

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร นั้นผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งนี้เพื่อนำ แนวคิดและทฤษฎีมาปรับใช้ในการศึกษาโดยครอบคลุมเนื้อหาหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนา
2. ประวัติการท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. ความสำคัญของการท่องเที่ยว
5. แนวคิดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว
6. นโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว
7. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ
8. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559
9. ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร
10. สภาพทั่วไปเกี่ยวกับบึงสีไฟแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพิจิตร
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
12. กรอบแนวคิดการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนา

การพัฒนา

ก่อนที่จะศึกษาความหมายของการพัฒนา ควรทำความเข้าใจ “แนวคิดพื้นฐานของการพัฒนา” อธิบายได้ว่า สืบเนื่องจากสภาพธรรมชาติที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม หมายถึง มนุษย์โดยธรรมชาติย่อมอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่มีช้อยกเว้นที่มนุษย์อยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เช่น ฤๅษี การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์อาจมีได้หลายลักษณะและเรียกต่างกัน เป็นต้นว่า ครอบครัว (Family) เผ่าพันธุ์ (Tribe) ชุมชน (Community) สังคม (Society) และประเทศ (Country) และเมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ย่อมเป็นธรรมชาติอีกทีในแต่ละกลุ่มจะต้องมี “ผู้นำกลุ่ม” และ “ผู้ตาม” คือ ประชาชนหรือคนในกลุ่ม รวมทั้งมี “การควบคุมดูแลกันภายในกลุ่ม”

หรือ “การจัดระเบียบภายในกลุ่ม” ซึ่งอาจเรียกว่า การบริหารหรือการพัฒนาภายใน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยและความสุข และในบางกรณีการควบคุมดูแลอาจเกี่ยวข้องกับภายนอกด้วย เช่น กรณีการติดต่อ ประสานงาน การต่อสู้ หรือการทำสงครามกับกลุ่มอื่น สภาพเช่นนี้ได้มีวิวัฒนาการตลอดมา โดยผู้นำกลุ่มขนาดใหญ่ เช่น ในระดับประเทศอาจเรียกว่า “นักบริหาร” หรือ “ผู้บริหาร” ขณะที่การควบคุมดูแลหรือการจัดระเบียบนั้น เรียกว่า การบริหาร

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526 : 5) ได้ให้ความหมายของคำว่า พัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง (Directed change) หรือการเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้แน่นอนล่วงหน้า (Planned change)

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2526 : 1) ความหมายของคำว่า พัฒนา หมายถึง การกระทำให้เกิดขึ้น คือเปลี่ยนจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่า

อมร รักษาสัตย์ และ ชัดติยา กรรณสูต (2515 : 2-8) ได้ให้ความหมายของคำว่าพัฒนาว่าหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในตัวระบบที่ทำการ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในตัวระบบที่ทำการ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านคุณภาพ (Qualitative changes) ส่วนการแปลงรูป (Transformation) เป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของตัวกระทำ (Environmental changes) ซึ่งนอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านคุณภาพและปริมาณ เช่น การคมนาคมของประเทศไทยเมื่อเริ่มแรกได้มีการใช้รถเทียมม้า แล้วปรับปรุงให้ดีขึ้นโดยใช้เครื่องจักรไอน้ำมาทำรถไฟ และค่อย ๆ ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ๆ เรื่อยยิ่งขึ้น ๆ การเปลี่ยนแปลงจากรถม้ามาเป็นรถไฟหรือเป็นรถยนต์ หรือเครื่องบิน จนเป็นจรวดก็ตี นับได้ว่าเป็นการพัฒนา

สนธยา พลศรี (2547 : 2) การพัฒนาโดยความหมายจากรูปศัพท์จึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดความเจริญเติบโตงอกงามและดีขึ้นจนเป็นที่พึงพอใจ ความหมายดังกล่าวนี้ เป็นที่มาของความหมายในภาษาไทยและเป็นแนวทางในการกำหนดความหมายอื่นๆ

สนธยา พลศรี (2547 : 3) การพัฒนาในความหมายของนักพัฒนาบริหารศาสตร์จะมีขอบข่ายกว้างขวางกว่าความหมายจากรูปศัพท์ ความหมายโดยทั่วไป และความหมายทางเศรษฐศาสตร์ที่กล่าวมาแล้ว เพราะหมายถึง การเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งในด้านคุณภาพ (ดีขึ้น) ปริมาณ (มากขึ้น) และสิ่งแวดล้อม (มีความเหมาะสม) ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียว

สนธยา พลศรี (2547 : 4) การพัฒนาในความหมายของการปฏิบัติการนี้เป็นความหมายต่อเนื่องจากความหมายทางการวางแผนโดยมุ่งเน้นถึงการนำแผนและโครงการไปดำเนินการอย่างจริงจังและอย่างต่อเนื่อง เพราะถึงจะมีแผนและโครงการแล้วแต่ถ้าหากไม่มีการนำไปปฏิบัติการพัฒนานี้ก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้

สนธยา พลศรี (2547 : 4) การพัฒนาในทางพระพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาคนให้มีความสุขมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การพัฒนาในความหมายนี้ มีลักษณะเดียวกับกับการพัฒนาในความหมายทางการวางแผน คือ เป็นเรื่องของมนุษย์เท่านั้น แตกต่างกันเพียงการวางแผนให้ความสำคัญที่วิธีการดำเนินงาน ส่วนพุทธศาสนามุ่งเน้นผลที่เกิดขึ้นคือ ความสุขของมนุษย์เท่านั้น

สุชา จันทรโสม (2540 : 1) พัฒนาการ หมายถึง ลำดับของการเปลี่ยนแปลงหรือกระบวนการเปลี่ยนแปลง (process of change) ของมนุษย์ทุกส่วนที่ต่อเนื่องกันไปในระยะเวลาหนึ่ง ๆ ตั้งแต่แรกเกิดจนตลอดชีวิต การเปลี่ยนแปลงนี้จะก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ เป็นขั้น ๆ จากระยะหนึ่งไปสู่อีกระยะหนึ่งเพื่อที่จะไปสู่วุฒิภาวะ ทำให้มีลักษณะและความสามารถใหม่ ๆ เกิดขึ้น ซึ่งมีผลทำให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นตามลำดับ

ทิพย์ภา เชษฐุ์ชาวลิต (2541 : 1) คำจำกัดความของ พัฒนาการว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างมีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านเจริญเติบโตองกงามและถดถอย และเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลรวมของวุฒิภาวะและประสบการณ์

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2540 : 21) พัฒนาการเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทั้งที่สังเกตได้ง่าย ชัดเจน และมองเห็นได้ยาก ไม่ชัดเจน ตั้งแต่เริ่มปฏิสนธิจนกระทั่งวาระสุดท้ายของชีวิต

ทิตยา สุวรรณชฎ (2517 : 187-189) ได้อธิบายการพัฒนา ไว้ว่า การพัฒนา คือการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการและได้กำหนดทิศทางและมุ่งที่จะควบคุมอัตราการเปลี่ยนแปลงด้วยสภาวะการพัฒนามีลักษณะสมานของสังคมได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนได้เต็มที่โดยไม่มีสภาวะครอบงำ เช่น ความบีบคั้นทางการเมือง ความบีบคั้นทางเศรษฐกิจ หรือความไม่สมบูรณ์ในอนามัย ทุกคนสามารถที่จะนำเอาศักยภาพของตนออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น การเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรของไทยไม่สามารถจะใช้รถแทรกเตอร์แบบอเมริกาได้ ม.ร.ว. เทพฤทธิ์ เทวกุล ได้ประดิษฐ์ "ควายเหล็ก" ขึ้นมาใช้ไถนาในสภาพแวดล้อมของสังคมไทย

วิทยากร เชียงกุล (2527 : 17-18) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาที่แท้จริงควรหมายถึงการทำ ให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนมีความสุข ความสะดวกสบาย ความอยู่ดีกินดี ความเจริญ ทางศิลปวัฒนธรรมและจิตใจและความสงบสันติ ซึ่งนอกจากจะขึ้นอยู่กับ การได้รับปัจจัยทาง วัตถุเพื่อสนองความต้องการของร่างกายแล้ว ประชาชนยังต้องการพัฒนาทางด้านการศึกษา สิ่งแวดล้อมที่ดี การพักผ่อนหย่อนใจ และการพัฒนาทางวัฒนธรรมและจิตใจด้านต่าง ๆ ด้วย ความต้องการทั้งหมดนี้บางครั้งเราเรียกกันว่าเป็นการพัฒนา "คุณภาพ" เพื่อให้ให้เห็นว่าการ พัฒนาไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การเพิ่มปริมาณสินค้าหรือการเพิ่มรายได้เท่านั้น หากอยู่ที่การเพิ่มความ พอใจความสุขของประชาชนมากกว่า

ที. อาร์. แบ็ทเทิน T. R. Batten (1959 : 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาชุมชนของอังกฤษ ได้ให้ความหมายของคำว่า พัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น

บรูคฟิลด์ (Brookfield) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาโดยเน้นด้านเศรษฐกิจว่า หมายถึง ความก้าวหน้าที่ยั่งยืนสวัสดิการ เป็นต้นว่า การลดความยากจนและลดการว่างงาน การลดความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจ8 คำว่า พัฒนา ในความหมายของกลุ่มมาร์กซิส (Marxist) ซึ่งเน้นด้านเศรษฐกิจ มองในแง่ที่ว่า การพัฒนาของประเทศทุนนิยมอุตสาหกรรม ยุโรปตะวันตก ในความเป็นจริงต้องอาศัยประเทศด้อยพัฒนาหรือประเทศโลกที่สามซึ่งในแง่ นี้ประเทศโลกที่สามไม่เป็นประเทศอุตสาหกรรมจะกลายเป็นประเทศบริวารที่ต้องพึ่งพาประเทศที่ จะเจริญก้าวหน้ากว่า ทำให้เศรษฐกิจของประเทศโลกที่สามถูกรอบงำ

คินเดิลเบอร์เกอร์ (Kindleberger) กล่าวถึงการพัฒนาทางเศรษฐกิจว่า เป็นการขยายตัว ทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางเทคนิค การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระบบเศรษฐกิจ การ เปลี่ยนแปลงระบบการเมือง การเปลี่ยนแปลงระบบสังคม การเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษา และ การเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ10 การ เปลี่ยนแปลง ดังกล่าวนั้น ใช้ค่านิยมของแต่ละสังคมเป็นตัวกำหนดแนวทางการพัฒนาว่าจะ เป็นไปในทิศทางใด ตัวอย่างเช่น คนไทยบางส่วนมีความเชื่อหรือมีค่านิยมว่าเทคโนโลยี เป็นสิ่ง ที่แสดงถึงความเจริญหรือแสดงว่าประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนา ดังนั้น จึงพยายามที่จะนำ เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ภายในประเทศให้มาก เป็นต้น

ฮูจเว็ลท์ (Hoogvelt) เชื่อว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงและการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้การแบ่งโลกออกเป็นโลกที่พัฒนาและไม่พัฒนาซึ่งฮูจเว็ลท์ อธิบายว่า การพัฒนามีอยู่ 3 ฐานะ ได้แก่

1. การพัฒนาในฐานะที่เป็นกระบวนการ ในความหมายนี้หมายถึงกระบวนการวิวัฒนาการของความเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงของสังคมมนุษย์รวมทั้งขององค์กรทางวัฒนธรรมด้วย การพัฒนาในฐานะนี้เกี่ยวกับทฤษฎีวิวัฒนาการทั้งแนวเก่า แนวใหม่ ความแตกต่างทางสังคม การผสมผสานและการปรับตัวด้วยการทำให้ดีขึ้น ตลอดจนขั้นตอนของวิวัฒนาการทางสังคม

2. การพัฒนาในฐานะที่เป็นการปฏิสัมพันธ์ ในฐานะนี้ เป็นการมองการพัฒนาว่าเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงและความเจริญเติบโตของสังคมด้วยการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมต่าง ๆ ชูจเว็ลท์ ได้อธิบายถึงการพัฒนาของสังคมที่ค่อยพัฒนาด้วยการติดต่อสัมพันธ์ทางการค้า ระบบพาณิชย์ ระบบอาณานิคม อาณานิคมยุคใหม่ การแปลงสภาพโครงสร้างของสังคมดั้งเดิมด้วยการเป็นสมัยใหม่ภายใต้ลัทธิอาณานิคม การแพร่กระจายทัศนคติ ค่านิยม สถาบันต่าง ๆ ภายใต้ลัทธิอาณานิคม และการขาดตอนของกระบวนการวิวัฒนาการ

3. การพัฒนาในฐานะที่เป็นการปฏิบัติการ การพัฒนาในฐานะนี้ถือว่า การพัฒนาจะต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบและตรวจสอบกระบวนการแห่งความเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงโดยมีเป้าหมายให้เลือกสำหรับการพัฒนาหลาย ๆ เป้าหมาย รวมทั้งรูปแบบของการพัฒนา เป็นต้น

จากความหมาย การพัฒนา ที่ยกมาข้างต้นนี้ ทำให้สรุปได้ว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกระทำให้เกิดขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ต้องเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถ้าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่ดี ก็ไม่เรียกว่าการพัฒนา ขณะเดียวกัน การพัฒนามิได้หมายถึงการเพิ่มขึ้นปริมาณสินค้าหรือรายได้ของประชาชนเท่านั้น แต่หมายความรวมถึงการเพิ่มความพึงพอใจและเพิ่มความสุขของประชาชนด้วย

การพัฒนา อาจจัดแบ่งออกเป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ ได้แก่

1. การพัฒนาทางเศรษฐกิจ หมายถึง การพัฒนาด้านการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก การแลกเปลี่ยน การลงทุนเพื่อทำให้ประชาชนไม่ยากจน เป็นต้น

2. การพัฒนาทางสังคม หมายถึง การพัฒนาด้านจิตใจ แบบแผน พฤติกรรม รวมตลอดทั้งความสัมพันธ์ของคนในสังคมเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ในสังคม เป็นต้น

3. การพัฒนาทางการเมือง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สร้างกระบวนการปกครองให้เป็นประชาธิปไตย และประชาชนในประเทศมีสิทธิเสรีภาพตามกฎหมาย เป็นต้น

พร้อมกันนั้น ยังได้จัดกลุ่มการให้ความหมายคำว่า การพัฒนา ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง มีความเห็นว่า การพัฒนา หมายถึง ความเจริญเติบโต (Growth) อันเป็นการเพิ่มของผลผลิต (Output) ซึ่งกระทำโดยระบบสังคม (social system) ร่วมกับสิ่งแวดล้อม (Environment) เช่น การผลิตข้าวเพิ่มขึ้น การสร้างถนน สะพาน เขื่อน หรือบ้านเรือน ให้ประชาชนได้มีโอกาสใช้สิ่งเหล่านี้มากขึ้น

กลุ่มที่สอง มีความเห็นว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงระบบการกระทำ (Development is change in the with performs) เช่น มีการเปลี่ยนแปลงระบบสังคม ระบบการเมือง และระบบบริหาร เป็นต้น

กลุ่มที่สาม มีความเห็นว่า การพัฒนา หมายถึง การเน้นที่วัตถุประสงค์เป็นหลัก ถ้าเป็นการบริหารจัดการก็ต้องบริหารจัดการด้วยวัตถุประสงค์ (Management by objectives) คือ การปฏิบัติงานมุ่งไปที่วัตถุประสงค์นั่นเอง การพัฒนาตามความเห็นของกลุ่มนี้จึงขึ้นอยู่กับที่วัตถุประสงค์ว่า ผู้กำหนดวัตถุประสงค์จะได้ระบุไว้อย่างไร มีอะไรบ้างที่ต้องการ ปัญหาต่อมาก็คือ วัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นนั้นมีเหตุผลหรือได้รับความเห็นชอบและการสนับสนุนจากบุคคลที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งถ้าวัตถุประสงค์ของประเทศประชาชนในประเทศก็น่าจะเป็นผู้มีส่วนรับรู้สนับสนุนหรือได้รับประโยชน์จากการพัฒนานั้นด้วย อย่างไรก็ตามวัตถุประสงค์ของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายจะมีการกำหนดไว้กว้าง ๆ เช่น เป็นการสร้างความเจริญก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นต้น

กลุ่มที่สี่ มีความเห็นว่า การพัฒนา หมายถึงการเปลี่ยนแปลงโดยการวางแผนเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงาน ตามความเห็นของกลุ่มนี้เน้นว่าการพัฒนาอยู่ที่การมีแผน และการนำแผนไปดำเนินการเพื่อกำหนดหรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์นั้น ๆ

กลุ่มที่ห้า มีความเห็นว่า การพัฒนา หมายความว่าความทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ โดยคุณลักษณะทั้งสองแง่นี้ไม่อาจแบ่งแยกออกจากกันได้เด็ดขาดคือทั้งปริมาณและคุณภาพต้องควบคู่กันไปเสมอในแง่ของปริมาณ ผลของการพัฒนาสามารถมองเห็นได้เป็นวัตถุ จับต้อง และวัดผลได้ง่าย เช่น เงินเดือนเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น มีถนนหนทาง โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือโรงพยาบาล ส่วนในแง่คุณภาพจับต้องไม่ได้วัดผลได้ยาก เช่น การพัฒนาให้ประชาชนมีความซื่อสัตย์สุจริต รู้จักเสียสละเพื่อส่วนรวม มีความอดทน ขยันหมั่นเพียร รักระเบียบวินัยและความสะอาด เป็นต้น และเป็นความจริงเสมอว่า การพัฒนาส่วนใหญ่จะเน้นในแง่ของปริมาณ

ทั้งสิ้น เพราะสามารถที่จะวัดได้ ยิ่งสังคมเจริญมากขึ้นเท่าไร การพัฒนาจำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้านที่รู้เฉพาะเรื่องของสาขาที่ตนชำนาญ โดยขาดความสนใจในความเป็นมนุษย์ในวงกว้างออกไป การวัดผลการพัฒนาจึงเน้นไปที่ความสำเร็จในด้านสาขาวิชาชีพของตนเป็นส่วน ใหญ่ เช่น นักเศรษฐศาสตร์จะวัดผลสำเร็จของตนด้วยการเพิ่มผลผลิต รายได้ประชาชาติ เพิ่ม การส่งสินค้าออก เพิ่มการอุตสาหกรรม และเพิ่มการลงทุน เป็นต้น โดยคำนึงถึงมนุษย์น้อยมาก

การพัฒนาชุมชน

คำว่า การพัฒนาชุมชน (Community development) มีผู้ให้ความหมายไว้มาก เช่น สุวิทย์ ยี่วรพันธุ์ (2509 : 57) ให้ความหมายของคำว่า การพัฒนาชุมชน ไว้ดังนี้

1. การปรับปรุงส่งเสริมให้ชุมชนใดชุมชนหนึ่งดีขึ้น หรือมีวิวัฒนาการดีขึ้น
2. การส่งเสริมให้ชุมชนนั้น ๆ มีวิวัฒนาการดีขึ้น คือ เจริญทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม

3. การพัฒนาชุมชนนั้น จะต้องพัฒนาทางด้านวัตถุและพัฒนาด้านจิตใจ

3.1) การพัฒนาด้านวัตถุ คือ การสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนเพื่อส่งเสริมให้เกิดมี หรือเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่เราเห็นโดยแจ้งชัด เช่น การส่งเสริมด้วยการผลิตผล การส่งเสริมระบบขนส่ง การคมนาคม การชลประทาน ฯลฯ

3.2) การพัฒนาด้านจิตใจ คือ การสร้างความเจริญ โดยมุ่งจะให้การศึกษาอบรม ประชาชนซึ่งรวมทั้งการให้การศึกษาตามโรงเรียน มหาวิทยาลัยตามโครงการของ กระทรวงศึกษาธิการและการศึกษานอกระบบโรงเรียนให้ได้รับการศึกษาอย่างดี

4. การพัฒนาชุมชน คือ กระบวนการที่มุ่งส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น ทั้งนี้ โดยประชาชนเข้าร่วมมือและริเริ่มดำเนินการเอง

อาร์เธอร์ ดันฮัม (Arthur Dunham) (1958:3) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาชุมชน คือ การรวม กำลังดำเนินการปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนให้มีความเป็นปึกแผ่นและดำเนินการไปในแนวทางที่ตนต้องการ โดยอาศัยความร่วมมือกำลังของประชาชนในชุมชนนั้นในการช่วยเหลือ ตัวเองและร่วมมือกันดำเนินงาน แต่มักจะได้รับความช่วยเหลือทางด้านวิชาการจากหน่วย ราชการหรือองค์การอาสาสมัครอื่น ๆ

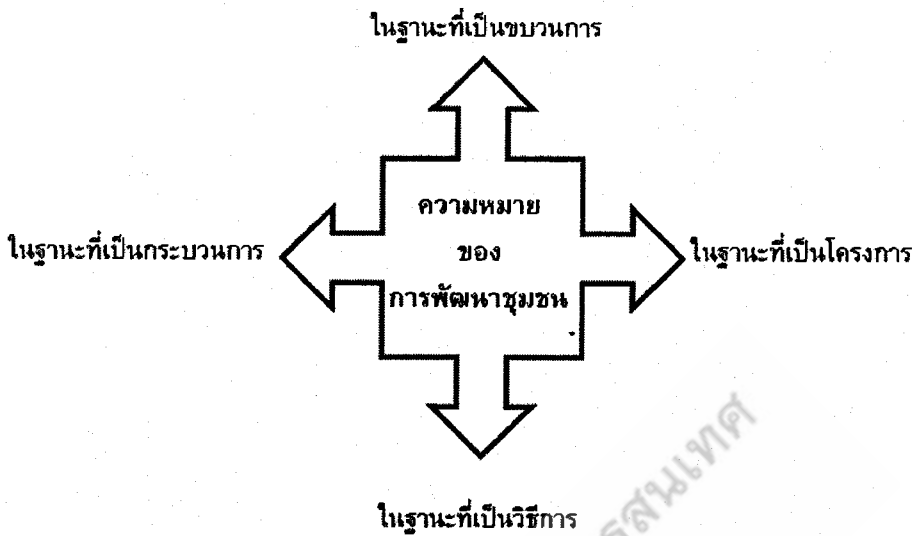
การพัฒนาชุมชนมีความหมายที่เป็นได้ทั้งขบวนการ โครงการ วิธีการ และกระบวนการ ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคน อธิบายได้ดังนี้

1. การพัฒนาชุมชนในฐานะที่เป็นขบวนการ (Movement) หมายถึง “การรณรงค์ (Campaign) หรือรวมตัวกันเรียกร้อง (Rally) ของมวลชนหรือประชาชน” เพื่อดำเนินการหรือเรียกร้องให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนหรือชุมชน เช่น ความยากจน การถูกกดขี่ข่มเหงเอาเปรียบ และการด้อยโอกาส ให้ดีขึ้น โดยผู้เข้าร่วมขบวนการเกิดความไม่พอใจอย่างมากหรือรุนแรง ผู้เข้าร่วมขบวนการจะได้รับการกระตุ้น เร่งเร้า หรือปลุกฝังด้านจิตใจเพื่อเกิดความรู้สึกนึกคิดในลักษณะที่ต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม การพัฒนาชุมชนในฐานะนี้จึงให้ความสำคัญกับจิตใจ โดยเฉพาะอุดมการณ์ และจิตวิญญาณเพื่อส่วนรวม โดยผู้เข้าร่วมขบวนการจะเชื่อมั่นและศรัทธาว่าการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นสิ่งที่สมควรกระทำอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น การรณรงค์ต่อต้านการทุจริต การรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด และการรณรงค์เพื่อลด ละ เลิกอบายมุข เป็นต้น

2. การพัฒนาชุมชนในฐานะที่เป็นโครงการ (Program) การพัฒนาชุมชนในฐานะนี้ถือว่ารัฐเป็นผู้จัดเตรียมและให้บริการสาธารณะต่าง ๆ แก่ประชาชนหรือชุมชนในรูปของ “โครงการพัฒนาต่าง ๆ” เป็นต้นว่า โครงการสร้างงานในชนบท และโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนเกิดความต้องการในอันที่จะนำบริการเหล่านั้นไปตอบสนองความต้องการของชุมชน

3. การพัฒนาชุมชนในฐานะที่เป็นวิธีการ (Method) มุ่งให้ความสำคัญกับ “วิธีการปฏิบัติงานพัฒนา” เป็นหลัก เช่น ถ้ากิจกรรมพัฒนาทั้งหลายสิ่งการหรือดำเนินงานโดยกลไกของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐทั้งหมด โดยที่ประชาชนไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย กิจกรรมพัฒนานั้นก็ไม่ถือว่าเป็นกิจกรรมพัฒนาตามวิธีการพัฒนาชุมชน ตัวอย่างเช่น การทำกิจกรรมที่สนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานพัฒนาทุกขั้นตอน

4. การพัฒนาชุมชนในฐานะที่เป็นกระบวนการ (Process) หมายถึง การพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงที่ให้ความสำคัญกับ “การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานผ่านทางกิจกรรมพัฒนาที่ประกอบด้วยหลายขั้นตอนที่สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ” กระบวนการพัฒนาชุมชนยังต้องเป็นกระบวนการต่อเนื่องอีกด้วย กล่าวคือ หลังจากดำเนินงานหรือปฏิบัติงานผ่านทางกิจกรรมพัฒนาหนึ่งไปแล้ว ก็จะนำไปสู่การเริ่มดำเนินงานหรือปฏิบัติงานผ่านทางกิจกรรมพัฒนาอื่นต่อ ๆ ไปอีก โปรดดูภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความหมายของการพัฒนาชุมชนในฐานะที่เป็นขบวนการ โครงการ วิธีการ และกระบวนการ

กระบวนการพัฒนาชุมชนในฐานะที่เป็นกระบวนการนี้ ยังให้ความสำคัญกับขั้นตอนการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจมากกว่าผลสำเร็จของงาน กระบวนการพัฒนาชุมชนเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในสภาพความเป็นอยู่และความสามารถของประชาชนจากสถานการณ์หนึ่งไปสู่อีกสถานการณ์หนึ่ง เช่น จากสถานการณ์เดิมที่มีประชาชนเพียงสองสามคนเป็นผู้ตัดสินใจไปสู่สภาพที่ประชาชนหลายคนในชุมชนเป็นผู้มีความสามารถที่จะตัดสินใจเอง หรือจากสภาพที่มีการร่วมมือแต่เพียงเล็กน้อย ไปสู่สภาพที่มีการร่วมมือกันอย่างพร้อมเพรียง หรือจากสภาพความเฉื่อยชาของประชาชนไปสู่สภาพที่ประชาชนมีความกระตือรือร้นที่เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา หรือจากสภาพที่ความช่วยเหลือหรือทรัพยากรจากภายนอกชุมชนไปสู่สภาพที่ประชาชนในชุมชนยอมเสียสละทรัพยากรและแรงงานในชุมชนเพื่อกิจกรรมพัฒนา เป็นต้น

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาชุมชนที่มีการดำเนินงานผ่านทางกิจกรรมพัฒนาที่ประกอบด้วยหลายขั้นตอนที่สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ เช่น แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน เป็น 5 ขั้นตอน หรือ 3 ขั้นตอน ตามลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง การศึกษาและสำรวจสภาพของชุมชน เริ่มต้นจากผู้ปฏิบัติงานพัฒนาดำเนินการสำรวจสภาพของชุมชนที่ผู้ปฏิบัติงานพัฒนาจะเข้าไปปฏิบัติงานด้วย

ขั้นตอนที่สอง การศึกษาขีดความสามารถที่มีอยู่ของชุมชน โดยผู้ปฏิบัติงานพัฒนา ดำเนินการพิจารณาขีดความสามารถและทรัพยากรที่มีอยู่ของชุมชน

ขั้นตอนที่สาม การจัดลำดับความสำคัญ ผู้ปฏิบัติงานพัฒนาดำเนินการจัดลำดับ ความสำคัญของปัญหาและความต้องการของชุมชน

ขั้นตอนที่สี่ การวางแผนการพัฒนา ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการวางแผนการพัฒนาโดยยึด ข้อเท็จจริงที่ได้จากการศึกษาและสำรวจสภาพของชุมชนข้างต้น

ขั้นตอนที่ห้า การลงมือปฏิบัติงานตามแผน ผู้ปฏิบัติงานพัฒนางานลงมือดำเนินงานตาม แผนพัฒนาที่ได้วางไว้

ขั้นตอนที่หก การประเมินผล ผู้ปฏิบัติงานพัฒนาดำเนินการประเมินผลกิจกรรมพัฒนาที่ ได้ดำเนินงานไปแล้วรวมตลอดถึงการพิจารณาวางแผนกิจกรรมพัฒนาต่อไปอีกในทุกขั้นตอน ข้างต้นนี้

การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานผ่านทางกิจกรรมพัฒนาข้างต้นนี้มีใช้เฉพาะ ผู้ปฏิบัติงานพัฒนาเท่านั้นแต่ยังหมายถึงประชาชนในชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมด้วย

2. ประวัติการทอ่งเที้ยว

การส่งเสริมการทอ่งเที้ยว เกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระ กำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้นทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับ เมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟ ขึ้น ทำหน้าที่รับรอง และ ให้ความสะดวก แก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้ง การโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรม รถไฟ เชียงสะพานนพวงศ์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และ คมนาคม งานด้านส่งเสริมการทอ่งเที้ยว ได้ย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ และคมนาคมด้วย แต่ ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุง หน้าไปรษณีย์กลาง

การส่งเสริมการทอ่งเที้ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2479 เมื่อ กระทรวงเศรษฐกิจ เสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมทอ่งเที้ยวในประเทศสยามต่อคณะรัฐมนตรี โดยเสนอแผนและ วัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมทอ่งเที้ยว 3 ประการ คือ 1) งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว 2) งานรับรองนักท่องเที่ยว 3) งานบำรุงสถานที่ทอ่งเที้ยวและที่พัก ในการเสนอโครงการนี้ กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคมการทอ่งเที้ยว คณะรัฐมนตรีประชุมปรึกษา

เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปสมาคม ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ดำเนินงาน โดยให้กระทรวงเศรษฐกิจ เป็นเจ้าของเรื่อง กระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์ เป็นผู้จัดทำเพราะกรมพาณิชย์มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์ และท่องเที่ยวอยู่กระทรวงเศรษฐกิจได้ ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมา จนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกกระเปิด จึงเลิก กิจการไปชั่วคราว เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุง หน่วยงานท่องเที่ยวขึ้นใหม่ จึงได้มีมติให้กรมโฆษณา การยกร่างโครงการปรับปรุงหน่วยงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา ในการประชุม เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว กรมโฆษณาการได้ทำ ความตกลงกับกระทรวงเศรษฐกิจ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอน กิจการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า "สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว" ใช้งบประมาณ ของกรมโฆษณาการเป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายของสำนักงานนี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้ พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า "สำนักงานท่องเที่ยว" โดยพระ ราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493

ใน พ.ศ. 2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ไปพักรักษาตัวอยู่ ณ โรงพยาบาลวอลเตอร์ ริด สหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มี ประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด "สำนักงานท่องเที่ยว" ออก แล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า "องค์การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" มีชื่อย่อว่า "อ.ส.ท." โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการ ท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 ในระยะแรกสถานที่ทำการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้อาศัย อาคารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นสำนักงาน ต่อมาได้ย้ายมาเปิดดำเนินงาน ณ สำนักงานถนนศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2503 ได้ประกอบพิธีเปิด "องค์การส่งเสริม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่ง จัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 นั้น มีหน้าที่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง รวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวาง ยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และ การส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้ มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ร่างพระราชบัญญัติจัด

ระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และ ดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย สมานิติบัญญัติแห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผ่านการพิจารณาประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ขึ้น มีชื่อย่อว่า "ททท." (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ออนไลน์)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ผู้ใหญ่สมัยก่อนย้อนหลังไปเพียง 50-60 ปี มักจะสั่งสอนลูกหลานว่า “อย่าเที่ยวเตร่ให้มากนักจะเสียผู้เสียคน” ทั้งนี้ เพราะภาพลักษณ์ของคำว่า “ท่องเที่ยว” ในสมัยที่การคมนาคมถนนหนทางยังไม่สะดวก จะเป็นการเที่ยวเสเพลบ่อนเบี้ยในละแวกบ้าน ผู้ใหญ่ก็ออกเดินทางรอนแรมไปกับกองเกวียนในหน้าแล้งเพื่อไปไหว้พระพุทธรบาท ไปทำบุญยังวัดวาอารามที่อยู่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ของตน หรือล่องเรือไปทอดผ้าป่า ทอดกฐิน ยังวัดริมน้ำในจังหวัดไกลๆ เพียงแต่เขาไม่พูดกันว่าไปเที่ยวพระบาทหรือไปเที่ยววัด เพราะฟังดูขัดกับความรู้สึกของพุทธศาสนิกชนที่ถือว่าวัดเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไม่ควรนับเป็นที่เที่ยว

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางที่เกิดขึ้น ตามเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เมื่อเอ่ยถึงคำว่า “ท่องเที่ยว” ในปัจจุบันเรามองเห็นภาพชาวต่างประเทศสะพายกล้องถ่ายรูปเดินกันเป็นกลุ่มใหญ่บ้างเล็กบ้างอยู่ตามวัด วัง โบราณสถาน หรือนั่งน้อยหม่นน้อยอาบแดดอยู่ตามชายหาด และอีกจำนวนไม่น้อยที่ไปเที่ยวชมป่าเขาลำเนาไพร เรามักจะมองเห็นว่าชาวต่างประเทศเหล่านี้ได้ใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางไปชมสถานที่ต่างๆ ค่าซื้อของฝากของที่ระลึก โดยที่เราไม่คิดว่ามันเป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายใน

บ้านเมืองของเรา ในขณะเดียวกันเรามากจะไม่คิดถึงคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวคนไทยเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากทุกปี เพราะการเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลายความเคร่งเครียดพร้อมๆ กับการได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี ได้เห็นภูมิประเทศที่แปลกตาและได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย เมื่อการคมนาคมสะดวก การเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นความนิยม ธุรกิจต่างๆ ก็เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการค้า ของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ขายบริการให้กับนักท่องเที่ยวเอง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การก่อสร้างอาคาร ที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรม เพื่อขายให้แก่ธุรกิจที่พักและอาหาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะก่อให้เกิดงานอาชีพใหม่ๆ และการกระจายเงินตราซึ่งถือเป็นการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศนั่นเอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529:3)

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปีติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุระและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงค์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จริญญา เจริญสุกใส (2544:72) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างบุคคลที่เดินทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

รสสุคนธ์ จุยก้าวรงค์ (2545:29) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการอำนวยความสะดวก เพื่อให้เกิดความสุขสบายในการเดินทาง

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ "การท่องเที่ยว" (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ได้ชื่อว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อสุขภาพ เช่น การไปเที่ยวทะเลในวันหยุดการเดินทางไปอาบน้ำแร่ตามธรรมชาติเพื่อสุขภาพ หรือรักษาโรคผิวหนังบางชนิด
2. การเดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การไปเล่นกีฬา การไปสัมมนา การไปจาริกแสวงบุญทางศาสนา เป็นต้น
3. การเดินทางเพื่อทำธุรกิจบางอย่าง เช่น การสำรวจตลาด การตรวจสอบสิ่งที่สั่งการติดต่อบริษัท เป็นต้น

ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ไม่จัดว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางไปประกอบอาชีพอย่างหนึ่งอย่างใดในประเทศนั้นๆ
2. การเข้ามาตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศนั้นๆ
3. การเดินทางไปทำงานต่างประเทศ ไม่ว่าจะผู้ไปอยู่ประจำหรือไปเข้าเย็นกลับ (กรณีอยู่ชายแดน)
4. การเดินทางไปเพื่อการศึกษา ไปเป็นนักเรียน นักศึกษาและอยู่หอพัก
5. การเดินทางโดยมิต้องลงจากยานพาหนะ (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)

คำนิยามของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และด้วยความสมัครใจ
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ นอกจากนั้นยังให้คำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนี้

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว จำแนกเป็น

1. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่

พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่ เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักถาวรนั้น

2. นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนัก ถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหา รายได้ ทั้งนี้ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนัก ทัศนจร จำแนกเป็น

3. นักทัศนจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) หมายถึง นักทัศนจรชาว ต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

4. นักทัศนจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists) หมายถึง นักทัศนจรที่มี ถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่ พำนักถาวรอยู่ในประเทศไทย หรือในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งก็ได้ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด อื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักถาวร

นอกจากนี้ยังจะพบคำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาใน ประเทศ โดยจะจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติ หรือนิยามในข้อใด

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็น วงจร (ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545, 29)

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มี นักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยว ออกเป็น 6 ประเภทคือ

1.1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้ พักถาวรในราชอาณาจักรไทย

1.2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึงบุคคลทุกสัญชาติ ที่มีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่งซึ่งมิใช่ เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

1.5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยว ภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน แต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นั้น จะต้องมิตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวหมายถึง ความพร้อมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

2.1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว

2.2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารหนังสือพิมพ์ จดหมาย เพื่อเชิญชวน กระตุ้น และเร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว

3. การขนส่ง (Transportation) เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้าย นักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ เป็นการเดินทางที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน มีความสนุกสนานเพลิดเพลินอีกทั้งได้ความรู้ และต้องกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. การขนส่งทางรถยนต์
2. การขนส่งทางรถไฟ
3. การขนส่งทางเรือ
4. การขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน และโบราณวัตถุเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬาสวนสนุก และงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ

5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Tourism Facilities) เป็นสรรพสิ่งที่ใช้รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ และการให้บริการการท่องเที่ยว

2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อมเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีการท่องเที่ยวก็ตาม รัฐบาลจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545 ค,30-31)

4. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยว มีนักวิชาการหลายท่าน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับและความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้หลายลักษณะ ดังนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540 : 3-4) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ

- 1.1 ก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศมีส่วนช่วยแก้ปัญหาการขาดดุลชำระเงินของประเทศ
- 1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อวิคุณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ
- 1.3 ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค
- 1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการนำเอาทรัพยากรของประเทศหรือของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่น
- 1.5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิต รายได้และเวลา
- 1.6 ช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. ความสำคัญทางด้านสังคม

- 2.1 ส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน
- 2.2 พัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น มีการก่อสร้างสิ่งใหม่
- 2.3 ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เกิดความ

ภาคภูมิใจ ความสำนึกตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมรักษาเอกลักษณ์ของชาติตลอดจน รักและหวงแหนผืนแผ่นดินของตน

2.4 ขจัดความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท

2.5 ช่วยให้ชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ นำทรัพยากรมาประดิษฐ์สิ่งของใน รูปสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก สร้างรายได้มาจุนเจือครอบครัว

3. ความสำคัญทางด้านการเมือง

3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัย

3.2 เสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยสร้างสรรค์ สัมพันธไมตรี และความสงบสุข

สุภาพร มากแจ้ง (2534 : 3-4) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่าสามารถ จำแนกได้ 3 ด้านซึ่งสรุปได้ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อบุคคล การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสราญใจ ช่วยให้มนุษย์ได้รับการพักผ่อนอัน เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชาติ ซึ่งเป็นการเปิดโลกทัศน์ช่วยให้มนุษย์มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และการท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษยชาติที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมทั้งระหว่างชนในชาติและนานาชาติ

2. ความสำคัญต่อสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดการ พื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม โดยเป็นสิ่งที่นำความเจริญไปสู่ท้องถิ่นทั้งทางด้านการ คมนาคม ด้านสาธารณสุข โภค และมาตรฐานการครองชีพ และทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของประชาชนทั้งเจ้าของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ทำให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงที่เกี่ยวเนื่องกับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการ จ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และโดยอ้อมทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินตรา และ การกระจายรายได้ให้แก่ท้องถิ่นนั้น

วรรณ วรชวานิช (2539 : 51) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ธุรกิจคมนาคมขนส่งดีขึ้น ทันสมัยขึ้น คุณภาพชีวิตดีขึ้น เงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่ ประเทศเพิ่มมากขึ้น

2. ด้านสังคม

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ก่อให้เกิดการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนนไฟฟ้า ประปา สาธารณูปโภคต่าง ๆ ตลอดจนการบริการด้านการโรงแรม ศูนย์การค้า และ ภัตตาคารต่าง ๆ เป็นต้น

ด้านศิลปวัฒนธรรม ช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สังคม และปัญหาเศรษฐกิจของประเทศอื่น ๆ ได้ดี นอกจากนี้ยังเป็นการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และเกียรติภูมิของประเทศให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวโลก

ด้านการเมืองการปกครอง ก่อให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีต่อกันในหมู่เพื่อนมนุษย์ด้วยกันไม่ว่าจะต่างถิ่น ต่างภาษา ก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นไมตรีต่อกันกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของมนุษยชาติในโลก

นิคม จารุมณี (2544 : 5-7) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ว่ามี 11 ประการ ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ
2. การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน
3. รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง โครงการสร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพในธุรกิจที่ทำหน้าที่บริการเช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
5. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด
6. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย
7. การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิตเพราะไม่พึ่งดินฟ้าอากาศ
8. การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้
9. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ
10. การท่องเที่ยวทำให้เกิดมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

11. การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีสร้างความสามัคคีให้เกิดแก่คนในชาติ และนำไปสู่การช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง โดยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีทั้งในรูปของเงินตราต่างประเทศ เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และความเจริญสู่ท้องถิ่น

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

1. ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ได้แก่

ลักษณะภูมิประเทศ การที่แต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันทางภูมิประเทศหรือภูมิทัศน์ที่สวยงามนั้น เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะภูมิประเทศของเขตการท่องเที่ยวแต่ละเขต เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดบริการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านการเดินทาง ระยะเวลาและการบริการต่างๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังรวมถึงบริเวณต่าง ๆ ที่มนุษย์เข้าไปปรับปรุงตกแต่งเพิ่มเติมบางส่วนให้ลักษณะภูมิประเทศเหล่านั้นเด่นชัดขึ้น เช่น เขื่อน อ่างเก็บน้ำสถานที่พักผ่อนต่าง ๆ สภาพธรรมชาติเหล่านั้นจะแตกต่างกันไป และจะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเยือน

ลักษณะภูมิอากาศ การเลือกเวลาในการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ และสถานที่ท่องเที่ยวจะทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่น แต่ถ้าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งเดียวกันมีสภาพภูมิอากาศต่างกัน จะทำให้ความสวยงามตามธรรมชาติที่ปรากฏต่างกันออกไป นอกจากนี้การเตรียมการเรื่องเครื่องแต่งกาย ตลอดจนยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจะมีความสัมพันธ์กับสภาพภูมิอากาศเช่นกัน

2. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นมรดกตกทอดจนถึงปัจจุบัน รวมถึงความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนรูปแบบการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีลักษณะทางวัฒนธรรมแตกต่างกันไป และความแตกต่างเหล่านี้ จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยทางวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์บริเวณที่เป็นแหล่งอารยธรรมมาตั้งแต่สมัยโบราณ และมีหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีปรากฏให้เห็นอยู่ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ พระราชวัง

ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เป็นการแสดงถึงรูปแบบของการดำรงชีวิตของประชาชนในแต่ละสังคมซึ่งจะมีความแตกต่าง และมีเอกลักษณ์ที่ต่างกันเป็นสิ่งที่ยึดถือสืบทอดกันมาขนบธรรมเนียมประเพณีที่ต่างกัน จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น ลักษณะการประกอบอาชีพของประชาชนมีส่วนสนับสนุน และส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการประกอบอาชีพที่นักท่องเที่ยวไม่เคยเห็นมาก่อน หรือการผลิตสินค้าที่แตกต่างจากบริเวณอื่น หรือเป็นการประกอบอาชีพที่มีขึ้นเฉพาะท้องถิ่นเท่านั้น การประกอบอาชีพดังกล่าวถ้าได้รับการส่งเสริมให้ดำรงรักษารูปไว้ จะเป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญนำรายได้มาสู่ท้องถิ่นมากขึ้น

การคมนาคมขนส่ง สถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นที่รู้จักแพร่หลายเพียงใดขึ้นอยู่กับความสะดวกรวดเร็วของการคมนาคมขนส่งที่จะนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่แห่งนั้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจำเป็นต้องมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5. แนวคิดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินงานที่จะให้การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ และพัฒนาให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2542 : 2-12)

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีผู้กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

สมชาย สนั่นเมือง (2540 : 19) กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยหลักสำหรับการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้น จะต้องมีการบูรณาการและองค์ประกอบหลักที่สำคัญประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการพิจารณาทั้งในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น ความพร้อมในเรื่องการบริหารจัดการซึ่งหากในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวไม่พร้อมก็ยังไม่ควรเปิดให้ผู้คนเข้ามาเที่ยว ซึ่งทำให้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวยังคงอยู่ตลอดไป

2. การบริการทางการท่องเที่ยว ในส่วนของการบริการทางการท่องเที่ยวสามารถพิจารณาได้ 2 ส่วน คือ ส่วนของการกำกับดูแลได้แก่ ภาครัฐ และส่วนของการดำเนินงานได้แก่ ภาคเอกชน ซึ่งการดำเนินงานของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยว มีคฤหาสน์ ธุรกิจที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การขนส่ง สำหรับในส่วนของการกำกับดูแลภาครัฐจะมีหน้าที่กำกับดูแลตามกฎหมายระเบียบที่ระบุอยู่ในพระราชบัญญัติต่าง ๆ และการกำกับดูแลในส่วนนี้ยังหมายถึง การประสานงานทำความเข้าใจ และการกำกับให้เติบโตของภาคบริการทางการท่องเที่ยวในทิศทางที่เหมาะสม

3. การตลาดในส่วนของ การตลาด จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องการจัดวางสินค้า เพราะการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงให้ผู้ซื้อ (นักท่องเที่ยว) มาซื้อสินค้า ดังนั้นในเชิงของการตลาดจะต้องมีการทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่ามีสินค้าทางการท่องเที่ยวคืออะไร และควรเลือกกลุ่มผู้ซื้ออย่างไร

สมพุทธ ชูระเจน (2540 : 19) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศปัจจุบันได้กำหนดขั้นตอนขอบเขตและรายละเอียดในการวางแผนทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ ดังต่อไปนี้

1. สำรวจเบื้องต้น (Preliminary Survey) เป็นการเข้าไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะประเด็นที่สำคัญหรือปัญหาที่เด่นชัด เป็นการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานอย่างกว้าง ๆ มุ่งในการที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หรือการพัฒนาขนาดเล็กในระยะสั้น และนำมาประมวลวิเคราะห์เพื่อใช้สำหรับศึกษาในขั้นต่อไป

2. การศึกษาเบื้องต้น (Preliminary Study) เป็นการศึกษาแบบผสมผสานในทุกสาขา ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจ สังคม ปัจจัยพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม แต่เป็นไปในลักษณะกว้างโดยสังเขป เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ โอกาส และทิศทางของการพัฒนาในขณะเดียวกัน ผลของการศึกษาก็จะชี้แนะแนวทางการดำเนินการและการแก้ปัญหาในระยะสั้นไว้ก่อนที่จะจัดทำแผนหลักในรายละเอียดต่อไป

3. การจัดทำแผนหลัก (Master Plan) เป็นการศึกษาสาขาต่าง ๆ เช่นเดียวกับการศึกษาเบื้องต้น แต่มีรายละเอียดมากกว่าที่สำคัญ คือ การกำหนดโครงการที่ควรพิจารณาตามระยะเวลาก่อนหลัง รวมทั้งเสนอกลยุทธ์และแนวทางที่จะดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์

4. การศึกษาความเหมาะสม (Feasibility Study) เป็นการศึกษาสืบเนื่องจากแผนหลัก โดยศึกษาความเหมาะสมของโครงการที่กำหนดไว้ในแผนหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ

ความเหมาะสมในทางเศรษฐกิจ การเงิน การลงทุน เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ และเสนอแนะ
 เส้นทางที่เหมาะสม

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินกิจกรรมที่ทำให้การท่องเที่ยว
 เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น รักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และมีการพัฒนา
 แหล่งท่องเที่ยวในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมของชุมชน ตลอดจนการบริการการ
 ท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดบริการมัคคุเทศก์นำชมแหล่งท่องเที่ยว บริการร้านอาหาร ร้านของที่
 ระลึกที่เหมาะสม

6. นโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว

นโยบายด้านการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของ
 ประเทศสามารถขับเคลื่อนเป็นรูปธรรมได้ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละ
 รัฐบาลซึ่งต่อไปนี้จะขอกล่าวถึงนโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว ดังนี้ (สำนักงาน
 พัฒนาการท่องเที่ยว (2547 : 14-15)

1. ด้านการพัฒนาภาคบริการ

ปรับปรุงและพัฒนาด้านปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ และส่งเสริม
 ความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทยทั้งด้านการผลิตและการพัฒนาบุคลากรภาค
 บริการพัฒนารูปแบบการให้บริการ และการพัฒนาเทคโนโลยี และโครงการพื้นฐานจัดให้
 หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์ เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการ
 อย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การ
 ท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการเร่งรัดการพัฒนา
 ผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะ ทั้งด้านภาษามาตรฐานการบริการและการ
 จัดการเพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความตกลงระหว่างประเทศด้าน
 การบริการ

2. ด้านการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว

2.1 เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์ และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็น
 ประตูผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุนและการ
 บริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2.2 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวระดับภายในประเทศ และต่างประเทศเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชนพัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2.3 เร่งรัด พัฒนา บูรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจัดจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวโดยจะส่งเสริมบทบาทของเอกชนร่วมกับชุมชน ในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่องเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

2.7. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, อินเทอร์เน็ต, 2549) มีดังนี้ :

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล
2. ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศ (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน
3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศ และต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาลรวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการ และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-Tourism) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุม และป้องปรามเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

การดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะประสบผลสำเร็จได้ต้องอาศัยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาด ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำหน้าที่โฆษณา และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการผลิตสื่อโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสารแผ่นพับจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด แผ่นภาพโฆษณา ภาพนิ่ง ภาพยนตร์ และเทปโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ตลอดจนจัดทำข้อมูลด้านสารสนเทศเพื่อขยายผลสู่กลุ่ม ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และเข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีรูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 4 รูปแบบ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, อินเทอร์เน็ต, 2549)

1. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบหลายวิธีด้วยกัน ได้แก่ การออกข่าวเผยแพร่ (Press Release) การจัดทำจดหมายข่าว (New Letter) การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน (Press Interview) การเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต นอกจากวิธีดังกล่าวแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลสัมฤทธิ์สูง และใช้มาอย่างต่อเนื่อง คือ การจัดทัศนศึกษาพิเศษให้กับคณะตัวแทนบริษัทนำเที่ยว หรือคณะสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ นักเขียนสารคดี หรือบทความทางการท่องเที่ยว คณะถ่ายทำภาพยนตร์ และบุคคลสำคัญ เพื่อนำข้อมูลและประสบการณ์ที่

ได้รับไปเผยแพร่ขยายผลด้านการประชาสัมพันธ์ และการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวตามจุดท่องเที่ยว ที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร เคาน์เตอร์ให้บริการในท่าอากาศยานกรุงเทพมหานคร และให้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ ที่หมายเลข 1672 ได้ทุกวันระหว่างเวลา 08:00 – 20:00 น. หรือสามารถรับข้อมูลทางโทรสาร ได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยใช้หมายเลขเดียวกัน

2. การโฆษณา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการโฆษณาเพื่อเสริมสร้างความรู้ที่ดีต่อประเทศไทย และเป็นการช่วยสนับสนุนให้เกิดการเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับกระแสหลักการทำโฆษณา ซึ่งทางสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ผลอย่างมีประสิทธิภาพโดยการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ทั้งในรูปของรายการโทรทัศน์ และสปอตโทรทัศน์ผ่านทางสถานีโทรทัศน์หลักของไทย รายการโทรทัศน์ภายในประเทศ และสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ในต่างประเทศ เช่น CNN, StarTV, CNBC, Discovery Channel, Euro Spot โดยพิจารณาถึงศักยภาพ ความนิยมและการเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะการลงชิ้นงานโฆษณา(Advertising) หรือการซื้อหน้าเพื่อลงบทความ (Advertorial) ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว โดยพิจารณาทั้งนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ในประเทศที่มีจำนวนยอดพิมพ์สูงสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้บริหาร และประชาชนผู้อ่านทั่วไป (Consumer) การโฆษณาในสื่อประเภทอื่น ๆ การโฆษณา บนสะพานลอย ตู้โทรศัพท์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3. การส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินการร่วมกับภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยวที่เป็นบริษัทนำเที่ยว โรงแรม ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้าสายการบิน สวนสนุก และสถานพักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ สถานเสริมความงาม สปา โรงพยาบาล รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซื้อขายสินค้าบริการด้วยโปรโมชั่นพิเศษในงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในประเทศ เช่น เทศกาลเที่ยวเมืองไทย มหกรรมท่องเที่ยวไทย งานคอนซูเมอร์แฟร์ และงานส่งเสริมการขายใหญ่ ๆ ระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในต่างประเทศ เช่น งาน Internationale Tourismus Borse (ITB) ประเทศเยอรมนีงาน World Travel Mart (WTM) ประเทศอังกฤษ เพื่อให้เกิดขายร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการจัดโรดโชว์โดยการนำผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในแต่ละประเภท ได้แก่ โรงแรม บริษัทนำเที่ยวสายการบิน ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถานเสริมความงามสปา สวนสนุกและสถาน

พักผ่อนหย่อนใจ เดินทางไปประชาสัมพันธ์กิจกรรมใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในตลาดกลุ่มเป้าหมาย

4. การจัดและเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการจัดและเข้าร่วมงานสำคัญ ๆ ได้แก่ เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ เป็นเจ้าภาพจัดต้อนรับและอำนวยความสะดวก และรายการนำเที่ยวให้กับแขกรับเชิญของรัฐบาลตามโครงการ Thailand by Invitations เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมคณะลูกเสือโลก เป็นคณะกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์การประชุมเอเปคเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมคณะรัฐมนตรีเอเปคด้านการท่องเที่ยว การจัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memory of Understanding – MOU) ว่าด้วยความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศการจัดนิทรรศการในต่างแดน ตามงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น การแสดงทางวัฒนธรรม การสาธิตงานหัตถกรรม และการส่งเสริมขบวนรถบุปผชาติเข้าร่วมงาน Rose parade ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา งานประกวดรถบุปผชาติในงานมิโซจิประเทศญี่ปุ่น และการแกะสลักหิมะในงานเทศกาลหิมะที่เมืองซัปโปโรประเทศญี่ปุ่น การเข้าร่วมการประชุมสัมมนาในระดับนานาชาติที่มีหัวข้อเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่จัดขึ้นโดยองค์กรระหว่างประเทศ อาทิ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Travel Organization – WTO) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งเอเชียแปซิฟิก องค์กรสายการบินระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการบรรยายเผยแพร่ข้อมูลเชิงวิชาการ และเอกสารด้านการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางสู่ประเทศเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง

2.8. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เมษายน 2554)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

การแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทุกประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศประกอบกับบริบทที่เปลี่ยนไป ทั้งสถานการณ์และปัจจัยเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ที่นับวันจะมีความซับซ้อน รุนแรง และเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจและยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังนี้

วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน”

เป้าประสงค์

1. ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่า และคุณค่า
3. สร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

เป้าหมาย

1. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7 ของทวีปเอเชีย (วัดจากข้อมูล The Travel & Tourism Competitiveness Report (TTCI))
 - 1.1 อันดับขีดความสามารถด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับ 1-7 ของทวีปเอเชีย
 - 1.2 อันดับขีดความสามารถด้านสภาวะแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย
 - 1.3 อันดับขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5 อันดับ หรือเป็นลำดับที่ 1-7 ของทวีปเอเชีย
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5
3. กลุ่มท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา 8 กลุ่มท่องเที่ยว

พันธกิจ

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล
2. พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม และวิถีชีวิตของชุมชน
3. เตรียมความพร้อมของภาคบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความพร้อม

ในการรองรับการเปลี่ยนแปลง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

4. สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

5. บูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ สร้างกลไกในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ยุทธศาสตร์

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

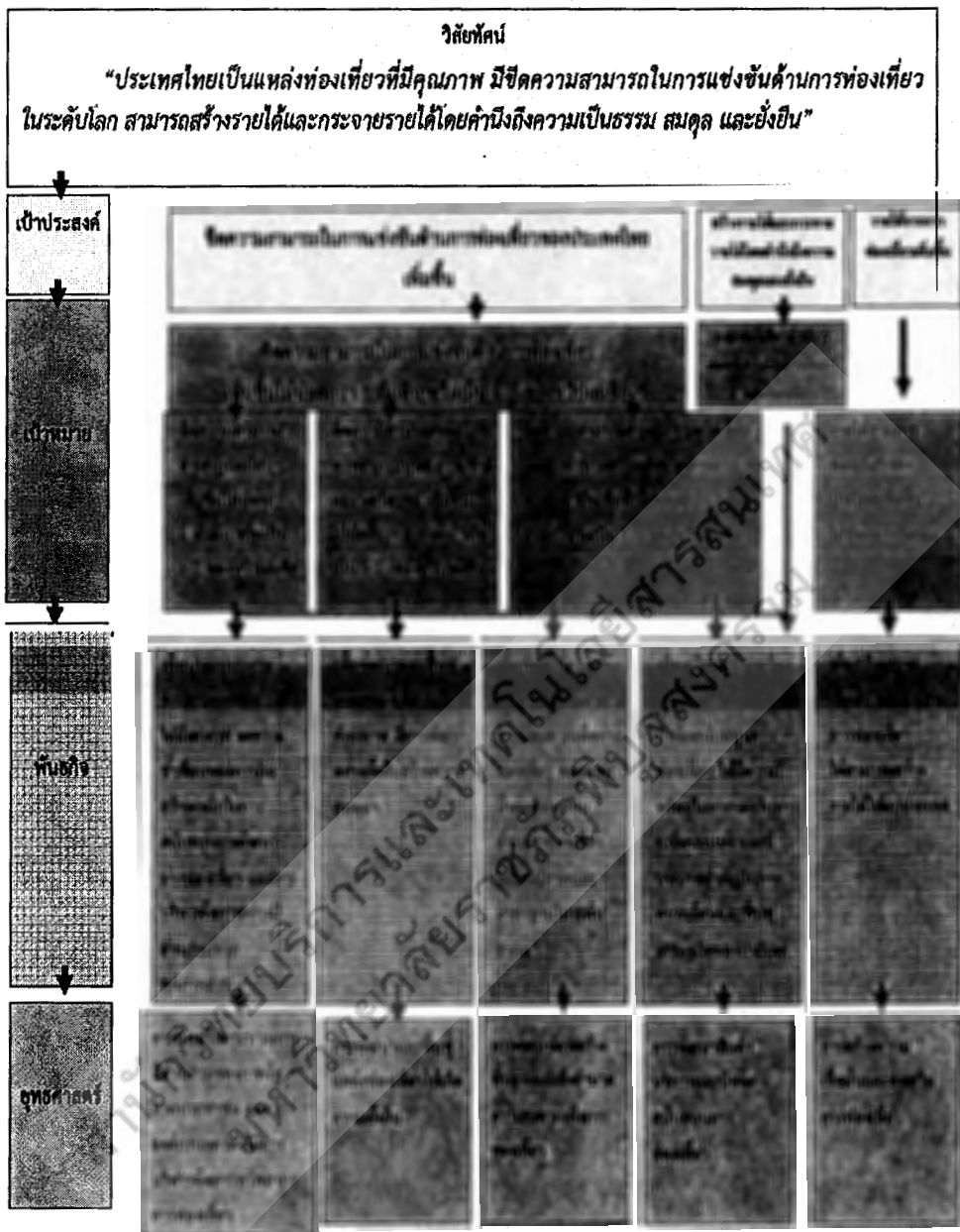
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดในด้านกาการท่องเที่ยวที่อาจส่งผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวของ

ประเทศไทยลดลง โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1. พัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการ

1.1 พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง โดยการบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบให้มีการเชื่อมโยง เชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางขนส่งประเภทต่างๆ ในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงพัฒนาระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาด และมีมาตรฐานสากล

1.2 ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

1.3 ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ และถูกต้องตามหลักสากล

1.4 พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้มีมาตรฐานความปลอดภัยตามหลักสากลและสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชนในการพัฒนาการคมนาคมทางบก

1.5 พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางอากาศ ให้มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชน ในการเปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ

1.6 พัฒนาท่าเรือ และส่งเสริมการลงทุนสร้างท่าเทียบเรือ เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่อกท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทั้งด้านอันดามันและฝั่งอ่าวไทย เส้นทางเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำโขง ให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยว 1.2 พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวแนวทางการดำเนินการ

2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาด บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2.2 การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศ และซอฟต์แวร์

ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ e-commerce อย่างแพร่หลาย ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์ และการเชื่อมโยงระบบบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์

2.3 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพทั้งระบบ เช่น ระบบตรวจสอบคนเข้าเมือง เชื่อมโยงการจองบัตรโดยสารระหว่างเครื่องบิน รถไฟ และรถโดยสารประจำทาง และการซื้อ-ขาย ระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

2.4 สร้างและพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกจุดผ่านแดน ปรับปรุงสภาพจุดผ่านแดนต่างๆให้มีสภาพที่ดีและสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยว รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบบริเวณชายแดนให้มีความสะดวกรวดเร็ว

2.5 พัฒนาศูนย์กลางให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแบบครบวงจรเบ็ดเสร็จที่สามารถสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว ประสานแก้ไขความเดือดร้อนช่วยเหลือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย และกระจายให้ครอบคลุมตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

3 สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศ เพื่อนบ้านและในภูมิภาค
แนวทางการดำเนินการ

3.1 ผลักดันให้เกิดนโยบายการบินพาณิชย์ที่ค่อนข้างเปิด (Liberal Air Policy) โดยให้ท่าอากาศยานในประเทศทุกแห่งมีกฎเกณฑ์สร้างแรงจูงใจให้สายการบินนานาชาติมาใช้ท่าอากาศยานในประเทศมากขึ้น เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมประเภทต่างๆ ในท่าอากาศยานให้มีสัดส่วนลดน้อยลง หรือเลิกเก็บค่าธรรมเนียมบางรายการรวมทั้งการปรับปรุงเงื่อนไขต่างๆ ในส่วนของการสัญจรทางอากาศระหว่างประเทศคู่สัญญาให้มีแรงจูงใจมากขึ้น เพื่อเสริมศักยภาพของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค และพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ กระบี่ และท่าอากาศยานตรง ให้มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการบินของอนุภูมิภาค

3.2 พัฒนาและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยขยายเส้นทางเดินรถประจำทางและรถไฟ และผลักดันให้มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน

3.3 พัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางลำน้ำโขง เส้นทางแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ฝั่งทะเลอันดามัน และหมู่เกาะต่างๆ เส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ตามกรอบความร่วมมือ ASEAN, IMT-GT, ACMECS, BIMSTEC และ GMS

3.4 ผลักดันการเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและอากาศระหว่างประเทศให้เสร็จโดยเร็ว ตามแนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) และแนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor)

3.5 ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางสู่ภูมิภาคลุ่มน้ำแม่โขง โดยเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศให้มีความสะดวก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

การขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จาก การท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความเสื่อมโทรมยุทธศาสตร์จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไปการกำหนดมาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

1. พัฒนาระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ แนวทางการดำเนินการ

1.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ตามกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือตอนบน กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast และกลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร

1.2 พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว โดยผลักดันและกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการดำเนินงาน และบูรณาการงานร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.3 สนับสนุนการท่องเที่ยวชายแดน (Cross Border Tourism) โดยการเชื่อมโยง การท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 8 กลุ่ม กับกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ASEAN IMT-GT ACMECS BIMSTEC และ GMS

1.4 ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงการพัฒนาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในพื้นที่

2. การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.1 ฟื้นฟู และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิมเพื่อนำไปสู่กระบวนการต่อยอดในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ

2.2 สำรวจและจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมทั่วประเทศ และจัดทำแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และระบบการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ

3. การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.1 วางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวในทุกๆระดับทั้งระดับชาติระดับกลุ่มท่องเที่ยว ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ โดยการอนุรักษ์ ซ่อมแซม และบำรุงรักษาสถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมทั้งสร้างสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

3.2 จัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ เพื่อให้การใช้ประโยชน์เหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน โดยกำหนดการเข้าไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เพื่อไม่ให้มีการใช้ประโยชน์เกินขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยว

3.3 ผลักดันให้มีการออกกฎ ระเบียบ และบทลงโทษที่ชัดเจนในการกำกับดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งมาตรการเกี่ยวกับการป้องกันและการปราบปรามผู้บุกรุกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติโดยมิชอบ และสอดส่องดูแลการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

3.4 พัฒนาระบบสาธารณสุขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสถานพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยว ระบบการจัดการขยะ น้ำเสีย มลพิษและระบบเครือข่ายเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรค

3.5 สนับสนุน และกำหนดมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาและผลกระทบอันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน การใช้พลังงานสะอาด การใช้เคมีภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค การกำหนดมาตรการการลดพลังงานของสถานประกอบการ

3.6 หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวไทย เช่นความปลอดภัย การเอาัดเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ การท่องเที่ยวทางเพศ โสเภณี การค้ามนุษย์ และโรคเอดส์ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องครบวงจร ความพร้อมของภาคบริการและการท่องเที่ยว แม้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ แต่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศประเทศไทย ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและสปาที่มีมาตรฐานสูง บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว
แนวทางการดำเนินการ

1.1 สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ ครอบครัว และฮันนีมูน เป็นต้น

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

1.3 ผลักดันให้งานเทศกาล ประเพณี และกิจกรรมในไทยเป็นงานเทศกาลระดับโลก เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง แห่ผีตาโขน เทศกาลดนตรี และศิลปะ เป็นต้น

1.4 ส่งเสริม สนับสนุน อุตสาหกรรมภาพยนตร์และการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ ในประเทศไทย รวมถึงการผลักดันให้มีการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศทั้งภาคการผลิต การบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง

1.5 สำรวจและคัดสรรเอกลักษณ์และจุดเด่นของจังหวัด กลุ่มจังหวัด เพื่อสร้างและกำหนดภาพลักษณ์ (Brand Image) ทางการท่องเที่ยวให้เป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

1.6 ส่งเสริมและจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และระดับชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน

1.7 ส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการ ทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ

2. การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินการ

2.1 ผลักดันให้มีการกำหนดเขตเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว/เขตพัฒนาการท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ตามกฎหมายว่าด้วยนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อให้มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยว

2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐต้องจัดให้มีสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสม

2.3 เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเงินทุน วิชาการ การให้ความรู้ และให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ การสร้างแบรนด์ และเอกลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดท่องเที่ยว การจัดหาแหล่งเงินทุนกู้ยืมการค้ำประกันและเงินทุน การลดต้นทุนในการกู้ยืม การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่มีความสลับซับซ้อน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มคุณภาพของสินค้า เป็นต้น

2.4 สนับสนุนให้ภาคธุรกิจรวมกลุ่มกัน เพื่อร่วมมือกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการรองรับการเปิดการค้าเสรีทางการท่องเที่ยวในอนาคต

2.5 สนับสนุนให้กลไกกองทุนต่างๆ ที่มีอยู่ เช่น กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีขอบเขตที่เอื้อต่อการค้า การลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการภาคบริการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. การพัฒนามาตรฐานสินค้า และบริการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

3.1 พัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกรอบในการยกระดับคุณภาพของสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับระดับสากล

3.2 ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการได้นำมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยวไปใช้ในทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง

3.3 สนับสนุนกิจกรรมด้านการตรวจประเมินและรับรองสถานประกอบการตามแนวทางสากล

3.4 ส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่จูงใจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย รวมทั้งผลักดันเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ และเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

3.5 จัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้ครบถ้วน ทันสมัย เชื่อมโยงไปยังบริการที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอย่างแท้จริง

4. การป้องกันและรักษาความปลอดภัยทางแก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.1 เตรียมความพร้อมในการรับมือภัยคุกคามของโรคติดต่อ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การระบาดของโรค และภัยพิบัติอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการวิกฤตการณ์ (Crisis Management) การเตรียมความพร้อมเพื่อการตอบสนองอย่างฉับไว และการกักกันภัยในภาวะฉุกเฉิน ครอบคลุมถึงการเตรียมความพร้อม การวางมาตรการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน และมาตรการฟื้นฟูภายหลังเกิดเหตุการณ์

4.2 กำหนดมาตรการในการป้องกัน ดูแล รักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว รวมถึงการท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ ให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจังและมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

4.3 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ และมาตรฐานความปลอดภัยในสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ และมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

4.4 ส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยการเป็นตำรวจอาสาสมัครดูแลรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ชุมชนของตนเอง อาสาสมัครด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนตำรวจท่องเที่ยว และอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยทางทะเล (Lifeguard)

4.5 สนับสนุนส่งเสริมตำรวจท่องเที่ยว หน่วยงาน องค์กร และชุมชน ให้มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว

5. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน
แนวทางการดำเนินการ

5.1 พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนในสาขาท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาภาคเอกชน ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปิดเสรีภาคบริการด้านการท่องเที่ยว

5.2 พัฒนาและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน

5.3 ผลักดันให้มีการจัดตั้งสถาบันกลางเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม โดยทำหน้าที่ในการกำหนด กำกับ และพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานตรงตามตำแหน่งที่ตลาดแรงงานต้องการและมีความเพียงพอ

5.4 ส่งเสริมให้มีการจัดการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นทั้งทางด้านการปฏิบัติงานเฉพาะทาง วิชาชีพที่มีความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับสถานประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมทั้งหลักสูตรเพื่อพัฒนาผู้บริหารตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับสูงสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และหลักสูตรพัฒนาผู้สอน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก/ภูมิภาคเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ จัดงานแสดงต่าง ๆ (Event) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นมีการใช้จ่ายมากขึ้น

4.1 สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.1.1 ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้งในภาพรวมและในเชิงลึกอย่างต่อเนื่อง

4.1.2 เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์ ท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ ให้กับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น

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

4.1.4 สร้างจิตสำนึกและค่านิยมในความเป็นไทย (Thainess) ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งชั้น ให้คนไทยมีจุดขายร่วมกันในเรื่องของความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พร้อมต้อนรับผู้มาเยือน และร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

4.2 สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

4.2.1 จัดทำข้อมูล และรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและจัดเก็บในระบบข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ผ่านทางเว็บไซต์กลาง ที่สามารถสืบค้นได้ถึงระดับพื้นที่ ทันสมัยสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4.2.2 เพิ่มและปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น

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

4.2.4 พัฒนาขีดความสามารถด้านการวางแผนและการปฏิบัติงานด้านการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)

4.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ
แนวทางการดำเนินการ

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

4.3.2 ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์การจัดงานระดับโลก ระดับภูมิภาค รวมถึงการจัดงานประชุม และงาน Event ระหว่างประเทศ

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

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

4.4 สร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยว
แนวทางการดำเนินการ

4.4.1 โฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

4.4.2 ใช้วิธีการทำการตลาดโดยกลุ่มคนที่อยู่ในต่างประเทศ เช่น สถานทูตไทยประจำประเทศต่าง ๆ เป็นที่เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและสินค้าไทยให้แก่ชาวต่างชาติ

4.4.3 พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในภาพลักษณ์พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกอย่างครบวงจร เพื่อให้การบริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์รวดเร็วทันสมัย เช่น การจองที่พัก การเดินทาง เป็นต้น โดยพัฒนาให้มีหลากหลายภาษาเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

4.5 การสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวทางการดำเนินการ

4.5.1 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่อต่าง ๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

4.5.2 ร่วมกับภาคเอกชนในการจัดทำแพคเกจพิเศษเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง

4.5.3 จัดงานส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง Trade + Consumer Fair และ Road Show ภายในประเทศ

4.5.4 ประสานงานและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การบินไทย การรถไฟแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ โดยนำเสนอ Special Offer หรือ จัด Promotion สำหรับคนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นจังหวัด กลุ่มจังหวัด และประเทศ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และการปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะที่หน่วยงานระดับพื้นที่ เช่น จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการ ภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวการพัฒนาโลก ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางในการบูรณาการการทำงานร่วมกันกำหนดภารกิจขอบเขตของงาน

การพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

1. การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1.1 เชื่อมโยงบทบาทและภารกิจ ของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ให้มีความสอดคล้องกัน และประสานกับกระทรวงอื่นๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในฐานะหน่วยงานสนับสนุน เพื่อให้การกำหนดนโยบายและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.2 การสร้างพันธมิตร หุ้นส่วน หรือเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดย การอำนวยความสะดวก การลดขั้นตอนในการทำงาน การระดมทุนการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกัน เช่น การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวต่างประเทศ การแสดงสินค้าและบริการ เป็นต้น

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

1.4 ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

1.5 บูรณาการงานด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานและการสั่งการในการป้องกัน ฝ้าระวัง เตือนภัย กำกับดูแล และรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในกรณีก่อน-หลังเกิดเหตุฉุกเฉินทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

2.1 อำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.2 กระจายอำนาจ และจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดความขัดแย้งและสามารถสร้างกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการสภาพและกำลังรองรับของชุมชนและระบบนิเวศในท้องถิ่น

2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่จะต้องอาศัยทรัพยากรหลายอย่างทั้งกำลังคน กำลังเงิน และระยะเวลา เช่นเดียวกับกิจกรรมหรือสาขาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ และการท่องเที่ยวจะพัฒนาไปในทิศทางและขนาดที่ถูกต้องและเหมาะสมหรือไม่เพียงไร จะขัดแย้งหรือสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ โดยส่วนรวมหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับการวางแผนเป็นสำคัญ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, อินเทอร์เน็ต : 2549)

กระบวนการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวมี 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และสำรวจภาคสนาม
2. การวิเคราะห์และการศึกษาข้อมูลที่ได้
3. การกำหนดปัญหา ข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การกำหนดแผนงานของโครงการ

ขั้นตอนทั้ง 5 นี้ ในความเป็นจริงไม่สามารถแยกจากกันโดยเด็ดขาด แต่จะสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ แต่เหตุที่แยกเป็น 5 ขั้นตอนก็เพื่อให้เข้าใจง่ายแต่อย่างไรก็ตามความเข้มข้นหรือ รายละเอียดของแต่ละขั้นตอนจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับของการวางแผนหรือเป้าหมายของการวางแผน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับด้วยกัน คือ

1. การสำรวจเบื้องต้น (Preliminary Survey) เป็นระดับพื้นฐานของการวางแผน

จะมีเป้าหมายในการเข้าไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะในประเด็นที่สำคัญ หรือปัญหาที่เด่นชัด มุ่งในการที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือการพัฒนาขนาดเล็กในระยะสั้น ซึ่งเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขกฎหมายการบริการ และงบประมาณที่มีอยู่ และนำมาประมวลวิเคราะห์ เพื่อศึกษาและพัฒนาในขั้นต่อไป การพิจารณาและศึกษาจะมุ่งประเด็นที่แหล่งท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยวฉะนั้น เนื่องจากการวางแผนในระดับนี้จึงเน้นหนักในขั้นตอนที่ 1 คือ การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสำรวจภาคสนาม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นขั้นตอนที่ 2-4 จะมีความเข้มข้นหรือรายละเอียดลดน้อยลงตามลำดับ

2. การศึกษาเบื้องต้น (Preliminary Study) เป็นการศึกษาในระดับถัดจากการสำรวจเบื้องต้นเป็นการศึกษาแบบผสมผสานในทุก ๆ สาขาทั้งทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว เศรษฐกิจและสังคม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และทางด้านสิ่งแวดล้อมแต่เป็นไปในลักษณะกว้าง ๆ โดยสังเขป เพื่อจะพิจารณาถึงความเป็นไปได้โอกาส และทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ๆ ต่อไป ในขณะที่เดียวกันผลของการศึกษาก็จะชี้แนะทางการดำเนินการและการแก้ไขปัญหในระยะสั้นไว้ก่อน ที่จะมีการจัดทำแผนหลักในรายละเอียดต่อไป เนื้อหาของการวางแผนในระดับนี้จึงเน้นหนักที่ขั้นตอน 1 และ 2 คือ การรวบรวมข้อมูลในด้านต่าง ๆ และวิเคราะห์ศึกษาข้อมูลเหล่านั้น ขั้นตอนที่ 3,4 และ 5 จะมีความละเอียดน้อยลงตามลำดับแต่ก็ยังคงมีความละเอียดและเห็นภาพชัดเจนมากกว่าในระดับการสำรวจเบื้องต้น

3. การจัดทำแผนหลัก (Master Plan) เป็นการศึกษาและจัดทำแผนอย่างผสมผสานในทุก ๆ สาขาเช่นเดียวกับการศึกษาเบื้องต้น โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์กันอย่างละเอียด และมีการกำหนดแผนหลักและโครงการที่จะต้องมีการจัดทำตลอดจนเสนอแนะกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามแผนที่ได้วางไว้ เนื้อหาในระดับนี้จะอาศัยข้อมูล และการวิเคราะห์จากสองระดับแรกเป็นพื้นฐาน และจะเน้นหนักที่การกำหนดปัญหาข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ และการกำหนดนโยบายวัตถุประสงค์แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์ในการดำเนินการ และโครงการที่ควรจัดทำจะเห็นได้ว่าระดับการจัดทำแผนหลักนี้ครอบคลุมกระบวนการแผนทั้ง 5 ขั้นตอนค่อนข้างจะครบถ้วน แต่จะเน้นรายละเอียดในขั้นตอนที่ 3,4 และ 5 เป็นสำคัญ

4. การศึกษาความเหมาะสม (Feasibility Study) เป็นการศึกษาสืบเนื่องในรายละเอียดของโครงการต่าง ๆ ที่ได้มีการกำหนดไว้ในการจัดทำแผนหลัก เช่น การพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการต่าง ๆ เนื้อหาในระดับนี้จึง

เน้นหนักในขั้นตอนที่ 5 เรื่องของแผนงานและโครงการที่จะจัดทำ เนื่องจากจะต้องวิเคราะห์โครงการต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน เทคนิคการบริหารการตลาด เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ และเสนอแนะสู่ทางที่เหมาะสมในการดำเนินโครงการนั้น ๆ ต่อไปการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นขั้นตอนแรกของการวางแผนการท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นสาขาทางเศรษฐกิจสาขาหนึ่งในโครงสร้างใหญ่ทั้งหมด ฉะนั้น ข้อมูลที่จำเป็นในการวางแผนจึงต้องอาศัยข้อมูลในด้านต่าง ๆ ประกอบ นอกเหนือจากข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น เพื่อให้ได้ภาพระดับกว้าง และการท่องเที่ยวจะได้พัฒนาไปในทิศทางที่สอดคล้องและส่งเสริมการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ข้อมูลที่ต้องการในการวางแผนนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 หมวดใหญ่ คือ

1. สภาพพื้นฐานทั่วไปของพื้นที่ ได้แก่ สภาพกายภาพของพื้นที่ ประกอบด้วย
 - 1.1 ที่ตั้งและขอบเขตการปกครอง
 - 1.2 สภาพภูมิประเทศ เช่น ความสูงของพื้นที่ แหล่งน้ำ
 - 1.3 สภาพภูมิอากาศ เช่น อุณหภูมิ ปริมาณฝนตก ทิศทางลม ฤดูกาล
 - 1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ แหล่งแร่
 - 1.5 ภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย วาดภัย ลมมรสุม
 - 1.6 การใช้ที่ดิน
 - 1.7 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่
 - 1.8 การนับถือศาสนา
 - 1.9 สภาพการศึกษา
 - 1.10 ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ การละเล่น กีฬาท้องถิ่น
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 - 2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ เช่น ถ้ำ ป่า เขา น้ำตก ชายหาด
 - 2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา การเกษตรที่ประสบ
 - 2.3 ความสำเร็จ
 - 2.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม / กิจกรรม
 - 2.5 งานประเพณี กีฬา การละเล่นสำคัญ เอกลักษณ์ของท้องถิ่น
 - 2.6 หัตถกรรม สินค้าที่ระลึก
3. ตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 - 3.1 จำนวนและที่มาของนักท่องเที่ยว
 - 3.2 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ
 - 3.3 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละเดือนและแต่ละสถานที่ ช่วงเวลา
 - 3.4 และจำนวนที่มีนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวสูงสุดและต่ำสุด

3.5 โครงสร้างนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทยหรือ

3.6 ต่างประเทศ อยู่ในช่วงอายุเท่าไร มาเที่ยวส่วนตัวหรือเป็นกลุ่ม

3.7 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

4. ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

4.1 เส้นทางและโครงข่ายการคมนาคม ทั้งภายในพื้นที่เองและกับพื้นที่ใกล้เคียงเช่น สภาพเส้นทางถนน ทางรถไฟ ท่าเรือ สนามบิน หรือจำนวนรถโดยสารสาธารณะ

4.2 โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์

4.3 ความพร้อมของเมือง เช่น จำนวนร้านค้า สถานบริการ ร้านอาหาร

4.4 คีอพีซีอีพ รมณีสถาน

4.5 ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น จำนวนและสภาพโรงแรม และห้องพัก ราคาที่พัก การกระจายตัวของที่พัก

สรุปได้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว และความพร้อมด้านการท่องเที่ยว การวางแผน ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละที่ไม่เหมือนกันที่ใดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดีกว่า แต่สิ่งที่สำคัญจะต้องวางแผนสำรวจภาคสนาม เพื่อจะได้รู้จักพื้นที่ สัมผัสความรู้สึกและปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งด้วยตัวเอง อันจะเป็นข้อมูลประกอบอีกประการหนึ่งในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งว่ามีมากน้อยต่างกันอย่างไร

ผลกระทบของการท่องเที่ยว

ผลกระทบด้านดี

1. เสริมสร้างระบบเศรษฐกิจให้ดีขึ้น โดยการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ให้เดินทางเข้ามาใช้ จ่ายเงินตราต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการช่วยแก้การเสียดุลการเงินระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพแขนงต่าง ๆ เพราะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทเดียว ที่ยังจำเป็นต้องใช้แรงงานมากที่สุด จึงเป็นการสร้างงานที่ช่วยแก้ปัญหาการว่างงานได้ดีมาก นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) กล่าวคือจะไปกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการบริการในด้าน อื่น ๆ อันจะเป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของส่วนรวม

2. สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้คน การเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนเป็นโอกาสที่จะได้ไปมาหาสู่ ได้คบค้าสมาคม ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสิ่งต่าง ๆ ด้อกัน จึงยังผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ภาพพจน์ที่ดี และความเข้าใจอันดีต่อกัน ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ในหลายกลุ่มผู้คน ตั้งแต่ผู้คนที่ต่างชาติต่างภาษา หรือแม้ผู้คนในประเทศเดียวกันแต่ต่างจังหวัดต่างท้องถิ่นกัน

ดังที่ องค์การสหประชาชาติได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยประกาศปี พ.ศ. 2510 เป็นปีท่องเที่ยวสากล และให้คำขวัญไว้ว่า "Tourism : Passport to Peace"

3. เกิดความสามัคคีในสังคมและความร่วมมือร่วมใจกัน อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เมื่อได้เห็นนักท่องเที่ยวอุทิศส่ำหรับเดินทางข้ามน้ำข้ามทะเลมาขึ้นชมสถานที่ท่องเที่ยว และสมบัติวัฒนธรรมของตนก็ก่อให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ ความรักและความห่วงใยในสิ่งซึ่งแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติตน และสิ่งที่ตามมาคือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวของคนในชาติ อันยังผลดีทางความมั่นคงของประเทศชาติ นอกจากนี้ความตระหนักในคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวและสมบัติวัฒนธรรมที่มีอยู่ ทำให้เกิดสำนึกในความจำเป็นที่จะต้องให้ความร่วมมือร่วมใจในการอนุรักษ์ให้ทรัพยากรเหล่านั้นคงอยู่สืบไป

4. กระตุ้นให้เกิดการรักษาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความสนใจในความสวยงามของภูมิทัศน์ ศิลปกรรมและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อคุณภาพชีวิตทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวและชาวท้องถิ่นเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว หันมาสนใจที่จะรักษาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมของตนเองให้ดีขึ้น และหากเกิดปัญหามลภาวะต่างก็จะช่วยกันแก้ไขและป้องกันปัญหาด้วยความร่วมมือร่วมใจอย่างจริงจังและพร้อมเพรียง อุปสรรคและปัญหาในการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว

1. สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งได้รับความเสียหายเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ เช่น การเกิดไฟไหม้ป่า พายุพัดอย่างรุนแรง การเกิดน้ำท่วม

2. การพัฒนาประเทศ ผลที่เกิดจากการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ จะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมได้รับความเสียหาย

3. การแสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรทางวัฒนธรรม เนื่องจากศิลปวัตถุและโบราณวัตถุเป็นของหายากและเป็นสิ่งที่มีคุณค่ายิ่ง จึงเป็นที่ต้องการของคนทั่วไปที่จะครอบครองไว้เป็นเจ้าของ

นอกจากนี้จากความงามของศิลปวัตถุที่สร้างขึ้นในประเทศไทยจะเป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศจึงมีการลักลอบส่งศิลปวัตถุที่มีค่าของแผ่นดินออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ยิ่งไปกว่านั้นจากการที่ต่างประเทศนิยมศิลปวัตถุดังกล่าวจึงมีผู้ที่ลักลอบตัดเศียรและพระกรของพระพุทธรูปที่มีขนาดใหญ่และประดิษฐานตามโบสถ์วัดต่าง ๆ และถ้าหากเป็นพระพุทธรูปที่ปรากฏอยู่ตามวัดวาอารามบางแห่งถูกตัดเศียรและพระกรไป นับว่าเป็นสิ่งบาดเจ็บบาดเจ็บใจชาวพุทธเป็นอย่างยิ่งแม้ว่าทางราชการจะออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองศิลปวัตถุและ

โบราณวัตถุแล้วก็ตาม แต่ยังเปิดโอกาสให้มีการซื้อขายจำหน่ายจ่ายแจกสิ่งดังกล่าวอยู่นับว่าเป็นเรื่องยากที่จะควบคุมร้านจำหน่ายของเก่าก็มีการเปิดจำหน่ายกันอย่างมากมายอยู่ทั่วไปเจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบก็มีได้เข้าตรวจตราหรือควบคุมดูแลวัตถุศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ได้

2.9. ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร

โครงการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับบึงสีไฟของเทศบาลเมืองพิจิตร

เทศบาลเมืองพิจิตรมีโครงการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่บึงสีไฟตามแผนกลยุทธ์ศาสตร์การพัฒนา(พ.ศ. 2555-2557) ซึ่งมีแนวทางดังนี้

แนวทางการพัฒนาที่ 1 ปรับปรุงสวนสาธารณะสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและภูมิทัศน์ให้สวยงาม

แนวทางการพัฒนาที่ 2. ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาล
การจัดตั้งองค์การในการบริหารบึงสีไฟ

จากการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและการศึกษาสภาพปัจจุบัน รวมทั้งการระดมความคิดเห็นจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบึงสีไฟและข้อมูลจากการทำประชาคมของจังหวัดพิจิตร รวมทั้งแนวคิดและการวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณบึงสีไฟ สามารถแบ่งแผนงานการพัฒนาบึงสีไฟ ได้ดังนี้

1. แผนงานปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และอาคาร
2. แผนงานการอนุรักษ์และรักษาระบบนิเวศ
3. แผนงานส่งเสริมการประกอบอาชีพ
4. แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ
5. แผนพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

ซึ่งในแผนงานต่างๆจะมีโครงการย่อยบรรจุอยู่ ซึ่งจะกล่าวถึงพื้นที่โครงการ หลักการเหตุผล วัตถุประสงค์ รายละเอียด หน่วยงานรับผิดชอบ และผลที่คาดว่าจะได้รับ ประการสำคัญในการดำเนินการแผนงานหรือโครงการพัฒนาและกิจกรรมต่างๆบริเวณบึงสีไฟ จะเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางด้านบวกทางด้านลบ ซึ่งถึงแม้ว่ามีได้เข้าข่ายที่จะต้องทำการศึกษาและจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม(EIA:Environmental Impact Assessment) ตามมาตราที่ 46 แห่งราชบัญญัติส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะดำเนินโครงการพัฒนาใดๆบริเวณบึงสีไฟจะต้องทำการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น (IEE:Environmental Evaluation)

2.10. สภาพทั่วไปเกี่ยวกับบึงสีไฟแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพิจิตร

บึงสีไฟ เป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่ เป็นอันดับ 3 ของประเทศไทย รองจาก บึงบอระเพ็ด ทะเลสาบหนองหาน และกว๊านพะเยา ตามลำดับ เป็นที่อยู่อาศัยของปลาและนกหลายชนิด มีเนื้อที่ประมาณ 5,390 ไร่ ซึ่งลดลงมาภายหลังการสร้างเขื่อนสิริกิติ์ ที่เดิมบึงสีไฟมีพื้นที่ประมาณ 10,000 ไร่ และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวเมือง และชมพระอาทิตย์ตก กลางบึงสีไฟ ในยามเย็น

บึงสีไฟถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งแรกของจังหวัดพิจิตร ซึ่งตั้งอยู่ที่ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง อยู่ห่างจากศาลากลางจังหวัดไปทางทิศตะวันตกเพียง 1 กิโลเมตร บึงแห่งนี้มีอาณาเขตติดต่อกับ 4 ตำบลในอำเภอเมืองพิจิตร ได้แก่ ตำบลท่าหลวง ตำบลโรงช้าง ตำบลคลองคะเชนทร์ และตำบลเมืองเก่า บึงมีความลึกเฉลี่ยประมาณ 1.5-2 เมตร ซึ่งถือว่าไม่ลึกมากนัก

และบึงสีไฟเป็นยังเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลาที่สำคัญ เนื่องจากปัจจุบันกรมประมงได้จัดทำเป็นแหล่งเพาะพันธุ์น้ำจืดที่ใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศได้มีการทดลองนำลูกปลาบึกมาเลี้ยงพบว่า มีการเจริญเติบโตดีนอกจากนั้นยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของนกตามธรรมชาติอีกหลายพันธุ์ จังหวัดได้ดำเนินการพัฒนาและประกาศเป็นเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ ทั้งสัตว์น้ำและนก ชาวพิจิตรถือว่าบึงสีไฟเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดพิจิตร มักมีคำกล่าวว่า "มาจังหวัดพิจิตรแล้วไม่ได้ไปเที่ยวบึงสีไฟ เหมือนไปไม่ถึงจังหวัดพิจิตร" จังหวัดได้จัดสร้าง รูปปั้นจระเข้ขนาดใหญ่ มีความยาวถึง 38 เมตร กว้าง 6 เมตร สูง 5 เมตร เป็นสัญลักษณ์ของพญาชาละวัน อันเป็นจระเข้ที่อยู่ในตำนานเมืองพิจิตร ทุกวันในเวลาเย็นจะมีประชาชนไปเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายในบริเวณสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ (บึงสีไฟ) เป็นจำนวนมาก และได้จัดให้มีการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง รวมถึงเป็นสถานที่ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับพันธุ์ปลาชนิดต่างๆจากพิพิธภัณฑ์ ปลาน้ำจืดในศาลาแก้วแหลิยม

จังหวัดพิจิตรได้ใช้เป็นสถานที่ให้การต้อนรับ เช่น รับเสด็จพระราชดำเนินของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และบุคคลสำคัญอีกหลายท่านใช้เป็นสถานที่จัดงานของจังหวัด เช่น งานกาชาด งานลอยกระทง เป็นต้น

ภายในบึงสีไฟ

1. สถานที่แสดงพันธุ์ปลาเฉลิมพระเกียรติ

ในปี พ.ศ.2521 กรมประมงได้จัดตั้งสถานที่ประมงน้ำจืด เพื่อเพาะพันธุ์ปลาในบริเวณสถานที่ประมงน้ำจืด ได้จัดสถานที่แสดงพันธุ์ปลาเฉลิมพระเกียรติลักษณะอาคารเป็นรูป 9 แฉก ยื่นลงไปบึงสีไฟ ภายในประกอบด้วยตู้แสดงพันธุ์ปลาแปลก ๆ มากกว่า 20 ชนิด บริเวณ

ส่วนกลางของอาคารเป็นช่องสำหรับชมปลาในบึงซึ่งมีปลาหลายชนิดต่าง ๆ มากมาย วันธรรมดาจะเปิดให้เข้าชมตั้งแต่เวลา 10.00 – 19.00 น.

2. สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์

สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ เป็นสวนที่อยู่ริมบึงสีไฟ เป็นสวนสมเด็จพระ ๔ แห่งแรกของประเทศไทย สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2526 โดยจังหวัดพิจิตรร่วมกับกรมการศึกษานอกโรงเรียน เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เนื่องในวโรกาส พระชนมายุครบ 80 พรรษา สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ มีเนื้อที่ 170 ไร่ โดยเป็นพื้นดิน 120 ไร่ และพื้นน้ำ 50 ไร่ มีลักษณะเป็นสวนริมบึงสีไฟที่มีสะพานทอดลงน้ำลงสู่ศาลาใหญ่ สวนบริเวณริมบึงได้จัดตกแต่งให้เป็นสวนที่มีทั้งไม้ใหญ่และสวนไม้ดอกไม้ประดับ มีเวทีเนินดินสำหรับใช้จัดรายการบันเทิงต่าง ๆ

3. รูปปั้นพญาชาละวัน

รูปปั้นพญาชาละวัน เป็นรูปปั้นจระเข้ที่มีครามยาว 38 เมตร กว้าง 6 เมตร ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของบึงสีไฟ ภายในตัวรูปปั้นพญาชาละวันได้จัดเป็นห้องประชุมขนาด 25 -30 ที่นั่ง

4. บ่อจระเข้

ในบริเวณเขตบึงสีไฟยังมีบ่อจระเข้ตั้งอยู่ด้วย โดยมีบ่อจระเข้ถึง 2 บ่อ คือ บ่อเก่า และบ่อใหม่ ซึ่งปัจจุบันบ่อจระเข้เก่าซึ่งมีขนาดเล็กได้ถูกยกเลิกการใช้งานไปแล้ว เพราะมีการสร้างบ่อจระเข้ใหม่ขึ้นมาแทนที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นในบริเวณเขตบึงสีไฟเช่นเดียวกัน

5. ภาพวาดพญาชาละวัน และภาพวาดน้ำตก เป็นงานศิลปะบนพื้นดิน เพื่อให้ถ่ายภาพให้เหมือนภาพสถานที่จริงแบบสามมิติ

6. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองจังหวัดพิจิตร

จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกต่าง ๆ ที่ชาวบ้านผลิตขึ้นเอง เช่น เครื่องสานจากผักตบชวา ผ้าทอบ้านป่าแดง มะขามแก้วสีรส ฯลฯ เปิดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวทุกวันเว้นวันจันทร์ โดยจะเปิดตั้งแต่เวลา 10.00-17.00 น

คุณค่าและความสำคัญของบึงสีไฟ

1. ด้านชนิดและปริมาณปลา จากการสำรวจของกรมประมงปี พ.ศ. 2533 พบว่าปลาที่พบในบึงสีไฟทั้งสิ้น 47 ชนิด เป็นพันธุ์ปลาที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดพิจิตร ปล่อยอีก 22 ชนิด ปริมาณปลาที่พบโดยเฉลี่ยเท่ากับ 12.28 กิโลกรัม/ปี โดยมีพันธุ์ปลาที่พบมากที่สุดคือปลาอีสกเทศ จากการศึกษาของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ปี

พ.ศ. 2537 พบปลาทั้งสิ้น 12 ครอบครัว จำนวน 21 ชนิด ปลาที่ปล่อยเพิ่มคือ ปลานวลจันทร์เทศ ปลานิล และปลาเสกเทศ ปลาที่สำรวจไม่พบในปี พ.ศ.2537 และ 2538 มีปลาสร้อยลูกกล้วยและปลาพรหมหัวเหม็นเป็นต้น

2. ด้านพันธุ์ไม้น้ำ (Aquatic Plant) จากการสำรวจของคณะศึกษาพบว่า บึงสีไฟมีพันธุ์ไม้น้ำ 47 ชนิด ประกอบ พวกที่ลอยน้ำ (Floating Type) 7 ชนิด ได้แก่ ผักเป็ดไทย และผักตบชวา พวกที่พ้นน้ำ (Emerged Type) 32 ชนิด ได้แก่ อ้อ กก และพวกที่อยู่พืชน้ำ (Open Type) อีก 4 ชนิด ได้แก่ สาหร่ายหางม้า และสาหร่ายหางกระรอก เป็นต้น

3. ด้านอาหารธรรมชาติชนิด แพลงก์ตอน ที่พบมากได้แก่ Closteriopsis sp., Scenedesmus sp., Euglena sp., และ Rotifer sp., ส่วนสัตว์หน้าดินที่พบมากได้แก่ Chironomus sp., Pristina sp., Branchium sp., และตัวอ่อนของแมลง (larva) ใน Order Diptera

4. ด้านแหล่งที่อยู่อาศัยของนก บึงสีไฟมีสภาพของระบบนิเวศน์ซับซ้อน และอุดมสมบูรณ์ไปด้วยสัตว์น้ำและพันธุ์ไม้น้ำชนิดต่างๆ จึงมีสภาพที่เหมาะสมสำหรับเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยพักพิงของนกต่างๆซึ่งมีทั้งนกในท้องถิ่นและนกอพยพ จากการสำรวจในเบื้องต้นของคณะผู้ศึกษาพบนกจำนวนไม่น้อยกว่า 60 ชนิด

2.11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนากร กาญจนะ (2555) ได้ศึกษาความคิดเห็นของชุมชนเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยว เขตรักษาพันธุ์ป่าซับลังกา อำเภอลพสนธิ จังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบจากการท่องเที่ยวระดับมาก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อมตามลำดับและผลกระทบจากการท่องเที่ยวระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม สถานภาพทางเพศและอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว แตกต่างกันส่วนอาชีพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รณรพ เจริญบุญ (2553) ได้ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวม มีความพึงพอใจระดับเมื่อพิจารณาลงในประเด็นคำถามพบว่าทุกประเด็นค่าความความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นด้าน

กิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวโดยประเด็น ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวและด้านข้อมูลข่าวสารได้คะแนนต่ำสุด

พัฒนา นรี วังชากร (2554) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรี การศึกษาพบว่า ด้านที่มาสภาพและปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสิงห์บุรีอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ส่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและน้อยที่สุด คือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรีในระดับมากที่สุด คือ ด้านกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ รองลงมา คือ ด้านการจัดการและน้อยที่สุด คือ ด้านการจัดการพื้นที่

สมาพร คล้ายวิเชียร และคณะ. (2550) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ จังหวัดบุรีรัมย์ผลจากการศึกษา พบว่า

1. จากการสำรวจเชิงลึกเกี่ยวกับที่อยู่ ที่มา และจำนวนเชือกของช้างพบว่า มีช้างอยู่ที่ อ. เขาวัว และ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ จำนวน 6 เชือก อ.จอมพระ อ.เขวาสินรินทร์ อ.เมือง อ.ชุมพลบุรี และอ.ท่าตูม จ.สุรินทร์ จำนวน 84 เชือก อ.สตึก และ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ จำนวน 84 เชือก รวมทั้งสิ้นจำนวน 175 เชือก

2. ส่วนใหญ่จะประสบปัญหาเรื่องการไม่มีพื้นที่เลี้ยงช้าง เนื่องจากป่าไม้ถูกทำลาย ป่าไม้ที่มีบางส่วนก็เป็นพื้นที่ส่วนบุคคล จึงเป็นสาเหตุให้มีอาหารช้างไม่เพียงพอ ทำให้ออกเร่รอนตามเมืองบ้างก็ออกรับงานแสดงตามปางช้างต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามโอกาสในการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็มีจุดแข็งในด้านของความโดดเด่นของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และจากการสอบถามประชาชนในพื้นที่ เจ้าหน้าที่แหล่งท่องเที่ยว ครัวช้างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ ซึ่งกล่าวว่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคโครงสร้างพื้นฐาน ฐานะทางเศรษฐกิจ และการเกิดอาชีพที่หลากหลายจากการมีแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตนเองโดยตรงเพิ่มมากขึ้น

3. แนวทางการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ เสนอออกเป็น 3 แนวทางดังนี้คือ

3.1 แนวทางการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว

3.2 แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว

3.3 แนวทางการพัฒนาด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว

4. สำหรับการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมียุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในภาคอีสานตอนใต้ 3 แนวทาง ดังนี้

4.1 การเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางสัญจรโบราณของชาวเขมร ซึ่งในสมัยโบราณพาหนะที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นสัตว์ ได้แก่ วัว ม้า และช้าง

4.2 การเดินทางท่องเที่ยวตามรอยการโจรกรรมโบราณวัตถุเขมร ซึ่งเป็นการจำลองเส้นทางการขนส่งโบราณวัตถุเขมรออกนอกประเทศ ดังที่ทราบภาคอีสานใต้ของประเทศไทยถือว่าเป็นเส้นทางหนึ่งที่นักโจรกรรมนิยมลักลอบขโมยโบราณวัตถุผ่านทางมา

4.3 การเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางจาริกแสวงบุญ ซึ่งปรากฏศาสนสถานที่มีรูปแบบทางศิลปกรรมลักษณะเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันระหว่างศาสนสถานในภาคอีสานใต้ของประเทศไทยกับศาสนสถานในสาธารณรัฐกัมพูชาประชาธิปไตย

วีรวัดณ์ ตามชูและคณะ (2551) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษา หมู่ 1 บ้านเกาะสิเหร่ ตำบลรัชฎา อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต พบว่า ในด้านศักยภาพของพื้นที่ มีความพร้อมในการพัฒนาเป็นเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พอสมควร อย่างไรก็ตามจำเป็นต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม ในด้านสภาพทางกายภาพ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และสภาพทางชีวภาพของพื้นที่ที่จำเป็นต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน ในส่วนของการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ พบว่า ประชาชนในพื้นที่ส่วนร่วมในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์น้อยมาก เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวไม่ดีพอ โครงสร้างทางสังคมที่ เปลี่ยนจากสังคมชนบทเป็นสังคม ชาติกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน และประชาชนมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ใช่หน้าที่ของตน แต่เป็นหน้าที่ของรัฐ แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ เป็น 3 ระยะ คือ 1) ระยะต้น เป็นการพัฒนาองค์ความรู้และจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว 2) ระยะกลาง เป็นการ พัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ 3) ระยะปลาย เป็นการพัฒนารัฐกิจท่องเที่ยวและการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

สมบัติ เชื้อทหาร ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านทรงไทยปลายโพงพงอำเภอมัฒนา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ชุมชนตำบลปลายโพงพงสามารถจัดการให้ชุมชนที่เดิมมีประชาชนมีวิถี ชีวิตที่เรียบง่ายและสงบแวดล้อมด้วยสวนไม้ผล ต้นจาก ตลอดสองฝั่งคลองและลำกระโดงสภาพบ้านเรือนเป็น บ้านทรงไทยที่มีอายุประมาณ 100 ปีเป็นเอกลักษณ์ มาเป็นชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านทรงไทยปลายโพงพงได้ นั้นเกิดจากปัจจัย 3 ประการ คือ

1. นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการแก้ไขปัญหาการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
2. สภาพภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมของตำบลปลายโพงพง และ
3. การได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยภาครัฐคือ จังหวัดสมุทรสงครามและการร่วมมือดำเนินการของชุมชนคือ ชาวบ้านและผู้นำท้องถิ่น ผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อสภาพแวดล้อมของหมู่บ้านทรงไทยปลายโพงพง ที่พบมี 2 ด้านได้แก่ผลกระทบในด้านดีคือ มีการปรับปรุงบ้านพักให้สะอาดและทันสมัย การสร้างความรักในท้องถิ่นและความภูมิใจของชุมชน ตลอดจนการเกิดความเข้าใจและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างเชื้อชาติ รวมถึงการ

ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนการศึกษาผลกระทบในด้านเสียพบว่าการพังทลายของฝิ่งคลอง
มลภาวะทางเสียง และปัญหาขยะที่ทำความสกปรกให้กับคูคลองซึ่งส่วนมากเกิดจาก
นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พักค้าง

2.12. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

