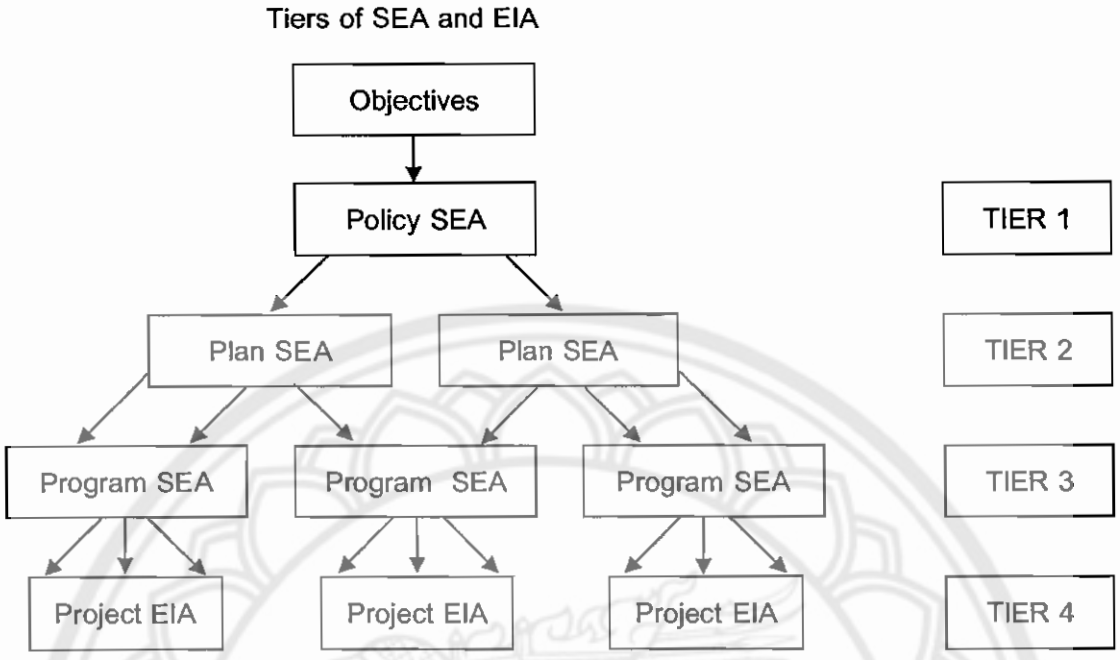
ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากในที่พัก น้ำประปา ไฟฟ้า จะบริการได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดเป็น เขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว อาจประกอบด้วย ความสะดวกในการเข้าชม เป็นเขตราชการที่ต้องขออนุญาต ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว

ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ใน กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปในปัจจุบัน ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และวัดจากจำนวน นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว อาจพิจารณาได้จากข้อมูลจากการสอบถามนักท่องเที่ยวและประชาชนที่อยู่ใกล้เคียงจำนวนนักท่องเที่ยว

คุณค่าแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สาระที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว เปรียบเสมือนทุนเดิมของสถานที่แห่งนั้น ที่สามารถสร้างความสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนได้ ลักษณะคุณค่าเหล่านี้ ได้แก่ ความเป็นมา ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว สุนทรียภาพ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน และกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว

3 การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงกลยุทธ์(SEA)

การวางแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และพัฒนาสังคมโดยรวมจำเป็นต้องมีการศึกษาอย่างรอบคอบ เพื่อป้องกันผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับโครงการ โดยเฉพาะผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเดิมเราคำนึงถึงแต่ผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้านชีวภาพด้านเดียว ตัวอย่างเช่น การก่อมลพิษ การทำลายแหล่งที่อยู่ของสัตว์น้ำ รูปแบบการประเมินที่ใช้เรียกว่า EIA (Environmental Impact Assessment) ต่อมาได้มีการปรับรูปแบบการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และได้มีการเสนอแนะให้มีการประเมินผลกระทบตั้งแต่เริ่มทำแผนยุทธศาสตร์ เรียกการประเมินผลกระทบนี้ว่า SEA (Strategic Environmental Assessment) โดยทำการประเมินผลกระทบใน 4 ระดับ คือ ตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับแผนงาน ระดับโปรแกรม และระดับโครงการดังแผนภาพข้างล่าง



ภาพ 10 การประเมินผลกระทบใน 4 ระดับ

ที่มา สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, (2546, หน้า 36 – 41)

ในระดับนโยบาย ได้แก่ ความคิดริเริ่มแรงบันดาลใจ ความคิดใหม่ในอันที่จะวางแผนและกำหนดแนวทางทำกิจการให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ใช้ SEA ในการประเมิน

ในระดับแผน ได้แก่ แผนงานหลัก ๆ ของจุดประสงค์ที่ต้องดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน และในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อนำนโยบายมาสู่การลงมือปฏิบัติการใช้ SEA ในการประเมิน

ในระดับโปรแกรม ได้แก่ การร่วมโครงการเฉพาะด้านหลาย ๆ โครงการเข้าด้วยกันใช้ SEA ในการประเมิน

ในระดับโครงการได้แก่ โครงการเฉพาะเรื่อง ใช้ EIA ในการประเมิน

ดังนั้นนโยบายจะเป็นตัวกำหนดกรอบเพื่อสร้างแผน แผนจะเป็นตัวกำหนดกรอบของโปรแกรม และโปรแกรมจะเป็นตัวกำหนดกลุ่มโครงการอีกทอดหนึ่ง ตัวอย่าง เช่น รัฐบาลของสหราชอาณาจักรได้กำหนดนโยบายด้านการสร้างถนนและทางหลวงระดับประเทศขึ้น นโยบายดังกล่าวจะถูกส่งต่อลงมาเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดแผนหลักของการสร้างถนนและทางหลวงทั่วประเทศ แผนดังกล่าวจะเป็นแนวทางกำหนดโปรแกรมการสร้างถนนและทางหลวง

แห่งชาติ และโปรแกรมเหล่านี้จะถูกใช้เป็นฐานในการเสนอขอสร้างถนนและทางหลวงเฉพาะแห่ง ซึ่งในแต่ละโครงการจะต้องทำการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA)

เราอาจปรับใช้ SEA มาประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเมื่อมีการวางแผนแม่บทของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับเทศบาล ระดับ อบต. และระดับหมู่บ้าน ซึ่งเป็นการวางแผนแม่บทบนพื้นที่ การวางแผนแม่บทเฉพาะ เช่น การขนส่งคมนาคม การเกษตร การอุตสาหกรรม หรือการวางแผนแม่บทเฉพาะเรื่อง เช่น การศึกษา สุขภาพอนามัย ฯลฯ

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ หรือ SEA ย่อมาจาก Strategic Environmental Assessment นั้นเป็นระบบหรือกระบวนการที่ใช้สำหรับการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของนโยบาย แผนงาน หรือโปรแกรม รวมทั้งข้อเสนอทางเลือกโดยจัดทำเป็นรายงานเสนอผู้บริหาร เพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยเปิดโอกาสให้สาธารณชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมควรทำการประเมินผลกระทบให้สอดคล้องและครอบคลุมประเด็นการศึกษาทั้ง 4 ด้าน ด้านกายภาพ ด้านชีวภาพ ด้านคุณค่าการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ และด้านคุณภาพชีวิต โดยมีรายละเอียดข้อมูลที่ใช้ประเมิน วิธีการประเมินโดยใช้หลักการทางวิชาการ เทคนิควิชาการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้คำนึงถึงสภาพพื้นที่ที่มีข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อม พื้นที่ที่มีมาตรการหรือเป็นเงื่อนไขเฉพาะเป็นต้น

ผู้วิจัยจึงขอสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก วัตถุดิบที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมนี้ คือทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรม ถ้าทรัพยากรดังกล่าวถูกทำลายสูญสลายไป การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มิได้เป็นเพียงสินค้าตัวใหม่หรือทางเลือกใหม่ของวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่เป็นทาง ๆ เดียวที่เหลืออยู่เพื่อนำไปสู่ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม

4 การจัดการประเมินผลด้านบริหารธุรกิจ (Balanced Scorecard)

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการประเมินผลด้านบริหารธุรกิจเริ่ม หรือ Balanced scorecard (BSC) เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 (1990) ทำให้หลักการและแนวคิดนี้มีวิวัฒนาการและการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง การประเมินผลองค์กรเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กรต่าง ๆ แต่ในอดีตผู้บริหารขององค์กรหลาย ๆ แห่ง รวมทั้งนักวิชาการด้านบริหารธุรกิจได้ละเลยในเรื่องของการประเมินผลไป

พอสมควร ดังนั้น Balanced scorecard หรือ BSC ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการประเมินผลองค์กรรูปแบบหนึ่ง พบว่าคุณประโยชน์ที่สำคัญไม่ได้อยู่ที่การเป็นเครื่องมือในการประเมินผลเท่านั้น ถึงแม้ว่า BSC จะมีจุดเริ่มต้นจากการประเมินผลองค์กร แต่ในปัจจุบัน BSC ได้พัฒนาจนกลายเป็นเครื่องมือในการบริหารองค์กรทั้งหมด ซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการบริหารองค์กรโดยอาศัยการวัดหรือการประเมินเป็นหลัก

4.1 แนวคิด Balanced scorecard

นพพร จุณณะปิยะ (2548, หน้า 94 – 96) ได้กล่าวว่า Balanced scorecard คือ ระบบการควบคุมทางการบริหารจัดการแบบองค์รวม (Comprehensive management control system) ซึ่งประกอบไปด้วย การทำให้เกิดความสมดุลของการประเมินผลหรือการวัดผลทางด้านการเงินด้วยการประเมินผลและการวัดผล หรือเป็นเครื่องมือในการวัดผลการปฏิบัติงาน โดยพิจารณาของเขตทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านการเงิน (Financial) 2. ด้านลูกค้า (Customer) 3. ด้านกระบวนการบริหารภายใน (Internal processes) 4. ด้านบุคลากร (People) นวัตกรรม (Innovation) การเติบโต (Growth) หรือเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการที่ช่วยในการนำกลุ่มกลยุทธ์ไปปฏิบัติโดยอาศัยการวัดผลหรือประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของแต่ละมุมมอง (Objective) โดยที่วัตถุประสงค์ตามแนวคิดของ Balanced scorecard คือสิ่งที่องค์กรมุ่งหวังหรือต้องการที่จะบรรลุในด้านต่าง ๆ เช่น

1) วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองด้านการเงิน ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของรายได้การลดลงของต้นทุน

2) วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองของลูกค้า ได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น การรักษาลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3) วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองด้านกระบวนการธุรกิจภายใน ได้แก่ การดำเนินงานที่รวดเร็วขึ้น กระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ

4) วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต ได้แก่ การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพการเพิ่มทักษะของพนักงาน การมีโครงการพื้นฐานทางเทคโนโลยี

การวัดผล (Measures หรือ Key performance indicators) ได้แก่ ตัวชี้วัดของวัตถุประสงค์ในแต่ละด้าน ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่จะบอกได้ว่าองค์การบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านหรือไม่ เช่น

1) วัตถุประสงค์ในการเพิ่มขึ้นของรายได้ของมุมมองด้านการเงินตัวชี้วัดที่นิยมใช้ ได้แก่ รายได้ที่เพิ่มขึ้นเทียบกับปีที่ผ่านมา

2) วัตถุประสงค์ในการรักษาลูกค้าของมุมมองด้านลูกค้า ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ ได้แก่ จำนวนลูกค้าทั้งหมดจำนวนลูกค้าที่หายไป (Defection rate) ดัชนีวัดความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer loyalty index)

3) วัตถุประสงค์ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพของมุมมองด้านกระบวนการภายใน ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ได้จำนวนของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิต หรือร้อยละของสินค้าที่ผ่านการตรวจคุณภาพ

4) วัตถุประสงค์ในการพัฒนาทักษะพนักงานของมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ ได้แก่ ระดับความสามารถของพนักงานที่เพิ่มขึ้น (Competencies level) จำนวนวันในการฝึกอบรมต่อปี

เป้าหมาย (Target) ได้แก่ เป้าหมายหรือตัวเลขที่องค์กรต้องการจะบรรลุของตัวชี้วัดแต่ละประการ เช่น

1) เป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของรายได้ เท่ากับร้อยละ 30 ต่อปี

2) เป้าหมายของจำนวนลูกค้าเก่าที่ลดลง ต้องไม่เกินร้อยละ 7 ต่อปี

3) เป้าหมายของจำนวนของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต ต้องไม่เกินร้อยละ 4 ต่อปี

4) เป้าหมายของจำนวนวันในการฝึกอบรมเท่ากับ 15 วัน ต่อคนต่อปี

การริเริ่ม (Innitiatives) ได้แก่ แผนงาน โครงการหรือกิจกรรมที่องค์กรจะจัดทำเพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมายโดยในขั้นนี้ยังไม่ใช่แผนปฏิบัติการที่จะทำเป็นเพียงแผนงานโครงการหรือกิจกรรมเบื้องต้นที่ต้องทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น สิ่งที่จะทำเพื่อให้ลูกค้าอย่างน้อยร้อยละ 70 มีความพึงพอใจ ตัวอย่างเช่น การเพิ่มช่องในการให้บริการให้มากขึ้น

นอกจากมุมมองทั้ง 4 ด้านแล้ว ลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของ Balanced scorecard คือ ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองทั้ง 4 ด้าน โดยมุมมองทั้ง 4 ด้าน ได้ถูกกำหนดขึ้นมาโดยอาศัยปรัชญาในการดำเนินธุรกิจทั่ว ๆ ไป ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกันในเชิงเหตุผล (Cause and effect) ในลักษณะที่องค์กรจะมีกำไรได้ต้องมาจากลูกค้า ซึ่งการจะหาลูกค้าได้นั้นองค์กรต้องมีกระบวนการในการดำเนินงานภายในที่ดี พนักงานจะต้องมีทักษะและความสามารถ มีขวัญและกำลังใจในการทำงานที่ดี ตลอดจนมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่า ความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผล (Cause and effect relationship) และ

ลักษณะที่สำคัญทำให้ Balanced scorecard มีความแตกต่างจากเครื่องมือในการประเมินผลทั่ว ๆ ไป

Balanced scorecard ในฐานะเครื่องมือในการประเมินผลองค์กร ปัจจุบันนี้การประเมินผลองค์กรกำลังได้รับความนิยมอย่างมากในองค์กรต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน เนื่องจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรธุรกิจจะต้องมีเครื่องมือที่ช่วยในการตรวจสอบและติดตามการดำเนินงานของตนเองอยู่ตลอดเวลา

ในปัจจุบันการประเมินผลเป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึงตลอดเวลา และสามารถนำมาใช้ได้ทุกขณะ สำหรับความสำคัญของการประเมินผล มีดังต่อไปนี้

1) การประเมินผลทำให้องค์กรสามารถรู้ถึงสถานะของตนเอง ว่าอยู่ ณ จุดไหน หรือสถานการณ์ในขณะนั้นเป็นอย่างไร ดังนั้นถ้าองค์กรไม่สามารถประเมินผลการดำเนินงานของตนเองได้ จะทำให้ไม่สามารถบริหารตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ การที่จะบริหารตนเองได้นั้นจะต้องรู้สถานการณ์ของตนเอง คู่แข่งขัน และสภาพแวดล้อม

2) การพัฒนาองค์กร (Organization development) หรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์กรจะต้องเริ่มจากการประเมินผลก่อน เนื่องจากการที่องค์กรจะมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงจะต้องรู้จุดเริ่มต้นหรือสถานปัจจุบัน รวมทั้งรู้ว่าองค์กรมีการพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงเพียงใด การที่จะรู้คำตอบได้องค์กรต้องมีการประเมินผล

3) ตามธรรมชาติมนุษย์ ถ้าสิ่งใดที่สนใจหรือมีการประเมินผล ผู้ที่รับผิดชอบ หรือผู้ดำเนินกิจกรรมนั้นจะมีความรับผิดชอบและมีความมุ่งมั่นที่จะทำกิจกรรมนั้นมากขึ้น นอกจากความรู้สึกว่าได้รับความสนใจแล้ว ยังมีเป้าหมาย และตัวชี้วัดที่ชัดเจน

ข้อจำกัดของตัวชี้วัดด้านการเงิน (Financial indicators) ในอดีตการประเมินผลองค์กรมักจะใช้เครื่องมือทางด้านบัญชีและการเงินเป็นหลัก เช่น อัตราส่วนทางการเงิน (Financial ratios) ต้นทุน รายได้ เป็นต้น แต่ปัจจุบันผู้บริหารพบว่า การใช้ตัวชี้วัดด้านการเงินเป็นหลักไม่เพียงพอต่อการแข่งขันในยุคปัจจุบัน เพราะว่าตัวชี้วัดด้านการเงินมีข้อจำกัดหลายประการ ดังนี้

1) ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับองค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นทรัพยากร หรือความสามารถที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible resources and capabilities) เช่น ภาพพจน์ (Image) ขององค์การ ความรู้

(Knowledge) ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น ปัจจัยที่ไม่สามารถจับต้องได้ เหล่านี้ไม่สามารถใช้ตัวชี้วัดด้านการเงินหรือบัญชีมาประเมินได้

2) ตัวชี้วัดด้านการเงินที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับมุมมองภายในองค์กร เช่น ความสามารถในการทำกำไร ความสามารถในการบริหารสินค้าคงคลัง แต่ตัวชี้วัดเหล่านี้ไม่สามารถที่จะวัดหรือประเมินปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงาน และกลยุทธ์ในระยะยาวขององค์กร เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต เป็นต้น

3) การมุ่งเน้นตัวชี้วัดด้านการเงินเพียงอย่างเดียว ทำให้ผู้บริหารและองค์กรมุ่งเน้นที่ผลการดำเนินงานในระยะสั้นมากกว่าการเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาว

4) ตัวชี้วัดด้านการเงิน เป็นตัวชี้วัดที่แสดงให้ผู้บริหารทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต (Lagging indicators) แต่ตัวชี้วัดด้านการบริหารอื่น ๆ เป็นตัวชี้วัดที่แสดงให้เห็นถึงโอกาสหรือปัญหาในอนาคต (Leading indicators)

จากเนื้อหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าในปัจจุบันการประเมินผลองค์กรไม่สามารถใช้แต่ตัวชี้วัดด้านการเงินเพียงอย่างเดียว ผู้บริหารจะต้องใช้มุมมองด้านอื่น ๆ ด้วย ซึ่งมุมมองทั้ง 4 ด้านภายใต้ Balanced Scorecard

พสุ เดชะรินทร์ (2546, หน้า 38) กล่าวว่า BSC เป็นระบบหรือกระบวนในการบริหารชนิดหนึ่งที่อาศัยการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) เป็นกลไกสำคัญ BSC เป็นมากกว่าแค่ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน อีกทั้งยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ อีกนอกเหนือจากตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอยู่ภายใต้ BSC

สำหรับตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) นั้นเป็นเครื่องมือหรือดัชนีที่ใช้ในการวัดหรือประเมินว่าผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์กรเป็นอย่างไรซึ่งการกำหนดตัวชี้วัดนั้นมีวิธีการหลายวิธี ซึ่งถ้าจะมองอีกแง่หนึ่ง BSC เป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยในการกำหนด KPI

Balanced scorecard ประกอบด้วยมุมมอง 4 มุมมอง ได้แก่

1) มุมมองด้านการเงิน เป็นมุมมองที่มีความสำคัญอย่างยิ่งโดยเฉพาะสำหรับองค์กรธุรกิจที่มุ่งแสวงหาผลกำไร มักจะประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ด้านได้แก่ ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ และด้านการลดลงของต้นทุนหรือการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ ซึ่งสามารถประกอบไปด้วยการใช้สินทรัพย์ให้เป็นประโยชน์มากขึ้น

2) มุมมองด้านลูกค้า ภายใต้มุมมองด้านลูกค้าจะประกอบด้วยวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญอยู่ 5 ประการ ประการแรกได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดตัวชี้วัดที่สำคัญคือเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ ประการที่สองการรักษาลูกค้าเก่า (Customer retention) เป็นการวัดความสามารถในการรักษาฐานลูกค้าเดิมขององค์กร ประการที่สาม การเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer acquisition) เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการแสวงหาลูกค้าใหม่ โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมด หรือจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น หรือรายได้จากลูกค้าใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด ประการที่สี่ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการขององค์กรหรือตัวองค์กรเอง ประการที่ห้าคือกำไรต่อลูกค้า (Customer profitability) โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น รายได้และต้นทุนต่อลูกค้าหนึ่งราย

3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal process perspective) ภายใต้มุมมองนี้จะต้องพิจารณาว่าอะไรคือ กระบวนการที่สำคัญภายในองค์กร ที่จะช่วยทำให้องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน มุมมองนี้จะให้ความสำคัญกับกระบวนการภายในองค์กรที่มีความสำคัญที่จะช่วยนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ

4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and growth perspective) เป็นมุมมองที่มีความสำคัญมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร และถ้าขาดมุมมองนี้ไปจะทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองอื่น ๆ ข้างต้น ภายใต้มุมมองนี้ องค์กรจะต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้าและด้านกระบวนการภายใน องค์กรจะต้องมีการเรียนรู้ พัฒนาและเตรียมตัวอย่างไรบ้าง โดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองนี้แบ่งเป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ ด้านเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ด้านเกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศ และด้านเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ระบบการจูงใจและโครงสร้างองค์กร โดยภายใต้แต่ละมุมมองดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ (Objective) ที่สำคัญของแต่ละมุมมองซึ่งในความหมายของคำว่าวัตถุประสงค์ตามแนวคิดของ BSC นั้นคือสิ่งที่องค์กรมุ่งหวังหรือต้องการที่จะบรรลุในด้านต่าง ๆ

1) ตัวชี้วัด (Measures หรือ Key performance indicators) ได้แก่ ตัวชี้วัดของวัตถุประสงค์ในแต่ละด้าน ซึ่งตัวชี้วัดเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดว่าองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านหรือไม่

2) เป้าหมาย (Target) ได้แก่เป้าหมายหรือตัวเลขที่องค์กรต้องการจะบรรลุของตัวชี้วัดแต่ละประการ

3) แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมที่องค์กรจะจัดทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น โดยในขั้นนี้ยังไม่ใช่แผนปฏิบัติการที่จะทำเป็นเพียงแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมเบื้องต้นที่ต้องทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

จากหลักการและแนวคิดของ Balanced scorecard ที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ สามารถสรุปว่า Balanced scorecard มีความสมดุล (Balanced) ในด้านต่อไปนี้

1) มีความสมดุลในด้านตัวชี้วัดด้านการเงิน (Financial indicators) และตัวชี้วัดไม่ใช่ด้านการเงิน (Nonfinancial indicators) ทำให้องค์กรไม่มุ่งเน้นในด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไป

2) มีความสมดุลในด้านวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดที่แสดงถึงปัจจัยทั้งภายในองค์กร (มุมมองด้านการเงินกระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการเติบโต) และภายนอกองค์กร (มุมมองด้านลูกค้า)

3) มีความสมดุลในด้านตัวชี้วัดที่มุ่งเน้นทั้งในระยะสั้น (ภายใต้มุมมองด้านการเงิน) และในระยะยาว (ภายใต้มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต)

4) มีความสมดุลในด้านตัวชี้วัดที่เป็นเหตุ (Leading indicators) และตัวชี้วัดที่เป็นผล (Lagging indicators)

นอกจากนี้ Balanced scorecard ยังเป็นแนวคิดที่ยืดหยุ่นได้ เช่น การมีมุมมองต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องมี 4 มุมมองตามแนวคิดดั้งเดิม การจะมีกี่มุมมองหรือการจัดการเรียงลำดับของมุมมองต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้ก็ได้ขึ้นอยู่กับปรัชญาและพื้นฐานขององค์กรธุรกิจ

4.2 **กระบวนการในการพัฒนาและจัดทำ** Balanced scorecard

ในกระบวนการจัดทำ Balanced scorecard นั้น ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ ซึ่งได้แก่การทำ SWOT analysis ซึ่งเป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ได้ทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรที่ชัดเจน

4.2.2 กำหนดวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ขององค์กร โดยกำหนดเป็นกลยุทธ์หลัก (Strategic themes) ที่สำคัญขององค์กร

4.2.3 วิเคราะห์และกำหนดว่า BSC ขององค์กรควรจะมีทั้งหมดกี่มุมมอง และมุมมองแต่ละมุมมองควรจะมีความสัมพันธ์กันอย่างไร

4.2.4 จัดทำแผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy map) ระดับองค์กร โดยกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้แต่ละมุมมอง โดยพิจารณาว่าในการที่องค์กรจะสามารถดำเนินงานและบรรลุวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ขององค์กรได้นั้นจะต้องบรรลุวัตถุประสงค์ในด้านใดบ้าง

4.2.5 ภายใต้วัตถุประสงค์แต่ละประการ จะต้องกำหนดรายละเอียดของวัตถุประสงค์นั้นในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านของ ตัวชี้วัด ฐานข้อมูลในปัจจุบัน เป้าหมายที่ต้องบรรลุ รวมทั้งแผนงาน กิจกรรม หรือโครงการที่จะต้องทำ ซึ่งภายใต้ขั้นตอนนี้สามารถที่จะแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การจัดทำตัวชี้วัด การกำหนดเป้าหมาย โดยอาศัยข้อมูลในปัจจุบัน และการจัดทำแผนงานโครงการ และกิจกรรมที่จะต้องทำเพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น

4.2.6 เมื่อจัดทำแผนงานหรือโครงการเสร็จแล้ว สามารถที่จะแปลงตัวชี้วัด

ดังนั้นเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลจังหวัด แต่ละจังหวัดได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดและจังหวัด สำหรับจังหวัดราชบุรีเองได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดในส่วนรัฐบาลเองนั้นได้มีนโยบาล การจัดทำแผนบริหารราชการแผ่นดินซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ของประเทศ เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศที่นำไปสู่การปฏิบัติที่จริงจังและชัดเจนเช่นกัน

5 แผนที่ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ได้อรรถาธิบายว่าองค์กรตั้งใจหรือมีความประสงค์ที่จะสร้างคุณค่า ที่ยั่งยืนต่อผู้ถือหุ้นได้อย่างไร เราได้พูดถึงว่าองค์ในปัจจุบันสามารถที่จะแปลงสินทรัพย์ที่สัมผัสได้มาสร้างเป็นคุณค่าที่ยั่งยืนได้อย่างไร การสร้างคุณค่าจากสินทรัพย์ที่สัมผัสได้ไม่ได้แตกต่างจากการสร้างสินทรัพย์ที่สัมผัสได้นั้น มีข้อสำคัญในเรื่องของความแตกต่างดังนี้

5.1 การสร้างคุณค่าจากสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ ได้มาจากวิธีทางอ้อมสินทรัพย์ ที่สัมผัสไม่ได้ เช่น ความรู้และเทคโนโลยีนั้น ไม่ค่อยที่จะมีผลกระทบโดยตรงต่อผลตอบแทนทางการเงินของบริษัท ไม่ว่าจะเป็นเชิงของการเพิ่มรายได้ การลดต้นทุน และกำไรที่สูงเพิ่มขึ้น การปรับปรุงของสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้นั้น มีผลต่อด้านการเงินในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลเสียมากกว่า ยกตัวอย่างเช่น พนักงานที่ได้รับการฝึกฝนที่ได้รับการฝึกอบรมทางด้านการบริการคุณภาพโดยรวมอย่างเบ็ดเสร็จ (Total Quality Management: TQM) และทางด้าน Six Sigma

สามารถที่จะนำการฝึกอบรมนั้นมาใช้ต่อกระบวนการปรับปรุงคุณภาพได้โดยตรง กระบวนการที่ถูกปรับปรุงได้ดีขึ้นนั้นจะนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และโดยทางอ้อมแล้วก็สามารถสร้างความภักดีจากลูกค้าได้ เหนือสิ่งอื่นใดความภักดีของลูกค้าก็จะนำมาซึ่งการปรับปรุงยอดขายและกำไรในระยะยาวได้

5.2 คุณค่าขึ้นอยู่กับบริบทของแผนยุทธศาสตร์คุณค่าของสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ขึ้นอยู่กับบริบทยุทธศาสตร์ ยกตัวอย่างเช่น พนักงานที่เข้าบริการฝึกอบรมทางด้าน TQM และทางด้าน Six Sigma มีคุณค่าและมีมูลค่าสูงขึ้นต่อองค์กรนั้น ๆ ในบริบทยุทธศาสตร์ว่าด้วยการลดต้นทุนดำเนินการ มากกว่าบริบทยุทธศาสตร์ทางด้านผู้นำสินค้าหรือบริบทยุทธศาสตร์ทางด้านนวัตกรรม

5.3 คุณค่าคือศักยภาพที่รอปรากฏตัว ต้นทุนในการลงทุนต่อสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้อาจจะมองดูแล้วเป็นสิ่งที่มีค่าน้อยมากกว่าต่อผลตอบแทนให้กับองค์กร พนักงานที่ได้เข้ารับการฝึกอบรมทางด้านสถิติในการควบคุมคุณภาพหรือการวิเคราะห์แบบรากหญ้า (root cause analysis) นั้นไม่สามารถสร้างคุณค่าทางการตลาดได้ แต่มีคุณค่าทางศักยภาพกระบวนการภายในเช่น การออกแบบสินค้า การผลิต การส่งมอบ และการบริการลูกค้า กระบวนการเหล่านี้คือสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้แต่มีศักยภาพทำให้เกิดเป็นมูลค่าทางการตลาดได้จากกระบวนการเหล่านี้(ที่ผ่านการฝึกอบรมจนมีศักยภาพ(และจึงกลายเป็นคุณค่าที่สัมผัสได้ แต่ถ้ากระบวนการภายในไม่สามารถมีผลกระทบต่อการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้หรือในเชิงการสร้างรายได้แล้ว คุณค่าของพนักงานที่มีค่าทางศักยภาพ และต่อสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้แล้วนั้นก็ไม่มีคุณค่าอะไร

5.4 สินทรัพย์ต้องถูกผนวกเข้าด้วยกันจึงมีคุณค่า สินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้โดยมากไม่สามารถสร้างคุณค่าโดยตัวมันได้เอง เพราะโดยตัวของมันเองแล้วมันไม่สามารถแยกตัวเองจากบริบททางยุทธศาสตร์ขององค์กรได้ คุณค่าของสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้จะเกิดคุณค่ามาได้ก็ต่อเมื่อได้ผนวกเข้ากับสินทรัพย์อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสินทรัพย์ที่สัมผัสได้หรือไม่ได้ก็ตาม ยกตัวอย่างเช่น คุณค่าการฝึกอบรมจะมีค่ามากขึ้นเมื่อพนักงานสามารถเจาะเข้าถึงข้อมูลจากระบบสารสนเทศได้ คุณค่าจะมีค่าสูงสุดเมื่อสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ถูกจัดอยู่บนระดับเดียวกันหรือเส้นเดียวกันกับสินค้าที่สัมผัสได้ ซึ่งต้องมาพร้อมกับยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์สามารถเชื่อมโยงสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้กับกระบวนการสร้างคุณค่าได้อย่างไร มิติทางด้านการเงินพูดถึงผลลัพธ์ที่ออกมาเป็นรูปธรรมในเชิงปฏิบัติที่ทำกันมาอยู่ประจำการวัดผลเช่นแบบ return on investment หรือผลตอบแทนต่อการลงทุนก็ดี มูลค่าของผู้ถือหุ้นก็ดี กำไรการเติบโตของรายได้ก็ดีรวมถึงต้นทุนต่อหน่วยนั้นถือว่าเป็นการแสดงผลในเชิงรับมากกว่าเชิง

รุกเพราะพูดถึงยุทธศาสตร์องค์กรว่าประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว ส่วนมิติทางด้านลูกค้านั้น พูดถึงการเสนิคุณค่าต่อลูกค้า การเสนอคุณค่าคือการสร้างบริบทแห่งยุทธศาสตร์ต่อสินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้นั้นเอง ถ้าคุณค่าที่ลูกค้าได้รับให้ทั้งเชิงคุณภาพ เชิงการสอบส่งให้แก่ลูกค้าในมิติเวลาที่เหมาะสม ดังนั้นทักษะที่ดี ระบบก็ดีและกระบวนการที่ผลิตที่ดีและมีคุณค่าต่อลูกค้านั้น คือมูลค่าและคุณค่าสูงสุดที่องค์กรพึงได้รับ ถ้าคุณค่าที่ลูกค้ามองมีให้แก่สินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆคำว่าทักษะ ระบบ และกระบวนการในการสร้างสินค้าใหม่ ๆ หรือบริการใหม่ ๆ คือคุณค่าที่ลูกค้ามองว่าสูงสุด การสร้างความสม่ำเสมอและการจัดระดับปฏิบัติงานให้อยู่ในเส้นเดียวกัน และสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้นั้น คือแกนหลักของการนำยุทธศาสตร์ไปใช้ในภาคปฏิบัติ

พสุ เดชะรินทร์ และคณะ (2549) ได้อธิบายไว้ว่า "แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)" ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรไหนได้นำแนวคิดทางการบริหาร Balanced Scorecard หรือว่า BSC มา เพราะการที่จะนำแนวความคิดของ BSC มาใช้ให้เกิดผลได้ดี องค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การสื่อสารให้คนในองค์กรได้รับทราบถึงยุทธศาสตร์และแปลงยุทธศาสตร์นั้นไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผล

ลักษณะแผนที่ยุทธศาสตร์

Robert S. Kaplan and David P. Norton (2005) Balanced Scorecard เป็นแนวความคิดของ Professor Robert Kaplan อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย Harvard และ Dr.David Norton ที่ปรึกษาทางด้านการจัดการ ซึ่งทั้ง 2 ท่านพบว่าองค์กรส่วนใหญ่โดยเฉพาะในภาคธุรกิจของอเมริกานิยมใช้ตัวชี้วัดทางด้านการเงิน (Financial Indicators) เป็นหลักเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ต่อมาเมื่อประมาณปี ค.ศ. 1992 ทั้ง 2 ท่านจึงได้นำเสนอแนวความคิดในเรื่องการประเมินผลขององค์กร ซึ่งตีพิมพ์ในวารสาร Harvard Business Review โดยมีแนวความคิดว่าแทนที่องค์กรจะประเมินโดยมุ่งเน้นเฉพาะตัวชี้วัดทางด้านการเงินเพียงอย่างเดียว ควรเปลี่ยนมาประเมินและพิจารณาในมิติอื่น ๆ ด้วย ซึ่งทั้ง 2 ท่านได้นำเสนอแนวทางการประเมินองค์กรใน 4 มิติ คือ คือ

1) มิติด้านการเงิน (Financial Perspective)
2) มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective)
3) มิติด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)
4) มิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

โดยในแต่ละมิติจะต้องมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กร เพราะจะทำให้ทราบว่าสิ่งที่องค์กรจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อสนับสนุนความสำเร็จขององค์กรนั้นมีเรื่องอะไรบ้าง ? และในขณะเดียวกันในแต่ละมิติยังต้องมีความสัมพันธ์ต่อกันในเชิงเหตุและผล

(Cause and effect relationships) อีกด้วย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า BSC เป็นเครื่องมือที่ช่วยนำกลยุทธ์ขององค์กรไปสู่การปฏิบัติ โดยอาศัยการวัดหรือการประเมินอันจะช่วยให้องค์กรมีความสอดคล้องและมีทิศทางเดียวกัน ซึ่งการมุ่งเน้นความสำเร็จขององค์กร จะต้องพิจารณาจากตัวชี้วัดทั้ง 4 มิติ

สำหรับการจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) นั้นจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การพิจารณาถึงทิศทางของหน่วยงาน อันได้แก่ วิสัยทัศน์ขององค์กร ประเด็นยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ภายใต้แต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งจะต้องมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน โดยกระบวนการในการจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์นั้น มีอยู่ 3 ขั้นตอน หลัก กล่าวคือ

ขั้นตอนแรก คือ การยืนยันยุทธศาสตร์ จะเป็นการยืนยันถึงทิศทางในการพัฒนาที่องค์กรมีความมุ่งมั่นเกี่ยวกับทิศทางและจุดยืนที่ต้องการผลักดันให้เกิดขึ้นหรือเป็นวิสัยทัศน์ (Vision) ขององค์กร ซึ่งการที่มีวิสัยทัศน์ร่วมกันของทุกฝ่ายในองค์กรจะช่วยให้การพัฒนากลยุทธ์ รวมทั้งผู้บริหาร บุคลากรในองค์กร ตลอดจนถึงบุคคลภายนอก มีเข้าใจภาพขององค์กรได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่สอง คือ การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues) ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์ หมายถึง สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นประเด็นหลักในการนำไปสู่วิสัยทัศน์ ดังนั้นจึงต้องกำหนดประเด็นที่สำคัญในการดำเนินการพัฒนาเพื่อให้สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ ซึ่งก็ไม่ควรมีจำนวนประเด็นยุทธศาสตร์ที่มากเกินไป เพราะจะทำให้ไม่มีจุดเน้นขององค์กร จากตัวอย่างในเรื่องร้านขายกาแฟในขั้นตอนที่หนึ่ง เราอาจกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์เป็นเรื่องของ "การพัฒนาองค์ความรู้ ก็ได้ ทั้งนี้ ก็เพื่อสนับสนุนต่อพันธกิจ (Mission) ให้นำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ (Vision) ขององค์กรในท้ายที่สุด

ขั้นตอนที่สาม คือ การกำหนดเป้าประสงค์ที่ต้องการบรรลุภายใต้แต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งการกำหนดเป้าประสงค์นั้นควรเริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ตามมิติทั้ง 4 ด้าน คือ มิติด้านการเงิน (Financial Perspective) มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective) มิติด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ มิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) โดยควรระบุเป้าประสงค์ให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ตามขั้นตอนที่สอง เช่น อาจกำหนดเป้าประสงค์ คือ สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม (Value added) ซึ่งก็จะต้องมีตัวชี้วัดสำหรับที่จะบอกว่าเป้าประสงค์นั้นบรรลุหรือไม่ โดยอาจกำหนดตัวชี้วัดเป็น ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้ต่อราคาสินค้าต่อหน่วย หรือ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้ ตัวชี้วัดที่ดีก็ควรจะตอบคำถามได้ครอบคลุม ในทุก ๆ มิติ

และเมื่อได้วิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ครบถ้วนแล้วก็มาจัดรวมอยู่ในภาพ ดังนั้น แผนที่ยุทธศาสตร์จึงเป็นโครงสร้างและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกันอย่างมีเหตุและผล แต่ถ้าหากองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันก็ แสดงว่าแผนที่ยุทธศาสตร์นั้น มีความบกพร่องหรือเกิดความผิดพลาด และนอกจากนี้ Professor Robert Kaplan และ Dr.David Norton ยังมีความเห็นว่าควรมีองค์ประกอบอีก 3 ประการ ที่ควรเพิ่มเข้ามาในการจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) คือ

1) องค์ประกอบทางด้านปริมาณ คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการหาความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและปัจจัยบนแผนที่ยุทธศาสตร์

2) การกำหนดเงื่อนเวลา คือ การกำหนดหัวข้อทางยุทธศาสตร์ที่จะสร้างคุณค่าทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว อันจะเป็นการสร้างความสมดุลและความยั่งยืนของคุณค่านั้น ๆ ให้แก่องค์กร

3) การเลือกกำหนดความสำคัญของยุทธศาสตร์ คือ การเลือกแผนงาน และกิจกรรม ที่สามารถทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

Professor Robert Kaplan และ Dr.David Norton ให้ความสำคัญในการนำแนวคิด Balanced Scorecard มาใช้คือเรื่อง วัฒนธรรมขององค์การ (Organization culture) ซึ่งการทำแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) จำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ เพราะจะทำให้เราทราบถึงความเป็นมาขององค์กรอันจะนำไปสู่การวางตำแหน่งขององค์กรในอนาคต การเขียนแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) เป้าหมายสุดท้ายขององค์กร ต้องอยู่ในมิติด้านการเงิน (Financial Perspective) อาจจะประยุกต์แนวคิดของ Balanced Scorecard ให้มีมากกว่า 4 มิติก็ได้ ทั้งนี้ก็เพื่อความเหมาะสมกับสภาพและลักษณะขององค์กร ดังนั้น แผนที่ยุทธศาสตร์ ก็อาจจะมีความเชื่อมโยงที่มากกว่า 4 มิติก็ได้เช่นเดียวกัน และนอกจากนี้ การเขียนแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) เป้าหมายสุดท้ายขององค์กร ก็ไม่จำเป็นต้องอยู่ในมิติด้านการเงิน (Financial Perspective) แต่อาจจะอยู่ในมิติด้านลูกค้า (Customer Perspective) หรือมิติอื่น ๆ ก็ได้ขึ้นอยู่กับเป้าหมายขององค์การนั้น ๆ

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

วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์ประเทศไทย

มุ่งพัฒนาสู่ "สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน

อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี"

พันธกิจ

เพื่อให้การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 มุ่งสู่ "สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน" ภายใต้แนวปฏิบัติของ "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" เห็นควรกำหนดพันธกิจของการพัฒนาประเทศ ดังนี้

พัฒนาคนให้มีคุณภาพ คุณธรรม นำความรอบรู้อย่างเท่าทัน มีสุขภาวะที่ดี อยู่ในครอบครัวที่อบอุ่น ชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีภายใต้ดุลยภาพของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เสริมสร้างเศรษฐกิจให้มีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม มุ่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ มีภูมิคุ้มกันความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์ บนพื้นฐานการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ มีระดับการออมที่พอเพียง มีการปรับโครงสร้างการผลิตและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม ใช้จุดแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ควบคู่กับการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ และการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์ พลังงาน กฎกติกา และกลไกสนับสนุนการแข่งขันและกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

ดำรงความหลากหลายทางชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน เป็นธรรม และมีการสร้างสรรค์คุณค่า สนับสนุนให้ชุมชนมีองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อคุ้มครองฐานทรัพยากร คุ้มครองสิทธิและส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากร ปรับแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักษาผลประโยชน์ของชาติจากข้อตกลงตามพันธกรณีระหว่างประเทศ

พัฒนาระบบบริหารจัดการประเทศให้เกิดธรรมาภิบาลภายใต้ระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มุ่งสร้างกลไกและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ทุกภาคี ควบคู่กับการเสริมสร้างความโปร่งใส สุจริต ยุติธรรม รับผิดชอบต่อสาธารณะ มีการกระจายอำนาจและกระบวนการที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สู่ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการใช้ทรัพยากร

วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลัก

เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงที่ประเทศไทยจะต้องปรับตัวในอนาคต และเพื่อก้าวไปสู่วิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศที่พึงปรารถนาในระยะยาว การพัฒนาประเทศ

ในระยะ 5 ปีของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 จึงได้กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของการพัฒนาไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้คู่คุณธรรม จริยธรรมอย่างต่อเนื่องที่ขับเคลื่อนด้วยการเชื่อมโยงบทบาทครอบครัว สถาบันศาสนาและสถาบันการศึกษา เสริมสร้างบริการสุขภาพอย่างสมดุลระหว่างการส่งเสริม การป้องกัน การรักษา และการฟื้นฟูสมรรถภาพ และสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชน เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เป็นรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และอนุรักษ์ ฟื้นฟู ใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นำไปสู่การพึ่งตนเองและลดปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ

เพื่อปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มคุณค่า (Value Creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตเพื่อทำให้มูลค่าการผลิตสูงขึ้น

เพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน (Safety Net) และระบบบริหารความเสี่ยงให้กับภาคการเงิน การคลัง พลังงาน ตลาดปัจจัยการผลิต ตลาดแรงงาน และการลงทุน

เพื่อสร้างระบบการแข่งขันด้านการค้าและการลงทุนให้เป็นธรรม และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศ รวมทั้งสร้างกลไกในการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ประชาชนในทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม

เพื่อเสริมสร้างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคู่กับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้เป็นฐานที่มั่นคงของการพัฒนาประเทศ และการดำรงชีวิตของคนไทยทั้งในรุ่นปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งสร้างกลไกในการรักษาผลประโยชน์ของชาติอย่างเป็นธรรมและอย่างยั่งยืน

เพื่อเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศสู่ภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน และขยายบทบาทขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควบคู่กับการเสริมสร้างกลไกและกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตยให้เกิดผลในทางปฏิบัติต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

เป้าหมาย

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ดังนี้

เป้าหมายการพัฒนาคุณภาพคน ให้คนไทยทุกคนได้รับการพัฒนาทั้งทางร่างกาย จิตใจ ความรู้ ความสามารถ ทักษะการประกอบอาชีพ และมีความมั่นคงในการดำรงชีวิต ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับตนเองที่จะนำไปสู่ความเข้มแข็งของครอบครัว ชุมชน และสังคมไทย โดยเพิ่มจำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของคนไทยเป็น 10 ปี พัฒนากำลังแรงงานระดับกลางที่มีคุณภาพเพิ่มเป็นร้อยละ 60 ของกำลังแรงงานทั้งหมด และเพิ่มสัดส่วนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาเป็น 10 คนต่อประชากร10,000 คน พร้อมทั้งลดปัญหาอาชญากรรมลงร้อยละ 10 และกำหนดให้อายุคาดหมายเฉลี่ยของคนไทยสูงขึ้นเป็น 80 ปี ควบคู่กับลดอัตราเพิ่มของการเจ็บป่วยด้วยโรคที่ป้องกันได้ใน 5 อันดับแรก คือ หัวใจ ความดันโลหิตสูง เบาหวาน หลอดเลือดสมอง และมะเร็ง นำไปสู่การเพิ่มผลิตภาพแรงงาน และลดรายจ่ายด้านสุขภาพของบุคคลลงในระยะยาว

เป้าหมายการพัฒนาชุมชนและแก้ปัญหาความยากจน พัฒนาให้ทุกชุมชนมีแผนชุมชนแบบมีส่วนร่วม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำแผนชุมชนไปใช้ประกอบการจัดสรรงบประมาณ ปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด และขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งทุน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และลดสัดส่วนผู้อยู่ใต้เส้นความยากจนลงเหลือร้อยละ 4 ภายในปี 2554

เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความสมดุลและยั่งยืนโดยให้สัดส่วนภาคเศรษฐกิจในประเทศต่อภาคการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75 ภายในปี 2554 สัดส่วนภาคการผลิตเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15 ภายในปี 2554 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยร้อยละ 3.0 – 3.5 ต่อปี สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไม่เกินร้อยละ 50 ความยืดหยุ่นการใช้พลังงานเฉลี่ยไม่เกิน 1 : 1 ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 8 รวมทั้งลดสัดส่วนการใช้พลังงานต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลดการใช้น้ำมันในภาคการขนส่งให้เหลือร้อยละ 30 ของการใช้พลังงานทั้งหมด รายได้ของกลุ่มที่มีรายได้สูงสุดร้อยละ 20 แรกมีสัดส่วนไม่เกิน 10 เท่าของรายได้ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ 20 ภายในปี 2554 และสัดส่วนผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

เป้าหมายการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม รักษาความอุดมสมบูรณ์ของฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพโดยให้มีพื้นที่ป่าไม้ไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 33 และต้องเป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 18 ของพื้นที่ประเทศ รักษาพื้นที่ทำการเกษตรในเขตชลประทานไว้ไม่น้อยกว่า 31,000,000 ไร่ และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับที่

เหมาะสมต่อการดำรงคุณภาพชีวิตที่ดีและไม่เป็นภัยคุกคามต่อระบบนิเวศ โดยรักษาคุณภาพน้ำในลุ่มน้ำต่าง ๆ และแหล่งน้ำธรรมชาติให้อยู่ในเกณฑ์พอใช้และดี รวมกันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85 คุณภาพอากาศอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน โดยเฉพาะฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM_{10}) ต้องมีค่าเฉลี่ย 24 ชั่วโมงไม่เกิน 120 มก./ลบ.ม. อัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่อประชากรลดลงร้อยละ 5 จากปี 2546คือไม่เกิน 3.5 ตัน/คน/ปี ควบคุมอัตราการผลิตขยะในเขตเมืองไม่ให้เกิน 1 กก./คน/วัน และของเสียอันตรายจากชุมชนและอุตสาหกรรมได้รับการจัดการอย่างถูกต้องร้อยละ 80 ของปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมด รวมทั้งให้มีระบบฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพที่สมบูรณ์ระดับประเทศ 1 ระบบ

เป้าหมายด้านธรรมาภิบาล มุ่งให้ธรรมาภิบาลของประเทศดีขึ้น มีคะแนนภาพลักษณ์ของความโปร่งใสอยู่ที่ 5.0 ภายในปี 2554 ระบบราชการมีขนาดที่เหมาะสม และมีการดำเนินงานที่คุ้มค่าเพิ่มขึ้น ลดกำลังคนภาคราชการให้ได้ร้อยละ 10 ภายในปี 2554 ธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจเอกชนเพิ่มขึ้น ท้องถิ่นมีขีดความสามารถในการจัดเก็บรายได้และมีอิสระในการพึ่งตนเองมากขึ้น และภาคประชาชนมีความเข้มแข็ง รู้สิทธิ หน้าที่ และมีส่วนร่วมมากขึ้นในการตัดสินใจและรับผิดชอบในการบริหารจัดการประเทศ รวมทั้งให้มีการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลในบริบทไทยเพิ่มขึ้นในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่ปรับเปลี่ยนเร็วและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่เหมาะสม โดยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างของระบบต่าง ๆ ภายในประเทศให้มีศักยภาพ แข่งขันได้ในกระแสโลกาภิวัตน์ และสร้างฐานความรู้ให้เป็นภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างรู้เท่าทัน ควบคู่ไปกับการกระจายการพัฒนาที่เป็นธรรม และเสริมสร้างความเท่าเทียมกันของกลุ่มคนในสังคม และความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้คงความสมบูรณ์เป็นรากฐานการพัฒนาที่มั่นคง และเป็นฐานการดำรงวิถีชีวิตของชุมชนและสังคมไทย ตลอดจนการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศทุกระดับ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน สามารถดำรงอยู่ในประชาคมโลก ได้อย่างมีเกียรติภูมิและมีศักดิ์ศรี โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ดังนี้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ให้ความสำคัญกับ

การพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ เกิดภูมิคุ้มกัน โดยพัฒนาจิตใจควบคู่กับการพัฒนาการเรียนรู้ของคนทุกกลุ่มทุกวัยตลอดชีวิต เริ่มตั้งแต่วัยเด็กให้มีความรู้พื้นฐาน

เข้มแข็ง มีทักษะชีวิต พัฒนาสมรรถนะ ทักษะของกำลังแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการ พร้อมก้าวสู่โลกของการทำงานและการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ สร้างและพัฒนากำลังคนที่เป็นเลิศ โดยเฉพาะในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต จัดการองค์ความรู้ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้สมัยใหม่ตั้งแต่ระดับชุมชนถึงประเทศ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

การเสริมสร้างสุขภาวะคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจ และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ เน้นการพัฒนาระบบสุขภาพอย่างครบวงจร มุ่งการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน การฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ เสริมสร้างคนไทยให้มีความมั่นคงทางอาหารและการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ลด ละ เลิกพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ

การเสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข มุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในสังคมบนฐานของความมีเหตุมีผล ดำรงชีวิตอย่างมั่นคงทั้งในระดับครอบครัวและชุมชน พัฒนาระบบการคุ้มครองทางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลายและครอบคลุมทั่วถึง สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ส่งเสริมการดำรงชีวิตที่มีความปลอดภัย น่าอยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรมในสังคม เสริมสร้างกระบวนการยุติธรรมแบบบูรณาการและการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังควบคู่กับการเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิทธิและหน้าที่ของพลเมืองและความตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง

ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ให้ความสำคัญกับ

การบริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง ด้วยการส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำในรูปแบบที่หลากหลาย และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของชุมชน มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นขั้นตอน มีเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกชุมชน มีกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในการนำไปสู่การพึ่งตนเอง รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลง

การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการและสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่ชุมชน ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

รวมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การตลาด และทักษะในการประกอบอาชีพ

การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูล ด้วยการส่งเสริมสิทธิชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวนอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา ใช้ประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ รวมทั้งการสร้างกลไกในการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับ

การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย โดยปรับโครงสร้างภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการที่ใช้กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเครือข่ายชุมชนบนรากฐานของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและมูลค่าสูง มีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาด รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ ตลอดจนการบริหารองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การปฏิรูปองค์กร การปรับปรุงกฎระเบียบ และพัฒนาระบบมาตรฐานในด้านต่างๆ รวมทั้งการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศให้สนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

การสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ โดยการบริหารเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้มั่นคงและสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิตโดยการระดมทุนไปสู่ภาคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ พัฒนารัฐวิสาหกิจให้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้การใช้ทรัพยากรเกิดประสิทธิภาพและสวัสดิการสูงสุดแก่ประเทศการส่งเสริมการออมอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นแหล่งระดมทุนและเป็นหลักประกันในชีวิตของประชาชน และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการพัฒนาแหล่งพลังงานทางเลือกเพื่อลดการพึ่งพิงการนำเข้าพลังงานและประหยัดเงินตราต่างประเทศ

การสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม โดยส่งเสริมการแข่งขันการประกอบธุรกิจในระบบอย่างเสรี เป็นธรรม และป้องกันการผูกขาด กระจายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไปสู่ภูมิภาคอย่างสมดุลและเป็นธรรม ให้ประชาชนเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง เพียงพอ และสอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่ เพิ่มประสิทธิภาพและความครอบคลุมของการให้บริการของระบบการเงินฐานรากให้สามารถ

สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการพัฒนาองค์กรการเงินชุมชนให้เข้มแข็ง รวมทั้งดำเนินนโยบายการคลังเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้ โดยกระจายอำนาจการจัดเก็บภาษี การจัดทำงบประมาณและการเบิกจ่าย และการก่อหนี้ภายใต้กรอบการรักษาวินัยทางการคลังสู่ท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับ

การรักษาฐานทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างองค์ความรู้ ส่งเสริมสิทธิชุมชนและการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร ตลอดจนพัฒนาระบบการจัดการร่วมเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดเขต และการจัดการเชิงพื้นที่ภายใต้การจัดทำข้อตกลงกับชุมชนท้องถิ่นในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติหลัก ได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ ทรัพยากรทะเลและชายฝั่ง ทรัพยากรแร่ รวมถึงการมีมาตรการหยุดใช้ทรัพยากรที่สำคัญที่ถูกทำลายสูงเป็นการชั่วคราว และการสร้างกลไกแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสันติวิธี รวมทั้งการพัฒนาระบบการจัดการและการป้องกันภัยพิบัติ

การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการปรับแบบแผนการผลิตและพฤติกรรมการบริโภคไปสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดนโยบายสาธารณะ และใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์ทั้งด้านการเงินและการคลัง รวมทั้งการสร้างตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อลดมลพิษและควบคุมกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต โดยผลักดันให้เกิดระบบประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ ระบบประเมินผลกระทบทางสังคมและสุขภาพในโครงการพัฒนาของรัฐ หรือที่รัฐอนุมัติให้เอกชนดำเนินการ ควบคู่กับการยกระดับขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมตลอดจนมีกลไกกำหนดจุดยืนต่อพันธกรณีและข้อตกลงระหว่างประเทศด้านสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางสำคัญ เริ่มจากการจัดการองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกัน การคุ้มครองทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพจากการคุกคามภายนอก โดยเฉพาะจากพันธกรณีระหว่างประเทศ สร้างระบบการคุ้มครองสิทธิชุมชน และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม ส่งเสริมการใช้ความหลากหลายทางชีวภาพในการสร้างความมั่นคงของภาคเศรษฐกิจ

ท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถและสร้างนวัตกรรมจากทรัพยากรชีวภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ มุ่งเสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคมอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับ

การเสริมสร้าง และพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมไทย โดยสร้างกระบวนการเรียนรู้ ปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยมวัฒนธรรมประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลแก่เยาวชน และประชาชนทุกระดับอย่างต่อเนื่องจริงจัง พร้อมทั้งพัฒนาภาวะความเป็นผู้นำประชาธิปไตยที่มีคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาล ในสังคมทุกระดับเพื่อให้เป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม ตลอดจนวางรากฐานกระบวนการประชาธิปไตยโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง และเพิ่มประสิทธิภาพกลไกและกระบวนการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐและการเมืองให้เข้มแข็งและเป็นอิสระมากขึ้น

เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้สามารถเข้าร่วมในการบริหารจัดการประเทศ โดยส่งเสริมให้ประชาชนรวมตัวและรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันให้เข้มแข็ง ส่งเสริมให้เข้าถึงกระบวนการยุติธรรมอย่างเท่าเทียม และร่วมในกระบวนการบริหารจัดการประเทศให้เกิดความเป็นธรรมและความโปร่งใสในการพัฒนาประเทศ เสริมสร้างความเข้มแข็ง และสร้างเครือข่ายการทำงานของกลไกตรวจสอบภาคประชาชน เพื่อติดตามตรวจสอบการใช้อำนาจของภาครัฐได้อย่างเข้มแข็งมีประสิทธิภาพ

สร้างภาคราชการที่มีประสิทธิภาพและมีธรรมาภิบาล เน้นการบริการแทนการกำกับควบคุม และทำงานร่วมกับหุ้นส่วนการพัฒนา เน้นการพัฒนาประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการปฏิบัติภารกิจด้วยการปรับบทบาทโครงสร้างและกลไกการบริหารจัดการภาครัฐและรัฐวิสาหกิจให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ลดการบังคับควบคุม คำนึงถึงความต้องการของประชาชนและทำงานร่วมกับหุ้นส่วนการพัฒนา เพิ่มบทบาทภาคเอกชนในกิจการของรัฐและรัฐวิสาหกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการสาธารณะ และลดภาระการลงทุนของภาครัฐ ตลอดจนพัฒนากลไกการกำกับดูแลที่เข้มแข็งเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม โปร่งใส โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศและคุ้มครองผู้ใช้บริการ โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการปลูกฝังจิตสำนึกข้าราชการให้เห็นความสำคัญและยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล และยึด/ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างเคร่งครัด

การกระจายอำนาจการบริหารจัดการประเทศสู่ภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยพัฒนาศักยภาพ และกระจายอำนาจการตัดสินใจให้ท้องถิ่นมีบทบาทสามารถรับผิดชอบในการบริหารจัดบริการสาธารณะ ตลอดจนแก้ไขปัญหาที่ตอบสนองความ

ต้องการของประชาชนในพื้นที่ และสามารถสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง

ส่งเสริมภาคธุรกิจเอกชนให้เกิดความเข้มแข็ง สุจริต และมีธรรมาภิบาล โดยมีมาตรการส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจเอกชนทั้งที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และธุรกิจเอกชนทั่วไปเป็น "บรรษัทภิบาล" เพิ่มมากขึ้น สร้างจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจอย่างซื่อสัตย์ยุติธรรมต่อผู้บริโภค และเป็นธรรมกับธุรกิจคู่แข่ง พร้อมทั้งยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม แบ่งบันผลประโยชน์คืนสู่สาธารณะ ตลอดจนสนับสนุนสถาบันวิชาชีพธุรกิจประเภทต่างๆ ให้มีบทบาทในการสร้างธรรมาภิบาลแก่ภาคธุรกิจมากขึ้น

การปฏิรูปกฎหมาย กฎระเบียบ และขั้นตอน กระบวนการเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อสร้างความสมดุลในการจัดสรรประโยชน์จากการพัฒนา ด้วยการเปิดโอกาสให้ภาคีและกลุ่มต่างๆ มีส่วนร่วมในการเสนอแนะและตรากฎหมายเพื่อประสานประโยชน์ของภาคส่วนต่างๆ ให้เสมอภาคและมีความสมดุล โดยการปฏิรูปกฎหมายเพื่อสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ ลดการใช้ดุลพินิจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งของกลไกการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการขนาดเล็กและผู้ประกอบการใหม่

การรักษาและเสริมสร้างความมั่นคงเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการประเทศสู่ดุลยภาพและความยั่งยืน โดยการพัฒนาศักยภาพ บทบาท และภารกิจของหน่วยงานด้านการป้องกันประเทศ ความมั่นคง และการรักษาความสงบเรียบร้อย ให้มีประสิทธิภาพมีความพร้อมในการป้องกันประเทศและตอบสนองต่อภัยคุกคามในทุกรูปแบบสถานการณ์ได้ฉับไว พร้อมทั้งผนึกพลังร่วมกับภาคส่วนต่างๆ ดำเนินการป้องกันและพัฒนาประเทศให้สามารถพิทักษ์รักษาเอกราช สถาบันพระมหากษัตริย์ ผลประโยชน์ของชาติ และการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รวมทั้งสามารถสร้างความมั่นคงของประชาชนและสังคมให้มีความอยู่รอดปลอดภัยโดยยึดหลักธรรมาภิบาลในทุกระดับ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคีพัฒนาจากทุกภาคส่วน เพื่อสามารถผนึกพลังความร่วมมือตามบทบาทความรับผิดชอบ ร่วมกันขับเคลื่อนโดยนำเอาแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ของแผนมาแปลงไปสู่แผนปฏิบัติการในระดับต่างๆ ที่สามารถนำไปขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่ไปกับการปรับระบบการจัดสรรทรัพยากรและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ รวมทั้งสร้างองค์

ความรู้เพื่อหนุนเสริมการขับเคลื่อนให้สัมฤทธิ์ผล และมีการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบ โดยมีแนวทางสำคัญ ดังนี้

เสริมสร้างบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนา จัดทำแผนปฏิบัติการในระดับต่างๆ ที่บูรณาการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10ภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ความสำคัญกับการจัดแบ่งบทบาทหลักที่ชัดเจนของภาคีพัฒนาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสถาบันต่างๆ รวมถึงภาคชุมชนเพื่อสามารถดำเนินภารกิจร่วมมือสนับสนุนซึ่งกันและกันได้ ควบคู่ไปกับการสร้างความรู้ ความเข้าใจในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการประยุกต์ใช้ให้กับภาคีพัฒนาทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง เพื่อมีส่วนร่วมขับเคลื่อนและจัดทำแผนปฏิบัติการระดับต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 โดยภาครัฐจัดทำและขับเคลื่อนแผนบริหารราชการแผ่นดิน และแผนปฏิบัติการในรูปแบบต่างๆ ที่ยึดโยงกับมิติของงานตามภารกิจ มิติของพื้นที่ และมิติตามวาระงานพิเศษ และใช้กลไกกระบวนการชุมชนสร้างการบูรณาการกับแผนท้องถิ่น แผนจังหวัด/กลุ่มจังหวัด และภาคไปจนถึงแผนระดับชาติ ตลอดจนให้มีกลไกที่ปรึกษาภาคประชาชนเพื่อร่วมขับเคลื่อนในระดับพื้นที่

กำหนดแนวทางการลงทุนที่สำคัญตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 เพื่อภาคีพัฒนาสามารถนำไปขับเคลื่อนภายใต้บทบาทภารกิจของตน และสร้างการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ โดยมีแนวทางการลงทุนภายใต้การพัฒนาคนและสังคม รวมทั้งความเข้มแข็งของชุมชน เน้นการพัฒนาระบบสุขภาพครบวงจร การเรียนรู้ตลอดชีวิต การพัฒนาคุณภาพการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาศักยภาพชุมชนอย่างต่อเนื่อง การสร้างหลักประกันสังคมให้ผู้อยู่ในเศรษฐกิจนอกระบบ การแก้ปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ ภายใต้การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ จะให้ความสำคัญกับการปฏิรูประบบการออม การรวมกลุ่ม การปฏิรูประบบนวัตกรรม การลดต้นทุนการขนส่ง และโลจิสติกส์ การลงทุนเพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานที่สมดุลเป็นธรรม และสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน

ภายใต้การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรสิ่งแวดล้อมจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์ การพัฒนาแหล่งน้ำ การควบคุมและบรรเทาอุทกภัย การลงทุนในการสร้าง ขยาย และปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย และกำจัดขยะมูลฝอย การใช้เทคโนโลยีสะอาดการปรับเปลี่ยนมาใช้เครื่องยนต์และพลังงานที่สะอาด การสร้างระบบจัดการฐานข้อมูลและสร้างศูนย์ข้อมูลระดับชาติด้านทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพ ภายใต้การเสริมสร้าง ธรรมาภิบาลจะให้ความสำคัญกับการรณรงค์ปลูกจิตสำนึกธรรมาภิบาล ค่านิยมวัฒนธรรม ประชาธิปไตย วัฒนธรรมสันติวิธีแก่ประชาชนทุกระดับ ทุกภาคส่วน และทุกสถาบัน การเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนได้เข้าร่วมคิด

ตัดสินใจ ดำเนินการ รับผิดชอบ และร่วมตรวจสอบในกระบวนการบริหารจัดการประเทศ และสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตย และวัฒนธรรมธรรมาภิบาล

เร่งปรับปรุงและพัฒนากฎหมายเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ภายใต้กรอบการปรับปรุงกฎหมายที่เอื้อต่อการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของประเทศ การแก้ไขปัญหาความยากจน การป้องกันการทุจริต การกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง ตลอดจนการมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์ และเร่งรัดการพัฒนาบุคลากรทางกฎหมายให้มีความรู้ความสามารถทันต่อความจำเป็นของทางราชการและการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยมีกฎหมาย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรฯ และการบริหารจัดการที่ต้องเร่งผลักดันการออกกฎหมาย การปรับปรุงแก้ไข และการประกาศใช้ รวมทั้งการยกร่างขึ้นใหม่

ศึกษาวิจัยสร้างองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้เพื่อหนุนเสริมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สู่การปฏิบัติ โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยสร้างองค์ความรู้ที่จะช่วยสร้างกระบวนการเรียนรู้และการเผยแพร่ขยายผลให้เกิดประโยชน์ทั้งในระดับการปฏิบัติและระดับนโยบายได้ต่อไป โดยมีประเด็นสาระงานวิจัยหลักๆ ตามประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

สนับสนุนการพัฒนาระบบฐานข้อมูลในทุกระดับและการเชื่อมโยงโครงข่ายข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานกลางระดับนโยบาย ตลอดจนระดับพื้นที่และท้องถิ่น โดยสนับสนุนให้หน่วยงานระดับนโยบายด้านข้อมูลพัฒนาระบบข้อมูล ฐานข้อมูล และระบบบริหารจัดการสถิติเพื่อการวางแผนให้ตอบสนองต่อการพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ส่งเสริมการพัฒนาข้อมูลเพื่อการเฝ้าระวังและบ่งชี้ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เศรษฐกิจ สังคมของประเทศและระดับโลก ติดตามตรวจสอบการดำเนินนโยบาย และสนับสนุนการสร้างเครือข่ายข้อมูลร่วมกันเพื่อการวางแผนและติดตามประเมินผลในระดับจังหวัด ท้องถิ่นและชุมชน ส่งเสริมการเชื่อมโยงโครงข่ายข้อมูลระดับจังหวัด ท้องถิ่น และชุมชนเข้ากับส่วนกลางให้เป็นระบบที่เข้าถึงได้ง่าย และใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

7 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาระสำคัญของแผนการตลาดการท่องเที่ยว ประจำปี 2551

แผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ประจำปี 2551 ได้ดำเนินการภายใต้กรอบนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัดเจน ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศสูง แต่ก็เป็นอุตสาหกรรมที่อ่อนไหวส่งผลกระทบจากเหตุการณ์การณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งหากเป็นการเกิดวิกฤตการณ์ เช่น สถานการณ์ภาคใต้ สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยที่ไม่มีความเสถียร โรคระบาดต่าง ๆ ได้ส่งผลกระทบให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบทำให้แนวโน้มการท่องเที่ยวประเทศไทยต้องปรับเป้าหมายลง เนื่องจากที่ผ่านมานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมักจะมีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะปานกลาง กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 – 2551 เพื่อเตรียมการรองรับให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามารถปรับตัวและเผชิญกับปัญหาที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะยาว

7.1 กรอบนโยบายรัฐบาล ซึ่งต้อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ

7.2 กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. ซึ่งได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทของการท่องเที่ยว เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ ความเข้มแข็งของ Brand และเอกลักษณ์ของประเทศไทยและจะต้องสร้างสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม ภายใต้จิตสำนึกของการรักษาสิ่งแวดล้อมและความภูมิใจในชาติ

7.3 กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี (2550-2554) ของ ททท. คือมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

โดยผนวกแนวคิดดังกล่าวร่วมกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว ที่เริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า ต้องการที่จะได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่เกิดการเรียนรู้จากการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะวิถีชีวิตของท้องถิ่น ขณะเดียวกันสถานการณ์โลกทุกวันนี้ กำลังประสบปัญหาภาวะโลกร้อน นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มหันมาสนใจในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต้องการที่จะสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ให้ความสำคัญกับสุขภาพ และความสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน ราคาจึงมิใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกเดินทางอีกต่อไป ลักษณะการเดินทางจึงเป็นอย่างยืดหยุ่น มีความเป็นส่วนตัวภายในกลุ่ม

ของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกของสื่ออิเลคทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทในธุรกิจการเดินทางและการท่องเที่ยวสูงขึ้นตามลำดับ

ประกอบกับความพร้อมด้านสินค้าและบริการของคนไทย ซึ่งประเทศไทยมีภาพลักษณ์เชิงบกในเวทีโลก มีความพร้อมที่จะแข่งขันได้สูงขึ้น โดยประเทศไทยติดอันดับ 1 ในประเภท "แหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าเงิน" (Value for Money) จากการสำรวจของ Future Brand ซึ่งเป็นหน่วยงานมาตรฐานแห่งหนึ่งในการสำรวจความนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ของประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งติดอันดับ 1 ใน 10 (Top Ten) ทั้งภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล บันเทิงและอาหาร การมีฐานรากทางวัฒนธรรมที่แท้และดั้งเดิม รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและการจับจ่ายสินค้า นอกจากนั้นยังได้รับรางวัลดีเด่นประเภทต่าง ๆ จากแหล่งรางวัลทั่วโลกที่หลากหลาย ซึ่งเป็นข้อยืนยันถึงความพร้อมของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวไทย

เป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด

ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลาย ให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและประทับใจ

เป้าหมายทางการตลาด

1) ตลาดต่างประเทศ สร้างรายได้จำนวน 600,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10

2) ตลาดในประเทศ สร้างเงินตราหมุนเวียนภายในประเทศรายได้จำนวน 385,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2

กลุ่มเป้าหมาย

ตลาดต่างประเทศ เน้นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคหลัก ๆ เช่น ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และตะวันออกกลางเป็นหลัก โดยดำเนินการรักษามาตรฐานกลุ่มตลาดเดิมประมาณ 18 ตลาด และดำเนินการตลาดเชิงรุกกลุ่มตลาดใหม่ (Emerging Markets) คือ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย รัสเซีย และกลุ่มประเทศCommonwealth of Independent State (CIS) กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก ตะวันออกกลาง (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดิอารเบีย) ซึ่งแม้ว่าตลาดเหล่านี้จะยังมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย ในสัดส่วนฐานตลาดขนาดเล็ก แต่มีศักยภาพและแนวโน้มการเติบโตสูงมาก

สินค้าทางการท่องเที่ยว

เพื่อสนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งให้กับ Brand "Amazing Thailand" ที่ ททท. ต้องการจะตอกย้ำและสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง การนำเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวสู่ตลาดโลกในปีนี้ จึงนำเสนอในลักษณะรวมกลุ่มของสินค้า และสร้าง Themeให้กับแต่ละกลุ่ม เพื่อสื่อถึงประสบการณ์ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ และเกิดความ "Amazing" ต่อ

ประเทศไทย รวมทั้งเอกลักษณ์ของสินค้าที่มีอย่างหลากหลาย โดย ททท. จะนำเสนอจุดแข็งของสินค้าประเทศไทยเป็น 7 กลุ่มหรือ 7 แนวทางที่จะสร้างความสุขให้กับนักท่องเที่ยวในปี 2551

7 Amazing Wonders : 7แนวทางสร้างความสุข

1) วิถีไทย "หัวใจแผ่นดิน" (The World's Friendliness Culture) สื่อถึงความเป็นตัวตนของคนไทย วิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้า ที่มีความเรียบง่าย สงบ เป็นเสน่ห์ของไทย และทำให้ประเทศไทยมีความต่างที่เหนือชั้นกว่าคู่แข่งอื่น ๆ กลุ่มของสินค้าที่ ททท. จะนำเสนอเพื่อสะท้อนแนวความคิด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาหารไทย เทศกาลประเพณี และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตต่าง ๆ เช่น รำไทย มวยไทย แกะสลักผลไม้ ผลไม้ เกษตรกรรมดำนา เทศกาลลอยกระทง เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลร่มบ่อสร้าง และงานเทศกาลแข่งเรือยาว เป็นต้น

2) มรดกแห่งแผ่นดิน (Land of Heritage and History) นำเสนอกลุ่มสินค้าด้านวัฒนธรรมไทย ที่สร้างความภูมิใจในความเป็นชาติและพร้อมที่จะอวดสู่สายตาชาวโลก กลุ่มสินค้าเหล่านี้ ได้แก่ สถานที่ซึ่งเป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง วัดพระธาตุพนม เป็นต้น

3) หลากหลายอาหารทะเล (Sun Surf and Serenity) ความแตกต่างที่หลากหลายของทะเลไทยสามารถสร้างความสุข และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ เช่น พัทยา หัวหิน ภูเก็ต กระบี่ สมุย

4) ชีวิตร่วมสมัย ความสุขใจที่แตกต่าง (Your Senses with Unique Trends) นำเสนอกลุ่มสินค้าบริการที่สอดคล้องตามกระแสนิยม ซึ่งเป็นจุดขายด้วยรูปแบบที่ทันสมัย แปลกตาในแนว Chic, Hip, Modern ทั้งร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง บูติคโฮเต็ล

5) รักษ์ ห่วงใย ใส่ใจธรรมชาติ (The Beauty of Natural Wonders) สร้างความตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมด้วยรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Green Tourism) การท่องเที่ยวแบบประหยัดพลังงาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวยอมรับประเทศไทยฐานะผู้ที่ห่วงใยธรรมชาติ และเกิดความเข้าใจคุณค่าของการเป็นผู้ห่วงใยสิ่งแวดล้อม เช่น ดำน้ำเก็บขยะ ปลูกปะการังใต้น้ำ ผจญภัยหัวใจสีเขียว เยาวชนรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม กิจกรรมจักรยานเสือภูเขานานาชาติ

6) สุขภาพนิยม (The Beauty of Wellness and Wellbeing) ให้ความสำคัญต่อสุขภาพทั้งกายและใจ เช่น สปา สมาธิ บริการทางการแพทย์และเสริมความงามที่ทันสมัย

7) เทศกาลความสุข สีสันหรรษา (The Land of Year Round Festivities) กิจกรรมท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับความสนุกสนาน รื่นเริง และความบันเทิง โดยนำเอางานเทศกาลระดับโลกและระดับนานาชาติต่าง ๆ เป็นปัจจัยดึงดูดความสนใจเชิญชวนนักท่องเที่ยว และ

สื่อมวลชนต่างชาติ เช่น กอล์ฟจอห์นนี่ วอล์คเกอร์ คลาสสิค, กอล์ฟรอยัล โทรฟี่, การแข่งขันเรือใบภูเก็ต รีกัตต้า, Pattaya Music Festival เป็นต้น

กลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศ

เน้น "การส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ มุ่งเน้นรายได้มากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว" โดยประยุกต์ใช้สื่ออิเลคทรอนิคส์ร่วมสมัยในการทำตลาด E-Marketing ควบคู่ไปกับการทำตลาดในลักษณะดั้งเดิม (Traditional) ในการสร้างการรับรู้ประเทศไทยขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ และรักษามาตรฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมผ่านเครือข่ายพันธมิตรที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิม ในลักษณะของการบอกต่อกันในกลุ่มครอบครัวและเพื่อน (World of Mouth)การเสนอรายการท่องเที่ยวหรือข้อเสนอพิเศษ เสนอขายผ่านร้านอาหาร สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ รวมถึงการเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว Travel Trade Show ที่จัดขึ้นในประเทศต่าง ๆ และเดินทางไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดการขายทางการท่องเที่ยว (Road Show) ด้วย โยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1) สร้าง Brand "ประเทศไทย" ให้เป็นที่รู้จักและจดจำ
2) เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน
3) ขยายตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ
4) รักษาส่วนแบ่งทางการตลาด และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ

การสร้างแบรนด์ "ประเทศไทย" ให้เป็นที่รู้จักและจดจำ

เพื่อตอกย้ำแบรนด์ "ประเทศไทย" ต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นทางเลือกแรกในการวางแผนการเดินทาง และเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ททท. จึงมีแผนดำเนินการ 3 ประการ คือ จะสร้างความชัดเจนในการสื่อสารการตลาดให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต่าง ๆ มองภาพลักษณ์ประเทศไทยไปในทิศทางเดียวกันซึ่งภาพลักษณ์ที่ต้องการจะสื่อไปยังตลาด ก็คือ "Amazing Thailand" ซึ่งขณะนี้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของตลาด

ขณะเดียวกัน ททท. จะตอกย้ำภาพลักษณ์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ให้เกิดการรับรู้และจดจำโดยจะขยายการประชาสัมพันธ์แบรนด์ "Amazing Thailand" ให้กว้างขวางเท่าที่จะทำได้ในพื้นที่ตลาดต่าง ๆ ในสื่อที่หลากหลาย การนำเสนอจุดแข็งของสินค้า ททท. คัดเลือกไปเสนอขายก็จะสอดคล้องและสนับสนุนแบรนด์ คือ ต้องมีความ "Amazing" อย่างแท้จริง และจะนำเสนอสินค้าที่เป็นจุดแข็งของแบรนด์ ซึ่งก็คือ 7 Amazing Wonders เพื่อช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แบรนด์ประเทศไทย โดยมีกิจกรรมการดำเนินการ เช่น

1) ขยายผลแนวคิด Amazing Thailand โดยการจัดทำสารคดีสั้นเผยแพร่ประเทศไทยผ่านทางโทรทัศน์เครือข่ายต่างประเทศไปทั่วโลก เช่น CNN BNN Discovery AXN ESPN EURO SPOT

2) สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าท้องเที่ยว โดยการจัดเชิญสื่อมวลชนทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุและนิตยสารชั้นนำของต่างประเทศมาทัศนศึกษาสินค้า "7 Amazing Wonders" ซึ่งเป็นจุดแข็งของแบรนด์สินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว

3) สร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อประเทศไทย ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั่วโลก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์, วิทยุ, สื่ออิเลคทรอนิคส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โฆษณาในนิตยสารชั้นนำที่ครอบคลุมตลาดเอเชียแปซิฟิก ยุโรปและอเมริกา โดยเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านทั่วไป กลุ่มนักธุรกิจ (Business/High End) กลุ่มความสนใจเฉพาะ (Niche) และกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว (Travel Trade) เป็นต้น

4) โครงการ Tai Gua An Mei Xing (Amazing Thailand) ในตลาดจีน เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวจีน ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นทั่วไปใน 4 มหานคร และ 8 เมืองหลักพร้อมโฆษณาในนิตยสารประเภท High End และสื่อกลางแจ้ง เช่น Billboard และ Bus Side Ad. นอกจากนี้ยังร่วมงานแสดงสินค้าและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อประชาสัมพันธ์สู่นักท่องเที่ยวโดยตรง

การเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

ประยุกต์ใช้สื่ออิเลคทรอนิคส์ร่วมสมัยในการทำตลาด (E-Marketing) เข้าสู่กลุ่มผู้บริโภค เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน

เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ร่วมสมัยที่หลากหลายในการเข้าถึงข้อมูลทำการจอง รวมทั้งซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ระบบอินเตอร์เน็ต ระบบโทรศัพท์มือถือ ระบบ Barcode ในการซื้อสินค้า ดังนั้น ททท. จึงจะเน้นการทำตลาดในรูปแบบของ E-Marketing โดยอาศัยสื่อเหล่านี้ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เช่น โครงการ Surprising Barcode ในตลาดญี่ปุ่น, สำหรับตลาดอเมริกา ททท.จะใช้สื่อในการขยายฐานตลาดให้มากขึ้น โดยการสร้างข้อความโฆษณา (Banner) ประเทศไทย ให้ไปปรากฏในหน้าเวบไซต์ของประเทศคู่แข่งขัน นอกเหนือจากการเสนอขายประเทศไทยในหน้าเวบไซต์ยอดนิยมในตลาด เช่น www.Travelocity.com , www.Expedia.com , www.Asianow.com

นอกจากนี้ใช้ระบบ Online ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวแล้ว ททท. ยังจะใช้สื่อนี้เป็นช่องทางในการอบรมให้ความรู้ รวมถึงการ Update ข้อมูลสินค้าทางการท่องเที่ยวของไทย ให้แก่บริษัทนำเที่ยวและสายการบินนานาชาติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการขาย เช่น โครงการ

Amazing Thailand Training Online" ในตลาดออสเตรเลีย "โครงการ Thailand Specialist Program" และ "โครงการ สัมมนาเหมือนจริง (Virtual Online Travel Seminar)" ในตลาดอเมริกา

การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว Travel Trade Show และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Road Show ไปประเทศต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการขายให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน

ในปีหน้า จะมีงานส่งเสริมการขายทาการท่องเที่ยว Travel Trade Show ยิ่งใหญ่หลายงานที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ/ผู้จัดงาน ได้แก่ ASEAN Tourism Forum (ATF) วันที่ 18-22 มกราคม 2551, Pacific Asia Travel Association (PATA) CEO Challenge ระหว่างวันที่ 29 - 30 เมษายน 2551 และ Thailand Travel Mart (TTM) ระหว่างวันที่ 5-8 มิถุนายน 2551 นอกเหนือจากงาน Travel Trade Show ระดับโลก จำนวน 14 งาน เช่น World Travel Market (WTM) Internationale Tourismus Borse (ITB) ณ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี,Japan Association of Travel Agents (JATA) World Travel Fair ณ ประเทศญี่ปุ่น ฯลฯ ซึ่ง ททท. และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนของประเทศไทยเข้าร่วมเป็นประจำทุกปี รวมทั้งสิ้น 80 งาน

รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Road Show ไปสู่ตลาดเก่า และตลาดใหม่ โดยเฉพาะตลาดที่ ททท.เพิ่งเปิดสำนักงาน ททท.ในต่างประเทศขึ้นใหม่ ไม่ว่าจะเป็น เวียดนาม ตะวันออกกลาง รัสเซียและกลุ่มประเทศ Commonwealth of Independent States (CIS) และยุโรปตะวันออก เพื่อเป็นการเปิดตัวสินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้นในตลาดดังกล่าว

การขยายตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ

เน้นการขยายตลาดระดับบน เช่น กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มสูงอายุ ฯลฯ เพื่อยกระดับประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการขายในแต่ละกลุ่มตลาด เช่น

1) โครงการเที่ยวเมืองไทย ก่อนไปโอลิมปิค เจาะกลุ่มตลาดระดับบนที่ถือบัตรวีซ่าแพลทินัม โดยจัดรายการชิงรางวัล บัตรชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิค แก่ผู้โชคดีที่ใช้จ่ายผ่านบัตรวีซ่าที่ประเทศไทยและในทางกลับกัน จะมีการชิงรางวัลมาประเทศไทย สำหรับผู้ที่ซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิค ผ่านบัตรวีซ่า ในประเทศต่าง ๆ เช่นเดียวกัน

2) การจัด Golf Tournament ระดับภูมิภาค อาทิ โครงการ Philip Astro Master Grand Final สำหรับตลาดอาเซียน (มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน อินโดนีเซีย) โครงการ East Asia Golf Mart and Tournament เพื่อชิงถ้วยรางวัลภูมิภาคเอเชียตะวันออก โดยการจัดการแข่งขันที่สนาม

กอล์ฟชั้นนำในแหล่งท่องเที่ยวหลัก และจะใช้โอกาสนี้จัดงานส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว Regional Golf Travel Mart ต่อเนื่อง เพื่อขยายผลให้ตลาดกอล์ฟแข็งแกร่งมากขึ้น

3) โครงการ Thailand Long stay for Senior Citizen โดยร่วมกับสื่อมวลชน และบริษัทนำเที่ยวเสนอขายรายการนำเที่ยวพิเศษแก่ตลาดผู้สูงอายุในญี่ปุ่น

4) โครงการ Amazing Hua – Hin – Pranburi เป็นการจัดเที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Charter Flight) ดึงกลุ่ม ครอบครัวไต้หวัน บินตรงเข้ามาพักผ่อนที่หัวหิน – ปราณบุรี

การรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ

การสร้างเครือข่ายความผูกพันกับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นสื่อในการขยายฐานตลาด

การสร้างเครือข่ายคามสัมพันธ์กับฐานตลาดนักท่องเที่ยวเดิม หรือนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนประเทศไทยแล้ว เพื่อให้เกิดการบอกเล่าจากปากต่อปาก เป็นช่องทางการขยายฐานการตลาดด้วยสื่อบุคคลในอีกรูปแบบหนึ่งที่ ททท. จะริเริ่มจัดทำในปีหน้า โดยที่ผ่านมาประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำมากถึงร้อยละ 60 อาทิ โครงการ Thailand Fan Club :Amazing Thailand Through the Lens ซึ่งเป็นขยายผลจากลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมถ่ายรูปส่งประกวด ไปจนถึงการจัดทำ Web Blog ให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยวในไทยภายในกลุ่มคนรักประเทศไทย หรือ โครงการ Consumer Test Drive ในตลาดอังกฤษ ซึ่งคัดเลือกนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ทดลองเดินทางมาไทย และให้เขียนประสบการณ์ความประทับใจผ่านระบบเวบไซต์ สำนักงาน ททท. ลอนดอน

การเชิญผู้ที่มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นสื่อในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยเพื่อรักษาฐานตลาด ททท. จะเชิญ Celebrity ที่มีชื่อเสียงโด่งดังทั้งที่เป็นดารา นักร้อง นักแสดง พิธีกร เกมโชว์ต่าง ๆ นักกีฬาให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ทำกิจกรรมในประเทศไทย และถ่ายทอดบรรยากาศกลับไปยังประเทศต่าง ๆ เหล่านั้น ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง ทั้งยังเป็นการสร้างกระแสให้กลุ่ม Fan Club เดินทางตามรอย Celebrity ดังกล่าว เช่น โครงการ Amazing Thailand Shooting ในตลาดอินเดีย โครงการ Celebrity Tourism Ambassador ในตลาดเกาหลี ฯลฯ

นอกจากนี้ ในส่วนของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสื่อมวลชนและบริษัทนำเที่ยว ททท. จะจัดเชิญสื่อมวลชนและผู้แทนบริษัทนำเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ เดินทางมาประเทศไทยในช่วงเดียวกัน (Mega Familiazation Trip) เพื่อขยายการรับรู้และสร้างความเข้าใจต่อสถานการณ์ประเทศไทยจำนวนไม่ต่ำกว่า 1,000 คน ในช่วงเดียวกับการจัดงาน Thailand Travel Mart (TTM) ซึ่งจัดโดย ททท. ในเดือนมิถุนายน 2551 ที่กรุงเทพฯ ด้วย

การสร้างการรับรู้ประเทศไทย ผ่านเครือข่ายพันธมิตร โดยใช้รางวัลการเดินทางเป็นปัจจัยสนับสนุน เพื่อรักษาฐานตลาดท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure)

1) โครงการร่วมกับสายการบิน อาทิ โครงการ "Beijing + Bangkok, Double Your Holiday Pleasure" โดยร่วมกับสายการบินไทย และสายการบินไชน่า แอร์ไลน์ จัดทำรายการท่องเที่ยวพิเศษเสนอขายประเทศไทยในช่วงก่อนและหลังโอลิมปิค 2008 เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะตลาดยุโรป และอเมริกา ให้เดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างไทยกับจีน ในลักษณะ Triangle Fare

2) โครงการร่วมกับร้านอาหารไทย เช่น โครงการ Amazing Taste of Thailand ในยุโรป โครงการ See you in Thailand ในอเมริกา รวมถึงร้านอาหาร Fast Food ชื่อดัง เช่น Mcdonald ในตลาดอินเดีย และสิงคโปร์ โดย ททท.จะโฆษณาประเทศไทยและแจกเอกสารข้อมูลท่องเที่ยวในร้านดังกล่าว พร้อมทั้งจัดกิจกรรมชิงรางวัลรายการนำเที่ยวพิเศษ นำผู้โชคดีเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจของตลาด

กลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภคตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการน้อมรับหลักปรัชญาหลักเศรษฐกิจพอเพียง การดำเนินงานด้านการตลาดนักท่องเที่ยวประเทศ ในปี 2551 จึงให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุล ทั้ง 2 มิติ คือ มิติทางสังคม โดยจะเน้นการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี รวมทั้งส่งเสริมให้หารท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้สำหรับคนไทย เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ความรักและหวงแหนในทรัพยากรของชาติ และมิติทางเศรษฐกิจ โดยกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ หมุนเวียนทางระบบเศรษฐกิจไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1) รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว
2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้
3) สร้างกระแสให้การท่องเที่ยว "ไทยเที่ยวไทย" เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต
4) สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่
5) ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงในภูมิภาคและระหว่างภูมิภาค

รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว

โดยรณรงค์ให้ "คนไทย" ตระหนักใน 2 บทบาทสำคัญของตนที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือ บทบาทของ "เจ้าของบ้านที่ดี" ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนด้วยอัธยาศัยไมตรีดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยสวยงามในท้องถิ่นของตน และขณะเดียวกันก็เป็น

"นักท่องเที่ยวคุณภาพที่ดี" ในยามที่เดินทางไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่าง ๆ มุ่งเน้นรณรงค์ให้เกิดจิตสำนึกการเป็น "เจ้าบ้านที่ดี" โดย ททท. ได้วางแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

1) รณรงค์ภายใต้แคมเปญ "เก็บเมืองไทยให้สวยงาม" การดำเนินการในมิติทางสังคมนั้น ททท. จะรณรงค์ต่อเนื่องจากปี 2550 ให้คนไทยเกิดจิตสำนึกช่วยกันดูแลแหล่งท่องเที่ยวไทยให้คงความสวยงามและร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดี ภายใต้แคมเปญ "เก็บเมืองไทยให้สวยงาม" ซึ่งจะรณรงค์ผ่านสื่อที่เข้าถึงในวงกว้าง อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์

2) โครงการประกวดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ททท. ได้จัดโครงการครั้งแรกในปี 2539 และจัดเป็นประจำทุก ๆ 2 ปี เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก และมีการบริการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งถือเป็นมาตรการเชิงบวก ที่ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพและเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน

3) การจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ เช่น จัด "ค่ายเยาวชน รู้รักษ์แหล่งท่องเที่ยว" เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจทางด้านการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีและเหมาะสม โดยคัดเลือกเยาวชนจาก 4 ภูมิภาคเข้าร่วมกิจกรรมซึ่งจะเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาคอีกทางหนึ่งด้วย

ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติการเรียนรู้

1) โครงการ Royal Initiative Discovery เพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีการเรียนรู้มีความเข้าใจ หวงแหนทรัพยากรและมรดกของชาติ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นสื่อ อาทิ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการพระราชดำริและโครงการในพระอุปถัมภ์ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องภายใต้โครงการ "เปิดทองหลังพระ (Royal Initiative Discovery): ท่องเที่ยวสืบสานโครงการพระราชดำริ"

2) จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชน เพื่อให้เยาวชนได้รับความรู้นอกเหนือไปจากการเรียนในห้องเรียน อาทิ โครงการ "ค่ายคนรุ่นใหม่ใส่ใจการท่องเที่ยว" ในลักษณะการเรียนรู้ที่สนุกสนาน (Active Learning) และโครงการเยาวชนท่องเที่ยวห้องเรียนสีเขียวในลักษณะ "การเล่นและการเรียน" (Play and Learn) รวมทั้งเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย

สร้างกระแสให้การท่องเที่ยว "ไทยเที่ยวไทย" เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

นำเสนอการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำคัญที่ช่วยเติมเต็มความรู้สึกของคนไทยให้รู้สึกผ่อนคลายและเบิกบาน โดยสร้างกระแสให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยว ภายใต้แคมเปญ "เที่ยวไทยให้สนุก....เติมความสุขให้ชีวิต" ซึ่งจะโฆษณาประชาสัมพันธ์สื่อที่เข้าถึงในวงกว้าง เช่น สื่อโทรทัศน์

วิทยุ ป้ายขนาดใหญ่ รถไฟใต้ดิน และกระต้นการเดินทางด้วย "อะเมซิ่งคูปองเงินสด ลดทั่วไทย" ซึ่งเป็นคูปองที่สามารถใช้แทนเงินสดเพื่อรับส่วนลดจากผู้ประกอบการทั่วเมืองไทยกว่า 500 ราย และ "One Night One Price" โดยจะเสนอขายห้องพักในราคาเดียว ในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก

นอกจากนั้น ททท. จะยังสานต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล เพื่อกระตุ้นให้คนไทยออกเดินทางในช่วงวันธรรมดา และช่วง Green Season เช่น โครงการเที่ยวสนุกสุขหรรษา วันธรรมดาน่าเที่ยว และจัดงานส่งเสริมการขาย "MICE" (Meeting Incentive Convention and Exhibition) In Green" ตลอดจนจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ภายใต้โครงการ "บัตรผู้สูงวัยเที่ยวสุขใจกับ ททท."

พร้อมกันนี้ ททท.จะยังสานต่อการจัด "งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย" ระหว่างวันที่ 5-8 มิถุนายน 2551 เป็นงานส่งเสริมการขายในลักษณะ Consumer Fair เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรม ประเพณี ของแต่ละท้องถิ่น

การสร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่

เพื่อขยายการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่ซึ่งมีเอกลักษณ์จุดขายที่ต่างกับ ททท. จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้กับพื้นที่ ด้วยการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อโทรทัศน์ และการจัดทำบทความ / สารคดีท่องเที่ยว ในนิตยสารชั้นนำ รวมถึงประชาสัมพันธ์ งานเทศกาลประเพณีระดับท้องถิ่น เพื่อช่วยตอกย้ำภาพลักษณ์ของพื้นที่ให้มากขึ้น

ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงในภูมิภาคและระหว่างภูมิภาค

การเดินทางไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายแลกเปลี่ยนเจรจาธุรกิจท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาค เช่น โครงการส่งเสริมกลุ่มตลาดนักกอล์ฟคนไทย (Amazing Golf Green Fee) โครงการ Amazing I-San Travel Mart, โครงการจัดทำคู่มือเดินทางท่องเที่ยวทางรถยนต์ และจัดคาราวานท่องเที่ยวทางรถยนต์ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้หมุนเวียนทางเศรษฐกิจในระดับฐานรากไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ

กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 – 2554

1) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำ ไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6) มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้ หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

7) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8) ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

นโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ดร.สุวิทย์ ยอดมณี)

ในงานแถลงแผลการตลาดการท่องเที่ยวดังกล่าว รมว.กก. (ดร.สุวิทย์ ยอดมณี) ได้ให้นโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี 2551 ดังนี้

1) ส่งเสริม "การท่องเที่ยววิถีไทย ต้ายภัยโลกร้อน" ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2) ส่งเสริมโครงการ "เปิดทองหลังพระ: ท่องเที่ยวสืบสาน โครงการพระราชดำริ" Royal Initiative Discovery เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านโครงการพระราชดำริ และโครงการในพระราชูปถัมภ์ทั่วประเทศ

3) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ "ไทยเที่ยวไทย" เพื่อป้องกันการรั่วไหลของเงินออกนอกประเทศ และกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศ

4) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพ (หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และต้องการเรียนรู้จากท่องเที่ยว) เช่น กลุ่ม Backpacker กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ฯลฯ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเน้นชุมชนเป็นฐานกำลังสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว (Community – Based Tourism) โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก เช่น สุโขทัย พระนครศรีอยุธยา อุทัยธานี (ห้วยขาแข้ง) เป็นต้น

8. **แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**

8.1 **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 – 2551**

เป้าประสงค์ การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืนเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ที่สามารถกระจายรายได้ และโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง

วิสัยทัศน์ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี 2551 ในปี 2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือ มีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์มี 3 ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

1) จัดทำสื่อการขายที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้าและความหลากหลาย ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายการตลาดท่องเที่ยวตามภารกิจยุทธศาสตร์

2) สร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

3) การเพิ่มประสิทธิภาพสื่อส่งเสริมการตลาด

4) ส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย

นำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ Combined Destination ทั้งโดยภาคเอกชนและกรอบความร่วมมือของภาครัฐ (ทางบก, ทางอากาศ)

1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางบกกับประเทศเพื่อนบ้าน

2) ส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบสารสนเทศ

ระบบสารสนเทศด้านการตลาดและพัฒนา

1) ปรับปรุง Website ให้เป็น Portal Site เพื่อเพิ่มช่องทางให้บริการ 2 ลักษณะ คือ E-commerce และ B to B

2) ระบบ Call Thailand ทาง Internet เพื่อพัฒนาระบบ Call Centerให้สามารถบริการได้ 24 ชั่วโมง

3) จัดทำ Database ของกลุ่ม High-yield และ Expats เพื่อใช้ เสนอขาย Package/Promotion ทาง Direct Mail

4) จัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

ระบบสารสนเทศด้านการบริหาร

1) จัดทำระบบ Excellent Center ที่เป็นศูนย์ข้อมูลด้าน การท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนอ้างอิงและบริการประชาชน

2) จัดทำระบบฐานข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว เผยแพร่ประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วโลก

3) สร้างระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก

4) พัฒนาระบบบูรณาการข้อมูลทางการท่องเที่ยวระหว่าง ภาคีที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริม World Event Marketing

1) เสนอขายเทศกาลงานประเพณี และกิจกรรม ให้เป็นสินค้า การท่องเที่ยวหลัก ทั้งกับ Trade และConsumer ในตลาดที่มีศักยภาพ และมีความสนใจอย่างครบวงจร

2) สร้างความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอในการจัด World Event marketing เพื่อนักท่องเที่ยวจดจำและเกิดค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว

3) สร้างช่องทางการขายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้าง พัฒนา ฟื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

1) สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็น Magnet และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน

2) ฟื้นฟู อนุรักษ์ และพัฒนาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักตามประเภทสินค้าการท่องเที่ยว

3) ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตามศักยภาพและโอกาส

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

1) ส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชนสามารถพัฒนาและบริหารธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจและวิสาหกิจชุมชน

2) สร้างและบูรณาการระบบพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพมาตรฐานสากลเป็นศูนย์การเรียนรู้ในภูมิภาค

3) เพิ่มปริมาณและคุณภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ฯ ทั้งในและต่างประเทศ

4) สนับสนุนและสร้างมาตรฐานสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก

กลยุทธ์ที่ 3 เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

1) เพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการผ่านเข้าออกประเทศไทย

2) ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการอำนวยความสะดวกการผ่านแดน

3) จัดให้มีระบบบริการข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

4) ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้ได้มาตรฐานสากลในแหล่งท่องเที่ยว

5) การปรับปรุงระบบการขนส่ง และการเชื่อมโยงเส้นทางการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ชาติ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด และจังหวัด

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

1) พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกและเพิ่มขีดความสามารถการให้บริการของภาครัฐเกี่ยวกับความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

2) ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมบริการที่เป็นธรรมและแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

3) จัดทำมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และให้มีการบังคับใช้อย่างทั่วถึง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงฯ เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

1) ปรับโครงสร้าง บทบาท ภารกิจของหน่วยงานภายในกระทรวงฯ ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามนโยบายรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน

2) พัฒนาทักษะและขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามยุทธศาสตร์ฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาและมาตรฐาน

3) พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในของกระทรวงฯ ให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

4) สร้างระบบการวางแผน จัดการงบประมาณ และติดตามประเมินผลของหน่วยงานตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุกระดับ ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในประเทศและต่างประเทศ

1) พัฒนาสมรรถนะและศักยภาพในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวคิดริเริ่มด้านการท่องเที่ยว ในทุกระดับ

2) จัดให้มีระบบรองรับ ป้องกัน และแก้ปัญหาวิกฤติที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยมีกองทุน "Crisis Management Fund" เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจัดสรรจากรายได้ภาครัฐที่มาจากการท่องเที่ยว

3) พัฒนากลไกเพื่อรองรับความร่วมมือการท่องเที่ยวในระดับพหุภาคี และทวิภาคี ให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

4) ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นแกนกลางในการบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มจังหวัด ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

1) จัดให้มีการศึกษา ทบทวน กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและ ทางอ้อมในเชิงบูรณาการอย่างต่อเนื่อง

2) ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถ ในการออกข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้าน การท่องเที่ยว มีความรู้และเข้าใจในกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว

นโยบายด้านการท่องเที่ยว

1) เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาคทั้งด้านการตลาดการขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการขจัดปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2) บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมการสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชีย

3) เร่งพัฒนา บูรณะ ฟื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้แย่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

4) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

5) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจั

9 ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด (นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง)

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนบน กลุ่มที่ 2

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนบน กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช ตรัง และจังหวัดพัทลุง

วิสัยทัศน์ของกลุ่มจังหวัด (Vision)

"เป็นศูนย์กลางการผลิตการตลาดภาคเกษตรมุ่งสู่สากล เป็นเอกแห่งการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ และวัฒนธรรม พร้อมการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน (Green Gold, Green Tourism)"

เป้าประสงค์ของกลุ่มจังหวัด (Goals)

1) รายได้ต่อหัวต่อคนต่อปีเพิ่มขึ้น

2) จำนวนครัวเรือนยากจนลดลง 100% ภายในปี 2550

ประเด็นยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด (Strategic Issues)

3) ศูนย์กลางการผลิต การตลาดภาคเกษตร

4) ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ของกลุ่มจังหวัด (Strategies)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : ศูนย์กลางการผลิต การตลาดภาคเกษตร

แนวทางการพัฒนาที่ 1.1 : การพัฒนาการตลาด

แนวทางการพัฒนาที่ 1.2 : การพัฒนาการผลิต

แนวทางการพัฒนาที่ 1.3 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาที่ 2.1 : การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนาที่ 2.2 : การพัฒนาศักยภาพระบบการบริการเครือข่ายและการตลาดการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาที่ 2.3 : การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยื

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติราชการตามแผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด

1) ร้อยละของโรงงานผลิตยางพาราที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

2) ร้อยละของฟาร์มกุ้งทะเลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (QAP)

3) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว

4) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับมาตรฐาน 4 – 5 ดาว

การจัดแบ่งภารกิจระหว่างจังหวัดภายในกลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัดนี้ มีการจัดแบ่งภารกิจระหว่างจังหวัดภายในกลุ่มดังนี้ จังหวัดนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช เมืองศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ เมืองเกษตรกรและท่องเที่ยวน่าอยู่ สู่สังคมพัฒนาที่ยั่งยืน ตรัง เป็นสวรรค์แห่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พัฒนาการเกษตรสู่สากล และจังหวัดพัทลุง เป็นเมืองหลักการเกษตร ก้าวหน้า และยั่งยืน

10 **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราช**

วิสัยทัศน์

"นครศรีธรรมราช เมืองศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ เมืองเกษตรและท่องเที่ยวน่าอยู่ สู่สังคมพัฒนายั่งยืน"

เป้าหมาย

ประชาชนมีอาชีพที่มั่นคง รายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาด้านการศึกษา การเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่น้อยกว่า 40%

ประเด็นยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ รายละเอียดดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านขจัดปัญหาความยากจน

เป้าประสงค์

1) ประชาชนที่ยากจนมีอาชีพ มีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีพ

2) ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการทางสังคม และได้รับการบริการจากภาครัฐเท่าเทียมทุกระดับ

กลยุทธ์หลัก

1) เสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการแก้ไข ปัญหาความยากจน ในเรื่องกรรมสิทธิ์ที่ดิน แหล่งน้ำเพื่อการเกษตรและเงินทุน

2) จัดงานแก้จน เพื่อสร้างโอกาสในอาชีพและเสริมสร้างทักษะต่างๆ รวมทั้งการศึกษาสาธารณสุขและการคุ้มครองทางสังคม

3) การพัฒนารัฐวิสาหกิจชุมชน สินค้า OTOP แก้ไขหนี้สินทุกระบบของครัวเรือน และการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการสร้างรายได้

4) ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการรวมกลุ่ม เพื่อความเข้มแข็งของครอบครัว ชุมชน สังคมในการประกอบอาชีพ

5) ลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ด้วยการมีหลักประกันสุขภาพให้กับประชาชนทุกคนอย่างทั่วถึง พอเพียง เป็นธรรม และเสมอภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ

เป้าประสงค์

1) ประชาชนมีความความรู้ มีคุณธรรม มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งดีงาม และภูมิปัญญา

2) ประชาชนมีสุขภาพดี ทั้งร่างกาย จิตใจ

3) ประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปลอดจากอบายมุขและยาเสพติด

กลยุทธ์หลัก

1) พัฒนากระบวนการเรียนรู้ คู่คุณธรรม จริยธรรม โดยเร่งรัดพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาทุกระดับ รวมทั้งส่งเสริม เครือข่ายการเรียนรู้ชุมชน และจัดคาราวานเสริมสร้างเด็กเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต

2) ส่งเสริม สนับสนุน ฟื้นฟู อนุรักษ์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

3) สร้างสุขภาพของประชาชน โดยพัฒนาหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า คุณภาพการบริการ การส่งสริมคนไทยแข็งแรง พัฒนาภูมิปัญญาแพทย์แผนไทยและส่งเสริมการกีฬา

4) เสริมสร้างความพร้อม เพื่อให้เด็ก คนชรา และผู้ด้อยโอกาสเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

5) เสริมความพร้อมให้หมู่บ้านและชุมชน ในการจัดหาหลักประกันทางสังคม ให้ประชากรวัยแรงงาน มีงานทำ ทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริม

6) เสริมสร้างสังคมให้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปลอดอบายมุขและยาเสพติด อีกทั้งสนับสนุนความร่วมมือของภาครัฐ และประชาชนในด้านการข่าวการปราบปรามอาชญากรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจด้านการเกษตรอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ OTOP และการท่องเที่ยวอนุรักษ์และวัฒนธรรม

เป้าประสงค์

1) เพิ่มผลผลิต เพิ่มมูลค่า และเพิ่มรายได้จากการพัฒนาด้านการเกษตร อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ OTOP และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม

2) พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ให้สมดุลและสอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่นๆ

กลยุทธ์หลัก

1) เพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่สินค้าเกษตร อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ OTOP โดยพัฒนามาตรฐานสินค้า และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีการเกษตร

2) พัฒนาด้านการตลาด ภาคเกษตร อุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อเพิ่มรายได้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3) พัฒนาระบบชลประทาน ฟื้นฟูพื้นที่ป่าและสภาพดิน เกษตรอินทรีย์ และระบบเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

4) พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริการทุกประเภท เพื่อรองรับการลงทุน

5) พัฒนาด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์

1) สร้างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2) บริหารจัดการ และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายใต้การมีส่วนร่วมขององค์เอกชน และชุมชนท้องถิ่น

3) ป้องกันและควบคุมมลพิษ ให้อยู่ในระดับมาตรฐาน

กลยุทธ์หลัก

1) สร้างความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2) ส่งเสริมสนับสนุนการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ด้วยการจัดทำแนวเขตพื้นที่ป่า จัดทำผังเมือง ระบบการบำบัดน้ำเสีย แนวป้องกันตลิ่ง และการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่น

3) ให้ชุมมีส่วนร่วมในการดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสร้างองค์ความรู้และศักยภาพการบริหารจัดการ

4) สนับสนุนการลดและการนำกากสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน โรงงานอุตสาหกรรมกลับมาใช้ใหม่ ตั้งแต่แหล่งกำเนิด

5) ควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากครัวเรือน โรงงานอุตสาหกรรม เพื่อเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการพัฒนาองค์กรและการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

เป้าประสงค์

1) ประชาชนมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ

2) การดำเนินงานของภาครัฐทุกระดับ มีการปฏิบัติงานที่ทันสมัย โปร่งใส

3) ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมและได้รับการคุ้มครองสิทธิอย่างทั่วถึง

กลยุทธ์หลัก

1) ปรับปรุงระบบบริหารราชการ รูปแบบการทำงาน การอำนวยความสะดวก การลดขั้นตอนกระบวนการทำงาน และขยายการให้บริการประชาชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) ส่งเสริมและพัฒนาขีดสมรรถนะและวัฒนธรรมการทำงานของบุคลากรและหน่วยงานภาครัฐให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับนโยบายการปฏิรูประบบราชการ

3) ปรับปรุงระบบข้อมูลสารสนเทศ ระบบจัดซื้อจัดจ้าง การเบิกจ่ายเงินให้มีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใส ตลอดจนพัฒนาระบบการตรวจสอบและการประเมินผลภาคราชการให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น

4) เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิ และหน้าที่ของประชาชน การคุ้มครองสิทธิ และเผยแพร่ในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม แก่ประชาชน อย่างทั่วถึง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมศักยภาพจังหวัด (SWOT Analysis)

ตาราง 1 แสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมศักยภาพจังหวัด (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)
- **เป็นแหล่งผลิตอาหาร**
- มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่หลากหลาย
- เป็นศูนย์กลางของศาสนาพุทธ ศาสนาพราหมณ์
- กิจกรรมการท่องเที่ยวประจำปีโดดเด่นเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- เครือข่ายชุมชนเข้มแข็งและตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว
- เป็น Land Bridge เชื่อมโยงฝั่งอันดามันและอ่าวไทย
จุดอ่อน (Weaknesses)
- องค์กรควรจะมีการบริหารจัดการที่ดี
- รายได้ประชาชนต่ำ หนี้สูง
- ชุมชนท้องถิ่นควรจะมีความรู้ในการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง
- ควรจะมีผังเมืองที่ดี
- การเมืองควรจะมีพลังผลักดัน
- แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งค่อนข้างไกล ต้องใช้เวลาในการเดินทางพอสมควร
- ภาพลักษณ์ของธุรกิจที่พักนอกเมืองไม่ดีเท่าที่ควร
- ควรจะมีกลยุทธ์และแผนการตลาดในการดึงดูด
โอกาส (Opportunities)
- นโยบายสนับสนุนให้ชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของรัฐบาล
- แนวทางพัฒนาเส้นเส้นทางการท่องเที่ยวทางทะเลเชื่อมโยงชายฝั่งทะเลตะวันออก
- ความก้าวหน้าด้าน IT ทำให้การติดต่อสื่อสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว **เป้าหมายทำได้สะดวกรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น**
- นักท่องเที่ยวที่มาเยือน มีจุดหมายหลักที่แหล่งท่องเที่ยวที่นครศรีฯ และวางแผนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จังหวัดต่อไปอีก
- ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงติดอันดับโลกหลายแห่งที่เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เป็นโครงการของจังหวัดนครศรีฯ ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อจำกัด (Threats)
- ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศไม่มั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวภาคใต้
- รัฐบาลและธุรกิจการท่องเที่ยวในบางประเทศออกประกาศเตือนนักท่องเที่ยวของตนเองให้ระมัดระวังและหลีกเลี่ยงการมาท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เนื่องจากปัญหาไข้หวัดนก
- สภาพการแข่งขันระหว่างจังหวัดรุนแรงขึ้นจังหวัดนครศรีฯ ต้องดำเนินกลยุทธ์ที่เข้มข้นสูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ยมากขึ้นเพื่อนที่จะเพิ่มหรืออย่างน้อยที่สุดรักษาส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยว
- ภาพลักษณ์ของจังหวัดนครศรีฯต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างเป็นลบ ในด้านความปลอดภัย อาชญากรรม และการเป็นเมืองคนดุ
- ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีฯของนักท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย

11 **แผนยุทธศาสตร์อำเภอสิชล**

วิสัยทัศน์ (Vision)

ตำบลทุ่งใส ก้าวไกลเศรษฐกิจ คนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สิ่งแวดล้อมยั่งยืนทั้งพื้นที่

ยุทธศาสตร์การพัฒนาและแนวทางการพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งใส

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเศรษฐกิจ ประกอบด้วยแนวทางพัฒนา ดังนี้

การพัฒนาอาชีพ

1) โครงการส่งเสริมกลุ่มอาชีพและยกระดับรายได้
2) โครงการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการให้กับกลุ่มอาชีพ
3) โครงการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมการแปรรูปสินค้า
4) **โครงการส่งเสริมกิจกรรมแปรรูปและการถนอมอาหาร**
5) **โครงการฝึกอบรมให้ความรู้ทางด้านอาชีพ ลดการว่างงาน**
6) **โครงการพัฒนาหรือจัดแสดงสินค้า OTOP ยกระดับคุณภาพมากขึ้น**
7) **โครงการสนับสนุนธุรกิจสินค้าชุมชน กองทุนและธนาคารหมู่บ้าน**
8) **โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว**
9) **โครงการส่งเสริมให้ราษฎรมีสิทธิในที่ดินทำกินเป็นของตัวเอง**

การพัฒนาอุตสาหกรรมและโยธา

1) โครงการก่อสร้างถนน คศล
2) โครงการสร้าง ปรับปรุง ซ่อมแซมถนน
3) โครงการสร้าง ปรับปรุง ถนนลาดยาง
4) โครงการก่อสร้างสะพาน
5) โครงการก่อสร้างแหล่งกักเก็บน้ำ
6) โครงการปรับปรุงแหล่งกักเก็บน้ำ และขุดลอกคลอง
7) โครงการจัดหาแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภค – บริโภค
8) โครงการสร้าง ปรับปรุงระบบประปาหมู่บ้าน ตำบล
9) โครงการสร้างฝาย เหมืองส่งน้ำ
10) โครงการปรับปรุง ซ่อมแซมฝาย เหมืองส่งน้ำ
11) โครงการสร้างคูระบายน้ำ
12) โครงการขยายเขตไฟฟ้าและติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะ
13) โครงการสร้างโรงพักสัตว์หรือฆ่าสัตว์

การพัฒนาด้านการเกษตร

1) โครงการสนับสนุนส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์
2) โครงกาสนับสนุนส่งเสริมการปลูกผัก
3) โครงการอบรมให้ความรู้วิชาการเกษตร
4) โครงการสนับสนุนส่งเสริมการทำปุ๋ยหมัก
5) โครงการสนับสนุนส่งเสริมการเกษตรแบบผสมผสานให้กับกลุ่มเกษตรกร
6) โครงกาสนับสนุนส่งเสริมการเพาะชำไม้ดอก ไม้ประดับ และไม้ผล
7) โครงการพัฒนาการผลิตผัก ผลไม้ และยางพารา

การพัฒนาด้านพานิชย์

1) โครงการส่งเสริมการตลาดชุมชน
2) โครงการส่งเสริมการส่งออกผลิตผลทางการเกษตร
3) โครงการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตรตำบล
4) โครงการจัดให้มีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ตำบล
5) โครงการเชื่อมโยงการค้าเกษตรกับตลาดสินค้าเกษตร(ตลาดพืชผลเกษตรห้วอิฐ)
6) โครงการแทรกแซงราคาพืชผล

7) โครงการบริหารจัดการกิจการประปา

8) โครงการกิจการโรงฆ่าสัตว์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการบริการชุมชนและสังคม ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา ดังนี้

การพัฒนาการสร้างความเข้มแข็งชุมชน

1) โครงการจัดประชุมสัมมนาผู้นำองค์กรต่าง ๆ

2) โครงการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

3) โครงการสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมและมีบทบาทรวมถึงการตรวจสอบการบริหารงานขององค์กร

4) โครงการชุมชุนต้านยาเสพติด

5) โครงการสร้างศาลาเอนกประสงค์

6) โครงการจัดให้มีสวนสาธารณะหรือสวนสุขภาพ

7) โครงการป้องกันและลดปัญหาอาชญากรรม

8) โครงการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

9) โครงการสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์

10) โครงการขยายเขตและติดตั้งโทรศัพท์สาธารณะเพิ่มขึ้น

การพัฒนาการศาสนา วัฒนธรรมและนันทนาการ

1) โครงการส่งเริมกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ

2) โครงการสร้างลานกีฬาหมู่บ้าน

3) โครงการส่งเสริมกิจกรรมการเต้นประกอบดนตรี

4) โครงการส่งเสริมศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม

5) โครงการส่งเสริม อนุรักษ์ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การพัฒนาการศึกษา

1) **โครงการส่งเสริมให้มีการศึกษาที่ทันสมัย**

2) **โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็กก่อนวัยเรียน**

3) **โครงการส่งเสริมให้มีการศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาและอาชีวะ ระดับหลักสูตรวิชาชีพหรืออุดมศึกษา**

4) **โครงการส่งเสริมให้ผู้ขาดโอกาสได้ศึกษาต่อในระดับ กศน.**

การพัฒนาการสาธารณสุข

1) โครงการส่งเสริมการบริการด้านพยาบาลอย่างทั่วถึง

2) โครงการจัดอบรมให้ความรู้การป้องกันและควบคุมโรค ตลอดถึงความปลอดภัยการบริโภคอาหาร

3) โครงการจัดรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการป้องกันและการควบคุมโรค

4) โครงการสนับสนุนโครงการควบคุมโรคไม่ติดต่อ

5) โครงการสนับสนุนเครื่องมือ อุปกรณ์ที่จำเป็นเพื่อใช้ในการตรวจสุขภาพพื้นฐานให้กับราษฎรในตำบล

6) โครงการสนับสนุนเวชภัณฑ์ที่จำเป็นและขาดแคลนให้ราษฎรในตำบล

7) โครงการส่งเสริมพัฒนาแพทย์แผนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาดังนี้

การพัฒนาการบริหารจัดการ

1) โครงการปลูกป่าถาวร

2) โครงการอบรมและสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์

3) โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาและส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

4) โครงการอนุรักษ์แหล่งน้ำธรรมชาติ

5) โครงการรณรงค์การลดขยะมูลฝอย

6) โครงการประสานการกำจัดขยะกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

7) โครงการจัดตั้งศูนย์กำจัดขยะรวม

8) โครงการจัดให้มีรถเก็บขยะ

9) โครงการจัดหาภาชนะทิ้งขยะให้ทั่วถึง

ด้านเคหะและชุมชน

1) โครงการจัดให้มีที่ทิ้งหรือที่พักขยะชั่วคราว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาดังนี้

การพัฒนาบุคลากร

1) โครงการฝึกอบรมปลูกจิตสำนึกให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่มากยิ่งขึ้น

2) โครงการฝึกอบรมคุณธรรม จริยธรรมแก่เจ้าหน้าที่ในองค์กร

3) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนทั้งในและนอกสถานที่

การพัฒนาการบริหารจัดการ

1) **โครงการปรับปรุงเครื่องมือ เครื่องใช้และสถานที่ปฏิบัติงานให้เพียงพอ**
2) **โครงการปรับปรุงแหล่งรายได้ และวิธีการหารายได้ รวมทั้งระบบจัดเก็บรายได้**
3) **โครงการส่งเริมให้ความรู้ความเข้าใจกิจการของ อบต.**
4) **โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปของการจัดทำประชาคม**
5) โครงการทำผังเมืองรวม

องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งใสได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาออกเป็นสาขายุทธศาสตร์ใน 4 ประเด็นหลักดังนี้

ยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจ คือ การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นได้แก่ การฝึกอบรมและส่งเสริมกลุ่มอาชีพการเกษตรการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนให้เกิดการรวบรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาให้มีความเข้มแข็งในการประกอบกิจการ เพื่อให้ประชาชนได้มีความรู้และขยายโอกาสในการสร้างอาชีพให้มีรายได้สามารถดูแลครอบครัวได้ และเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งใส ได้เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเป็นการพัฒนาระบบคมนาคมให้ได้มาตรฐานและทั่วถึง โดยเฉพาะถนนสายหลัก สายรอง และซอยต่าง ๆ ในเขต 8 หมู่บ้าน เน้นการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสนับสนุนและรองรับระบบการผังเมือง และความเจริญเติบโตของชุมชนในอนาคตรวมทั้งเพื่อเป็นการป้องกันและส่งเสริมให้มีระบบสุขาภิบาล และสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐาน ป้องกันปัญหามลพิษต่าง ๆ

ยุทธศาสตร์ด้านการบริการชุมชนและสังคม ด้านการพัฒนาศักยภาพของคนและชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนทุกคนได้รับการพัฒนาตามศักยภาพอย่างเต็มที่ ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา เพื่อให้เป็นคนที่มีคุณภาพ มีสุขภาพจิต และสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง มีความพร้อมในการที่จะเข้ามาร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน เช่น โครงการส่งเสริมให้มีการออกกำลังกายของคนในชุมชนให้ครบทุกชมชน การจัดงานประเพณีรักษาศิลปวัฒนธรรมที่ดีงาม การจัดการแข่งขันกีฬาสี การจัดงานวันพ่อ วันแม่ วันสงกรานต์ วันลอยกระทง วันเด็ก ฯลฯ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างสัมพันธ์อันดี และการสร้างความสามัคคีระหว่างชุมชนต่าง ๆ รวมทั้งเพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มพลังมวลชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล เช่น อสม. อปพร. กลุ่มแม่บ้าน

กลุ่มออมทรัพย์ เด็ก เยาวชน ตลอดจนกลุ่มประชากรที่ด้อยโอกาสทางสังคม เช่น คนชรา คนป่วย และคนที่มีรายได้น้อย

ยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ในด้านสิ่งแวดล้อม ตำบลทุ่งใส มีอัตราการขยายตัวของชุมชน และการเพิ่มขึ้นของประชากรค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการเข้ามารับจ้างทำการประมง ทำให้มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมตามมา เช่น ปริมาณขยะมูลฝอยที่มีอัตราเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วทุกปี และปริมาณน้ำเสียตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ เริ่มเกิดปัญหาการระบายน้ำไม่สะดวก ฯลฯ ทางองค์การบริหารส่วนตำบล ได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาด้านนี้ จึงมีการบรรจุแผนโครงการในแผนพัฒนาทุกปี โดยเน้นดำเนินการในเขตชุมชนหนานแน่นก่อน ตามความเร่งด่วนของปัญหา เช่น โครงการวางระบบประปาให้ครบทุกชุมชน และการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาบุคลากรอุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังได้ส่งเสริมให้ชุมชนต่าง ๆ เกิดจิตสำนึกในการร่วมกัน แก้ไข ป้องกันปัญหาและสิ่งรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการเน้นการมีส่วนร่วมของตัวแทน ผู้นำชุมชนทุกชุมชน เช่น โครงการรณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้ร่วมกันรักษาความสะอาด การจัดบุคลการเข้าไปดูแลสิ่งแวดล้อมให้ครบทุกชุมชน ร่วมทั้งยังมีการบรรจุแผนงาน โครงการด้านการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมของชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้ชุมชนมีความน่าอยู่ สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และปราศจากปัญหามลพิษ

ยุทธศาสตร์การบริการจัดการองค์กร เป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของท้องถิ่น ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งใส จึงได้เน้นความสำคัญและบรรจุโครงการเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในทุกด้าน ทุกระดับ เพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับการถ่ายโอนภารกิจในด้านต่าง ๆ ในอนาคตต่อไป รวมทั้งยังโครงการจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นและทันสมัย ให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ปฏิบัติงาน ตลอดจนมีการบรรจุโครงการที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลฯ เช่น โครงการร่วมศึกษาดูงาน และจัดทำเวทีประชาคมท้องถิ่น เพื่อทราบปัญหาความต้องการของชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมศักยภาพอำเภอสิชล (SWOT Analysis)

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมศักยภาพอำเภอสิชล (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)
- มีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ สวยงาม
- มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ น้ำตก ทะเล
- องค์การบริหารส่วนตำบลให้การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภออย่างจริงจัง
- เป็นเส้นทางเชื่อมโยงสู่ อ.ขนอม อ.เกาะสมุย จ.กระบี่
- พื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงของอำเภอมีความโดดเด่นและสามารถตอบสนองความต้องของนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน
จุดอ่อน (Weaknesses)
- เส้นทางเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนาที่ดีมากกว่าเดิม
- แหล่งบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวของอำเภอยังมีน้อยไม่เพียงพอ
- ชุมชนควรจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชิงอนุรักษ์
- ป้ายบอกทางสู่แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพเสื่อมโทรมควรได้รับการปรับปรุง
- ชุมชนควรได้รับการฝึกฝนในด้านภาษาต่างประเทศ
โอกาส (Opportunities)
- การขยายตัวของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งอำเภอสิชลมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้
- การพัฒนาเส้นทางคมนาคมของกรมทางหลวงคือเส้นทาง นครศรีฯ – กระบี่ ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกขึ้น
- นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวนครศรีฯ เดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดมากขึ้น
ข้อจำกัด (Threats)
- เส้นทางคมนาคมทางบกควรจะมีถนน 4 ช่องทางบางช่วง ซึ่งจะทำให้การเดินทางสะดวกมายิ่งขึ้น
- ห่างจากสนานบินและสถานีรถไฟพอสมควร
- สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ของอำเภอยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
- คู่แข่งทางด้านการท่องเที่ยวในอำเภอขนอมมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีกว่า

บริบทพื้นที่ศึกษา

ภาพ 11 แสดงตราประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตราประจำจังหวัด เป็นรูปพระบรมธาตุเจดีย์มีรูปสัตว์ ตามปีนักษัตรล้อม**รอบ** หมายถึง เมือง 12 นักษัตร จากตำนานเมืองนครศรีธรรมราช ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 17-18 **มี** ทั้งหมด 12 เมือง

ความหมายจังหวัด นครอันงามสง่า แห่งพระราชาผู้ทรงธรรม

คำขวัญประจำจังหวัด เราชาวนครฯ อยู่เมืองพระ มั่นอยู่ในสัจจะ ศีลธรรม **ก**อปร กรรมดี มีมานะพากเพียร ไม่เบียดเบียน ทำอันตรายผู้ใด

ใช้อักษรย่อจังหวัด นศ.

ดอกไม้ประจำจังหวัด ดอกราชพฤกษ์

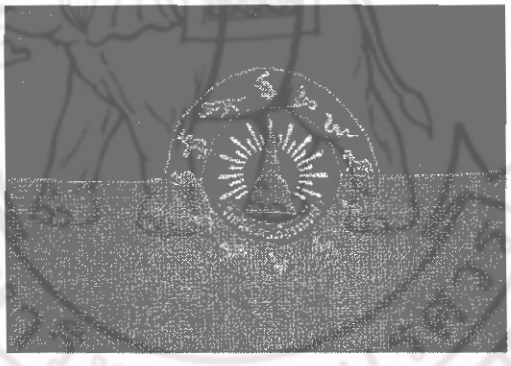
ต้นไม้ประจำจังหวัด ชื่อ ต้นแซะ ชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Mellettia atropurpure

นกประจำจังหวัด ชื่อ นกกินปลีหางยาวเขียว (Green-tailed Sunbird)

คำขวัญการท่องเที่ยวประจำจังหวัด เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ **ชื่น**ฉ่ำ ธรรมชาติ แร่ธาตุอุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู

ตราท่องเที่ยวประจำจังหวัด

ภาพ 12 แสดงตราท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพ 13 แสดงธงประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช

ธงประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช

ได้เริ่มมีการใช้ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2458 สืบเนื่องมาจากการชุมนุมลูกเสือแห่งชาติครั้งแรกที่จังหวัดพระนคร (กรุงเทพฯ) ในการชุมนุมครั้งนั้นคณะลูกเสือจากจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้คิดจัดทำธงขึ้นโดยกะทันหัน โดยเลือกสีธงเป็น "สีม่วง" ตามชื่อเดิมของ "พระรัตนธัชมุณี" (ม่วง) ซึ่งเป็นผู้อำนวยการจัดการศึกษาของมณฑลนครศรีธรรมราช และเป็นผู้ฝึกขับร้องเพลงบอกให้แก่คณะลูกเสือจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ไปในคราวนั้น เมื่อกลับจากการชุมนุมที่จังหวัดพระนคร คณะลูกเสือเหล่านี้ได้มารายงานเรื่องสีของธงต่อผู้ว่าราชการจังหวัด (พระยาประชากิจกรจักร์) (ฟัด

มหาเปาระยะ) ผู้ว่าราชการจังหวัดเห็นว่าได้ใช้สีม่วงไปแสดงต่อประชาชนในวงกว้างแล้ว ก็ให้ถือเอาสีม่วงเป็นสีธงประจำจังหวัดนับแต่นั้นมา

ในชั้นหลังได้มีการนำสีเหลือง ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ของเมืองพระและตราสิบสองนักษัตรอันเป็นตราประจำเมืองเข้าไปไว้ตรงกลางผืนธง ทำให้ธงประจำจังหวัดนครศรีธรรมราชมีตราสิบสองนักษัตรประทับอยู่แต่นั้นมา

สภาพทั่วไปทางกายภาพ

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่าที่มีความเป็นชุมชนขนาดใหญ่ในคาบสมุทรไทยมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1,500 ปี มีชื่อปรากฏในเอกสารและจดหมายเหตุต่างชาติมาตั้งแต่ครั้งพุทธศตวรรษ ที่ 6 –7 ในชื่อต่าง ๆ เช่น ตามพรลิงค์,ตั้งหม่าหลิ่ง,โลเค็ก,ศรีธรรมราช, สิริธรรมนคร,นครดอนพระ และลิกอร์ เป็นต้น

ตั้งเมืองบนสันทรายริมฝั่งทะเลอ่าวไทย ซึ่งมีความยาวไม่น้อยกว่า 225 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของแคว้นตามพรลิงค์ โดยมีศูนย์กลางของแคว้นอยู่บนหาดทราย ช่วงที่เป็น "หาดทรายแก้ว" ศูนย์กลางของแคว้นดังกล่าวได้เจริญรุ่งเรืองมาโดยลำดับ ภายใต้การปกครองของกษัตริย์ในราชวงศ์ศรีธรรมาโศกราช จนกระทั่งเข้าสู่ยุคกรุงศรีอยุธยาในต้นพุทธศตวรรษที่ 20 ประวัติความเป็นมาของแคว้นตามพรลิงค์หรือนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ ห่างจากกรุงเทพมหานคร 780 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 9,942,502 ตร.กม หรือประมาณ 624,064 ไร่ มีพื้นที่มาก เป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ และเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ หรือประมาณ ร้อยละ 1.98 ของ พื้นที่ทั้งประเทศ ที่ตั้งของตัวจังหวัด ตั้งอยู่ประมาณละติจูด 9 องศาเหนือและลองติจูด 100 องศาตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีและอ่าวบ้านดอน

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อำเภอห้วยยอดจังหวัดตรัง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทยเป็นชายฝั่งทะเล มีความยาวตั้งแต่ตอนเหนือของอำเภอขนอมลงไปทางใต้ของอำเภอหัวไทรประมาณ 225 กิโลเมตร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดกระบี่

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างไปตามลักษณะ ของ เทือกเขานครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นเทือกเขาที่มีความยาวตามแนวยาวของคาบสมุทร เป็นผลให้ ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ

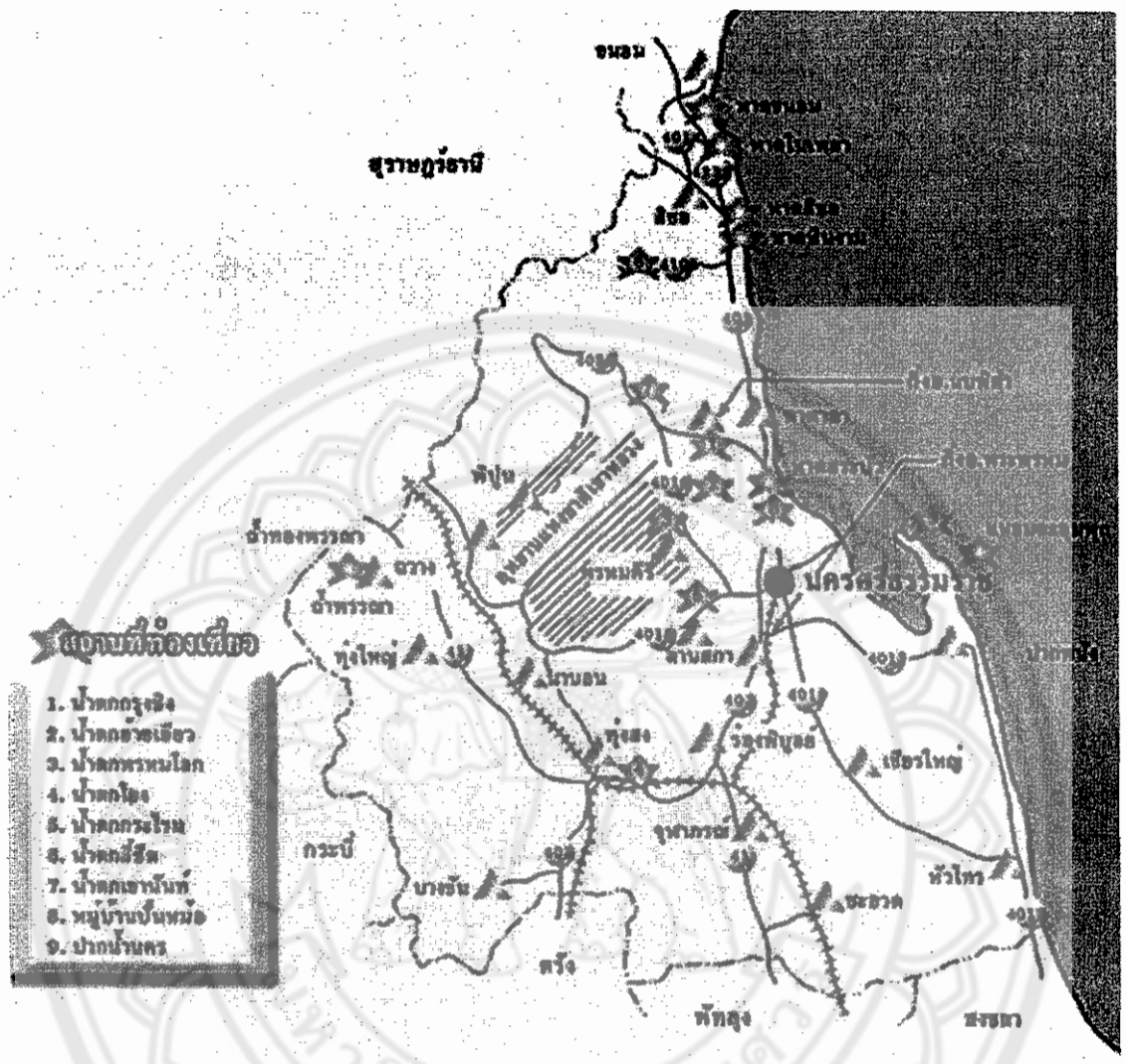
1 บริเวณเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่บริเวณเทือกเขานครศรีธรรมราช ตั้งแต่ตอนเหนือของจังหวัดลงไปถึงตอนใต้สุด บริเวณพื้นที่อำเภอที่อยู่ในเขตเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่ อำเภอเมือง สิชล ขนอม ท่าศาลา ลานสกา พรหมคีรี ร่อนพิบูลย์ ชะอวด จุฬาภรณ์ และพระพรหม ในเขตเทือกเขานี้มีภูเขาสูงสุดในจังหวัด คือ เขาหลวง ซึ่งสูงประมาณ 1,835 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล นอกจากนี้เทือกเขาดังกล่าวยังเป็นเส้นแบ่งเขตอำเภอระหว่างอำเภอทุ่งสง,ฉวาง กับอำเภอชะอวด,ร่อนพิบูลย์,ลานสกา, อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช พรหมคีรี,ท่าศาลา และเป็นเส้นแบ่งเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช กับอำเภอบ้านนาสาร อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อีกด้วย

2 บริเวณที่ราบชายฝั่งด้านตะวันออก ได้แก่บริเวณตั้งแต่เทือกเขาตอนกลางไปทางตะวันออกถึงฝั่งทะเลอ่าวไทย จำแนกได้เป็น 2 ตอน คือ ตั้งแต่อำเภอเมืองนครศรีธรรมราชลงไปทางใต้ เป็นที่ราบที่มีความกว้างจากบริเวณเทือกเขาตอนกลางไปถึงชายฝั่งทะเล ระยะทางประมาณ 95 กิโลเมตร มีแม่น้ำลำคลองที่มีต้นน้ำเกิดจากบริเวณเทือกเขาตอนกลางไหลลงสู่อ่าวไทยหลายสาย นับเป็นที่ราบซึ่งมีค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัด ลำน้ำสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำปากพนัง และมีคลองสายเล็กๆ ในเขตอำเภอเมืองนครศรีธรรมราชอีกหลายสาย เช่น คลองปากพญาและคลองท้ายวัง เป็นต้น อีกบริเวณหนึ่ง คือ ตั้งแต่อำเภอท่าศาลาขึ้นไปทางทิศเหนือ เป็นบริเวณชายฝั่งแคบ ๆ ไม่เกิน 15 กิโลเมตร อำเภอที่อยู่ในเขตที่ราบด้านนี้ คือ อำเภอขนอม, สิชล,ท่าศาลา , อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ,ปากพนัง, เชียรใหญ่,หัวไทร และชะอวด

3 บริเวณที่ราบด้านตะวันตก ได้แก่บริเวณที่ราบระหว่างเทือกเขานครศรีธรรมราชและเทือกเขาบรรทัด จึงมีลักษณะเป็นเนินเขาอยู่เป็นแห่ง ๆ อำเภอที่อยู่บริเวณที่ราบด้านนี้ คือ อำเภอพิปูน, ทุ่งใหญ่, ฉวาง, นาบอน, บางขัน, ถ้ำพรรณรา, และทุ่งสง ลำน้ำสำคัญ ได้แก่ ต้นน้ำของแม่น้ำตาปี ไหลผ่านอำเภอพิปูน, ฉวาง และทุ่งใหญ่ นอกจากนี้ยังมีลำน้ำที่เป็นต้นน้ำของแม่น้ำตรังอีกด้วย คือน้ำตกโยง และคลองวังหีบ ซึ่งไหลผ่านอำเภอทุ่งสง ไปยังอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และออกทะเลอันดามัน ที่อำเภอกันตัง

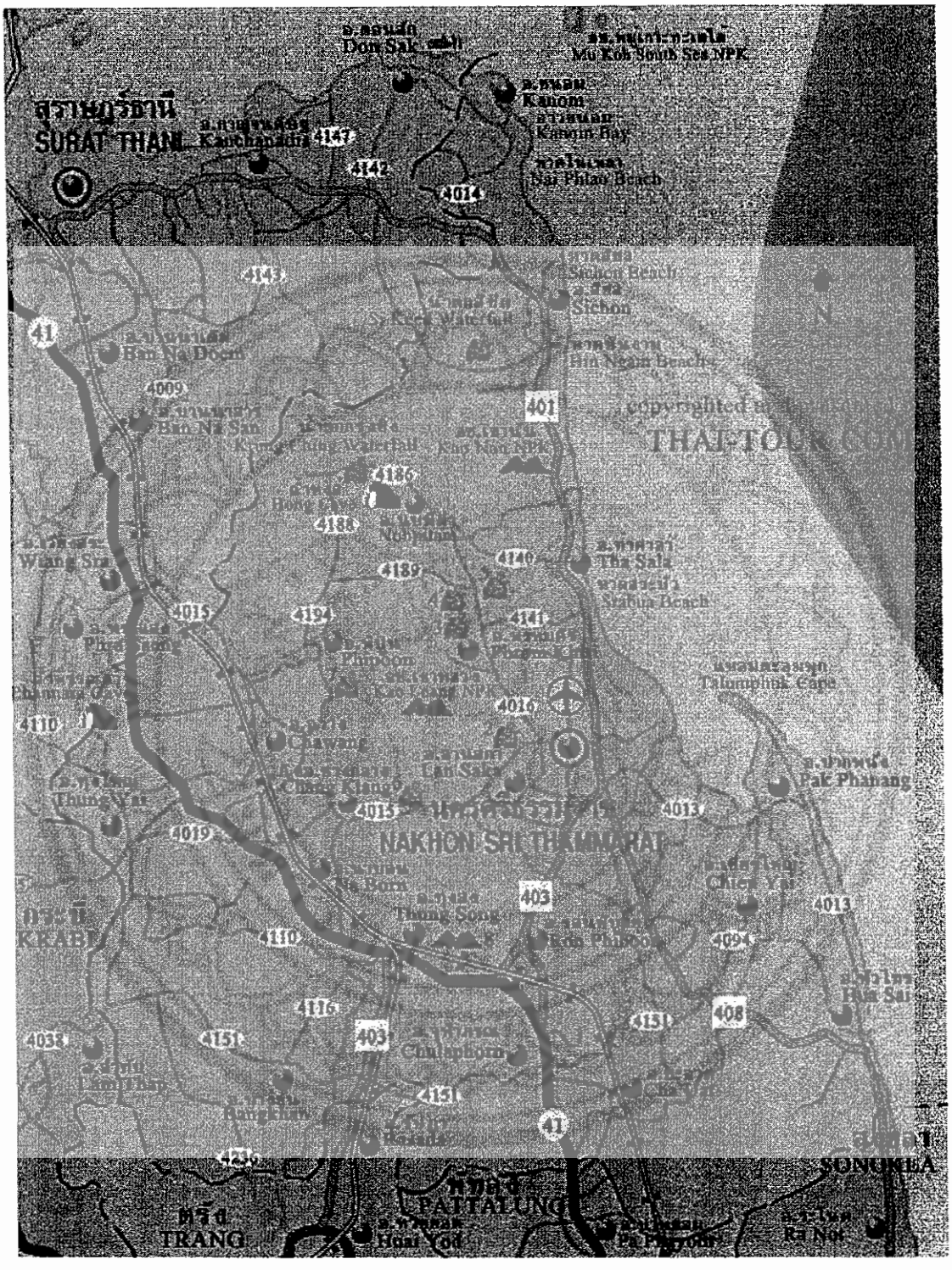
ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของนครศรีธรรมราช จากสภาพที่ตั้งใกล้เส้นศูนย์สูตร มีภูเขาและเป็นคาบสมุทรทั้งสองด้าน กล่าวคือ ด้านตะวันออกเป็นทะเลจีนใต้ มหาสมุทรแปซิฟิก ด้านตะวันตกเป็นทะเลอันดามันมหาสมุทรอินเดีย ทำให้นครศรีธรรมราช ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมจากมหาสมุทรอินเดียและพายุหมุนเขตร้อน จากทะเลจีนใต้ นครศรีธรรมราช มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน และฤดูฝน อุณหภูมิประมาณ 2546 จังหวัดนครศรีธรรมราช มีอุณหภูมิตลอดปี ค่าอยู่ในช่วง 27.15 องศาเซลเซียส ถึง 27.38 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดอยู่ในช่วง 21.27 องศาเซลเซียส ถึง 21.84 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ 21.27 องศาเซลเซียส เมื่อปี 2543 อุณหภูมิสูงสุดอยู่ในช่วง 33.78 องศาเซลเซียส ถึง 34.47 องศาเซลเซียส



ภาพ 14 แสดงแผนที่แสดงอาณาเขตแต่ละอำเภอและพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่มา http://www.nakhonsithammarat.go.th



ภาพ 15 แสดงแผนที่สังเขปแสดงที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่มา http://www.thai-tour.com

เขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองตามลักษณะพื้นที่ออกเป็น

1 21 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ 165 ตำบล 1,551 หมู่บ้าน

2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มี 3 รูปแบบ ประกอบด้วย เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง คือ เทศบาลตำบลปากแพรกยกฐานะเป็นเทศบาลเมืองทุ่งสง และเทศบาลตำบล 21 แห่ง องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง องค์การบริหาร ส่วนตำบล 160 แห่ง

แสดงเขตการปกครอง

ตาราง 3 แสดงเขตการปกครองจังหวัดนครศรีธรรมราช

อำเภอ/กิ่งอำเภอ	เขตการปกครอง			
	ตำบล	หมู่บ้าน	เทศบาล	อบต.
เมืองนครศรีธรรมราช	13	115	4	13
เชียรใหญ่	10	97	1	9
ปากพนัง	17	142	1	16
ชะอวด	11	87	1	11
ทุ่งสง	12	124	1	12
ท่าศาลา	10	109	1	10
ร่อนพิบูลย์	6	57	1	5
สิชล	9	110	1	9
ลานสกา	5	44	1	5
พิปูน	5	42	1	5
หัวไทร	11	99	1	11
ทุ่งใหญ่	7	63	1	7
ฉวาง	10	86	3	9
ขนอม	3	34	1	3
นาบอน	3	34	1	3
พรหมคีรี	5	39	2	5
บางขัน	4	60	-	4

ตาราง 3 (ต่อ)

อำเภอ/กิ่งอำเภอ	เขตการปกครอง			
	ตำบล	หมู่บ้าน	เทศบาล	อบต.
จุฬาภรณ์	6	29	-	5
ถ้ำพรรณรา	3	29	-	3
พระพรหม	4	40	-	4
เฉลิมพระเกียรติ	4	37	-	4
กิ่งอำเภอนบพิตำ	4	38	-	4
กิ่งอำเภอช้างกลาง	3	36	-	3
รวม	165	1551	24	160

3 มีประชากร จำนวน 1,510,460 คน ประชากรในเขตเทศบาล 266,622 จำนวน คน ประชากรในเขต

สภาพเศรษฐกิจของจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี 2547

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ปี 2547 เท่ากับ 96,674 ล้านบาท รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาเกษตรกรรม 24,143 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.97

ตาราง 4 แสดงสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปี 2547

โครงสร้างการผลิต	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
1. เกษตรกรรม	24,143
- เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้	15,989
- การประมง	9,355
2. การทำเหมืองแร่	12,705
3. การผลิตอุตสาหกรรม	12,728
4. การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	6,481
5. การก่อสร้าง	4,589
6. การขายส่ง การขายปลีก ของใช้ในครัวเรือน	4,589

ตาราง 4 (ต่อ)

โครงสร้างการผลิต	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
7. โรงแรม และภัตตาคาร	444
8. การขนส่ง และภัตตาคาร	2,825
9. บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า	3,445
10. การบริหารราชการแผ่นดิน และการป้องกันประเทศ	5,615

รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับภาคเกษตร อาชีพหลัก คือ ทำสวนยางพารา ทำนา ทำไร่ การปลูกผลไม้ ทำสวนมะพร้าว การประมงและการเลี้ยงสัตว์

รายได้จากการบริการและการท่องเที่ยวจังหวัด

นครศรีธรรมราชมีนักท่องเที่ยว เข้ามาเที่ยวในจังหวัด ปีละประมาณ 1,233,396 ล้านคน ในปี 2547 รายได้จาการท่องเที่ยว จำนวน 2,583.08 ล้านบาท

รายได้เฉลี่ยต่อคน

จากการสำรวจข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี 2547 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี 20,000 บาท

การเกษตรกรรม

จังหวัดนครศรีธรรมราช มีเนื้อที่ทั้งหมด 6,214,064 ไร่ พื้นที่ถือครองเพื่อการเกษตร 3,062,459 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 49.28 ของพื้นที่ทั้งหมด ในปีการเพาะปลูก 2547/2548 พื้นที่การเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ยางพารา ข้าว มะพร้าว และปาล์มน้ำมัน

พืชเศรษฐกิจสำคัญที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตาราง 5 แสดงพืชเศรษฐกิจสำคัญที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช

พืชเศรษฐกิจ	ผลผลิต(ตัน/ปี)	พื้นที่เพาะปลูก(ไร่)
1. ยางพารา	351,521	1,496,374
2. ข้าว	284,635	598,942
3. มะพร้าว	151,134,800 ผล	119,236
4. ปาล์มน้ำมัน	72,947	28,906

ประมง

จังหวัดนครศรีธรรมราช มีชายฝั่งทะเลของจังหวัด ยาว 225 กิโลเมตร ในพื้นที่ 6 อำเภอ แยกเป็นในพื้นที่อำเภอขนอม 38 กม. พื้นที่อำเภอสิชล ยาว 27.5 กม. พื้นที่อำเภอท่าศาลา ยาว 31.3 กม. พื้นที่อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ยาว 26.1 กม. พื้นที่อำเภอปากพนัง ยาว 74.5 กม. พื้นที่อำเภอหัวไทร ยาว 27.6 กม.

สังคม

การศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ได้จัดการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน ตั้งแต่ระดับประถมถึงระดับอุดมศึกษา มีสถานศึกษา 836 แห่ง ที่สำคัญ ได้แก่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช วิทยาลัย โรงเรียนต่าง ๆ ทั้งของรัฐและเอกชน มีวัด 604 แห่ง นอกจากนี้ยังมีโบสถ์ 24 แห่ง และมัสยิด 115 แห่ง ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธประมาณ 92.08% รองลงมาได้แก่ ศาสนาอิสลาม 7.03% ศาสนาคริสต์ 0.89% นอกจากนั้นเป็นศาสนาอื่น ๆ (ข้อมูลประชากร 1,508,096 คน ณ ตุลาคม 2549)

การสาธารณสุข

มีสถานบริการสาธารณสุขของรัฐในสังกัด กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงกลาโหม และเอกชนประมาณ 539 แห่ง

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.1 อุทยานแห่งชาติหาดขนอมหมู่เกาะทะเลใต้ อุทยานแห่งชาติเขานัน อุทยานแห่งชาติเขาหลวง อุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง

1.2 อ่าวขนอม อ่าวท้องหยี หาดหินงาม หาดสิชล

1.3 น้ำตกสี่ขีด น้ำตกกรุงชิง น้ำตกพรหมโลก น้ำตกอ้ายเขียว หรือ น้ำตกในเขียว น้ำตกปลิว

1.4 ชายทะเลปากพนังและแหลมตะลุมพุก บ้านรังนก

2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.1 หอพระพุทธสิหิงค์ หอพระอิศวร หอพระนารายณ์

2.2 วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร

2.3 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาตินครศรีธรรมราช

2.4 ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช

2.5 อนุสาวรีย์พระเจ้าศรีธรรมาโศกราช

3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและงานเทศกาลประเพณีของจังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1 ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ

3.2 ประเพณีลากพระ

3.3 ประเพณีอาบน้ำคนแก่

3.4 ประเพณีสวดด้าน

3.5 ประเพณีให้ทานไฟ

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตในหมู่บ้านคีรีวงศ์

4.2 กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ดูนก ส่องสัตว์

5. การบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

5.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

5.2 ระบบสาธารณูปโภค

5.3 ที่พักแรมรูปแบบต่าง ๆ

5.4 ภัตตาคารและบริการอาหาร และเครื่องดื่ม การซื้อของ ห้องสุขา

5.5 บริการข้อมูลและศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว

5.6 ป้ายบอกทิศทาง ระบบสื่อความหมาย สถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลอำเภอสิชล

ภาพ 16 แสดงตราประจำอำเภอสิชล

ตราประจำอำเภอ เป็นรูปภูเขา ทะเล และปลาโลมา

คำขวัญประจำอำเภอ สิชลเมืองโบราณ ถ้ำพิสดาร ธารสะอาดหาดหินงาม น้ำตกสวย รวยทรัพยากร

ใช้อักษรย่ออำเภอ สช.

อำเภอสิชลตั้งอยู่ทางตอนล่างของจังหวัดนครศรีธรรมราช ห่างจากกรุงเทพมหานคร 710 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 765.44 ตร.กม.

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลควนทองและตำบลขนอม อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราชเขตจากสะพานคลองเหลงลงไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงเขาดาดฟ้าตามแนวเขตของอำเภอสิชล ติดต่อกับอำเภอขนอม บ้านท้องยาง ระยะทาง 15 กิโลเมตร

ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลสิชล อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช เริ่มต้นจากปากน้ำสิชล ไปตามแนวทิศตะวันตก คลองท่าเรือรี ถึงเขาเปลือกไม้ ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ตามแนวคลองเหลง สิ้นสุดที่ถนนสายนครศรีฯ – สุราษฎร์ธานี ระยะทาง 13.5 กิโลเมตร

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย โดยมีแนวเขตเริ่มจากอ่าวท้องยางไปทางทิศใต้ ชายฝั่งของอ่าวไทย สิ้นสุดที่ปากน้ำสิชล ระยะทาง 15 กิโลเมตร

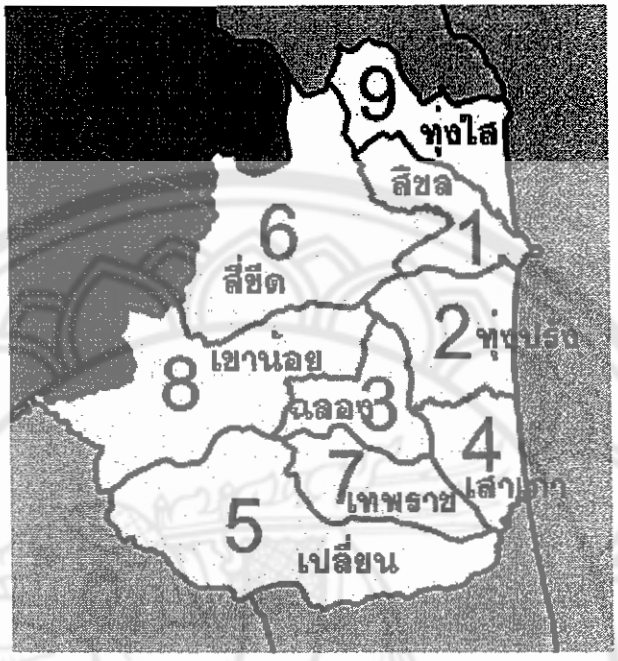
ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลสี่ขีด ตำบลสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช แนวเขตเริ่มจากคลองตาหมื่นศรี สิ้นสุดที่สะพานคลองเหลง ระยะทาง 12 กิโลเมตร

ลักษณะภูมิประเทศ

อำเภอสิชลมีสภาพพื้นที่ค่อนข้างสูงถึงราบเรียบ มีสภาพเรียบกึ่งลูกคลื่นลอนลาดเล็กน้อย นอกจากนี้ยังมีภูเขาเป็นหย่อม ๆ ภายในอำเภอสิชลมีคู คลอง หลายสายกระจายอยู่ทั่วไป คูคลองเหล่านี้มีทั้งที่เกิดขึ้นเอง คลองที่สำคัญคือ คลองท้องยาง คลองห้วยศรีชัย คลองตีนเป็น คลองตาหมื่นศรี คลองทุ่งพรุชิง

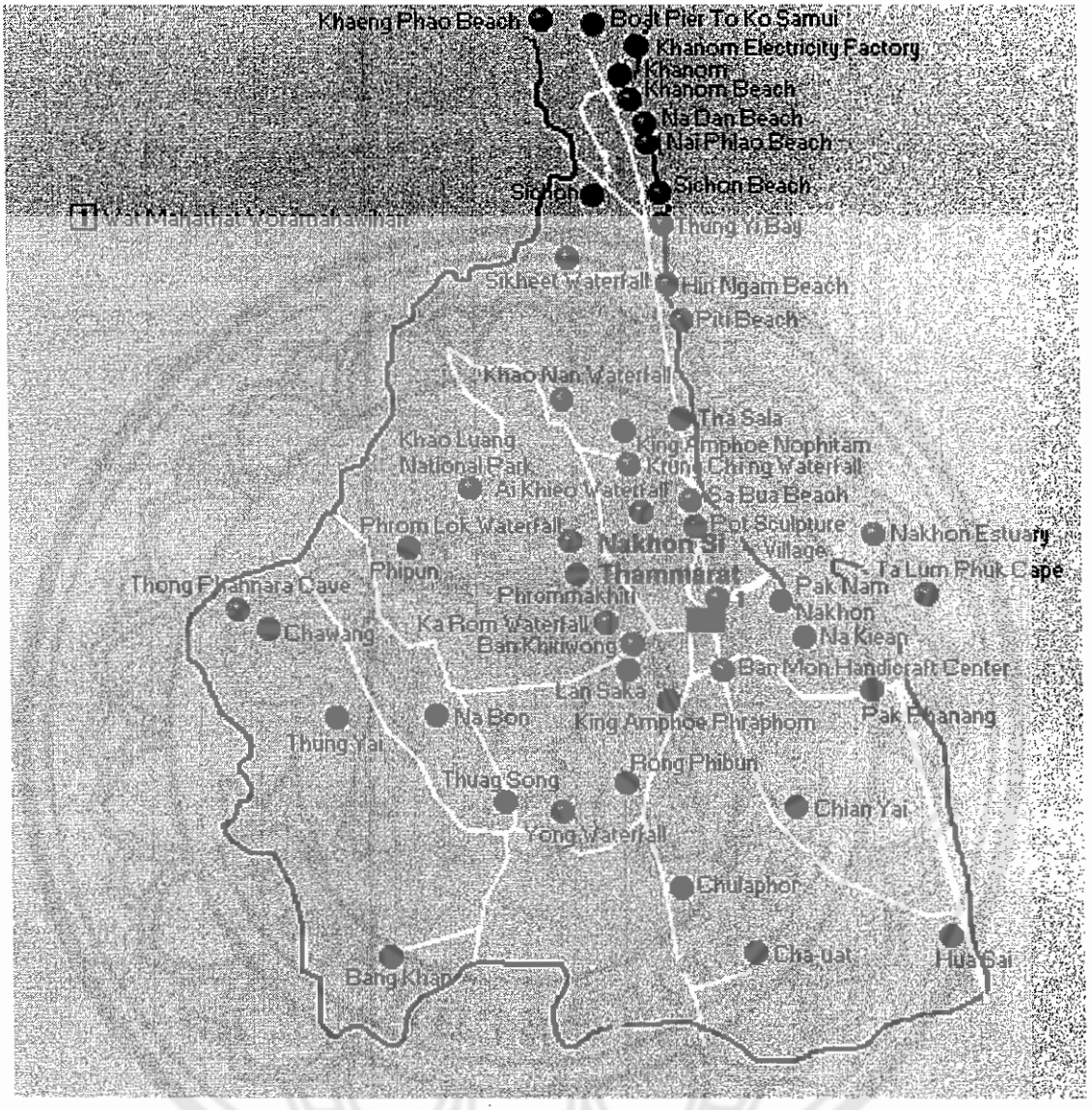
ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับซับซ้อนและตั้งอยู่ในเขตร้อน ใกล้เส้นศูนย์สูตร บนคาบสมุทรมาลายู และอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีอากาศค่อนข้างเย็นสบาย อุณหภูมิเฉลี่ยของพื้นที่ในแต่ละช่วงของปีเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก โดยอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีงบประมาณ 28.29 องศาเซลเซียส ซึ่งมีอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดในเดือนมิถุนายน ประมาณ 30.10 องศาเซลเซียส



ภาพ 17 แสดงแผนที่อาณาเขตแต่ละตำบลและพื้นที่ของอำเภอสิชล

ที่มา http://th.wikipedia.org



ภาพ 18 แสดงแผนที่สังเขปแสดงที่ตั้งและอาณาเขตอำเภอสิชล

ที่มา www.thai-hotels-links.com

เขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองตามลักษณะพื้นที่ออกเป็น

1 9 ตำบล 108 หมู่บ้าน 1 เทศบาลตำบล อบต. 9 แห่ง

แสดงเขตการปกครองอำเภอสิชล

ตาราง 6 แสดงเขตการปกครองอำเภอสิชล

ตำบล	หมู่บ้าน	ประชากร
สิชล	10	14,957
ทุ่งปรัง	16	10,595
ฉลอง	10	6,374
เสาเภา	16	12,049
เปลี่ยน	14	7,726
สี่ขีด	12	9,109
เทพราช	13	7,524
เขาน้อย	7	5,195
ทุ่งใส	8	10,452

2 มีประชากร จำนวน 83,981 คน ประชากรในเขตเทศบาลสิชล จำนวน 14,957 คน

สภาพเศรษฐกิจของอำเภอสิชล

ประชากรในอำเภอสิชลส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก ได้แก่ ทำสวน และรับจ้างในการเกษตร โดยมีเกษตรกร ทำการเพาะปลูก ถึงร้อยละ 80 ของจำนวนครอบครัว และมีอาชีพทำการประมง 15% ส่วนครอบครัวที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ค้าขาย รับราชการ มีเพียงร้อยละ 5

การเกษตรกรรม

อำเภอสิชล เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ยางพารา มังคุด ทุเรียน

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช

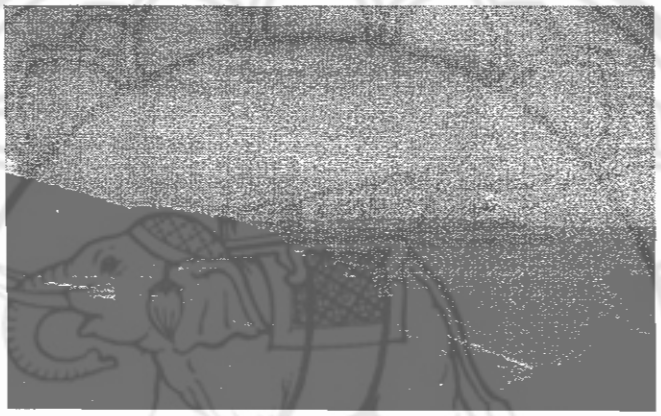
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของอำเภอสิชล

1.1 หาดสิชล หาดหินงาม หาดทุ่งใส อ่าวท้องยาง วังโลมา เขาพลายดำ

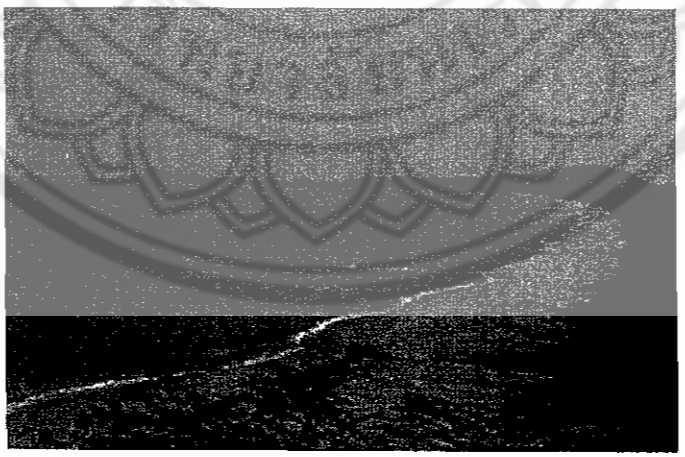
1.2 อุทยานแห่งชาติน้ำตกสี่ขีด น้ำตกหน่อตง น้ำตกภูริน

1.3 ถ้ำสว่าง หรือถ้ำพ่อตาเขาหลัก ถ้ำไม้ค้ำ ถ้ำน้ำย้อย หรือถ้ำระฆัง เขาพูคาน

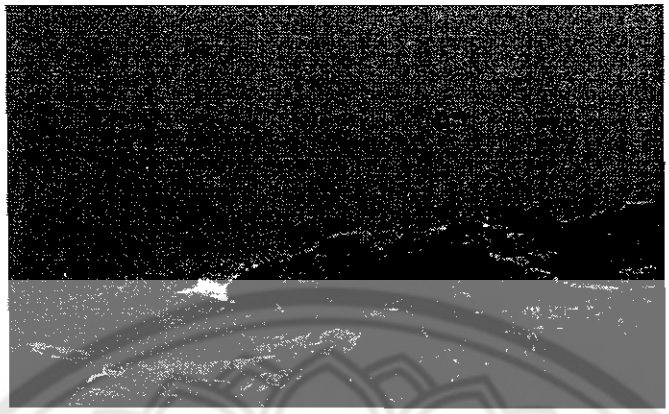
1.4 สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า น้ำตกหนานเตย



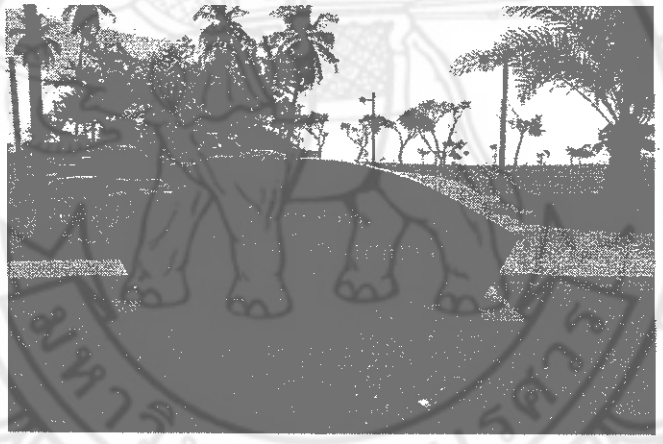
ภาพ 19 แสดงภาพอ่าวท้องยาง



ภาพ 20 แสดงภาพหาดทุ่งใส

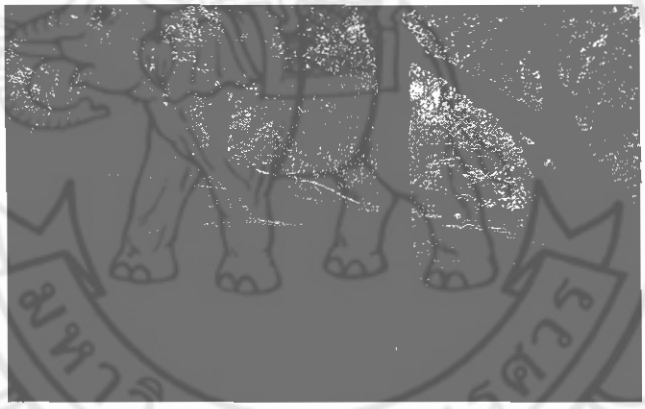


ภาพ 21 แสดงภาพวังโลมา

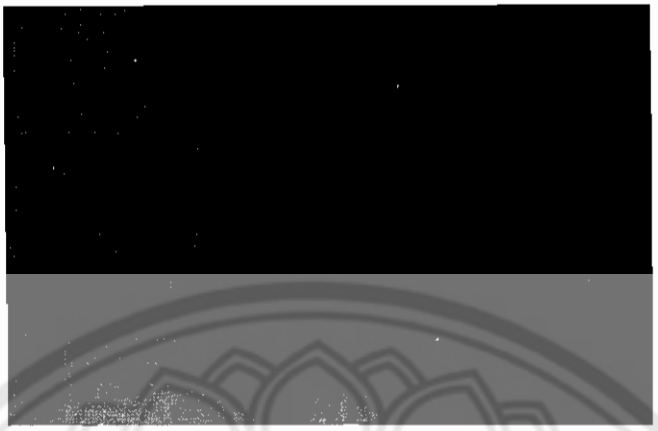


ภาพ 22 แสดงภาพเขาพลายดำ

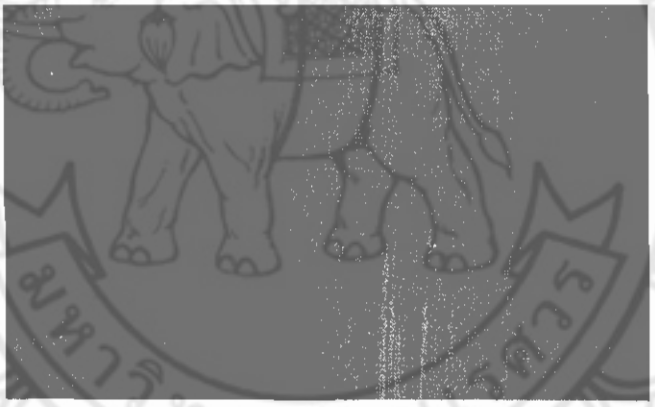
ภาพ 23 แสดงภาพอุทยานแห่งชาติน้ำตกสี่ขีด



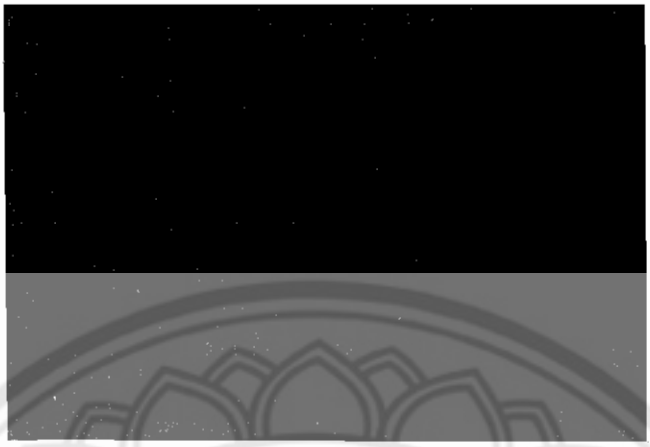
ภาพ 24 แสดงภาพน้ำตกสี่ขีด



ภาพ 25 แสดงภาพถ้ำสว่าง

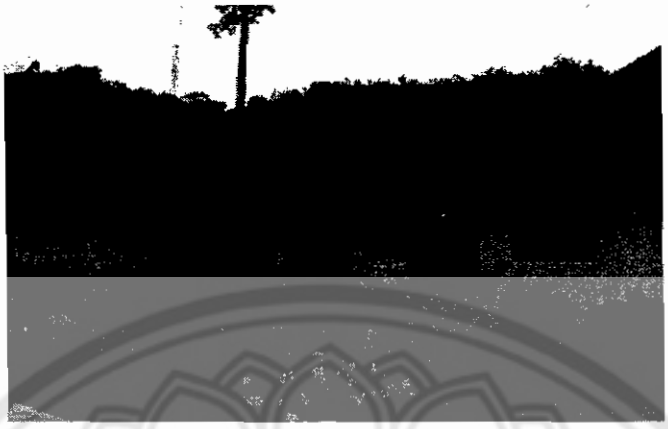


ภาพ 26 แสดงภาพถ้ำไม้ค้ำ

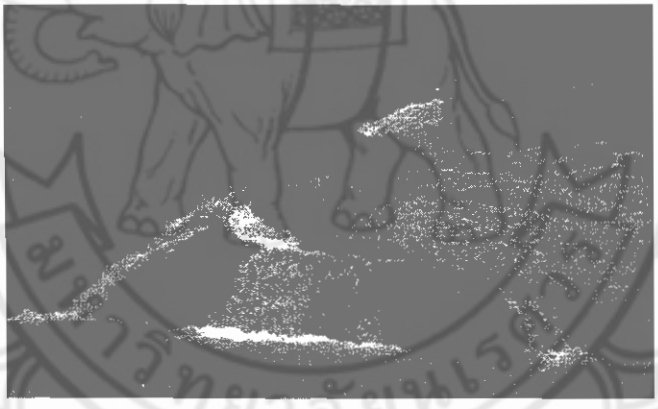


ภาพ 27 แสดงภาพถ้ำน้ำย้อย หรือถ้ำระฆัง

ภาพ 28 แสดงภาพเขาฑูคาน



ภาพ 29 แสดงภาพสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่า นครศรีธรรมราช



ภาพ 30 แสดงภาพน้ำตกหนานเตย

2. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและงานเทศกาลประเพณีของอำเภอสิชล

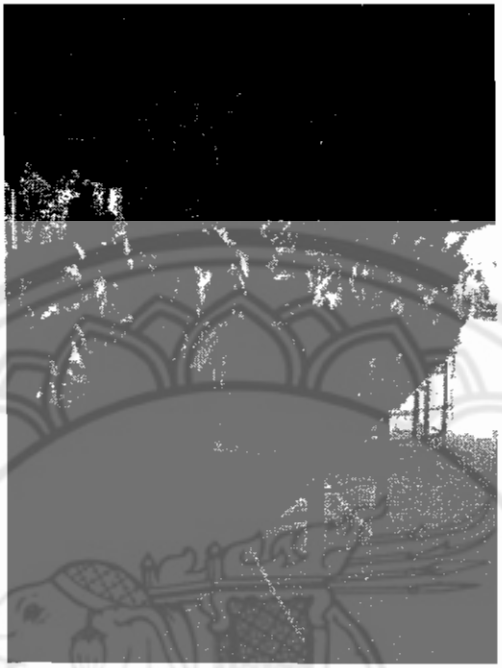
2.1 ประเพณีสารทเดือนสิบ

2.2 ประเพณีลากพระ

2.3 ประเพณีอาบน้ำคนแก่

2.4 ประเพณีให้ทานไฟ

2.5 ประเพณีแข่งเรือยาว



ภาพ 31 แสดงภาพประเพณีสารทเดือนสิบ

ภาพ 32 แสดงภาพประเพณีลากพระ

ภาพ 33 แสดงภาพประเพณีอาบน้ำคนแก่

ภาพ 34 แสดงภาพประเพณีให้ทานไฟ

3. กิจกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอสิชล
   - 3.1 กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ
   - 3.2 กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ดูนก ส่องสัตว์
   - 3.3 กิจกรรมศึกษาเที่ยวถ้ำ
   - 3.4 กิจกรรมดำน้ำลึก
   - 3.5 กิจกรรมการตั้งแค้มป์

3.5 กิจกรรมขี่จักรยานชมธรรมชาติ

4. การบริการด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสิชล

4.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4.2 ระบบสาธารณูปโภค

4.3 ที่พักแรมรูปแบบต่าง ๆ

4.4 ภัตตาคารและบริการอาหาร และเครื่องดื่ม การซื้อของ ห้องสุขา

4.5 บริการข้อมูลและศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว

4.6 ป้ายบอกทิศทาง ระบบสื่อความหมาย สถานที่ท่องเที่ยว

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องแต่พบว่าไม่มีเรื่องนี้โดยตรง หากจะมีก็แต่ผลงานที่เกี่ยวข้องคล้ายคลึงกันดังนี้

ณัฐพล ลือสิงหนาท (2549) ได้ศึกษาเรื่องการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติทางทะเล พบว่า การจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติทางทะแลในประเทศไทยยังประสบปัญหาในด้านการบริหารจัดการทั้งในด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความคุ้มครองดูแลอุทยานแห่งชาติทางทะเล ในส่วนที่ไม่มีมาตรการทางกฎหมายใดกล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนและไม่มีมาตรการในการจัดการดูและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติทางทะเลอย่างเป็นระบบ และปัญหาในด้านการบริหารจัดการ ในส่วนไม่มีการกำหนดแนวทางหรือมาตรการในการควบคุมเพื่อรองรับกับจำนวนปริมาณนักท่องเที่ยวและการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ปัญหาเรื่องของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆก็ไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนแน่นอน ซึ่งจากปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ถือได้ว่าเป็นสาเหตุทีทำให้เกิดความเสื่อมโทรมกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทต่าง ๆ ภายในอุทยานแห่งชาติทางทะเล

สมชาย เลี้ยงพรรณ (2542) ศึกษาแหล่งทรัพยากรนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในบริเวณทะเลน้อย ทะเลหลวง และทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาพบว่าแหล่งทรัพยากรนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งหมด 70 แห่ง โดยกระจายอยู่ในจังหวัดพัทลุง 5 อำเภอ 7 ตำบล รวม 21 แห่ง และในจังหวัดสงขลา 5 อำเภอ 10 ตำบล รวม 49 แห่ง โดยจากการศึกษาพบว่างแหล่งท่องเที่ยวมีการกระจายตัวไปในบริเวณต่าง ๆ ทั้ง 2 จังหวัด และแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้ว และอยู่ใกล้เคียงตัวเมือง ซึ่งมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก ส่วนทรัพยากรท่องเที่ยวที่เข้าถึงปานกลาง ถึง ยาก ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับ

การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทั้งที่บางแห่งมีความสวยงามตามธรรมชาติมากกว่าแหล่งที่เข้าถึงง่าย เมื่อพิจารณาจากศักยภาพบางประการแล้วสามารถกล่าวได้ว่า แหล่งทรัพยากรธรรมชาติส่วนใหญ่มีศักยภาพสูงในระดับปานกลางแต่ถ้าได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมแล้วแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จะมีศักยภาพสูงขึ้นได้และสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มขึ้นได้อีกด้วย

วิทยาภรณ์ จรัสด้วง (2544) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง จากการศึกษาพบว่าระบบนิเวศในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อยมีความอุดมสมบูรณ์ในระดับมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ มีเอกลักษณ์ความสวยงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดใจ มีสมรรถนะในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่าประชาชนในชุมชนและผู้นำชุมชนมีความต้องการที่จะเข้าร่วมวางแผนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ในทางปฏิบัติยังไม่ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกานจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากนัก

วันดี สีสังข์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี พบว่าแนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัด คือ จังหวัดจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นเมืองแม่แบบของการพัฒนาการค้าชายแดน และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่นานาชาติด้านตะวันตก เป็นเมืองปลอดมลพิษ มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จะขจัดความยากจนและพัฒนาคน และสังคมที่มีคุณภาพ สำหรับเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดคือ เพิ่มพื้นที่สีเขียวและป่าชุม เพิ่มมาตรฐานการบริการในการท่องเที่ยวและความปลอดภัย พัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตรเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างรายได้จากสินค้า OTOP และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1. เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภูมิภาค 2.เป็นเมืองปลอดมลพิษ มีการบริการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 3. เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้สู่ปัญญาระดับภูมิภาคและพัฒนาเป็นเมืองการค้าต่างแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 4.เป็นเมืองปลอดคนจน มีสังคมที่มีคุณภาพและเป็นคนดีมีศีลธรรม

อำนวย ประสิทธิพรหม (2540) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของประชากรในโครงการโลกสดใสในบ้านเกิด จังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปาน

กลาง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับจิตสำนึกในการอนุรักษ์จากทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน สถานภาพการเป็นสมาชิกในชุมชน ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในชุมชน การเป็นสมาชิกอนุรักษ์ฯ และการได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยมีตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่าง แต่พบว่า อาชีพนั้นมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้นำความรู้ในเชิงหลักการไปในในชีวิตจริง

ทัดดาว บุญปัญญาโรจน์ (2545) ศึกษาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยว วนอุทยานภูชี้ฟ้าตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า แหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้ามีความพร้อมในองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 3 ประการ คือ มีสิ่งดึงดูดใจ มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว พบว่าการบริการข่าวสารข้อมูลยังขาดรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ป้ายสัญลักษณ์ยังขาดความชัดเจน และขาดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวยังขาดความเป็นธรรมชาติที่พักและร้านอาหารไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาล รวมทั้งไม่มีสันค้นที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของวนอุทยานภูชี้ฟ้า อีกทั้งยังขาดเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยว น้ำใช้ ห้องน้ำและจำนวนถังขยะสาธารณะไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว

วีราภรณ์ วัยวัฒน์ (2549) ได้ศึกษาถึงการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่าผลของการประเมินทรัพยากรท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแหล่งชาติเขาหลวง 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 มีวิสัยทัศน์ที่สำคัญคือ

การเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่สำคัญของภาคใต้ และยุทธศาสตร์ คือ เป็นศูนย์กลางการศึกษา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและชุมชนเข้มแข็ง