

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่าง
ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

กันยายน 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัด
สุพรรณบุรี ประเทศไทย



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

กันยายน 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

STRATEGIC PLAN FOR SUSTAINABLE INTEGRATED CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT IN
SUPHAN BURI PROVINCE, THAILAND



A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy Degree in Tourism and Hotel Management
September 2022
Copyright 2022 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัด

สุพรรณบุรี ประเทศไทย

ของ จิตรกรรณ์ เถรวัตร

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุษณะ เตชटना)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. พยอม ธรรมบุตร)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา
(รองศาสตราจารย์ ชวลีย์ ณ ถลาง)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลธิดา เทพหินลับ)

เรื่อง:	แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย
ผู้วิจัย:	จิตรภากรณ์ เถรวัตร, วิทยานิพนธ์: ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2565
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร. พยอม ธรรมบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พันธ์รัตน์
คำสำคัญ:	แผนยุทธศาสตร์, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, จังหวัดสุพรรณบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย 2) เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย 3) เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีเครื่องมือ ได้แก่ แบบรายการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว สัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยกระบวนการแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา มีประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 32 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกลุ่มตัวอย่างจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว กลุ่มละ 100 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) จังหวัดสุพรรณบุรี มีศักยภาพด้านการมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม มีศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน มีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากประชากรในจังหวัด และศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาด้านจิตใจ สำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว 2) แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี จะให้ความสำคัญกับการสร้างวิสัยทัศน์ของจังหวัด ในรูปของการสร้าง “แบรนด์ท่องเที่ยวสุพรรณบุรี จุดหมายปลายทางที่โดดเด่นและไม่รู้ลืมแห่งอาเซียน” โดยมีตำแหน่งทางการตลาด 4 ด้าน คือ แบรินด์ที่ 1 เอือนสุพรรณบุรี เดินป่าบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย แบรินด์ที่ 2 “เอือนสุพรรณบุรี ร่วมสนุกกับกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น เข้าร่วมมหกรรม Event ด้านอาหารเกษตรดนตรี กีฬา และประเพณี แบรินด์ที่ 3 เที่ยวสุพรรณบุรี สัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนจากพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข แบรินด์ที่ 4 เที่ยวสุพรรณบุรี ศึกษาสถานที่แห่งความทรงจำของมนุษยชาติ อายุ 3,500-4,000 ปี เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมจากยุคก่อนประวัติศาสตร์มาจนถึงสุพรรณบุรียุคปัจจุบัน 3) การประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์มาปฏิบัติการในโครงการนำร่องที่บ้านบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่บ้านแม่หม้าย มีความพอใจกับการท่องเที่ยว

Title: STRATEGIC PLAN FOR SUSTAINABLE INTEGRATED CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT IN SUPHAN BURI PROVINCE, THAILAND

Author: Jittraporn Therawat, Dissertation: Ph.D. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2022

Advisor: Payom Dhamabutra Co–advisor Seri Wongmonta Kannapa Pongponrat

Keywords: strategic plan creative tourism suphanburi province

ABSTRACT

This research aims to 1) investigate the potential of Suphanburi Province to develop integrated sustainable creative Tourism 2) create the strategic plan of integrated sustainable creative Tourism development in Suphanburi Province, Thailand 3) evaluate the implementation of the pilot project of the strategic plan in the province.

The research uses mixed research method with the qualitative research as the main research and the quantitative research as supporting research. Qualitative research tools are: community study checklists, Tourism Resource audit checklists and a structured in–depth interview and focus group form. Qualitative data are collected from 32 key belonging to public and private sectors, people and tourists in Suphanburi. Data are verified and analyzed with triangulation and content analysis while the qualitative research instrument is the questionnaire, data are collected from the four groups of 100 respondents belonging to the public and private sector as well as people and tourists visiting Suphanburi Province. The statistics used in this study are: percentage, mean and standard deviation

The findings reveal that 1) Suphanburi has splendid natural, cultural, economic and social tourism resource potential, an integrated sustainable Tourism management potential, participation to develop Tourism potential from the people in the province as well as the potential to raise environmental awareness and mind development for the community and the Tourists 2) The strategic plan of integrated sustainable creative tourism development in Suphanburi province focuses on the creation of the province's vision : 4 Branding Suphanburi as the unique and memorable destination in ASEAN, with 4 positions or 4 sub–brands : Brand No 1: Visit Suphan buri, trekking along the unspoiled natural Trail in Phu Toei National Park. Brand No 2: Visit Suphan buri, enjoying various activities to enhance local economy : participating in agro–food, music, sport and tradition events and festivals. Brand No 3: Visit Suphan buri experiencing multi–cultural and ethnic way of life living together in peace. Brand No 4: Visit Suphan buri, studying this sites of memories of our humanity since 3500–4000 years ago, learning about art and culture from prehistoric to the present Suphanburi. 3) The evaluation of the pilot project of the strategic plan of tourism development in Suphanburi at Bang Mae Mai Community reveals that the tourists visiting this area are fully satisfied with their trip.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา การสนับสนุนและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาการวิจัย การดูแลเอาใจใส่ การให้กำลังใจ และความเชื่อมั่นที่มีให้แก่ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์นภา พงศ์พันธ์นัฏ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาช่วยให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์แบบได้ พร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน คณาจารย์ที่สอนในหลักสูตร อีกทั้งผู้วิจัยขอขอบพระคุณวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้มอบทุนสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้บริหาร บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงชุมชนบ้านบางแม่หม้ายทุกท่าน ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและมีส่วนร่วมในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพศาล บุรินทร์วัฒนา อดีตอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วาที่ร้อยเอก ดร.ธนุ ทดแทนคุณ คณบดีคณะศิลปศาสตร์ ดร.นันทยา คงประพันธ์ รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์ศูนย์สุพรรณบุรี ดร.ธารณี นวัสนธิ หัวหน้าสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ที่ผลักดันและส่งเสริมให้ได้รับการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก พร้อมกับสนับสนุนทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่ให้การสนับสนุนในทุกๆด้านเป็นอย่างดี เป็นกำลังใจที่สำคัญ รวมถึงกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่เข้าใจและให้ความช่วยเหลือในการทำงานตลอดในช่วงเวลาที่ไปเรียน คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

จิตราภรณ์ เถรวัด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูปภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
1. ขอบเขตทางด้านพื้นที่.....	7
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	7
3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants).....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
1. แนวคิดและทฤษฎีสังคมวิทยา.....	11
1.1 แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology).....	11
1.2 ทฤษฎีโครงสร้าง - หน้าที่นิยม (Structural Function).....	16
1.3 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change).....	20
2. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์	26

2.1 หลักพุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics).....	26
2.2 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficient Economy).....	32
2.3 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy).....	37
2.4 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)	40
3. แนวคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนา	47
3.1 แนวคิดการพัฒนา.....	47
3.2 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน.....	49
3.3 ทฤษฎีบูรณาการและการมีส่วนร่วม.....	53
4. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์.....	57
4.1 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์และขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์.....	57
4.2 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว.....	67
5. แนวคิดด้านการท่องเที่ยว	76
5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	76
5.2 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	87
5.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	92
5.4 แนวคิดเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง	98
5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน	103
5.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	111
5.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	113
5.8 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	119
5.9 แนวคิดด้านการตลาดการท่องเที่ยว.....	126
6. ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	157
6.1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทย 4.0 (พ.ศ. 2561-2580).....	157
6.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 (พ.ศ. 2560 - 2579).....	162

6.3 ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (พ.ศ. 2560 – 2564).....	164
6.4 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)	167
6.5 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)	171
6.6 แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (พ.ศ. 2562 – 2565) ฉบับทบทวน.....	173
6.7 แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ. 2561 – 2565 ทบทวนปี พ.ศ. 2563).....	182
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	183
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	209
กรอบการวิจัย.....	210
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	211
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	211
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	212
การเก็บรวบรวมข้อมูล	213
การวิเคราะห์ข้อมูล	214
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	214
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	214
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	216
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	217
การเก็บรวบรวมข้อมูล	218
การวิเคราะห์ข้อมูล	218
การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)	219
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	219
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	222
รายงานผลคำถามการวิจัย ข้อที่ 1 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร.....	222

รายงานการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource audit).....	223
1. ข้อมูลทางกายภาพ.....	223
223	
2. ข้อมูลทางภูมิศาสตร์.....	226
รายงานผลการศึกษาความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่จังหวัด	
สุพรรณบุรี.....	248
รายงานผลคำถามการวิจัยข้อ 2 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร.....	313
2. ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของ	
จังหวัดสุพรรณบุรี.....	320
3. วิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของ	
จังหวัดสุพรรณบุรี.....	321
สรุปผลการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group) สรุปผลการสร้างแผน	
ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัด	
สุพรรณบุรี ประเทศไทย.....	323
รายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	336
ตอนที่ 3 รายงานผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการ	
ท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี.....	344
ตอนที่ 4 รายงานผลการประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด	
สุพรรณบุรี.....	350
รายงานศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย.....	377
รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในโครงการนำร่อง.....	388
รายงานผลความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	390
บทที่ 5 บทสรุป.....	399
สรุปผลการวิจัย.....	399

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ บูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย.....	399
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ บูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย.....	405
วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา.....	448
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	455
ภาคผนวก.....	470
ภาคผนวก ก แบบรายงานการตรวจสอบการศึกษาชุมชน.....	471
ภาคผนวก ข การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว.....	475
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์.....	479
ภาคผนวก ง แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว.....	485
ภาคผนวก จ แบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว.....	488
ประวัติผู้วิจัย.....	504

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงพื้นที่ของจังหวัดสุพรรณบุรี	224
ตาราง 2 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น	248
ตาราง 3 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น	248
ตาราง 4 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคประชาชนที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น	249
ตาราง 5 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น	249
ตาราง 6 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น	250
ตาราง 7 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น	250
ตาราง 8 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น	251
ตาราง 9 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น	251
ตาราง 10 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อมรดกมรดก เทศกาลและประเพณี	252
ตาราง 11 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อมรดกมรดก เทศกาลและประเพณี	253
ตาราง 12 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อมรดกมรดก เทศกาลและประเพณี	253
ตาราง 13 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อมรดกมรดก เทศกาลและประเพณี	254
ตาราง 14 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ	254
ตาราง 15 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ	255
ตาราง 16 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ	255
ตาราง 17 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ	256
ตาราง 18 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ	256
ตาราง 19 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ	257
ตาราง 20 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ	257
ตาราง 21 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อจุดแข็ง	313

ตาราง 22	ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อจุดแข็ง	313
ตาราง 23	ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อจุดแข็ง	314
ตาราง 24	ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดแข็ง	314
ตาราง 25	ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อจุดอ่อน	315
ตาราง 26	ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อจุดอ่อน	315
ตาราง 27	ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อจุดอ่อน	316
ตาราง 28	ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดอ่อน	316
ตาราง 29	ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อโอกาส	317
ตาราง 30	ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อโอกาส	317
ตาราง 31	ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อโอกาส	318
ตาราง 32	ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อโอกาส	318
ตาราง 33	ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสรรค	319
ตาราง 34	ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่ออุปสรรค	319
ตาราง 35	ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่ออุปสรรค	319
ตาราง 36	ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสรรค	320
ตาราง 37	สรุปผลการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group)	323
ตาราง 38	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป ลักษณะเชิงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว	337
ตาราง 39	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี	338
ตาราง 40	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี	344
ตาราง 41	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี	350

ตาราง 42 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และ โครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี	356
ตาราง 43 แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	360
ตาราง 44 แสดงการสังเคราะห์ TOWS Matrix ของจังหวัดสุพรรณบุรี.....	361
ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนบางแม่หม้าย	374
ตาราง 46 แสดงการวิเคราะห์ TOWS ของชุมชนบางแม่หม้าย	375
ตาราง 47 แสดงการวิเคราะห์ TOWS ของชุมชนบางแม่หม้าย	376
ตาราง 48 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง	388
ตาราง 49 แสดงค่าความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	390
ตาราง 50 เปรียบเทียบการนำแผนมาปฏิบัติจริง.....	397
ตาราง 51 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	416
ตาราง 52 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ	417
ตาราง 53 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม	419
ตาราง 54 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ	420
ตาราง 55 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ของชุมชนบางแม่หม้าย	436
ตาราง 56 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ของชุมชนบางแม่หม้าย	437
ตาราง 57 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 3 ของชุมชนบางแม่หม้าย.....	437
ตาราง 58 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 4 ของชุมชนบางแม่หม้าย.....	438

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ระบบย่อยของสังคมของพาร์สันส์.....	18
ภาพ 2 หลักภาษาวินัยของเฮเกล.....	21
ภาพ 3 การเปลี่ยนแปลงแบบวิภาษวิธีของมาร์กซ์.....	22
ภาพ 4 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	35
ภาพ 5 เสาหลักแห่งความยั่งยืนของพยอ ม ธรรมบุตร.....	50
ภาพ 6 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	70
ภาพ 7 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	84
ภาพ 8 ระบบการท่องเที่ยวของเลเปอร์.....	85
ภาพ 9 ระบบการท่องเที่ยวของมิลล์และมอร์ริสัน.....	86
ภาพ 10 ตราสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย.....	96
ภาพ 11 องค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	116
ภาพ 12 ความต้องการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	118
ภาพ 13 การจำแนกประเภทการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ.....	119
ภาพ 14 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	120
ภาพ 15 ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's.....	138
ภาพ 16 การจัดตำแหน่งทางการตลาด.....	139
ภาพ 17 กระบวนการวางแผนการตลาด.....	140
ภาพ 18 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างข้อกำหนดตำแหน่งการสร้างภาพลักษณ์ของ.....	144
ภาพ 19 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework).....	208
ภาพ 20 กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Framework).....	210
ภาพ 21 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation).....	213

ภาพ 22	แผนที่จังหวัดสุพรรณบุรี.....	223
ภาพ 23	ตราจังหวัดสุพรรณบุรี.....	225
ภาพ 24	ธงประจำจังหวัดสุพรรณบุรี.....	225
ภาพ 25	ดอกไม้ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี.....	225
ภาพ 26	ต้นไม้ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี.....	226
ภาพ 27	ทรัพยากรแร่ธาตุ.....	228
ภาพ 28	แผนที่การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี.....	259
ภาพ 29	แม่น้ำท่าจีน.....	260
ภาพ 30	ปางอุ่งสุพรรณบุรี (อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง).....	260
ภาพ 31	เขื่อนกระเสียว.....	262
ภาพ 32	น้ำตกตะเพินคี.....	263
ภาพ 33	อุทยานแห่งชาติพุเตย.....	264
ภาพ 34	วนอุทยานแห่งชาติพุฒิมวง.....	267
ภาพ 35	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉอาก.....	269
ภาพ 36	สวนรุกชาติด่านช้าง.....	271
ภาพ 37	พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....	272
ภาพ 38	อุทยานผักพื้นบ้าน.....	273
ภาพ 39	วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร.....	275
ภาพ 40	วัดไผ่โรงวัว.....	276
ภาพ 41	วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ.....	278
ภาพ 42	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุททอง.....	279
ภาพ 43	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุพรรณบุรี.....	281
ภาพ 44	อุทยานมังกรสวรรค์ (พิพิธภัณฑสถานหุ่นขี้ผึ้ง).....	283
ภาพ 45	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเสียใช้.....	285

ภาพ 46	วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า.....	288
ภาพ 47	แหล่งโบราณคดีเมืองอู่ทอง ศิลปะทวารวดี ศิลปะอู่ทอง	290
ภาพ 48	งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดโตวัดป่าเลไลยก์.....	292
ภาพ 49	งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (พระบรมราชานุสรณ์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช)	293
ภาพ 50	เทศกาลทิ้งกระจาด	294
ภาพ 51	งานตรุษจีน.....	297
ภาพ 52	ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ.....	298
ภาพ 53	ประเพณีสงกรานต์.....	299
ภาพ 54	ประเพณีแข่งเรือยาว.....	300
ภาพ 55	งานมหรหรรษาและของดีเมืองสุพรรณบุรี.....	302
ภาพ 56	ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี	303
ภาพ 57	ร่วมกิจกรรมด้านา เกี่ยวข้าว เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย.....	304
ภาพ 58	การเดินทางไปชุมชนบางแม่หม้าย.....	366
ภาพ 59	แม่น้ำท่าจีน ไหลผ่านชุมชนบางแม่หม้าย.....	370
ภาพ 60	วัดอาน.....	371
ภาพ 61	ประเพณีทำขวัญแม่โพสพ	372
ภาพ 62	โครงสร้างการบริหารจัดการ “ชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบางแม่หม้าย”	380
ภาพ 63	แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์และศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชน บางแม่หม้าย	382
ภาพ 64	โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย	385
ภาพ 65	แผ่นพับท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย	386
ภาพ 66	แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยใช้รูปแบบการประเมินผลกระทบ เชิงยุทธศาสตร์ (SEA)	409

ภาพ 67 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน
จังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย411

ภาพ 68 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 412

ภาพ 69 แผนยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ... 413

ภาพ 70 แผนยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม 414

ภาพ 71 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย 431

ภาพ 72 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 432



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม มนุษย์ดำรงชีวิตกับการท่องเที่ยว ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชาวสุเมเรียน มีถิ่นอาศัยอยู่ที่ดินแดนเมโสโปเตเมีย ราว 4,000 ปีก่อนคริสตกาล เป็นผู้บุกเบิกเกิดการเดินขึ้นเป็นครั้งแรกในโลก โดยการเดินทางไปค้าขายบริเวณใกล้เคียง ต่อมาในยุค The Grand Tour เป็นยุคที่การเดินทางที่สำคัญ เช่น การเดินทางของนักจาริกแสวงบุญ รวมไปถึงการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวอังกฤษ จึงมีการประดิษฐ์คำว่า “Tourist” เพื่อใช้เรียกกลุ่มคนชาวอังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และรัสเซีย ที่เดินทางท่องเที่ยว ยังประเทศต่าง ๆ ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม การเดินทางคมนาคมมีความสะดวกขึ้น และมีการเดินทางโดยรถไฟ จนทำให้การท่องเที่ยวขยายวงกว้าง และเป็นกิจกรรมยามว่างของคนกลุ่มใหญ่ โดยมีเหตุการณ์สำคัญ คือ การก่อตั้งบริษัท Thomas Cook ซึ่งเป็นการจัดการเดินทางท่องเที่ยวบนรถไฟเป็นครั้งแรกของโลก ท่องเที่ยวในประเทศอังกฤษ จนกระทั่งหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เป็นยุคแห่งการปฏิวัติเทคโนโลยี โดยมีรถยนต์เข้ามาเพิ่มความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการสร้างที่พักแรมริมทาง (Motel) ทั้งในยุโรปและอเมริกา เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวพักค้างแรม และเมื่อมีเครื่องบินไอพ่นเกิดขึ้นมา จึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างเป็นระดับนานาชาติ จนกระทั่งกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลก (Cooper, 2012, หน้า 7-8)

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศทั่วโลก การท่องเที่ยวและการเดินทางแห่งโลกจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของโลก (World Travel and Tourism Council : WTTC, 2015, Online) ได้สรุปความสำคัญของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเดินทางสร้างรายได้ถึงร้อยละ 9.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ของโลก และมีการลงทุนถึงร้อยละ 9.2 ของการลงทุนทั่วโลก รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดการจ้างงานถึง 284 ล้านตำแหน่งงาน ซึ่งเท่ากับการจ้างงานร้อยละ 8.1 ของการจ้างงานทั่วโลก (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization : UNWTO, 2017) ได้คาดการณ์แนวโน้มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกใน ปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มจำนวนมากขึ้นถึง 1,800 ล้านคน ซึ่งการเดินทาง เข้า

มาของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นย่อมส่งผลดีต่อประเทศในด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจ สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สะสมจากการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ขยายตัวจากปีที่ผ่านมา ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขยายตัวร้อยละ 3.05 และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยขยายตัวร้อยละ 1.18 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดนมียังรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด 3.01 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.37 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา)

ประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของประเทศไทยยังคงเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศจีน รองลงมาจะเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะคำนึงใน ทุกด้านเพื่อให้เกิดความสมดุล เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยต้องตระหนักว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ซึ่งในการประชุมสุดยอดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (The World Summit on Sustainable Development : WSSD) ปี พ.ศ. 2545 โดยองค์การสหประชาชาติ ณ เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ถูกบรรจุในแผนพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นครั้งแรก ภายใต้หัวข้อการพิทักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติบนพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเพิ่มประโยชน์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนเจ้าบ้าน โดยที่ต้องรักษาไว้ซึ่งความสมบูรณ์ของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการยกระดับการพิทักษ์บริเวณที่ระบบนิเวศเปราะบาง และรักษาไว้ซึ่งมรดกทางธรรมชาติ (United Nations, 2002, หน้า 25-26) และเมื่อปี พ.ศ. 2558 องค์การสหประชาชาติได้รับรองวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) ในการประชุมสมัชชาสหประชาชาติ สมัยสามัญ ครั้งที่ 70 และได้ตั้งเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน จำนวน 17 ข้อ (17 Sustainable Development Goals : SDGs) ซึ่ง 17 ข้อนี้ เป็นเป้าหมายของการพัฒนาที่สมดุลในด้านต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้นานาชาติทั่วโลกที่ต้องการความยั่งยืน จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการที่ครอบคลุมในทุกมิติของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาจิตใจ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนมีความสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติต้องอาศัยชุมชนเจ้าบ้านทุกชุมชนเป็นผู้ปฏิบัติ (Act Locally) เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทุกพื้นที่ (Act Totally) อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง การจะให้ชุมชนเกิดการพัฒนารท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่นั้น

แต่ละชุมชนควรมีการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบบูรณาการ ความร่วมมือของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้การพัฒนาสามารถตอบสนองความต้องการของทุกภาคส่วน และก่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นแนวคิดการพัฒนาระดับสูง อันมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างความยั่งยืนตามแนวทาง 3 เสาหลักแห่งความยั่งยืน ประกอบด้วย ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ กล่าวคือ การจ้างงานและการสร้างรายได้ให้ชุมชนในระยะยาว และการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการกำหนดขอบเขตการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ และความยั่งยืนด้านสังคมและวัฒนธรรม (Cooper, 2012, หน้า121-122) เสาหลักแห่งความยั่งยืนนี้ควรต้องควบคุมด้วยการพัฒนาความยั่งยืนด้านจิตใจ เนื่องจากจิตใจที่ถึงพร้อมด้วยคุณธรรมจะเป็นสิ่งควบคุมให้ทุกเสาหลักมีความยั่งยืนอย่างแท้จริง (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

ปัจจุบันสภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นครั้งใหญ่ จากการแพร่ระบาดของโควิด -19 ซึ่งเกิดขึ้นทั่วทุกประเทศในโลก ศูนย์วิจัยกสิกรไทยให้ข้อมูลว่าในปีที่ผ่านมาทั่วโลกมีนักท่องเที่ยวมากถึง 1,461 ล้านคน และส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และภูมิภาคอเมริกา รวมกันมากถึง 91% ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศทั่วโลกทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

สถานการณ์การท่องเที่ยวจะสามารถกลับมาดีได้เหมือนเดิม อาจจะต้องใช้เวลาฟื้นฟูนานถึง 6 เดือน หลังจากที่หลาย ๆ ประเทศสามารถยับยั้งการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ และรูปแบบการท่องเที่ยวก็จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมีการคำนึงถึงการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อมที่มีส่วนเชื่อมโยงกับด้านเศรษฐกิจ สังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Leslie and Sigala, 2015) โดยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในชุมชน เน้นให้เกิดความยั่งยืน ควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดเป้าหมาย ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาประเทศในระยะ 5 ปี ซึ่งจะเป็นแผนที่มีความสำคัญในการวางรากฐานการพัฒนาประเทศไปสู่สังคมที่มีความสุขอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่เป็นกรอบการพัฒนาประเทศในระยะยาว รัฐบาลมีนโยบายในการสร้างความมั่นคงและเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งเร่งสร้างสังคมที่มีคุณภาพ โดยการขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ตลอดจนการวางแผนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในระยะยาว ครอบคลุมถึงการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

การสร้าง ความมั่นคง มั่งคั่งทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เป็นสิ่งสำคัญที่ประเทศจะต้อง มีทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาในระยะยาวที่ชัดเจน โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมมือกัน อย่างเข้มแข็ง เพื่อผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับการปฏิรูปประเทศที่ มุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ในอนาคต (แผนพัฒนาการทองเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564) ประเทศไทยถือเป็นแหล่งทองเที่ยวสำคัญของการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมไปถึงการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย จำเป็นต้องปรับสังคม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ระบบการเมือง เศรษฐกิจ เพื่อรองรับการปฏิวัติ อุตสาหกรรม 4.0 ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ดังนั้นแนวคิดใหม่ที่จะตอบสนองการ ทองเที่ยวอย่างมีคุณภาพจึงถูกเสนอขึ้น เพื่อที่จะหารูปแบบการทองเที่ยวประเภทอื่นที่ เหมาะสม และหาแนวทางนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อการทองเที่ยว โดยไม่สร้างผลกระทบทางลบ เหมือนที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กระทรวงทองเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555– 2559 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการทองเที่ยวเชิงคุณภาพ ให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและ ยั่งยืน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาครัฐได้ตระหนักให้ความสำคัญถึงการตลาดสมัยใหม่ รวมถึงกลุ่ม ลูกค้าที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์กิจกรรมการทองเที่ยวใหม่ๆ เพื่อสอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ (ยุทธศาสตร์กระทรวงทองเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555–2559)

ประเทศไทยซึ่งถือเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรทางการ ทองเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และทรัพยากร ทางธรรมชาติ ปัจจุบันมีทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริม และพัฒนาแหล่งทองเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการตื่นตัวของชุมชนต่างๆที่พยายามผลักดัน ให้ชุมชนของตนเองกลายเป็นแหล่งทองเที่ยว การจัดการทองเที่ยวในประเทศไทยได้ยึด หลักการจัดการตามหลักเศรษฐกิจเป็นสำคัญ โดยหาพื้นที่ที่มีจุดขายด้านธรรมชาติและ วัฒนธรรมมารองรับจึงทำให้ปัจจุบันเกิดการทองเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆออกมาเป็นจำนวนมาก แต่ละชุมชนต่างหาจุดเด่นและสร้างเอกลักษณ์ให้กับชุมชนของตน เพื่อเป็นการสร้างจุดขาย ให้กับนักท่องเที่ยว และเมื่อนักทองเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วย่อมทำให้เกิดผลกระทบทั้งทางด้าน บวกและด้านลบให้กับชุมชน

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พบว่ามีการกำหนดกรอบ แนวคิดในการวางแผนที่สำคัญไว้ว่า คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมและการ พัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เพื่อให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ดังนั้นการให้ ความสำคัญกับชุมชนในการเข้ามาบริหารจัดการชุมชนด้วยตนเองนั้นจะส่งผลให้ชุมชนสามารถ

พึ่งพาตนเองได้และแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนจะยังคงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ประกอบด้วยจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดราชบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรีจัดอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือได้ว่าเป็นดินแดนมหัศจรรย์แห่งสายน้ำและขุนเขาความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติเหมาะแก่การเกษตรกรรมไม่ว่าจะเป็นข้าวพืชผักไร่ไม้ผล การประมงและปศุสัตว์ทำให้กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มีศักยภาพในการเป็นแหล่งผลิตอาหารเพื่อสนับสนุนนโยบายครัวโลกของรัฐบาล เป็นพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแนวเขตชายแดนติดต่อกับพม่าระยะทางประมาณ 440 กิโลเมตรเหมาะแก่การค้าชายแดนแต่ละจังหวัดเป็นจังหวัดขนาดกลางที่มีประชากรใกล้เคียงกันซึ่งเหมาะแก่การบริหารการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด อารยธรรมทวารวดีไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยกระดับการท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียง เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด โดยมีประเด็น “อารยธรรมทวารวดี” เป็นกรอบในการดำเนินการ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม อารยธรรมทวารวดี วิถีชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์และสภาพแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะมุ่งเน้นทางด้านการประชาสัมพันธ์ การมีโอเวนท์หรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังกลุ่มจังหวัดโดยจะต้องมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรม ตลอดจนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงสินค้าด้านการท่องเที่ยว ให้สื่อความหมายถึงอารยธรรมทวารวดี จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีความพร้อมและความหลากหลายทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการกระจายตัวอยู่ในทุกอำเภอและสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ทั้งในด้านของธรรมชาติ วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ พุทธศาสนา และแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมาก ตลอดจนเป็นเมืองของศิลปินพื้นบ้านที่เป็นศิลปินแห่งชาติอีกหลายท่าน

ในแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ.2561-2565) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาไว้ว่า สุพรรณบุรี เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตร และอาหารปลอดภัยชั้นนำ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านเมืองสะอาด ธรรมชาติสมบูรณ์ ศูนย์การศึกษา และการกีฬา ประชาชนคุณภาพชีวิตดี จากวิสัยทัศน์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า จังหวัดสุพรรณบุรี ยังขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นในการวางแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคตได้ โดยเฉพาะ ปี พ.ศ. 2563 ทั่วโลก

และประเทศไทย ได้เกิดโรคระบาดโควิด -19 ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อตอบสนองนโยบายของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัด สุพรรณบุรี ประเทศไทย
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร
2. แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี มีลักษณะอย่างไร
3. ผลการประเมินการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี นำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษามีผลอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสม โดยมีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและมีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการเก็บข้อมูลสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยไม่มีการตั้งสมมติฐานและการทดสอบสมมติฐาน แต่ใช้ข้อมูลที่ได้มาเพื่อตรวจสอบและยืนยันข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ขอบเขตทางด้านพื้นที่

การเก็บรวบรวมข้อมูลเกิดขึ้นบนพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ใน 8 อำเภอ ดังนี้ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอสองพี่น้อง อำเภอบางปลาม้า อำเภออู่ทอง อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอศรีประจันต์ อำเภอสามชูก และอำเภอด่านช้าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่สำรวจด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ชุมชนศึกษา (Community Study) การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS

2.2 ศึกษาวางแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี และสำรวจความคิดเห็นด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)

2.3 ศึกษาการประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ไปดำเนินการโครงการนำร่อง ในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา ด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) และประเมินผลการดำเนินโครงการ

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยจำแนกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

3.1 หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและการวางแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด ได้แก่ ผู้แทนกลุ่มงานยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัด การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี การเกษตรจังหวัด กรมโยธาธิการและผังเมือง หน่วยงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด งานส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด และเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี

3.2 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี และองค์กรอิสระภายในจังหวัดสุพรรณบุรีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวภายในจังหวัด ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร และบริษัทขนส่งต่าง ๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี

3.3 ประชาชน ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี

3.4 นักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องที่เห็นควรนำมาให้คำจำกัดความเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน มีดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางที่มีจุดประสงค์เพื่อสนองต่อความต้องการในการของมนุษย์ในการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง การสื่อสารทางธุรกิจ การประชุมและกิจกรรมสันทนาการ ตลอดจนการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติที่เกิดขึ้น ในงานวิจัยนี้หมายถึงการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วม และจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ ที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

การบูรณาการ (Integration) หมายถึง การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ การระดมความคิดเพื่อประสานความกลมกลืนภายใต้การดำเนินการที่เชื่อมโยงจากทุกภาคส่วนในจังหวัดสุพรรณบุรี

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวทั้งกลุ่มใหญ่ และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันให้การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วยในพื้นที่ของจังหวัดสุพรรณบุรี

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง เป็นการดำเนินการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความสมดุลของการผลิต การบริโภค และจำนวนประชากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรับรองพื้นที่นั้น ๆ ภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี

ยุทธศาสตร์ (Strategy) หมายถึง กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วมโดยให้ความสำคัญกับการมองไปในอนาคต ภายใต้การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการที่จะระดมทรัพยากรมาใช้พิจารณาทางเลือกต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อทำให้ภารกิจต่าง ๆ บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด (Strategic plan for provincial development) หมายถึง แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีที่แสดงถึงแนวทางในการพัฒนาจังหวัดในอนาคตนโยบายที่ครอบคลุมในทุกด้าน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการซึ่งเป็นแนวทาง หรือมาตรการการพัฒนาที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับนโยบายการพัฒนาประเทศ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนและรับรองการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตของจังหวัดสุพรรณบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล สามารถนำแผนนี้ไปบูรณาการกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อวางแผนงบประมาณสำหรับการพัฒนาได้อย่างครอบคลุมและเหมาะสม
2. ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีสามารถนำผลวิจัยที่ได้ มาวางแผนในการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม
3. ชุมชนได้รับรู้ถึงบริบทพื้นที่ของตนเองและสามารถนำแผนนี้ไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม
4. ประชาชนในพื้นที่สามารถนำแผนยุทธศาสตร์นี้ไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่ของตนเองได้อย่างยั่งยืน
5. นักวิชาการ อาจารย์ นักวิจัย สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลเพื่อการศึกษา ค้นคว้า และสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงและปรับใช้ให้ตรงกับความต้องการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ยุทธศาสตร์ และแผนพัฒนารวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีประเด็นที่ได้ศึกษาดังต่อไปนี้

- 1.1 แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology)
- 1.2 ทฤษฎีโครงสร้าง - หน้าที่นิยม (Structural Function)
- 1.3 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change)
- 2.1 หลักพุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics)
- 2.2 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficient Economy)
- 2.3 แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)
- 2.4 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)
3. แนวคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนา
 - 3.1 แนวคิดการพัฒนา
 - 3.2 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน
 - 3.3 ทฤษฎีบูรณาการและการมีส่วนร่วม
4. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 4.1 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์และขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 4.2 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
5. แนวคิดด้านการท่องเที่ยว
 - 5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 5.2 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 5.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 5.4 แนวคิดเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง
 - 5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 5.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 5.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 5.8 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

- 5.9 แนวคิดด้านการตลาดการท่องเที่ยว
- 5.10 การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว
- 5.11 การตรวจสอบทรัพย์สินทางการท่องเที่ยว
- 5.12 แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวโลก ในปี ค.ศ. 2030
- 6. ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
 - 6.1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทย 4.0 (พ.ศ. 2561–2580)
 - 6.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 (พ.ศ. 2560–2579)
 - 6.3 ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (พ.ศ. 2560–2564)
 - 6.4 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)
 - 6.5 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564)
 - 6.6 แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (พ.ศ. 2562–2565) ฉบับทบทวน
 - 6.7 แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ. 2561–2565 ทบทวนปี พ.ศ. 2563)
- 7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีสังคมวิทยา

1.1 แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology)

ปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) หรือเรียกกันว่าแนวคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenalism) เป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิพากษ์แนวคิดปฏิฐานนิยม (Positivism) ที่เชื่อว่าความรู้เกิดจากการตระหนักแน่ ในการดำรงอยู่ของสิ่งๆ หนึ่งในที่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยการใช้ประสาทสัมผัส และมนุษย์ถูกสร้างขึ้นด้วยพลังสังคมโดยมีการถ่ายทอดความรู้ แต่ในทางปรากฏการณ์วิทยาเชื่อว่าความรู้ของมนุษย์ที่เกิดจากการถ่ายทอดจากผู้อื่นหรือสังคมเป็นความรู้ที่มนุษย์ไม่ได้รับรู้ได้เองโดยตรง ดังนั้นมนุษย์ควรรับรู้สังคมด้วยประสบการณ์ตรงของตนเอง ไม่ใช่การถ่ายทอดจากผู้อื่น กล่าวคือมนุษย์ต้องรับรู้ปรากฏการณ์ สำนึก ค่านิยม และโลกทัศน์ได้จากการสัมผัสด้วยตนเองโดยตรงให้เกิดเป็นประสบการณ์ จากนั้นมนุษย์จึงให้ความหมายแก่สิ่งเหล่านั้นตามการรับรู้ของตน ซึ่งจะเห็นว่ามนุษย์เป็นผู้สร้างโลกทางลง (Social World) ด้วยตนเอง และความรู้ของมนุษย์เกิดจากการสร้างโลกทางสังคม และการสร้างความหมายให้แก่การกระทำของตนเองและผู้อื่นจากจิตสำนึกของตนเอง (Consciousness) เชื่อมโยงกับความคิดและการกระทำ (สุภางค์ จันทวานิช, 2559, หน้า 115)

1.1.1 วิวัฒนาการของแนวคิดปรากฏการณ์วิทยา

คานท์ (Immanuel Kant : 1724–1804) นักปรัชญาชาวเยอรมัน ได้เสนอคำว่า ปรากฏการณ์ (Phenomenon) ไว้ตั้งแต่เมื่อปลายศตวรรษที่ 18 ซึ่งหมายถึงสิ่งที่มนุษย์รับรู้ด้วยประสาทสัมผัสของตนซึ่งต่างจากสิ่งที่ดำรงอยู่ที่เป็นตัวมันเอง (Russell, 1946, หน้า 713 อ้างใน สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2559, หน้า 116)

เอ็ดมุนด์ ฮูสเซิร์ล (Edmund Husserl : 1899–1959) นักทฤษฎีชาวเยอรมัน บิดาแห่งแนวคิดปรากฏการณ์นิยม ได้ขยายความต่อว่าปรากฏการณ์ (Phenomenon) มี 2 ความหมาย ความหมายแรก หมายถึงสิ่งที่ถูกรับรู้ เช่น สิ่งที่มองเห็น สิ่งที่รู้สึก เป็นเชิงกายภาพ ส่วนความหมายที่ 2 หมายถึงสิ่งที่พิเศษเหนือกว่าปกติ เป็นสิ่งที่เราอธิบายไม่ได้ เช่น พลังเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Force) ซึ่งเป็นการตีความและให้ความหมาย (Slattery, 2003, หน้า 165–167) ฮูสเซิร์ลให้ความสำคัญต่อกระบวนการทางจิตและสติปัญญาของมนุษย์มากที่สุด ซึ่งไม่ใช่สมมติฐานเกี่ยวกับสาเหตุหรือผลของกระบวนการทางจิต ฮูสเซิร์ลเชื่อว่าประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับทุกสิ่งในโลกเป็นสิ่งที่จิตสำนึกสร้างขึ้น ฮูสเซิร์ลศึกษาสาระสำคัญและความหมายของสิ่งต่างๆ หรือการกระทำต่างๆ ที่มนุษย์เป็นผู้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ ซึ่งไม่ใช่ประจักษ์นิยมแต่เป็นกระบวนการพิจารณาหรือการศึกษาค้นคว้า ตามหลักเหตุและผล และถือว่าการคิดเป็นต้นกำเนิดของความคิดโดยไม่อาศัยสภาพแวดล้อม (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2540, หน้า 200)

มาร์ติน ไฮเด็กเกอร์ (Martin Heidegger : 1889–1976) ซึ่งเป็นศิษย์ของฮูสเซิร์ล ยอมรับว่า วิธีปรากฏการณ์วิทยามีข้อดีในการที่สอนให้วางใจเป็นกลาง เพื่อขจัดอคติของระบบปรัชญา แต่ไม่เห็นด้วยที่จะใช้วิธีนี้เข้าไปสู่สสารัตถะด้วยใจเป็นกลาง ซึ่งไฮเด็กเกอร์ไม่แน่ใจว่ามีเช่นนั้นจริง หรือเป็นการหลอกตนเอง โดยสำคัญผิดว่าเข้าถึงแล้ว ไฮเด็กเกอร์พอใจที่จะให้หยุดอยู่แค่กึ่งทางเพื่อพบกับสิ่งที่มีอยู่จริง แล้วจึงพิจารณาสิ่งเหล่านี้ด้วยใจที่เป็นกลาง ไฮเด็กเกอร์วิจารณ์ฮูสเซิร์ลว่าถ้าใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยาล้ำลึกเกินไป ทำให้ละเอียดและมองข้ามความสำคัญของเวลาและองค์ประกอบสำคัญของชีวิตมนุษย์ เช่น ความกังวล (Anxiety) ความเหงา (Forlornness) ความตาย (Death) เป็นต้น ซึ่งเป็นตัวสำคัญที่กำหนดอัตถิภาวะตามรูปแบบ (Modality) ของแต่ละหน่วยในโลกนี้ (กิริติ บุญเจือ, 2543, หน้า 4)

อัลเฟรด ชูทส์ (Alfred Schütz : 1899–1959) นักสังคมวิทยาจากออสเตรีย เป็นศิษย์ของผู้สืบทอดฮูสเซิร์ลเช่นเดียวกับไฮเด็กเกอร์ ชูทส์ได้นำแนวคิดของผู้สืบทอดฮูสเซิร์ลมาต่อยอดจนเป็นสังคมวิทยาแนวปรากฏการณ์วิทยา ชูทส์เสนอให้สร้างความรู้ที่เป็นสามัญสำนึก (Common Sense Knowledge) ชูทส์ระบุว่ามโนทัศน์ประกอบ 3 ประการที่ทำให้เข้าใจสังคมในชีวิตประจำวัน ได้แก่

(1) สามัญสำนึก (Common Sense) คือความรู้ที่สั่งสมไว้ดีความและเพื่อไว้ทำตามแบบของเรา หรือกลุ่มเรา (2) การจัดประเภท (Typification) คือการแบ่งบุคคลและสิ่งต่างๆ ออกเป็นประเภท ตามประสบการณ์ของเรา รวมทั้งการจัดกิจกรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของเรา ซึ่งสิ่งนี้รวมเข้า กันเป็นคลังความรู้ของเรา และ (3) ภาวะตอบสนอง (Reciprocity) การคือการคาดคะเนว่าคนอื่น ก็มีการรับรู้โลกทางสังคมได้เช่นเดียวกับเรา องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้เป็น ตัวกำหนด ระเบียบแบบแผนในชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดสามัญสำนึกที่ทุกคนในสังคมเดียวกัน รับรู้ร่วมกัน หรืออีกนัยหนึ่งคือระเบียบทางสังคม ซึ่งถ้าหากปราศจากระเบียบทางสังคม สังคมก็จะไม่อาจ ดำรงอยู่ได้ (Slattery, 2003, หน้า 167-168 อ้างใน สุภางค์ จันทวานิช, 2559, หน้า 119-120)

ปีเตอร์ เบร์เกอร์ และทอมัส ลัดแมน (Peter Berger : 1929-2017 and Thomas Luckmann : 1927-2016) ได้นำแนวคิดของซูสท์มาขยายความต่อด้วยการวิเคราะห์ความรู้ใน ชีวิตประจำวันแบบปรากฏการณ์วิทยา เพื่อมุ่งแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันเป็นสำคัญ เบร์เกอร์ และ ลัดแมนได้เสนอว่าความจริงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) ความจริงเชิงวัตถุวิสัย (Objective Reality) ได้แก่ สิ่งที่เป็นแบบแผนจนเป็นที่ ยอมรับว่าเป็นสถาบัน (Institutionalization) เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี บทบาทหน้าที่ และ กิจกรรมของมนุษย์

2) ความจริงเชิงจิตวิสัย (Subjective Reality) ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างความรู้ เป็นการ Internalize ความรู้เข้าไปในตัวบุคคลโดยกระบวนการขัดเกลาทางสังคมระดับปฐมภูมิ (Primary Socialization) ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่วัยเด็กโดยผู้ขัดเกลาฝ่ายต่างๆ หรือเรียกว่าโลกพื้นฐาน (Base World) และกระบวนการขัดเกลาทางสังคมระดับทุติยภูมิ (Secondary Socialization) คือ การใส่ โลกส่วนตัว (Sub World) เข้าไปในการรับรู้ ซึ่งอาจมีอิทธิพลมาจากชนชั้น และอาจมีคำศัพท์ที่ เหมาะสมกับบทบาทและมีการให้ความหมายต่อปรากฏการณ์และสถานภาพทาง สังคม เช่น ทหารม้ามีคำศัพท์เรื่องม้า เรื่องการขี่ม้า ซึ่งต่างจากทหารราบ โดยลักษณะดังกล่าวเป็นการ สร้างความรู้เชิงจิตวิสัย และมีการระบุตามที่สร้างความรู้ที่สั่งจะถูกสะสมเข้าไปข้างใน (Internalize) จนกลายเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล (Berger and Luck Mann, 1967, หน้า 22 อ้างใน สุภางค์ จันทวานิช, 2559, หน้า 122-124)

1.1.2 ลักษณะของแนวคิดปรากฏการณ์วิทยา

สุภางค์ จันทวานิช (2547, หน้า 5-6) ได้อธิบายลักษณะของแนวคิดปรากฏการณ์ นิยมไว้ว่า มีลักษณะโน้มเอียงไปทางมนุษย์ศาสตร์ โดยที่มีลักษณะเฉพาะเพิ่มขึ้นอีก นักปรากฏการณ์นิยมคิดว่าความรู้ของมนุษย์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากผู้อื่นและจากสังคมนั้น อาจมีความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดได้ เนื่องจากกรรับรู้ อาจเกิดจากการถูกบังคับหรือยึด

เยียด มนุษย์จึงควรศึกษาโลกและสังคมด้วยตัวเอง และสร้างระบบความรู้ส่วนตัวขึ้นมา มนุษย์ก็จะมีระบบความคิด วิจาร์ณญาณ โลกทัศน์ ค่านิยม อุดมการณ์เฉพาะของตนได้จากการสัมผัสโลกโดยตรง พฤติกรรมของมนุษย์ล้วนเป็นผลจากวิธีการที่มนุษย์ให้ความหมายแก่โลก ด้วยความเชื่อเช่นนี้นักปรากฏการณ์นิยมจะให้ความสำคัญแก่ข้อมูลที่เป็นความรู้สึกนึกคิดและคุณค่าของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความหมายที่มนุษย์ให้ต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว นอกจากนี้นักปรากฏการณ์นิยมจะใช้วิธีการสกัดความเชื่อหรือระบบคิดเดิมให้หมดสิ้น เพื่อรับรู้ความเชื่อระบบคิดและความหมายที่เป็นของตัวเอง และใช้ความรู้สึกนั้นอธิบายถึงเรื่องดังกล่าว

คลาร์ก มูสตาทาส (Clark Moustakes : 1923-2012) นักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงชาวอเมริกัน ได้จำแนกประเภทของปรากฏการณ์วิทยาออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) ปรากฏการณ์วิทยาในเชิงศาสตร์แห่งการตีความ (Hermeneutics Phenomenology) เป็นการศึกษาประสบการณ์ตรงของบุคคล ให้ความสนใจในความรู้สึกส่นวนบุคคลและสิ่งแวดล้อมของบุคคล โดยการศึกษาจะครอบคลุมถึงประวัติชีวิต ประสบการณ์ชีวิต ซึ่งเป็นการค้นหาประเด็นเนื้อหาทางด้านวัฒนธรรมของมนุษย์ กระบวนการศึกษาจะเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ ระหว่างปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น บุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์จะสะท้อนความรู้สึกในเหตุการณ์นั้นๆ ออกมาโดยการวิเคราะห์หาความหมายและความรู้สึกนึกคิดของตนที่มีต่อเหตุการณ์นั้น

2) ปรากฏการณ์วิทยาเชิงประจักษ์ (Empirical Phenomenology) เป็นการศึกษาที่นิยมใช้กันมาก เนื่องจากเป็นการสร้างทฤษฎี แนวคิด และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ การสะท้อนความคิด ความรู้สึกและประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านมา เป็นการค้นหาพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมา ซึ่งการรวบรวมข้อมูลจะประกอบด้วยการสัมภาษณ์ปลายเปิดเพื่อให้บุคคลได้เล่าถึงประสบการณ์ที่ได้ประสบมาตามประเด็นที่ต้องการศึกษา รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมแบบมีส่วนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ ซึ่งวิธีการนี้จะได้ข้อมูลที่แท้จริงจากบุคคลนั้น

3) ปรากฏการณ์วิทยาแนวการสืบค้นด้วยตนเอง (Heuristic Phenomenology) เป็นการศึกษาเพื่อหาความหมายของปัญหาที่สนใจ หรือศึกษาวิธีการ กระบวนการที่ใช้อธิบายว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมเช่นนั้น หรือทำไมจึงเกิดปัญหาเช่นนั้น เป็นคำถามที่กว้างและมีนัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสังคม โดยทั่วไปผู้ศึกษาจะต้องมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับประสบการณ์ของบุคคลที่จะศึกษา ผลการศึกษาอาจจะปรากฏในรูปของบทประพันธ์ เพลง ศิลปะ งานสร้างสรรค์ส่วนบุคคล เป็นต้น (Moustakas, 1994 อ้างใน กิติพัฒน์ นนทปัทมดูล, 2546, หน้า 71)

1.1.3 แนวคิดปรากฏการณ์วิทยากับการวิจัยเชิงคุณภาพ

แนวคิดปรากฏการณ์นิยม ได้กลายเป็นฐานหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากทฤษฎีมีรูปแบบมาจากแขนงวิชามนุษยศาสตร์ ซึ่งเน้นภาพรวมและบริบทรอบด้าน โดยอาศัยข้อมูลเชิงคุณภาพและการตีความเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์นั้นๆ อย่างถ่องแท้ ดังนั้น หากจะนำแนวคิดปรากฏการณ์นิยมมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยเชิงคุณภาพ จำเป็นต้องมีการแยกประเด็นระหว่าง “เนื้อหา” และ “วิธีการ” ออกจากกัน เพราะเนื้อหาของปรากฏการณ์นิยมให้ความสำคัญว่าบุคคลนั้นๆ ได้ประสบการณ์และการตีความเกี่ยวกับโลกอย่างไร ส่วนวิธีการ (Methodological) คือ มุ่งเน้นหาคำตอบว่าเราจะเรียนรู้ถึงประสบการณ์ของบุคคลหรือปัญหาที่ต้องการศึกษาได้อย่างไร ซึ่งเป็นที่มาของเครื่องมือการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) อันเป็นวิธีการสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพนั่นเอง นอกจากนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพที่อิงแนวปรากฏการณ์วิทยา ยังช่วยให้นักวิจัยเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนระบบสภาวะแวดล้อมของบุคคลหรือปัญหาที่ศึกษา เพราะเป็นวิธีการศึกษารายละเอียดของสถานการณ์ตามความเป็นจริง ครอบคลุมทุกมิติที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์หรือสถานการณ์นั้น ตลอดจนพรรณนาให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์นั้นกับระบบสภาวะแวดล้อมในลักษณะของการอนุมาน (Inductive) ข้อมูลที่ศึกษาโดยผู้วิจัยจะต้องไม่นำความเชื่อหรือความคิดของตนเข้าไปครอบงำ แต่จะต้องยอมรับในความเชื่อและระบบคิดผู้ให้ข้อมูล (กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย, 2546, หน้า 69-71)

เช่นเดียวกับ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2555, หน้า 17-21) ที่สรุปแนวคิดแบบปรากฏการณ์นิยมว่าเป็นแนวคิดของการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งจะใช้วิธีการแสวงหาความรู้ หรือความจริงโดยการใช้เหตุผลแบบอุปนัย (Inductive Reasoning) คือ เริ่มจากการที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกต หรือสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูล ที่ได้มาสรุปเป็นทฤษฎีแบบ Grounded Theory และพัฒนาให้เป็นทฤษฎีแบบ Grand Theory ได้ โดยกระบวนการทัศน์แบบปรากฏการณ์นิยมมี 3 กระบวนทัศน์ ได้แก่ นามนิยม/พหุนิยมและสัมพัทธนิยม ปฏิสัมพันธ์นิยม และอัตตนิยม อรรถปริวรรตศาสตร์และวิภาษวิธี ดังนี้

1) นามนิยม/พหุนิยมและสัมพัทธนิยม คือ ทักษะต่อคำถามเชิงปรัชญาด้านภววิทยา ซึ่งเชื่อว่าความจริงสูงสุดอันเป็นสากล (Universal) ไม่มีอยู่จริง มีแต่ความจริงเฉพาะสิ่งที่ดำรงอยู่และขึ้นอยู่กัปัจเจกบุคคล

2) ปฏิสัมพันธ์นิยมและอัตตนิยม คือ ทักษะต่อคำถามเชิงปรัชญาด้านญาณวิทยา ซึ่งเชื่อว่าความรู้ก่อรูปขึ้นภายในจิตใจโดยผ่านกระบวนการคิด การรู้สึก และการรับรู้ในแบบเฉพาะแต่ละบุคคล และไม่สามารถพิสูจน์ให้บุคคลอื่นรับรู้ได้อย่างชัดเจนทั้งหมดที่ตนเองรับรู้

5) อรรถปริวรรตศาสตร์และวิภาษวิธี คือ ทศนะต่อคำถามเชิงปรัชญาด้านวิธีวิทยา ซึ่งเชื่อว่าสภาวะการรับรู้ของจิตมี 2 ชนิด คือ สภาวะที่เห็นทางประสาทสัมผัส (Appearance) และสภาวะความจริง (Reality) โดยต้องปลอดจากค่านิยมส่วนตัว

ในส่วนขององค์ประกอบของวิธีการศึกษาปรากฏการณ์นิยม ชีระภัทรา เอกผาชัย สวัสดิ์ (2554, หน้า, 202-203) ได้กล่าวว่ามีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่

1) การค้นหาประเด็นปัญหาที่เป็นประสบการณ์ตรง และการให้ความหมายโดยผู้ให้ข้อมูลหรือ ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับสภาวะแวดล้อมของบุคคลที่มักเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ ความรู้สึก และการค้นหาสิ่งที่ยังไม่เคยมีคำตอบมาก่อน

2) การรวบรวมความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการศึกษา เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด และศึกษาประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประเด็นคำถามที่ใช้สัมภาษณ์มีความครอบคลุม

3) การสร้างคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ ควรเป็นคำถามที่ให้ผู้สัมภาษณ์อธิบายประสบการณ์ การรับรู้ หรือความรู้สึกนึกคิดโดยชัดเจน

4) การบันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์ ต้องมีการบันทึกเสียง เพื่อนำมาทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลและการบันทึกเสียงต้องได้รับความยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์

5) การวิเคราะห์และการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ความหมายของเนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ อันจะนำมาซึ่งคำตอบของเรื่องที่ศึกษา

ผู้วิจัยขอสรุปลักษณะสำคัญของแนวคิดปรากฏการณ์นิยม ดังนี้ เป็นการมุ่งเน้นที่ต้องการแสวงหาความรู้ ความเข้าใจของบุคคล ผ่านกระบวนการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สะท้อนความคิดจนเกิดเป็นการรับรู้และประสบการณ์ สร้างความรู้ความเข้าใจทุกระดับ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดปรากฏการณ์นิยมมาประยุกต์ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

1.2 ทฤษฎีโครงสร้าง - หน้าที่นิยม (Structural Function)

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีโครงสร้างและแต่ละส่วนประกอบในโครงสร้างอาจมีหน้าที่ที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม ซึ่งเป็นทฤษฎีแม่บทสำคัญในการวิเคราะห์โครงสร้าง หน้าที่ และความสัมพันธ์ในสังคม โดยทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมนี้ มีวิวัฒนาการทางความคิดดังนี้

1.2.1 วิวัฒนาการของทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม

เฮอริเบิร์ต สเปนเซอร์ (Herbert Spencer : 1820-1903) วิศวกรชาวอังกฤษที่หันมาสนใจเรื่องสังคมและเป็นนักสังคมวิทยาชาวอังกฤษคนแรก สเปนเซอร์เป็นผู้เริ่มเสนอแนวคิด

เกี่ยวกับโครงสร้างสังคม (Social Structure) ว่าสังคมคือส่วนต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นมวลรวม โดยสเปนเซอร์ได้นำแนวความคิดทางด้านชีววิทยาของชาร์ลส์ ดาร์วินมาใช้โดยอุปมาว่า โครงสร้างของสังคมเป็นเสมือนร่างกายที่ประกอบไปด้วยจุลินทรีย์ที่พอกพูนตามธรรมชาติใน ลักษณะวิวัฒนาการ หรือเป็นการประสานกันของส่วนต่างๆ จนเกิดความสลับซับซ้อนใน โครงสร้าง โดยมีส่วนประกอบทั้งสิ้น 6 สถาบัน ได้แก่ (1) สถาบันครอบครัว (2) สถาบันพิธีกรรม (3) สถาบันการเมือง (4) สถาบันศาสนา (5) สถาบันอาชีพ และ (6) สถาบันเศรษฐกิจ ซึ่ง สถาบันเหล่านี้เกิดขึ้นเนื่องจากความจำเป็นของหน้าที่และโครงสร้างสังคม กระทั่งเกิดเป็น ระบบอินทรีย์ทางสังคม (Social Organic System) กล่าวคือส่วนต่างๆ ของสังคมจะดำเนินไปได้ ด้วยการทำหน้าที่ ซึ่งเปรียบได้กับระบบอินทรีย์ของร่างกาย (Biological Organic System) ที่ อวัยวะต่างๆ ในร่างกายทำหน้าที่ของมัน ซึ่งสเปนเซอร์เรียกปรากฏการณ์ดังกล่าวว่า การหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งถือได้ว่าสเปนเซอร์เป็นนักสังคมวิทยาที่เสนอทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นคน แรก (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2559, หน้า 139-144)

บรอนิสลาฟ มาลินอฟสกี (Bronislaw Malinowski : 1884-1942) นักมานุษยวิทยา ชาวโปแลนด์ มาลินอฟสกีได้เสนอทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ไว้ 4 ลักษณะ คือ (1) เป็น วัฒนธรรมที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของปัจเจกบุคคล ซึ่งได้แก่ ความจำเป็น ขั้นพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิต เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย และเครื่องใช้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (2) เป็นระบบของวัตถุ กิจกรรม และทัศนคติซึ่งทุกส่วนที่มีอยู่จะต้องมีจุดสิ้นสุด (3) กิจกรรม ทัศนคติ และวัตถุตั้งกล่าวถูกจัดวางตามความสำคัญของแต่ละงานที่มีต่อสถาบันอัน ประกอบด้วย ครอบครัว วงศ์ตระกูล ชุมชน เผ่า กลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย และกิจกรรมทางการศึกษา และ (4) หากคำนึงถึงประเภทของกิจกรรมหรือมุมมอง พลวัต สามารถวิเคราะห์วัฒนธรรมได้หลายมุมมอง เช่น ด้านการศึกษา ด้านการควบคุมสังคม ดานเศรษฐศาสตร์ ด้านระบบความรู้ ด้านความเชื่อ ด้านศีลธรรม และด้านความคิดสร้างสรรค์ (Bronislaw Malinowsk, 1960, หน้า 150 อ้างใน อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, ม.ป.ป., หน้า 1)

ทัลคอตต์ พาร์สันส์ (Talcott Parsons : 1902-1979) นักสังคมวิทยาที่มีชื่อเสียง ชาวอเมริกัน พาร์สันส์ได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากเวเบอร์ พาร์สันส์ได้รับการยกย่องว่า เป็นผู้ผู้นำแนวคิดโครงสร้างนิยมมาขยายให้ละเอียดยิ่งขึ้น พาร์สันส์กล่าวว่า หน้าที่ (ในระบบ สังคม) คือ กลุ่มกิจกรรมที่ดำเนินไปเพื่อตอบสนองความต้องการของระบบสังคม เช่น ระบบ สังคมต้องการคนมาเลี้ยงดูเด็ก ทำให้เกิดกลุ่มกิจกรรมการเลี้ยงดูเด็ก ซึ่งเราเรียกสิ่งนี้ว่า หน้าที่ พาร์สันส์อธิบายอีกว่า ระบบสังคมจะพิจารณาจากหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ (AGIL) ได้แก่ (1) การปรับตัว (Adaptation) คือ การที่สังคมจัดให้มีการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของ

ระบบ ซึ่งการปรับตัวเป็นหน้าที่พื้นฐานที่จะทำให้ระบบสังคมที่ไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมสามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ (2) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) ซึ่งสังคมต้องมีการกำหนด เป้าหมาย และระบบต่างๆ มีหน้าที่ทำให้บรรลุเป้าหมาย (3) การบูรณาการ (Integration) คือ หน้าที่ที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันของระบบต่างๆ เนื่องจากสังคมประกอบด้วยหลากหลายระบบย่อยๆ ที่มีความแตกต่างและมีกลุ่มกิจกรรมเฉพาะตน และ (4) การรักษาแบบแผน (Latency หรือ Pattern Maintenance) คือ การธำรงและฟื้นฟูแรงจูงใจของแต่ละบุคคล และแบบแผนสังคมให้ขับเคลื่อนระบบสังคมไปข้างหน้า พาร์สันส์เสนอว่าสังคมต้องมีระบบปฏิบัติการย่อย 4 ระบบ ได้แก่ (1) ระบบเศรษฐกิจ (Economic) ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการร่างกายและสภาพทางกายภาพ (2) ระบบการเมือง (Political) ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการบุคลิกภาพ (3) ระบบสังคมหรือชุมชน (Societal/Community) ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการสังคม และ (4) ระบบความไว้วางใจ (Fiduciary) ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการวัฒนธรรมบนหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ (AGIL) ดังแผนภาพต่อไปนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2559, หน้า 164-171)



ภาพ 1 ระบบย่อยของสังคมของพาร์สันส์

ที่มา: สุภางค์ จันทวานิช (2559)

คล็อด เลวี สไตรส์ (Claude Levi-Strauss : 1908-1990) นักมานุษยวิทยาชาวฮิวเกิดที่ประเทศเบลเยียม เลวี สไตรส์ศึกษากฎหมายและปรัชญาที่ประเทศฝรั่งเศส ก่อนจะย้ายไปทำวิจัยที่ประเทศบราซิล เป็นเวลา 4 ปี จากนั้นจึงเดินทางไปสอนหนังสือที่สหรัฐอเมริกา จนกระทั่งเลวี สไตรส์ได้เข้าสู่กลุ่มนักมานุษยวิทยาชาวอเมริกัน เลวี สไตรส์เสนอว่า สังคมประกอบด้วยระบบย่อยๆ ที่เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน โดยแต่ละระบบมีความแตกต่าง (Difference) แต่ก็มีความสัมพันธ์ (Relation) ซึ่งกันและกันด้วย ซึ่งความตรงกันข้ามและความขัดแย้งระหว่าง

ระบบย่อย ทำให้เกิดการขับเคลื่อนแบบพลวัต (Dynamism) เลวี สโตรสกล่าวว่สังคมมีโครงสร้าง 2 ระดับเช่นเดียวกับภาษา ได้แก่ โครงสร้างผิว (Surface Structure) และ โครงสร้างลึก (Deep Structure) ซึ่งการศึกษาสังคมต้องเข้าใจถึงโครงสร้างลึก เพราะโครงสร้างของสังคมทุกสังคมต้องมีโครงสร้างลึกซ่อนอยู่ โดยโครงสร้างลึกแบ่งเป็น 2 ขั้วที่มีลักษณะตรงกันข้าม (Binary Opposition) เช่น ธรรมชาติตรงข้ามกับวัฒนธรรม ผู้หญิงตรงข้ามกับผู้ชาย ชายตรงข้ามกับขว ร้อนตรงข้ามกับเย็น เป็นต้น เราจะค้นพบโครงสร้างลึกได้จากความคิดของมนุษย์ ซึ่งสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์อยู่ที่จิตไร้สำนึกในระดับโครงสร้างลึก (Claude Levi-Strauss, 1964 อ้างใน สุภางค์ จันทวานิช, 2559, หน้า 150-153)

โรเบิร์ต เมอร์ตัน (Robert Merton : 1910-2003) เป็นลูกศิษย์ของพาร์สันส์ เมอร์ตัน กล่าวว่า การวิเคราะห์สังคมควรเน้นดูหน้าที่ โดยหน้าที่ในแต่ละสังคมจะมีลักษณะเป็นสากลที่ทุกสังคมเหมือนกันหมด ซึ่งเมอร์ตันคิดว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในหน้าที่สากล

ดังกล่าว เมอร์ตันสนใจการวิเคราะห์หน้าที่ 3 ประการ คือ (1) ความเป็นเอกภาพของหน้าที่ (Functional Unity) (2) ลักษณะสากลของทฤษฎีหน้าที่นิยม (Universal Functionalism) และ (3) ความจำเป็นที่จะขาดเสียไม่ได้ของโครงสร้างและหน้าที่ (Indispensability) เมอร์ตันเสนอว่าการกระทำทางสังคม ความเชื่อ และวัฒนธรรมถูกบูรณาการเป็นเอกภาพของระบบสังคม อีกทั้งโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นมาตรฐานจะต้องมีหน้าที่ในทางบวกเสมอ นอกจากนี้ เมอร์ตันยังคิดว่าหากโครงสร้างและหน้าที่ใดเกิดปัญหา ก็จะมีโครงสร้างและหน้าที่อื่นเข้ามาแทนที่ (สุเทพ สุนทรเกษม, 2540, หน้า 109-113)

1.2.2 ฐานคติของโครงสร้าง-หน้าที่นิยม

พาร์สันส์อธิบายว่าฐานคติของโครงสร้าง-หน้าที่นิยม ประกอบด้วย ฐานคตินิยมด้านปรัชญา 3 ด้าน ได้แก่ (1) อรรถประโยชน์นิยม (Utilitarianism) คือ เป้าหมายของการกระทำอยู่ที่ความสุขมากที่สุดต่อคนจำนวนมาก (2) ปฏิฐานนิยม (Positivism) คือ สิ่งต่างๆ ขึ้นอยู่ว่าจะอะไรที่ทดสอบได้ถึงจะเป็นจริง และ (3) จิตนิยม (Realism) หรืออุดมการณ์นิยม คือ ความเป็นจริงเป็นสิ่งสมบูรณ์ในตัวเอง อาจเป็นในรูปแบบของมโนคติหรือเป็นจิตก็ได้ ซึ่งอาจเป็นมโนคติหรือเป็นจิตก็ได้ นอกจากนี้ พาร์สันส์ยังยึดกรอบความคิดที่เรียกว่า Analytical Realism ซึ่งเป็นแนวในการสร้างทฤษฎีสังคมวิทยา โดยทฤษฎีในสังคมวิทยานั้นจะต้องพยายามใช้สิ่งที่มันเป็นตัวแทนด้านต่างๆ ของสภาพวัตถุวิสัยของสังคม สังเกตเหล่านี้จะต้องไม่สอดคล้องกับปรากฏการณ์แต่ละอย่าง แต่ต้องสอดคล้องกับแก่นของปรากฏการณ์ และสามารถแยกปรากฏการณ์เหล่านั้นออกจากกันได้ และเมื่อนำมารวมกันจะกลายเป็นตัวแทนของความเป็นจริงทางสังคม (ศตพล วรปัญญาตระกูล, 2554, หน้า 69)

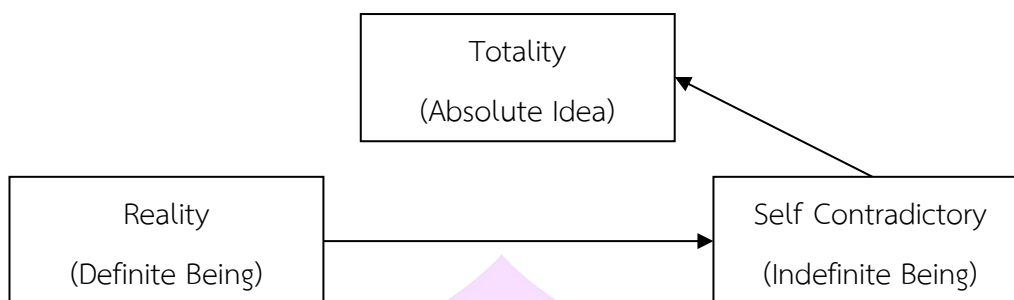
ผู้วิจัยนำทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม มาประยุกต์ใช้กับการวิจัยครั้งนี้ โดยถือว่าปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยทำการศึกษจะต้องอยู่ภายในระบบชุมชน ในโครงสร้างชุมชน ระบบชุมชนแต่ละระบบมีหน้าที่ของตนเองที่แตกต่างกันไปของแต่ละระบบทำให้ระบบชุมชนนั้นดำรงอยู่ได้ แต่ละระบบจะบูรณาการและปรับตัวเข้าหากันตามระบบค่านิยมของชุมชน ในการดำเนินการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยจะส่งเสริมให้ชุมชนค้นหาปัญหาและความต้องการของตน และสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันกำหนดทิศทางเพื่อแก้ไขปัญหาตามศักยภาพของชุมชนในทุกๆ ด้าน โดยบูรณาการทุกภาคส่วนที่อยู่ในพื้นที่เพื่อทำงานร่วมกันแบบ “พื้นที่ - พันธกิจ - การมีส่วนร่วม” (Area-Function-Participation : A-F-P) เพื่อให้ส่วนต่างๆ ของโครงสร้างทางสังคมทำงานเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ และมีความเป็นอยู่ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสังคม โดยยึดหลักขององค์ประกอบของทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ เมื่อชุมชนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวที่มีทั้งโครงสร้างและหน้าที่ที่ลงตัว และมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการก็จะทำให้เกิดเครือข่าย และขยายเครือข่ายให้กว้างออกไปอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

1.3 แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change)

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุค ตามสมัย และตามค่านิยม ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแล้วพบว่านักคิดในอดีตมุ่งเน้นในการชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาศัยหลักทวิภาษวิธี (Dialectic) โดยมีวิวัฒนาการทางแนวคิดดังนี้

1.3.1 วิวัฒนาการของแนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

เกออร์ค วิลเฮล์ม ฟรีดริช เฮเกิล (Georg Wilhelm Friedrich Hegel : 1770-1831) นักปรัชญาเยอรมันสายจิตนิยมเสนอว่า การเปลี่ยนแปลงในประวัติศาสตร์และพัฒนาการความคิดทางปรัชญาเป็นทวิภาษวิธี (Dialectic) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลง 3 ขั้นตอน โดยเริ่มจากสภาพความเป็นจริงหรือสภาพปกติที่เรียกว่า Reality หรือ Definite Being ที่เป็นรูปธรรม จากนั้นจะเกิดความเปลี่ยนแปลงโดยมีสิ่งขัดแย้งกับ Reality เป็นสิ่งตรงกันข้าม เรียกว่า Self-Contradictory หรือ Indefinite Being หรือนามธรรม จนในที่สุดเกิดการเปลี่ยนแปลงขั้นสุดท้ายที่เป็นการหลอมรวมสภาพความเป็นจริงกับสภาพที่ขัดแย้งตรงกันข้าม ซึ่งเฮเกิลเรียกการเปลี่ยนแปลงนี้ว่า Totality โดยการเปลี่ยนแปลงขั้นนี้คือการพัฒนาไปถึงขั้น Absolute Idea (Russel, 1946, หน้า 730-732 อ้างใน สุภางค์ จันทวนิช, 2559, หน้า 73)



ภาพ 2 หลักทวิภาควิธีของเฮเกิล

ที่มา : รัสเซลล์ (Russell, 1946)

อ็อกุสต์ ก็องต์ (Auguste Comte : 1798–1875) บิดาแห่งสังคมวิทยา กล่าวว่า สังคมคือพัฒนาการของมนุษยชาติที่เปลี่ยนแปลงไปตามกฎ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 สังคมแบบเทวนิยม (Theological Stage) ตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์ ถึง ค.ศ. 1300 ซึ่งเป็นสังคมที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของศาสนาคริสต์ ที่เชื่อว่าสังคม สร้างโดยพระเจ้า มนุษย์ต้องศรัทธาในพระเจ้า โดยไม่ต้องหาคำอธิบายว่าสังคมคืออะไร ขั้นที่ 2 สังคมแบบปรัชญาหรืออภิปรัชญานิยม (Meta physical Stage) ตั้งแต่ ค.ศ. 1300 – 1800 ในยุคนี้นมนุษย์เริ่มนำเหตุผลมาใช้ ไม่ใช่ศรัทธาดังเช่นในอดีต โดยเหตุผลเป็นสิ่งที่นำมาใช้อธิบายสังคมว่าคืออะไร สังคมเป็นการที่มนุษย์มารวมตัวกัน เพราะความหวาดกลัวภัยต่างๆ หรือเพราะต้องการอยู่ภายใต้ผู้นำที่ทำให้เกิดการทำความดีร่วมกัน เป็นต้น และขั้นที่ 3 สังคมแบบปฏิฐานนิยม (Positive Stage) ตั้งแต่ ค.ศ. 1800 เป็นต้นมา ซึ่ง ก็องต์เสนอว่าสังคม ปฏิฐานนิยมคือสังคมที่เข้าสู่ภาวะที่เกิดความรู้ในขั้นปฏิฐาน มนุษย์จะยอมรับว่าตนไม่สามารถแสวงหาปรมาตม์สักจะ แต่จะหันมาใช้วิธีคิดอย่างมีเหตุผล และการหากฎที่แท้จริงมาอธิบายปรากฏการณ์ (Slattery, 2003, หน้า 58 อ้างใน สุภางค์ จันทวนิช, 2559, หน้า 28–29)

ก็องต์ระบุว่าแนวคิดปฏิฐานนิยม (Positivism) เป็นสภาวะที่เรียกว่าการตระหนักรู้หรือความสว่างวาบทางปัญญา (Enlightenment) เป็นขบวนการวิวัฒนาการในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 17 – 18 ที่ให้ความสำคัญกับการใช้เหตุผลและความเป็นวิทยาศาสตร์ กระบวนการนี้มีลักษณะการแสดงออกได้ 2 แนวทาง คือ (1) การปฏิเสธความเชื่อดั้งเดิมและหันมาให้ความสำคัญกับความเชื่อใหม่อย่างสร้างสรรค์ สร้างความรู้ด้วยการใช้หลักเหตุผลหลักวิทยาศาสตร์ เสรีภาพ และนวัตกรรมความคิดเชิงบวก (Negative Enlightenment) และ (2) การปฏิเสธความเชื่อดั้งเดิมโดยการหักล้างด้วยความคิดเชิงลบ (Negative Enlightenment) แต่ก็องต์เลือกใช้กระบวนการแนวทางแรก คือ การหักล้างด้วยความคิดเชิงบวก เขาจึงเลือกใช้คำว่า Positivism เรียกแนวคิด “ปฏิฐานนิยม” ซึ่งหมายถึงการสร้างความรู้ใหม่ด้วยการปฏิเสธความเชื่อเดิม และให้ความสำคัญกับ

ความเชื่อใหม่โดยวิธีที่สร้างสรรค์และคิดเชิงบวก ก้องดังยังเชื่ออีกวาระเบียบวิธีแสวงหาความรู้แบบปฏิฐานนิยมมีไว้เพื่อรับใช้มนุษย์ โดยเราต้องใช้วิธีทางวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะการเฝ้าสังเกตอย่างเป็นระบบ เพื่อการสร้างกฎและทำนายสิ่งที่จะเกิดขึ้นในสังคม รวมทั้งการสร้าง ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมก็ต้องอาศัยหลักเหตุผลและการสังเกตเช่นเดียวกับการสร้าง ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2559, หน้า 29–36)

คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx : 1818–1883) นักเศรษฐศาสตร์เจ้าแห่งทฤษฎีมาร์กซิสต์ นอกเหนือจากการเป็นนักเศรษฐศาสตร์ที่รับรู้กันแล้ว มาร์กซ์ยังเป็นนักสังคมวิทยาด้วย เนื่องจากมาร์กซ์มักวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงลบที่ขัดแย้งกันระหว่างชนชั้นผู้กดขี่กับชนชั้นผู้ถูกกดขี่ในทุกสังคมในประวัติศาสตร์ มาร์กซ์ได้รับอิทธิพลทางความคิดเกี่ยวกับวิภาษวิธี (Dialectic) มาจากเฮเกล โดยมาร์กซ์เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นในอดีตเกิดจากการ เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเชิงวัตถุ หรือเรียกว่า วิภาษวิธีวัตถุนิยม (Dialectical Materialism) และเป็นพฤติกรรมหรือกิจกรรมของมนุษย์ในรูปแบบของการปฏิเสธของการปฏิเสธ (Negation of the Negation) โดยรูปแบบวิภาษวิธีนี้เป็นการปฏิเสธสิ่งที่ดำรงอยู่ ทำให้สิ่งที่ถูกปฏิเสธนั้นสูญเสียดำรงอยู่ และสิ่งที่ทำการปฏิเสธก็ได้รับการยอมรับแทน โดยกระบวนการการเปลี่ยนแปลงนี้แสดงได้ดังนี้ (Aron, 1967 หน้า 182 อ้างใน สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2559, หน้า 76)



ภาพ 3 การเปลี่ยนแปลงแบบวิภาษวิธีของมาร์กซ์

ที่มา: อารอน (Aron, 1967)

มาร์กซ์พิสูจน์รูปแบบของวิธีการนี้จากข้อเสนอเรื่องวิธีการผลิตโดยใช้หลักวิภาษวิธี ซึ่ง Thesis เป็นระบบเศรษฐกิจแบบผูกขาดในยุคฟิวดัล (Feudal Monopoly) ส่วน Anti-Thesis เป็น ระบบเศรษฐกิจแบบแข่งขัน (Competition) ทำให้ได้ Synthesis เป็นระบบเศรษฐกิจแบบผูกขาดสมัยใหม่ (Modern Monopoly) ที่เป็นผลผลิตจากประวัติศาสตร์และเป็นผลผลิตของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นภาพของการเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่และมีการพัฒนาตลอดเวลา (Aron, 1967, หน้า 182–183 อ้างใน สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2559, หน้า 77)

ฟรีดริค เองเงิลส์ (Fridrich Engels : 1820–1895) นักปรัชญาชาวเยอรมัน เองเงิลส์มีบทบาทสำคัญในการขยายคำว่าวิภาษวิธีวัตถุนิยม (Dialectical Materialism) โดยนำแนวคิดวิภาษวิธีของมาร์กซ์มาเสนอเพิ่มเติมรายละเอียด กลายเป็นกฎของการเปลี่ยนแปลงตามหลัก

วิภาษวิธีของเองเกลส์ ด้วยรายละเอียดเพิ่มเติมที่ว่า (1) ทุกสิ่งในโลกต้องเปลี่ยนแปลงทั้งสิ่งมีชีวิตและสิ่งไม่มีชีวิต (2) สังคมจะเปลี่ยนแปลงจากสังคมทุนนิยมสู่สังคมนิยม และ (3) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพคือการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป ส่วนเชิงปริมาณคือการปฏิวัติ

นอกจากนี้เองเกลส์ได้ขยายความกฎการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เรียกว่า ปฏิเสธของการปฏิเสธ (Negation of the Negation) หรือการปฏิเสธสองชั้นว่า การปฏิเสธชั้นแรกคือการปฏิเสธต่อระบบทาสในสมัยฟิวดัล (Feudal) ที่กลายจากทาสของเจ้านายมาเป็นระบบทาสส่วนบุคคลของนายทุน ส่วนการปฏิเสธชั้นที่สองคือการปฏิเสธทาสส่วนบุคคลในระบบทุนนิยมว่าเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ ซึ่งกฎการปฏิเสธของการปฏิเสธนี้ยังหมายถึงการปฏิวัติอีกด้วย เพราะเป็นการที่ความขัดแย้งสูงจนจนถึงที่สุด (Aron, 1967, หน้า 182, สุภางค์ จันทวานิช, 2559, หน้า 94-95)

จะเห็นได้ว่านักทฤษฎีในอดีตได้พยายามอธิบายเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามหลักวิภาษวิธี โดยที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดจากการมีข้อโต้แย้งมาปฏิเสธสภาพที่เป็นอยู่ จนก่อให้เกิดวิวัฒนาการ การเปลี่ยนแปลงที่ทำให้เกิดสภาพที่แตกต่างไป ในส่วนของความหมาย นิยามหรือคำจำกัดความของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม มีดังนี้

1.3.2 ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 337) ได้อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหมายถึง การที่ระบบ รูปแบบ กระบวนการทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปในทางก้าวหน้าหรือถดถอย โดยจะ เป็นแบบถาวรหรือชั่วคราว ซึ่งอาจเป็นประโยชน์หรือทำให้เกิดโทษก็ได้

พัทธา สายหู (2529, หน้า 206-207) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของระบบความสัมพันธ์ของคนที่อยู่ด้วยกัน อันเป็นผลมาจากระเบียบที่กำหนดการกระทำ และความสัมพันธ์ของคน เช่น สิทธิ และหน้าที่ ขนบธรรมเนียมประเพณี บทบาทและสถานภาพมีการเปลี่ยนแปลง

สนิท สมัครการ (2538, หน้า 4) ได้อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่มีผลทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมเกิดความแตกต่างกันขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งแล้วการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่ว่าจะเล็กน้อยหรือใหญ่โตเพียงไรก็ตาม ย่อมถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ทั้งสิ้น

จากคำจำกัดความและความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามที่ได้เคยมีการกล่าวไว้ สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคม หมายถึง ความแตกต่างระหว่างปัจจุบันกับอดีตที่เกิดขึ้นกับโครงสร้างของสังคมในด้านต่างๆ ด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ค่านิยม ความเป็นอยู่และ

การใช้ชีวิตที่มนุษย์คิดหรือเป็นผู้กระทำให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว หรือเป็นผลมาจากความเปลี่ยนแปลงของระเบียบที่กำหนดการกระทำของมนุษย์ เช่น สิทธิ บทบาทหน้าที่ ขนบธรรมเนียมประเพณี และสถานภาพ เป็นต้น

1.3.3 สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

เดวิด โปเปโน (David Popence, 1995, หน้า 542-544 อ้างใน มหาวิทยาลัยบูรพา 2545, หน้า 8-9) ได้ขมวดรวมสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่กล่าวโดยนักสังคม ทยา และนักมนุษยวิทยาหลายท่านไว้ 5 สาเหตุ ได้แก่

1) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและประชากร (The Physical Environment and Population) ได้แก่ ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ความแห้งแล้ง แผ่นดินไหว ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สังคมเกิดการเสียระเบียบ (Disorganization) และความสัมพันธ์ของคน สังคมที่มีต่อกันถูกเปลี่ยนแปลงไป เช่น สมาชิกในครอบครัวต้องแยกจากกัน เพราะการพลัดพรากจากกันหรือการเสียชีวิต เป็นต้น

2) เทคโนโลยี (Technology) สังคมได้รับผลกระทบและเกิดการเปลี่ยนแปลงจากการที่มีเทคโนโลยีหรือสิ่งที่ทันสมัยเกิดขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการคิดค้นได้เองหรือการรับเอามาใช้ ซึ่งอาจมีอิทธิพลทั้งระดับกลุ่มหรือระดับโครงสร้างสังคม เพราะเทคโนโลยีทำให้มนุษย์ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามเทคโนโลยีที่นำมาใช้ เช่น อาจต้องสร้างระเบียบในการทำงานใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี เทคโนโลยีบางอย่างทำให้มนุษย์ต้องทำงานมากขึ้นและเร็วขึ้น จนต้องทำให้ความสัมพันธ์ที่มีต่อครอบครัวและคนอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเมื่อมีการใช้เทคโนโลยีอาจทำให้เกิดความล่าช้าทางวัฒนธรรม (Cultural Lag) ซึ่งเป็นช่องว่างระหว่างสิ่งเก่ากับสิ่งใหม่ที่ปรับตัวในอัตราที่ไม่เท่ากัน จนเกิดเป็นความเหลื่อมล้ำระหว่างกัน ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมา

3) วัฒนธรรมอวัตถุ (Nonmaterial Culture) นักสังคมวิทยาเห็นว่าวัฒนธรรมที่เป็นอวัตถุเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมวัตถุ สิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาจากคตินิยม (Ideology) ซึ่งเป็นอวัตถุถ่ายทอดออกมาสู่วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ หากความคิดเห็น ความเชื่อ และวิธีการคิดของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามมา

4) กระบวนการทางวัฒนธรรม (Cultural Processes) เมื่อมีการค้นพบ (Discovery) และการประดิษฐ์ (Invention) จนเกิดนวัตกรรม (Innovation) ขึ้นในสังคม การเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ทำให้เกิดการแพร่กระจายของวัฒนธรรม (Cultural Diffusion) จากสังคมหนึ่งไปสู่สังคมอื่น สังคมที่เป็นฝ่ายรับนวัตกรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงในสังคมเกิดขึ้น

5) การพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development) ก่อให้เกิดความทันสมัย (Modernization) เพราะมีการเปลี่ยนแปลงการผลิตจากแบบดั้งเดิมตามยุคสังคมเกษตรกรรม (Preindustrial Society) ไปสู่การผลิตแบบอุตสาหกรรมและแบบสังคมเมือง ทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคอุตสาหกรรม (Industrialization) ที่เปลี่ยนจากการใช้แรงงานคนไปสู่การใช้เครื่องจักรกล บริเวณที่มีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเกิดความเป็นเมือง (Urbanization) เพราะมีการอพยพแรงงานภาคเกษตรกรรมจากชนบทเข้ามาทำงานในภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ระบบการทำงานต่างๆ ถูกเปลี่ยนรูปแบบไปสู่ความเป็นระบบราชการ (Bureaucratization) ที่มีการจัดการอย่างเป็นทางการ

สรุปได้ว่า สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมี 5 สาเหตุ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและประชากร เทคโนโลยี วัฒนธรรมวัตถุ กระบวนการทางวัฒนธรรม และการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมีรูปแบบของกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังนี้

1.3.4 กลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

บำเพ็ญ เขียวหวาน (2554, หน้า 3/8-3/11) ได้อธิบายกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่ามีอยู่ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรม จากที่มนุษย์มีสังคมและการใช้ชีวิตแบบเกษตรกรรมอย่างเรียบง่ายไปสู่สังคมอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนขึ้น รูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบบเส้นตรง (Linear of change) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำความเจริญก้าวหน้าไปสู่เป้าหมายที่แน่นอน มีการกำหนดทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่แน่นอนและมีระยะเวลาที่แน่นอน และรูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบบวัฏจักร (Cyclical of Change) คือการที่เหตุการณ์ในอดีตกลับมาเกิดซ้ำในสังคม เช่น การที่ประเทศไทยหันกลับมาใช้ทฤษฎีเกษตรแบบดั้งเดิม งดใช้สารเคมี เป็นต้น

สอดคล้องกับ สุรพงษ์ ลือทองจักร (2552, หน้า 346) ที่ได้กล่าวถึงรูปแบบของกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบวัฏจักร คือ การที่สังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงแบบหมุนเวียนเป็นวงกลมสลับกันระหว่างความรุ่งเรืองกับความถดถอยอย่างไรก็ตาม สุรพงษ์ยังได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงแบบวิวัฒนาการ ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความซับซ้อนและความก้าวหน้ากว่าเดิมเสมอ

ผู้วิจัยขอสรุปแนวความคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้กลไก การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและวิทยาการ เพื่อให้เกิดพัฒนาการทองที่เกี่ยวพันที่ชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เช่น การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน และการฝึกปฏิบัติทางด้านการทองที่เกี่ยวข้องโดยชุมชนต่อไป ซึ่งเป็นการพัฒนาที่เกิดจากการร่วมมือกันระหว่างประชาชนในชุมชนกับผู้วิจัยที่สามารถเป็นแกนนำหรือเป็น

ตัวแทนของประชาชนทุกกลุ่มในชุมชน เช่น ผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงหัวหน้ากลุ่มต่างๆ เช่น ผู้นำทางการศึกษากลุ่มเยาวชน กลุ่มอาชีพ เป็นต้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์

2.1 หลักพุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics)

คำสอนของพระพุทธศาสนามุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจในเหตุปัจจัยของสิ่งต่างๆ ที่อุบัติขึ้น ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการใช้ชีวิตได้เป็นอย่างดี และการท่องเที่ยวถือว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาหลักปรัชญาพุทธเศรษฐศาสตร์เพื่อนำมาประกอบการสร้างแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

พระเทพเวที ประยุทธ์ ปยุตโต (2537, หน้า 47) กล่าวถึง พุทธเศรษฐศาสตร์ หรือ เศรษฐศาสตร์แนวพุทธว่า เศรษฐศาสตร์แนวพุทธนั้น ต้องสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจร การที่จะสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจรก็ต้องเป็นไปโดยสัมพันธ์ด้วยดีกับองค์ประกอบทุกอย่างในระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์ (มนุษย์ ธรรมชาติ และสังคม) ในการดำรงอยู่ของมนุษย์นั้นจะต้องประสานเกื้อกูลกัน หมายความว่า องค์ประกอบเหล่านี้ประสานกันด้วยและเกื้อกูลต่อกันในการดำรงอยู่ร่วมกันและก็เดินไปด้วยกัน ฉะนั้น พฤติกรรมในทางเศรษฐกิจของมนุษย์จะต้องเป็นไปในทางที่ไม่เบียดเบียนตน คือ ไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตนเอง แต่ให้เป็นไปในทางที่พัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมคุณภาพชีวิตนั้น นี้เป็นการไม่เบียดเบียนตนและไม่เบียดเบียนผู้อื่น คือ ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคมและไม่ทำให้เสียคุณภาพของระบบธรรมชาติแวดล้อม (Eco-System)

เศรษฐศาสตร์ตามแนวพุทธเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการจัดการกับปัญหาที่เราเผชิญอยู่ปัจจุบัน เครื่องมือในการวิเคราะห์นี้ มีความต้องการเพียงให้ประชาชนตระหนักถึงข้อเท็จจริงที่เป็นอยู่ตามกฎธรรมชาติ คือความไม่มีอยู่ของตัวตน ถ้าแนวความคิดนี้ได้รับความเข้าใจอย่างชัดเจน ชีวิตมนุษย์จะได้รับการมองจากแง่มุมที่แตกต่างออกไปจากการเป็นผู้บริโภค สิ่งที่มีความหมายมากที่สุดในชีวิตไม่ใช่มาจากการบริโภคการบริโภคอย่างเหมาะสมจะไม่ทำให้เกิดการทำลายล้างทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่จริงแล้วทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมสามารถทำให้ดีขึ้นได้พร้อมกับการมีชีวิตอย่างมีผาสุกของประชาชน มีความสะอาด ความสงบ และสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม การเริ่มต้นวิธีคิดใหม่นี้จะต้องปลูกให้ตระหนักถึงธรรมชาติที่แท้จริงของมนุษย์และกฎธรรมชาติเกี่ยวกับการไม่มีอยู่ของตัวตนพร้อมกับสิ่งอื่นๆ ด้วย เช่น กฎแห่งไตรลักษณ์ คือ อนิจจังหรือความเปลี่ยนแปลง ความไม่อยู่นิ่งและความเป็นอิสระจากการ

ยึดติดที่สร้างขึ้นโดยเศรษฐศาสตร์กระแสหลักและการดำรงอยู่ของความชั่วร้าย 4 ประการ (ทุนนิยม อุตสาหกรรมนิยม บริโภคนิยม และเงินตรา) จะต้องได้รับการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง (อภิชัย พันธเสน, 2547, หน้า 84)

ความยากจนที่อธิบายด้วยรายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความยากจนสัมพัทธ์เป็นการอธิบายที่ไม่ได้อยู่ บนพื้นฐานความเป็นจริง จึงไม่สามารถแก้ไขปัญหาความยากจนในลักษณะดังกล่าวได้ ถ้าพยายามแก้ไขโดยการเพิ่มรายได้ในที่สุดนอกจากจะไม่สามารถแก้ปัญหาคความยากจนได้แล้วจะนำไปสู่ระบบทำลายตนเองถ้าใช้พุทธเศรษฐศาสตร์แก้ปัญหาคความยากจนจะมีกรณีเดียว คือความยากจนที่เกิดจากการขาดแคลนปัจจัยสี่ ซึ่งสามารถแก้ไขได้ง่าย ถ้าหากมีวิธีบริหารจัดการที่ชาญฉลาดในที่สุดการแก้ปัญหาคความยากจนหรือความทุกข์ จึงมิใช่เป็นการใช้เงินหรือทรัพยากรเป็นหลัก แต่เป็นการจัดการอย่างชาญฉลาดคือใช้ “ปัญญา” ในการแก้ปัญหานั้นเอง

พระเทพเวที ประยุทธ์ ปยุตโต (2537, หน้า 47) กล่าวอีกว่า พระพุทธศาสนาสอนให้มนุษย์ไม่ยึดติดในความต้องการทางวัตถุ ทำให้คนทั่วไปเข้าใจว่าหลักธรรมเป็นสิ่งขัดขวางการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจแต่แท้จริงแล้วมีหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามากมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยพื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างหลักคำสอนของพระพุทธศาสนากับการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นเกิดขึ้นเพราะคฤหัสถ์ยังมีความต้องการทางวัตถุอยู่เนื่องจากพัฒนาจิตใจได้ไม่มากเพียงพอ จึงหาความสงบทางจิตได้น้อยและต้องพึ่งความสุขจากวัตถุ และยังคงต้องมีภาระที่อาศัยวัตถุและทรัพย์สิ้นเงินทองเพื่อการดำรงชีวิตและเลี้ยงดูผู้ที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น ครอบครัว ตลอดจนจนเพื่อช่วยเหลือสังคมอีกด้วย คฤหัสถ์จึงมีภาระทางเศรษฐกิจในการที่จะแสวงหาทรัพย์สิ้น การมีหลักธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติจึงมีความสำคัญที่ช่วยให้ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ โดยหลักสำคัญของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธมีดังนี้

1) หลักทางสายกลาง (มัชฌิมาปฏิปทา) ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทุกชนิดโดยยึดถือความพอดี และความสมดุลระหว่างความพอใจกับคุณภาพชีวิตเป็นหลัก เช่น ในการบริโภคต้องรู้จักประมาณ รู้จักพอดี ไม่ใช่จ่ายเกินตัว ซึ่งผู้บริโภคต้องพิจารณาเหตุผลหรือความมุ่งหมายในการบริโภคให้ถี่ถ้วนว่ามีใช้เกิดขึ้นด้วยความลุ่มหลง มัวเมา หรือเพื่ออดความโก้หรูฟุ้งเฟ้อโดยไม่เกิดประโยชน์ แต่เป็นการบริโภคเพื่อการดำรงชีวิต เพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีและเพื่อการอยู่อย่างมีความสุข

2) หลักการไม่เบียดเบียน หมายถึง การทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจใดๆ นั้นจะต้องไม่เบียดเบียนทั้งตนเองและผู้อื่น ไม่ทำลายคุณภาพชีวิตของตนเอง เช่น ไม่ทำสิ่งที่ผิดกฎหมายและ

ศีลธรรม ไม่บริโภคล้างที่ทำลายสุขภาพ เป็นต้น ส่วนการไม่เบียดเบียนผู้อื่น คือ การไม่ทำความเดือดร้อนให้แก่สังคม และไม่ทำให้ระบบธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศเสื่อมโทรมลง เช่น ในการผลิตใดๆ ต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตามหลักการไม่เบียดเบียนนี้ มนุษย์ ธรรมชาติและสังคมจึงเป็นองค์ประกอบของระบบที่ถ้อยทีถ้อยอาศัยกันประสานเกื้อกูลกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

3) หลักปฏิบัติเพื่อให้บรรลุประโยชน์สุข (ทิฏฐธัมมิกัตถะ) เป็นคำสอนเพื่อให้คฤหัสถ์รู้วิธีการเพื่อบรรลุประโยชน์สุขและความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีหลักสำคัญ 4 ประการ คือ (1) การถึงพร้อมด้วยความขยันหมั่นเพียร (อุฏฺฐานสัมปทา) รู้จักใช้ปัญญาไตร่ตรองหาวิธีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการทำงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อการประกอบอาชีพที่ได้ผลดี (2) สามารถปกป้อง (อารักขสัมปทา) คุ้มครองรักษาทรัพย์สินที่หามาได้ไม่ให้สูญหายหรือพินาศไปด้วยภัยต่างๆ (3) การรู้จักคบคนดี (กัลป์ยาดมิตตา) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญให้เจริญก้าวหน้าในอาชีพอย่างยั่งยืน และ (4) การมีความเป็นอยู่พอดี (สมชิวิตา) เลี้ยงชีพแต่พอดี ไม่ฟุ่มเฟือย แต่ไม่ฝืดเคือง และมีเหลือเก็บ

ในทำนองเดียวกัน สุเมธ ดันติเวชกุล (2549, หน้า 112) ได้กล่าวไว้ว่า การหันกลับมายึดเส้นทางสายกลาง (มัชฌิมาปฏิปทา) ในการดำรงชีวิตสามารถใช้เป็นหลักในการพึ่งพาตนเอง 5 ประการ ดังนี้

1) พึ่งตนเองทางจิตใจ หมายถึง คนที่สมบูรณ์พร้อมต้องมีจิตใจที่เข้มแข็ง มีจิตสำนึกว่าตนนั้นสามารถพึ่งตนเองได้ ดังนั้นจึงควรที่จะสร้างพลังผลักดันให้มีภาวะจิตใจอีกheimต่อผู้ชีวิตด้วยความสุจริตแม้อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จบ้างก็ตามก็ไม่ควรท้อแท้ ให้พยายามต่อไป พึงยึดพระราชดำรัส “การพัฒนาตน” ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร ที่ว่า “บุคคลต้องมีรากฐานทางจิตใจที่ดี คือความหนักแน่นมั่นคงในสุจริตธรรมและความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้จนสำเร็จ ทั้งต้องมีกุศโลบายหรือวิธีการอันแยบยลในการปฏิบัติงานประกอบพร้อมกันด้วยจึงจะสัมฤทธิ์ผลดีแน่นอน และบังเกิดประโยชน์อันยั่งยืน แก่ตนเองและแผ่นดิน”

2) พึ่งตนเองทางสังคม หมายถึง การเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนในท้องถิ่นได้ร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลกันนำความรู้ที่ได้รับมาถ่ายทอดและเผยแพร่ให้ได้รับประโยชน์ซึ่งกันและกัน ดังพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตรที่ว่า “เพื่อให้งานรุดหน้าไปพร้อมเพียงกันไม่ลดหลั่น จึงขอให้ทุกคนพยายามที่จะทำงานในหน้าที่อย่างเต็มที่และให้มีการประสานสัมพันธ์กันให้ดีเพื่อให้งานทั้งหมดเกื้อหนุนสนับสนุนกัน”

3) พึ่งตนเองทางทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การส่งเสริมให้มีการนำเอาศักยภาพของผู้คนในท้องถิ่น สามารถแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติหรือวัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาประเทศได้อย่างดีเยี่ยม สิ่งดีก็คือการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ซึ่งมีมากมายในประเทศพึ่งตนเองได้ทางเทคโนโลยีควรส่งเสริมให้มีการศึกษา ทดลอง ทดสอบเพื่อให้ได้มาซึ่งเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศและสังคมไทยและสิ่งสำคัญสามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร ที่ว่า จุดประสงค์ของ ศูนย์ศึกษาฯ คือ เป็นสถานที่สำหรับค้นคว้าวิจัยในท้องถิ่น เพราะว่าแต่ละท้องถิ่นสภาพฝนฟ้าอากาศและประชาชนในท้องถิ่นที่ต่างกันก็มีลักษณะแตกต่างกันมากเหมือนกัน”

4) พึ่งตนเองในทางเศรษฐกิจ หมายถึง สามารถอยู่ได้ด้วยตนเองในระดับเบื้องต้น กล่าวคือ แม้ไม่มีเงินก็ยังมีข้าว ปลา ผัก ผลไม้ ในท้องถิ่นของตนเองเพื่อการยังชีพ และสามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาคต่อไปได้ด้วย

นอกจากนี้ หลักธรรมของพระพุทธศาสนานั้นมีไว้เพื่อเป็นแนวทางให้มนุษย์ดำเนินกิจกรรมต่างๆ และดำรงชีวิตได้อย่างเป็นปกติสุขในสังคม ซึ่งหลักธรรมเหล่านี้ได้ครอบคลุมถึงแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วย ทำให้สามารถนำมากำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตได้ (พระครูศรีปริยัติคุณากรณ์, 2548, หน้า 5-9) ดังนี้

1) การบริโภค เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อสนองหรือบำบัดความต้องการ (Want) ซึ่งตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปนั้นความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด และการบริโภคจะมีผลให้เกิดความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ (Utility) ขึ้น ผู้บริโภคที่มีเหตุผลก็จะมีจุดมุ่งหมายให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากการบริโภคเสมอ ตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปนั้นการบริโภคเป็นเพื่อสนองความต้องการเท่านั้น โดยไม่มีการแยกแยะว่าเป็นความต้องการในลักษณะใด แต่เมื่อพิจารณาตามหลักพระพุทธศาสนาได้มีการแยกความต้องการออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ความต้องการสิ่งปรนเปรอตนหรือ “ตัณหา” ความพึงพอใจที่จะได้จากการสนองความต้องการนี้ก็คือความพอใจที่ได้เสพรส เช่น ได้บริโภคอาหารชั้นเลิศได้สวมใส่เสื้อผ้าโก้หรู ได้ดื่มไวน์ราคาแพง และ (2) ความต้องการสิ่งที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิต หรือ “ฉันทะ” ความพึงพอใจที่จะได้จากการสนองความต้องการนี้อยู่ที่การได้คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปนั้นจะพิจารณาเพียงว่าเมื่อเกิดความต้องการขึ้นแล้วจะทำอย่างไรจึงจะสามารถสนองความต้องการดังกล่าวได้ ในขณะที่ตามหลักพุทธศาสนาจะต้องพิจารณาต่อด้วยว่าเป็นความต้องการประเภทใด ถ้าเป็นความต้องการที่เป็นโทษและทำลายคุณภาพชีวิต เบียดเบียนตนเองหรือเบียดเบียนผู้อื่นก็จะสอนให้ระงับความต้องการเหล่านั้นลงเสีย

2) การผลิต แม้ว่าความหมายของการผลิตจะหมายถึง การทำให้เกิดผลผลิตใหม่ๆ ขึ้นแต่ในกระบวนการผลิตนั้น มีการแปรสภาพของปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบต่างๆ ด้วย ดังนั้นในขณะที่ด้านหนึ่งของการผลิต เป็นการสร้างสิ่งใหม่ แต่ในอีกด้านหนึ่งการผลิตก็เป็นการทำลายสิ่งอื่นลงไปพร้อมกัน ดังนั้น การผลิตจึงมาพร้อมกับการทำลายเกือบเสมอไป ซึ่งปัญหาที่คือการทำลายนั้นเป็นการกระทำที่พึงประสงค์หรือไม่ หรือยอมรับได้เพียงใด การใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนารวมในการตัดสินใจทางการผลิตจะทำให้ต้องพิจารณาประกอบว่าการดำเนินการผลิตนั้น มีผลในการเบียดเบียนสังคมและธรรมชาติแวดล้อมหรือไม่ ซึ่งความพยายามหลีกเลี่ยง การเบียดเบียนดังกล่าวจะนำไปสู่กระบวนการผลิตที่ไม่สร้างปัญหา หรือทำลายคุณภาพของระบบนิเวศและสภาวะแวดล้อม

3) การปฏิบัติเกี่ยวกับทรัพย์สิน ได้แก่ การแสวงหาทรัพย์สิน การใช้จ่ายและการเก็บออม ซึ่งตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปการแสวงหาทรัพย์สินเป็นกระบวนการสะสมความมั่งคั่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริโภคและความมั่นคงในชีวิต ตลอดจนเพื่อยกระดับความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้นต่อไป แต่ในกระบวนการดังกล่าวนี้หลักเศรษฐศาสตร์มิได้ให้ความสนใจต่อความชอบธรรมของการปฏิบัติ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคมแต่อย่างใด ในด้านการแสวงหาทรัพย์สินนั้น ตามหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธจะต้องคำนึงถึงเสมอว่าทรัพย์สินนั้นได้มาโดยชอบธรรมหรือไม่ มีการกดขี่ข่มเหงเบียดเบียนผู้อื่นหรือเบียดเบียนสังคมและธรรมชาติแวดล้อมหรือไม่ นอกจากนี้ยังเน้นความสำคัญด้วยการแสวงหาทรัพย์สินจะต้องเป็นไปด้วยความขยันหมั่นเพียรและใช้ปัญญาในการจัดสรรดำเนินการด้วย ส่วนในด้านของการใช้จ่ายและการเก็บออม หลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปเห็นว่าบุคคลควรจะต้องแบ่งทรัพย์สินส่วนหนึ่งไว้สำหรับการบริโภค เพื่อเลี้ยงตัวเองและครอบครัวตลอดจนผู้ที่อยู่ในความดูแลให้เป็นสุข ส่วนหนึ่งเก็บออมไว้เพื่อเป็นหลักประกันของชีวิตในยามจำเป็นเช่นเมื่อเจ็บป่วยเกิดอุบัติเหตุหรือ มีเหตุทำให้ต้องตกงาน เป็นต้น และอีกส่วนหนึ่งเป็นการสะสมทุนไว้เพื่อเสริมสร้างความมั่งคั่งให้มากยิ่งขึ้นไป แต่หลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ (หลักโภควิภาค 4) นั้นเห็นว่าทรัพย์สินส่วนหนึ่งควรมี การเผื่อแผ่แบ่งปันเพื่อบำเพ็ญคุณประโยชน์ให้แก่สังคมด้วย อันจะนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในฐานะเป็นเพื่อนมนุษย์ นอกจากนี้ก็ยังไม่เห็นด้วยถ้าหากการเก็บออมทรัพย์สินนั้นเพื่อเก็งกำไร ซึ่งมีลักษณะเดียวกับการเล่นการพนัน อันเป็นอบายมุขที่พึงหลีกเลี่ยง

4) การแสวงหาความพอใจสูงสุด หลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปพยายามวัดความพอใจออกมาในเชิงปริมาณ โดยเทียบจากหน่วยของสินค้าและบริการที่ได้มาเพื่อสนองความต้องการนั้น และได้กำหนดเป็นข้อสมมุติเบื้องต้นว่าบุคคลทั่วไปที่เป็นผู้มีเหตุมีผลทางเศรษฐศาสตร์จะพยายามแสวงหาความพอใจสูงสุดเสมอ แต่เศรษฐศาสตร์แนวพุทธวิเคราะห์ความพอใจได้

ลึกซึ่งกว่านั้น โดยมองในแง่ของความสุข ซึ่งหลักพระพุทธศาสนากล่าวถึงสุข ที่คฤหัสถ์ควรเข้าถึงว่ามีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ (1) สุขอันเกิดจากการมีทรัพย์ (อัตถิสุข) เพราะทำให้มีหลักประกันของชีวิต เป็นความอุ่นใจและปลอบปล้ำมผู้มีใจว่ามีทรัพย์ที่หามาได้ด้วยความขยันหมั่นเพียรและโดยชอบธรรม (2) สุขอันเกิดจากการบริโภคหรือการใช้จ่ายทรัพย์ (โภคสุข) คือมิใช่มีทรัพย์แล้วเอามาเก็บไว้เฉยๆ โดยมิใช่จ่ายอะไร ซึ่งจะทำให้เกิดทุกข์เพราะความเสียดายและกลัวจะสูญเสียทรัพย์นั้นไป บุคคลจึงควรรู้จักใช้จ่ายทรัพย์นั้น ให้เกิดประโยชน์แก่ชีวิตของตน เพื่อที่ตนเองจะได้เป็นสุข นอกจากนั้นก็ควรเลี้ยงดูผู้ที่อยู่ในความรับผิดชอบ และทำประโยชน์ให้แก่สังคมด้วยการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์อีกด้วย (3) สุขอันเกิดจากการไม่เป็นหนี้ (อนนสุข) เพราะไม่ต้องทุกข์ใจหรือเป็นกังวลจากการมีหนี้สินติดค้าง และ (4) สุขจากการประพาสที่ปราศจากโทษ (อนวัชชสุข) อันได้แก่ การมีความสุขจิตทั้งทางกาย วาจา และใจ ทำให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินชีวิต ไม่ต้องกังวลว่าจะมีผู้วิจารณ์และติเตียน

5) การแข่งขัน แนวคิดเศรษฐศาสตร์กระแสหลักโดยทั่วไปจะเป็นแนวคิดที่ต้องการส่งเสริมให้มีการแข่งขันโดยเสรี เพราะเห็นว่าจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพในการผลิตและการจัดสรรทรัพยากรอย่างแท้จริง แนวคิดเช่นนี้มีข้อสมมุติเบื้องต้นที่สำคัญอยู่ว่า ผู้แข่งขันทุกฝ่ายมีความเท่าเทียมกันและแข่งขันอย่างยุติธรรมและเสมอภาค ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงไม่มีการแข่งขันในลักษณะเช่นนี้ ผลดีที่คาดว่าจะเกิดจากการแข่งขันจึงไม่มีหลักประกันใดๆ นอกจากนั้น การแข่งขันในหลายด้านยังนำไปสู่ความขัดแย้ง ความเป็นศัตรู และการเปลี่ยนแปลงทรัพยากร โดยเปล่าประโยชน์จากการโฆษณา ซึ่งต้นทุนโฆษณานี้ถูกนำไปบวกกับราคาสินค้าทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายซื้อแพงขึ้นโดยใช้เหตุอีกด้วย และในทางตรงกันข้ามเศรษฐศาสตร์แนวพุทธเห็นว่า แม้ว่าการแข่งขันอาจนำไปสู่ความก้าวหน้า แต่เป็นความก้าวหน้าที่เกิดจากภาวะบีบคั้น กดดัน มีลักษณะตัวใครตัวมัน ใครดีใครได้เอากิเลสของมนุษย์มาเป็นตัวปลุกเร้า การแข่งขันเป็นไปเพื่อสนองกิเลส ทุกคนดิ้นรนเพื่อตัวเองไม่คำนึงถึงผู้อื่นและไม่คำนึงถึงธรรมชาติแวดล้อม นำไปสู่การเบียดเบียนกันเพื่อเอาชนะคู่แข่ง ด้วยเหตุนี้เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ จึงเห็นว่าควรส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันจะมีประโยชน์มากกว่า เพราะจะเป็นการประสานสัมพันธ์ ในชุมชนให้อยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูล แต่ทั้งนี้ความร่วมมือนั้นจะต้องมีจุดมุ่งหมายที่ดีและชอบธรรมด้วย มิใช่เป็นการรวมหมู่เพื่อทำลายเบียดเบียนกลุ่มอื่นหรือเบียดเบียนธรรมชาติแวดล้อม

จากการศึกษาเกี่ยวกับปรัชญาพุทธเศรษฐศาสตร์ ผู้วิจัยจะนำหลักปรัชญาดังกล่าวมาเป็นหนึ่งในหลักนำทางเพื่อช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีตามแนวทางสายกลาง ไม่เกิดการเบียดเบียนและเพื่อให้บรรลุประโยชน์และความสุข โดยในด้านของการบริโภคนั้นก็หลักจะไม่เน้นความพอใจสูงสุดตามหลักวัตถุนิยม แต่จะมุ่ง

สนองความต้องการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยที่ไม่เบียดเบียนตนเอง และผู้อื่น

2.2 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficient Economy)

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ทรงมีพระดำรัสเพื่อชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย มาโดยตลอดนานกว่า 30 ปี ตั้งแต่ก่อนวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจและเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำ แนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา ภายใต้หลักของการสร้างความพออยู่ พอกิน และความสมดุล โดยทรงชี้ให้เห็นความจำเป็นในการปรับปรุงทิศทาง การพัฒนาประเทศ (วรเดช จันทรศร และคณะ, 2550, หน้า 3-11) ทั้งนี้โมเดล “ประเทศไทย 4.0” ก็ได้นำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการขับเคลื่อนประเทศด้วยเช่นกัน

2.2.1 ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง

ในแง่ของความหมาย เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง พอเพียงสำหรับทุกคน ทุกสังคม ทุกระดับชั้น มีธรรมชาติเพียงพอ มีความรักที่เพียงพอ มีความรู้เพียงพอ เมื่อทุกอย่างเพียงพอก็จะเกิดความสมดุล ความยั่งยืน จะเรียกว่าเศรษฐกิจพอเพียงที่ยั่งยืน (ประเวศ วะสี, 2541, หน้า 4) โดยคำว่า ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความเหมาะสม เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี เมื่อเจอเมื่อเจอกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ รวมถึงความระมัดระวังในการที่จะนำความรู้จากหลายสาขามาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานทุกขั้นตอน ที่สำคัญต้องมีจิตสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์ รวมถึงการใช้ความรู้ สติปัญญาที่เหมาะสมจึงจะสามารถ ขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริตและให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา ความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม จากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริมีหลักพิจารณาเริ่มแรกเป็นกรอบแนวคิด เป็นปรัชญาชี้แนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น มีพื้นฐานมาจากวิถีดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา เป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤตเพื่อความมั่นคงยั่งยืนของการ

พัฒนา (สำนักพระราชเลขาธิการพระบรมมหาราชวัง, 2542, อ้างใน รัฐพงศ์ บุญญาวัตร, 2554 หน้า 11)

2.2.2 ส่วนประกอบของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ กรอบแนวคิด คุณลักษณะ เจื้อนไข และแนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้ (ฝ่ายวิชาการสถาพรบุคส์, 2561, หน้า 53-55)

1) กรอบแนวคิด เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่เหมาะสมสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤติ เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนของการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับโดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลางและการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน

2) คุณลักษณะของความพอเพียง (3 ท่วง) ประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ (1) ความพอประมาณ (Moderation) หมายถึง ความพอดีต่อความจำเป็นและเหมาะสมกับฐานะของตนเอง สังคม สิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไป และต้องไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น (2) ความมีเหตุผล (Reasonableness) หมายถึง การตัดสินใจดำเนินการเรื่องต่างๆ อย่างมีเหตุผลตามวิชาการ หลักกฎหมายหลักศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดีงาม โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างถ่วงถ้ และผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอย่างรอบคอบ และ (3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว (Self-Immunity) หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่

3) เจื้อนไขของความพอเพียง (2 เจื้อนไข) ใช้ในการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งเจื้อนไขความรู้และเจื้อนไขคุณธรรมเป็นพื้นฐาน (1) เจื้อนไขความรู้ หมายถึง ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการในเรื่องนั้นๆ และความรอบคอบในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้อย่างสอดคล้องในการวางแผนและดำเนินการทุกขั้นตอน และ (2) เจื้อนไข คุณธรรม หมายถึง ความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความอดทนพากเพียร และใช้สติในการดำรงชีวิต

4) แนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ (4 มิติ) ได้แก่ การพัฒนาและความยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านจิตใจ มิติด้านสังคม และมิติด้านวัฒนธรรม ดังนี้ (1) มิติด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจแบบพออยู่พอกิน ให้มีความเข้มหมั้นเพียรประกอบล้มาอาชีพ เพื่อให้พึ่งตนเองและพ้นจากความยากจน (2) มิติด้าน

จิตใจ เศรษฐกิจพอเพียงเน้นจิตใจที่รู้จักพอดี พอประมาณ และพอใจในสิ่งที่มี ยินดีในสิ่งที่ได้ ไม่โลภ โดยจะต้องเริ่มที่ตัวเองในการสร้างรากฐานทางจิตใจที่มั่นคง (3) มิติด้านสังคม เศรษฐกิจพอเพียงมุ่งให้เกิดสังคมที่มีความสุขสงบ ประชาชนมีความเมตตาเอื้ออาทรช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ใช่ต่างคนต่างอยู่ มุ่งให้เกิดความสามัคคีเพื่อให้ทุกคนอยู่ร่วมกันได้โดยปราศจากการเบียดเบียน การเอาวัดเอาเปรียบ และการมุ่งร้ายทำลายกัน และ (4) มิติด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจพอเพียง มุ่งให้เกิดวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตที่ประหยัด อุดม มีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่ตกเป็นทาสของวัตถุนิยมและบริโภคนิยมซึ่งทำให้เกิดการเป็นหนี้เป็นสินและการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นบ่อนทำลายความมั่นคงของชาติ

การปฏิบัติตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถกระทำได้โดย (1) ยึดความประหยัด ตัดทอนค่าใช้จ่ายในทุกด้าน ลดละความฟุ้งเฟ้อในการดำรงชีพอย่างจริงจัง ดังพระราชดำรัสที่ว่า “ความเป็นอยู่ที่ดีไม่ต้องไม่ฟุ้งเฟ้อ ต้องประหยัดไปในทางที่ถูกต้อง (2) ยึดถือการประกอบอาชีพด้วยความถูกต้องสุจริต แม้จะตกอยู่ในภาวะขาดแคลนในการดำรงชีพก็ตาม ดังพระราชดำรัสที่ว่า “ความเจริญของคนทั้งหลายย่อมเกิดมาจากการประพฤติชอบและการหาเลี้ยงชีพชอบเป็นหลักสำคัญ” (3) ลดละเลิกการแก่งแย่งผลประโยชน์และแข่งขันกันในการค้าขายประกอบอาชีพแบบต่อสู้อย่างรุนแรงดังอดีต ซึ่งมีพระราชดำรัสเรื่องนี้ว่า “ความสุขความเจริญอันแท้จริงนั้น หมายถึง ความสุขความเจริญที่บุคคลแสวงหามาได้ด้วยความเป็นธรรมทั้งในเจตนาและการกระทำ ไม่ใช่ได้มาด้วยความบังเอิญหรือการแก่งแย่งเบียดบังมาจากผู้อื่น” (4) ไม่หยุดนิ่งที่จะหาทางให้ชีวิตหลุดพ้นจากทุกข์ยากในครั้งนี้อย่างน้อยต้องขวนขวายใฝ่หา ความรู้ให้เกิดมีรายได้เพิ่มพูนขึ้นจนถึงขั้นพอเพียงเป็นเป้าหมายสำคัญ และ (5) ปฏิบัติตนในแนวทางที่ดี ลดละสิ่งชั่วให้หมดสิ้นไป ดังที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ได้พระราชทานพระบรมราโชวาทว่า “พยายามไม่ก่อความชั่วให้เป็นเครื่องทำลายตัว ทำลายผู้อื่น พยายามลด พยายามละความชั่วที่ตัวเองมีอยู่ พยายามก่อความดีให้กับตัวเองอยู่เสมอ พยายามรักษาและเพิ่มพูนความดีที่มีอยู่นั้นให้่องงานสมบูรณ์ขึ้น” (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2549, หน้า 112)

มานิต กิตติงูทิต (2556, หน้า 36-38) กล่าวว่า สามห่วงสองเงื่อนไข มีที่มาจากพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประมวลและกลั่นกรองกระแสพระราชดำรัสที่ท่านดำรัสเกี่ยวกับหลักแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงว่า

“...ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการที่ผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความ

ระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผน และการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจ ในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์ และความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

จากพระราชดำรัสข้างต้น สามารถนำมาสรุปให้กระชับได้เป็น “สามห่วงสองเงื่อนไข” ประกอบด้วย สามห่วง ได้แก่ ความพอพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน และสองเงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม อธิบายได้ตามภาพ 4



ภาพ 4 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา: มานิต กิตติงูทิต (2556)

ประเวศ วะสี (อ้างอิงใน ฌรัชชอร์ ศรีทอง, 2556, หน้า 83-84) ได้เสนอมรรควิธี 4 ประการ เพื่อปรับปรุงไปสู่แนวปฏิบัติตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง คือ

1) สร้างทิวทัศน์และจิตสำนึกใหม่ เศรษฐกิจพอเพียงเป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กับชีวิตและการอยู่ร่วมกัน จึงต้องปรับทิวทัศน์และจิตสำนึกเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเป้าหมายของชีวิตและองค์กร โดยเฉพาะบริษัทต่างๆ ซึ่งต้องมีจิตสำนึกสูงที่มีเป้าหมายการส่งเสริมความดีและการอยู่ร่วมกัน

2) ออกแบบโครงสร้างการพัฒนาที่ถูกต้อง ฐานของสังคมคือชุมชน ท้องถิ่น จำเป็นต้องมีความเข้มแข็งเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างบูรณาการ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ จิตใจ ครอบครัวชุมชน สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเกิดความร่มเย็นเป็นสุข

ชุมชนเข้มแข็งเกิดจากการรวมตัว การร่วมคิด ร่วมทำ ประชาชนในชุมชนมีความสามารถในการวิเคราะห์ วิจัยเรื่องของตนเอง มีการวางแผนแม่บทชุมชน ซึ่งเป็นแผนพัฒนาอย่างบูรณาการ และขับเคลื่อนแผนพัฒนาที่ชุมชนทำเองได้ ช่วยให้หายจน สามารถอนุรักษ์วัฒนธรรมและสังคม เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาครอบครัวแตกแยก ซึ่งเป็นเศรษฐกิจพอเพียง

3) การส่งเสริมจิตตปัญญาศึกษา เพื่อการเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานในตนเอง การศึกษาทุกวันนี้เน้นการศึกษาวิชาการต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องนอกตัวทั้งสิ้น จึงไม่สามารถดึงศักยภาพภายในขึ้นมาใช้ เมื่อบุคคล มีการเรียนรู้ที่เข้าถึงความจริงและเกิดการเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานในตนเองเกิดความเป็นอิสระ ความสุข และความรักอันไพศาลต่อเพื่อนมนุษย์และธรรมชาติทั้งหมด มีวิธีการที่หลากหลายที่ทำให้มนุษย์เข้าถึงความเป็นจริงได้ ทั้งวิธีการดั้งเดิมทางการทำงาน วิธีการทางสังคม และวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น การเข้าถึงความจริงของชีวิตทำให้เกิดความสุขฉับพลัน (Instant Happiness) ซึ่งเป็นความสุขราคาถูก แต่ก็มีความสุขที่ทุกคนเข้าถึงได้ และที่สำคัญคือ เป็นความสุขที่ไม่ทำลายล้างทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังเช่นเป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเรื่องจิตตปัญญาศึกษาจะช่วยให้เกิดการปรับตัวไปสู่วิถีแห่งความสุขพอเพียงเป็นได้ง่าย

4) การสร้างเครื่องมือทางสังคม (New Social Tool) สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมที่มีความซับซ้อน ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่แก้ไขได้ยากหรือแก้ไขไม่ได้เลย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความยากจน ปัญหาความยุติธรรมทางสังคม ปัญหายาเสพติด ปัญหาความเสื่อมโทรมของศีลธรรม ปัญหาความรุนแรง และปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น ซึ่งการแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนจำเป็นต้องใช้การเรียนรู้และ การร่วมมือกันอย่างจริงจัง โดยการสร้างความสัมพันธ์ทางราบซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบใหม่ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยถือหลักว่าทุกคนมีศักดิ์ศรี มีคุณค่าและมีศักยภาพ สามารถเข้าร่วมกลุ่ม ร่วมคิด ร่วมทำ ด้วยความเสมอภาคและเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย ก่อให้เกิดเป็นโครงสร้างสังคมใหม่ในรูปแบบ ดังนี้

1 คือ Individual หรือปัจเจกชนที่มีจิตสำนึกใหม่ว่าตนเองเป็นผู้มีเกียรติ มีศักดิ์ศรี มีคุณค่า และมีศักยภาพที่จะทำอะไรดี ๆ และร่วมมือกันทำอะไรดี ๆ ซึ่งจิตสำนึกใหม่นี้จะปลดปล่อยผู้คนเข้าไปสู่ศักยภาพ อิศรภาพ และความสุขอย่างยั่งยืน

N คือ Nodes เป็นคนที่มีความสนใจร่วมกัน มีการผูกมัดยึดต่อกัน รวมตัวกัน ร่วมคิด ร่วมทำเป็นกลุ่มๆ อย่างหลากหลาย กลุ่มเหล่านี้มีความสุขและมีความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากมีความสัมพันธ์ในแนวราบด้วยความเสมอภาค

N คือ Network มีการเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย ทั้งเครือข่ายระหว่างบุคคลและเครือข่ายกลุ่มบุคคล ก่อเกิดเป็นศักยภาพส่วนบุคคล การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

ผู้วิจัยขอสรุปแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวคือ เศรษฐกิจพอเพียง คือ หลักเศรษฐกิจที่รู้จักความพอประมาณ มีเหตุผลในการเลือกและสามารถสร้างภูมิคุ้มกันในตนเอง ให้สามารถยืนหยัดและดำรงชีวิตได้แม้ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยการมัธยัสถ์ อดออม และสร้างความมั่นใจในจิตใจ การตั้งมั่นอยู่ในความเมตตากรุณา ไม่เอาวัดเอาเปรียบ การให้ การเกื้อกูลกัน การประสานประโยชน์ซึ่งกันและกันอย่างเท่าเทียมยุติธรรมล้วนปรากฏอยู่ในหลักพุทธธรรมทั้งสิ้น ดังนั้นในการดำเนินการวิจัยแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยจะนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นเครื่องมือออกแบบโครงสร้างการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทชุมชน และส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

2.3 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

เพื่อเป็นพื้นฐานความรู้ต่อยอดไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในฐานะที่การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นช่องทางหนึ่งในการให้ผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) เข้าถึงสินค้าหรือผลผลิตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และในทางกลับกันการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ก็เป็นพัฒนาการทางการท่องเที่ยวแขนงใหม่ที่มีรากฐานมาจากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมีรายละเอียดที่ได้ศึกษา ดังนี้

2.3.1 ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จอห์น ฮอว์กินส์ (John Howkins : 1945-ปัจจุบัน) เจ้าของแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ได้อธิบายว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ทั้งความคิดเดิมหรือความคิดใหม่ในการสร้างความคิดใหม่ๆ โดยความคิดนี้เริ่มต้นจากจินตนาการและพรสวรรค์ของปัจเจกบุคคล เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นเมื่อมีการใช้ความคิด

(Ideas) ผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งน่าสนใจและมีมูลค่า/คุณค่า ผลที่ตามมาคือการเพิ่มขึ้นของราคา สินค้าบริการ GDP และค่าจ้างเฉลี่ย (อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ, 2554, หน้า 8)

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนาสหประชาชาติ (UNCTAD) ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่าเป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552, หน้า 19)

องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้ความหมายว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญและความสามารถในการสร้างงานและความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553, หน้า 6)

กระทรวงสื่อทางวัฒนธรรมและกีฬา (Department for Culture Media and Sport : DCMS) ของประเทศอังกฤษ ได้ให้คำจำกัดความ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และพรสวรรค์ส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างความมั่งคั่ง และการสร้างงานจากการใช้ประโยชน์ในเชิงของทรัพย์สินทางปัญญา (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556, หน้า 7)

ในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552, หน้า 22) ได้ให้คำจำกัดความของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไว้ว่าเป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรคงาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม รวมถึงการส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่

นอกจากนี้ พยอม ธรรมบุตร (2558, หน้า 3) กล่าวว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge – based Economy) เกี่ยวกับกฎเกณฑ์การตลาด การสร้างรายได้ และการสร้างมูลค่าของวัตถุที่เปลี่ยนไปจากการสร้างมูลค่าในตัววัตถุที่จับต้องได้ไปสู่การสร้างมูลค่าและคุณค่าของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมทุกรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งมีการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวใหม่ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดทั้งจากความรู้เดิมและความรู้ใหม่มาริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หรือทรัพย์สินทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่

ทำก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นฐานที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแนวใหม่ ซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

2.3.2 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หน่วยงานแรกที่ได้เริ่มกำหนดประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ Department for Culture Media and Sport (DCMS) ประเทศอังกฤษ เมื่อปี พ.ศ. 2541 (ค.ศ. 1998) โดย DCMS ได้กำหนดให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) 13 ประเภท ได้แก่ (1) โฆษณา (2) สถาปัตยกรรม (3) งานศิลปะและโบราณวัตถุ (4) งานฝีมือ (5) งานออกแบบ (6) แฟชั่น (7) ภาพยนตร์และวิดีโอ (8) ซอฟต์แวร์/เกมส์ (9) เพลง (10) ศิลปะการแสดง (11) สิ่งพิมพ์ (12) ซอฟต์แวร์และบริการทางด้านคอมพิวเตอร์ และ (13) โทรทัศน์และวิทยุ อย่างไรก็ตาม การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 13 ประเภทในลักษณะนี้กลายเป็นข้อจำกัดแก่รัฐบาลประเทศอังกฤษบ้างจากการที่อุตสาหกรรมโทรคมนาคมเกิดการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงต้นปี พ.ศ. 2543 (ค.ศ. 2000) เพราะได้นำธุรกิจสื่อวิทยุโทรทัศน์เข้ามารวมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเริ่มถูกสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทมากกว่า รวมถึงไม่ได้นำสาขาวัฒนธรรม วรรณกรรม และกีฬา เข้ามาเป็นประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556, หน้า 7-8)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552, หน้า 22) ได้จำแนกประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ (1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ประกอบด้วย งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural & Heritage Tourism) การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) และอาหารไทย (Thai Food) (2) กลุ่มศิลปะ (Arts) ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง (Performance Arts) และทัศนศิลป์ (Visual Arts) (3) กลุ่มสื่อ (Media) ประกอบด้วย การพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing) การกระจายเสียง (Broadcasting) ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film & Video) และดนตรี (Music) และ (4) กลุ่มงานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) ประกอบด้วย การออกแบบ (Design) แฟชั่น (Fashion) การโฆษณา (Advertising) สถาปัตยกรรม (Architecture) และซอฟต์แวร์ (Software)

ผู้วิจัยขอสรุป แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการ ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่า

ทางสังคม ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้ หรือก็คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด

2.4 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

ดอน แท็ปสก็อตต์ (Don Tapscott) คือผู้ที่บัญญัติศัพท์นี้ขึ้นมาเป็นคนแรก โดย Don ได้เขียนหนังสือ “The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence” ในปี ค.ศ. 1995 โดย Don ได้ให้ความหมายของคำว่า “เศรษฐกิจดิจิทัล” (Digital Economy: DE) คือ เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูป กระบวนการผลิตการดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหาร ราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมและการจ้างงาน ที่เพิ่มขึ้น

ดอน แท็ปสก็อตต์ (Don Tapscott, อ้างอิงใน พรศักดิ์ อรุณรัชชยรัตน์, 2559, หน้า 73–92) ได้อธิบายถึง 12 ปัจจัยของความแตกต่างระหว่างเศรษฐกิจยุคใหม่กับเศรษฐกิจยุคเก่า ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) องค์ความรู้

เศรษฐกิจยุคใหม่ คือ เศรษฐกิจแห่งองค์ความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เศรษฐกิจตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของปัญญาประดิษฐ์หรือ “เทคโนโลยีที่ฉลาด” เริ่มเข้ามาปฏิบัติสังคมในทุกแง่มุม เช่น รถอัจฉริยะ (Smart Car) โทรศัพท์อัจฉริยะ (Smart Phone) และ โทรทัศน์อัจฉริยะ (Smart T.V.) เป็นต้น เศรษฐกิจยุคใหม่ตั้งอยู่บนองค์ความรู้มากกว่าความทันสมัย ดังนั้นจึงต้องเปลี่ยนการทำงานทุกอย่างไปสู่องค์ความรู้ ทรัพย์สินที่มีสติปัญญาจึงเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จขององค์กรในยุคนี้ นั่นก็คือ พนักงานผู้มีความรู้ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีความหมายมากที่สุดสำหรับโลกปัจจุบัน

2) เปลี่ยนเป็นดิจิทัล

เศรษฐกิจยุคใหม่ คือ เศรษฐกิจดิจิทัล ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลข้อมูลทุกอย่างอยู่ในรูปดิจิทัล โดยทำการสื่อสารส่งผ่านเครือข่ายต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมวิถีการดำเนินชีวิต

3) ความเสมือนจริง

เมื่อข้อมูลถูกเปลี่ยนรูปไปเป็นดิจิทัล สิ่งที่เคยจับต้องได้ก็จะกลายเป็นสิ่งเสมือนจริง ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป เช่น สถานที่ทำงานไม่ต้องเข้าสำนักงาน สามารถทำงานที่

ใดๆ ก็ได้ แล้วส่งงานผ่านอินเทอร์เน็ต (Virtual Office) การซื้อขายบนอินเทอร์เน็ต (Virtual Market) และการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tour) เป็นต้น

4) ขับเคลื่อนด้วยหน่วยย่อย

เศรษฐกิจยุคใหม่เกิดจากหน่วยย่อยเล็กๆ ที่มีอิสระเข้ามาทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามที่ตนเองถนัด องค์กรขนาดใหญ่ในแบบเดิมกำลังถูกปฏิเสธ สายการบังคับบัญชาแบบแนวตั้งจะถูกทดแทนด้วยหน่วยย่อยหลายกลุ่มร่วมกันเข้ามาทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามที่ถนัด

5) เครือข่ายบูรณาการ

เศรษฐกิจยุคใหม่เป็นเศรษฐกิจแห่งเครือข่ายที่นำเอาแต่ละหน่วยย่อยมารวมกันเป็นกลุ่มก้อน ดังนั้นเทคโนโลยียุคใหม่มีส่วนผลักดันให้องค์กรขนาดเล็กได้เปรียบองค์กรขนาดใหญ่ ด้วยการเข้าถึงทรัพยากรที่ไม่ค่อยกว่า และมีข้อจำกัดในเรื่องกฎเกณฑ์ที่น้อยกว่าโครงสร้างองค์กรที่เรียบง่ายมากกว่าจะมีความสามารถในการปรับเปลี่ยนได้ดีกว่า “องค์กรที่ทำงานอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต” จึงมีความหมายมากกว่าคำว่า “องค์กรเสมือน” เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าที่อยู่ภายนอกได้ด้วย รวมทั้งปรับเงื่อนไขการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มผู้ให้บริการจากภายนอกใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา

6) ไร้นกกลาง

นายหน้า ตัวแทน พ่อค้าคนกลาง ที่อยู่ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคจะหายไปในยุคดิจิทัล ถ้าหากไม่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับตนเอง ยกตัวอย่างเช่น ตัวแทนทางการท่องเที่ยวต้องปรับตัวเองไปเป็นที่ปรึกษาทางการท่องเที่ยว ช่วยจัดตารางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งหาสินค้าและบริการที่ดีมีส่วนลดให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

7) หลอมรวมเป็นหนึ่ง

กฎแห่งสำคัญทางเศรษฐกิจมารวมตัวกัน ได้แก่ ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบการสื่อสาร และเนื้อหาสาระ องค์กรจะปรับตัวให้ตอบสนองต่อกฎทั้ง 3 ดอคนั้น จะต้องมีการรวมระบบการสื่อสาร และเนื้อหาสาระ เข้าในเทคโนโลยีเดียวกัน

8) นวัตกรรม

เป็นกฎแห่งสำคัญของการทำธุรกิจและความสำเร็จ จินตนาการของมนุษย์มาแทนที่วัตถุดิบ ต้นทุน และการเพิ่มผลผลิต โดยวิธีการบริหารองค์กรแบบเดิมจะใช้ไม่ได้ ต้องเปลี่ยนเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ องค์กรต้องรองรับการสร้างนวัตกรรม การเรียนรู้ และเข้าถึงทรัพยากรและผู้คนได้จากทุกหนทุกแห่ง

9) ผู้บริโภคร่วมผลิต

ความแตกต่างระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคพร่าเลือนในเศรษฐกิจยุคใหม่ ผู้ผลิตต้องสร้างสินค้าที่ยืดหยุ่นสูง ปรับเปลี่ยนไปตามรสนิยมและความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้าไปมีส่วนในการผลิตสินค้ามากขึ้นทั้งในขั้นตอนการผลิต และความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ

10) ทันการณ์

ความทันเหตุการณ์ (Real Time) คือคุณสมบัติต่อทุกกิจกรรมและความสำเร็จขององค์กรยุคใหม่ต้องเปิดกว้างสำหรับการทำงานในแบบทันทีทันใด ทำให้วงจรชีวิตของสินค้าสั้นลง โยเทคโนโลยีจะช่วยให้รวบรวมข้อมูลได้แบบ On-line และปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ทันที

11) โลกาภิวัตน์

เศรษฐกิจยุคใหม่คือ เศรษฐกิจของโลก ความรู้ไม่มีขอบเขต ไม่มีใครเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว ทำให้ความเป็นเอกภาพไร้ความหมายในเชิงเศรษฐกิจ องค์กรยุคใหม่ต้องทำให้เวลาและสถานที่ไม่มีความหมาย ที่มงานทั้งหมดสามารถทำงานจากที่แห่งใดในโลกก็ได้

12) ความไม่ลงรอย

ความขัดแย้งในสังคมกำลังขยายตัว แรงงานไร้ฝีมือจะต่อต้านและตงงาน ช่องว่างจะขยายออกอย่างมหาศาลระหว่างผู้ที่มีความรู้และไม่มีหรือผู้ที่เข้าถึงเครือข่ายได้กับผู้ที่เข้าไม่ถึงเครือข่าย ผลประโยชน์ตอบแทนจะเปลี่ยนจากจ่ายค่าจ้างเป็นเงินเดือน จะเปลี่ยนเป็นโครงการหรือชิ้นงานโดยปริยาย ลักษณะการว่างจ้าง จะเปลี่ยนไปจากการจ้างแรงงานจะปรับเปลี่ยนเป็นการจ้างทำของกา สรรหาและรักษาไว้ซึ่งบุคลากร การสรรหาบุคลากรที่สามารถทำงานภายใต้ปัจจัยของยุคดิจิทัลที่อาจทำได้ยากขึ้นในตลาดแรงงาน ผู้ที่มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ว่ามีหายากในตลาด

นอกจากนี้สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เรียกโดยย่อว่า “สพธอ.” และใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Electronic Transactions Development Agency (Public Organization)” หรือ “ETDA” ซึ่งเป็นหน่วยงานในการสนับสนุนการวางกรอบนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ให้ความหมาย “เศรษฐกิจดิจิทัล” ว่าเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเอาไอทีหรือเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน โดยใช้เวลาน้อยลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้เราแข่งขันกับชาติได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุคปัจจุบันที่การใช้สมาร์ตดีไวซ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) เช่น 3G, 4G ซึ่งใช้งานได้ง่ายกว่า PC มาก ทำให้เกิดการใช้งานในวงกว้าง แม้กระทั่งในคนที่ไม่เคยใช้

คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตมาก่อน ซึ่งทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ มากมายในแทบทุกสาขาเศรษฐกิจ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ออนไลน์)

2.4.1 การตลาดในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล

ปิยะชาติ อิศรภักดี (2559, หน้า 11-32) ได้อธิบายถึงวิวัฒนาการของการตลาดไว้ในหนังสือจากการตลาด 3.0 สู่อารสร้างแบรนด์ 4.0 (Brandind 4.0) ซึ่งพอสรุป ได้ดังนี้

1) ยุคก่อนการตลาด คือ ยุคที่ผู้คนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเพื่อการดำรงชีวิต ผลผลิตที่เหลือจากการบริโภคจะถูกนำมาแลกเปลี่ยนกับสิ่งที่ต้องการกับเพื่อนบ้าน เช่น การนำข้าวไปแลกกับน้ำมันของฟาร์มเพื่อนบ้านหรือพูดได้ว่าจุดเริ่มต้นของการตลาด คือ “การแลกเปลี่ยนสินค้า” ต่อมาเมื่อผลผลิตมีมากกว่า แค่การแลกเปลี่ยนเพื่อการบริโภค จึงเกิดการพัฒนาเข้าสู่ระบบการซื้อขาย มีผู้ขายที่มาจากผู้ผลิตและผู้ซื้อ ที่เรียกว่าผู้บริโภค เริ่มมีการใช้เงินเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนแต่สินค้าก็ยังคงเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน คือ ปัจจัย 4 (อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยา ที่อยู่อาศัย) จนเริ่มเข้าสู่ยุคเริ่มต้นอุตสาหกรรม ยุคที่ความต้องการสินค้ามีเป็นจำนวนมาก ทั้งจากทางฝั่งผู้ซื้อและผู้ขายโดยเน้นไปที่การผลิตสินค้าแต่ก็ยังเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต โดยเริ่มมีราคาของสินค้าเข้ามาเป็นตัวเปรียบเทียบ ดังนั้นในยุคนี้ผู้ผลิตที่มีกำลัง การผลิตสูงกว่าและมีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า ย่อมทำราคาขายได้ดีกว่าและครอบครองตลาดส่วนใหญ่และมีการนำเทคนิคการตลาด คือ 2P's (Product and Price) มาใช้ เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ในราคาที่พวกเขาจ่ายได้

2) ยุคการตลาด 1.0 หรือยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) ในยุคนี้ผู้ผลิตได้นำเครื่องจักรและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มกำลังและประสิทธิภาพการผลิตตามความต้องการของผู้บริโภคในระดับมวลชน (Mass) และยังสามารถลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง นอกจากนี้ผู้ขายมีการพัฒนาเทคนิคการตลาดจากเดิมซึ่งไม่มีความซับซ้อนมาก (Product and Price) มาสู่การวางแผนกลยุทธ์การตลาด (Strategic Marketing) คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

3) ยุคการตลาด 2.0 หรือยุคการปฏิวัติสารสนเทศ (Information Revolution) ผู้บริโภคในยุคนี้สามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้ได้ง่ายขึ้น ทำให้ผู้บริโภคฉลาดและรอบรู้ขึ้น แสดงให้เห็นว่าอำนาจทางการตลาดในยุคนี้ตกอยู่ในมือผู้บริโภคมากขึ้น กลยุทธ์การตลาดจึงถูกพัฒนาขึ้นอีกขึ้นเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง จากที่ให้ความสำคัญกับสินค้าเป็นศูนย์กลาง (4P's: Product, Price Place, Promotion) สกกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง (4C's:

Customer, Cost, Convenience, Communication) นอกจากนี้ในยุคนี้การเติบโตของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่หรือเรียกว่า การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาและเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้จากผู้ขายที่มีอยู่ทั่วโลก กลยุทธ์การตลาดจึงเป็นการผสมผสานระหว่างกลยุทธ์

การตลาด (4C's) มาเป็นกลยุทธ์การตลาดแบบ (STP) ซึ่งประกอบไปด้วยการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตาม ลักษณะพื้นฐาน ความชอบ รูปแบบการใช้ชีวิต (Segmentation) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) และการระบุตำแหน่งคุณลักษณะของสินค้าเพื่อผลิตสินค้าออกมาให้ตรงตามลักษณะที่ได้ (Positioning)

4) ยุคการตลาด 3.0 หรือยุคเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ซึ่งเป็นยุคที่เพิ่มความสามารถในการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) มากขึ้น การเชื่อมโยงระหว่างกันของผู้บริโภคได้เข้ามามีบทบาทต่อความคิดและการดำเนินชีวิต มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มุมมอง ทศนคติ สนใจในเรื่องที่กำลังเป็นที่นิยมหรือกระแสสังคม การตัดสินใจจะฟังคำแนะนำจากคนรอบข้าง รีวิว มากกว่าจากทางเจ้าของผลิตภัณฑ์ เลือกรับข้อมูลเฉพาะสิ่งที่ตัวเองสนใจหรือต้องการจากข้อมูลจำนวนมากบนโลกโซเชียล

5) ยุคการตลาด 4.0

ฟิลิป คอตเลอร์, เหมะวัน การตะจายา, ไอวัน เซเตียวาน (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, 2560, หน้า 57) ได้สรุปคำนิยามของการตลาด 4.0 ไว้ว่า การตลาด 4.0 เป็นแนวทางปฏิบัติทางการตลาดที่รวมปฏิสัมพันธ์ทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ระหว่างบริษัทกับผู้บริโภคไว้ด้วยกัน ผสมผสานสไตส์กับสาระอย่างกลมกลืนเพื่อสร้างแบรนด์ นอกจากนี้การตลาด 4.0 ยังนำเอาการเชื่อมโยงระหว่างเครื่องมือถึงเครื่องมือ (Machine to Machine Connectivity) นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) มาพัฒนาผลิตภาพทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้น และสร้างความประทับใจระหว่างมนุษย์ถึงมนุษย์ (Human to Human Connectivity) เพื่อเสริมสร้างความผูกพันของผู้บริโภคให้แข็งแกร่งและลึกซึ้งขึ้น ช่วยให้นักการตลาดเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล

นอกจากนี้ ฟิลิป คอตเลอร์, เหมะวัน การตะจายา, ไอวัน เซเตียวาน (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, 2560, หน้า 72-77) ได้นำเสนอประเด็นเรื่อง “จาก 4 A's เป็น 5 A's” ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ว่าการตลาดรูปแบบเดิมๆ ที่นักการตลาดมักนิยมใช้หลัก 4 A'S หรือ AIDA ประกอบด้วย การทำให้ลูกค้าสนใจสินค้า (Attention) สร้างความสนใจ (Interest) สร้างความอยากได้ (Desire) และการตัดสินใจซื้อ

(Action) แต่ในปัจจุบันหลักการตลาดต่างๆ ต้องจำเป็นปรับเปลี่ยนเพื่อให้ทัน ยุคดิจิทัลซึ่งเป็นผลมาจากการพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยหลัก 5 A's เป็นแนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนตั้งแต่ลูกค้าต้องการจะซื้อสินค้าจนไปถึงการที่ลูกค้ารู้สึกพอใจกับสินค้าแล้วบอกต่อ โดยหลัก 5 A's สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1) การสร้างการรับรู้ (Aware) คือ การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ว่ามีสินค้าและบริการการนี้

2) การทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ (Appeal) คือ การทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจสินค้าหรือบริการ หลังจากที่นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงสินค้าและบริการของแบรนด์

3) การสอบถาม (Ask) คือ การสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในสินค้าและบริการ ดังนั้นแบรนด์จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมเพื่อที่จะตอบข้อสงสัยให้กับนักท่องเที่ยว

4) การตัดสินใจซื้อ (Act) คือ การที่นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

5) การบอกต่อ (Advocate) คือ การแนะนำสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวท่านอื่นซึ่งเป็นผลมาจากความพึงพอใจและเกิดประสบการณ์ที่ดีกับแบรนด์หลักจากการซื้อสินค้าและบริการ

2.4.2 เศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย

ปิยวรรณ ปนิทานเต (2559, ออนไลน์) ได้กล่าวถึงความเป็นมาของเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทยว่า ก่อนที่จะมาเป็นเศรษฐกิจดิจิทัลนั้น ประเทศไทยเคยมีนโยบายเศรษฐกิจที่มีเป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ทันกับโลกยุคปัจจุบันในชื่อ Creative Economy หรือการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ว่า “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” มีคำนิยามว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์” มีการใช้กันอย่างกว้างขวางในนานาประเทศ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสังคมนวัตกรรมของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่

จากนิยามพบว่าทั้ง “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” และ “เศรษฐกิจดิจิทัล” ต่างก็มาจากรากฐานเดียวกันคือ “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยองค์ความรู้เป็นพื้นฐาน” จากยุคแรกๆ ที่มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยปัจจัยการผลิตและทรัพยากรธรรมชาติมาสู่การขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดรายได้และกระจายความมั่นคง ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคการ

แข่งขันทางดิจิทัลอย่างรุนแรง ดังนั้นจึงต้องมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศ

อนันท์ เกียรติสารพิภพ (2558, หน้า 4) กล่าวถึงเศรษฐกิจดิจิทัลว่ามีความสำคัญหรือส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังนี้

1) การลดต้นทุนในการประกอบการไม่ว่าในด้านการผลิต ด้านการขาย ทั้งนี้เนื่องจากในอดีตสังคม ที่ไม่มีการติดต่อสื่อสารผ่านเทคโนโลยีหรือระบบอินเทอร์เน็ต อาทิ อีเมล โทรศัพท์มือถือ Conference Call จะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ (Transaction Cost) สูง

(2) อำนาจให้เกิดการต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค อาทิ การนำข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ จากแหล่งอื่นทั่วโลกมาช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ

3) การขยายตัวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นของ E-commerce ท่ามกลางสภาพการณ์ที่ต้นทุนในการดำเนินการลดต่ำลง อาทิ การขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องมีร้านค้า ความสะดวกของผู้ซื้อที่ไม่ต้องเดินทางไปหาซื้อของ เกษตรกรเปิด Application และรู้ได้ทันทีจากตำแหน่ง GPS ที่ตนอยู่ว่าในพื้นที่นั้นในปิ่นนั้นควรปลูกพืชอะไร

4) ขยายการจ้างงานและสร้างการจ้างงานในลักษณะใหม่ๆ อันเป็นผลจากการเกิดสินค้า การตลาดและรูปแบบการค้าขายใหม่ อาทิ นักกลยุทธ์ทางการตลาดทาง Social Media ที่ปรึกษา ECommerce นักโฆษณาสินค้าทาง Social Media

5) อำนาจให้เกิดการลงทุนธุรกิจข้ามพรมแดนมากยิ่งขึ้น อาทิ การจองโรงแรมและโปรแกรมการท่องเที่ยว การลงทุนซื้อหุ้นต่างประเทศ การค้าขายเงินตราต่างประเทศ

6) สนับสนุนการเรียนรู้ของประชาชนซึ่งช่วยส่งเสริมคุณภาพของมนุษย์และแรงงาน อาทิ สื่อการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (E-learning)

ประการสำคัญเศรษฐกิจดิจิทัลช่วยอำนวยความสะดวกทางเศรษฐกิจของภาคต่างๆ มีมูลค่าสูงยิ่งขึ้นและมีประสิทธิภาพสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังสนับสนุนความแข็งแกร่งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดอันเนื่องมาจากการมีข่าวสารข้อมูลที่กว้างขวางและลึกยิ่งขึ้นอีกด้วย

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, หน้า 35-36) กล่าวว่า ประเทศไทยเริ่มนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่นิยมทำธุรกรรมการเดินทางโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนมือถือ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยมีทั้งเป็นหน่วยงานภาครัฐผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานหลัก อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่เน้นการให้ข้อมูลสำหรับการวางแผนและแผน และการ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เน้นข้อมูลทางการตลาดและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว สำหรับภาคเอกชนมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดการท่องเที่ยวและการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ ของบริษัททัวร์ และบริษัทที่เป็นตัวแทนในการรับจองบริการต่างๆ ทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งบริษัทระดับโลกและบริษัทในประเทศที่มีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเป็นตัวแทนใช้สำหรับจองสินค้าและบริการในประเทศ

สำหรับโอกาสทางเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวไทย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้สรุปไว้ดังนี้

1) มีกลไกและแนวทางการผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัลทั้งระดับประเทศ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ชัดเจน

2) มีความพร้อมทางเทคโนโลยี โดยประเทศไทยอยู่ในกลุ่มที่เรียกว่า Break Out ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลที่เข้มแข็งได้ และสามารถพัฒนาตนเองไปสู่จุดที่มีระดับการพัฒนาสูง (Stand Out) นอกจากนี้ประเทศไทยยังติดอันดับประเทศที่มีความครอบคลุมของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของโลก

3) นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาตินิยมการทำธุรกรรมทางการท่องเที่ยวผ่านออนไลน์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4) การมีคลื่นความถี่ 4G ช่วยเพิ่มสมรรถนะของสัญญาณการส่งข้อมูลผ่านอุปกรณ์เครือข่ายมือถือและอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น

ผู้วิจัยขอสรุปแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล คือ โลกเราเมื่อเข้าสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งเป็นการหลอมรวมเทคโนโลยี จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจได้ ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในประเทศไทย

3. แนวคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนา

3.1 แนวคิดการพัฒนา

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ได้พระราชทานพระบรมราโชวาทเกี่ยวกับความหมายของการพัฒนาไว้ว่าหมายถึง “...การทำให้มั่นคง ทำให้ก้าวหน้า การพัฒนาประเทศ ก็ทำให้บ้านเมืองมั่นคง มีความเจริญ ความหมายของการพัฒนาประเทศนี้ก็เท่ากับตั้งใจที่จะทำให้ชีวิตของแต่ละคน มีความปลอดภัย มีความเจริญ มีความสุข ฉะนั้นเข้าใจได้ว่าการพัฒนาทุกอย่างเป็นสิ่งที่ดี เพราะว่าจะนำมาซึ่งความสุขความเจริญและความพอใจของแต่ละบุคคลในประเทศ การพัฒนาคำเดียวนี้ก็กินความหมายมากมาย ดังที่ว่านี้ จึงประกอบด้วย

ปัจจัยหลายอย่างที่จะทำให้สำเร็จผลตามที่ต้องการความมั่นคงและความสงบของส่วนรวมเป็นอันที่หนึ่ง...” (พระบรมราชาโชวาทของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร, 2513, อ้างใน ฉัตรภากรณ์ วิวัฒน์วานิช, ม.ป.ป. หน้า 4)

เฟรดริกส์ (Fred Riggs, 1970, อ้างใน สุรพล เศรษฐบุต, 2556, หน้า 110) ได้ให้ความหมายของการพัฒนา (Development) ว่าเป็นการเจริญขึ้นของระดับองค์การทางสังคม หรืออีกนัยหนึ่งคือการทำลายรูปแบบของโครงสร้างทางสังคมแบบเก่า ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเริ่มจากการจัดระบบในส่วนบนขององค์การแล้วจึงแผ่ขยายลงสู่ส่วนล่าง และดำเนินเรื่อยไปจนครอบคลุมทั่วทั้งองค์การอย่างกลมกลืน

รามชวาร์ มิสรา (Rameshwar Misra, 1981, อ้างใน ธนรัฐชัย ผาคำ, 2559, หน้า 34) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์ที่ต้องการทำให้ดีขึ้น ซึ่งมนุษย์เป็นผู้ที่เลือกแนวทางพัฒนาด้วยตัวเอง โดยมีระยะเวลาจากช่วงหนึ่งไปหาอีกช่วงหนึ่ง

แมนนัล การ์เซีย (Mannal Garcia, 1982, อ้างใน สุรพล เศรษฐบุต, 2556, หน้า 111) ได้กล่าวถึงการพัฒนาในแง่ของการพัฒนาสังคมว่าเป็นกระบวนการที่ทั้งเป็นองค์ประกอบและไม่ใช่องค์ประกอบทางเศรษฐกิจที่มีการกระทำอย่างต่อเนื่องและมีการเปลี่ยนแปลงหลายๆ ด้าน ทั้งในด้านปริมาณ (Quantity) และด้านคุณภาพ (Quality)

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526, อ้างใน พระครูนิวิฐฐุราทร, 2552, หน้า 1) ได้ให้ความหมายการพัฒนาว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง หรือการเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า ซึ่งทิศทางที่กำหนดขึ้นนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ดีสำหรับกลุ่มหรือชุมชนที่ได้รับการพัฒนา

ปกรณ์ ปรียากร (2538, หน้า 5) กล่าวว่า การพัฒนาเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามขั้นตอนโดยธรรมชาติ อาจเป็นลักษณะของการขยายตัวการเติบโตหรือการปรับปรุงในทางที่ดีขึ้น ซึ่งการพัฒนา มีความสำคัญต่อสังคมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนาทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้การพัฒนาจึงได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างมาก และได้้นำเข้ามามีบทบาทกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

มิสรา (Misra, อ้างอิงใน ชูษณะ รุ่งปัจฉิม, 2552, หน้า 8) ให้ความหมายว่า การพัฒนาหมายถึง การพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางผลผลิต การเพิ่มรายได้ของประชาชน โดยพิจารณารวมถึงการเพิ่มรายได้ต่อหัวของประชาชนและการเพิ่มมูลค่าผลผลิตมวลรวมของประชาชาติ

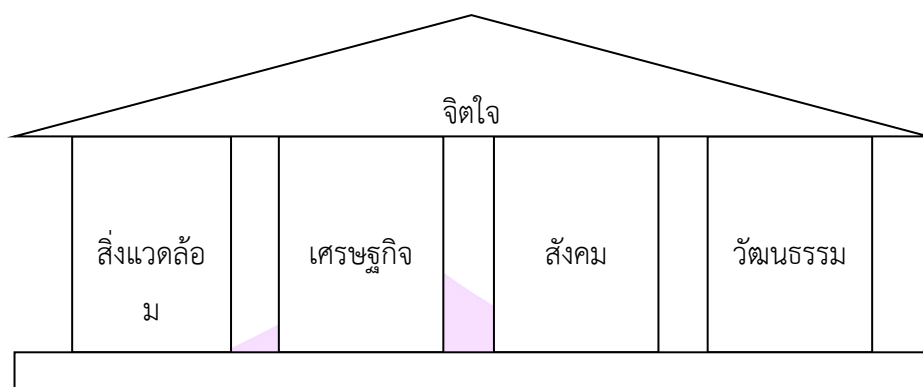
เมตต์ เมตต์การุณจิต (2556, หน้า 16) ได้กล่าวว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ดำเนินอย่างเป็นธรรมชาติ เพื่อไปสู่ความเจริญก้าวหน้าหรือความทันสมัยที่มั่นคงยั่งยืน ด้วยความชอบธรรม แต่ยังคงดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามของสังคมนั้นๆ โดยไม่ลืมรากเหง้าของตนเอง

จากความหมายของการพัฒนาข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปและให้ความหมายการพัฒนาไว้ว่า การพัฒนา หมายถึงกระบวนการหรือการกระทำที่ทำให้มั่นคง ทำให้ก้าวหน้า ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นโดยต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้นทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนั้น การพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี จะต้องมีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพในระดับแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งขณะนี้จังหวัดสุพรรณบุรียังขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ และในการวางแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้อาศัยหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนอันมีเนื้อหา ดังนี้

3.2 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความยั่งยืนเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา เนื่องจากการจะพัฒนาสิ่งใดนั้นต้องคำนึงถึงความคงทนและยั่งยืน คูเปอร์ (Cooper, 2012, หน้า 121-122) กล่าวว่า ความยั่งยืนประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การจ้างงานและการสร้างรายได้ให้ชุมชนในระยะยาว และการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการดูแลรักษาทรัพยากร อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการกำหนดขอบเขตการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ และความยั่งยืนด้านสังคม และวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตาม พยอ มธรรมบุตร (2558, หน้า 1) กล่าวว่า เสาหลักแห่งความยั่งยืนสามารถแบ่งได้เป็น 4 เสาหลัก ได้แก่ ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม ต้องครอบคลุมด้วยการพัฒนาความยั่งยืนด้านจิตใจ เนื่องจากจิตใจที่ถึงพร้อมด้วยคุณธรรมจะเป็นสิ่งควบคุมให้ทุกเสาหลักมีความยั่งยืนอย่างแท้จริง



ภาพ 5 เสาหลักแห่งความยั่งยืนของพยอ ม ธรรมบุดร

ที่มา: พยอ ม ธรรมบุดร (2558)

3.2.1 ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

บวมการ์ทเนอร์ (Baumgartner, 2008, อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546, หน้า 3) กล่าวว่า คณะกรรมาธิการโลกด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาสหประชาชาติ (UN World Commission on Environment and Development) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ใน Brundtland report เมื่อปี 1987 ว่าเป็นรูปแบบของการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง

ประทีป เมฆาติธรรม (2557, หน้า 1) ได้กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเป็นการพัฒนาที่มุ่งตอบสนองความจำเป็นของคนในยุคปัจจุบัน โดยไม่ลดขีดความสามารถในการตอบสนองความจำเป็นของมนุษย์ ดังนี้

1) การพัฒนาจะต้องถูกจำกัดโดยความสามารถทางเทคโนโลยีและองค์การทางสังคม และ ขีดความสามารถของชีวมณฑล (Biosphere) ในการดูดซับผลกระทบของกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ โดยมนุษย์จะมุ่งการพัฒนาจนเกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้ เทคโนโลยีและองค์การทางสังคมอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา แต่ต้องเป็นเครื่องมือในการควบคุมมิให้การพัฒนาเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

2) การพัฒนาต้องสามารถตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนจน ที่ต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้สมศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ และการพัฒนานี้ต้องเปิดโอกาสให้แกทุกคนในการหวังที่จะมีชีวิตที่ดีขึ้นให้เป็นจริงได้

3) เพื่อให้ทุกคนในสังคมมีส่วนร่วมรับผิดชอบในสังคมอย่างยุติธรรม พลเมืองทุกคนของประเทศจะต้องมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพและทัดเทียมกันในระดับประเทศ และประชาธิปไตยควรมีมากขึ้นในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมระหว่างประเทศ

4) วิถีชีวิตที่มั่งคั่งจะต้องอยู่ในขอบเขตของนิเวศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศตะวันตกและ ชนชั้นผู้นำประเทศกำลังพัฒนาควรลดการอุปโภคบริโภคลง

5) ขนาดของประชากรและการเพิ่มของประชากร ต้องสอดคล้องกับศักยภาพทางการผลิตของระบบนิเวศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนาที่จะต้องมีการลดประชากรไม่ให้เกินความสามารถ ในการเลี้ยงดูประชากรให้อยู่ดีกินดีและไม่อดตาย

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) (2546, หน้า 68) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การที่มนุษย์ปรับความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ (Economic) กับนิเวศน์ (Ecology) หรือระหว่างความต้องการของมนุษย์ (Human Demand) กับทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) หรือสิ่งแวดล้อม (Environment) กับการพัฒนาให้ผสมกลมกลืนกันได้อย่างเหมาะสมพอดี ซึ่งความเป็นอิสระในการปรับชีวิตตนเองของมนุษย์ให้เกิดการพัฒนาที่ประสานกลมกลืนกันไปหรือสัมพันธ์กันตลอดไปนำไปสู่ความสุขที่แท้จริงของชีวิต และยิ่งกล่าวถึงการดำรงชีวิตของมนุษย์ในทางพระพุทธศาสนาว่า พฤติกรรมในทางเศรษฐกิจของมนุษย์จะต้องไปเป็นไปในทางที่พัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมสร้างคุณภาพชีวิต โดยไม่เป็นการเบียดเบียนตนและไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคมและไม่ทำให้เสียคุณภาพของ Ecosystems หรือระบบธรรมชาติแวดล้อม เนื่องจากว่าการดำรงอยู่ของมนุษย์มีองค์ประกอบ 3 อย่าง ได้แก่ มนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ทั้ง 3 อย่างนี้ต้องเป็นไปโดยสัมพันธ์กัน ในระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์จะต้องประสานเกื้อกูลกัน เดินไปด้วยกัน ต่างฝ่ายต่างเอื้อเพื่ออีกกัน

ในขณะที่ มิ่งขวัญ คงเจริญ (2553, หน้า 18) สรุปได้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการสร้างสมดุลของการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมอย่างสมดุลบนพื้นฐานของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกกลุ่ม ความเอื้ออาทร สร้างความเสมอภาค ความยุติธรรม ในการจัดการของชุมชนเพื่อความสามารถในการพึ่งตนเอง และคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างเท่าเทียม

ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืน จึงหมายถึง การพัฒนาที่เป็นการพัฒนาการโดยทำให้เกิดองคร่วม มีการบูรณาการในเรื่องธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมเข้าด้วยกันอย่างสมดุลอันก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้ มนุษย์มีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคมไม่มีปัญหา โดยไม่ก่อให้เกิดทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3.2.2 วิวัฒนาการของการพัฒนาที่ยั่งยืน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2546, หน้า 2-3) กล่าวถึงวิวัฒนาการของแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเริ่มเข้ามามีบทบาทในกระแสการพัฒนาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 ที่องค์การสหประชาชาติ (United Nation : UN) ได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดว่าด้วยสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (Human Environment) ณ กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งเรียกร้องให้ทั่วโลกคำนึงถึงผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย ผลจากการประชุมดังกล่าวทำให้ทั่วโลกสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมกันอย่างกว้างขวาง

ต่อมาในปี พ.ศ. 2526 สหประชาชาติได้จัดตั้งสมัชชาโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development หรือ Brundtland Commission) เพื่อศึกษาในเรื่องการสร้างสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนา และได้เรียกร้องให้ชาวโลกเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตที่ฟุ่มเฟือยเพื่อให้สอดคล้องกับข้อจำกัดของธรรมชาติ รวมทั้งได้เสนอว่ามนุษยชาติสามารถที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

การพัฒนาที่ยั่งยืนได้รับความสำคัญมากยิ่งขึ้น เมื่อสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (UN Conference on Environment and Development : UNCED) หรือการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อปี พ.ศ. 2535 การประชุมในครั้งนี้ ผู้แทนของ 178 ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ได้รวมลงนามรับรองแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ซึ่งถือเป็นแผนแม่บทของโลกที่ประเทศสมาชิกต้องตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและเห็นความสำคัญที่จะต้องร่วมกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นในโลก

ต่อมาสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Summit on Sustainable Development : WSSD) ขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ที่นครโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ เมื่อปี พ.ศ. 2545 ซึ่งได้นำไปสู่พันธกรณีของประเทศสมาชิกราว 180 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยที่จะต้องสานต่อแผนปฏิบัติการ 21 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนที่กว้างขวางและมีผลในทางปฏิบัติมากยิ่งขึ้นโดย (1) กำหนดให้ประเทศสมาชิกจะต้องบรรลุข้อตกลงในการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals : MDGs) ร่วมกันให้สำเร็จภายในปี พ.ศ.2558 (2) ประเทศสมาชิกควรมุ่งส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพทุนมนุษย์ (Human Capacity Building) ซึ่งได้แก่ การพัฒนาด้านการศึกษาและการจัดหาบริการด้านสุขภาพอนามัยให้ประชาชนอย่างทั่วถึง และ (3) เสริมสร้างจิตสำนึกเพื่อกระตุ้นให้ประชากรทั่วโลกตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่

ยั่งยืน โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมของแต่ละประเทศ ต้องร่วมกันเป็นหุ้นส่วน เพื่อการพัฒนาและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหรืออุตสาหกรรมที่ใช้สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมเป็นทุน เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้และเกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ซึ่งการพัฒนาและการวางแผนด้านการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความมั่นคงทางสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งต้องเป็นไปในทิศทางของการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น ผู้วิจัยจะนำหลักการการพัฒนาที่ยั่งยืนไปใช้ประกอบการสร้างแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและเพื่อสนองต่อแผนปฏิบัติการ 21 ของสหประชาชาติ ที่ประเทศไทยในฐานะประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตาม

3.3 ทฤษฎีบูรณาการและการมีส่วนร่วม

สืบเนื่องจากการสร้างแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน ในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวางแผนยุทธศาสตร์ที่บูรณาการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว อันจะต้องคำนึงถึงการบูรณาการความยั่งยืน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และจิตใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีบูรณาการและการมีส่วนร่วม ดังนี้

3.3.1 การบูรณาการ (Integration)

การบูรณาการ หมายถึง การทำให้หน่วยย่อยๆ ทั้งหลายที่สัมพันธ์อิงอาศัยซึ่งกันและกันเข้ามา รวมทำหน้าที่ประสานกลมกลืนเป็นองค์รวมหนึ่งเดียวให้มีความครบถ้วน สมบูรณ์ในตัวการบูรณาการจะนำหน่วยย่อยหน่วยหนึ่งมารวมเข้าในองค์รวมที่มีหน่วยย่อยอื่นอยู่แล้วก็ได้ หรือจะเอาหน่วยย่อยทั้งหลายที่แยกกันอยู่มารวมเข้าด้วยกันเป็นองค์รวมก็ได้ ซึ่งเรียกว่าการบูรณาการทั้งสิ้น แต่ข้อสำคัญจะต้องมีตัวยึดที่เป็นหลักอยู่ 3 อย่างในเรื่องบูรณาการ คือ (1) มีหน่วยย่อยองค์ประกอบ ชิ้นส่วน อวัยวะ หรือชั้น ระดับ แง่ ด้านที่จะเอามาประมวลเข้าด้วยกัน ซึ่งเรียกว่าหน่วยย่อย สิ่งย่อย หรือส่วนย่อย (2) หน่วยย่อยที่นำมาประมวลเข้าด้วยกันนั้นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงอิงอาศัยซึ่งกันและกัน อาจรวมไปถึงลักษณะที่ยึดหยุ่นปรับตัวได้หรือมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา (3) เมื่อรวมเข้าด้วยกันแล้วก็จะเกิดความครบถ้วน เต็มบริบูรณ์ โดยมีความประสานกลมกลืน เกิดภาวะได้ที่ พอดี หรือสมดุล ดำรงอยู่และดำเนินไปด้วยดีอันเป็นภาวะของบูรณาการ (สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรีศึกษาแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้, 2543 หน้า 1)

การบูรณาการ หมายถึง การประสานกลมกลืนกันของแผน กระบวนการ สารสนเทศ การจัดสรรทรัพยากร การปฏิบัติการ ผลลัพธ์ และการวิเคราะห์ เพื่อสนับสนุน เป้าประสงค์ที่สำคัญขององค์กร การบูรณาการที่มีประสิทธิผลเป็นมากกว่าความสอดคล้องไป ในแนวทางเดียวกัน และจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อการดำเนินการของแต่ละองค์ประกอบภายใน ระบบการจัดการผลการดำเนินการมีความเชื่อมโยงกันเป็นหนึ่งเดียวอย่างสมบูรณ์(คณะ แพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล, 2555, หน้า 1)

อย่างไรก็ตาม เดนนิธ วิลเบอร์ (Kenneth Earl Wilber Jr.) นักปรัชญา นักจิตวิทยา และนักทฤษฎีคนสำคัญของโลก ได้พัฒนาแนวคิดจนกระทั่งเป็นทฤษฎีบูรณาการ ซึ่งกล่าวถึง กระบวนการมองอนาคต ซึ่งความสำคัญจะอยู่ที่การรับข่าวสารข้อมูลจากสิ่งแวดล้อม (Environmental Scanning) อันประกอบด้วย STEEP analysis นั่นคือ ความถึงพร้อมด้วย 5 องค์ประกอบ คือ Social (สังคม) Technology (เทคโนโลยี) Environment (สิ่งแวดล้อม) Economics (เศรษฐกิจ) และ Politics (การเมือง) Wilber เห็นว่าเพราะความต้องการเป็นเลิศทางวิชาการ ทำให้ ศาสตร์ต่างๆ ถูกแยกส่วน กระจัดกระจาย แยกแขนง จนหลายกรณีได้กลับกลาย เป็นว่าหา แก่นสารสาระไม่ได้ ทั้งๆ ที่บรรดาสรรพศาสตร์ล้วนมาจากรากเหง้าเดียวกันจึงต้องประสานเป็น เครือข่ายที่โยงใยกันในลักษณะ "สหวิทยาการ" (Integrated Science) และจะต้องหลอมรวมกัน ในเชิงบูรณาการโดยแท้ Wilber ยังมีความเห็นอีกว่า จิตใจคือหลักฐานสำคัญเพียงสิ่งเดียวของ จิตวิญญาณ Wilber จึงได้เสนอการผนวก จิต-พฤติกรรม-วัฒนธรรม-สังคม เข้าด้วยกันในรูป ของ "กระบวนการทัศน์เชิงบูรณาการ" (Integral Paradigm of Ken Wilber) (ประจวบ ผลิตผลการ พิมพ์, ม.ป.ป., หน้า 1-2)

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายและแนวคิดของผู้พัฒนาทฤษฎีบูรณาการ สรุปได้ ว่า การบูรณาการ (Integration) หมายถึง การทำให้สิ่งต่างๆ ที่สัมพันธ์อิงอาศัยซึ่งกันและกันเข้า มาร่วมทำหน้าที่ประสานกลมกลืนเป็นองค์รวมหนึ่งเดียวให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ในตัว ซึ่ง การบูรณาการเป็นมากกว่าการทำให้สอดคล้อง ไปในแนวทางเดียวกัน เพราะต้องมีการ ดำเนินการของแต่ละองค์ประกอบภายในอย่างเชื่อมโยงและเป็นหนึ่งเดียวอย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ บรรดาสรรพศาสตร์ล้วนมาจากรากเหง้าเดียวกัน จึงจำเป็นต้องประสานเป็นเครือข่ายที่โยงใยกัน และหลอมรวมกัน นอกจากนี้ จิตใจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อให้เกิดการผนวกบูรณาการ โดยแท้ ดังนั้น แนวทางการบูรณาการอย่างยั่งยืน จึงมีองค์ประกอบ หรือเสาหลัก 3 ประการ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยต้องครอบคลุมด้วยจิตใจเพื่อให้เกิด การบูรณาการที่สมบูรณ์

ในการวิจัยในครั้งนี้ นอกจากจะส่งเสริมการบรรณาการ 5 เสาหลักแห่งความยั่งยืน ครอบคลุมด้วยจิตใจ แต่ยังมีมุ่งเน้นการบรรณาการการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่งเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม ดังนี้

3.3.2 การมีส่วนร่วม (Participation)

เสริมศักดิ์ ยิ้มน้อย (2558, หน้า 1) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็นการเข้าไปเกี่ยวข้องของทางความคิด จิตใจ อารมณ์ และทางกาย การมีส่วนร่วมมีความหมายมากกว่าการเป็นส่วนหนึ่ง เนื่องจากการมีส่วนร่วม มีความหมายทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ครอบคลุมทั้งมิติด้านความสามารถ เวลา และโอกาสที่จะมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมเป็นการกระทำ จึงมีทั้งผู้กระทำ ผู้ถูกกระทำหรือผู้รับ และสาธารณชนผู้เป็นบริบทของการกระทำ ทั้งนี้ เสริมศักดิ์ยังได้อธิบายถึงการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนว่าหมายถึง การมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมลงมือการปฏิบัติ ร่วมประเมินผล และร่วมกับประโยชน์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา มิได้หมายถึงการให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาของรัฐตามที่รัฐกำหนด แต่หมายถึงการให้ประชาชน กลุ่ม ชุมชน ร่วมกันคิด และตัดสินใจ กำหนดทิศทางการพัฒนาการดำรงชีวิต ร่วมปฏิบัติตามแผนของกลุ่มหรือของชุมชนและรับประโยชน์ร่วมกันโดยรัฐเป็นเพียงผู้สนับสนุน

วันชัย วัฒนศัพท์ (2546, หน้า 1) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทางจิตวิทยาเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือผู้ที่เข้ามามีส่วนรวมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็นถูกรับฟังและนำไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาเครือข่าย และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุดวันชัยยังได้กล่าวอีกว่า การมีส่วนร่วมจะนำไปสู่การตัดสินใจอย่างมีคุณค่าและอย่างชอบธรรม และต้องเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Meaningful Participations) มิใช่วางระบบไว้ให้ดูเหมือนว่าได้จัดกระบวนการ ให้มีส่วนร่วมแล้วเท่านั้น ถ้าการตัดสินใจที่เกิดจากการมีส่วนร่วมมีความสมเหตุสมผลและชอบธรรมก็ต้องนำไปปฏิบัติ แต่ถ้าผู้มีอำนาจเห็นว่าการตัดสินใจนั้นไม่เหมาะสม ขัดกับการตัดสินใจของการมีส่วนร่วมก็ต้องอธิบายได้โดยมีมาตรฐานแห่งความชอบธรรมที่จะเลือกตัดสินใจเช่นนั้น โดยที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับได้

คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2557, หน้า 1-2) ได้อธิบายถึงการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการที่ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องมีโอกาสเข้าร่วมในกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆ ของการบริหาร ตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลการปฏิบัติงาน การร่วมแสดงทัศนคติ ความคิดเห็น การรวมเสนอปัญหาและความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น การร่วมคิดแนว

ทางแก้ไขปัญหา การร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การร่วมในการดำเนินการ และการร่วมติดตาม ประเมินผล รวมทั้ง การร่วมรับผลประโยชน์จากการพัฒนา ซึ่งการมีส่วนร่วมในทางวิชาการมี หลากหลายตัวแบบหลากหลายตัวแบบของสมาคมการมีส่วนร่วมสากล เรียกว่า Public Participation Spectrum แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1) ระดับที่ 1 การมีส่วนร่วมในระดับให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform) : เป็นการให้ ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ เป็นระดับการมีส่วนร่วม ที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมน้อยที่สุด แต่ถือว่าเป็นขั้นพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและมีความสำคัญมาก โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง ทันสมัย และประชาชนเข้าถึงได้

2) ระดับที่ 2 การมีส่วนร่วมในระดับการปรึกษาหารือ (To Consult) : เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และแสดงความคิดเห็น รวมทั้งข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการดำเนินการ การปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐอย่างอิสระและเป็นระบบ โดย หน่วยงานภาครัฐจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทั้งเป็นทางการและไม่ เป็นทางการ และนำข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และประเด็นที่ประชาชนเป็นห่วงไปเป็นแนวทาง ในการปรับปรุงนโยบาย หรือพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานและประกอบการตัดสินใจ

3) ระดับที่ 3 การมีส่วนร่วมในระดับให้เข้ามามีส่วนร่วม (To Involve) : เป็นลักษณะ ที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจ ซึ่งมีการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลระหว่างรัฐกับประชาชนอย่างจริงจังและมีจุดมุ่งหมายชัดเจน โดยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การวางแผนงานโครงการและวิธีการ ปฏิบัติงาน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่จัดระบบอำนวยความสะดวกและยอมรับการ เสนอแนะ และมีการตัดสินใจร่วมกับภาคประชาชน การมีส่วนร่วมระดับนี้อาจดำเนินการในรูปแบบ กรรมการที่มีตัวแทนภาคประชาชนเข้าร่วม

4) ระดับที่ 4 การมีส่วนร่วมในระดับสร้างความร่วมมือ (To Collaborate) : เป็นการให้ ความสำคัญกับบทบาทของประชาชนในระดับสูง โดยมีเป้าหมายสำคัญอยู่ที่การเป็นหุ้นส่วนกับ ประชาชนในทุกขั้นตอน ของการตัดสินใจ ตั้งแต่การระบุปัญหา พัฒนาทางเลือก และแนวทาง แก้ไข รวมทั้งการเป็นภาคีในการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นการมีส่วนร่วมใน ระดับนี้ คือ การที่ภาครัฐสัญญากับประชาชนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน ร่วมกันและนำแนวคิดใหม่ๆ หรือข้อเสนอแนะของประชาชนมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ ตัดสินใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งความคิดเห็นของประชาชนจะสะท้อนออกมาจากผลของ การตัดสินใจที่ค่อนข้างสูง

5) ระดับที่ 5 การมีส่วนร่วมในระดับเสริมอำนาจประชาชน (To Empower) : ระดับการมีส่วนร่วมที่ประชาชนมีบทบาทในระดับสูงสุด โดยเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทในการเป็นผู้ตัดสินใจ ซึ่งผลการตัดสินใจมีผลผูกพันให้หน่วยงานภาครัฐจะต้องดำเนินการตามการตัดสินใจของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับสูงสุดนี้เน้นให้ประชาชนมีบทบาทในการบริหารจัดการโดยเป็นผู้ดำเนินการกิจ และภาครัฐมีหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น

ทั้งนี้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน ภาคประชาชน ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ อันได้แก่ ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว ควรมีส่วนร่วมกับทางภาครัฐในระดับที่ 4 ซึ่งเป็น ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในระดับสร้างความร่วมมือ (To Collaborate) เพื่อให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้ ในการมีส่วนร่วมของการวางแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์หรือแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวต้องบูรณาการการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ในการตัดสินใจ (Decision Making) การวางแผน (Planning) การปฏิบัติการ (Implementation) และการประเมินผล (Evaluation) ซึ่งการวางแผนยุทธศาสตร์มีแนวความคิดดังต่อไปนี้

4. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์

เนื่องด้วยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการกำหนดยุทธศาสตร์ซึ่งเป็นการวางแผนยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยได้ศึกษาทั้งการวางแผนยุทธศาสตร์ทั่วไปและ การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

4.1 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์และขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์

สุชาติ อังศุจินดา (2544, หน้า 57) ได้กล่าวว่า ยุทธศาสตร์เป็นคำที่มีความหมายเช่นเดียวกับกับคำว่า กลยุทธ์หรือแผน (Plan) ซึ่งรวมถึงกลวิธี (Tactics) หรือแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่ การเปลี่ยนแปลง การบรรลุจุดประสงค์หรือเป้าหมายของงานหรือองค์การที่กำหนดไว้

เฉลียว บุรีภักดี (2548, หน้า 2) กล่าวถึงแผนยุทธศาสตร์ว่าหมายถึง แผนการหรือวิธีการอันชาญฉลาด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างหนึ่งอย่างใด ซึ่งเป็นเป้าหมายที่ยาก ไม่อาจบรรลุได้ด้วยวิธีธรรมดาที่คนทั่วไปรู้อยู่แล้ว โดยต้องประกอบขึ้นจากศาสตร์ย่อยๆ มาประกอบกันเป็น

ศาสตร์อีกข้อหนึ่ง ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อยืนยันได้ว่าจะสามารถบรรลุจุดหมายของงานได้จริง

ในขณะที่สมพงษ์ จัยศิริ และเชาว์ โรจนแสง (2545, หน้า 67) ได้ให้ความหมายถึง การวางแผนยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการปฏิบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ เป็นหน้าที่การบริหารอย่างหนึ่งของผู้บริหารองค์การ

ยุทธศาสตร์ หมายถึง วิธีการดำเนินงานที่มั่นใจได้ว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การพยอม ธรรมบุตร (2549) เป็นวิถีทาง (Means) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในระยะยาว (Long-Term Objectives) เป็นแผนของผู้บริหารระดับสูงที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ต่างๆ ที่สอดคล้องกับภารกิจ และเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับ ยุวดี นิรัตน์ตระกูล (2557) ที่อธิบายว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง การวางแผนสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ใน กรอบระยะเวลาที่ต้องการทั้งนี้เพื่อกระบวนการการตัดสินใจอันซับซ้อนซึ่งเชื่อมโยงวัตถุประสงค์หรือ จุดหมายสุดท้าย(Ends) เข้ากับ วิธีหรือหนทาง(Ways) และวิธีการหรือเครื่องมือ(Means) ที่จะทำให้อบรรลุวัตถุประสงค์สอดคล้องกับ สุมิตร สุวรรณ (2554) อธิบายว่ายุทธศาสตร์ หมายถึงแนวทางหรือมาตรการเชิงรุกเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ หรือเป็นวิธีการหรือแผนการที่คิดขึ้นอย่างรอบคอบมีลักษณะขั้นตอนมีความยืดหยุ่นพลิกแพลงได้ตามสถานการณ์มุ่งหมายเพื่อเอาชนะแข่งขัน หรือเพื่อหลบหลีกอุปสรรคต่างๆจนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2539) อธิบายความหมายของแผนยุทธศาสตร์ไว้ ดังนี้ (1) เป็นเอกสารที่ระบุวิสัยทัศน์ภารกิจและกลยุทธ์ต่างๆ ในการดำเนินงานขององค์กรหนึ่งๆ (2) เป็นแผนระยะยาวที่จะบอกถึงทิศทางดำเนินงานขององค์กรสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการประสาน และกำกับติดตามการดำเนินงานในส่วนงานต่างๆขององค์กรให้เป็นไปตามในทิศทางและจังหวะเวลาที่สอดคล้องกัน และ (3) เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นจากการวิเคราะห์สภาพการณ์ภายนอกและภายในองค์กร เพื่อคาดคะเนแนวโน้มของสถานการณ์และกำหนดแนวทางการดำเนินการขององค์กรให้สอดคล้องเหมาะสมกับแนวโน้มของสถานการณ์ดังกล่าวพร้อมนี้ได้ให้ความหมายของกระบวนการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ว่าเป็นกระบวนการในการบริหาร เพื่อบรรลุภารกิจขององค์กรอยู่บนแนวคิดที่ว่าองค์กรไม่ได้เป็นเอกเทศด้วยตนเองแต่อยู่ภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสภาพแวดล้อมที่มากกระทบกับองค์กรนั้นบางปัจจัยเป็นโอกาสบางปัจจัยเป็นภัยคุกคาม นอกจากนี้องค์กรเองต้องกำหนดทิศทางขององค์กรด้วย เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ให้ชัดเจนมากขึ้นกระบวนการบริหารเชิงยุทธศาสตร์แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ (1) การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Formulation) เป็นการกำหนด

วิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดค่าเป้าหมายแผนภาพยุทธศาสตร์ (2) การนำไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Control) เป็นการกำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน และการทบทวนสถานการณ์เพื่อปรับแต่งยุทธศาสตร์

ส่วนในด้านแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ยุวดี นิรัตน์ตระกูล (2557) ได้อธิบายยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวว่าเป็นการกำหนดทิศทางหรือหนทาง (Way) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่หนึ่งให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกในยุคโลกาภิวัตน์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และดำเนินถึงปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สุขภาพการชนชาติ มรดกทางวัฒนธรรม

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์เป็นวิธีการหรือแนวทางซึ่งรวมถึงกลวิธีในการใช้ศาสตร์และศิลปะในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การบรรลุจุดประสงค์หรือเป้าหมายของงานหรือองค์กร ที่กำหนด ส่วนการวางแผนยุทธศาสตร์เป็นการวางแผนอย่างเป็นกระบวนการและขั้นตอนในการคิดและกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบายขององค์กรเพื่อให้องค์กรปรับการทำงานให้สามารถมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุดสู่ความสำเร็จหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4.1.1 ความสำคัญของการวางแผนยุทธศาสตร์

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2552, หน้า 20) กล่าวว่า การวางแผนยุทธศาสตร์มีประโยชน์ต่อองค์กร 4 ประการ คือ

1) กำหนดทิศทางขององค์กร (Set Direction) การวางแผนยุทธศาสตร์ช่วยให้ผู้บริหารเกิดความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงและมีวิสัยทัศน์ต่ออนาคต ทำให้สามารถกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

2) สร้างความสอดคล้องในการปฏิบัติ (Harmony) การวางแผนยุทธศาสตร์ทำให้เกิดวิสัยทัศน์และความเข้าใจร่วมกันในวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรและการดำเนินงานเป็นเอกภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

3) สร้างความพร้อมให้แก่องค์กร (Provide Readiness) การศึกษา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการกำหนดกลยุทธ์ ช่วยให้ผู้บริหารและสมาชิกขององค์กรเกิดความเข้าใจในภาพรวมและศักยภาพขององค์กร ตลอดจนอิทธิพลของปัจจัยแวดล้อมที่มีต่อองค์กร ทำให้องค์กรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงหรือความท้าทายของสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น

4) สร้างประสิทธิภาพในการแข่งขัน (Improve Competitive Efficiency) การวางแผน ยุทธศาสตร์จะช่วยพัฒนาความสามารถของผู้บริหาร ขณะเดียวกันช่วยเตรียมความพร้อมและ พัฒนาดัชนีภาพแก่สมาชิก และช่วยสร้างความเข้าใจและแนวทางการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมและคู่แข่ง ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าใจในภาพรวม ความต้องการขององค์กร และความสามารถในปัจจุบันขององค์กร จึงทำให้สามารถจัดลำดับความสำคัญในการดำเนินงาน และเป้าหมาย

ส่วนพริยะ ผลพิรุฬห์ (2552, หน้า 3-4) กล่าวถึงความสำคัญของการวางแผน ยุทธศาสตร์ว่า มีดังต่อไปนี้

1) ช่วยให้ผู้บริหารตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เห็นโอกาสใหม่ๆ เห็นข้อจำกัดที่อาจ เกิดขึ้น ทำให้องค์กรสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้ดีกว่า องค์กรอื่น

2) ทำให้มีทิศทางในการดำเนินองค์กรที่ชัดเจน เห็นถึงแนวทางที่องค์กรต้อง ปฏิบัติ

3) ทำให้องค์กรสามารถสร้างผลตอบแทน (Returns) ที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ด้วยการ สร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) และรักษาข้อได้เปรียบได้

4) ยกระดับขององค์กรให้สามารถบรรลุประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ การมีต้นทุน การดำเนินการที่ต่ำลง และการมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) ซึ่งหมายถึงการบริหารงานให้ บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

5) ช่วยให้ผู้บริหารมีการทำงานแบบเชิงรุก (Proactive) คือ สามารถคาดการณ์ เหตุการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายรับ (Reactive and Defensive)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การวางแผนยุทธศาสตร์มีความสำคัญต่อองค์กรอย่าง มาก โดยเฉพาะผู้บริหาร ในการวางแผนการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในเรื่องของการกำหนด ทิศทางขององค์กร ทำให้บุคคลในองค์กรสามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานให้เกิดผลสำเร็จ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสามารถนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมกับ สถานการณ์สำคัญ โดยสามารถคาดการณ์เหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อ องค์กรได้และสามารถนำกลยุทธ์มาใช้ได้อย่างเหมาะสม

4.1.2 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นสิ่งที่ผู้บริหารจะต้องรู้จักวิธีการดำเนินการ หรือ กระบวนการในการบริหารว่าจะต้องทำเช่นไร และควรจะเริ่มตรงที่ใด เพื่อที่จะให้การวางแผน ยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ

สุดใจ วันอุดมเดชาชัย (2556, หน้า 19) กล่าวถึง องค์ประกอบพื้นฐานของ กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ สามารถแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1) การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Environmental Scanning) การตรวจสอบ สภาพแวดล้อมหรือการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันในด้านต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินงานขององค์การ โดยเริ่มจากการตรวจสอบการประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและ ภายนอกขององค์การ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการระบุถึงปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Factors) โดยปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวกำหนดขนาดขององค์การ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายนอก (External Environment) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยตัวแปร 2 ตัว คือ โอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นการ วิเคราะห์ ตัวแปร 2 ตัวแปร คือ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ปัจจัย สภาพแวดล้อมภายในองค์การประกอบด้วย โครงสร้างองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และ ทรัพยากรองค์การ

2) การกำหนดยุทธศาสตร์ หมายถึง การจัดทำแผนระยะยาว เพื่อให้การบริหารมี ประสิทธิภาพ โดยเหมาะสมกับโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ รวมทั้งจุด อ่อน จุดแข็งจากสภาพแวดล้อมภายในองค์การ การกำหนดยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย การกำหนด พันธกิจขององค์การ การกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจงที่ต้องการบรรลุผลสำเร็จ การพัฒนายุทธศาสตร์ และการกำหนดนโยบาย เพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการดำเนินงาน

3) การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) หมายถึง กระบวนการ ดำเนินงานที่นำยุทธศาสตร์และนโยบายที่กำหนดไว้แล้วมาปฏิบัติด้วยการพัฒนาจัดทำโปรแกรม การดำเนินงาน งบประมาณ และวิธีการดำเนินงาน กระบวนการดำเนินงานดังกล่าวอาจนำมา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์การ โครงสร้างองค์การ และระบบการจัดการทั่วทั้งองค์การ โดยทั่วไป

4) การควบคุมและการประเมินผล (Evaluation and Control) การควบคุมและการ ประเมินผลยุทธศาสตร์ เป็นกระบวนการที่องค์การใช้ในการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานทั้ง องค์การ โดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับผลการดำเนินงานที่ต้องการ

วันชัย มีชาติ (2557, หน้า 118) ได้กล่าวถึงกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ จะประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ จำนวน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดพันธกิจขององค์การ (Mission Determination) เป็นการกำหนดว่า องค์การจะมีภารกิจใด เป็นการตอบคำถามว่าองค์การตั้งขึ้นมาเพื่อทำอะไร การกำหนดภารกิจ ขององค์การจะเป็นการกำหนดสภาพแวดล้อมขององค์การว่ามีสภาพแวดล้อมแบบใด พันธกิจของ

องค์การสามารถพิจารณาได้จากพระราชบัญญัติจัดตั้งหน่วยงานในองค์การราชการในภาคเอกชน พันธกิจขององค์การอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริหาร แต่สำหรับองค์การภาครัฐหรือหน่วยงานราชการ การเปลี่ยนแปลงพันธกิจ กระทำได้ยากเพราะต้องเกี่ยวข้องกับกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงพันธกิจอาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ทำให้ล่าช้าและเปลี่ยนแปลงยาก นอกจากนี้งานราชการเป็นงานบริการสังคมที่มีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะ และการบังคับใช้กฎหมายทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงพันธกิจได้ ซึ่งการกำหนดพันธกิจในหน่วยงานภาครัฐจะเป็นการทบทวนอำนาจหน้าที่ตลอดจนขอบเขตของอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ การวางแผนยุทธศาสตร์จะให้ความสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อที่จะสามารถติดตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการวางแผนยุทธศาสตร์เป็นการวิเคราะห์เพื่อนำมากำหนดยุทธศาสตร์ขององค์การให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยจะวิเคราะห์สภาพแวดล้อมใน 2 ส่วนคือ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ

3) การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ที่กำหนดในแผนยุทธศาสตร์จะต้องสอดคล้องกับภารกิจขององค์การ โดยวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นต้องมีลักษณะที่สำคัญ คือ มีความเฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจน (Specific) สามารถวัดได้ (Measurable) เป็นที่ยอมรับและเห็นพ้องต้องกันในหมู่ผู้เกี่ยวข้อง (Agreeable) สามารถปฏิบัติได้หรือเป็นจริงได้ (Realistic) มีระยะเวลาที่กำหนดไว้ (Time-frame) เรียกว่า SMART – Goal ซึ่งมีลักษณะของความท้าทายแต่สามารถบรรลุได้ไม่ยากหรือง่ายจนเกินไป เพราะวัตถุประสงค์ ที่ยากเกินไปผู้ปฏิบัติจะไม่ยอมปฏิบัติ เนื่องจากทำเต็มที่แล้วยังไม่สำเร็จเพราะเป้าหมายสูงและยากเกินไป ส่วนวัตถุประสงค์ที่ง่ายเกินไปคนก็จะไม่ตั้งใจ เพราะทำงานสบายๆ ก็ได้ผลตามที่ตั้งไว้ วัตถุประสงค์ควรบันทึกหรือเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร

4) การกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์การเป็นการกำหนดแผนจากการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ โดยยุทธศาสตร์จะประกอบด้วยแผน 3 ระดับ คือ ยุทธศาสตร์ในระดับองค์การโดยรวมเรียกว่า Corporate Level ยุทธศาสตร์ในระดับหน่วยงานย่อยหรือระดับหน่วยธุรกิจ เรียกว่า Business Level และระดับแผนปฏิบัติการ เรียกว่า Operational Level โดยแผนยุทธศาสตร์แต่ละระดับจะต้องมีความสัมพันธ์สอดคล้องและเป็นไป ในทิศทางเดียวกัน หากการกำหนดยุทธศาสตร์มีความชัดเจนและเชื่อมโยงกันดีจะทำให้การปฏิบัติงานขององค์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามที่องค์การวางไว้

5) การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การอย่างมาก เป็นกระบวนการในการทำงานขององค์การ และเกี่ยวข้องกับการบริหารองค์การในมิติต่างๆ เช่น โครงสร้างขององค์การ ระบบการนำในองค์การ ระบบการติดต่อสื่อสารและการควบคุมในองค์การ ระบบทรัพยากรบุคคลขององค์การ รวมถึงระบบการผลิตขององค์การ ซึ่ง ตัวแปรเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยในการปฏิบัติงานขององค์การทั้งสิ้น

ในส่วนของพิบูล ทีปะपाल (2551, หน้า 12-19) ได้อธิบายถึงขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Environment Level Strategy) เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อระบุปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Factors) ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่กำหนดอนาคตขององค์การ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการวิเคราะห์ตัวแปร 2 ตัว ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งอยู่ภายนอกองค์การไม่สามารถควบคุมได้ในระยะสั้นและเป็นปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีผลกระทบต่อองค์การโดยตรง ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเป็นการวิเคราะห์ภายในอีกสองตัว ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ขององค์การซึ่ง ประกอบด้วย โครงสร้าง วัฒนธรรม และทรัพยากร

2) การกำหนดพันธกิจ (Mission) เป็นการกำหนดความมุ่งหมายหรือผลที่องค์การจัดตั้งขึ้นมา พันธกิจจะบอกถึงความมุ่งหมายพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนที่ทำให้องค์การมีความแตกต่างจากองค์การอื่น

3) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นการกำหนดเป้าหมายที่องค์การต้องการที่จะบรรลุซึ่งควรกำหนดรูปแบบของปริมาณหรือตัวเลขที่ชัดเจนที่สามารถวัดได้

4) การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy) เป็นการกำหนดแผนแม่บทเพื่อให้เห็นว่าองค์การจะดำเนินการอย่างไรเพื่อให้บรรลุพันธกิจและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ กลยุทธ์จะเป็นการนำข้อได้เปรียบทางการแข่งขันมาใช้มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันจะลดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันให้เหลือน้อยที่สุด

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เป็นแนวทางหรือวิธีดำเนินงาน เพื่อไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ หรือเป็นแผนปฏิบัติการของแต่ละองค์การและมีวิธีการวางแผนจัดการเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

หลังจากการวางแผนยุทธศาสตร์จึงต้องมีการประเมินแผนยุทธศาสตร์ก่อนการนำไปใช้จริง ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดการประเมินแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

4.1.3 การประเมินแผนยุทธศาสตร์

สุวิมล ติรกาพันธ์ (2551, หน้า 37-39) ได้สรุปถึงการกำหนดประเด็นในการประเมินโครงการ จะพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

1) พิจารณาวัตถุประสงค์ของโครงการ เป็นการนำวัตถุประสงค์มากำหนดเป็นประเด็นในการประเมิน หากขั้นตอนการจัดทำนโยบายและแผนเป็นไปตามขั้นตอน การประเมินสามารถที่จะกำหนดประเด็นในการประเมินได้ตามกิจกรรม เป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และจุดมุ่งหมายตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประเมินต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของ โครงการก่อนที่จะเริ่มกำหนดประเด็นในการประเมิน

2) พิจารณาความต้องการของผู้ใช้ผลการประเมิน ผู้ใช้ผลการประเมิน ได้แก่ ผู้ให้ทุน ผู้มีหน้าที่จัดทำนโยบาย ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับต้น เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ ลักษณะของสิ่งที่คุณแต่ละระดับต้องการทราบจะแตกต่างกันออกไป เช่น เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการต้องการทราบเพียงว่าผลที่ได้ (Output) เป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ในขณะที่ผู้บริหารระดับสูงต้องการทราบมากกว่าผลที่ได้ อาจต้องการทราบถึงคุณภาพของการดำเนินโครงการตั้งแต่ต้นจนจบ ความพอใจของผู้รับบริการนั้น งบประมาณที่ใช้ตลอดจนผลกระทบ ที่ไม่คาดหวังอันเนื่องมาจากโครงการ ซึ่งปัญหาที่พบ คือ (1) ผู้ใช้แต่ละระดับจะมีคำถามหรือประเด็นที่ต้องการประเมินแตกต่างกันไปตามภาระหน้าที่ที่ตนมีอยู่ จนทำให้สับสนเป้าหมายที่แท้จริง และ (2) การที่แต่ละฝ่าย มีประเด็นที่แตกต่างกัน หากมีผู้ใช้หลายฝ่ายทำให้การประเมินประนีประนอมระหว่างฝ่ายต่างๆ ทำได้ยาก และการประเมินที่ละประเด็นเป็นสิ่งที่ทำไม่ได้ เนื่องจากโครงการมีระยะเวลาการทำงานที่แน่นอน มีการกำหนดจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดการประเมินทุกประเด็นในคราวเดียวกัน จะเหมาะสมมากกว่า เพราะผู้ประเมินสามารถวางแผนและออกแบบการประเมินได้ สอดคล้องกัน

3) พิจารณาจากประสบการณ์ของผู้ประเมิน หากผู้ประเมินมีประสบการณ์ด้านการประเมินมาก จะทำให้สามารถระบุถึงประเด็นการประเมินโครงการแต่ละประเภทได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้โดยได้รับความเห็นชอบของผู้ใช้ผลการประเมิน อย่างไรก็ตามการกำหนดประเด็นที่ต้องการประเมินจากประสบการณ์ของผู้ประเมิน ยังมีปัญหาดังนี้ (1) วิสัยทัศน์ของผู้ประเมินว่าเป็นคนมองภาพงานลักษณะทั้งระบบหรือเป็นคนมองภาพงานที่ละด้าน การมองภาพทั้งระบบมีประโยชน์มากในการประเมินโครงการใหญ่ๆ การประเมินแผนงานที่ประกอบด้วยแผนโครงการจำนวนมากมายและการประเมินนโยบายซึ่งประกอบด้วยแผนงานและแผนโครงการ และ (2) ภูมิหลังของผู้ประเมิน ส่วนใหญ่แล้วการกำหนดประเด็นจะเป็นไปตามสาขาที่ตนศึกษา

หรือเป็นการกำหนดตามภาระหน้าที่การงานที่ตนปฏิบัติอยู่ทำให้ขาดการพิจารณาประเด็นที่สำคัญอื่นๆ

4) แบบจำลองที่ใช้กันทั่วไปมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ (1) Descriptive Model เป็นแบบจำลอง ที่สร้างขึ้นเพื่อบรรยาย การอธิบายลักษณะของสิ่งต่างๆ และอาจมีสวณที่แสดงสิ่งที่คาดหวังในแบบจำลองนั้นอีกด้วย และ (2) Prescriptive Model เป็นแบบจำลองที่สร้างขึ้น โดยลักษณะเป็นกฎหรือแนวทางไปสู่การปฏิบัติ ผู้ใช้แบบจำลองจะอาศัยแบบจำลองนี้เป็นกรอบแนวคิด เป็นวิธีการในการดำเนินงานลักษณะแบบจำลองที่ใช้ในการประเมินเป็นแบบ Prescriptive Model ผู้ประเมินจะใช้แบบจำลองในการกำหนดประเด็นที่ต้องการประเมิน และกำหนดตัวชี้วัด นอกจากนี้จะมีแบบจำลองแล้วยังมีแนวคิดต่างๆ ที่สามารถนำไปใช้ในลักษณะเดียวกัน ซึ่งนักวิชาการด้านการประเมินคิดค้นขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประเมิน การสร้างแบบจำลอง หรือแนวคิดใดๆ ก็ตามจะถูกสร้างขึ้นภายใต้บริบทของผู้คิด ซึ่งอาจจะเหมาะสมกับบริบทอื่นไม่ได้ทั้งหมด ซึ่งมีหน้าที่ ประเมินจะต้องศึกษาบริบท และความเป็นมาของแบบจำลองและแนวคิดก่อนที่จะนำมาใช้

5) พิจารณาจากสิ่งที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ในการพิจารณาประเด็นของการประเมิน จากสิ่งที่เกี่ยวข้องทั้งหมด จะเริ่มต้นระบบจากสิ่งที่เกี่ยวข้องก่อน จากนั้นจึงกำหนดประเด็นที่ต้องการคำตอบในการประเมินโครงการความสำคัญไม่ได้อยู่ที่ว่าโครงการประสบผลสำเร็จหรือไม่ แต่สิ่ง ที่ผู้ใช้ต้องการผลจากการประเมินคือ ข้อมูลสารสนเทศประกอบการตัดสินใจ ปรับปรุง แก้ไข ขยาย หรือยุติโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการปรับปรุงแก้ไขจะต้องมีสารสนเทศที่ชี้ให้เห็นถึงตำแหน่งหรือขั้นตอนที่ผิดพลาด เพื่อจะได้แก้ไขได้ถูกต้อง สิ่งที่เกี่ยวข้อง กับโครงการทั้งหมด เป็นการนำแนวคิดของ (1) การประเมินสิ่งป้อนเข้าสู่โครงการ (Input Evaluation) หมายถึง การประเมินความพร้อมของสิ่งต่างๆ ที่ถูกนำเข้ามาร่วมโครงการ (2) การ ประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) หมายถึง การประเมินการปฏิบัติงานตามนโยบาย แนวทาง ขั้นตอน ที่กำหนดไว้ว่ามีความถูกต้องเหมาะสมเพียงใด (3) การติดตามกำกับงาน (Monitoring) หมายถึง การประเมินเพื่อตรวจสอบว่า การดำเนินงานเป็นไปตามแผนงาน โครงการที่วางไว้หรือไม่ และ (4) การประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation) หมายถึง การประเมินความก้าวหน้าของโครงการ เมื่อดำเนินโครงการไปได้ระยะหนึ่ง เพื่อนำผลไปใช้ แก้ไขปรับปรุงแนวทางดำเนินโครงการ

สมคิด พรหมจ้อย (2550, หน้า 51) ได้กล่าวไว้ว่านักประเมินแต่ละคนมีวิธีการ กำหนดเกณฑ์ที่ใช้สำหรับการตัดสินคุณค่าของสิ่งที่ประเมินต่างกันยิ่งกว่านั้นในการกำหนด เกณฑ์จะต้องพิจารณาถึงตัวแปร ทั้งที่เป็นปัจจัยเบื้องต้น กระบวนการและผลผลิตที่มีความสัมพันธ์กันทั้งระบบ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากและเป็นปัญหา และอุปสรรคในการกำหนดเกณฑ์อีก

ประการหนึ่งสอดคล้องกับ (สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, 2553, หน้า 80) กล่าวว่า ในการประเมิน จำเป็นต้องมีเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณค่า ซึ่งเกณฑ์การประเมินถือเป็นคุณลักษณะหรือระดับ ที่ถือว่าเป็นคุณภาพ ความสำเร็จ หรือความเหมาะสมของทรัพยากรหรือผลการดำเนินงาน หรือสิ่ง ที่เราใช้เป็นหลักในการตัดสินคุณภาพของผลลัพธ์ ซึ่งอาจแสดงออกในรูปพฤติกรรมที่ยอมรับได้ เกณฑ์ที่ดีจะต้องมีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมได้ถูกต้อง มีลักษณะของความเป็นมาตรฐาน คือ มีคุณลักษณะหรือระดับที่ถือเป็นคุณภาพ ความสำเร็จหรือความเหมาะสมเป็นสภาพที่ควรจะเป็น อันเป็นที่ยอมรับกันทางวิชาชีพโดยทั่วไปในการกำหนดเกณฑ์ ถ้าสูงมากหรือมีความเป็น มาตรฐานมากเกินไปก็อาจเกิดปัญหาว่าไม่มีทรัพยากรเพียงพอที่จะทำให้ทุกคนบรรลุเกณฑ์เหล่านั้น ได้ แต่ถ้ากำหนดเกณฑ์ต่ำเกินไปจะทำให้เกิดปัญหาเรื่องคุณภาพของผู้ผ่านเกณฑ์ ยิ่งกว่านั้นการ กำหนดเกณฑ์ที่ต่ำเกินไปจะไม่มีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมอย่างแท้จริง

สุวิมล ตีรگانนท์ (2551, หน้า 69-71) ยังกล่าวถึงความสำคัญของความชัดเจน และความถูกต้องของการประเมินเป็นจุดเน้นที่สำคัญ จึงมีความพยายามที่จะหาแนวทางช่วย นักประเมินให้จัดทำโครงการประเมินที่มีคุณภาพ โดยจัดสร้างมาตรฐานการประเมินเพื่อให้ ช่วยให้การประเมินเกิดการผิดพลาดน้อยที่สุด มาตรฐานการประเมินนี้ไม่เป็นเพียงเครื่องมือ แต่จะแนะนำหลักการ ประกอบด้วยข้อควรระวังและคำเตือน ในสิ่งที่นักประเมินมักผิดพลาด ประกอบด้วย 4 มาตรฐานย่อย คือ

1) Utility Standard เป็นมาตรฐานที่กล่าวถึงเงื่อนไขที่ทำให้การประเมินเกิด ประโยชน์ เป็นแนวทางที่บอกถึงประเด็นและสิ่งที่ผู้ประเมินควรให้ความสนใจ นับตั้งแต่การพิจารณาผู้ใช้ ผลการประเมิน (Audience) การเลือกใช้ข้อมูลและตลอดไปจนถึงการรายงานผล การประเมิน ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ (1) ความต้องการของผู้ใช้ผลการประเมิน (2) ความน่าเชื่อถือของผู้ ประเมิน (3) ขอบเขตและการเลือกใช้ข้อมูล (4) ความชัดเจนของผลการแปลผล (5) ความ ชัดเจนของการเขียนรายงาน (6) การเผยแพร่รายงาน (7) การรายงานผลการประเมิน ตาม ระยะเวลาที่กำหนด และ (8) ผลกระทบจากการประเมิน

2) Feasibility Standard เป็นมาตรฐานเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการที่จะดำเนิน โครงการประเมินเป็นการพิจารณานับตั้งแต่เทคนิค วิธีการที่ใช้ไปจนถึงค่าใช้จ่ายในการ ประเมิน ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้ (1) งบประมาณการเทคนิคที่ใช้ในการปฏิบัติ (2) บรรยากาศ การเมืองในองค์กร และ (3) ประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่าย

3) Propriety Standard เป็นมาตรฐานเกี่ยวกับด้านจริยธรรม เนื่องจากผลการ ประเมินมีผลต่อบุคคลในหลายๆ ทาง ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่ใช้ข้อมูลหรือกลุ่มที่ให้ข้อมูล ดังนั้น จะต้องมีการเคารพในสิทธิและ การให้ความคุ้มครองแก่ผู้ให้ข้อมูล โดยคำนึงถึงสวัสดิภาพของ

ผู้ที่เกี่ยวข้องในการประเมินต่างๆ กับต้องคำนึงถึงบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการประเมินด้วย ประกอบด้วยประเด็นเกี่ยวกับการชี้แจงความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนร่วมในการประเมินการตอบสนองความขัดแย้งของกลุ่มบุคคลๆ ได้แก่ (1) การเสนอข้อมูลอย่างเป็นธรรม (2) การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน (3) การคุ้มครองความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล (4) การเคารพ สิทธิส่วนบุคคล (5) การเสนอข้อมูลทั้งที่เป็นข้อดีและข้อเสียอย่างเท่าเทียมกัน และ (6) ความรับผิดชอบต่อกฎระเบียบ

4) Accuracy Standard เป็นมาตรฐานเกี่ยวกับความถูกต้อง เป็นการกล่าวถึงวิธีการประเมิน ในแต่ละขั้นตอนที่จะทำให้มั่นใจว่าการประเมินมีความแม่นยำถูกต้อง ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้ (1) การอธิบายถึงสิ่งที่ถูกประเมิน (2) การวิเคราะห์บริบท (3) การอธิบายวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการ (4) การอธิบายแหล่งข้อมูล (5) ความตรง (Validity) ของการวัด (6) ความเที่ยง (Reliability) ของการวัด (7) การเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ (8) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (9) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (10) การสรุปผลอย่างมีหลักการ และ (11) ความชัดเจนในการรายงานผล

สุวิมล ยังกล่าวอีกว่ามาตรฐานการประเมินนี้จัดทำขึ้นเพื่อช่วยเป็นแนวทางในการปฏิบัติของผู้ประเมิน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประเมินในการดำเนินงานทำให้ผู้ประเมินมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายของการประเมิน ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

ในการกำหนดยุทธศาสตร์หรือแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์มีความจำเป็นต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากยุทธศาสตร์จะช่วยชี้้นำให้ดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเกิดผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ตั้งขึ้น ในจังหวัดสุพรรณบุรีควรใช้กระบวนการที่เฉพาะเจาะจงในแง่ของการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวคิดกระบวนการดังนี้

4.2 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

4.2.1 ความสำคัญของการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2551, หน้า 1-2) กล่าวว่า การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวมีความสำคัญเนื่องจากถ้าขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาจะล้มเหลว การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก และมีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องสำคัญๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมด้านนันทนาการ ตลอดจนอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าต่างๆ ทั้ง

สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสินค้าต่างๆ ไป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น อุตสาหกรรมที่ใช้ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ตลอดจนภาคบริการและ โครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ที่มีการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างมาก การวางแผนและการจัดการ การท่องเที่ยวให้ยั่งยืนจึงนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้เข้า กับสภาพแวดล้อมในโลกยุคใหม่ ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงและมีอุปสรรค ภัยพิบัติรูปแบบต่างๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกเจริญเติบโตไปใน ทิศทางที่ยั่งยืน ส่วนประวัติความเป็นมาของการวางแผนพัฒนาได้เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่หลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 ในราว ค.ศ. 1945 เป็นต้นมา ที่ประเทศในกลุ่มสังคมนิยมได้ริเริ่มวางแผน พัฒนาเศรษฐกิจระยะยาวสำหรับช่วงเวลา 5 ปี และกลุ่มประเทศทุนนิยมก็ได้นำแนวความคิด ในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจระยะยาว 5 ปี มาประยุกต์ใช้แทนการวางแผนพัฒนาระยะสั้น ปีต่อปี สำหรับประเทศไทยนั้น จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้เป็น ผู้ริเริ่มให้จัดทำแผนพัฒนา เศรษฐกิจสำหรับระยะ 5 ปี และเริ่มทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2505-2509) โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติในปัจจุบัน คือ ฉบับที่ 12

4.2.2 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

การวางแผนการท่องเที่ยวมีวิวัฒนาการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดต่างๆ รวม 5 แนวคิด ได้แก่ (1) การวางแผนการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างเงิน (Boosterism) นักพัฒนาคือผู้คิด สร้างกำไร โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นโดยปราศจากความคิดเรื่องอนุรักษ์ ชุมชนเจ้าบ้านไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนา นักพัฒนาต้องการสร้างโรงแรมเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยไม่ คำนึงถึงการทำลายสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและวัฒนธรรม (2) การวางแผนการท่องเที่ยว แนวเศรษฐกิจ (Economic Based) นักพัฒนาคือนักเศรษฐศาสตร์ ซึ่งพิจารณาว่าอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งของเศรษฐกิจ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อการเติบโตและฟื้นฟู เศรษฐกิจของชาติ เป็นการสร้างเงินสร้างงานและการพัฒนาภูมิภาคต่างๆ โดยยังไม่มีความคิด ด้านการอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (3) การวางแผนการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์ พื้นที่การท่องเที่ยว (Destination Based) นักพัฒนาคือนักวางแผนการใช้ที่ดินและนักวางแผนผังเมือง ซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่ง การกำหนดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับ การจัดการผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยว การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการกระจายการท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบ ต่อพื้นที่ (4) การวางแผนการท่องเที่ยวแนวยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community Based) นักพัฒนาคือผู้ประสานงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชนโดย

ให้ชุมชนมีบทบาท ในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวแทนการเป็นแรงงานราคาถูก มีการวางแผนพัฒนาท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ชุมชนอย่างเป็นธรรม การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และ (5) การวางแผนท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) นักพัฒนาคือนักวางแผนแบบบูรณาการ มีการวางแผนท่องเที่ยวบูรณาการเข้ากับการวางแผนพัฒนาด้านจิตสำนึกไปในแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อนำสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ตั้งไว้ ซึ่งเรียกว่าแนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พยอม ธรรมบุตร, 2546, หน้า 17)

4.2.3 กระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

มาซะ ชิตตะสังคะ (2553, หน้า 31-32) ได้สรุปเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวไว้ว่า การวางแผนเป็นกระบวนการกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์และแผนงาน หน้าที่ขั้นพื้นฐานของการวางแผน คือ การมองภาพในอนาคตของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว การวางแผนจึงเป็นกระบวนการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ดังนั้น กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยความยืดหยุ่นและการทบทวนแผนอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในการวางแผน ซึ่งได้แก่ คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว องค์การปกครองท้องถิ่น ผู้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยว กลุ่มประชาชนในสถานที่ท่องเที่ยวและองค์กรธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร อันประกอบด้วย การศึกษาชุมชน การตรวจสอบทรัพยากร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์ SWOT/TOWS การกำหนดหลักการนำทาง การกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดพันธกิจ การแสวงหายุทธศาสตร์และเป้าหมาย การสร้างกลยุทธ์และโครงการ การประเมินผลและปรับแผน ซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพที่สำคัญหลายชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครื่องมือการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) เพื่อให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์ SWOT/TOWS เพื่อนำไปสู่หลักนำทางในการกำหนดยุทธศาสตร์

เช่นเดียวกับ พยอม ธรรมบุตร (2551, หน้า 3) ได้อธิบายถึงกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพ 6 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร (2551)

4.2.4 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (2548, หน้า 84-86) กล่าวว่า การจัดทำแบบการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) จะต้องมีการขั้นตอนและกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1) ทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยว ประเภทของทรัพยากรมีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท ทั้งทรัพยากรหลัก ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และทรัพยากรสนับสนุน คือทรัพยากรที่เป็นทรัพยากรสนับสนุนทรัพยากรหลัก ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่วนชนิดของทรัพยากร แบ่งได้

5 ชนิด ได้แก่ (1) ทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วย พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ น้ำ (2) ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ศาสนา มรดกวัฒนธรรมชาติพันธุ์ (3) ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ประกอบไปด้วย งานมหกรรม การแข่งขัน ธุรกิจ โชว์ต่างๆ (4) ทรัพยากรกิจกรรม ประกอบไปด้วย นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก (5) ทรัพยากรบริการ ประกอบไปด้วย การขนส่ง ที่พัก การต้อนรับ อาหาร บริการ

2) เขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รายงานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรพิจารณาว่ามีสิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวชมบนพื้นที่และมีสิ่งดึงดูดรูปแบบใดบ้าง การบริการให้กับนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดให้บริการให้กับนักท่องเที่ยว ประเภทของที่พักรที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว โดยทรัพยากรแต่ละประเภทควรมีหลักในการพิจารณาดังนี้ (1) รายงานทรัพยากรธรรมชาติ ควรพิจารณาว่าทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นอะไรภายในพื้นที่และมีความสำคัญอะไรที่แตกต่างจากแหล่งอื่น ประการสำคัญทรัพยากรนั้นมีความสำคัญเพียงพอที่จะเป็นแหล่งดึงดูดในปัจจุบันและอนาคต ส่วนการเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติจะต้องเก็บดังนี้ ชื่อ ที่ตั้ง ห่างจากศูนย์กลาง ฤดูกาล การเข้าถึงการจัดการดูแล การติดต่ออำนวยความสะดวก สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว (2) รายงานทรัพยากรวัฒนธรรม ควรพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความโดดเด่นอะไรภายในด้านทรัพยากรวัฒนธรรม และมีสิ่งดึงดูดอะไร ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม สังคมตลอดจนมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาอย่างน้อยเพียงใด ส่วนด้านวิธีการเก็บข้อมูลทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น จะต้องเก็บดังนี้ ชื่อ ที่ตั้ง การเข้าถึงภายในแหล่งท่องเที่ยว การจัดการ ความเป็นเจ้าของ การติดต่อประชาสัมพันธ์ สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว (3) รายงานทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ควรพิจารณาว่าเหตุการณ์อะไร ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความโดดเด่น และมีความดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไร อีกทั้งเหตุการณ์นั้นเป็นเหตุการณ์ที่เสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์ในท้องถิ่นอื่นหรือไม่ และมีครั้งในรอบหนึ่งปี ส่วนการเก็บข้อมูลเหตุการณ์สำคัญมีขั้นตอนดังนี้ ชื่อและที่ตั้งของเหตุการณ์สำคัญ (Event) จากศูนย์กลาง ช่วงเวลา ฤดูกาล และระยะเวลา ยาวนาน การจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนผู้เข้าชมทั้งนักท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่น กิจกรรมที่จัดให้บริการกับนักท่องเที่ยวภายในเหตุการณ์นั้น ตลอดจนค่าธรรมเนียมในการเข้าชม เป็นต้น (4) รายงานทรัพยากรกิจกรรม ควรพิจารณาว่ามีกิจกรรมใดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น และมีความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รวมกิจกรรมนั้น ส่วนการเก็บข้อมูลทรัพยากรกิจกรรม ประกอบไปด้วย ชื่อ ที่ตั้ง จากศูนย์กลางภายใน จังหวัด ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมทั้งค่าธรรมเนียมการเข้าชม เป็นต้น และ (5) รายงานทรัพยากรบริการ

ควรพิจารณาถึง ชื่อและที่อยู่ของผู้ให้บริการ การติดต่อ หน่วยงานที่ให้บริการ ลักษณะของการบริการ ด้านการเก็บข้อมูลบริการด้านที่พักแรม ประกอบไปด้วย ชื่อ และที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการ ระยะเวลาที่เปิดบริการ การเข้าถึงแหล่งบริการ การจัดการของแหล่งบริการมาตรฐานของการบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการ ส่วนการเก็บข้อมูลบริการด้านอาหาร ประกอบไปด้วย ชื่อและที่ตั้ง ประเภทและอันดับของการบริการอาหาร ลักษณะการจัดการด้านการบริการ อาหาร สถานที่ ขนาด การเปิดปิดบริการ ประเภทของผู้ใช้บริการ ตลอดจนราคามาตรฐานของอาหารที่ให้บริการ ด้านสุดท้าย การเก็บข้อมูลด้านการบริการต้อนรับ ประกอบไปด้วย ชื่อและที่ตั้ง บริการ ข้อมูล เวลาที่เปิดทำการ บริการที่เสนอให้ (ภาษา นำเที่ยว ของที่ระลึก) ข้อมูลที่มีให้ (แผ่นพับ แผนที่) สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

3) หลักการประเมินทรัพยากรมีดังต่อไปนี้ (1) คุณภาพทรัพยากร ควรพิจารณาว่าทรัพยากรนั้น มีความแตกต่างจากทรัพยากรอื่นอย่างไร รวมทั้งมีจุดอ่อนตรงไหนที่ต้องปรับปรุง การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอเพียงใด ตลอดจนอุปสรรคต่อการพัฒนาทรัพยากรในเรื่องใดบ้าง (2) ความโดดเด่นของทรัพยากร ควรพิจารณาว่าสิ่งใดที่ทำให้ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นกว่าทรัพยากรอื่นๆ และมีความแตกต่างกันในเรื่องใด ตลอดจนทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนถึงคุณภาพภูมิใจในสถานที่นั้นๆ (3) อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรพิจารณาว่าสิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว มีการวัดระดับการใช้ประเมินการใช้อย่างไร ทำอย่างไรให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น และ (4) ฐานข้อมูลของ ทรัพยากรท่องเที่ยว ควรพิจารณาว่าทรัพยากรนั้นมีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง ตลอดจนปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตได้ และทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาท่องเที่ยวในอนาคต เป็นต้น

4) การตั้งคำถามในการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละชนิด ดังนี้ (1) รายการทรัพยากรธรรมชาติ มีการตั้งคำถามว่าอะไรทำให้ทรัพยากรดังกล่าวโดดเด่นบนพื้นที่ สิ่งนั้นเป็นของที่มีทั่วไปในแหล่งอื่นหรือไม่ และสิ่งนั้นมีความสำคัญเพียงพอเพื่อดึงดูดในปัจจุบันหรือในอนาคตหรือไม่ (2) รายการทรัพยากรวัฒนธรรม มีการตั้งคำถามว่าอะไรทำให้วัฒนธรรมดังกล่าวโดดเด่น มีความรู้สึกดึงดูดเกี่ยวกับเอกลักษณ์วัฒนธรรมสังคมหรือไม่ มีน้ำหนักมากพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือไม่ (3) รายการทรัพยากรเทศกาลงานประเพณีและเหตุการณ์สำคัญ โดยใช้คำถามว่าอะไรทำให้เหตุการณ์นั้นโดดเด่นสามารถดึงดูดผู้ที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นที่มาหรือไม่ เหตุการณ์นั้นจะเสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์คล้ายๆ กับในท้องถิ่นที่อื่นๆ หรือไม่ และความถี่

ของการเกิดเหตุการณ์ขึ้นนั้นเป็นอย่างไร (4) รายการทรัพยากรกิจกรรม มีลักษณะการตั้งคำถามว่า กิจกรรมนั้นโดดเด่นอย่างไรในแหล่งท่องเที่ยว นั้น สามารถดึงดูดผู้ใช้ซึ่งไม่ใช่คนท้องถิ่นหรือไม่ กิจกรรมนั้นอยู่ในช่วงเวลาใด มีระดับกิจกรรมอยู่ในระดับใด และ (5) รายการทรัพยากรการบริการ โดยใช้คำถามว่าใครใช้ทรัพยากรการบริการใช้เวลาใบบ้าง มีคนใช้กี่คน เพื่อจุดประสงค์อะไร ซึ่งแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลทรัพยากรการบริการเป็นการต้อนรับ การบริการด้านที่พักแรม และการบริการด้านอาหาร การบริการข้อมูลข่าวสารรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

5) การเก็บข้อมูล โดยการทำแผนที่ทรัพยากรท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะ มีวิธีการ คือ (1) แสดงที่ตั้งทางกายภาพของทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรม (2) จุดที่จะพบทรัพยากร การท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เมื่อกิจกรรมนั้นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรม และ (3) จุดที่ตั้งทางกายภาพของบริการต่างๆ เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและบริการที่สำคัญ ตลอดจนการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงจุดเด่น จุดด้อยที่ควรปรับปรุงแก้ไข เพื่อประเมินดูว่าทรัพยากรท่องเที่ยวมีศักยภาพเพียงใดและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว

หลังจากที่มีการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จำเป็นต้องนำผลการตรวจสอบ ที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางหัวข้อยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ SWOT และ TOWS

4.2.5 การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการบริหารเพื่อทำการประเมินสถานการณ์ จากจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกในอนาคต ซึ่งการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในหลายๆ ประเทศ ได้นำการวิเคราะห์ SWOT มาใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ โดยมีการวิเคราะห์อนาคตและแนวคิดเชิงการแข่งขัน สิ่งที่สำคัญสำหรับการกำหนดกลยุทธ์เพื่อที่จะทำการกำหนดยุทธศาสตร์ได้นั้น จะต้องทราบสถานการณ์ของประเทศ ความได้เปรียบและเสียเปรียบเพื่อนำยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมสำหรับการแข่งขันต่อไป (เอกชัย บุญยาภิษฐาน, 2553, หน้า 64)

นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2551, หน้า 78-80) ได้กล่าวถึงหลักการวิเคราะห์ SWOT ว่าเป็นการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนเพื่อให้รู้ตนเอง (เรารู้) รู้จัก

สภาพแวดล้อม (รู้เขา) เกิดความชัดเจนและวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค. การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตรวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวและความสามารถด้านต่างๆ ที่มีอยู่ ข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินตามกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อไป โดยการวิเคราะห์ SWOT เป็นการนำปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ที่เป็นข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ มาวิเคราะห์เพื่อนำไปลดข้อผิดพลาดและพัฒนาการบริหารงานขององค์กรให้มีเป้าประสงค์ที่เหมาะสมที่สุด ดังนี้

1) จุดแข็ง (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในภายในองค์กรนั่นเอง ว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของ องค์กร เพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์

2) จุดอ่อน (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในภายใน จากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้นๆ เองว่าเป็นลักษณะบางประการที่เป็นข้อด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กร ที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

3) โอกาส (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถนำข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้องค์กรเข้มแข็งขึ้นได้

4) อุปสรรค (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกดดันดังกล่าวได้

ดังนั้นสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ SWOT ช่วยให้สามารถสรุปข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญ และสามารถคาดการณ์การวิเคราะห์ภายในและภายนอก จำแนกให้เป็นทางเลือกกลยุทธ์และทำการประเมินกลยุทธ์ในหลายๆ รูปแบบ และตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมให้สามารถใช้จุดแข็งและจำกัดจุดอ่อน และหาโอกาสได้อย่างเต็มที่

4.2.6 การวิเคราะห์ TOWS

ละเอียด คีลาน้อย (2556, หน้า 2) กล่าวว่า การวิเคราะห์ TOWS หรือ TOWS Matrix จะเกิดขึ้นภายหลังจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกจากกระบวนการวิเคราะห์ SWOT เสร็จสิ้น ก็จะทำหน้าที่วิเคราะห์ที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อด้วยการ

วิเคราะห์ TOWS ซึ่งการวิเคราะห์ TOWS เป็นการวิเคราะห์ที่จะนำประเด็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและสิ่งกีดขวางมาวิเคราะห์และจับคู่ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 กลยุทธ์เข้าด้วยกัน เพื่อกำหนดหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมมากที่สุดในการวิเคราะห์ TOWS เพื่อนำมาใช้ ในการวิเคราะห์ นั้นจะมีลักษณะดังนี้

1) กลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส (So Strategy) การพิจารณาจุดแข็งและโอกาสมาศึกษารวมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ที่องค์กรจะนำความเข้มแข็งภายในมาผนวก รวมกับโอกาสที่เป็นประโยชน์จากภายนอก เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันที่แข็งแกร่งสำหรับ องค์กร

2) กลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส (WO Strategy) การพิจารณาจุดอ่อนและโอกาสรวมกัน ภายในองค์กร เนื่องด้วยการที่องค์กรมีข้อเสียภายในองค์กรต้องมีการปรับปรุงแก้ไข ต้องทราบถึง เหตุปัจจัยที่ไม่ดี โดยอาศัยปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นโอกาส มีแนวคิดวิธีการใหม่ๆ ในการสร้าง ประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ดีขึ้น เพื่อลดจุดอ่อนในองค์กร

3) กลยุทธ์จุดแข็งกับสิ่งกีดขวาง (ST Strategy) พิจารณาจุดแข็งและสิ่งกีดขวางเพื่อนำมาป้องกันภัยคุกคามจากภายนอก ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่เหนือการควบคุมขององค์กร ดังนั้น องค์กรต้องนำสิ่งที่แข็งแกร่งภายใน ออกมาปกป้องภัยคุกคามจากภายนอก เพื่อหลีกเลี่ยงหรือ ลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

4) กลยุทธ์จุดอ่อนกับสิ่งกีดขวาง (WT Strategy) พิจารณาจากจุดอ่อนหรือสิ่งกีดขวาง เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการตั้งรับต่อสถานการณ์เลวร้ายทั้งหมดที่มีภายในและ ภายนอกองค์กร การที่องค์กรต้องเผชิญกับทั้งจุดอ่อน สิ่งกีดขวางที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นองค์กรต้องพยายามลดจุดอ่อนภายใน ปรับรูปแบบการดำเนินงานต่างๆ เพื่อลดข้อ เสี่ยงเปรียบ พร้อมกับต้องเผชิญกับสิ่งกีดขวางภายนอกซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน โดยการ ประเมินความเสี่ยงเพื่อที่จะเลี่ยงสิ่งกีดขวาง หรือหาทางแก้ไขเพื่อหาประโยชน์จากสิ่งกีดขวาง ภายนอก

ดังนั้นสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ TOWS เป็นการมองความเป็นไปได้ในอนาคตของ การท่องเที่ยวภายใต้ความไม่แน่นอนในการแข่งขันของการท่องเที่ยวทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยมีมุมมองทั้งจากภายในองค์กรและจากภายนอกองค์กร เพื่อลดอุปสรรคที่มีต่อการ ท่องเที่ยว เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น

เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีด้านการวางแผนยุทธศาสตร์ ทำให้ได้ทราบว่า การ วางแผนยุทธศาสตร์หรือการกำหนดยุทธศาสตร์มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็น อย่างยิ่ง เนื่องจากยุทธศาสตร์จะช่วยชี้้นำให้ดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเกิดผลสำเร็จ โดย

การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการวงจรที่ประกอบด้วยการศึกษาชุมชน การตรวจสอบทรัพยากร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์ SWOT/TOWS การกำหนดหลักการนำทาง การกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดพันธกิจ การแสวงหายุทธศาสตร์และเป้าหมาย การสร้างกลยุทธ์และโครงการ การประเมินผลและปรับแผน ดังนั้น การวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ในครั้งนี้จึงเป็นต้นแบบที่นำทาง สู่อนาคตที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี

5. แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นั้นๆ โดยมีผู้ให้ความหมายการท่องเที่ยว ดังนี้

UNWTO ได้นิยามการท่องเที่ยว (Tourism) ไว้ว่าการท่องเที่ยว คือกิจกรรมของบุคคลที่เดินทางไปและพำนักอาศัยอยู่ในสถานที่ นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมปกติในชีวิตประจำวัน ติดต่อกันไม่เกินหนึ่งปี ด้วยเหตุผลที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการพักผ่อนหย่อนใจ ธุรกิจหรือจุดประสงค์อื่นใดซึ่งต้องไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ได้ค่าตอบแทนจากสถานที่แห่งนั้น (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556, หน้า 1)

คริส ฮอลโลเวย์ (Chris Holloway, 1983, หน้า 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะสั้นๆ และคนเหล่านั้นจะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยววัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมชม ญาติมิตรหรือท่องเที่ยว

โรเบิร์ต มิล (Robert Mill, 1990, หน้า 359) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจการบริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548, หน้า 17) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าการท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ดังที่สวนมากเข้าใจกันการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

โกลด์เนอร์ และริทชี (Charles Goeldner and Brent Ritchie, 2006, หน้า 16) กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการกระทำและกิจกรรมของมนุษย์ที่เดินทางจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง ซึ่งอยู่ภายนอกชุมชนของพวกเขาโดยมีวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ยกเว้นการเดินทางออกไปทำงานประจำทุกวัน

สุดาวรรณ์ มีบัว (2555, หน้า 8) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยจุดประสงค์ต่างๆ มีการพักผ่อน ชื่นชม หรือศึกษาสภาพธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมรวมถึงการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2556, หน้า 18) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ (1) การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อลี้ภัย โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้ (2) จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน และ (3) ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งก็ได้

ปัญจวรรณ อ่อนหวาน (2559, หน้า 18) ยังกล่าวอีกว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เดินทางกับธุรกิจและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

พยอม ธรรมบุตร (2560, หน้า 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ เมื่อมนุษย์ออกเดินทางจากที่อยู่อาศัยและที่ทำงานตามปกติไปยังจุดหมายปลายทางในระยะ 160 กิโลเมตร เพื่อใช้เวลาว่างเดินทางท่องเที่ยวในขณะที่พำนัก ณ จุดหมายปลายทาง นักท่องเที่ยวอาจไม่ค้างคืน ค้างอย่างน้อย 1 คืน แต่อย่างมากไม่เกิน 1 ปี และซื้อสินค้าและบริการต่างๆ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และกลับสู่ที่อยู่ปกติ

จากการศึกษาแนวคิดในหลายมุมมองของผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือการหารายได้ โดยประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวคือได้รับความรู้ ความเข้าใจยังสถานที่ที่เราไป และสิ่งที่ได้ตามมาคือความบันเทิงเร้าใจ และความสุขจากการ ที่ได้เดินทางท่องเที่ยว

5.1.1 ประเภทของการท่องเที่ยว

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวที่เป็นสากล ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงประเภทของการท่องเที่ยวที่กำหนดขึ้นโดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization : UNWTO) ซึ่ง UNWTO ได้มีการกำหนดประเภทการท่องเที่ยวไว้ 3 ประเภทหลักดังนี้ (Goeldner and Ritchie, 2006, อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 60-65)

1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผาลานหินทราย อุโมงค์ โพรง ถ้ำ หินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว (4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น และ (5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทาง

ดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) ประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้มีความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว (2) การท่องเที่ยวชมงานประเพณีและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรีย์ะ ศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือการเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว และ (3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะ วิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิถีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health beauty and Spa) (2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edumeditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา แสวงหาความรู้ หาลัทธิธรรมแห่งชีวิต

มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทยการช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น (3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นหรือเพื่อชม รวมถึงศึกษากิจการกรมกีฬาต่างๆ ตามความถนัดและความสนใจ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สกีนอกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (5) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้ว ได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่ (6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay and farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน (7) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต คือ การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปีครั้งละเดือนเป็นอย่างน้อย (8) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้น ๆ ตามเป้าหมายที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้ เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยวโดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจ้ดรายการพักรวมตั้งแต่ 2-7 วัน

เป็น รายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือ รายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (9) การท่องเที่ยว เพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M = meeting, I = incentive, C = Conference, E = exhibition) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุมมีรายการจ้ดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-tour) และการจ้ดรายการนำเที่ยว หลังการประชุม (Post-tour) โดยการจ้ดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียวหรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว และ (10) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนำมาจ้ดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วันหรือมากกว่า เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geohistorical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural tourism) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของนักวิชาการชาวไทยก็ได้มีการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวได้เช่นกัน วรรณ วรชัญญา (2546, หน้า 21-22) ได้กล่าวว่า ในการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งมีการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวไว้ 6 ประเภท ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง โดยใช้เวลาในวันหยุดเพื่อวัตถุประสงค์ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ ชมวิว ทิวทัศน์ และเพื่อสิ่งอื่นๆ ที่ก่อให้เกิดความสนุกสนานและความบันเทิง (2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนโดยไม่ต้องทำอะไร เพื่อขจัดความเหนื่อย เมื่อยล้า เรียกพลังในการทำงานกลับคืนมา โดยจะไปพักผ่อนยังสถานที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ (3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษา วัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้ถึงศิลปะ และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาติต่างๆ ในแต่ละประเทศหรือในแต่ละกลุ่มอาศัย์ที่แตกต่างกันไป (4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมกีฬาการแข่งขันต่างๆ เช่น การแข่งขันชกมวยชิงแชมป์ และเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาเองก็ได้ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวไปเล่นกีฬา ส่องสัตว์ ตกปลา ซึม้า เป็นต้น (5) การท่องเที่ยว เพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา เป็นการเจียดเวลาที่เหลือจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันเพื่อการท่องเที่ยว หรือแม้แต่การเดินทางไปติดต่อสัมมนาต่างจังหวัดต่างประเทศ การไปศึกษาดูงาน แล้วถือโอกาสเที่ยวต่อเนื่องก็ถือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และ (6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงานวิจัยหรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์นักศึกษาระหว่าง

มหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมไปถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศอีกด้วย

วรรณศักดิ์พิจิตร บุญเสริม (2550, หน้า 5-6) ได้สรุปประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่างๆ 4 ประเภท ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม เช่น สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงรวมถึงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ (2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไป ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณีรวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย และ (4) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยว เช่น สปา การฝังเข็ม

5.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดที่นำสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วยหลายองค์ประกอบผสมผสานกัน โดยได้มีการแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยนักวิชาการด้วยมุมมองอันหลากหลาย ดังนี้

โรเบิร์ต แม็คอินทอช และชาร์ล โกลด์เนอร์ (Robert McIntosh and Charles Goeldner, 1984, หน้า 132-135) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1) นักท่องเที่ยว ซึ่งต้องใช้จ่ายในการเดินทางอย่างน้อยที่สุดเป็นค่าอาหาร ถ้าพักค้างคืนก็จะใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าของระลึก และการบริการอื่นๆ ด้วย ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียนกระจายไปในธุรกิจ การบริการต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่น

2) ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าและบริการต่างๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง ฯลฯ

3) รัฐบาลของประเทศหรือท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของบ้าน ซึ่งทำหน้าที่ให้มีโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน สถานีรถไฟ รถโดยสาร ทาเรือ ท่าอากาศยาน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์ ดาวเทียม ฯลฯ เป็นการลงทุนเพื่อการลงทุน เพื่อการท่องเที่ยวของประเทศ และเพื่อความสะดวกสบายของคนในท้องถิ่น

4) ตัวเจ้าของบ้าน หรือประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการต้อนรับ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีก หรืออาจชักชวนผู้ที่ไม่เคยมาเยือน ให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดย (1) บุคลากรที่ปฏิบัติงานในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ต้องมีความรู้และทักษะในงานอาชีพของตน สามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ และ (2) ประชาชนทั่วไปจะต้องแสดงความเป็นมิตร มีไมตรีจิต เช่น ยิ้ม ทักทาย พูดคุยด้วย ให้น้ำดื่ม ให้ใช้ห้องสุขา ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาหรือเดือดร้อน เช่น บอกเส้นทางให้ช่วยเหลือเมื่อประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วย กะทันหัน หรือประสบภัยจากโจรผู้ร้าย ช่วยกันอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนให้คงความงาม และมีคุณค่าเป็นทรัพยากรของชาติสืบต่อไป

พยอม ธรรมบุตร (2558, หน้า 7) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5AS) ออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคม ที่เหมาะสม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ที่เอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้

2) ที่พักแรม (Accommodation) สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ซึ่งที่พักแรมแต่ละประเภทจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในระดับต่างกัน

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดหมายที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ เทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน เช่น แหล่งวัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) อันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยว มิได้หมายเพียงแต่การเดินทางไปชมโบราณสถาน หรือความงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินศึกษาธรรมชาติระบบนิเวศเส้นทางศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การดำน้ำ การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตก

ปลาหมึกในทะเลลึก เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนเจ้าบ้าน

5) บริการเบ็ดเตล็ดสำหรับนักท่องเที่ยว (Ancillary) เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา สถานีบริการน้ำมัน เป็นต้น



ภาพ 7 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร (2557)

ทั้งนี้ พยอมยังกล่าวอีกว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ประการควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัด การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2552, หน้า 43) กล่าวว่า การที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใดๆ ก็ตามย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่าง ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งที่สามารถดึงดูดใจได้ เช่น ความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีบริการอำนวยความสะดวก น้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พักแรม อาหาร การนำเที่ยว จำหน่ายสินค้าที่ระลึก และ (3) ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีการคมนาคมเข้าถึง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่าย

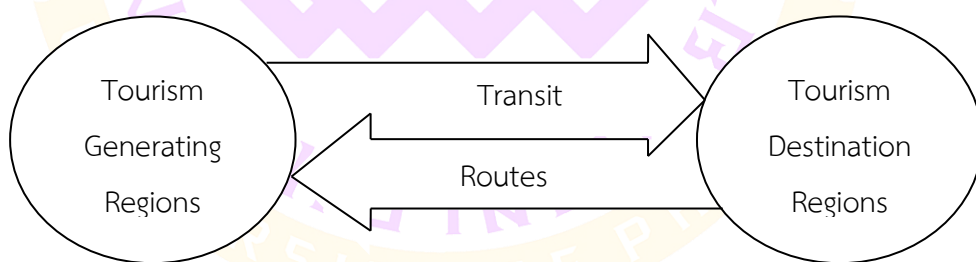
คมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

กันยาร์ตัน เหล่าตระกูล (2557, หน้า 23) กล่าวว่า องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มี 8 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก และธุรกิจการจัดประชุม สัมมนา นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ดังนั้น สรุปได้ว่าสามารถแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวได้หลายลักษณะ เช่น การแบ่งตามองค์ประกอบตามประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ชุมชนเจ้าบ้าน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ หรือการแบ่งย่อยตามกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การเข้าถึง และบริการเบ็ดเตล็ด เป็นต้น

5.1.3 ระบบการท่องเที่ยว

นีล ลีเปอร์ (Neil Leiper, 1979, หน้า 400) กล่าวว่า การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นอุตสาหกรรม แต่เป็นระบบที่เริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลและแรงกระตุ้น ที่แตกต่างกันไป จากนั้นจึงเริ่มหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แล้วจึงตัดสินใจเดินทางออกจากถิ่นพำนักอาศัย (Tourist Generating Regions : TOR) โดยการคมนาคมรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Tourism Destination Regions : IDR) เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ดังแผนภาพต่อไปนี้



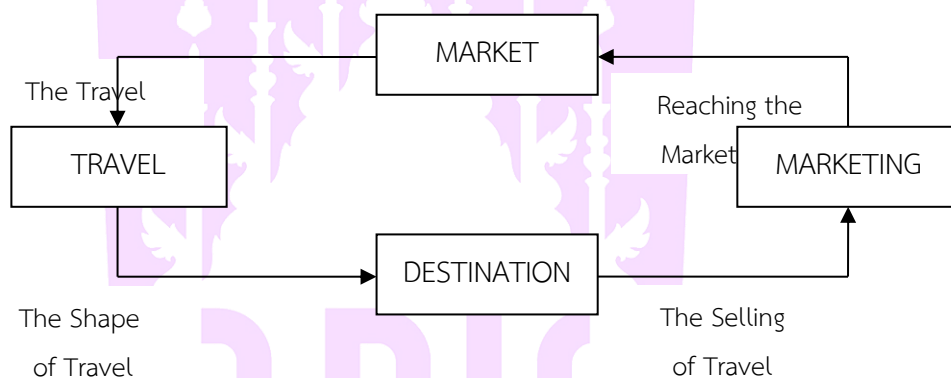
ภาพ 8 ระบบการท่องเที่ยวของเลเปอร์

ที่มา: เลเปอร์ (Leiper, 1979)

เลเปอร์ (Neil Leiper, 1990, หน้า 10-11) ยังได้อธิบายอีกว่า Tourist Generating Regions (TGR) เป็นปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ซึ่งมีสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว เช่น ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ความต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นต้น ส่วน

Tourism Destination Regions (TDR) เป็นดั่งปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ให้นักท่องเที่ยวออกจากถิ่นพำนักอาศัยเพื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ

ส่วน โรเบิร์ต มิลล์ และอลิสแตร์ มอร์ริสัน (Robert Mil and Alistair Morrison, 1985, หน้า 18) ได้อธิบายถึงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ในลักษณะวงจร โดยเริ่มตั้งแต่ 1) Market หรือความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว อิทธิพลจากภายในและภายนอก พฤติกรรม กระบวนการตัดสินใจซื้อและการจัดหา 2) Travel หรือการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากการซื้อ การวิเคราะห์ตลาดหลัก การเคลื่อนย้ายอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยว และรูปแบบของการขนส่ง 3) Destination หรือจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการ และ 4) Marketing การตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงปัจจัยทางการตลาดของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว



ภาพ 9 ระบบการท่องเที่ยวของมิลล์และมอร์ริสัน

ที่มา: มิลล์ และมอร์ริสัน (Mill and Morison, 1985)

จากการศึกษาแนวคิดระบบการท่องเที่ยวของ เลเปอร์ มิลล์และมอร์ริสัน พบว่าการท่องเที่ยวเป็นระบบๆ หนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ ไม่ใช่อุตสาหกรรม โดยจุดเริ่มต้นของระบบการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการออกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก หรืออาจกล่าวได้ว่าสิ่งกระตุ้นดังกล่าวเป็นปัจจัยผลัก (Push Factor) ให้ออกไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นดั่งปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ทั้งนี้ มิลล์และมอร์ริสัน ได้เสริมการตลาดการท่องเที่ยวให้เป็นอีกส่วนประกอบหนึ่งของระบบการท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ มนัส สุวรรณ (2553, หน้า 309-310) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเชิงระบบ ที่ต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ เพื่อให้กิจกรรมดำเนินไปได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้นประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ (ภาคเอกชน) ประชาชนหรือ

องค์กรในท้องถิ่น (ภาคประชาชน) และรัฐบาล (ภาครัฐ) โดย (1) นักท่องเที่ยว คือ กลุ่มบุคคลที่ได้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวในลักษณะของการผ่อนคลาย ความตึงเครียด การได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน รวมถึงความรู้ความเข้าใจในความหมายหรือความงามของแหล่งท่องเที่ยว (2) ภาคเอกชน หมายถึง ผู้ประกอบการที่ได้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและการลงทุน เช่น บริษัทนำเที่ยว บริการยานพาหนะ ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น (3) ภาคประชาชน คือองค์ประกอบที่มักถูกมองข้ามและไม่ได้รับความสำคัญเท่าที่ควร ซึ่งโดยหลักแล้วประชาชนหรือองค์กรในท้องถิ่น คือ ผู้เปรียบเสมือนเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว ภาคประชาชนจึงสมควรได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแรกๆ และ (4) ภาครัฐ ซึ่งรัฐบาล (โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายทุกอย่างที่เกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและประสานงานไปสู่งานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยให้ความสำคัญแก่ระบบการท่องเที่ยวที่ต้องครอบคลุมถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว การจัดการจุดหมายปลายทาง การตลาดการท่องเที่ยว และการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้ที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 4 ภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยว) ซึ่งต้องได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน

5.2 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เนื่องด้วยการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม หรือแม้แต่โบราณสถานก็ดี การคำนึงถึงความยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ดังนั้น การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องดำเนินอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นได้ยึดถือแนวความคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยโลกได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างเป็นทางการเป็นสากล Tourism Concern (1992, หน้า 113) ได้ให้แนวคิดหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

1) การอนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainability) ควรคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม อย่างมีขอบเขตและเหมาะสม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นทุนที่สำคัญ ในการดำเนินธุรกิจระยะยาว

2) การลดการบริโภคที่มากเกินไปเกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over Consumption and Waste) ทำให้มีทรัพยากรเหลือเก็บไว้ใช้ได้นานขึ้น เป็นการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายและเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย

3) การรักษาและการส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม (Maintaining Diversity) สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวและยังช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

4) การประสานการท่องเที่ยวกับการวางแผนพัฒนา (Integrating Tourism into Planning) ซึ่งควรกระทำทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น รวมทั้งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวในระยะยาว

5) การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting Local Economies) โดยการสนับสนุนการซื้อขายสินค้าที่ผลิตโดยชุมชนในท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในท้องถิ่น

6) การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น (Involving Local Communities) ซึ่งจะทำให้เกิดคุณภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และเป็นการลดความขัดแย้งของประชาชนในท้องถิ่น

7) การปรึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนในท้องถิ่น (Consulting Stakeholders and the Public) ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ร่วมกันแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งของประชาชนในด้านผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8) การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยการสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติ ในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อบุคลากรในท้องถิ่นทุกระดับ ซึ่งจะเป็นการช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9) การทำการตลาดด้วยความรับผิดชอบ (Marketing Tourism Responsibility) การตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็ต้องทำการตลาดให้ลูกค้าทราบถึงจริยธรรมของบริษัท ความรับผิดชอบต่อการตลาดนี้ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวด้วยการประชาสัมพันธ์

10) การดำเนินการวิจัย (Undertaking Research) เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการช่วยแก้ไขปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

UNWTO (2009, หน้า 1-2) ได้กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทางปฏิบัติ โดยครอบคลุมถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

รวมถึงการคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไว้ดังนี้

1) การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์มากที่สุด ซึ่งหมายถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในขณะที่รักษาระบบนิเวศ รวมถึงการปกป้องและอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพสิ่งแวดล้อม

2) เคารพในสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว โดยการอนุรักษ์วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม รวมถึงสิ่งก่อสร้างที่เกิดจากความเชื่อและวัฒนธรรมท้องถิ่น และการเข้าใจและยอมรับในความแตกต่างทางวัฒนธรรมซึ่งมีความหลากหลายในแต่ละสังคม

3) รักษาการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในระยะยาว โดยการกระจายรายได้แก่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อย่างเสมอภาค ส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการกระจายผลประโยชน์ด้านสวัสดิการสังคมและการเยียวยาปัญหาความยากจน

4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยการพัฒนาและรักษาการมีส่วนร่วมของแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน การแสวงจตุรวมที่แต่ละฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน เพื่อพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวทั้งในด้านการวางแผนและการดำเนินงาน รวมถึงการสร้างมาตรฐานกรู้แก่ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้รับทราบและเข้าใจ รวมถึงร่วมมือกันเพื่อการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ

5) ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนด้วยการติดตามและประเมินผลกระทบ เพื่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที และเพื่อการหาแนวทางการป้องกันผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

6) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ได้แก่ การอนุรักษ์และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น

โดยมุมมองที่เป็นสากลที่กล่าวมานี้มีความสอดคล้องกับดร.รชนี เอมพันธุ์ (2545, หน้า 25) ที่ได้สรุปหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 7 ประการ ได้แก่ (1) มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติในการทดแทนฟื้นฟู ให้สามารถผลิตและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดไป โดยไม่ลดถอย หรือเสื่อมโทรมลง ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และความต้องการของชุมชน (2) มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่

ท้องถิ่น (3) ให้ประสบการณ์นั้นหนาแน่นกว่าที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว (4) ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ทรัพยากรและวิถีชีวิต (5) เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และใช้วัสดุในท้องถิ่น (6) เป็นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน แผนพัฒนาระดับท้องถิ่นภูมิภาคและระดับประเทศ (7) เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานในการตัดสินใจ และการติดตามตรวจสอบ

ในด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543, หน้า 14-15) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนสามารถแยกลักษณะการบริหารจัดการตามหน้าที่ที่รับผิดชอบของแต่ละส่วนโดยยึดหลักการ 10 ประการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการเที่ยวและมรดกคุกเทศการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่รักษาสิ่งแวดล้อม (Green Products) รวมถึงการส่งเสริมตลาดและการพัฒนาตลาดด้วย ได้จำแนกองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) คงรักษาไว้ให้มีสภาพดั้งเดิมมากที่สุดและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี (สะอาด) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2) การออกแบบสิ่งก่อสร้างสิ่งบริการอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว (ที่พัก การเดินทาง การบริการอาหารเครื่องดื่ม - สุขา) ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้านไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมเข้าไป การออกแบบสิ่งก่อสร้างที่ทางเดินต้องคำนึงถึงคนพิการด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติควรหลีกเลี่ยงการ ตัดต้นไม้เป็นสำคัญ คำนึงถึงว่า กระแสน้ำจะไม่ก่อให้เกิดการพังทลาย ไม่กีดขวางเส้นทางเดินของสัตว์ป่า การเดินทางเข้าชมที่สะดวก (มิได้หมายถึงถนนลาดยางจรดถึงแหล่งท่องเที่ยวทางเดินในแหล่งธรรมชาติที่เปราะบาง ควรทำทางเดิน (Board Walk) คำนึงถึงความปลอดภัย มีระบบการสื่อความหมายที่ดี (แม้เดินทางคนเดียวก็ได้) รวมถึงการใช้เส้นทางเพื่อคนพิการนอกจากนั้นต้องคำนึงถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน ป้ายสื่อความหมาย ควรออกแบบใช้ได้ทนมาก แหล่งบริการอาหารและเครื่องดื่ม ต้องคำนึงถึงการกำจัดขยะและน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ควรสร้างห้องสุขาบริการตามระยะทางเดินห่างกันอย่างน้อย 3 กิโลเมตร ต่อหนึ่งแห่ง ห้องสุขาต้องสะอาด (คิดค่าบริการเพื่อเป็นค่าใช้จ่าย การจัดทำจ้างแรงงานดูแล)

3) มีการจัดการสาธารณสุขปลอดภัยพื้นฐานต้องคำนึงถึงขีดความสามารถ ขอบเขตในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว (จำนวนนักท่องเที่ยว) โดยใช้หลักการสภาพแวดล้อม ขีดความสามารถการรองรับทางกายภาพ (Physical Carrying Capacity) และขีดความสามารถการ

รองรับทางสภาพแวดล้อม (Environmental Carrying Capacity) อาทิ น้ำประปา ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย ต้องมีแผนการจัดการที่อย่างดีพอต่อการใช้

4) ศึกษาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของระบบนิเวศ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี โบราณสถานต่างๆ แม้เป็นเพียงเนินดินร้าง ย่อมสะท้อนอดีตกาลที่ทรงคุณค่า ซึ่งเราสามารถศึกษาค้นคว้าถึงลักษณะการตั้งถิ่นฐานชุมชนโบราณได้

5) ศึกษาและสำรวจแหล่งพลังงาน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์มากที่สุด อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์พลังงานกระแสลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ เป็นต้น ควรใช้พลังงานจากธรรมชาติมากที่สุด หลีกเลี่ยงการใช้น้ำธรรมชาติใช้ให้อย่างคุ้มค่า หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรับอากาศให้มากที่สุด

6) การจำกัดของเสีย จะต้องมึระบบการจำกัดน้ำที่มีประสิทธิภาพ การบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งตามธรรมชาติ การจำกัดขยะและปฏิภูล ถือหลักใช้แล้วใช้ซ้ำ และเปลี่ยนแปลงการชีวภาพ (Biogas) เป็นต้น ใช้ประโยชน์อีก (Reused/Recycle) สำหรับของเสียจากห้องสุขา อาจใช้ระบบการทำแก๊สมวลชีวภาพ (Biogas) เป็นต้น

7) การบริหารจัดการ การบริการ ควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานสากล ปัจจุบันต้องคำนึงถึงระบบ ISO 9000/ ISO 14000/ISO 18000 ด้วย

8) การให้การศึกษาต้องรู้วิธีการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว จะต้องให้การศึกษต่อประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับ ให้มีการเรียนรู้เพิ่มพูนประสบการณ์ รู้วิธีการบริการ การฝึกอบรมดูงาน ให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ทันต่อเหตุการณ์เสมอ

9) มีการตรวจสอบผลกระทบ การประเมินศักยภาพให้แหล่งท่องเที่ยวจะต้องกำหนดสถานภาพให้เหมาะสม โดยหารายละเอียดรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในที่แห่งนั้นว่า ควรอยู่ในระดับไหน หากความสมดุลระหว่างความสามารถรองรับของพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนา รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลจะต้องมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายของการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความสอดคล้องจากฝ่ายบริหารทุกระดับ การจัดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการลงทุน ต้นทุนของสิ่งแวดล้อมด้วย

10) การบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นต้องมีการวางแผน ปรับปรุง พัฒนากฎระเบียบระหว่างผู้ประกอบการ ภาครัฐบาล องค์กรพัฒนาเอกชนกับประชาชนท้องถิ่น องค์กรธุรกิจจะต้องเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการอย่างเสมอภาคกัน การพัฒนากฎระเบียบนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องอยู่ในกรอบของกฎหมายที่บังคับใช้ต่อการรักษา

ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคแห่งโลกาภิวัตน์จะต้องอยู่ในกรอบกฎหมาย 2 ประเภท คือ กฎหมายในประเทศและกฎหมายระหว่างประเทศ

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการมุ่งเน้นในการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวให้ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ควรจะเริ่มจากความร่วมมือของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยชุมชนท้องถิ่นจะต้องได้รับประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของตน และเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายให้ทุกฝ่ายได้รับเป็นธรรม คือการได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

5.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอีกจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทำให้เกิดวัฒนธรรมและการดำเนินวิถีชีวิตหลากหลายรูปแบบ ประกอบกับจังหวัดสุพรรณบุรีไม่ใช่เมืองหลักทางเศรษฐกิจของประเทศ ความเป็นสังคมเมืองใหญ่ยังคงไม่กลืนกินจังหวัดสุพรรณบุรีมากนัก ดังนั้น พื้นที่ท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีจึงยังคงมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดเป็นทุนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

5.3.1 จุดกำเนิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำว่า Creative Tourism สร้างขึ้นโดย คริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และ เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) ซึ่งเกิดขึ้นมาจากแรงบันดาลใจจากเรื่องเล่าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศออสเตรเลีย ในช่วงปี พ.ศ. 2542 - 2543 โดยนักท่องเที่ยวผู้หนึ่งได้เล่าประสบการณ์อันน่าประทับใจในขณะที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ว่าเธอมีความสนใจเข้าเรียนนวดแผนไทยเป็นเวลาหลายสัปดาห์ ก่อนจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อที่เกาะบาหลี่ ประเทศอินโดนีเซีย และเข้าไปมีส่วนร่วมฝึกหัดการทำอาหารมังสวิรัต จากนั้นเดินทางต่อไปที่ประเทศออสเตรเลียเพื่อเข้าเรียนรู้อะไรสักอย่าง ในการเป็นผู้ดูแลฝูงแกะและปศุสัตว์ (Jillaroo) ในฟาร์ม ริชาร์ดและเรย์มอนด์ มองว่าน่าจะมีชื่อใหม่เพื่อที่จะใช้เรียกการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ตนเองได้ท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวนอกจากจะช่วยให้นักท่องเที่ยว ได้ทำความเข้าใจผ่านประสบการณ์ด้วยตนเองแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถที่จะใช้ประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ใหม่นั้นมาใช้กับชีวิตหรือการทำงานของตนภายหลังที่กลับมาจากการท่องเที่ยวแล้วด้วย และในที่สุดทั้งริชาร์ดและเรย์มอนด์ ก็พบว่าคำว่า Creative Tourism มีความหมายเหมาะสมที่จะใช้เรียกการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556, หน้า 10)

5.3.2 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เมื่อปี ค.ศ. 2000 ริชาร์ดและเรย์มอนต์ได้ร่วมกันกำหนดนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าหมายถึงการท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของจุดหมายปลายทางที่ไปเยือน (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556, หน้า 11)

บังก์ฮอร์สต์ (Binkhorst, 2006) กล่าวว่า ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์ท่องเที่ยวของตนเองจากการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เป็นการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนั้น นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะได้รับความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไปตามภูมิหลังของแต่ละคน (พยอม ธรรมบุตร, 2558, หน้า 11)

ส่วน พยอม ธรรมบุตร (2558, หน้า 11) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้ สัมผัส และชื่นชมศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมโดยผ่านประสบการณ์ตรงจากการมีชีวิตร่วมกับชุมชนท้องถิ่น สามารถสัมผัสวัฒนธรรมในระดับโครงสร้างผิวผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว และสามารถสัมผัสวัฒนธรรมในระดับโครงสร้างลึกโดยผ่านภูมิหลัง ทางปัญญาของนักท่องเที่ยวเอง และได้รับการสื่อความหมายของวัฒนธรรมในระดับโครงสร้างลึก ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเสริมสร้างภูมิปัญญาให้แก่นักท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจของชุมชนอย่างยั่งยืน

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยขอสรุปนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์ท่องเที่ยวของตนเอง จากการเลือกซื้อสินค้าและบริการได้สัมผัสประสบการณ์ตรงในการเรียนรู้และชื่นชมวัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับโครงสร้างลึก ซึ่งเป็นการเสริมสร้างภูมิปัญญาให้แก่นักท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจของชุมชนอย่างยั่งยืน

5.3.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์

ภายหลังจากที่แนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ได้รับการเผยแพร่เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2543 (ค.ศ. 2000, โดย Greg Richards และ Crispin

Raymond) องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้เสนอแนวความคิดเรื่อง Creative City (เมืองสร้างสรรค์) ที่เรียกร้องให้มีการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่นี้ จากนั้นในปี พ.ศ. 2547 UNESCO ได้เสนอโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The Creative Cities Network) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่จะนำไปสู่ความร่วมมือในระดับนานาชาติรูปแบบใหม่ของภาคประชาชนเอกชน สาธารณะและประชาคม โดย UNESCO ได้กล่าวถึงโอกาสในการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Creating New Tourism Opportunities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองนั้นๆ ทั้งวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (Tangible and Intangible Cultural) โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเอง ทั้งนี้ เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก มีทั้งหมด 7 กลุ่ม ได้แก่ (1) วรรณกรรม (Literature) (2) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk C (3) งานออกแบบ (Design) (4) ดนตรี (Music) (5) อาหาร (Gastronomy) (6) ภาพยนตร์ และ (7) สื่อศิลปะ (Media Arts) (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556, หน้า 11-12) ซึ่งจังหวัดสุพรรณบุรีมีศักยภาพที่จะเป็นเมืองที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

5.3.4 การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นพัฒนาการอีกลักษณะหนึ่งของการท่องเที่ยว กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวทางศิลปหัตถกรรม (Crafts Tourism) หรือการท่องเที่ยวทางมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Tourism) แบบเดิมที่นักท่องเที่ยวเป็นเพียงแต่ผู้ชมอยู่ห่างๆ ถ่ายภาพ ชื้อของที่ระลึกเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หรือการท่องเที่ยวเยี่ยมชมศิลปะ (Arts Tourism) แบบเดิม ที่เป็นการท่องเที่ยวแบบตั้งรับ (Passive) ไปสู่การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างกระตือรือร้น (Active) ด้วยความมุ่งหมายว่าการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ผ่านประสบการณ์จริงจะมีส่วนในการสร้างเสริมศักยภาพในการเรียนรู้และสร้างสรรค์ของตนเองและสามารถนำกลับไปใช้ในชีวิตประจำวัน หรือหน้าที่การงานของตนเมื่อกลับไป (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556, หน้า 26)

การเปลี่ยนผ่านประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีหลายรูปแบบ ได้แก่ (1) จากกิจกรรมการเรียนรู้ (Learning) เช่น การปั้นเครื่องสังคโลก ทอผ้า รูปแบบของกิจกรรมการจัดการอบรม (Workshops) (2) จากกิจกรรมการชิม (Testing) อาหารท้องถิ่น ขนม เหล้า พื้นบ้าน ฯลฯ สู่การจัดให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ผ่านการเข้าร่วมการชิมอาหารท้องถิ่น ขนม เหล้า

พื้นบ้าน ฯลฯ พร้อมกันให้ความรู้ไปพร้อมๆ กับการลงมือปฏิบัติ (Experience/Open Aleliers) (3) จากกิจกรรมการเยี่ยมชม (Seeing โดยการเดินทางเข้าไปชมเฉพาะจุด การจัดให้เป็นการเยี่ยมชมตามเส้นทาง เช่น เส้นทางเที่ยวสวนเส้นทางชนบททางตอนใต้ของฝรั่งเศส หรือ เส้นทางถนนพระร่วง) (4) จากกิจกรรมการซื้อของ (Buying) สามารถปรับกิจกรรมไปสู่รูปแบบประสบการณ์ของการเดินตามแกลลอรี่หรือการเยี่ยมชมตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ (Galleries/Shop Window) (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556, หน้า 48)

5.3.5 รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards, 2010, อ้างใน สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2556, หน้า 47) เสนอรูปแบบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Basic Modes of Implementation of Creative Tourism) ในสองลักษณะคือ (1) ใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว (Using creativity as a tourist activity) (2) ใช้การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว (Using Creativity as backdrop for tourism) ซึ่งในรูปแบบแรกจะเป็นสิ่งที่ได้รับการปฏิบัติอยู่แล้วในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ แต่ปัจจุบันการนำเอาการสร้างสรรค์มาเป็นฉากหลังของการท่องเที่ยวหรือการสร้าง “บรรยากาศ” ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้นได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมี “เสน่ห์” เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบที่ 2 ตัวอย่างเช่นการจัดกิจกรรมต่างๆ ของเมืองซานตาเฟ (Santa Fe) เมืองซึ่งได้รับการประกาศโดยยูเนสโก ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ศิลปะหัตถกรรม โดยจัดให้มีกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับการเรียนรู้ อบรมเรื่องเกี่ยวกับการปั้นหม้อดินเผา (งานศิลปะของเผ่าเพลโบ (Pueblo) ในเขตนี้ มีชื่อเสียงมาแต่เดิม) หลักสูตรการทำอาหาร พื้นเมือง หรือการทำเครื่องรางพื้นเมืองที่พิพิธภัณฑสถานศิลปะพื้นเมือง

5.3.6 พัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2556, หน้า 68) สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และเป็นพัฒนาการมาจากความคาดหวัง ที่มองว่าการท่องเที่ยวคือเครื่องมือที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รัฐบาลจึงมีความมุ่งมั่นที่จะปรับโครงสร้างการผลิตและบริการของประเทศให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเน้นการผลักดันเรื่องการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม ซึ่งบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) เป็นต้นมา โดยที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดแบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยออกเป็น 4 สาขาหลัก 15 กลุ่มอุตสาหกรรมย่อยโดยยึดตามกรอบขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการ

พัฒนา (UNCTAD) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพของประเทศ

ด้วยนโยบายดังกล่าว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) และคณะทำงานโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้ร่วมกันศึกษาและพัฒนากิจกรรมที่มีศักยภาพในเขตพื้นที่พิเศษที่มีต้นทุนในทางวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาต้นแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษ 4 (อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัยกำแพงเพชร) และเขตพื้นที่พิเศษ 5 (จังหวัดเลย) โดยคณะทำงาน ได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นเป็นรูปฝ่ามือสีน้ำตาลแดง มีนกสีทองที่ใจกลางฝ่ามือ บนพื้นสีเขียวเหนือคำว่า Creative Tourism Thailand เพื่อสะท้อนถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย



ภาพ 10 ตราสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ที่มา: สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2556)

ทั้งนี้ คณะทำงานฯ ได้กำหนดเกณฑ์คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า จะต้องประกอบไปด้วยคุณสมบัติในเชิงพื้นที่ คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ และคุณสมบัติอื่นๆ กล่าวคือ ในพื้นที่ใดที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ถือได้ว่ามีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นพื้นที่ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

1) คุณสมบัติในเชิงพื้นที่

- มีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมและ/หรือธรรมชาติ หมายถึง การเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างเด่นชัดในด้านมรดกวัฒนธรรมหรือในทางธรรมชาติ

- มีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม หมายถึง ชุมชนหรือเจ้าของกิจกรรมต้องมีความมั่นใจ เข้าใจในคุณค่าของกิจกรรมที่ทำและพร้อมที่จะทำให้อีกกิจกรรมดังกล่าวนั้นเป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว

2) คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ

- มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม หมายถึง ในกิจกรรมที่ได้ทำนั้นช่วยให้ผู้ร่วมทำกิจกรรมได้มีความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตัวเองมากขึ้น
- มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนเองผ่านการลงมือปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ
- มีกระบวนการที่จะนำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว หมายถึง ใน การลงมือปฏิบัติกิจกรรมนั้นๆ ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจในความสำคัญ และความเกี่ยวข้องของกิจกรรมพื้นที่ท่องเที่ยวจากการลงมือปฏิบัติ
- ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชนและนำไปสู่สมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม หมายถึง กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ นั้น เป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดความสมดุลของชุมชนในด้านต่างๆ

3) คุณสมบัติด้านอื่นๆ

- สะท้อนความจริงแท้ (Authenticity) ความดั้งเดิมและความยั่งยืนของกิจกรรม หมายถึง เป็นกิจกรรมที่ยังคงรักษารูปแบบและเนื้อหาในลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนความหมายและความสำคัญจนพ้นไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง
- สามารถนำเสนอความหมายของมรดกวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน หมายถึง เจ้าของกิจกรรมสามารถที่จะสื่อสาร ถ่ายทอดความหมาย ความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นที่เข้าใจและเป็นที่ยอมรับต่อนักท่องเที่ยว
- พื้นฟูและธำรงมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง กิจกรรมที่ได้เสนอให้กับนักท่องเที่ยวนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการรักษาหรือฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่สืบไป
- ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ได้รับการเชิดชูและให้คุณค่า หมายถึง กิจกรรมที่ได้ดำเนินการนั้นมีส่วนช่วยให้เกิดความยั่งยืนในทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ และ ในขณะเดียวกันก็เป็นการยกย่องเชิดชูความรู้และปราชญ์ชุมชน
- ชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมใช้ทรัพยากรเดิมที่มีอยู่ หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการนั้นใช้ทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่เป็นหลัก
- เป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในจิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of Place/Sense of Place) หมายถึง กิจกรรมนั้นๆ ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ลึกซึ้งขึ้น และสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมดังกล่าวเข้ากับความสำคัญของพื้นที่

- สามารถตอบรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี หมายถึง กิจกรรมของพื้นที่นั้นๆ สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี ไม่จำเป็นต้องขึ้นกับช่วงระยะเวลาเทศกาล

- มีศักยภาพในการที่จะพัฒนาไปสู่ความร่วมมือในระดับภูมิภาคและสากล หมายถึง เป็นกิจกรรมที่พร้อมสำหรับการพัฒนาจากระดับชุมชนไปสู่การตอบรับกับการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ และอาจจะเป็นตัวอย่างที่ดี (Best Practice) ให้กับกิจกรรมอื่นๆ ทั้งในระดับชาติและในนานาชาติ

นอกจากนี้ คณะทำงานฯ ยังได้สรุป “หัวใจ” ของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ “ความจริงแท้-ดั้งเดิม” (REAL) ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์ตรงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและชื่นชมจิตวิญญาณ อันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ที่นำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และการเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวอย่างไม่สิ้นสุด ดังนี้

R : Reciprocating (แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม)

E : Experiencing (มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว)

A : Appreciating (ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่)

L : Lifelong Learning (เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด)

จากการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์ท่องเที่ยว ของตนเองได้สัมผัสประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้และชื่นชมวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งหัวใจของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์คือความจริงแท้และดั้งเดิม (REAL) ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์ตรงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและชื่นชมจิตวิญญาณ อันเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ โดยผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นกรอบการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของประเทศต่อไป

5.4 แนวคิดเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2556, หน้า 18) กล่าวว่า จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง จุดหมายหรือปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่

นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

ในส่วนของ UNWTO ได้ให้ความหมายของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Tourism Destination) ไว้ว่าเป็นพื้นที่ทางกายภาพซึ่งนักท่องเที่ยวกลางคืนอย่างน้อย 1 คืน ซึ่งมี 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และบริการสนับสนุนตลอดจนทรัพยากรท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอาจเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพียงวันเดียว (Day Trip) ก็ได้ จุดหมายปลายทางจะมีขอบเขตด้านกายภาพและการปกครองซึ่งจะกำหนดการจัดการสภาพลักษณะและมุมมองที่นักท่องเที่ยวพิจารณาแหล่งซึ่งจะเป็นตัวกำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันในเชิงการตลาดของ Destination จุดหมายปลายทาง หรือ Destination ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายซึ่งรวมถึงชุมชนเจ้าบ้านจุดหมายปลายทาง อาจจะถูกประกอบด้วยเครือข่ายต่างๆ ที่ทำให้เกิดเป็นจุดหมายปลายทางที่มีขนาดใหญ่ขึ้น จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอาจมีขนาดตั้งแต่กลุ่มประเทศ เช่น Asean EU ประเทศภูมิภาค หรือเกาะหนึ่งเกาะ เมืองใหญ่ เมืองหรือหมู่บ้านแห่งหนึ่ง หรือแม้แต่สถานที่ที่มีความสำคัญในตัวเองเพียงแห่งหนึ่ง (UNWTO, 2002, อ้างใน พยอม ธรรมบุตร, 2558, หน้า 2)

ในการวิจัยด้านการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination) นับเป็นหน่วยขั้นพื้นฐานของการวิเคราะห์ดังกล่าว Destination มีลักษณะดังนี้ (พยอม ธรรมบุตร 2558, หน้า 1-2)

- 1) Destination และภาพลักษณ์จะดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยความโดดเด่นเสน่ห์เฉพาะตัวและความเปราะบาง
- 2) Destination เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวและเป็นตัวเติมพลังและชีวิตชีวาให้กับการท่องเที่ยว
- 3) Destination จะได้รับทั้งผลประโยชน์และผลกระทบที่เป็นการทำลายจากการที่มีคนมาท่องเที่ยว
- 4) Destination มีความร่ำรวยทรัพยากรและมีความหลากหลายของวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของตัวพื้นที่
- 5) เมื่อการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินยังขยายตัว Destination ก็ยังแผ่กระจายไปทั่วทุกมุมโลก ในพื้นที่ห่างไกลแม้แต่บริเวณขั้วโลก
- 6) ในปัจจุบันความยั่งยืนเป็นความคิดหลักในการบริหารจัดการ Destination เมื่อการท่องเที่ยวสร้างผลกระทบทางบวกและทางลบการบริหารจัดการ Destination จึงต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนและ การจัดการ Destination

7) Destination คือการบริหารจัดการเครือข่ายขององค์กรที่หลากหลายที่กำลัง ร่วมกัน นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่ลูกค้าใน Destination มีแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุน (Support Facility)

8) ความยั่งยืนของ Destination เกิดขึ้นจากความเข้าใจในการบริหารจัดการพื้นที่ โดยเข้าใจถึงเรื่องขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) เทคนิคการจัดการพื้นที่ (Techniques of Destination Management) และการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) ท่ามกลางวิวัฒนาการของพื้นที่

9) การท่องเที่ยวจะทำลาย Destination หากปราศจากการวางแผนและการจัดการที่มีประสิทธิผล โดยจะต้องมีการวางแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์อย่างยั่งยืนโดยบูรณาการ การวางแผนด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจของผู้เกี่ยวข้องเข้าไว้ในแผนเดียวกันเพื่อความยั่งยืน

10) การท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ทุกประเภทการท่องเที่ยวในภาพรวมการท่องเที่ยวทุกแห่งบนพื้นโลก ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

นอกจากนี้ พยอ ม ธรรมบุตร (2558, หน้า 3) ยังได้สรุปลักษณะร่วมของ Destination เป็น 4 ประการ ได้แก่ (1) จุดหมายปลายทางมีลักษณะเป็นการผสมผสานขององค์ประกอบต่างๆ เป็นอะมัลกัม (2) จุดหมายปลายทางเป็นการตรวจสอบทางวัฒนธรรม (3) จุดหมายปลายทางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องบริโภค ณ สถานที่ที่ผลิตไม่สามารถแบ่งแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกัน และ (4) จุดหมายปลายทางเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านและคนกลุ่มอื่นใช้ร่วมกัน

อลิสเตอร์ มาธิสัน และเจฟฟรีย์ วอลล์ (Alister Mathieson and Geoffrey Wal, 1982 อ้างใน พยอ ม ธรรมบุตร, 2558, หน้า 11-12) กล่าวว่า จุดหมายปลายทางจะยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อจุดหมายปลายทางมีแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว และต้องมั่นใจว่าการบริโภคทรัพยากรของการท่องเที่ยวจะต้องไม่เกินความสามารถในการรองรับของพื้นที่เพื่อส่งผลกระทบต่อคนรุ่นต่อไปได้ใช้ด้วยเช่นกัน นั่นคือการค้นหาสมดุลที่เหมาะสมระหว่างความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันกับคนรุ่นต่อไปในอนาคต เรื่องของความยั่งยืนนั้นได้เคยได้รับความสนใจน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับ การขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวไปในการแสวงหาผลกำไรให้มากที่สุดในระยะสั้น แต่ทว่า กลุ่มนักกอดันซึ่งมีมากขึ้นก็บีบบังคับมากขึ้นมากขึ้นให้อุตสาหกรรมมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบของตนเองในระยะยาวเพราะมันไม่ยั่งยืนจะเกิดความยั่งยืนใน Destination จึงจำเป็นต้องพิจารณา 3 หัวข้อ ได้แก่

1) Carrying Capacity (CC) หรือขีดความสามารถในการรองรับใน Destination หมายถึงความสามารถของพื้นที่ในการรองรับการท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรของการท่องเที่ยว โดยไม่

ทำลายหรือทำให้เสื่อมโทรมลง ความคิดหลักของ CC ที่เป็นความคิดเดียวกันกับความ ยั่งยืนนั้น คือการจัดการทรัพยากรโดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ กำลังถูกกดดันอย่างยิ่งจากผู้บริโภค CC ประกอบด้วย (1) Physical CC หรือ ปิดความสามารถในการรองรับทางกายภาพของ Destination ซึ่งเกี่ยวข้องกับขนาดของพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (2) Psychological CC หรือขีดความสามารถในการรองรับเชิงจิตวิทยา ซึ่งจะเลยขีดความสามารถในการรองรับก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ทำให้รู้สึกว่เสียหายอย่างเห็นได้ชัดเช่น มีคนมากไปจนเกิดความแออัด ซึ่งความต้องการเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความแตกต่างกัน (3) Biological cc คือ ขีดความสามารถในการรองรับเชิงชีววิทยา ซึ่งได้แก่ ขีดที่ยอมรับได้เมื่อสิ่งแวดล้อม หรือระบบนิเวศของพื้นที่ถูกรบกวน และ (4) Social cc คือ ขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคมซึ่งเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากความคิดเห็นเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับของชุมชน เจ้าบ้าน

2) Destination Management หรือการจัดการจุดหมายปลายทาง คือการจัดการพื้นที่ เพื่อให้สามารถนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงให้กับผู้มาเยือน และเพื่อการจัดการผลกระทบจากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับพื้นที่ การจัดการจำเป็นต้องมีเครื่องมือ ซึ่งจะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และจำเป็นต้องใช้แนวทางการจัดการซึ่งเป็นการจัดการในภาพรวมและบูรณาการการจัดการด้านต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม การจัดการจุดหมายปลายทางเป็นหน้าที่ของ Destination Management Organization หรือ DMO คือองค์กรจัดการจุดหมายปลายทาง โดยเป็นฝ่ายกำหนดนโยบาย วางแผน ออกกฎระเบียบ และทำให้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายมาเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนกัน โดยมีความคิดในปัจจุบันที่ว่าจุดหมายปลายทางเป็นหน่วย ที่เหมาะสมที่สุดเพื่อร่วมกันทำการตลาด ทำการพัฒนาพื้นที่ และให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนร่วมรับผิดชอบและมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การจัดการจุดหมายปลายทาง ประกอบด้วย (1) การวางแผนพัฒนาซึ่งรวมถึงการประเมินศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนา การปรึกษาหารือกับทุกภาคส่วนและผู้เชี่ยวชาญ และการลงทุนเพื่อพัฒนา (2) การตลาดรวมถึง การศึกษาวิจัยทำแผนการตลาดเชิงยุทธศาสตร์ การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย การมีส่วนร่วม ประสมทางการตลาด การสร้างแบรนด์ของ Destination การสร้างกำไรสูงสุดแก่พื้นที่ (3) การจัดการ ซึ่งเน้นความสำคัญของการปกป้องทรัพยากรและพื้นที่การท่องเที่ยวไว้ให้ดีที่สุด ในขณะเดียวกันก็ใช้ทรัพยากรดังกล่าวเพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงสุดแก่ผู้มาเยือน โดยทั้งสองประการนี้จะนำมาซึ่งการเติบโตอย่างยั่งยืนของ Destination

3) Strategic Planning หรือการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา Destination (พยอม ธรรมบุตร, 2558 หน้า 15) ในยุค ค.ศ. 1960 – 1970 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวใน Destination เป็นไปตามแนวคิดรูปแบบ Boosterism คือการเข้าไปในพื้นที่แบบมีแต่ความคิดจะเปลี่ยนแปลงพื้นที่ ทำลายพื้นที่และทรัพยากรเพื่อสร้างเงินกำไรให้มากที่สุด การพัฒนาแบบดังกล่าวได้แพร่กระจายไปทั่วโลก เป็นเหตุให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมจนบางแห่งกลายเป็นซากทรุดโทรมที่ไม่สามารถสร้างประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวได้อีกต่อไป ในปัจจุบันเราจึงจำเป็นต้องมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อวางแผนและจัดการ Destination อย่างยั่งยืนทั้งด้านการพัฒนาพื้นที่และทางด้านการตลาดเพื่อขยายพื้นที่ในทุกระยะของการพัฒนา Destination โดยในแผนยุทธศาสตร์จะมีการปรับแผน ทบทวนแผนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนในทุกช่องทางการพัฒนาพื้นที่ การจัดการเชิงยุทธศาสตร์ระยะยาวในลักษณะนี้จะก่อให้เกิดการควบคุมและการมีความรับผิดชอบต่อพื้นที่ เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่มากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับ ซึ่งจะก่อให้เกิดการลดลงของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อวางแผนและจัดการ Destination จึงจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่ว่าพื้นที่จะสามารถสร้างและควบคุมอนาคตที่ยั่งยืนของตนเองได้ โดยลักษณะของแผน ยุทธศาสตร์มี 4 ประการ คือ (1) เป็นการวางแผนที่มองการพัฒนาในระยะยาว (2) ต้องเป็นการ พัฒนาแผนที่บูรณาการ และมองภาพรวม ซึ่งแผนดังกล่าวจะสามารถควบคุมกระบวนการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ระหว่างที่มีการปฏิบัติการตามแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้ โดยต้องบรรลุเป้าของแผน (3) ต้องเป็นกระบวนการที่กำหนดรูปแบบการตัดสินใจที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรของพื้นที่ ซึ่งจะทำการก่อให้เกิดความร่วมมือรับผิดชอบกับอนาคตที่จะเกิดขึ้นกับ Destination ในภายหลัง (4) กระบวนการทางการเมืองของ Destination มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของ Destination ในอนาคต

พยอม ธรรมบุตร (2558, หน้า 7) ยังกล่าวอีกว่า การจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management) มีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการจุดหมายปลายทาง หรือการจัดการ Destination ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ในเชิงการตลาด ก่อให้เกิดรายได้สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น และสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งการจัดการ Destination จำเป็นต้องใช้แนวทางการจัดการซึ่งเป็นการจัดการในภาพรวมและการบูรณาการการจัดการด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม การจัดการ Destination เป็นหน้าที่ของ Destination Management Organization (DMO) เป็นองค์การจตุรภาคีจุดหมายปลายทาง โดยมีหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผน ออกกฎระเบียบ และทำให้ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทุกฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวมาเป็นหุ้นส่วนให้มีความรับผิดชอบร่วมกัน และมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) และจำเป็นต้องมีแนวทางเชิง

ยุทธศาสตร์ เพื่อที่จะเชื่อมโยงงานบริการและการจัดการทุกภาคส่วนที่แยกกันอยู่ให้เกิดการจัดการที่ดีขึ้น ซึ่งทำให้สามารถหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนในการจัดการที่ต่างฝ่ายต่างทำในสิ่งเดียวกัน เช่น การโฆษณา การบริการลูกค้า การฝึกอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยว การสนับสนุนทางธุรกิจ ทั้งนี้ยังสามารถร่วมกันอุดช่องโหว่ของการจัดการได้อีกด้วย โดยการจัดการจุดหมายปลายทางประกอบด้วย (1) การวางแผนพัฒนา ซึ่งรวมถึงการประเมินศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนา การปรึกษาหารือกับทุกภาคส่วนและผู้เชี่ยวชาญ และการลงทุนเพื่อพัฒนา (2) การตลาด รวมถึงการศึกษาวิจัยทำแผนการตลาดเชิงยุทธศาสตร์ การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย การทำส่วนประสมทางการตลาด การสร้างกำไรสูงสุดแก่พื้นที่ และการสร้างแบรนด์ของ Destination (3) การจัดการที่เน้นความสำคัญของการปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ให้ได้ดีที่สุด และการใช้ทรัพยากรดังกล่าวเพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงสุดแก่ผู้มาเยือน ซึ่งกลยุทธ์สำคัญอันจะนำไปสู่การจัดการจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผลคือ การสนับสนุนให้มีการทำงานร่วมกันและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ให้มีวิสัยทัศน์รวมที่นำไปสู่การจัดการพื้นที่แบบบูรณาการ

อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination) เท่านั้นที่ต้องจัดการให้ยั่งยืน การท่องเที่ยวทั้งระบบต้องยั่งยืนด้วย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นดั่งหัวใจหลักอีกประการในการวิจัยในครั้งนี้

5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีเป้าหมายอยู่ที่การอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ภายใต้เงื่อนไขการบีบคั้นจากนโยบาย ที่ทำให้มีการแย่งชิงทรัพยากร (ความรู้ อำนาจกฎหมายอยู่ในมือของภาครัฐ) โดยกระบวนการทำงาน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว หากชุมชนมีความพร้อม มีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการเข้า มีบทบาทจัดการการท่องเที่ยวแล้วนั้น ผู้นำชุมชนและแกนนำที่หลากหลาย ตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มอสมทริพย์ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ และ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ป่าไม้ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เป็นต้น ร่วมกันประชุมสัมมนา เพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการฝึกกำลังความคิดสร้างสรรค์ ประสานแนวคิดของทุกคนให้เห็นเป็นภาพเดียวกัน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำวิสัยทัศน์ที่ได้มากำหนดเป็นเป้าหมาย เป็นทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป

5.5.1 ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ธนาคารโลก (World Bank, 2000 อ้างอิงใน สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2558) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน ไว้ว่า การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของชุมชน ผู้ซึ่งต้องได้รับประโยชน์และรายได้อย่างยุติธรรมจากการท่องเที่ยว จากการกำจัดความยากจน และไม่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างความภาคภูมิใจในชุมชน และเกิดการรักษาและพัฒนาสมบัติของชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2558) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยวชุมชน ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

วีระพล ทองมา และประเจต อำนาจ (2547) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชนว่าเป็นเรื่องของ การเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งส์ตย์ (2553) ได้กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน ต้องทราบถึงหัวใจของการท่องเที่ยวชุมชน ว่าหากจะดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่สมบูรณ์นั้น ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วม ในทุกกระบวนการของการพัฒนาการท่องเที่ยว สำหรับความหมายของชุมชนในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชน คือ 1) กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกัน ร่วมเป็นเจ้าของในพื้นที่หนึ่งร่วมกัน และเกิดกระบวนการการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคนนั้นขึ้น และ 2) มีปฏิสัมพันธ์ในสังคมของคนแต่ละคน จนรวมเป็นการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนและองค์กร ในพื้นที่เฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้มีส่วนร่วมหลักที่ควรนำมารวมในกระบวนการพัฒนา ละจัดการการท่องเที่ยวชุมชนด้วย นอกจากส่วนของชุมชนแล้ว คือผู้มีอำนาจตัดสินใจ เช่น ภาครัฐ (Decision Maker) ภาคธุรกิจ (Business operator) และไม่ควรมีนักท่องเที่ยว (Visitor) ที่ควรสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาในชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน มีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

5.5.2 องค์ประกอบของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT มีอยู่ 4 ด้าน (สถาบัน การท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2558) ได้แก่

- 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - 1.1) ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่ พึ่งพา และ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
 - 1.2) ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 2) ด้านองค์กรชุมชน
 - 2.1) ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน
 - 2.2) มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย
 - 2.3) ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
- 3) ด้านการจัดการ
 - 3.1) มีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม
 - 3.2) มีองค์กรหรือกลไกในการทำงาน เพื่อการจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยง การท่องเที่ยวและการจัดการชุมชนโดยรวมได้
 - 3.3) มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
 - 3.4) มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
- 4) ด้านการเรียนรู้
 - 4.1) ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจ ในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง
 - 4.2) มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
 - 4.3) สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้ง ในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

5.5.3 องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการเรียนรู้ CBT

1) คักยภาพของคน หมายถึงถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ตักตวง และหวงแหน เห็นคุณค่าของ ทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้ว ชุมชน ต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจน มีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

2) การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้น ชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน “Community-based Tourism : CBT” ได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน ทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทาง ในการเตรียมความพร้อม ชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างไร ยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีโอกาสอะไรบ้าง และจะมีการกระจาย จัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชน ก็คือการมีส่วนร่วม อันหมายรวมถึง รวมในทุกๆ สิ่งทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

3) มีส่วนร่วม มีได้อย่างไร การสื่อสารพูดคุยเป็นการสื่อความคิดเห็น การยกปัญหา รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่น พบว่า ชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนด้านต่างๆ เพื่อให้คนในชุมชน รวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม โดยคำนึงถึงหลักการทำงานของทุกภาคส่วนในชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

5.5.4 หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐาน เพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเอง โดยดำเนินการพร้อมกัน ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวม และเกี่ยวกับกลุ่มคนต่างๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วม และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว จึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน (วิระพล ทองมา, 2551, หน้า 15-17) ดังนี้

1) การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการวินิจฉัยวิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน แล้วชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

2) สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วม ทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกัน และรับประโยชน์ร่วมกัน

3) ชุมชนต้องการรวมตัวการเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรเดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การ

จัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน

4) รูปแบบ เนื้อหา ของกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน ความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์ และลดผลกระทบในเชิงลบ

5) มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามที่วางไว้

6) ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไป และนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

7) การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีความมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมกันภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ

8) รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม

9) การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อาชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้ หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

10) องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชน และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวในชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้น ยังต้องพิจารณาจากมิติดอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยสามารถนำรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับชุมชนตนเองตามความเหมาะสม

5.5.5 รูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

รายการนำเที่ยวมีการออกแบบเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น แยกผู้มาเยือน และสมาชิกในชุมชนมีโอกาสที่จะพบและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การนำเที่ยว และบริการต่างๆ ดำเนินการโดยกลุ่มองค์กรชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ อาทิ ผู้ประสานงาน ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นครอบครัวโฮมสเตย์ ฝ้ายอาหาร

ยานพาหนะ เป็นต้น สถาบันการทอ่งเที่ยวโดยชุมชน (2558) ได้แบ่งรูปแบบการทอ่งเที่ยวโดยชุมชนไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่

- 1) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นโปรแกรมการทอ่งเที่ยวโดยปกติของชุมชน
- 2) ศึกษาดูงาน เป็นการจัดการกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งมีทั้งการบรรยาย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้ผู้มาศึกษาดูงานได้เข้าใจ และนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมบริบทหรือวัตถุประสงค์ของการ ศึกษาดูงาน
- 3) จิตอาสา เป็นกิจกรรมเพิ่มเติมสำหรับอาสาสมัครที่ต้องการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

5.5.6 การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการทอ่งเที่ยว

การทอ่งเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่คุณเหมือนง่ายแต่ทำยาก ที่ว่ายากนั้นก็เพราะการทอ่งเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองกระแสบริโภคนิยมการทอ่งเที่ยว ทำให้ชุมชนหลุดออกจากรฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตรสู่ธุรกิจด้านบริการ กำลังซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยว จึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการ ทำให้สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งทอ่งเที่ยวมักถูกรอบงำ จากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยวเป็นดาบสองคม และมีความเสี่ยงอย่างยิ่ง ในการนำไปใช้ในการพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้อง “รู้ตัว” เข้าใจ และตระหนักต่อการทอ่งเที่ยวนี้ ตลอดจนจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชน ซึ่งดำเนินการพัฒนาการทอ่งเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงาน (พจนานวน ศรี, 2546, หน้า 189-190) ได้กล่าวไว้ว่าดังนี้

ขั้นที่ 1 ให้ข้อมูลด้านการทอ่งเที่ยวให้ชุมชน ในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการทอ่งเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มสนใจ

ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม เป็นการดึงเอากลุ่มที่สนใจการทอ่งเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มองค์กรต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ และผู้นำที่เป็นทางการ และผู้นำทางธรรมชาติ มาพูดคุยเรื่องผลดี-ผลเสียอีกครั้ง เพื่อให้เขาเหล่านั้นได้ร่วมกันตัดสินใจเรื่องนี้ร่วมกัน

ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษาในหัวข้อ ดังนี้

1) การสำรวจทางกายภาพ

1.1) ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน)

1.2) แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนสร้าง และทรัพยากรธรรมชาติ)

2) ศึกษาประวัติชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณี ของชุมชน

3) ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากร เพื่อการท่องเที่ยว

4) ศึกษากลุ่มต่างๆ ในชุมชน ซึ่งผลการศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพข้อจำกัดของชุมชน และปัญหาของชุมชนร่วมกัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพข้อจำกัด โอกาส และความเสี่ยงในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นได้ด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และอาจพบว่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงจุด อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องการท่องเที่ยวเลยก็ได้

ขั้นที่ 5 ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน อาทิ รวบรวมความรู้ซึ่งแต่ละชุมชน จะแตกต่างกันออกไป มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนเด่นระบบการจัดการนิเวศที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันตั้งเอกลักษณ์ให้เห็นร่วมกันก่อนการนำสู่การเผยแพร่ออกไป ฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น นักสื่อความหมาย การสร้างเวที เรียนรู้กับการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเห็นความสามารถของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว ทั้งความพร้อม จำนวนบุคลากร และขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่ทางธรรมชาติ และรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

ขั้นที่ 6 วางรูปแบบการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน หรืออาจใช้องค์กรที่มีอยู่ในชุมชนมีอยู่เดิมแต่เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว โปรแกรม และราคา การจัดสรรประโยชน์สู่ชาวบ้านและชุมชน และมาตรการในการป้องกันผลกระทบ โดยอาจจะเป็นการสร้างกฎ กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 7 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการทอเกี่ยว ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดทอเกี่ยวนาร่อง เพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์ หรือเกี่ยวข้องกับการทอเกี่ยวโดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นทิศทางต่อไปในอนาคต

ขั้นที่ 9 ประเมินผล ในขั้นตอนประเมินผลอาจแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินผลและ สรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วงๆ ทุกๆ 3-6 เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร

1) การฝึกอบรม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย เป็นต้น

2) การศึกษาดูงาน สำหรับแกนนำองค์กรชุมชน เพื่อจัดการทอเกี่ยวเพื่อเสริมโลกทัศน์ พัฒนาทักษะการบริหาร การจัดการในชุมชนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน เพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

กระบวนการทั้ง 10 ขั้นตอนแล้ว จะเหมือนการทำงานพัฒนาปกติที่ตนเอง แต่สิ่งที่ยากก็คือ เรื่องทอเกี่ยวที่ชาวบ้านไม่คุ้นเคยมาก่อน และไม่มั่นใจว่าตนเองจะทำได้ แต่ละคำถามในแต่ละขั้นตอน ในกระบวนการเตรียมชุมชน จะต้องเป็นการปลุกกระตือรือร้นของท้องถิ่นให้คนท้องถิ่นอยากรู้จักตนเอง และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง การทอเกี่ยวก็จะเกิดความชัดเจนมากขึ้นว่า เป็นการเข้ามาเพื่อให้ชุมชนได้นำเสนอตัวอย่างต่อสาธารณะ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญของการทอเกี่ยว นอกจากปลุกสำนึกของชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกของนักทอเกี่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ได้เข้ามาเยี่ยมเยือน

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทอเกี่ยวโดยชุมชนได้ เห็นความสำคัญและความจำเป็นต่อการปรับใช้ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยหลักการดังกล่าวเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของชุมชน ซึ่งแนวคิดนี้เหมาะสมกับเนื้อหาของผู้วิจัย เพื่อประยุกต์ใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการทอเกี่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

5.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5.6.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism) ที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันดังนี้

ครีอก Craik (2001) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ทัศนอาจรที่จัดตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต แบบแผนชีวิต มรดก และศิลปะที่แท้จริง การแสดงถึงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น

ทิโมทรี Timothy (2010 อ้างอิงในคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2558) นิยามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ยังคงพบเห็นได้หรือยังมีชีวิตอยู่รวมทั้งการสัมผัสวัฒนธรรมสมัยใหม่ เช่นศิลปะหรือดนตรีร่วมสมัย หรือรูปแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการศึกษาวัฒนธรรม และตอบสนองความต้องการทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจด้วยการเที่ยวชมอาคารสถานที่ที่เป็นมรดกศิลปะการแสดงและวัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตอยู่

กรมการท่องเที่ยว (2556) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งทีแสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสม กับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

พะยอม ธรรมบุตร (2548, หน้า 1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะอุตสาหกรรม และกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะมรดกกรรม และงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑท์ทุกประเภท ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ตลอดจนแหล่งมรดกต่างๆ

ราณี อลิษฐ์กุล (2546, หน้า 83) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชม หรือสัมผัสศิลปะ วัฒนธรรมแขนงต่างๆ ได้แก่

สถาปัตยกรรม จิตรกรรมประติมากรรม ภาษา และวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาลประเพณี

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงขอสรุปว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมในแหล่งต่างๆ ที่มีความหลากหลาย และแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี หรือเทศกาลต่างๆ ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ความเพลิดเพลิน และเป็นส่วนหนึ่งในการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

5.6.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจในสรรพสิ่งของโลก ที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ฉะนั้นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรมี 6 ด้านดังต่อไปนี้

- 1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- 2) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม
- 3) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว
- 4) องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว
- 5) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
- 6) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

5.6.3 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อพิธีกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวด้วย โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นประเภทได้ 5 ประเภทคือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)
- 2) การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรม การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรม และประเพณีไทย (Culture and Traditional Tourism)
- 3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)
- 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism)
- 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Culture Health Tourism)

5.6.4 ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชนัญ วงษ์วิภาค (2545, หน้า 271) ได้กล่าวถึง ประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังนี้

1) ประโยชน์ทางเศรษฐกิจผลการดำเนินการท่องเที่ยวที่ผ่านมาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติเป็นอย่างมากนำเงินตราเข้าประเทศมากที่สุดเมื่อเทียบกับรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ที่ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ

2) ประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อนำหลักแนวคิดทฤษฎีต่างๆ มาปรับใช้กับการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรีโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชุมชนและนำผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรีต่อไป

5.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นศัพท์บัญญัติที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นำมาใช้อย่างเป็นทางการใน พ.ศ. 2541 โดยให้มีความหมายตรงกับคำว่า Ecotourism ในภาษาอังกฤษ ศัพท์บัญญัตินี้ได้รับความเห็นชอบจากราชบัณฑิตยสถาน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบัญญัติศัพท์แล้ว เพื่อขยายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จะขอกล่าวถึงคำนิยามที่นักวิชาการได้ให้ไว้ในที่ต่างๆ ดังนี้

5.7.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme : UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติ มุ่งหวังในด้านการศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติ มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากรในท้องถิ่น

เอลิซาเบธ (Elizabeth 1991, อ้างอิงใน ศุภชัย ป่าไม้, 2538, หน้า 32) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการ

อนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการอนุรักษ์พื้นที่การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่น และการสร้างสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดร.ชนันท์ เอ็มพันธ์ (2539, หน้า 2) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาจากคำว่า “Ecotourism” ซึ่งเป็นคำผสมกันระหว่างคำว่า Ecology กับ Tourism นอกจากนี้ยังมีคำที่ใช้แทนกันได้ เช่น Nature tourism, Green tourism, Environment responsible tourism และ Ecological-friendly tourism ซึ่งคำเหล่านี้บ่งบอกให้ทราบว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น ถึงแม้ว่าจะได้มีการบัญญัติคำว่า Ecotourism ได้เช่นเดียวกัน เพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นรูปการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น ถึงแม้ว่าจะได้มีการบัญญัติคำว่า Ecotourism ในความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542, หน้า 2) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

นิพล เชื้อเมืองพาน (2542, หน้า 14) ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่าเป็นการเดินทางไปยังสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และเกิดความพึงพอใจสำหรับนักท่องเที่ยว

อานันท์ ปันยารชุน (2543, หน้า 30) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยว ที่มุ่งพานักท่องเที่ยวไปชื่นชมธรรมชาติ และในขณะเดียวกันก็เป็นการท่องเที่ยวที่เคารพธรรมชาติด้วย

องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO, 2545 อ้างอิงใน ประชิต สกฤษะพัฒน์ วิมล จิโรจน์ พันธุ์ และอุดม เขยกิจวงศ์, 2554) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้ 1) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงธรรมชาติ 2) มีการให้ความรู้และการสื่อความหมาย 3) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเล็ก 4) ลดผลกระทบที่เกิดขึ้น กับธรรมชาติและก่อประโยชน์กับท้องถิ่น และ 5) กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ ทำความเข้าใจกับพัฒนาการทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม และความระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ชาวบ้านในท้องถิ่นได้รับประโยชน์โดยตรงจากการอนุรักษ์ธรรมชาติ

แวดล้อม ภายใต้หลักการ “คนที่ดูแลรักษาธรรมชาติ ย่อมสมควรได้รับผลประโยชน์จากการดูแลรักษา”

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ว่า การท่องเที่ยวในรูปแบบหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติแหล่งวัฒนธรรม อย่างมีความรับผิดชอบโดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ นั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย

อุดม เขยทีวงศ์ (2548, หน้า 81) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้วิจัยขออนุญาตเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีที่มาจากความต้องการลดปัญหาและผลกระทบที่เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วด้านการท่องเที่ยว ในรูปแบบการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) ที่เน้นให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วเกินไป ในขณะเดียวกัน ก็มีนักท่องเที่ยวบางประเภทชอบการท่องเที่ยว ที่สัมผัสกับบรรยากาศในพื้นที่ชนบท ที่มีความเป็นอยู่เรียบง่าย ไม่ชอบพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกมากนักและสนใจกิจกรรมที่เน้นหนักไปที่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เราจึงเรียกการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5.7.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ราฟ บัคเลย์ (Buckley, 2009) ได้อธิบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า จะต้องประกอบด้วย การจัดการที่ยั่งยืนในพื้นที่ธรรมชาติ โดยประกอบด้วยเรื่องของวัฒนธรรมและการให้การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (วิงรอรอง ดวงใจ, 2558)

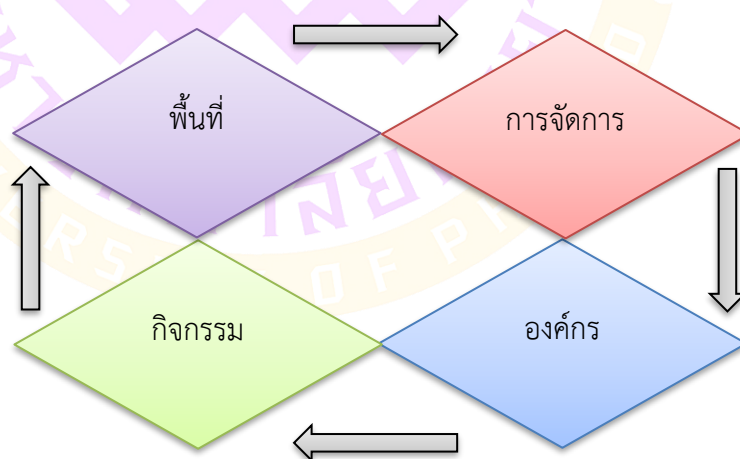
เดวิด ฟินแนลล์ (Fennell, 2008) ให้คำจำกัดความเชิงนิเวศ ว่าต้องประกอบด้วย องค์ประกอบดังต่อไปนี้ 1) สนใจธรรมชาติ 2) ส่งเสริมการอนุรักษ์ 3) อยู่บนพื้นที่สงวน/อนุรักษ์

- 4) สนับสนุนการกระจายผลประโยชน์ระยะยาวให้ชุมชน 5) ให้ความรู้ชั้นสูงและการเรียนรู้ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 6) ส่งผลกระทบระดับน้อยและไม่นำมาอุปโภคบริโภค
- 7) มีผลิตภัณฑ์เชิงจริยธรรม และสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ 8) พัฒนา หลักการจัดการเพื่อลดผลกระทบจากนักท่องเที่ยว 9) สนับสนุนหลักการจัดการกิจกรรมการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 10) ส่งเสริมให้เกิดความสนุกสนาน ในการชื่นชมธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมและเมืองค้ประกอบของการผจญภัย 11) ดำเนินถึงความเปราะบางของชุมชนท้องถิ่น
- 12) มีการจัดการการท่องเที่ยวในระดับเล็ก

นอกจากนักวิชาการต่างประเทศแล้วยังมีนักวิชาการในประเทศไทยได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้

กวี วรกวิน, พิพัฒน์ นวลอนันต์ และพิเศษ เสนาวงค์ (2546) ซึ่งสรุปว่าหาก พิจารณาภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการ มี จุดมุ่งหมาย มีขั้นตอน และมีวิธีการจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีหลักพื้นฐานควรประกอบด้วย 1) ความยั่งยืน 2) องค์ประกอบสำคัญทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 3) ปัจจัยทางด้านความรู้ และการสื่อความหมาย 4) การมีส่วนร่วมหรือผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น และ 5) ความพึง พอใจของผู้ใช้และผู้บริโภค

พื้นฐานที่กล่าวมาข้างต้นควรมีปัจจัยที่ดำเนิน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) พื้นที่ ธรรมชาติ 2) การจัดการอย่างยั่งยืน 3) การมีส่วนร่วมของคนและองค์กรท้องถิ่น และ 4) การ จัดกิจกรรมที่ตอบสนองการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



ภาพ 11 องค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา : คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2558, หน้า 73)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการ ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้นๆ

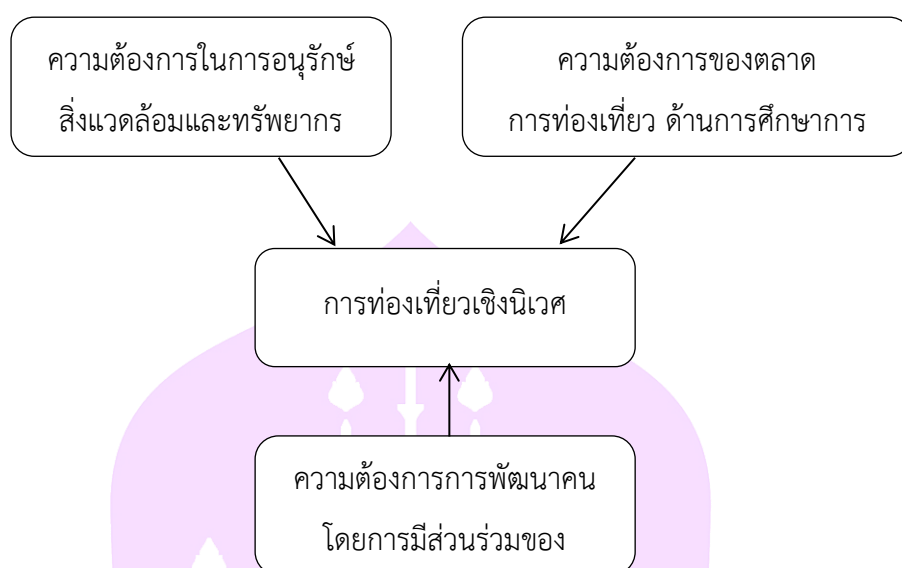
2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกัน และกำจัดมลพิษ และควบคุมอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนรวม การคิดวางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

จากองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าว จะเห็นว่า องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมนั้นจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) ได้แบ่งกระแสความต้องการที่ขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย 1) ความต้องการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากร 2) ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ และ 3) ความต้องการพัฒนาคนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังภาพ 4



ภาพ 12 ความต้องการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

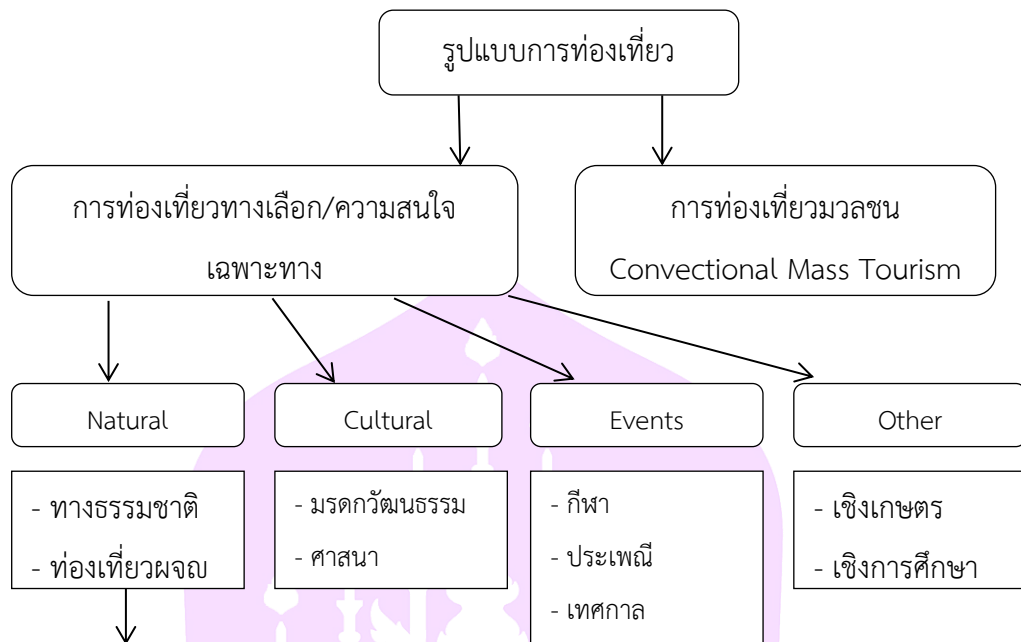
ที่มา : คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2558, หน้า 68)

หากพิจารณากระแสความต้องการทาง 3 ด้านที่เกิดขึ้น ประกอบกับเอกสารทางวิชาการที่มีการกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ โดยนักวิชาการจากประเทศต่างๆ พบว่า นักวิชาการทั่วโลกได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาตั้งแต่ พ.ศ. 2526 ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งต่อมาปี พ.ศ. 2535 ในการประชุม The United Nations Conference on Environment and Development and the Earth Summit ณ กรุง ริโอ จาเนโร ประเทศบราซิล แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็ได้ถูกนำมากล่าวถึงอีกครั้งเนื่องจากยังถือเป็นเรื่องใหม่ ยังไม่ได้รับความเข้าใจและมีการนำไปใช้สับสนกับการท่องเที่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอื่นๆ เฟินแนว Fennell, (2008 อ้างอิงใน คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, 2558)

5.7.3 รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รอส ดอลลิง Dowling, (2010 อ้างอิงใน คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2558) จัดแบ่งประเภทการท่องเที่ยวออกเป็นรูปแบบต่างๆ ภายใต้กรอบใหญ่ 2 ประเภท คือ

- 1) การท่องเที่ยวรูปแบบเดิม หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวมวลชน (mass tourism)
 - 2) การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่หรือการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism)
- การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่นี้สามารถแบ่งได้อีกหลายประเภท ดังภาพต่อไปนี้



การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism)

- ตลาดและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (nature based)
- การจัดการทางนิเวศอย่างยั่งยืน (ecology sustainable operations)
- การศึกษาทางสิ่งแวดล้อม (environmentally educated)
- ผลประโยชน์สำหรับท้องถิ่น (locally beneficial)
- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (tourist satisfactions)

ภาพ 13 การจำแนกประเภทการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ

ที่มา : คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2558, หน้า 71)

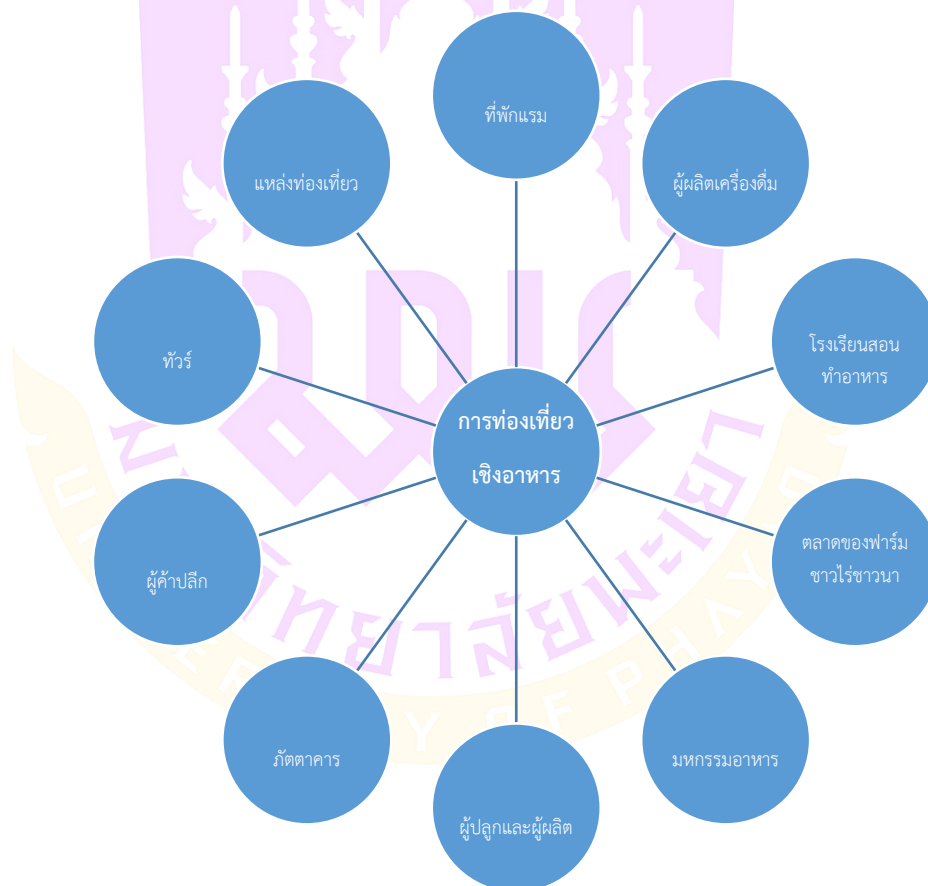
5.8 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) นักท่องเที่ยว มีความต้องการที่พักแรมและอาหารเพราะทั้งสองสิ่งนี้ เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวทุกคนจะต้องกินอาหารทุกวัน วันละประมาณ 2-5 มื้อ อาหารจึงจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความสำคัญดังกล่าวมีอิทธิพลในการสร้างความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการเดินทางในแต่ละครั้ง จนทำให้เกิดแนวคิดด้านการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับอาหารที่นักท่องเที่ยวบริโภคระหว่างเดินทางไปท่องเที่ยว หรือที่เรารู้จักในชื่อ “การท่องเที่ยวด้านอาหาร”

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หมายถึงอะไร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หมายถึง ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ชื่นชม และบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสะท้อนให้เห็นสัมผัสได้ถึงอาหารท้องถิ่น ภูมิภาคหรืออาหารประจำชาติซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี เทคนิคการปรุงอาหารของแต่ละพื้นที่

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีวิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงการประกอบอาหาร (Culinary Tourism) ซึ่งจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เกี่ยวกับการปรุงอาหาร โดยจะเข้าไปพูดคุยซึ่งวิธีปรุงอาหารจากเชฟ ต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับอาหาร เครื่องปรุงและวิธีปรุงอาหารท้องถิ่น จึงเป็น การท่องเที่ยวเชิงการประกอบอาหารซึ่งจะให้ประสบการณ์ที่แท้จริงแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงองค์ประกอบ มีดังต่อไปนี้



ภาพ 14 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร, 2560, หน้า 20

การกินอาหารเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการสัมผัสวิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อาหารสามารถเชื่อมต่อนักท่องเที่ยวกับพื้นที่จุดหมายปลายทาง มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนผู้คน ที่อาศัยอยู่รอบๆ บริเวณดังกล่าว อาหารเป็นช่องทางที่มีพลังหลากหลายสำหรับพูดคุยกับเจ้าบ้าน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถเชื่อมโยงอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเข้ากับการเดินทาง โดยก่อให้เกิดการชื่นชมสัมผัสท้องถิ่นอย่างลึกซึ้งสำหรับผู้มาเยือนและเจ้าบ้านและยังก่อให้เกิดการกระตุ้น การพัฒนาเศรษฐกิจ อย่างยั่งยืนอีกด้วยเช่นกัน

5.8.1 บทบาทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ในการเชื่อมโยงอาหารเข้ากับการเดินทาง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างพลังอันเข้มแข็งให้กับปศุสัตว์ การเกษตรและการเลี้ยงสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตพืชผลทางการเกษตร เชฟ ผู้แปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ภัตตาคาร เจ้าของ ที่พักแรม บริษัททัวร์ องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนของประเทศจุดหมายปลายทาง ซึ่งหมายถึงการสร้างเครือข่ายพัฒนาเศรษฐกิจสังคมสิ่งแวดล้อมของพื้นที่จุดหมายปลายทาง (พยอม ธรรมบุตร, 2560, หน้า 1)

การศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะนำมาซึ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิดด้านอาหารของผู้คนให้คิดไกลไปกว่าแค่การกินอาหาร ที่วางอยู่ในจานข้าว โดยเฉพาะการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะเป็นช่องทางแห่งความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่น การพัฒนาด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนการเสริมสร้างสุขภาพกายและใจ การมีชีวิตที่อยู่ดีกินดีในประชาคมโลก (พยอม ธรรมบุตร, 2560, หน้า 1)

ในขณะที่อาหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเดินทางท่องเที่ยวมาช้านาน แต่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งนักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยเหตุผลหลัก เพื่อมาลิ้มรสอาหารท้องถิ่นนั้น เพิ่งเป็นกระแสนิยมเมื่อไม่นานมานี้เอง จากงานวิจัยตีพิมพ์โดย Mandala Research ใน ค.ศ. 2013 ได้แสดงให้เห็นว่า ในช่วง ค.ศ. 2006–2013 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และมีความสุขกับการได้มีประสบการณ์ด้านอาหารเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40 เป็นร้อยละ 51

5.8.2 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคมของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

องค์การการท่องเที่ยวโลก (Global Report on Food Tourism: UNWTO) ได้รายงานไว้ว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมากกว่า 1/3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดใช้ไปในการซื้ออาหารกินร้อยละ 77 ของนักท่องเที่ยวอเมริกัน เป็นนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ถึงร้อยละ 30 ของเศรษฐกิจท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เดินทางท่องเที่ยวในฟาร์มจะท่องเที่ยวไปในโรงงานอุตสาหกรรมและธุรกิจท้องถิ่น ถึงร้อยละ 70 ในปี ค.ศ. 2012 มีการประมาณการว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว อเมริกันเชิงอาหารสูงขึ้น ถึงสองพันล้านดอลลาร์ ซึ่งเท่ากับ 1/4 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของ การเดินทาง (University of Florida) และนักท่องเที่ยวอเมริกัน 39 ล้านคน จะเลือกจุดหมายปลายทาง โดยพิจารณาจากการมีโอกาสด้านการชิมอาหาร ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน และชาวเอเชียจะเลือกท่องเที่ยวในประเทศของตนเองหรือในเอเชีย สืบเนื่องมาจากเหตุผลด้านความคุ้นเคยกับอาหารเอเชียมากกว่าเดินทางไปยุโรปซึ่งมีความแตกต่างด้านอาหาร เหตุผลดังกล่าว ก็เป็นปัจจัยผลักดันให้โรงแรมในยุโรปและอเมริกา เริ่มนำเสนออาหารจีนในรายการอาหารเช้า ได้แก่ ข้าวสวย โจ๊ก ชาจีน น้ำเต้าหู้ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนที่มาท่องเที่ยวในยุโรปและอเมริกา กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทวีความรุนแรงและมีอิทธิพลต่อการทำการตลาดมากขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลนิยมแชร์ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารกันบนอินเทอร์เน็ต การถ่ายภาพอาหารท้องถิ่นที่ได้ไปลิ้มลองในสื่อดิจิทัล ทำให้กระแสการท่องเที่ยวเชิงอาหารแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งผลักดันให้ภาครัฐและภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น เริ่มสร้างยุทธศาสตร์การตลาดรูปแบบใหม่ โดยการจัดรณรงค์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นหลัก มีการจัดมหกรรมอาหารท้องถิ่น อาหารประจำภูมิภาค ประจำชาติ นานาชาติ ทั่วทุกมุมโลก บริษัททัวร์ยักษ์ใหญ่ทั่วโลก มีการประชาสัมพันธ์ทัวร์ชื่อ “การท่องเที่ยวจากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร” (On Farm to Table) หรือ “จากฟาร์มสู่ส้อม” (From Farm to Fork) กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีรูปแบบที่หลากหลาย อาทิเช่น มหกรรมเบียร์ไวน์พุด ทัวร์เยี่ยมฟาร์มและศูนย์ฝึกอาชีพท้องถิ่น ทัวร์ดื่มตำ ในร้านอาหารโรงเรียนหลักสูตรสอนทำอาหารที่เกิดขึ้นมากมาย ทัวร์ชิมอาหาร ชิมไวน์ท้องถิ่น ทัวร์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทัวร์ชิมสตอเบอรี่ หรือผลไม้ต่างฤดูกาล เช่น เทศกาลทุเรียนในประเทศไทย

ลักษณะของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร พยอ ม ธรรมบุตร (2560) ได้สรุปลักษณะของนักท่องเที่ยวอาหาร ไว้ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวด้านอาหาร มีความสนใจที่มาของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหาร เช่น พืชผักปลูกอย่างไร เนื้อโคขุน และหมูหลุมเลี้ยงอย่างไร
- 2) สำหรับนักท่องเที่ยวอาหาร “คุณค่า” ของอาหารมีความสำคัญมากกว่า “ราคา มูลค่า” ของอาหาร
- 3) ยินดีจ่ายค่าอาหารมากกว่า ราคาเฉลี่ยปานกลาง
- 4) เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมผจญภัยด้วยลิ้นเพื่อท่องเที่ยวไปในการสัมผัสรสชาติอาหารในทุกวัฒนธรรม
- 5) เป็นลูกค้าที่ซื้อสัตย์ต่อผลิตภัณฑ์ (ที่ถูกลิ้นแล้ว)
- 6) เป็นพวก Gen C คือเป็น Digital Fever ท้องโลก Internet ด้านอาหารอย่างซ้ำซ้อนในยุคดิจิทัลอาหาร
- 7) ต้องการให้ดูแลแบบ VIP เมื่อรับบริการด้านการท่องเที่ยวอาหาร ไม่ใช่กินแบบลิ้นจระเข้
- 8) นักท่องเที่ยวด้านอาหารต้องการฟังเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารที่เป็นจริง ต้องการเดินไปสัมผัสสถานที่ในเรื่องราวที่ได้ยิน เช่น กินทุเรียน อยากเห็นต้นทุเรียน นักท่องเที่ยว 81% ของ การท่องเที่ยวอาหารต้องการชิมอาหารท้องถิ่นที่แท้จริง (Authentic) ต้องการโกด์ท่องเที่ยวอาหารโดยเฉพาะ และต้องการซื้อสินค้าและอาหารสำเร็จรูปที่ถูกลิ้นกลับบ้าน
- 9) นักท่องเที่ยวด้านอาหาร ไม่ได้มาเพียงเพื่อมากินอาหาร (in The Plate) เท่านั้น ยังต้องการเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี ยุคสมัยที่มีอาหารท้องถิ่นต้องการเดินไปเยี่ยมชมฟาร์ม ไร่นาสวนผสม ที่ปลูกพืชผักสมุนไพร ต้องการทดลองสปา การนวดที่มีสมุนไพร ที่ได้กินในอาหารท้องถิ่น ต้องการเยี่ยมชมโรงเพาะเห็ด โรงงานผลิต กะปิ น้ำปลา ต้องการรู้จักวิถีการถนอมอาหารของชุมชน ท้ายที่สุดคือต้องการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน โดยผ่านประสบการณ์ด้านอาหาร
- 10) นักท่องเที่ยวด้านอาหารในโลกเป็นคน Gen X, Y,Z คือ คนอายุระหว่าง 20-55 ปี แต่จะเป็นคนหนุ่มสาวมากขึ้น พวกเขาต้องการกินอาหารท้องถิ่นที่แท้จริง (Authentic) พวกเขาต้องการรู้เรื่องราวและต้นกำเนิดและกระบวนการก่อนมาเป็นอาหารจานที่ตั้งอยู่ตรงหน้าเขาที่เขากำลังตักเข้าปาก โดยเฉพาะเขาต้องการให้การเดินทางท่องเที่ยวด้านอาหารเป็น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ของการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมโลกโดยผ่านอาหาร

5.8.3 ปัจจัย 10 ประการของการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้าน

อาหาร

พยอม ธรรมบุตร (2560, หน้า 3) ได้นำเสนอเกณฑ์ 10 ประการ ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารที่ประสบความสำเร็จ ดังนี้

1) ชุมชนจะต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นองค์รวม (HOLISM) เห็นความเชื่อมโยง “มองไกลไปกว่าจานข้าว” (Beyond The Plate) การท่องเที่ยวอาหารไม่ใช่เนื้อหาเกี่ยวกับตัวอาหารที่เรากินในจานข้าวเท่านั้น แต่เป็นการมองอาหารในภาพรวมในลักษณะของวัฒนธรรมอาหารมีความเกี่ยวข้องกับภูมิสังคมท้องถิ่นที่มีอาหารดังกล่าว ซึ่งจะสัมพันธ์กับระบบนิเวศทางกายภาพและชีววิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพของท้องถิ่น พืช สัตว์ ฤดูกาลของผักผลไม้ และยังสัมพันธ์กับสังคม ได้แก่ ระบบนิเวศมนุษย์ (Human Ecology) ได้แก่ สังคมที่สืบทอดวิถีชีวิตของวัฒนธรรมอาหารมาจากคนยุคหนึ่งรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกยุคอีกรุ่นหนึ่งในประวัติศาสตร์อันยาวนานของมนุษย์ชาติ เช่น การท่องเที่ยวอาหารตั้งแต่ยุคคนไทยยังอยู่ในจีน ไหลลงมาถึงยุคสุโขทัย กรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี และรัตนโกสินทร์

กล่าวโดยสรุป ผู้จะพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารจะต้องเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลไปเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอีกมากมายที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

2) ชุมชนจะต้องมีทรัพยากรวัตถุดิบของการปรุงอาหารในธรรมชาติหรือมีการเพาะปลูก มีผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร ได้แก่ พืช สัตว์ สมุนไพร เครื่องเทศ รวมถึงภูมิปัญญา วิถีชีวิตด้านวัฒนธรรมอาหารที่สืบทอดและมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่สามารถอนุรักษ์ไว้ได้ เป็นอาหารแท้และดั้งเดิมที่คงรสชาติ และเสน่ห์เฉพาะตัวไว้ได้

3) ชุมชนจะต้องมียุทธศาสตร์ในการบูรณาการองค์ประกอบทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอาหาร เข้าด้วยกัน ได้แก่ การมียุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางกายภาพและชีวภาพ คุณภาพดิน น้ำ พืช ผัก สมุนไพร ฯลฯ การอนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาด้านอาหารของท้องถิ่น วิธีการปรุงรสชาติ ความโดดเด่นและเสน่ห์เฉพาะตัวยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจ คือ สามารถแปรรูปวัตถุดิบเป็นอาหารต่อยอดจากการเกษตร การทำอาหารไปสู่การทำเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นอุตสาหกรรมพื้นบ้านป้อนตลาด นักท่องเที่ยว สร้าง Brand ท่องเที่ยวอาหาร และทำการตลาดยุคดิจิทัลบน Internet โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านการใช้การท่องเที่ยวอาหารเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ให้สังคมท้องถิ่นในภาพรวมในสายตาของประชากรโลก และทำการ Branding ท้องที่ให้เป็น Destination ของการท่องเที่ยวอาหารเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั่วโลก

4) ชุมชนต้องมีความร่วมมือกันและมีหุ้นส่วนจากภายนอกการพัฒนาการท่องเที่ยว อาหารในท้องถิ่นจำเป็นต้องมีองค์ประกอบด้านความร่วมมือสมานสามัคคีภายในชุมชน ทุกคนต้องมีวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารและวิสัยทัศน์ร่วมดังกล่าว ก็คือ การนำเสนอประสบการณ์ด้านอาหารท้องถิ่นของชุมชนแบบครบวงจร คือ การกินอาหารในจานข้าวและการเดินทางออกมาจากจานข้าว ไปสู่แหล่งผลิตวัตถุดิบ เช่น การทำไร่ไถนา การปลูกพืชผัก การเลี้ยงสัตว์น้ำ สัตว์บก อาหารแม่น้ำลำคลอง อาหารทะเล ตลอดจนจนถึงการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่น การมีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ เครื่องปรุง วิธีการปรุงอาหาร วิธีการกินอาหาร ทุกคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอาหารจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานด้านท่องเที่ยวอาหาร โดยร่วมมือกับหุ้นส่วนภายนอกชุมชนซึ่งจะประสานงานกับชุมชน ในการการพัฒนาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวอาหารชุมชน (Community Food Tourism Brand)

5) ชุมชนต้องแสวงหาทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอาหารชุมชน และชุมชนต้องสามารถประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารของชุมชน ชุมชนอาจแสวงหาทุนในสามรูปแบบ ได้แก่ 1) In Cash หมายถึง แสวงหาเงินทุนพัฒนาซึ่งอาจเกิดจากการระดมทุนภายในชุมชน ในรูปหุ้นๆ ละ 100 บาท หรือขอทุนจากภาครัฐหรือโครงการ อบต. ภาคเอกชน ที่สนใจ แต่ชุมชนต้องระลึกไว้ว่าต้องอย่านำเงินกลางทุนแสวงหากำไร ที่เป็นนายทุนภายนอกเข้ามาเป็นหุ้นใหญ่ ซึ่งจะมาตัดดวงผลประโยชน์ออกจากชุมชน 2) In Kinds หมายถึง การให้ของแทนเงิน เพื่อร่วมพัฒนาจากภาครัฐ ภาคเอกชน หรือ NGOs เช่น การให้วัสดุก่อสร้างโรงเพาะเห็ดเห็บนกระฉก ปลูกพืชหรืออบสมุนไพร 3) In Cooperation หมายถึง การให้ความร่วมมือ เช่น การให้การอบรมวิธีปัมเพาะ สตาร์ทอัพด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอาหาร วิธีการผลิตสินค้าอาหารอย่างมีมาตรฐาน องค์ความรู้ด้านการทำอุตสาหกรรมแบบครบวงจรโดยมีหลักการนำทางด้านเศรษฐกิจแบบพอเพียง และการเกษตรอินทรีย์ การนำเสนออาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ ฯลฯ การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอาหาร ในชุมชนจะต้องมีการประเมินผลการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมในรูปของ KPI ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ

6) ชุมชนจะต้องมีที่ตั้งที่อยู่ไม่ห่างไกลจนเกินไปมีระบบสาธารณูปโภค ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา ระบบสื่อสารดิจิทัล สามารถเข้าถึง (accessibility) ได้โดยสะดวก มีบริการ รถรับส่ง สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบได้ (Connectivity)

7) ชุมชนจะต้องมีความสามารถในการดึงดูดลูกค้าโดยมียุทธศาสตร์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวอาหารและต้องมีลูกค้าให้ความสนใจพอเพียงเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว

อาหารในท้องถิ่นเพื่อกินอาหาร เยี่ยมชมฟาร์ม ท้องไร่ท้องนา สวนผลไม้ เรียนรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคมท้องถิ่น ทำให้การท่องเที่ยวอาหาร กลายเป็นคานาคัต (Leverage) ไปพัฒนาชุมชนในภาพรวม

8) ชุมชนจะต้องมีทรัพยากรด้านอาหารที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างจากชุมชนโดยรอบและโดยรวม (UNIQUENESS) เช่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความโดดเด่นเรื่องอาหารทะเล โดยเฉพาะมีชื่อเสียงด้านหอยนางรมหรือชายฝั่งทะเลตะวันออกมีใบชะมวงนำมาทำหมูชะมวง จันทบุรี ทรายทอง ระยอง มีสวนผลไม้โดยเฉพาะสวนทุเรียน ความโดดเด่นและความแตกต่างจะเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวอาหารมาสู่ชุมชน

9) ชุมชนจะต้องสามารถนำเสนอประสบการณ์ด้านท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรมอาหาร ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในระดับพอเพียงที่จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวอาหารของท้องถิ่นให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวด้านอาหาร เช่น สุราษฎร์ธานีจะเป็น จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวด้านอาหาร (Surat Thani as a Food Tourism Destination)

10) มีองค์กรที่ทำการตลาดด้านจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวด้านอาหารที่มีประสิทธิภาพ ชุมชนโดยความร่วมมือกับนักการตลาดด้านการท่องเที่ยวอาหาร ต้องกำหนด ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดอย่างมีหลักการ ได้แก่ การทำการตลาด โดยเฉพาะการตลาด ดิจิตอลบน Internet และการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวด้านอาหาร โดยเฉพาะ ต้องเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอาหารเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยววัฒนธรรมวิถีชีวิต การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) เพื่อให้ได้ลูกค้าเพิ่มจำนวนมากกว่าเพียงแค่นักท่องเที่ยวด้านอาหารประเภท “แฟนพันธุ์แท้” เท่านั้น ชุมชนต้องสร้าง บุคคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านท่องเที่ยวอาหารชุมชนที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ของท้องถิ่นและอาหารท้องถิ่น

5.9 แนวคิดด้านการตลาดการท่องเที่ยว

หน่วยงานนักวิชาการและนักการตลาดได้ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) ไว้อย่างหลากหลายดังนี้

องค์การการท่องเที่ยว (World tourism Organization) ได้ให้ความหมาย การตลาดการท่องเที่ยวว่า เป็นแนวคิดในด้านการจัดการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการวิจัยการพยากรณ์ และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร (Coltman, 1989. P.11)

มอร์ริสัน (Morrison, 1988) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการจัดการ แผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และบริหารการโรงแรมที่ดำเนินการอย่างเป็นลำดับสำคัญ และต่อเนื่องโดยมีการวิจัยการปฏิบัติ การควบคุมและประเมินกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และเป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรซึ่ง แผนงาน ตลาดจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความพยายามของบุคลากรในองค์กรทุกคน

มิตเดอตัน (Middleton, 1994) ให้ความหมายของ การตลาดการท่องเที่ยวว่า เป็นการศึกษา ความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนผสมการตลาด (Market Mix) เป็นเครื่องมือ ในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมสอดคล้องกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 129) ให้ความหมาย การตลาดท่องเที่ยวว่า เป็นการ ดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่ามีนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย ต้องการสินค้า และบริการ ทางการท่องเที่ยวอะไร และเมื่อไหร่ แล้วจะใช้ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในการ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่กำหนดได้อย่างไร

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการท่องเที่ยวจึงขอให้นิยามเกี่ยวกับการ ตลาด การท่องเที่ยวกล่าวคือ การดำเนินงานด้านการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการ ดำเนินงานที่สำคัญ การตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยวต้องสามารถวิเคราะห์ถึงตลาด กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ซึ่งมีความต้องการที่ต่างกันมีความอ่อนไหว และไม่ตัดสินใจซื้อสินค้า บริการใดๆ ได้โดยง่ายโดย เน้นการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ความคิดหลักที่สำคัญที่สุดในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ความคิดเรื่อง มีการซื้อการขายเกิดธุรกรรมขึ้น และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ซึ่งความสัมพันธ์นี้ จะมีความสำคัญมากเกิดการซื้อการขายเพียงอย่างเดียว การตลาดซึ่งให้ความสำคัญกับการ บริการจึงต้องเน้นการขายคุณค่าให้แก่ลูกค้ามากกว่าเน้นการขายเพียงอย่างเดียว

แม้ว่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นการที่ นักท่องเที่ยวจะตระหนัก และเกิดความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์จนเห็นคุณค่า จนสามารถ ตัดสินใจซื้อได้ แต่อาจต้องใช้เวลา และผ่านการศึกษาการกรองข้อมูลในรูปแบบของ นักท่องเที่ยวแต่ละราย เพื่อสร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมากจะต้องการข้อมูลที่มาก เพียงพอ และมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ ถึงกระนั้นก็ตามการจะตัดสินใจได้ว่าผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวนั้นๆ จะดีหรือไม่ก็ต่ออาศัยประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน และจะทำให้ สามารถตัดสินใจ ในการซื้อครั้งต่อไปได้ง่าย ดังนั้นการสร้าง ความประทับใจในครั้งแรกสำหรับ

นักทอ้งเกี่ยวข้องจึงเป็นสิ่งสำคัญ ยิ่งผู้ที่ให้บริการการทอ้งเกี่ยวข้องต้องรู้จักศักยภาพของตนเอง และต้องรู้อักนักทอ้งเกี่ยวข้องจะสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้

ในปี ค.ศ. 1984 ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler : 1931 – ปัจจุบัน) นักการตลาดชาวอเมริกัน ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดว่า การตลาดแบบดั้งเดิม Traditional Marketing จะมีจุดประสงค์หลัก คือ การสร้างความรับรู้และการจดจำในแบรนด์ brands โดยการตลาดลักษณะนี้จะให้ความสำคัญกับเรื่องส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps ได้แก่ Product หรือผลิตภัณฑ์และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ P Price หรือการกำหนดราคาสินค้า P Place หรือสถานที่จำหน่าย ช่องทางการจำหน่าย คลัง และการขนส่ง และ P Promotion หรือการส่งเสริมการขาย อย่างไรก็ตาม ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปที่มีผลทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อของลูกค้าไม่เหมือนในอดีต ส่วนประสมทางการตลาด แบบ 4Ps อาจไม่เพียงพออีกต่อไป คอตเลอร์จึงยังต้องมีการเสนอไอเดียใหม่ๆ เข้ามาเสริม ไม่ว่าจะเป็นแนวคิด Marketing 3.0 ในช่วงปี ค.ศ. 2012 ที่เน้นว่าต้องทำการตลาดให้ครบทุกมิติ โดยเฉพาะการตลาดในมิติสังคมและการตลาดที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) จนกลายเป็นการตลาดเชิงคุณค่า (Creating Share Values : CSV) ที่ช่วยให้แบรนด์ มีความแข็งแกร่งและยั่งยืน ต่อมาเมื่อต้นปี ค.ศ. 2017 คอตเลอร์ได้เสนอแนวคิด Marketing 4.0 : Moving From Traditional to Digital คือการเปลี่ยนแนวคิดจากการตลาดดั้งเดิมไปสู่การตลาดดิจิทัล Marketing 4.0 หรือการตลาด 4.0 จึงเข้าทำหน้าที่ผสมผสานการตลาดดิจิทัลกับการตลาดแบบดั้งเดิม โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ การทำให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค (ธิติพล เทียมจันทร์, 2561, หน้า 1-2)

ในแง่ของการตลาดการทอ้งเกี่ยวข้อง องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การทอ้งเกี่ยวข้องเกิดขึ้นคือ นักทอ้งเกี่ยวข้อง การที่จะทำให้นักทอ้งเกี่ยวข้องเดินทางมายังจุดหมายปลายทางการทอ้งเกี่ยวข้องได้นั้นต้องอาศัยกระบวนการการตลาดเป็นตัวกระตุ้น โดยการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดทางการตลาดที่มีการผสมผสานระหว่างการตลาดดิจิทัลกับการตลาดแบบดั้งเดิม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาว่าการตลาดมีผลต่อการพัฒนาการทอ้งเกี่ยวข้องได้อย่างไร สุริย์ เข้มทอง (2560, หน้า 16) ได้สรุปความหมายของการตลาดการทอ้งเกี่ยวข้องไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินการที่สามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือนักทอ้งเกี่ยวข้อง อนึ่ง เพื่อให้เข้าใจถึงองค์รวมเกี่ยวกับตลาดการทอ้งเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการทอ้งเกี่ยวข้อง ได้แก่ หน้าที่ของการตลาดการทอ้งเกี่ยวข้อง ลักษณะเฉพาะของการตลาดการทอ้งเกี่ยวข้อง องค์ประกอบของระบบการตลาดการทอ้งเกี่ยวข้อง ส่วนประสมการตลาดการทอ้งเกี่ยวข้อง กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจ

ท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การวางแผนการตลาดในการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ ดังนี้

5.9.1 หน้าที่ของการตลาดการท่องเที่ยว

พาร์มเมอร์ (Palmer, 2009, หน้า 59) ได้แบ่งหน้าที่ของการตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญ ออกเป็น 8 ประการ ได้แก่

1) การตลาดมีหน้าที่เป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวเข้ามาใกล้กัน เพื่อเป็นโอกาส ในการสร้างความพึงพอใจด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

2) การตลาดมีหน้าที่ในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาดการท่องเที่ยว การวิเคราะห์อุปสงค์ และการวิเคราะห์อุปทาน

5) การตลาดมีหน้าที่ในการแบ่งส่วนตลาด คือ การแยกตลาดออกเป็นส่วนๆ เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายการตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ (1) การเสนอผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว ที่ไม่เจาะจงกลุ่มลูกค้า เช่น การเสนอรายการนำเที่ยวในมหกรรมการท่องเที่ยว (2) การเสนอผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเฉพาะส่วนตลาดใดส่วนตลาดหนึ่ง เช่น โรงแรม 4-5 ดาว เน้นตลาดนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และ (3) การเสนอผลิตภัณฑ์หลายอย่าง และเสนอขายแต่ละอย่างแก่กลุ่มผู้รับบริการที่แตกต่างกัน หรือเรียกว่า การตลาดมุ่งต่างส่วน (Differentiated Marketing) เช่น โรงแรมขนาดใหญ่เสนอห้องประชุมแก่ลูกค้าประเภทองค์กร เสนอห้องพักแก่ลูกค้านักท่องเที่ยว และนำเสนอขายอาหารประเภทบุฟเฟต์แก่ลูกค้าทั่วไป

4) การตลาดมีหน้าที่เป็นตัวผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างไปจากของคู่แข่ง

5) การตลาดมีหน้าที่ในการสื่อสาร คือ การติดต่อสื่อสารที่ทำให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการติดต่อซึ่งกันและกันในการที่จะเริ่มกระบวนการแลกเปลี่ยนระหว่างอุปสงค์และอุปทาน กระทำได้โดยการสื่อความทางการตลาด ซึ่งเป็นหน้าที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของข้อมูล รวมทั้งการจูงใจในการซื้อและการขาย

6) การตลาดมีหน้าที่ในการจัดจำหน่าย ทำให้ผู้ให้บริการสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลิตภัณฑ์และรับบริการการท่องเที่ยวได้ วิธีการจัดจำหน่ายของธุรกิจท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) การขายตรง หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว มีการจำหน่ายด้วยตนเองโดยไม่ผ่าน

คนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย (2) การขายทางอ้อม เป็นการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย

7) การตลาดมีหน้าที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดอุปทาน (Supply) ให้สอดคล้องกับอุปสงค์ (Demand) ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวในทุกภูมิภาคของโลก เมื่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ มีการเพิ่มขึ้นของผู้ให้บริการหรืออุปทาน เช่น ธุรกิจที่พัก ประเภทโรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ (Serviced Apartment) และเกสต์เฮ้าส์ (Guest House) เป็นต้น

8) การตลาดมีหน้าที่เป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจด้วยการก่อให้เกิดการบริโภค กล่าวคือ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะซื้อปัจจัยการผลิตจากตลาดทรัพยากรที่ประกอบด้วย วัตถุดิบ บริการ และแรงงาน เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อขายให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดการใช้ทรัพยากร และเกิดการสร้างรายได้อย่างเป็นระบบ อันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาของเศรษฐกิจ

กล่าวโดยสรุป การตลาดการท่องเที่ยวมีหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนระหว่างอุปสงค์ของผู้รับบริการกับอุปทานของผู้จัดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นตัวผลักดันให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การสื่อสาร และการหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจ การท่องเที่ยว หรืออุปทานให้สอดคล้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนมีหน้าที่เป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจ ด้วยการก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากร การจ้างงาน การสร้างรายได้ และการบริโภคอย่างเป็นระบบ

5.9.2 ลักษณะเฉพาะของการตลาดการท่องเที่ยว

สุริย์ เข้มทอง (2553, หน้า 1/15-1/18) ได้แบ่งลักษณะของการบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ลักษณะ ประกอบด้วย

1) การบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) โดยผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถสัมผัสหรือเลือกชมสินค้าได้ก่อนการซื้อ เปรียบเทียบกับประชาสัมพันธ์สินค้าทั่วไป ดังนั้นการตลาดการท่องเที่ยวต้องอาศัยการบอกต่อ (Word of Mouth) หรือการประชาสัมพันธ์

2) การบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวมีลักษณะที่แบ่งแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกันไม่ได้ ต้องเกิดขึ้นในสถานที่เดียวกัน เวลาเดียวกัน และทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีปฏิสัมพันธ์ในช่วงเวลาบริการ (Moment of Truth) ดังนั้นในแง่ของการตลาด ต้องมีการจัดการ

พฤติกรรมของทั้งผู้ให้บริการและรับบริการสามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ที่น่าพึงพอใจให้กับผู้ที่พบเห็นหรือลูกค้าท่านอื่นได้ เช่น พนักงานต้อนรับต้องได้รับการอบรมการบริการเป็นเลิศ หรือต้องมีการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวที่ส่งเสียงดังรบกวนนักท่องเที่ยวท่านอื่น เป็นต้น

3) การบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) เช่น ธุรกิจสายการบิน ในเที่ยวบินที่มีจำนวนที่นั่ง 400 ที่ แต่ขายบัตรโดยสารได้ 300 ที่ มีผลกระทบให้เหลือที่ว่าง ซึ่งไม่สามารถเก็บไว้ขายในครั้งต่อไปได้ เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีกลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับความสอดคล้องระหว่างอุปสงค์และอุปทาน (Demand and Supply) เพื่อให้เกิดผลกำไรสูงสุด หรือบางกรณีจะเห็นวิธีการส่งเสริมการตลาด แบบ Last Minute โดยการลดราคาในช่วงเวลาสุดท้ายก่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้น

4) การบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวมีลักษณะที่มีความหลากหลาย (Variable on Heterogeneity) เพราะการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์เป็นส่วนใหญ่ มีความแตกต่างทั้งผู้ให้และรับบริการ เช่น ในโรงแรมที่มีผู้สูงอายุมาพัก พนักงานต้องอธิบายถึงวิธีใช้กุญแจอิเล็กทรอนิกส์ แต่ขณะเดียวกันผู้เข้าพักที่เป็นนักธุรกิจ ที่ต้องการความรวดเร็วและความคล่องตัว การอธิบายถึงวิธีการใช้กุญแจจึงไม่จำเป็น เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีกลยุทธ์การบริการในแต่ละกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันไป

ส่วนฮัดสัน (Hudson, 2008, หน้า 15) ได้แบ่งลักษณะเฉพาะของการดำเนินการทางการตลาดการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ ได้แก่

1) การตลาดการท่องเที่ยวเป็นการดำเนินการทางการตลาดภายนอก (External Marketing) หมายถึง การดำเนินกิจการทางด้านการตลาดที่ธุรกิจได้มีการจัดเตรียม เพื่อนำเสนอแก่ผู้รับบริการอื่นเกี่ยวข้องกับ ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การสื่อสารข้อมูลทางการตลาดให้ลูกค้ารับทราบ และสิ่งที่ลูกค้าสังเกตเห็น เช่น สภาพห้องพัก เครื่องแต่งกายของพนักงาน ตราลินค้า เป็นต้น ซึ่งการตลาดภายนอกเปรียบเสมือนการให้สัญญากับลูกค้า (Making Promises)

2) การตลาดการท่องเที่ยวเป็นการดำเนินการทางการตลาดภายใน (Internal Marketing) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม การพัฒนาความรู้ความสามารถ สร้างขวัญกำลังใจ และกระตุ้นให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีคุณภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า หรืออาจกล่าวได้ว่าการดำเนินการทางการตลาดภายในเป็นกลยุทธ์การจัดการที่ผู้ประกอบการมุ่งเน้นพัฒนาผู้ให้บริการให้มีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า (Service Mindedness)

3) การตลาดการท่องเที่ยวเป็นการดำเนินการทางการตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) เป็นกิจกรรมด้านการตลาดที่มีความสำคัญมากเพราะเป็นกิจกรรมที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้าซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเข้าสู่กระบวนการให้บริการของผู้ประกอบการ เป็นเหตุการณ์ที่มีการเผชิญหน้ากัน เรียกว่า ช่วงเวลาของความจริง (Moment of Truth) ซึ่งเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการจะสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการแสดงความเอาใจใส่ อุตสาหะไมตรีและความกระตือรือร้น เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงมักเรียกการตลาดปฏิสัมพันธ์ว่าเป็นการรักษาสัญญา (Keeping Promises)

ดังนั้นสรุปได้ว่า ลักษณะเฉพาะของการตลาดการท่องเที่ยวมีทั้งการดำเนินการทางการตลาดภายนอก การดำเนินการทางการตลาดภายใน และการดำเนินการทางการตลาดปฏิสัมพันธ์ โดยต้องสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แบ่งแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกันไม่ได้ ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ และมีความหลากหลายทั้งในแง่ของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

5.9.3 องค์ประกอบของระบบการตลาดการท่องเที่ยว

นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย (2545, หน้า 1/23-1/24) ได้สรุปองค์ประกอบของระบบการตลาด การท่องเที่ยวไว้ว่าประกอบด้วย

1) ผู้ให้บริการ หรือธุรกิจที่เป็นผู้ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและโรงแรม ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจด้านการเดินทางและการขนส่ง ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น และ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวหรือ ผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ เช่น บริษัทวางแผนการโฆษณา บริษัทที่รับฝึกอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) ลูกค้าเป้าหมายหรือตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ลูกค้าประเภทบุคคล หมายถึง นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจ เป็นต้น และลูกค้าประเภทองค์กร หมายถึง บริษัทเอกชน บริษัทจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE) หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น

3) ผลลัพธ์ในระบบการตลาดการท่องเที่ยว คือ ผลผลิตการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ ในรูปแบบต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจ เช่น โปรแกรมนำเที่ยว ห้องพักในโรงแรม เที่ยวบิน แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4) คนกลางในระบบการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคนหรือบริษัทที่เป็นตัวกลางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่นักท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) ที่ทำหน้าที่ค้าส่ง และตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Travel Agent) ที่ทำหน้าที่ค้าปลีก

5) สภาพแวดล้อมของระบบการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) สภาพแวดล้อมภายในกิจการ เช่น การดำเนินงานทางการผลิต การดำเนินงานทางการตลาด การจัดการบุคลากร การดำเนินงานทางการเงิน เป็นต้น (2) สภาพแวดล้อมภายนอกในระดับจุลภาค ประกอบด้วย ผู้จัดส่งวัตถุดิบ คู่แข่ง เป็นต้น (3) สภาพแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาค ประกอบด้วย การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น

ดังนั้น สรุปได้ว่าองค์ประกอบของระบบการตลาดการท่องเที่ยวประกอบด้วย ผู้ขาย ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ คนกลาง สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการ ซึ่งนักการตลาดท่องเที่ยวจะต้องวิเคราะห์แต่ละองค์ประกอบเพื่อนำไปใช้วางแผนและดำเนินการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.9.4 ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548, หน้า 59-60) ได้ให้คำจำกัดความของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าหมายถึง องค์ประกอบหลายๆ อย่างที่ผู้ประกอบการใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ และปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ (บุคลากร) ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์อย่างมากกับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญต่อการเกิดทัศนคติของนักท่องเที่ยว 6) Process (กระบวนการ) เป็นการสร้างสรรค์และส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ต้องง่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ และ 7) Physical Evidence (ภูมิทัศน์หรือสภาพทางกายภาพ) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ เช่น ความสวยงามของห้องพัก ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

จากการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาด 4Ps 4Cs และ 7Ps อันประกอบด้วย Product (ผลิตภัณฑ์) Price (ราคา) Place (การจัดจำหน่าย) Promotion (การส่งเสริมการตลาด) / Customer Needs and Wants (ความต้องการของลูกค้า) Cost of Customer (ต้นทุน) Convenience (ความสะดวก) Communication (การสื่อสาร) / People (บุคลากร) Process (กระบวนการ) และ Physical Evidence (ภูมิทัศน์หรือสภาพทางกายภาพ) ในแง่มุมมองของของธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการ

5.9.5 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว

รัฐวิทย์ ทองภักดี (2558, หน้า 1-2) ได้เสนอกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวนำไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1) กลยุทธ์การตลาดฐานข้อมูลการท่องเที่ยว (Destination Management System : DMS) เป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถดึงลูกค้าให้กลับมาใช้บริการได้อีกในครั้งต่อไป ฐานข้อมูลของลูกค้าจึงมีประโยชน์ ในอนาคต โดยปัจจุบันร้านอาหารหลายๆ แห่งมีการทำบัตรสมาชิกที่ให้ส่วนลดลูกค้า โดยข้อมูลลูกค้าจากการสมัครบัตรได้ถูกนำมาใช้ในการส่ง SMS การส่งอีเมล หรือการจัดกิจกรรมพิเศษสำหรับลูกค้า ยิ่งไปกว่านั้นฐานข้อมูลลูกค้ายังสามารถนำมาเชื่อมต่อกับธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน เช่น บัตรเครดิตที่อาศัยฐานลูกค้าในการนำไปสู่ธุรกิจขายสินค้าผ่านทางแคตตาล็อก หรือธุรกิจที่พักที่ทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต หรือสายการบิน ในการให้ส่วนลดที่พักราคาพิเศษแก่ลูกค้าบัตรเครดิตและสายการบิน เป็นต้น

2) กลยุทธ์การตลาดทางตรง (Direct Marketing Strategy) เนื่องจากฐานข้อมูลลูกค้าที่มีอยู่สามารถต่อยอดไปสู่การติดต่อลูกค้าโดยตรง โดยผู้ประกอบการสามารถส่งอีเมลหรือจดหมายเพื่อแจ้งโปรโมชั่นใหม่ๆ ที่จัดขึ้นให้กับลูกค้าหรือแนบคู่มือของส่วนลดพิเศษให้ลูกค้า แต่ต้องระมัดระวังเรื่องความเป็นส่วนตัวของลูกค้า นอกจากนี้ การเสนอสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้ารายเก่าย่อมง่ายกว่าลูกค้าใหม่ โรงแรมหลายๆ แห่งในช่วงโลว์ซีซั่นมีลูกค้ามาพักน้อย จัดโปรโมชั่นพิเศษทำส่วนลดค่าห้อง หรือพัก 2 คืนแถม 1 คืน ส่งข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้าที่ทางโรงแรมมีฐานข้อมูลอยู่ สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่าการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

3) กลยุทธ์การตลาดโดยใช้โทรศัพท์ (Telemarketing Strategy) สามารถโทรศัพท์หรือส่ง SMS ไปแจ้งข่าวสารให้ลูกค้าทราบตามเบอร์โทรศัพท์ที่มีอยู่ในฐานข้อมูล ทั้งนี้ก่อนที่จะโทรศัพท์ไปเสนอสินค้าหรือบริการ อาจส่งอีเมลข้อมูลต่างๆ ไปก่อน เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลคร่าวๆ ก่อนการติดต่อทางโทรศัพท์ซึ่งการใช้ Telemarketing เป็นตัวช่วยเร่งให้ลูกค้าตัดสินใจได้เร็วขึ้น รวมทั้งเป็นการเตือนความจำลูกค้าได้ เพราะโดยปกติแล้ว หากลูกค้าสนใจโปรโมชั่นที่นำเสนอจากอีเมล ลูกค้าอาจไม่สะดวกที่จะติดต่อกลับไปสอบถามข้อมูล หรือซื้อบริการทันที พอเวลาผ่านไปลูกค้าอาจลืม ดังนั้นการใช้ Telemarketing ควบคู่กับ Direct mail จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขายได้มากยิ่งขึ้น

4) กลยุทธ์กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing Strategy) การจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าเป็นระยะๆ ก็สามารถสร้างสีสันได้มาก ซึ่งลูกค้าการท่องเที่ยวมักชอบความแปลกใหม่และความสนุกสนาน นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมก็ยังเปิดโอกาสได้ใกล้ชิดกับลูกค้า

โดยตรง เช่น โรงแรมบางแห่งจัดเทศกาลอาหารนานาชาติ เทศกาลกินเจ เทศกาลไวน์ หรือการจัดเทศกาลดอกไม้ประจำปี ภัตตาคารหรือร้านอาหารอาจจะจัดกิจกรรม ในวันแม่สำหรับครอบครัวที่พามารับประทานอาหารจะได้รับส่วนลดพิเศษจากทางร้าน

5) กลยุทธ์การตลาดโปรโมชัน (Promotion Marketing Strategy) เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ทั้งในช่วงปกติหรือช่วงโลว์ซีซั่นที่มีลูกค้าเดินทางท่องเที่ยววันหยุด การจัดโปรโมชันลด แลก แจก แถม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้สนใจมาใช้บริการ เช่น โรงแรมหรือรีสอร์ทที่จัดแพ็คเกจพัก 2 คืนฟรี 1 คืน จองห้องพักมากกว่า 5 ห้องขึ้นไปจะได้รับราคาพิเศษ หรือบริษัททัวร์ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้จองทัวร์มากกว่า 4 ท่านขึ้นไป โดยท่านที่ 5 ลด 50% ร้านอาหารที่มอบคูปองส่วนลด 50 บาทแก่ลูกค้าที่รับประทานครบ 800 บาท เพื่อมารับประทานในครั้งต่อไป การจัดเมนูเซทราคาพิเศษภายในร้าน ร้านกาแฟ ที่ซื้อ 10 แก้วแถม 1 แก้วฟรี เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การที่โลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy) จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม (2557, หน้า 1-2) กล่าวว่า หลักการ ทฤษฎี และกลยุทธ์การตลาดยังเหมือนเดิม ไม่ว่าจะเป็นการวิจัยตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งการตลาด ส่วนประสมการตลาด (4Ps/4Cs) แต่ต้องมีการปรับใช้ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ซึ่งหลักการของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่

1) Pull Digital Marketing Strategy ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเลือกข้อมูลต่างๆ ด้วยตนเอง เช่น การสื่อสารและข้อเสนอทางการตลาด ฯลฯ ดังนั้นนักการตลาดต้องพยายามทำให้แบรนด์หรือข้อเสนอเป็นที่สะดุดตา พบเจอได้ง่าย และชักจูงให้ผู้บริโภคสนใจและทำการซื้อสินค้าหรือกิจกรรมต่างๆ จึงควรใช้กลยุทธ์ เช่น Search Engine Optimization, Viral Marketing Social Media Marketing, Email Marketing เป็นต้น

2) Push Digital Marketing Strategy นักการตลาดจะเป็นฝ่ายสื่อสาร ส่งข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอ ฯลฯ ไปยังผู้บริโภค เช่น การโฆษณาบนเว็บไซต์ ส่งสติ๊กเกอร์ผ่าน Line จึง Trial เป็นต้น ควรใช้กลยุทธ์ เช่น Search Engine Advertising, Webinars/Seminars, Demonstrations, Free

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ทั้ง 2 ด้านนี้จะนำไปสู่ (1) การรับรู้ของแบรนด์ (Building Brand Awareness) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการทำการตลาด เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการหรือรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง หรือที่เรียกว่า Lead Generation โดยใช้เครื่องมือ เช่น Search Engine Optimization, Email Marketing (2) การช่วยค้นหา (Facilitating Discovery)

หลังจากผู้บริโภคทราบความต้องการของตนเองหรือเกิดความต้องการแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือต้องนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติมที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อการตัดสินใจ โดยต้องพยายามโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเลือกตัดสินใจเลือก โดยใช้เครื่องมือ Search Engine Advertising, Search Engine Optimization ก็ได้ด้วยเช่นกัน (3) การเสนอทางเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Guiding Solution) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจแล้ว นักการตลาดต้องเสนอสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการนั้น และต้องโน้มน้าวสร้างความมั่นใจให้กับตราสินค้า โดยใช้เครื่องมือ เช่น Trial/Demonstration, Viral Marketing, Reference Marketing (4) การขายและปิดการขาย (Sales and Close Sale) เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว ขั้นสุดท้ายคือการเลือกวิธีการขายและปิดการขายที่เหมาะสมกับลูกค้า สินค้าบางชนิดอาจขาย ชำระค่าสินค้าและส่งมอบสินค้าออนไลน์ได้ เช่น การดาวน์โหลดสินค้า แต่สินค้าบางชนิดอาจต้องให้ลูกค้าไปรับสินค้าด้วยตนเอง หรือส่งสินค้าให้ทางไปรษณีย์หรือส่งสินค้าไปให้ เป็นต้น ซึ่งในส่วนของการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องไปรับสินค้าด้วยตนเอง ณ จุดหมายปลายทาง

จากการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดทั่วไปโดยหลักๆ มี 5 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) กลยุทธ์การตลาดฐานข้อมูลการท่องเที่ยว (Destination Management System : DMS) (2) กลยุทธ์การตลาดทางตรง (Direct Marketing Strategy) (3) กลยุทธ์การตลาดโดยใช้โทรศัพท์ (Telemarketing Strategy) (4) กลยุทธ์กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing Strategy) และ (5) กลยุทธ์การตลาดโปรโมชัน (Promotion Marketing Strategy) โดยที่ต้องเสริมในด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งกลยุทธ์ของการตลาดดิจิทัลสามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่ (1) Pull Digital Marketing Strategy ซึ่งผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเลือกข้อมูลต่างๆ ด้วยตนเอง และ (2) Push Digital Marketing Strategy ซึ่งนักการตลาดจะเป็นฝ่ายสื่อสาร ส่งข้อมูล ข่าวสาร ข้อเสนอ ฯลฯ ไปยังผู้บริโภค

ในการศึกษาถึงการตลาดการท่องเที่ยวในครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงความสำคัญของการตลาด การท่องเที่ยว ลักษณะเฉพาะของการตลาดการท่องเที่ยว องค์ประกอบของระบบ การตลาดการท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวและกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวในมุมมองของนักการตลาด ซึ่งสามารถนำไปใช้ในแผนยุทธศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรีในด้านเศรษฐกิจได้

เมื่อได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีสังคมวิทยา ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีด้านการพัฒนา ทฤษฎีด้านการวางแผน ยุทธศาสตร์ และทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวแล้ว ผู้วิจัยเกิดความเข้าใจในองค์รวมและจะนำ

ความรู้ดังกล่าวไปประกอบการวิจัย อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานภาครัฐถือเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีความสอดคล้องและสามารถช่วยเติมเต็มส่วนที่แผนพัฒนาของทางภาครัฐยังขาดอยู่ได้

5.9.6 ส่วนผสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 2000) ได้ให้แนวคิดส่วนผสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่า เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์ได้ คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจะต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อดังนั้นการกำหนดราคา การให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และถ่ายทอดการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

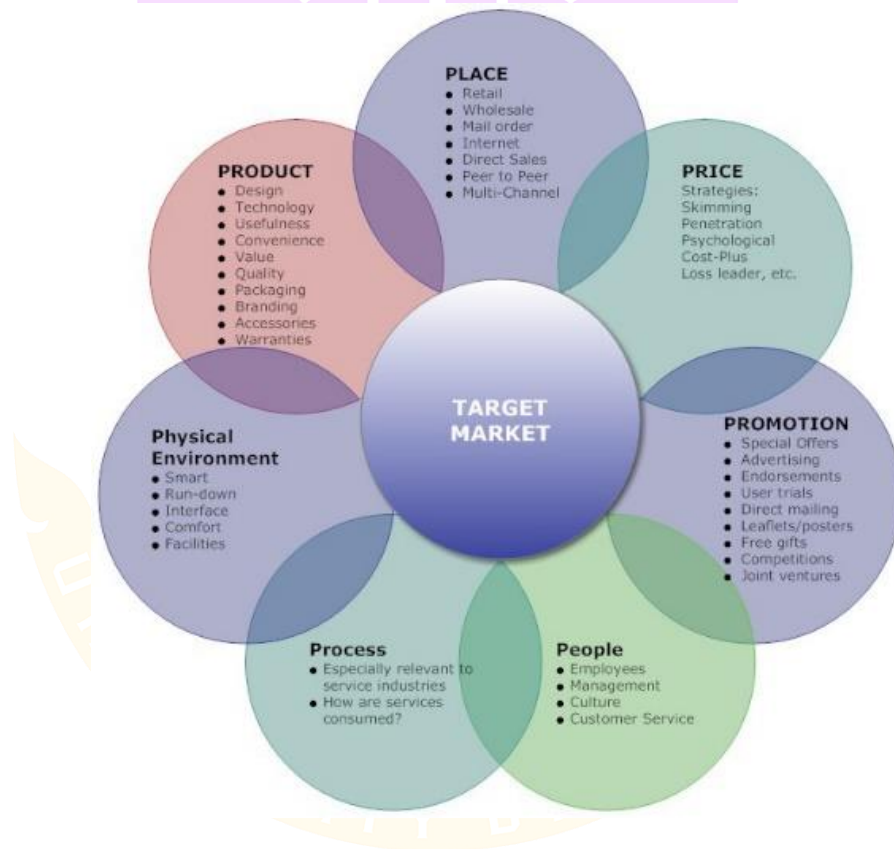
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ หรือซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการ และ เป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพ และการนำเสนอ (Physical Evidence / Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต่อสัญญาอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติ ในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ



ภาพ 15 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's

ที่มา: Kotler (2000)

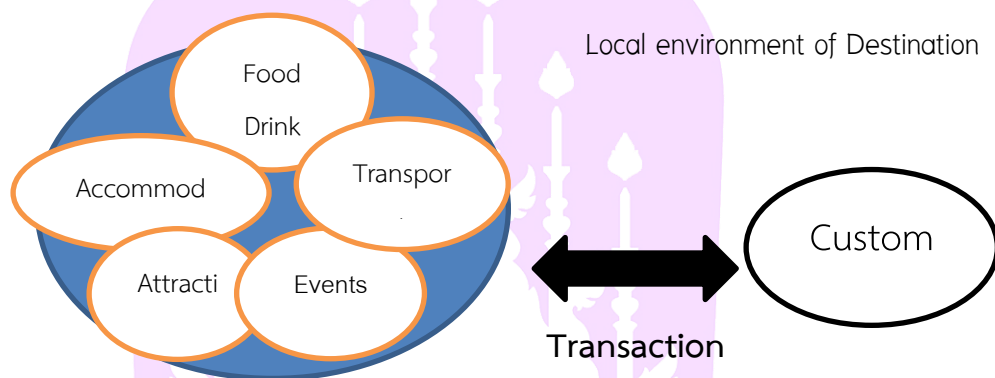
ถึงแม้ว่ากระบวนการทั้ง 7 ข้อนี้อาจจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการทำการตลาดที่ผ่านมามากมายชัดเจน แต่ปัจจุบันนี้หากกล่าวถึง การทำการตลาดท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน และอาจ

ต้องเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย (Relationship) และเน้นการขายคุณค่า (Value) ให้แก่ลูกค้าเป็นการเพิ่มมูลค่าในสินค้า และบริการมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยใคร่ขอขยายความในส่วนของสินค้าทางการตลาดท่องเที่ยวให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นกล่าวคือ ความคิดเรื่อง The Product Market ตระหนักว่า

สินค้า และลูกค้า มีความเกี่ยวข้องกันอย่างยิ่ง และจัดการสินค้าและลูกค้าในกรอบของ

ปฏิสัมพันธ์ของผู้ขาย และผู้ซื้อในสถานการณ์ที่จำเป็น “Market Place” ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 16 การจัดตำแหน่งทางการตลาด

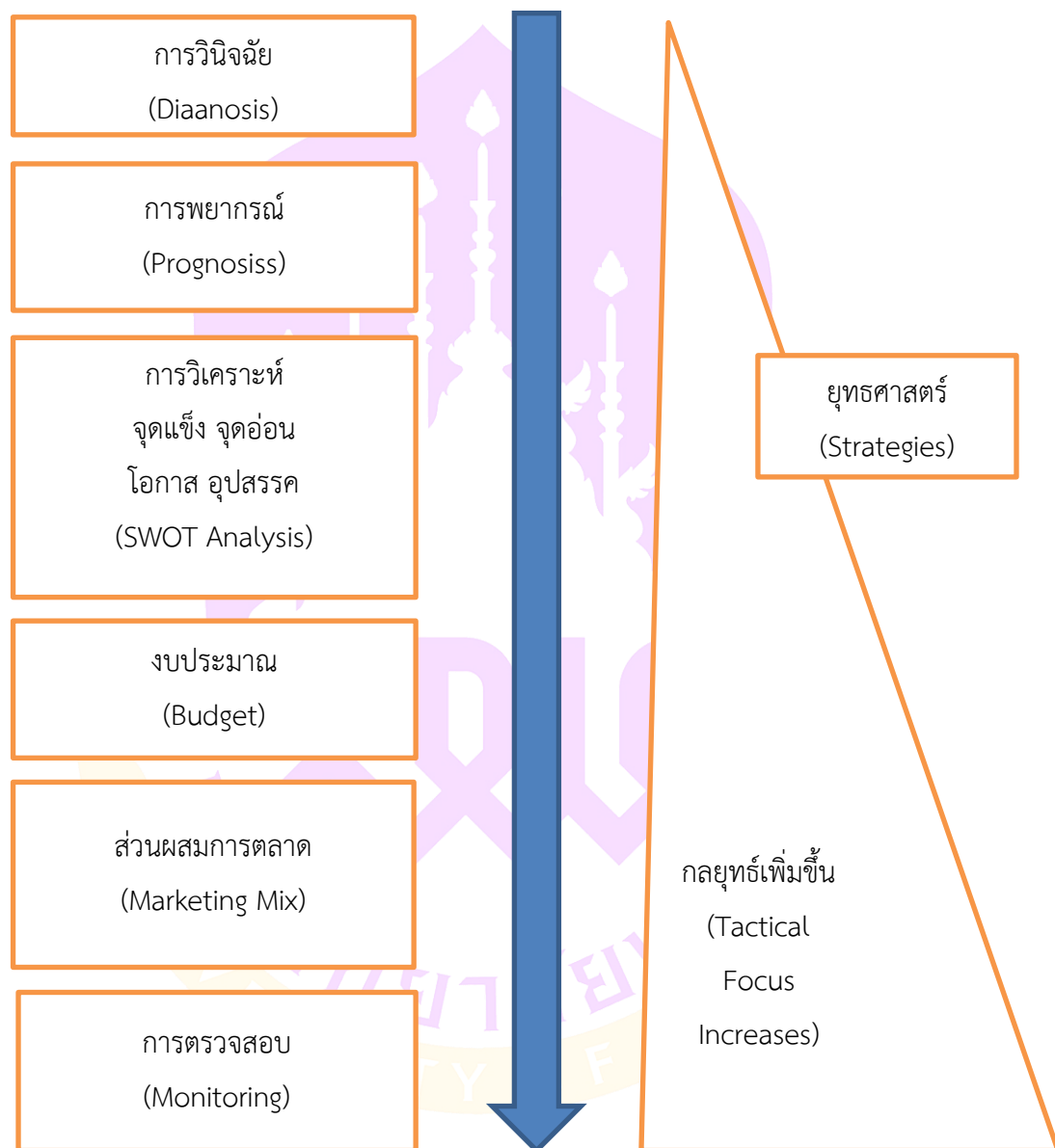
ที่มา: พยอ ม ธรรมบุตร (2558)

นักการตลาดมีการอธิบายและลงความเห็นเห็นว่า Destination เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเราควรทำการตลาดให้ Destination as a Product และเราก็ควรที่จะสร้าง Branding Destination แบบเดียวกับที่เรา Branding Product อื่นๆในการท่องเที่ยวโดยมีหลักปฏิบัติการ 2 ประการ (พยอ ม ธรรมบุตร, 2558) คือ 1) จัดการกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ Destination และเครือข่ายการท่องเที่ยวเช่นกัน และ 2) วางโครงการ และจัดการแบรนด์ของ Destination มีแนวความคิดใหม่เกิดขึ้น คือความเชื่อว่าการ Branding Destination จะเป็นเสมือนการ ซึ่งจะผนวกทุกสิ่งทุกอย่างใน Destination เข้าด้วยกันอย่างลงตัว

5.9.7 การวางแผนการตลาดในการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ

พยอ ม ธรรมบุตร (2558) การวางแผนยุทธศาสตร์ และกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดของ Destination เป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะเป็นวิสัยทัศน์ร่วมของทุกหน่วยงาน เพื่อทำงานประสาน และทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) จะเป็น

(Long-term plan) กำหนดแผนงาน และยุทธศาสตร์หลักระดับนโยบาย ในขณะที่แผนกลยุทธ์ (Tactical plan) จะเป็น (Shot-term plan) ซึ่งมีรายละเอียดของการกำหนดตลาดเป้าหมายแต่ละแห่ง กำหนดกิจกรรม และงบประมาณทรัพยากรของแต่ละเป้าหมาย แผนยุทธศาสตร์เป็นแผนที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับ เวลาตั้งกระบวนการวางแผนการตลาด (Kotler, 2003) ดังนี้



ภาพ 17 กระบวนการวางแผนการตลาด

ที่มา: Kotier (2003)

การตลาดจากยุค 1.0 สู่มยุค 4.0 (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559) มีดังนี้

การตลาดยุค 1.0 เป็นยุคแรกๆ ที่เกิดการผลิตสินค้าในเชิงอุตสาหกรรมคู่แข่งในการผลิตน้อยราย ความต้องการผู้บริโภคจะมีสูงกว่าการผลิต ตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นศูนย์กลางของทั้งหมด มีอิทธิพลเหนือลูกค้าอย่างชัดเจน เป็นยุคของการวางตำแหน่งสินค้า กำหนดกลยุทธ์ตลาดด้วย 4P's พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้อง มีคุณภาพ มีฟังก์ชันที่ดี ตั้งราคาให้ถูกต้อง หาช่องทางขายให้ถูกกับผลิตภัณฑ์ และลูกค้าทำการสื่อสารไปหาลูกค้าว่าของเราดีอย่างไร ล้อใจลูกค้าด้วยโปรโมชั่น ความสัมพันธ์ในยุคนี้เป็นแบบ One to Many ผู้ผลิตรายเดียวติดต่อกับลูกค้าได้หลายราย

การตลาดยุค 2.0 เป็นยุคที่การแข่งขันเริ่มสูงขึ้น ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดใช้ว่าจะผลิตเป็นกัน อยู่แต่ไม่กี่ราย การช่วงชิงลูกค้าเริ่มเกิดขึ้น ลูกค้าจึงกลายเป็นศูนย์กลางแทน กลยุทธ์ที่คิดจากส่วนประสมการตลาดที่แสนจะเก่าแก่ออย่าง 4P คงไม่เพียงพอการคิดกลยุทธ์ที่มุ่งไปยังลูกค้าที่มีมากขึ้น เช่นการทำ CRM (Customer Relationship Management) หรือ Service Mind ต่างๆ เป็นต้น เพื่อรักษาลูกค้าเก่า และช่วงชิงฐานลูกค้า เป็นยุคที่ “ลูกค้าคือพระเจ้า” และการมุ่งตอบสนองที่ลูกค้าก็ได้กลายเป็นนโยบายหลักของหลายๆ องค์กรอย่างกับนัดกันมาจาก 4P จึงเอาไม่อยู่ เพราะการเน้นเรื่องบริการไปยังลูกค้า กลยุทธ์จากส่วนประสมทางการตลาดจึงต้องกลายเป็น 7 P ของเดิมที่มี 4 ได้แก่ Product Price Place และ Promotion บวกของใหม่เข้าไปอีก 3 คือ People Physical และ Process เป็นยุคที่มุ่งหวังให้ลูกค้าแต่ละรายมีมูลค่าหัวสูงสุด CEM Customer Experience Management หรือ Experiential Marketing คือการบริหารประสบการณ์ลูกค้า เพราะเชื่อว่าทุกครั้งที่คุณค่าเห็นเราติดต่อกับเราทุกจุดสัมผัสระหว่างเรากับลูกค้า Contact Points จะทำอย่างไรให้ลูกค้าพอใจมีประสบการณ์เป็นบวกทุกครั้งตั้งแต่ให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ สร้างบรรยากาศ และอารมณ์ ผ่านอายตนะทั้ง 5 เรียกว่า 5 Sense Marketing ให้ลูกค้าได้ทดลอง Tryvertising จนเกิดความสัมพันธ์ที่ดีและเกิดความภักดีในที่สุด ตัวชี้วัดยุคนี้คือ RFM Regency Frequency Monetary ที่วัดมูลค่าหัวของลูกค้าแต่ละรายในฐานลูกค้าแบบตลอดชีพ LTV (Lifetime Value of Customer) ที่เรียกว่าเอาค่าทุกอย่างจะ Customized และ Personalized ให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละราย ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายเดียวไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ จึงต้องร่วมกันตอบโจทย์ลูกค้าที่เรียกว่า Solution ความสัมพันธ์เป็นแบบ Many to One หรือ One to One หากผู้ผลิตรายเดียวสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายเฉพาะรายของลูกค้าแต่ละคน

การตลาดยุค 3.0 เป็นยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารแบบล้ำสมัยเข้ามามีบทบาทมาก สังคมเกิดการรวมตัวทั้งทางกายภาพ และทางความคิดกันได้ง่าย สังคมจึงเริ่มมีอิทธิพลสูงต่อ

โลกของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจการค้าต่างจึงต้องย้อนกลับไปพิจารณาตอบสนองต่อสังคมความเป็นเลิศ ในตัวคุณสมบัติของสินค้าไม่ได้เป็นสิ่งยืนยันว่าคุณจะชนะอีกต่อไป แต่กลับกลายเป็นความรัก และความศรัทธาที่ธุรกิจสร้างให้กับสังคมต่างหาก ที่จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินค้าของธุรกิจนั้นๆ ได้สูง ฉะนั้นกลยุทธ์เพื่อสร้างการยอมรับจากสังคม The Societal Marketing Concept จึงกลายเป็นกลยุทธ์หลักที่จืดจางแต่ได้พรายออกมาสู่กันในยุคนี้ความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าเป็นแบบ Many to One ผู้ประกอบการหลายรายมารวมตัวกันเป็นโซลูชันให้กับลูกค้าแต่ละรายกำไร Profit คือสิ่งที่จะตามมาเป็นผลกำไรที่ยั่งยืน

การตลาดยุค 4.0 เป็นยุคที่ต้องนำแบรนด์ที่มีชีวิตสร้าง หรือเข้าสู่เครือข่ายแห่งการคุณค่าที่แบรนด์ และผู้บริโภคมีส่วนร่วมกันเครือข่ายดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดวิวัฒนาการจากความต้องการเชื่อมโยง กับจิตวิญญาณของมนุษย์ Human Spirit ไปสู่ความต้องการเชื่อมโยงกับจิตวิญญาณเฉพาะบุคคล Your Spirit ตั้งที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ ถึงแม้ว่าอุปกรณ์ดิจิทัลทุกพลาจะเป็มือที่ให้เกิดเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ ที่เชื่อมโยงถึงกันทั้งในโลกออนไลน์ และโลกออฟไลน์แต่สังคมดิจิทัลก็เปรียบเสมือนโลกแห่งสังคมใหม่ที่ขยายตัวในเชิงปริมาณ กล่าวคือ มีการเชื่อมโยงกันของผู้บริโภคจำนวนมหาศาลแต่ยังขาดซึ่งวัตถุประสงค์ ที่ชัดเจน นั่นเป็นเหตุผลที่ว่าทำไมเครือข่ายสังคมออนไลน์ในยุคที่ผ่านมาจึงมุ่งไปที่การตอบสนองความรู้สึกนึกคิดพื้นฐานของผู้บริโภคที่มีร่วมกัน

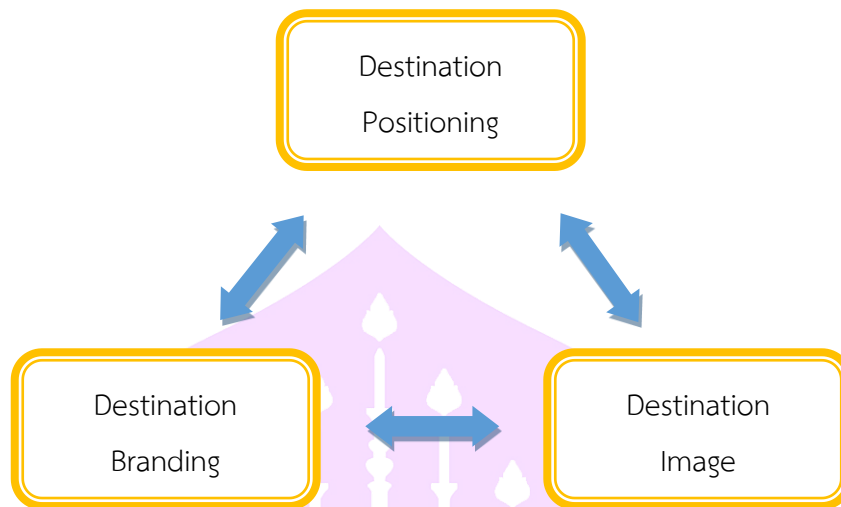
นอกเหนือจากการสื่อสารที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นแล้วผู้คนในสังคมดิจิทัลก็เริ่มมีพฤติกรรมการจืดกลุ่มโดยธรรมชาติ (Self-Fragmented) โดยมุ่งเน้นไปที่วัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับความต้องการของตนเองมากขึ้น การตลาดในยุค 4.0 จึงแตกต่างจากยุคที่การตลาดเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนตรงที่การตลาดผูกสินค้าหรือแบรนด์เข้ากับยอดขาย แต่การสร้างแบรนด์ผูกแบรนด์ (Shares Values) การสร้างแบรนด์ในยุค 4.0 คือการก้าวข้ามจากการระบุเพียงจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) หรือตำแหน่งทางการตลาดไปสู่การทำให้แบรนด์มีชีวิต (Brand Personification) หัวใจสำคัญของกลยุทธ์ที่ทำให้คุณค่ามาก่อนมูลค่า คือ การที่คุณค่าร่วมในยุคนี้เป็นสิ่งที่มีตัวชี้วัดอย่างชัดเจน และสามารถทำได้ในวงกว้าง ดังนั้นเพื่อก้าวสู่ความสำเร็จทางธุรกิจแบรนด์จึงไม่สามารถดำเนินกระบวนการทางธุรกิจได้เพียงลำพัง แต่จำเป็นต้องเป็นผู้นำในการสร้างพื้นที่เพื่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคกับแบรนด์สามารถเชื่อมโยง และ สร้างสายสัมพันธ์ต่อกันด้วยคุณค่าที่มีร่วมกันเมื่อผู้บริโภคมีอำนาจมากขึ้นในสังคมดิจิทัล พวกเขาจึงต้องการ มีส่วนร่วมกับแบรนด์ เพื่อสร้างความแน่ใจ และความรู้สึกเป็นเจ้าของว่าจะได้รับบางสิ่งบางอย่างที่ตอบสนองความต้องการสูงสุดของตนเอง กระบวนการดังกล่าวของแบรนด์ความสามารถของแบรนด์บวกกับการ

มีส่วนร่วมของผู้บริโภคซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวคิดในการเปลี่ยนคุณค่าให้กลายเป็นมูลค่าจึงถูกเรียกในอีกชื่อหนึ่งว่าคุณค่าเฉพาะของแบรนด์

จากการศึกษาเอกสาร และค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ผู้วิจัยขอสรุปว่าการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การผสมผสานของกระบวนการตลาดด้านต่างๆ ที่เชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแบบบูรณาการของการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย โดยองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) แบบภูมิทัศน์หรือสภาพทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยทำการตลาดแบบเน้นสร้างคุณค่าของสินค้า และสร้างความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ดังนั้นจากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยจะนำไปใช้ในส่วนของการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

5.10 การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 2) ได้ให้คำจำกัดความว่า การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว หมายถึง ยุทธศาสตร์การตลาด ซึ่งต้องการสร้างภาพลักษณ์โดดเด่นของจุดหมายปลายทาง (Destination Image) โดยใช้ความโดดเด่นดังกล่าวดึงดูดลูกค้ากลุ่มตลาดเป้าหมายเพื่อแข่งขันกับจุดหมายปลายทางอื่นๆ (Destination Positioning) การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางเป็นกระบวนการที่มีระบบ (System) มีความเป็นพลวัต (Dynamic) มีลักษณะเป็นวงจรซ้ำ (Cyclic) มีวิวัฒนาการต่อเนื่องในระยะยาวในอนาคต (Evolving) โดยมีการสร้างปฏิสัมพันธ์แบบวงจรระหว่างการกำหนดตำแหน่งของจุดหมายปลายทาง (Destination Positioning) การสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง (Destination Image) และการสร้างแบรนด์ของจุดหมายปลายทาง (Destination Branding) ดังภาพที่ 18



ภาพ 18 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดตำแหน่งการสร้างภาพลักษณ์ของ
แบรนด์และการสร้างแบรนด์ของจุดหมายปลายทาง

ที่มา : พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 2)

ตำแหน่งทางการตลาดของจุดหมายปลายทาง (Destination Positioning) คือ กระบวนการที่องค์กรจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Organization: DMO) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมมือกันสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของจุดหมายปลายทาง และนำเสนอต่อลูกค้ากลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยใช้ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นดังกล่าวดึงดูดลูกค้าจากจุดหมายปลายทางคู่แข่งอื่นๆ

7) เรียบง่าย (Simple) แบนด์จุดหมายปลายทางต้องเรียบง่าย ไม่ซับซ้อนไม่มากไปยาวเกินไป ไม่ยากเกินไปที่นักท่องเที่ยวจะเข้าใจ แบนด์ที่ประสบความสำเร็จจะเรียบง่ายและไม่ยาวเกินไป เช่น I love New-york, 100% Pure New Zealand, Malaysia, Truly asia

8) ได้ผ่านการทดสอบด้านการตลาด (Marketing-tested) แบนด์จุดหมายปลายทางที่ดีต้องผ่านการทดสอบ และได้ถูกนำไปทดลองใช้กับตัวแทนของนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมายที่หวังไว้ และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน

9) ต้องสามารถนำขึ้นบนเว็บไซต์ได้ในฐานะ Domain Name จะเป็นการดีมาก ถ้าในแบนด์จุดหมายปลายทางจะมีข้อความสั้นๆที่สามารถนำขึ้นบนเว็บไซต์เป็น Domain name

10) จะต้องโดดเด่น (Unique) แบนด์จุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นผิดแผกแตกต่าง เหนือคู่แข่งอื่นๆ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะแบนด์ที่

ยอดเยี่ยมจะต้องเป็นแบรนด์ที่สามารถสร้างการผสมผสานที่กลมกลืนกันของอัตลักษณ์ที่โดดเด่นด้านต่างๆ ได้อย่างลงตัวในภาพที่งดงาม

11) เป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน (Well-accepted by Stakeholders) แบรนด์จุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเป็นที่ยอมรับและประทับใจผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ขั้นตอนในการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง

1) การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) ประกอบด้วยกระบวนการย่อย ดังนี้

1.1) การวิเคราะห์จุดหมายปลายทาง พยอ ม ธรรมบุตร (2561, หน้า 10) ได้นำเสนอคุณลักษณะ 10 ประการ ที่จุดหมายปลายทางประสบความสำเร็จ (10As)

1.1.1) AWARENESS ได้แก่ ความตระหนักของลูกค้าทั่วโลกว่ารู้จักประเทศไทยหรือไม่ว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่น เคยได้ตำแหน่งเป็นประเทศที่มีอาหารสตรีทฟู้ดที่ดีที่สุดในโลก กรุงเทพฯ เป็นมหานครที่มีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวอันดับหนึ่งของโลก ฯลฯ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณและคุณภาพของข้อมูลข่าวสาร ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากประเทศไทยมีจำนวนเพียงพอดึงดูดลูกค้าหรือไม่

1.1.2) ATTRACTIVENESS ความมีเสน่ห์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ ภาพรวมด้านภูมิศาสตร์ และจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นแปลกจากคู่แข่ง เช่น ความงดงามของทะเลอันดามัน ความหลากหลายทางชีวภาพ ระบบนิเวศป่าดิบชื้น การเดินป่า ดูนก วัฒนธรรมไทย ศิลปะไทยที่มีเอกลักษณ์งดงาม ฯลฯ ในภาพรวมประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลายและโดดเด่นเพียงพอ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระดับใด

1.1.3) AVAILABILITY การมีความสะดวกความคล่องตัวของช่องทางการจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหมดไว้ให้ลูกค้าหรือไม่ ประเทศไทยมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกและหลากหลายโดยเฉพาะการจองออนไลน์ในยุคดิจิทัลหรือไม่ อย่างไร

1.1.4) ACCESS การมีความสะดวกและความคล่องตัวในการมีระบบโลจิสติกส์ที่หลากหลาย เพื่อเดินทางมายังประเทศไทย ใช้ประเทศไทยเป็น Gateway หรือเป็น HUB ในการเดินทางท่องเที่ยวในเอเชียหรืออาเซียนความสะดวกคล่องตัวในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ตลอดจนการเดินทางกลับประเทศของนักท่องเที่ยว ประเทศไทยมีความสะดวกคล่องตัวความหลากหลายของวิธีเดินทาง เช่น ทางอากาศ ทางบก ทางรถไฟ ทางน้ำ ฯลฯ ทั้งภายในและภายนอกประเทศในระดับใด

1.1.5) APPEARANCE คุณลักษณะข้อนี้จะเป็นการวัดความรู้สึก ความประทับใจ ไม่ประทับใจ ความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจุดหมายปลายทาง

ประเทศไทย ตั้งแต่วินาทีแรกที่ก้าวลงจากเครื่องบิน ลงเหยียบพื้นแผ่นดินไทย และตลอดระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทยจนกระทั่งวันเดินทางกลับสู่ประเทศของตนเอง คำถามที่สำคัญคือ ประเทศไทยสามารถสร้างความรู้สึกประทับใจในวินาทีแรกหรือไม่ สินค้าและบริการตลอดระยะเวลาที่อยู่บนแผ่นดินไทย ส่งมอบประสบการณ์ที่มีมาตรฐานคุณภาพและความมีน้ำใจ ความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวหรือไม่

1.1.6) ACTIVITIES จากสโลแกนของนักท่องเที่ยวศตวรรษที่ 21 ที่กล่าวว่า When I see something, I forget when I hear something, I forget, but when "I do something, I REMEMBER ทำให้จุดหมายปลายทางทั่วโลกเร่งพัฒนากิจกรรมที่จะนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ที่เป็กรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยการเดินทางไปดูแลนักท่องเที่ยว เช่น วัด วัง พัง มัคคุเทศก์ บรรยายอย่างฉาบฉวย วันละหลายๆ แห่ง จึงหันมาสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่จะสามารถศึกษา ภูมิทัศน์วัฒนธรรม เช่น ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา เทือกเขาสูงและหุบเขาภาคเหนือ ที่ราบสูงโคราชหรือทำการพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน วิถีชาวเขา ชนกลุ่มน้อย ร่วมปรุงและรับประทานอาหาร ลงเกี่ยวข้าวดำนา ทำไร่ ทำสวน ฯลฯ ซึ่งเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ลุ่มลึกลงไปในวันธรรมดา วิถีชีวิตระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น คำถามที่ต้องตอบในข้อนี้ก็คือ ประเทศไทยมีกิจกรรมที่ หลากหลายและลึกซึ้งที่น่าสนใจและตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมายหรือไม่ ในระดับใด

1.1.7) ASSURANCE การสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวว่า เมื่อเดินทางมาประเทศไทย เขาจะได้มาท่องเที่ยวเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่มีระบบการดูแลรักษาที่สร้างความมั่นคง ความปลอดภัย ให้แก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีระบบการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ด้านพิบัติภัย เช่น คลื่นยักษ์สึนามิ แผ่นดินไหว หรือพิบัติภัยที่เกิดจากมนุษย์ เช่น การก่อการร้าย (Terrorism) การจี้เครื่องบิน การระเบิดพลีชีพ ฯลฯ คำถามในข้อนี้คือ ประเทศไทยมีระบบการสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สะอาด มีความมั่นคง มีระบบความปลอดภัย เพื่อดูแลรักษาชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีความพร้อม เพื่อดูแลรักษานักท่องเที่ยวเมื่อเกิดพิบัติภัยรูปแบบต่างๆ และมีระบบด้านความปลอดภัย เมื่อนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมผจญภัย เช่น การเที่ยวทะเล การดำน้ำ การเที่ยวถ้ำ เดินป่า โดยไม่ทำให้ชีวิตนักท่องเที่ยวไปเสี่ยงตายหรือไม่

1.1.8) APPRECIATION ได้แก่ ความรู้สึกชื่นชมและมีความสุข ความประทับใจ เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยและได้รับการต้อนรับด้วยรอยยิ้มที่เต็มไปด้วยมิตรไมตรี การนำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ ในทุกพื้นที่ที่มีคุณภาพ มาตรฐานและด้วยหัวใจที่เต็มใจ เต็มใจ ตามคำกล่าวที่ว่า “เป็นธรรมเนียมไทยแท้ แต่โบราณ ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ” ซึ่ง

หมายถึงว่า การต้อนรับขับสู้ผู้มาเยือนแบบทুমสุดหัวใจนั้นอยู่ในสายเลือดของคนไทย ที่มีความตั้งใจว่าจะต้องทำให้ดีที่สุดเสมอเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาเยือนคำถามข้อนี้จึงเป็นคำถามสั้นๆ ว่า เพื่อความสุขของผู้มาเยือน ผู้ให้บริการในประเทศไทยทำดีที่สุดแล้วหรือยัง

1.1.9) ACTION ได้แก่การมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระยะยาวพร้อมแผนการตลาดที่มีการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาพร้อมแผนปฏิบัติการที่มีคุณภาพและความชัดเจน ระยะยาวคำถามได้แก่ ประเทศไทยมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการระยะยาวอย่างน้อย 20 ปีหรือไม่ และมีแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวช่วง 5 ปี 10 ปี 15 ปีหรือไม่

1.1.10) ACCOUNTABILITY ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อการพัฒนาที่ได้ดำเนินไปของ DMO โดย DMO ของจุดหมายปลายทางจะต้องประเมินผลของการดำเนินงานการพัฒนาว่ามีประสิทธิผลและประสิทธิภาพในระดับใด คำถามคือ DMO ของประเทศไทยคือใครและได้เคยประเมินผลการพัฒนาหรือไม่อย่างไร

1.2) การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Analysis)

พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 9- 0) ได้อธิบายว่า การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนการตลาดของจุดหมายปลายทาง แต่เป็นสิ่งที่ยังไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจนและยังขาดระบบและขั้นตอนในการปฏิบัติการ เราอาจสรุปการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นด้านๆ ดังต่อไปนี้

1.2.1) ควรแบ่งจุดหมายปลายทางที่เป็นคู่แข่งออกเป็นประเภทต่างๆ ตามกลุ่มตลาดเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น คู่แข่งเรื่อง MICE Tourism การจัดประชุม การท่องเที่ยวให้รางวัล การจัดประชุมใหญ่และ การจัดมหกรรม ซึ่งจะเป็นคู่แข่งคนละประเภทกับนักท่องเที่ยวเพื่อความรื่นรมย์ (Pleasure Tourism) ประเภท 4Ss (Sea-Sand-Sun-Sex)

1.2.2) ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางคู่แข่งที่อยู่ใกล้เคียงกัน เช่น ประเทศไทยแข่งกับมาเลเซีย เมื่อมาเลเซียนำเสนอแบรนด์ “Malaysia, Truly Asia” ออกสู่สายตาชาวโลก โดยมีการบรรยายว่าเอเชียทั้งเอเชีย นั้นมาเยือนอยู่ในมาเลเซีย และแถมยังมี Package ทัวร์ทั่วเอเชียโดยใช้มาเลเซียเป็น Gateway ขายเสริมอีกด้วย ประเทศไทยควรมีการวิเคราะห์ขีดความสามารถของไทย เพื่อแก้สถานการณ์ดังกล่าว

1.2.3) แหล่งข้อมูลในการศึกษาจุดหมายปลายทางคู่แข่ง ได้แก่ ข้อมูลที่จะได้จากนักท่องเที่ยวนั่นเอง ควรมีการทำวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) เช่น ถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวไทยว่ามีแผนหรือโปรแกรมจะไปเที่ยวประเทศใดบ้างในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ไกลๆ ประเทศไทย หรือ

หาข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางที่มีคนนิยมมาเที่ยวมากที่สุด สำหรับกลุ่มตลาดเป้าหมาย เฉพาะด้านหรือสำหรับผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านใดบ้าง

1.2.4) อาจใช้ข้อมูลจากโมเดล 10AS ของจุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จมาใช้ศึกษาคู่แข่งหรือเกณฑ์และผลของการวิเคราะห์จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันมุมมองต่างๆ ของรายงานปี ค.ศ. 2011 และปีต่อๆ มาของ World Economic Forum เพื่อทำการเปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศทั่วโลกและประเทศในเอเชีย

1.2.5) DMO อาจใช้โมเดลของ Ritchie and Crouch (2003) ซึ่งใช้สร้าง Destination Competitiveness และศึกษาจากงานวิจัยด้านดังกล่าว จากกรณีศึกษาอื่นๆ เช่นกัน

1.3) การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis)

พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 10) กล่าวว่า DMO ทุกแห่งจะต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดเป้าหมายอยู่ในมือ โดยอาจทำการวิจัยเชิงสำรวจเป็นรายเดือน หรือราย 3 เดือน ทุกๆ ปี หรือทุกๆ 2-3 ปี โดยประเภทของข้อมูลนักท่องเที่ยว ได้แก่

1.3.1) ลักษณะประชากรเศรษฐกิจสังคม

1.3.2) ลักษณะการเดินทาง จุดมุ่งหมาย ระยะเวลาที่พำนัก ขนาดของกลุ่มท่องเที่ยวที่พัก ระบบการขนส่งที่ใช้ จำนวนครั้งของการเดินทางและระยะเวลาที่มาพักในการเดินทางครั้งก่อน แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไป กิจกรรมที่เคยเข้าร่วม สื่อที่ใช้เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางรูปแบบต่างๆ สื่อดิจิทัล ระดับความพึงพอใจของการมาท่องเที่ยว สินค้าและบริการที่ชอบและไม่ชอบและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงจุดหมายปลายทาง

1.4) การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง (Destination Image Analysis)

พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 10) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการสร้างแบรนด์ ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของจุดหมายปลายทางซึ่งจะมีตำแหน่งอยู่ในความทรงจำ ความรู้สึกนึกคิด ชีวิตจิตใจของลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าในอนาคต ตั้งแต่ประมาณต้นปี ค.ศ.1970 ได้มีงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางในวารสารวิชาการ แต่ยังมี การนำแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ไปประยุกต์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจังน้อยมาก

Echtner and Ritchie (1993) ได้นำเสนอเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางว่าจะต้องมีลักษณะย่อย (Attributes) และภาพรวม (Holistic) ซึ่งแต่ละประเภทจะต้องมีหน้าที่ (Function) และจับต้องได้ (Tangible) และมีผลทางจิตวิทยา (Psychological) ในการสร้างลักษณะย่อยจำเป็นต้องทำวิจัยเชิงสำรวจและทำการจัดอันดับ Attributes เหล่านั้น

สำหรับภาพลักษณ์รวม (Holistic Image) ควรตั้งเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) เช่น คำถามหลัก 3 ข้อ ได้แก่

1) เมื่อคิดถึงประเทศไทย ภาพลักษณ์หรือลักษณะเด่นอะไรปรากฏขึ้นในใจของคุณทันที

2) บรรยากาศ อารมณ์ ความรู้สึกอะไรที่ปรากฏขึ้นเมื่อมาท่องเที่ยวประเทศไทย

3) เมื่อมาท่องเที่ยวประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น ผิดแผกแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ สร้างความประทับใจไม่รู้ลืมคือแหล่งท่องเที่ยวอะไร

4) การสร้างภาพลักษณ์ในภาพรวม (Holistic Image) ต้องใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อยที่มีการอภิปรายแลกเปลี่ยนมุมมอง จากคำถามปลายเปิดดังกล่าวและมีการลงความเห็นร่วมกัน (Consensus) ในที่สุด

1.5) การวิเคราะห์ทัศนคติของเจ้าบ้าน (Resident Attitude Analysis)

พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 13) ได้อธิบายว่า การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางมีความเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ที่นำทัศนคติของเจ้าบ้านที่อยู่อาศัยในจุดหมายปลายทาง เช่นกัน จึงควรทำการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นทัศนคติของเจ้าบ้าน เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เขาอยู่อาศัย โดย DMO

การพัฒนาท่องเที่ยวในพื้นที่ย่อมสร้างผลกระทบทั้งแง่บวกและแง่ลบ ทั้งทางตรงและทางอ้อม แก่คนที่อาศัยในพื้นที่ ในอดีต DMO มักจะให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยว แต่ต้องตระหนักว่าคนที่อยู่ในพื้นที่ ก็เป็นกลุ่มลูกค้าตลาดเป้าหมายภายในประเทศเช่นกัน (Internal Market) นอกเหนือจากนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวยังสร้างผลกระทบแพร่กระจายไปในพื้นที่อย่างกว้างขวางยิ่งกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมใดๆ ได้แก่ ผลกระทบด้านการขนส่ง การใช้ระบบขนส่งสาธารณะร่วมกับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงโมเมนต์เร่งด่วน การใช้ที่พักแรมรูปแบบต่างๆ ในพื้นที่เดียวกัน ตลอดจนการใช้บริการต่างๆ โดยเฉพาะบริการด้านการบันเทิง นอกจากนี้การพัฒนาก่อสร้างยังสร้างผลกระทบต่อการทำงานในพื้นที่จุดหมายปลายทาง การใช้พื้นที่ (Land-use) สภาพแวดล้อมระบบนิเวศและโดยเฉพาะการมีผลกระทบต่อโครงสร้างทางสังคมโดยรวม ด้วยเหตุดังกล่าว ทัศนคติของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่จึงเป็นข้อมูลสำคัญต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ในจุดหมายปลายทาง

2) การปรึกษาหารือกับภาคีต่างๆ และการวิเคราะห์การตลาดในอดีต

2.1) การปรึกษาหารือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Sector Stakeholder Consultations and inputs) พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 13) กล่าวว่า ในขั้นตอนนี้ของการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางนักวิจัยจะต้องรวบรวมความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ

เกี่ยวกับภาพลักษณ์และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของจุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคีต่างๆ จะต้องแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นที่สุดของจุดหมายปลายทาง โดยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่สามารถนำมาแทนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ไม่อาจสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ให้การสนับสนุน และสิ่งสำคัญยิ่งไปกว่านั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนจำเป็นต้องยอมรับแบรนด์ที่จะสร้างขึ้นและทำแบรนด์ดังกล่าวไปเผยแพร่ในการทำการตลาด และการสร้างกิจกรรมสนับสนุนการขยายของพวกเขา กล่าวโดยสรุปจะต้องทำลักษณะเอกลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่ได้จากนักท่องเที่ยวมาสังเคราะห์กับลักษณะเอกลักษณ์ที่ได้จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและเกี่ยวข้องกับจุดหมายปลายทางมากที่สุด

2.2) การวิเคราะห์โปรแกรมการตลาดในอดีตของจุดหมายปลายทาง (Analysis of Post Destination Marketing Programme) พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 14) กล่าวว่า ควรมีการวิเคราะห์โปรแกรมการตลาดในอดีตของจุดหมายปลายทาง เพื่อนำข้อมูลมาป้อนให้สมกับการปรึกษาหารือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น เพื่อประกอบการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง เช่น สำหรับประเทศไทย อาจมีการทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการด้านการนำข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภาคต่างๆ เช่น นำความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน 4 ภาค ภาคละ 500 คน พิจารณาร่วมกับความคิดเห็นที่ได้มาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมายของประเทศไทยเพื่อกำหนดลักษณะโดดเด่นของประเทศไทยที่น่าเชื่อถืออย่างแท้จริง และนำไปเป็นข้อมูลในการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางประเทศไทย

3) การนำเสนอจุดขายที่โดดเด่นที่สุด (Unique Selling Proposition Identification : USP)

พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 14) กล่าวว่า ขั้นตอนนี้เป็นกรนำเสนอจุดขายที่โดดเด่นที่สุดของจุดหมายปลายทาง เป็นข้อมูลนำเข้าที่สำคัญมากที่สุดในการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง เพราะจุดขาย ที่โดดเด่นที่สุดที่จะทำให้เรารู้ว่าอะไรคือเอกลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุด ซึ่งจะสร้างความแตกต่างให้กับจุดหมายปลายทาง เมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางคู่แข่ง

4) การพัฒนาแบรนด์ของจุดหมายปลายทาง (Destination Brand Development) ประกอบด้วยขั้นตอนต่อเนื่อง 6 ขั้นตอนดังนี้ พยอม ธรรมบุตร (2561, หน้า 15–25)

4.1) การพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์ (Branding Strategy Development) โดยผู้สร้างแบรนด์จะต้องหาคำตอบของคำถามต่อไปนี้

4.1.1) ทำไมจุดหมายปลายทางจึงมีความจำเป็นต้องสร้างแบรนด์ใหม่

- 4.1.2) อะไรคือจุดประสงค์ของการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง
- 4.1.3) แบนด์จุดหมายปลายทางกำลังสื่อสารภาพลักษณ์อะไรที่โดดเด่นไป
ยังลูกค้า
- 4.1.4) ใครคือกลุ่มตลาดเป้าหมายของแบรนด์จุดหมายปลายทาง
- 4.1.5) แบนด์จุดหมายปลายทางที่จะสร้างใหม่นี้จะมีลักษณะอย่างไร
นอกจากคำถามที่ได้กล่าวข้างต้น การพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์จำเป็น
ต้นมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ
- 1) ทำให้จุดหมายปลายทางแตกต่างจากคู่แข่ง
 - 2) ทำให้ลูกค้าในอนาคตเพิ่มความตระหนัก จดจำ และประทับใจในจุดหมาย
ปลายทาง
 - 3) เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้จุดหมายปลายทางอันจะทำให้ลูกค้าสนใจ
ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดและมีแนวโน้มที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทาง
 - 4) ทำให้จุดหมายปลายทางมีอัตลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมาก
ที่สุด
- หลังจากกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจนของการพัฒนาแบรนด์จุดหมายปลายทางแล้ว
ผู้สร้างแบรนด์จะต้องกำหนดตำแหน่งที่ชัดเจนของแบรนด์ ซึ่งหมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ของ
จุดหมายปลายทางซึ่งต้องการให้ประทับใจตราตรึงอยู่ในใจของลูกค้ากลุ่มตลาดเป้าหมาย
- 4.2) การพัฒนาอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identify Development) ขั้นตอนนี้เป็น
ขั้นตอนของการสร้างแบรนด์ซึ่งเป็นหัวใจของการสร้างแบรนด์ การสร้างสรรค์แบรนด์จะรวมถึง
การมี Logo ใหม่ การเลือกระบบการให้สีสันตลอดจนภาพต่างๆ (Visual Image: VI) คำแนะนำ
สโลแกนหรือ STRAPLINE ดนตรีประกอบและองค์ประกอบอื่นๆ การเลือกคำและการเลือกภาพ
เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของการสร้างแบรนด์
- 4.3) การนำเสนอและเปิดตัวแบรนด์ (Brand Launch and Introduction) การ
เปิดตัวแบรนด์ใหม่ของจุดหมายปลายทางคือการนำแบรนด์ใหม่นำเสนอเปิดตัวต่อสาธารณะ
เป็นครั้งแรก พิธีการเปิดตัว แบนด์ใหม่จะต้องทำให้เป็นทางการมีพิธีรีตองและการเปิดตัวมี
ยิ่งใหญ่อลังการ (Pomp and Ceremony) โดยจะต้องเป็นการเปิดตัวที่เป็นมหกรรม
ประชาสัมพันธ์อย่างยิ่งใหญ่ของจุดหมายปลายทาง
- 4.4) การนำ Brand ลงสู่การปฏิบัติการ (Brand Implementation) การนำแบรนด์ลงสู่
การทำจริง คือการทำแบรนด์ชีวิต (Living Brand) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด คือ การ
สร้างเส้นทางนำแบรนด์ไปสู่ความสำเร็จ หลังการเปิดตัวแบรนด์จุดหมายปลายทางแล้วแบรนด์

จะต้องถูกนำมาหลอมรวมอย่างแนบสนิทกับจุดหมายปลายทางเป็นหนึ่งในเดียวกัน (Embedded within The Destination Brand) แแบรนด์ของเราจะต้องถูกนำมาประดิษฐ์ปรากฏอยู่กับการสื่อสารทุกรูปแบบภายในชุมชนของเรากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคี ทุกกิจกรรมในพื้นที่ นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวทั้งที่กำลังมาเยือนและที่จะมาเยือนในอนาคต หมายความว่าแบรนด์จะต้องถูกนำมาปฏิบัติในชีวิตจริง ไม่ใช่สร้างไว้เป็นโลโก้ สโลแกน เอาไว้เป็นเพียงคำขวัญ

4.5) การตรวจสอบและดูแลรักษาแบรนด์ (Brand Monitoring and Maintenance) การตรวจสอบ หมายถึง การสำรวจกระบวนการนำแบรนด์จุดหมายปลายทางมาลงมือปฏิบัติการในสถานการณ์จริงและมีการประเมินความก้าวหน้าของการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายความสำเร็จ การตรวจสอบดังกล่าวอาจทำโดยใช้เทคนิคทางการวิจัยที่หลากหลาย รวมถึงการใช้ Content Analysis ของ Travel Blogs และการรีวิวเชิงคุณภาพเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจุดหมายปลายทาง การสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยว (Visitor Profile) การสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวหลังการมาเยือน (Post-Visit-Surveys) การสุ่มสำรวจทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ที่ยังไม่ได้มาเยือนเชิงปริมาณ การประชุมกลุ่มย่อยเชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยว หัวข้อที่จะต้องวัดในการสำรวจเหล่านี้ รวมถึงความตระหนักและความทรงจำเกี่ยวกับแบรนด์ ผลกระทบของแบรนด์ในการสร้างความตั้งใจเดินทางมาเยือน และภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางในความทรงจำของนักท่องเที่ยว

4.6) การประเมินผลแบรนด์ (Brand Evaluation) เป็นการพิสูจน์ว่าแบรนด์จุดหมายปลายทางมีประสิทธิผลหรือไม่ นั่นคือการตรวจสอบว่าแบรนด์ดังกล่าวได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ ซึ่งจะต้องมีการทำวิจัยเพื่อสรุปว่า การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางก่อให้เกิดผลกระทบต่อกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเป้าหมายตามที่ตั้งเป้าไว้หรือไม่ การที่แบรนด์จุดหมายปลายทางจะเคยได้รับรางวัลแบรนด์ยอดเยี่ยมแห่งโลก เป็นสิ่งที่ดีและเป็นการโฆษณาจุดหมายปลายทางที่ดีเยี่ยมวิธีหนึ่ง อย่างไรก็ตามการได้รางวัลไม่ได้หมายความว่าแบรนด์จุดหมายปลายทางจะได้ทำงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เราจะเป็นต้องทำการวิจัยเพื่อแสดงว่าแบรนด์ท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ทำหน้าที่สมบูรณ์แบบ คือ เกิดการบรรลุเป้าหมายที่จุดหมายปลายทางได้ตั้งไว้

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยนำผลที่ได้จากการทำชุมชนศึกษา การตรวจสอบทรัพยากร การประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ SWOT และการสังเคราะห์ TOWS รวมทั้งผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน มาเป็นข้อมูลประกอบในกระบวนการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง อนึ่ง การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางเปรียบเสมือนการกำหนดวิสัยทัศน์

ของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่ยั่งยืน ดังนั้นในการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแบรนด์ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงตอนสุดท้าย คือการประเมินผลแบรนด์จุดหมายปลายทาง

5.11 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2548, หน้า 84-86) ได้กล่าวไว้ว่าการจัดทำแบบการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องมีกระบวนการดังต่อไปนี้

5.11.1 กระบวนการทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยว

ประเภทของทรัพยากรมีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท ทั้งทรัพยากรหลัก ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และทรัพยากรสนับสนุน คือ ทรัพยากรที่เป็นทรัพยากรหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

ชนิดของทรัพยากรแบ่งได้ 5 ชนิด คือ ทรัพยากรธรรมชาติประกอบไปด้วย พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ น้ำทรัพยากร วัฒนธรรม ประกอบไปด้วย ศาสนา มรดกวัฒนธรรม ชาติพันธ์ ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ ประกอบไปด้วย งานมหกรรม การแข่งขันธุรกิจ โชว์ต่างๆ ทรัพยากรกิจกรรม ประกอบไปด้วย นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก และทรัพยากรบริการ ประกอบไปด้วย การขนส่ง ที่พัก การต้อนรับอาหาร บริการ

5.11.2 กระบวนการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ดั้งขั้นตอน ต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการเขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1) รายการทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรพิจารณา ดังนี้ มีสิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวชมบนพื้นที่ และมีสิ่งดึงดูดรูปแบบอะไรบ้าง การบริการให้นักท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดให้บริการกับนักท่องเที่ยว ประเภทที่พักให้บริการกับนักท่องเที่ยว โดยมีรายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว 5 ชนิด

1.2) รายการทรัพยากรธรรมชาติ แบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) ภูมิทัศน์และภูมิอากาศ 2) พืช 3) สัตว์ 4) น้ำ ควรพิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นอะไร ภายในพื้นที่ และมีความสำคัญอะไร ที่แตกต่างจากแหล่งอื่น ประการสำคัญทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญเพียงพอที่จะเป็นแหล่งดึงดูดในปัจจุบัน และอนาคต ส่วนการเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติจะต้องเก็บดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งห่างจากศูนย์กลาง ฤดูกาล การเข้าถึง การจัดการดูแล การติดต่อ

อำนวยความสะดวก สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

1.3) รายการทรัพยากรวัฒนธรรม แบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) มรดกวัฒนธรรม 2) มรดกด้านศาสนา 3) ศิลปะชาติพันธุ์ ควรพิจารณาดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอะไรในด้านทรัพยากรวัฒนธรรม และมีสิ่งดึงดูดอะไรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม สังคม ตลอดจนมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว มากน้อยเพียงใด ส่วนด้านวิธีการเก็บข้อมูลทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น จะต้องเก็บตามประเด็นดังต่อไปนี้ ชื่อ ที่ตั้ง การเข้าถึงภายในแหล่งท่องเที่ยว การจัดการความเป็นเจ้าของ การติดต่อประชาสัมพันธ์สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

1.4) รายการทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญ แบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) มหกรรม 2) การแข่งขันกีฬา 3) งานแสดงสินค้าธุรกิจ 4) งานแสดงอื่นๆ ควรพิจารณาดังนี้ เหตุการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น และมีความดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไร อีกทั้งเหตุการณ์นั้นเป็นเหตุการณ์ที่เสริม หรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์ในท้องถิ่นที่อื่นหรือไม่ และมีกี่ครั้งในรอบ 1 ปี ส่วนการเก็บข้อมูลเหตุการณ์สำคัญ มีขั้นตอน ดังนี้ ชื่อ และที่ตั้งของเหตุการณ์สำคัญจากศูนย์กลางช่วงเวลาฤดูกาล และระยะเวลายาวนาน การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนผู้เข้าชมทั้งนักท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่น กิจกรรมที่จัดให้บริการกับนักท่องเที่ยวภายในเหตุการณ์นั้น ตลอดจนค่าธรรมเนียมในการเข้าชม เป็นต้น

1.5) รายการทรัพยากรกิจกรรม แบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) กิจกรรมนันทนาการ 2) กิจกรรมด้านบริการ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก ควรพิจารณา ดังนี้ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น และมีความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมนั้น ส่วนการเก็บข้อมูลทรัพยากรกิจกรรมประกอบไปด้วย ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์กลางภายในจังหวัด การเข้าถึง ช่วงเวลาที่เกิดกิจกรรม ผู้ดูแลกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทาง ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมทั้งค่าธรรมเนียมในการเข้าชม เป็นต้น

1.6) รายการทรัพยากรบริการ แบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) การขนส่ง 2) ที่พักแรม 3) การต้อนรับ 4) บริการอื่นๆ ควรพิจารณา ดังนี้ ชื่อ และที่อยู่ของผู้ให้บริการ การติดต่อหน่วยงานที่ให้บริการลักษณะของการบริการ ด้านการเก็บข้อมูลบริการที่พักแรม ประกอบไปด้วย ชื่อ และที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภท และอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการ ด้านการเก็บข้อมูล บริการการด้านที่พักแรม ประกอบไปด้วย ชื่อ และที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภท และอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการ ระยะเวลาที่เปิดบริการ การเข้าถึงแหล่งบริการ การจัดการของแหล่งบริการมาตรฐานของการบริการ

รวมทั้งอัตราค่าบริการ ส่วนการเก็บข้อมูลบริการด้านอาหาร ประกอบไปด้วย ชื่อ และที่ตั้ง ประเภทและอันดับของบริการ ลักษณะการจัดการด้านบริการอาหาร สถานที่ถนัดการเปิดปิด บริการประเภทของผู้ใช้บริการตลอดจนราคามาตรฐานของอาหารที่ให้บริการ ด้านสุดท้ายคือ การเก็บข้อมูลด้านบริการต้อนรับประกอบไปด้วย ชื่อ และที่ตั้ง ของบริการข้อมูล เวลาที่เปิดทำการ บริการที่เสนอให้ (ภาษา นำเที่ยว ของที่ระลึก) ข้อมูลที่มีให้ (แผ่นพับแผ่นที่) สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

5.11.3 กระบวนการประเมินทรัพยากรมีรายละเอียดดังนี้

1) ตรวจสอบคุณภาพทรัพยากร ควรพิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีความแตกต่างจากทรัพยากรอื่นอย่างไร รวมทั้งมีจุดอ่อนตรงไหน จะต้องปรับปรุงการบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอเพียงใด ตลอดจนอุปสรรค ต่อการพัฒนาทรัพยากรในเรื่องใด

2) ความโดดเด่นของทรัพยากร ควรพิจารณาดังนี้ สิ่งนี้มีบทบาทอะไรบ้างในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว มีการวัดระดับใช้ประเมินการใช้อย่างไร ทำอย่างไรให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3) อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรพิจารณาว่า ทรัพยากรนั้นมีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง ตลอดจนปัจจุบันการท่องเที่ยวประเทศใดเหมาะสม และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตได้

ผู้วิจัยได้นำแบบตรวจสอบทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มาใช้เป็นเครื่องมือเชิงคุณภาพเพื่อนำผลการตรวจสอบทรัพยากรธรรมชาติมาจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

5.12 แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 2030

พยอม ธรรมบุตร (2558) ได้กล่าวไว้ว่าการมองอนาคตในระยะ 10, 20, 30 ปี เป็นสิ่งจำเป็นและ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนา เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมการสร้างภาพสถานการณ์จำลองในอนาคตระยะยาวดังกล่าว ทำให้สามารถเตรียมตัวรับมือได้กับทุกสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้เหมาะสมที่สุด ดังนั้น การมองอนาคตจำเป็นต้องใช้ศาสตร์และระเบียบวิธีวิจัยที่หลากหลาย การคิดเรื่องเขียนบทอนาคตจำเป็นต้องรู้จักประวัติศาสตร์ เข้าใจเรื่องตัวขับเคลื่อน และยังจำเป็นต้องมีความเข้าใจด้านเศรษฐศาสตร์และ

ประชากรอย่างดีเยี่ยม เพื่อจะได้เข้าใจในอนาคตเพื่อจะได้เตรียมล่วงหน้ากับผลกระทบที่จะตามมา

การท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 2030 จะยังคงมีอยู่แต่จะมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปจากทุกวันนี้ โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตจะอยู่ยาวนานขึ้น และศึกษาสิ่งต่างๆ ลึกซึ้งขึ้น ประชากรโลกเพิ่มขึ้นและมีความร่ำรวยมากขึ้น ดังนั้นจึงต้องการอาหารที่มีโลกของอนาคตและจะเป็นโลกของเสรีภาพมากขึ้นด้านเดินทางระหว่างประเทศการตรวจพาสปอร์ตและเป็นการตรวจรอยนิ้วมือและดวงตาจะมีความเข้มงวดด้านวิชานักท่องเที่ยวทั่วโลก จะหลังไหลเข้ามาเที่ยวในประเทศตะวันตกและเอเชียเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ค่าครองชีพไม่แพงอีกทั้งยังเป็นแหล่งพื้นที่ กำลังจะเจริญขึ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคจะเพิ่มขึ้น มีนักท่องเที่ยวเดินทาง เข้ามามากขึ้นเงินในแง่ของเศรษฐกิจจะเป็นประเทศมหาอำนาจแทนญี่ปุ่นส่วนประเทศทางฝั่งยุโรป ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจจะลดลงเพราะมีประชากรลดลงและมีต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ค่าของชีพสูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงส่วนประเทศทางตะวันออกกลางจะเป็นผู้ครอบครองน้ำมันดิบกว่า 80% จากทั่วโลกและเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยการขนส่งเป็นหลักประเทศที่ไม่มีระบบสาธารณูปโภคที่ยั่งยืนจะไม่มีใครมาท่องเที่ยวประเทศทางฝั่งตะวันตกที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวจะถูกกล่าวหาว่ามีอคติต่อนักท่องเที่ยวบางประเทศตะวันตกเหล่านี้รู้สึกในสังคมไม่มีความปลอดภัยและรู้สึกไม่ค่อยดีกับนักท่องเที่ยวที่พวกเขาไม่รู้จักดี จึงพยายามจะสร้างกำแพงขัดขวางการเข้าประเทศดังนั้นนักท่องเที่ยวจากเอเชียจึงรู้สึก ไม่มีความสุขและความปลอดภัยในการเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่นี้ ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกาในระยะสั้น จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะเศรษฐกิจภายในจะอ่อนแอค่าเงินลดลง เศรษฐกิจภายในประเทศจะมีการขาดดุลมากขึ้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับนโยบายและวิธีการของนักการเมืองในยุคนั้นว่าจะดำเนินการอย่างไร

สรุปผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลายรูปแบบเพื่อเป็นหลักการนำทางในการวางแผน การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด กล่าวคือการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะต้องประกอบไปด้วยการพัฒนาด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการพัฒนาจิตใจซึ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นจะขาดองค์ประกอบในมิติใดมิติหนึ่งไม่ได้ ทุกด้านจะต้องถูกพัฒนาควบคู่กันไปอย่างสมดุล ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อเข้าใจกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของคนใน ชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาอย่างยั่งยืนในด้านสังคม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดได้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

รูปแบบใหม่ ที่เน้นหนักไปทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการในแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีชุมชนการท่องเที่ยวตลาดน้ำวิถีชีวิตชาวสวน วัฒนธรรมด้านการดำรงชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาโครงการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อีกทั้งผู้วิจัยศึกษาแนวคิดด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆของจังหวัดให้เหมาะสมกับยุคสมัยและพื้นที่ในการขยายการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการตรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อสามารถนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

6. ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เพื่อให้แผนการบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนชาติ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาฉบับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทย 4.0 (พ.ศ. 2561-2580) ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 (พ.ศ. 2560-2579) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (พ.ศ. 2560-2564) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (พ.ศ. 2562-2565) ฉบับทบทวน และแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ. 2561-2565 ทบทวนปี พ.ศ. 2563)

6.1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทย 4.0 (พ.ศ. 2561-2580)

คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2561) ได้จัดทำ “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี” เนื่องจากประเทศไทยจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ชาติ เนื่องจากประเทศไทยต้องปฏิรูปและปรับเปลี่ยนอย่างเป็นระบบเพื่อให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมีความเหมาะสม กับภูมิทัศน์ใหม่ของโลก มีความยืดหยุ่นปรับตัวได้เร็ว สามารถรับมือกับความเสี่ยงและภัยคุกคามแบบใหม่ได้ และสามารถอาศัยโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงบริบทโลกมาสร้างประโยชน์สุขให้กับคนในชาติได้ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาระยะยาว เป็นองค์ประกอบจำเป็นของการปฏิรูประบบการบริหารราชการแผ่นดินของ

ประเทศไทยให้สามารถดำเนินงานในการขับเคลื่อนการพัฒนาไปสู่เป้าหมายอนาคตของประเทศที่พึงประสงค์ได้ในระยะยาว และเพื่อเป็นการกำหนดความรับผิดชอบให้ฝ่ายบริหารในการจะต้องขับเคลื่อนประเทศไปสู่เป้าหมายอันเป็นที่ยอมรับร่วมกันและเป็นเอกภาพ โดยจะต้องบูรณาการการดำเนินการทั้งในเชิงประเด็นการพัฒนาและพื้นที่การพัฒนาให้ได้รับการจัดสรรทรัพยากรมาสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ จะต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายอนาคตของประเทศ และทิศทางในการขับเคลื่อนประเทศให้สอดคล้องกับประเด็นการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายต่างๆ ของบริบทโลก และบริบทการพัฒนาภายในประเทศ เพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายอนาคตของประเทศที่ตั้งไว้ และนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นหรือบรรเทาความรุนแรงของสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งปัญหาความมั่นคง ปัญหาทางเศรษฐกิจปัญหาความเหลื่อมล้ำ ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน และปัญหาความขัดแย้งในสังคม รวมถึงสามารถรับมือกับภัยคุกคามและบริหารจัดการ กับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และสามารถเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ใหม่ของโลกได้ ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยยังคงรักษาบทบาทสำคัญในเวทีโลก สามารถดำรงรักษาความเป็นชาติ ที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และคนไทยมีความอยู่ดีมีสุขอย่างถาวร

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนในระยะยาวตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลัง ผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)” โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือคติพจน์ประจำชาติ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อให้ ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขันในการผลิตและบริการที่หลากหลาย บนฐานของเทคโนโลยีสมัยใหม่และนวัตกรรม มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คนไทยเป็นคนคุณภาพ ที่มี สุข อยู่นดี กินดี สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม

ยุทธศาสตร์ที่จะใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ 20 ปี ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ให้ความสำคัญกับความสามัคคีของคนในชาติ การบริหารจัดการและการฟื้นฟูพื้นฐานด้านความมั่นคงที่มีความจำเป็นต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย การเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ให้เป็นสถาบันหลักของประเทศ สร้างสังคมที่มีความสมานฉันท์ มีความสัมพันธ์และร่วมมือด้านความมั่นคงในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน มิตรประเทศและนานาประเทศในการป้องกันภัยคุกคาม ในรูปแบบต่างๆ ควบคู่ไปกับการรักษาผลประโยชน์ชาติ รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการเพื่อสร้างความมั่นคงด้านอาหาร น้ำ และพลังงาน โดยมีแนวทางและประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ (1) การรักษาความสงบภายในประเทศ (2) การพัฒนาศักยภาพในการป้องกันประเทศ พร้อมรับมือกับภัยคุกคามทั้งทางทหารและ ภัยคุกคามอื่นๆ (3) บูรณาการความร่วมมือกับต่างประเทศที่เอื้อให้เกิดความมั่นคง ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ป้องกันภัยคุกคามข้ามชาติและคุณภาพชีวิตของคนในชาติ (4) การรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ทางทรัพยากรธรรมชาติและทางทะเล และ (5) การบริหารจัดการความมั่นคงให้สอดคล้องกันแผนงานพัฒนาอื่นๆ เพื่อช่วยเหลือประชาชน และรวมพัฒนาประเทศ

2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายสำคัญคือ ประเทศไทยต้องถูกจัดอันดับไม่ต่ำกว่า 1 ใน 10 ของการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของโลกโดยองค์กรต่างๆ และเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตรวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี ซึ่งเป็นเป้าหมายหนึ่งที่จะนำไปสู่เป้าหมายการเพิ่มอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เป็นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4 - 5 ต่อปีในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และเพิ่มขึ้นเป็นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ในช่วง 15 ปี หลังจากนั้น และเพิ่มรายได้ต่อหัวเป็นอย่างน้อย 15,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 500,000 บาทต่อปี โดยแนวทางและประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ มีดังนี้ (1) การพัฒนาภาคการผลิตและบริการ (2) การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Society) เพื่อสร้างผู้ประกอบการทางธุรกิจ (3) การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และ (4) การวางรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการวางรากฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการนำพาประเทศไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้วซึ่งเป็นเป้าหมายในอีก 20 ปี ข้างหน้า โดยคนไทยในอนาคตต้องเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีความพร้อมทั้งกายใจ สติปัญญา สามารถเรียนรู้ ได้ตลอดชีวิต มีทักษะในศตวรรษที่ 21 ผู้การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนักนวัตกรรม นักคิด และผู้ประกอบการ บนฐานของการรู้คุณค่าความเป็นไทย มีคุณธรรมจริยธรรม มีวินัย ความรับผิดชอบต่อสังคม และมีสุขภาพที่ดี ซึ่งการบรรลุ

เป้าหมายดังกล่าวจำเป็นต้องมีแนวทางการพัฒนาเพื่อรองรับบริบททางเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยต้องมุ่งเน้นการพัฒนา ดังนี้ (1) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม (Transformation of Culture) เพื่อสร้างคนไทยที่มีคุณภาพ คุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย เคารพกฎหมาย (2) การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต (3) การปฏิรูปการเรียนรู้แบบพลิกโฉม (Transformation of Learning) (4) การพัฒนาและรักษากลุ่มผู้มีความสามารถพิเศษ (Talents) (5) การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาพที่ดี และ (6) การสร้าง ความอยู่ดีมีสุขของครอบครัวไทย

4) ยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม ตั้งอยู่บนหลักการและพื้นฐานสำคัญคือ การสร้างสังคมคุณภาพสังคมในทุกๆ ด้านไปพร้อมกันโดยไม่ทอดทิ้งใครไว้เบื้องหลัง ประกอบด้วยการสร้าง ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม (Socioeconomic Security) ซึ่งเป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานของแต่ละบุคคลให้ได้รับการตอบสนอง โดยการจัดระบบสวัสดิการทางสังคมในรูปแบบต่างๆ ควบคู่กับการสร้างโอกาสที่เป็นธรรมโดยไม่แบ่งแยก (Social Inclusion) โดยเฉพาะการส่งเสริมความเสมอภาคและความเป็นธรรมในฐานะของสมาชิกในสังคมที่ทุกคนสามารถเข้าถึง และเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันและความสัมพันธ์ทางสังคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังต้องมีการเสริมสร้างพลังทางสังคม (Social Empowerment) ที่เป็นการเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และเปิดช่องทางให้มีการใช้และพัฒนาศักยภาพดังกล่าวอย่างเต็มประสิทธิภาพ ขณะที่โครงสร้างเชิงสถาบันของรัฐต้องเปิดกว้างและสนับสนุนการมีบทบาทของประชาชนและชุมชน รวมถึงการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (Social Cohesion) ที่สังคมยอมรับความแตกต่างและเคารพซึ่งกันและกัน มีความไว้วางใจกัน มีค่านิยมร่วมกัน เกิดเป็นเครือข่ายสังคม โดยมีแนวทางพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ (1) การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมรวมทั้งความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของคนทุกกลุ่มในสังคม (2) การสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการทางสังคมอย่างทั่วถึง (3) การเสริมสร้างพลังทางสังคม และ (4) การสร้างความสมานฉันท์ในสังคม

5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยที่ประเทศต้องเร่งอนุรักษ์ฟื้นฟูและสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติ และบริหารจัดการน้ำให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งยกระดับความสามารถในการป้องกันผลกระทบและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติธรรมชาติ ปรับตัวไปสูรูปแบบของการผลิตและการบริโภคที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยพัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ร้อยละ 20 - 25 ภายในปี พ.ศ. 2573 ทั้งนี้เพื่อวางรากฐานและสนับสนุนให้ประเทศมีการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม

อย่างยั่งยืน และตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ให้ได้ร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศไทย (128 ล้านไร่) โดยมีแนวทางและประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ คือ (1) จัดระบบ อนุรักษ์ พื้นฟูและป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ (2) วางระบบบริหารจัดการน้ำอย่างบูรณาการให้มีประสิทธิภาพใน 25 ลุ่มน้ำ ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน (3) พัฒนาและ ใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกภาคเศรษฐกิจ (4) พัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศและเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (5) รวมลดปัญหาโลกร้อนและปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และ (6) ใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และนโยบายการคลังเพื่อสิ่งแวดล้อม

6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนภาครัฐโดยยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชน” และการแยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่กำกับและการเป็นผู้ให้บริการในตลาดที่มีการแข่งขันกับภาคเอกชนให้ชัดเจน โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ มีขีดสมรรถนะสูง ปรับวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวมมีความทันสมัยและพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีและระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยประเด็นการพัฒนาประกอบด้วย (1) การวางระบบบริหารงานราชการแบบบูรณาการ (2) การยกระดับงานบริการประชาชนและการอำนวยความสะดวกของภาครัฐ สู่อัตลักษณ์ (3) การปรับปรุงบทบาท ภารกิจ และโครงสร้างของหน่วยงานภาครัฐ (4) การพัฒนาระบบบริหารจัดการกำลังคนและพัฒนาบุคลากรภาครัฐในการปฏิบัติราชการและมีความเป็นมืออาชีพ (5) การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ และ (6) การปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับให้มีความชัดเจน ทันสมัย เป็นธรรมและสอดคล้องกับข้อบังคับสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ

เนื่องด้วย ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ฉบับนี้มีเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนในระยะยาว ตามหลักธรรมาภิบาล และภาครัฐกำหนดให้ใช้ยุทธศาสตร์ชาติฉบับดังกล่าวเป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมาย ฉะนั้น การสร้างแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดราชบุรีจึงต้องใช้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นกรอบเพื่อให้เกิดความสอดคล้องซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และยุทธศาสตร์ที่

5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนา การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

6.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 (พ.ศ. 2560 – 2579)

กระทรวงอุตสาหกรรม (2559) ได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งเป็นแผนแม่บทในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยตามนโยบายประเทศไทย 4.0 อันมีแนวคิดและหัวข้อยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเทศไทยมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนา กลไกขับเคลื่อนความมั่งคั่งของประเทศมาโดยตลอด ในระยะแรกมีการใช้โมเดลประเทศไทย 1.0 ที่เน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยเกษตรกรรม ซึ่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคนี้ใช้ ทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก โดยมีการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยไปยังต่างประเทศ ระยะ ต่อมาเมื่อประเทศไทยเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมจึงมีการใช้โมเดลประเทศไทย 2.0 ซึ่งเน้นด้านการ พัฒนาอุตสาหกรรมเบา เริ่มจากอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าตามด้วยโมเดล ประเทศไทย 3.0 ที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมหนัก การผลิตเพื่อส่งออก ได้แก่ สินค้า อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วนต่างๆ ปิโตรเคมี เป็นต้น ซึ่งเป็นการการสร้างรายได้ให้แก่ ประเทศ โดยเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการให้บริการขั้นพื้นฐาน

ภายใต้โมเดล ประเทศไทย 3.0 ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาภัยกับ ดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ (Inequality Trap) และปัญหาภัยกับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) ทั้งยังมีขีด ความสามารถในการแข่งขันต่ำ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาประเทศมีหลายด้าน เช่น ศักยภาพของโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การลงทุนเพื่อการวิจัยและ พัฒนา ผลผลิตภาพและประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงประสิทธิภาพของภาครัฐที่ยังอยู่ในระดับต่ำ

ดังนั้น ในการขจัดปัญหาดังกล่าว ประเทศจำเป็นต้องมีการปฏิรูปประเทศอีกครั้งด้วย ความร่วมมือของทุกภาคส่วน โดยใช้โมเดลประเทศไทย 4.0 ในการนำประเทศที่เป็นประเทศ รายได้ปานกลางไปสู่การเป็นประเทศรายได้สูง โดยต้องมีการปรับเปลี่ยนการขับเคลื่อนด้วย ประสิทธิภาพ เป็นการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และปรับเปลี่ยนการให้บริการ พื้นฐานเป็นการให้บริการที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูง

ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 เป็นแผนแม่บทในการขับเคลื่อน อุตสาหกรรมไทยตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจที่ ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมหรือ Value-Based Economy มีวิสัยทัศน์เพื่อ “มุ่งสู่อุตสาหกรรมที่ ขับเคลื่อนด้วยปัญญาและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก” ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์หลักในการ

พัฒนาอุตสาหกรรม ได้แก่ ยุทธศาสตร์การปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทย ยุทธศาสตร์การปฏิรูปนิเวศอุตสาหกรรม และยุทธศาสตร์เชื่อมโยงอุตสาหกรรมกับเศรษฐกิจโลก ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทย (Promote Industry Transformation) มี 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงคัตเตอร์อุตสาหกรรมส่งเสริม คือ การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการรายย่อย การสร้างความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนผ่านการจัดกิจกรรม (2) เสริมสร้างเศรษฐกิจรากฐานและสังคมผู้ประกอบการ คือ การสร้างธุรกิจใหม่ในกลุ่ม First S-Curve (การลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ ได้แก่ กลุ่มยานยนต์สมัยใหม่ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ ท่องเที่ยวและการแปรรูปอาหาร) New S-Curve (การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี ได้แก่ หุ่นยนต์ การบินและโลจิสติกส์ เชื้อเพลิง ชีวภาพและเคมีชีวภาพ ดิจิทัล และการแพทย์ครบ วงจร) Startup และ Smart SME รวมถึงธุรกิจที่รองรับประเทศไทย 4.0 และ (3) ยกกระดับผลิต ภาพ มาตรฐาน และนวัตกรรม คือ การจัดทำแผน เพิ่มผลิตภาพ เกณฑ์มาตรฐาน และสนับสนุนการนำงานวิจัยด้านนวัตกรรมมาใช้ในภาคอุตสาหกรรม

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การปฏิรูปนิเวศอุตสาหกรรม (Layout Ecosystem) มี 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) พัฒนาระบบนิเวศรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม คือ การเตรียมความพร้อมสำหรับ EEC (โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก : Eastern Economic Corridor Development เป็นการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายอันได้แก่ โบไอเคเอ็ม ยานยนต์แห่งอนาคต อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ และท่องเที่ยวระดับคุณภาพ) และการพัฒนาระบบจัดการภาคอุตสาหกรรมเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ และโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (2) ปฏิรูปองค์การภาครัฐให้ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง คือ การยกระดับบทบาทของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และจัดตั้งสำนักงานมาตรฐานแห่งชาติ ปรับโครงสร้างหน่วยงานรองรับนโยบายประเทศไทย 4.0 และ (3) พัฒนาทักษะองค์ความรู้รองรับการเปลี่ยนแปลง คือ การพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการให้มีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีไอทีและดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์เชื่อมโยงอุตสาหกรรมกับเศรษฐกิจโลก (Connect to Global) มี 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) เชื่อมโยงการผลิตและการตลาดด้วยดิจิทัล คือ การส่งเสริมการใช้ไอที สื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร และพัฒนาระบบ e-Payment รวมถึงการใช้ดิจิทัลในการบริหารโลจิสติกส์ (2) ส่งเสริมการลงทุน คือ การมีมาตรฐานในการชักชวนบริษัทระดับโลกให้มาลงทุนใน New S-Curve และ First 5 Curve และส่งเสริมบริษัทไทยไปลงทุนในต่างประเทศ และ (3) พัฒนา

ทักษะองค์ความรู้รองรับการเปลี่ยนแปลง คือ การผลักดันผู้ประกอบการไทย ในระดับโลก และเน้นกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมอาหาร ไบโอเทคโนโลยี และชิ้นส่วนอากาศยาน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ฉบับนี้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแง่ของแนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งในยุทธศาสตร์ที่ 1 หรือ ยุทธศาสตร์การปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทย (Promote Industry Transformation) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่าเป็นธุรกิจในกลุ่ม First S-Curve (กลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ ได้แก่ กลุ่มยานยนต์สมัยใหม่ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ ท่องเที่ยว และการแปรรูปอาหาร) ที่จะต้องได้รับการพัฒนาภายใต้กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างเศรษฐกิจรากฐานและสังคมผู้ประกอบการ อีกทั้งการท่องเที่ยวจะต้องเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก ดังที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์เชื่อมโยงอุตสาหกรรมกับเศรษฐกิจโลก (Connect to Global) กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการลงทุน คือ การมีมาตรฐานในการชักชวนบริษัทระดับโลกให้มาลงทุนใน New S-Curve และ First S-Curve และส่งเสริมบริษัทไทยไปลงทุนในต่างประเทศ รวมถึงจะต้องมีการพัฒนาทักษะองค์ความรู้เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจด้วย ดังนั้นการสร้างแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ต้องมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ในประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

6.3 ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (พ.ศ. 2560 – 2564)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้จัดทำยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตามกรอบแนวคิดหลักการของนโยบายของรัฐบาล ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาการสร้างความกระบวนการณ์การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชน และการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิติอย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งถือเป็นแผนในการกำหนดทิศทางและเป็นแผนหลักในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการของประเทศไทย

วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์ ฉบับนี้คือ “มุ่งพัฒนาและบูรณาการด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา สร้างเสริมความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมและสังคมของประเทศ”

มีพันธกิจ 5 ประการ ได้แก่ (1) จัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศ (2) กำหนดแนวทางในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ และนำนโยบายและยุทธศาสตร์สนับสนุนการดำเนินงานของทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ และนำนโยบายและยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างได้ผล (3) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวและกีฬาที่จำเป็นทั้งในด้านบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วนและมาตรฐาน (4) พัฒนาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อการบริหารและเพื่อการให้บริการ ตลอดจนองค์ความรู้และนวัตกรรมต่างๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา และ (5) สร้างให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาในแบบบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง ส่วนเป้าหมายของยุทธศาสตร์จะเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาในมิติที่สำคัญ

ในส่วนของเป้าหมายของการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ “การพัฒนาและบูรณาการตามมิติราชการ (Function Base) มิติยุทธศาสตร์ (Agenda Base) และมิติพื้นที่ (Area Base)” โดยสามารถแยกออกเป็นเป้าหมายย่อยที่สอดคล้องตามพันธกิจ และเป็นรากฐานของการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้ (1) นโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาประสบความสำเร็จในการพัฒนาแหล่งสินค้า บริการ และการอำนวยความสะดวกในตลาดการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างมีความสมดุลและยั่งยืน และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศในภาพรวม (2) การจัดสรรทรัพยากรเพื่อการดำเนินงานของทุกภาคส่วนนั้นเป็นไปอย่างสมดุลและเพียงพอ การกระจายการพัฒนานั้นเป็นไปอย่างทั่วถึงในระดับพื้นที่ ทำให้ชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันและได้รับโอกาสจากตลาดการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างทั่วถึง (3) บุคลากรและภาคีเครือข่าย ทุกภาคส่วนในตลาดการท่องเที่ยวและกีฬามีคุณภาพ และสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนได้รับปัจจัยสนับสนุนและมาตรฐานต่างๆ ที่จำเป็นในการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา ของประเทศประสบความสำเร็จในระดับสากล (4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นอุตสาหกรรม ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ผ่านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อการบริหารและให้บริการ ตลอดจนการพัฒนาองค์ความรู้และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อย่างเป็นระบบ (5) การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและ ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง และทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาได้อย่างแท้จริงจากเป้าหมายดังกล่าว และสามารถจำแนกเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ได้ 6 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่งสินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาด โดยมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติ 3 ข้อ คือ (1) พัฒนาแหล่งสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวบนฐานของความสมดุลและยั่งยืน (2) ส่งเสริมและพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และ (3) ส่งเสริมการกระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่เวลาและกลุ่มตลาด

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติ คือ พัฒนาศักยภาพชุมชนผู้ประกอบการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและสนับสนุนการออกกำลังกายกีฬาพื้นฐานและกีฬามวลชน ซึ่งมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติคือ สนับสนุน ส่งเสริมการออกกำลังกาย การเล่นกีฬาพื้นฐานและกีฬามวลชน

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและสนับสนุนกีฬาเป็นเลิศและกีฬาอาชีพ ซึ่งมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติ 3 ข้อ คือ (1) พัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศทุกมิติอย่างเป็นระบบ (2) พัฒนากีฬาเพื่อสู่ความสำเร็จในระดับอาชีพอย่างเป็นระบบครบวงจร และ (3) พัฒนาการกีฬาให้มีมาตรฐาน

5) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม มีมาตรการและแนวทางปฏิบัติ 2 ข้อ ได้แก่ (1) พัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาและการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ และ (2) รวบรวม จัดการ พัฒนาองค์ความรู้นวัตกรรมทางการกีฬาอย่างเป็นระบบ

6) ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและกีฬา ทุกระดับให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรการและแนวทางปฏิบัติ 2 ข้อ คือ (1) ส่งเสริม พัฒนา ปรับปรุง บัณฑิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งระบบ และ (2) ส่งเสริม พัฒนา ปรับปรุง บัณฑิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการบริหารจัดการกีฬาทั้งระบบ

ประเด็นยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฉบับนี้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่งสินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาด ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 6 การบูรณาการการบริหาร การจัดการการท่องเที่ยวและกีฬาทุกระดับให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัย

จะต้องสร้างแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรีให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ดังกล่าว

6.4 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) ได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน การพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมาส่งผลให้ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาที่สูงขึ้นตามลำดับ ได้แก่ เศรษฐกิจไทยมีขนาดใหญ่ขึ้น มีฐานการผลิตและบริการที่มีความเข้มแข็งและโดดเด่นในหลายสาขา และความร่วมมือกับมิตรประเทศทั้งในรูปทวิภาคีและพหุภาคี รวมถึงความร่วมมือกับประเทศในอนุภูมิภาคและอาเซียนมีความเข้มข้นและชัดเจนขึ้น ขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุนของไทยเพิ่มขึ้น ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานมีการพัฒนาครอบคลุมมากขึ้น และการบริการทางสังคมทุกด้านที่มีความครอบคลุมทั่วถึง ทำให้รายได้ประชาชนสูงขึ้นปัญหาความยากจนลดลงและคุณภาพชีวิตประชาชนดีขึ้น โดยวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้มีอยู่ 7 ประการ ได้แก่

1) เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุขภาพและสุขภาพที่ดี ครอบคลุมรอบอุ้นตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต

2) เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพรวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้

3) เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และสร้างความมั่นคงทางพลังงาน อาหาร น้ำ

4) เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้สามารถสนับสนุนการเติบโต ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

5) เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันทสมัย และมีการทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา

6) เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค โดยการพัฒนาภาคและเมืองเพื่อรองรับการพัฒนายกระดับฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่

7) เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และนานาชาติได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ประเทศไทยมีบทบาทและสร้างสรรค์ในด้านการค้า การบริการ และการลงทุนภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และโลก

วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้ ให้ความสำคัญกับการกโหนดทิศทาง การพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ระยะยาว ได้แก่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ของประเทศ ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ ประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์ อันมีสาระสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานการพัฒนาคนให้มีความสมบูรณ์ เพื่อให้คนไทยมีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากล และสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง มีสุขภาพที่ดีขึ้น คนทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ และความสามารถเพิ่มขึ้น รวมทั้งสถาบันทางสังคมมีความเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศเพิ่มขึ้น

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยมุ่งลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกัน แก้ไขปัญหาความยากจน เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานทางสังคมของภาครัฐ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองและได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ ภาคส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ผลิตภาพการผลิตของประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังเน้นให้เศรษฐกิจรายสาขามีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง ภาคการเกษตรเน้นเกษตรกรรมยั่งยืนและให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนิเวศ การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้และแข่งขันได้มากขึ้น ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น วิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ภาคการเงินมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งเน้นการรักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติ การสร้างความมั่นคงด้านน้ำ และการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพ การสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ลดมลพิษและลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและระบบนิเวศ การเพิ่มประสิทธิภาพการลดก๊าซเรือนกระจกและขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ และลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินที่เกิดจากสาธารณภัย

5) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศ ความมั่งคั่ง และยั่งยืน เน้นในเรื่องการปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ให้เป็นสถาบันหลักของประเทศ สังคมมีความสมานฉันท์ ประชาชนมีส่วนร่วมป้องกันแก้ไขปัญหาความมั่นคงประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีโอกาสในการศึกษา และการประกอบอาชีพที่สร้างรายได้เพิ่มขึ้น ประเทศไทยมีความสัมพันธ์และความร่วมมือด้านความมั่นคงกับนานาประเทศในการป้องกันภัยคุกคามในรูปแบบต่างๆ ควบคู่ไปกับการรักษาผลประโยชน์ของชาติ มีความพร้อมต่อการรับมือภัยคุกคามทั้งภัยคุกคามทางทหารและภัยคุกคามอื่นๆ และแผนงานด้านความมั่นคงมีการบูรณาการให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6) ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริต ประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย โดยปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างจริงจัง โดยมุ่งเน้นในเรื่องการลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการของภาครัฐ รวมทั้งประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจของประเทศ การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การปรับคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริตให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น และการลดจำนวนการดำเนินคดีกับผู้มิได้กระทำความผิด

7) ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ มุ่งเน้นในเรื่องการลดความเข้มของการใช้พลังงานและลดต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศ การพัฒนาระบบขนส่งทางรางและทางน้ำ เพิ่มปริมาณ การเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในเขตเมือง และขยายขีดความสามารถในการรองรับปริมาณผู้โดยสารของ ท่าอากาศยานในกรุงเทพมหานครและท่าอากาศยานในภูมิภาค การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และการอำนวยความสะดวก

ทางการค้า การพัฒนาด้านพลังงานเพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนต่อปริมาณการใช้พลังงานขั้นสุดท้าย และลดการพึ่งพาทักษะธรรมชาติในการผลิตไฟฟ้า การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล และการพัฒนาด้านสาธารณสุข

8) ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม เน้นในเรื่องการเพิ่ม ความเข้มแข็งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ และการเพิ่มความสามารถในการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และคุณภาพชีวิตของประชาชน

9) ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ มุ่งเน้นในเรื่องการลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาคและมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมมากขึ้น การเพิ่มจำนวนเมืองศูนย์กลางของจังหวัดเป็นเมืองนำอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคม พื้นที่ฐานเศรษฐกิจหลักมีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มมูลค่าการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดน

10) ยุทธศาสตร์ที่ 10 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา มุ่งเน้นในเรื่องการมีเครือข่ายการเชื่อมโยงตามแนวระเบียงเศรษฐกิจที่ครอบคลุมและมีการใช้ประโยชน์ได้เต็มศักยภาพ การเพิ่มระบบห่วงโซ่มูลค่าในอนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียน ประเทศไทยเป็นฐานเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนที่สำคัญในอนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย รวมทั้งมีการพัฒนาส่วนขยายจากแนวระเบียงเศรษฐกิจในภูมิภาคให้ครอบคลุมภูมิภาคอาเซียน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้ และประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาที่สำคัญทั้งในระดับ

สืบเนื่องจากประเด็นยุทธศาสตร์แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้ มุ่งเน้นในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ในแนวทางที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ และมีการระบุว่า การท่องเที่ยวต้องสามารถทำรายได้และแข่งขันได้มากขึ้น ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งเน้นการรักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติ ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรีจะต้องเป็นแบบบูรณาการและยั่งยืน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

6.5 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) (2560) เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศในระยะ 5 ปี ในแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ได้ระบุถึงวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

แผนพัฒนาฯ ฉบับนี้มีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ (1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก (2) การเติบโตอย่างมีคุณภาพ (3) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย (4) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน และ (5) การพัฒนาอย่างยั่งยืน มีเป้าประสงค์อยู่ 4 ประการ คือ (1) การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (2) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล (3) การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน และ (4) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย

ส่วนตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ ได้แก่ (1) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี (2) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว 1 ของประเทศไทย เป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือ 1 ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (3) ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทย ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 (4) รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีอัตราการขยายตัว ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี (5) การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราการขยายตัว ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี (6) สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่า 1 ใน 3 ของการเดินทางตลอดทั้งปี (7) รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า 1 ล้านคน) มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 ต่อปี (8) ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในทุกๆ ปี (9) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทยด้านความเด่นชัดของวัฒนธรรมและนันทนาการจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น 1 ใน 10 อันดับแรกของโลก และ (10) ดัชนีด้านความยั่งยืนของ

สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน 6 มิติที่สำคัญพัฒนาขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับในแต่ละมิติ ซึ่งในส่วนของยุทธศาสตร์การพัฒนา ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ได้แก่ (1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน (2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน และ (3) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ (1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว (2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว และ (3) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

3) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด และ (2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย (2) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ (3) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น (4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา และ (5) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด

5) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ ได้แก่ (1) ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ (2) ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง (3) สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว และ (4) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากการศึกษาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พบว่ามีประเด็นยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัย จะต้องสร้างแผนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนใน จังหวัดสุพรรณบุรีให้ครอบคลุมทุกประเด็นยุทธศาสตร์

6.6 แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (พ.ศ. 2562 – 2565) ฉบับ

ทบทวน

วิสัยทัศน์

ศูนย์กลางสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการเพื่อสุขภาพครบวงจร การท่องเที่ยว หลากหลายเชื่อมโยงอารยธรรมทวารวดี การค้าและการลงทุนระดับสากลที่มีความสามารถในการ แข่งขัน และการค้าผ่านแดนสู่เอเชีย

พันธกิจ

- 1) ปรับโครงสร้างการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของชุมชน เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ให้มีความสามารถในการแข่งขัน ก้าวทันเทคโนโลยี รั้วทันบริบทโลก รอดพ้นกับดักรายได้ปานกลางสู่การมีรายได้ที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน
- 2) สร้างและประสานความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่ายระหว่างภาคเอกชน ชุมชน ประชาคม และภาครัฐ รวมถึงเครือข่ายภายในในการพัฒนาส่งเสริมระบบดำเนินงานทาง เศรษฐกิจและความมั่นคงในกลุ่มจังหวัด
- 3) ปรับปรุง สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีการเชื่อมโยงกัน และการพัฒนาเศรษฐกิจร่วมกันของกลุ่มจังหวัด
- 4) พัฒนาระบบติดตามและประเมินผล รวมถึงกลไกในการขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรม ของกลุ่มจังหวัดให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์

เป้าประสงค์รวม

เศรษฐกิจมั่นคง ประชาชนมั่งคั่ง และความสุขที่ยั่งยืน (มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน)
เศรษฐกิจมั่นคง ประเมินจากอัตราการขยายตัวมูลค่าผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัด ร้อยละ 3.5

ประชาชนมั่งคั่ง ประเมินจากมูลค่าผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดเฉลี่ยต่อหัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 5
ความสุขที่ยั่งยืน ประเมินจากค่าดัชนีความก้าวหน้าของคน (HAI) เฉลี่ยของกลุ่มจังหวัด ต้องไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของปี 2557 – 2558 (หรือไม่น้อยกว่า 0.6229)

ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ให้ได้คุณภาพมาตรฐาน ยกย่องการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร

เน้นให้เกิดพัฒนาคุณภาพสินค้าไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน ระดับนานาชาติ ที่บ่งบอกถึงความปลอดภัยและมุ่งเน้นด้านสุขภาพซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาตั้งแต่วิธีการผลิต ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ โดยส่งเสริมการใช้สารชีวภาพทดแทนสารเคมี และพัฒนาพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ สนับสนุนให้มีระบบตรวจสอบรับรองคุณภาพของสินค้าเกษตร พัฒนาการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีความหลากหลายและส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมการสนับสนุนการตลาด ปราสัมพันธ์สินค้าและบริการ พัฒนาอุตสาหกรรมเชื่อมโยง สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร รวมถึงการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้มีสินค้าเพียงพอกับความต้องการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด อารยธรรมทวารวดีไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยกระดับการท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียง

เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด โดยมีประเด็น “อารยธรรมทวารวดี” เป็นกรอบ ในการดำเนินการ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม อารยธรรมทวารวดี วิถีชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ เพื่อรักษา ความอุดมสมบูรณ์และสภาพแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะมุ่งเน้นทางด้านการประชาสัมพันธ์ การมีอิเวนท์หรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังกลุ่มจังหวัด โดยจะต้องมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรม ตลอดจนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงสินค้าด้านการท่องเที่ยว ให้สื่อความหมาย ถึงอารยธรรมทวารวดี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนให้มีศักยภาพผลักดันเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุน เชื่อมโยงการค้าสู่เอเชีย

เน้นเรื่องการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ เพื่อเชื่อมโยงไปยังด้านตะวันตกสู่เอเชีย โดยใช้จังหวัดกาญจนบุรีที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นประตูเชื่อมโยงไปยังโครงการพัฒนาท่าเรือน้ำลึกและเขตนิคมอุตสาหกรรมทวาย รวมถึงเชื่อมโยง การพัฒนากับประเทศเพื่อนบ้านในระดับภูมิภาคโลก ตามแผนการพัฒนาตามแนวพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) กับ สยามบิณสูวรรณภูมิ และท่าเรือแหลมฉบัง ในภาคตะวันออก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับการผลิต ภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตโดยเน้นวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม สู่ประเทศไทย 4.0

เน้นการสร้างนวัตกรรมการจัดการ ความคิดริเริ่มและการตลาด เพื่อยกระดับการผลิต ภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ภายใต้กรอบแนวคิดประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างความเข้มแข็งภาคการเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน และในประเด็นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งจะทำให้ประเทศรอดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และกลยุทธ์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน ยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร (THAILAND 4.0 – Food Health and Biotechnology)

เป้าประสงค์

รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการทางสุขภาพเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการทางสุขภาพเพิ่มขึ้น	N/A	13,807 ล้านบาท	10%	10%	10%	10%
จำนวนผลิตภัณฑ์เกษตร และเกษตรแปรรูป (ด้านสุขภาพ) ได้รับการพัฒนาส่งเสริมและจำหน่าย หรือ	N/A	N/A	40 ราย ผลิตภัณฑ์	60 ราย ผลิตภัณฑ์	80 ราย ผลิตภัณฑ์	100 ราย ผลิตภัณฑ์

ได้รับมาตรฐาน สินค้า						
จำนวน สถานพยาบาลที่ ได้รับมาตรฐาน HA (สถานการณ์ รับรองชั้น 3) ณ สิ้นปี จากจำนวน สถานพยาบาล ทั้งหมด 70 แห่ง	N/A	23 แห่ง	25 แห่ง	27 แห่ง	30 แห่ง	33 แห่ง
จำนวน สถานพยาบาล แพทย์แผนไทย และการแพทย์ ทางเลือก ได้รับ การพัฒนาหรือ ส่งเสริม หรือ เพิ่มขึ้น (ได้รับ สถานะรับรอง คุณภาพ)	N/A	N/A	1 แห่ง	1 แห่ง	1 แห่ง	1 แห่ง
ร้อยละที่เพิ่มขึ้น ของมูลค่า ผลิตภัณฑ์รวม แบบปริมาณลูก โซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. 2545) <u>สาขาการบริการ ด้านสุขภาพและ สังคม</u>	1.34%	N/A	2%	2%	2%	2%

ที่มา : ระบบศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อการบริหารจัดเก็บและใช้ประโยชน์, กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยข้อมูลมาจากรายได้จากการขายสินค้า OTOP กลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน)

กลยุทธ์

- 1.1 ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร
- 1.2 ส่งเสริมการสนับสนุนการตลาด ประชาสัมพันธ์ สินค้า และบริการ
- 1.3 พัฒนาสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน
- 1.4 พัฒนาอุตสาหกรรมเชื่อมโยง สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจร
- 1.5 พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ผลิตให้มีความพร้อมและศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการ
- 1.6 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : ส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด อารยธรรมมวารวดี ไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยกระดับการท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียง

เป้าประสงค์

เพิ่มรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
ร้อยละที่เพิ่มขึ้น ของรายได้จากการท่องเที่ยว เฉลี่ย 3 ปี ย้อนหลัง	19.17%	16.59%	20%	20%	20%	20%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้น ของจำนวน นักท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง	7.67%	8.49%	10%	10%	10%	10%

กลยุทธ์

- 2.1 ส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- 2.2 การสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- 2.3 ส่งเสริมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง รวมถึงสินค้าสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ของที่ระลึกฯ
- 2.4 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ รวมถึงบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- 2.5 ปรับปรุง พัฒนา ยกระดับคุณภาพเส้นทางคมนาคม และสร้างเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว
- 2.6 อำนวยความสะดวก ความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยว

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 : พัฒนาและส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนให้มีศักยภาพ ผลักดันเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุน เชื่อมโยงการค้าสู่เอเชีย (THAILAND 4.0 – Connectivity)

เป้าประสงค์

มูลค่าการค้าบริเวณด้านชายแดนเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการค้าบริเวณด้านชายแดนของกลุ่มจังหวัด (ไม่รวมก๊าซธรรมชาติ)	-1.38%	9.41%	10%	10%	10%	10%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการขายส่งออกของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมในกลุ่มจังหวัด	N/A	N/A	5%	5%	5%	5%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการลงทุนในอุตสาหกรรม	7.08%	5.47%	5%	6%	7%	8%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม แบบปริมาณลูกโซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. 2545) สาขาอุตสาหกรรม	6.80%	N/A	7%	8%	9%	10%
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม แบบปริมาณลูกโซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. 2545) สาขาการขนส่ง, ปลีกรรมการซ่อมแซมยานยนต์ของใช้ส่วนบุคคล	5.57%	N/A	6%	6%	6%	6%

ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวล รวม แบบปริมาณลูกโซ่ (ปีอ้างอิง พ.ศ. 2545) สาขาบริการด้าน อาหาริมทรัพย์ การให้ เช่า และบริการทาง ธุรกิจ	-5.89%	N/A	2%	2%	2%	2%
--	--------	-----	----	----	----	----

กลยุทธ์

- 3.1 พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ระบบคลังสินค้า และเครือข่ายคมนาคม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุน เชื่อมโยงการค้าสู่เอเชีย
- 3.2 พัฒนาด่านชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
- 3.3 ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- 3.4 พัฒนาลินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อการส่งออก
- 3.5 ยกกระดับผู้ประกอบการของกลุ่มจังหวัดให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถประกอบธุรกิจระหว่างประเทศได้
- 3.6 พัฒนาระบบส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการค้า การลงทุนในกลุ่มจังหวัด และผลักดันให้มีการลงทุนในต่างประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : ยกกระดับการผลิตภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการสู่ประเทศไทย 4.0

เป้าประสงค์

เพิ่มผู้ผลิตภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการสู่ประเทศไทย 4.0

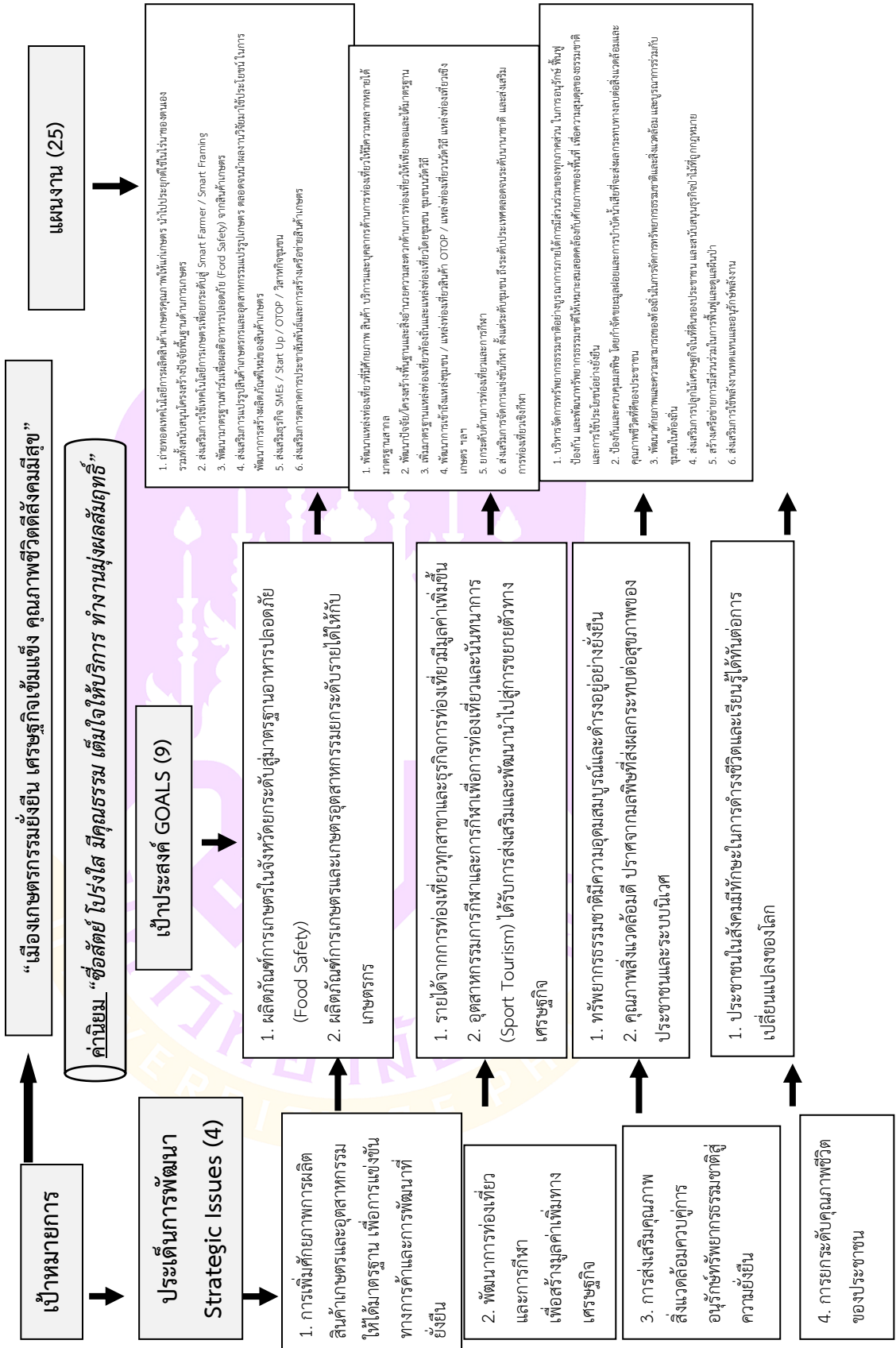
ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ข้อมูลปีฐาน		ค่าเป้าหมาย			
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
จำนวนผู้ผลิตภาคเกษตรกรรม พืชเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน และภาคแรงงาน ที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการสู่ประเทศไทย 4.0	N/A	N/A	10 ราย/ ผลิตภัณฑ์	10 ราย/ ผลิตภัณฑ์	10 ราย/ ผลิตภัณฑ์	10 ราย/ ผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์

- 4.1 พัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยใช้นวัตกรรม
- 4.2 ส่งเสริมและปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระดับชุมชน (Small Batch)
- 4.3 ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสนับสนุนสินค้าเชิงนวัตกรรม
- 4.4 ส่งเสริมความรู้และความสามารถให้กับแรงงานในภาคเกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม สินค้าชุมชน ให้สนับสนุนการทำงานเชิงนวัตกรรม
- 5.5 พัฒนาระบบการส่งเสริม ปรับเปลี่ยนกระบวนการทั้งในการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นประเทศไทย 4.0

6.7 แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ. 2561 – 2565 ทบพท.พ.ศ. 2563)



7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิชาตภรณ์ ชุณหะวัณกุล ปริณู ลักขิตามาต และชัยพล หอรุ่งเรือง (2562) ทำการวิจัยเรื่อง การตลาดเชิงสร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาการท่องเที่ยวไทยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ในรุ่นเจนเอเรชั่นวาย มีวัตถุประสงค์คือ มุ่งศึกษาการตลาดเชิงสร้างสรรค์และ การโฆษณาเชิงเนื้อหาการท่องเที่ยวไทย ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ในรุ่นเจนเอเรชั่นวาย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ภาคภาษาจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกแบบทวิ ผลการวิจัยพบว่า 1) การตลาดเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับการแบ่งเป็นส่วนตลาด การวิจัยทางการตลาด การโฆษณา ช่องทางและการจัดจำหน่าย กรณีการโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะพิเศษเฉพาะของเครื่องอุปโภคบริโภคประจำท้องถิ่น เหตุการณ์และสถานที่ตั้งทางประวัติศาสตร์ สินค้าของที่ระลึก และความเสมอภาคทางโอกาสของการช้อปปิ้งต่างส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน 2) การตลาดเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าและบริการ การออกแบบสินค้าและบริการ คุณภาพสินค้าและบริการ กรณีการโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับการชมธรรมชาติของแต่ละถิ่นที่อยู่ ลักษณะพิเศษเฉพาะของเครื่องอุปโภคบริโภคประจำท้องถิ่น เหตุการณ์และสถานที่ตั้งทางประวัติศาสตร์ วิธีการคมนาคมขนส่ง ต่างส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน และ 3) การตลาดเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับการออกแบบสินค้าและบริการ การบริการลูกค้า ช่องทางและการจัดจำหน่าย และการบริหารงานขาย กรณีการโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับคุณลักษณะอาหารของแต่ละถิ่นที่อยู่ โปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว การชมธรรมชาติของแต่ละถิ่นที่อยู่ รูปแบบการดำเนินชีวิตตามกิจกรรมยามค่ำคืน ต่างส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ในรุ่นเจนเอเรชั่นวาย

ยุคลวัชร ภัคดีจักรวิฑูมิ และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2562) ทำการวิจัยเรื่อง ดัชนีภาพชุมชนด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแก่แหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา และพื้นที่เชื่อมโยง มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินดัชนีภาพชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแก่แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยได้ทำการศึกษาในพื้นที่ชุมชนชากแก้ว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มาเที่ยวชมในชุมชนบ้านชากแก้วในวันเสาร์ โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถาม เป็นการประเมินดัชนีภาพ

ของชุมชนด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแก่แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งผลการประเมินศักยภาพชุมชนทั้ง 6 ด้าน พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับ 3.22 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง โดยแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาที่ระดับ 3.65 มาก ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ที่ระดับ 3.50 ปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขายที่ระดับ 3.09 ปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการขายโดยบุคคล ที่ระดับ 4.12 มาก ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการขายแบบตรง ที่ระดับ 2.56 ปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการตลาดบนอินเทอร์เน็ต ที่ระดับ 2.44 น้อย

ประยูร อิมิวัตร์ นำขวัญ วงศ์ประทุม กฤษณะ สมควร และอรุณ อินเทพ (2562) ทำการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนตามแนวพระราชรัฐ ในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจข้อมูลแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย 2) เพื่อศึกษาการร่วมรังสรรค์ตามแนวทางพระราชรัฐในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย 3) เพื่อสังเคราะห์แนวทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยแบบบูรณาการ (Integrated Research) คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) คือใช้ ระเบียบวิธีวิจัย เชิงคุณภาพและระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ มาใช้ร่วมกัน โดยใช้การสนทนากลุ่มกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว และแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างประชากรที่อาศัยอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเวียงชัย

ผลการวิจัยพบแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนในอำเภอเวียงชัย มี 8 ประเด็น ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว 2) ความสามารถในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวเชิงระบบ 3) การสร้างความเข้าใจของชุมชนต่อการท่องเที่ยว 4) การสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายพระราชรัฐ 5) ความสามารถของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว 6) การสร้างความสามารถในการแข่งขัน 7) การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน 8) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นผลสังเคราะห์การร่วมรังสรรค์ (Co-Creation) ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ที่มีฐานคิดจากการ “ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์” และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนในอำเภอเวียงชัย ซึ่งเป็นการวางยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยว 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางการประชาสัมพันธ์ 2) แนวทางการจัดการท่องเที่ยว 3) แนวทาง การ

อนุรักษ์ การฟื้นฟูวัฒนธรรม 4) แนวทางการใช้ประโยชน์ร่วมกัน ภายใต้ความภาคภูมิใจและห่วง
 แห่นในแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนซึ่งเป็นทรัพยากร ของตนเอง

พยอม ธรรมบุตร (2562) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาศักยภาพของการ
 พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางกอกใหญ่ 2) เสนอแนวทางพัฒนาแบรนด์
 ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิง
 คุณภาพ รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 32 คน
 จากภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเขตบางกอกใหญ่

ผลการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานครมีศักยภาพความพร้อมใน
 การพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ของ
 จุดหมายปลายทางเขตบางกอกใหญ่ 2) แนวทางการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง 4.0 ได้แก่
 การสร้างส่วนประสมของจุดหมายปลายทาง การสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของแบรนด์
 จุดหมายปลายทางเพื่อสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางของเขตบางกอกใหญ่ 4.0 ซึ่งมีเนื้อหาของ
 แบรนด์ 4 ประเภท 1) แบรนด์ด้านธรณีสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ 2) แบรนด์ด้านศิลปวัฒนธรรม
 ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 3) แบรนด์วิถีชีวิตวัฒนธรรมและวิถีริมน้ำ 4) แบรนด์ท่องเที่ยวมิติจิต
 พุทธศาสนา

พยอม ธรรมบุตร (2562) ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อย
 กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
 2) เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย แบบ
 บูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ
 รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 32 คน จากภาครัฐ
 เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเขตบางกอกน้อย

ผลการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนบางกอกน้อย กรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านทรัพยากร
 ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านการมีส่วนร่วมของ
 การปลูกจิตสำนึกในการพัฒนา การท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย
 แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2) แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัต
 ลักษณ์และวิถีไทย แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ได้แก่ การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิง
 สร้างสรรค์ ชื่อสุขสันต์วันท่องเที่ยวบางกอกน้อยเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแบรนด์รวมของแบรนด์

เชิงสร้างสรรค์ย่อย 5 แบรินด์ พร้อมทั้งกลยุทธ์และโครงการเชิงสร้างสรรค์ของแต่ละแบรินด์ ได้แก่ 1) แบรินด์ท่องเที่ยวธรณีฐาน ระบบนิเวศน้ำจืดลุ่มน้ำเจ้าพระยาเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) แบรินด์ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ยุคกรุงธนบุรีเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 3) แบรินด์ท่องเที่ยวกรุงธนบุรี ศรีมหาสมุทรดินแดนแห่งศิลปะไทย 3 ยุค เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ 4) แบรินด์สัมผัสวิถีชุมชนริมแม่น้ำลำคลองทวารคอง ทวารสวน นอนโฮมสเตย์เชิงสร้างสรรค์ เพื่ออนุรักษ์วิถีชีวิตไทย 5) แบรินด์สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรม พุทธ คริสต์ อิสลาม สัมผัสวัฒนธรรมอาหารที่หลากหลายในตลาดเขตบางกอกน้อยเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน ทั้งนี้การพัฒนาแบรินด์ทั้ง 5 แบรินด์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเขตบางกอกน้อย จะพัฒนาในรูปแบบของโครงการแต่ละแบรินด์ ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้รูปแบบของการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ที่เน้นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และได้เพิ่มพูนประสบการณ์ที่แตกต่างแก่ชีวิตของนักท่องเที่ยว

แพรวดาว พุพานิชย์พุกฤษ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาการดำเนินนโยบายท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวกลุ่ม Active Beach มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาความสอดคล้องเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวกลุ่ม Active Beach จากแผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยว กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินนโยบายท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวกลุ่ม Active Beach และ 3) ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคประชาสังคม และภาคเอกชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวกลุ่ม Active Beach การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่า โครงการและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาจังหวัดและ แผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผน พัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 หากแต่โครงการที่รองรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงน้อย ปัญหาและอุปสรรคหลักๆ ในการดำเนินนโยบายท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 มาประกอบการ

จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวน้อย การดำเนินงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐยังไม่เป็นเอกภาพ การบูรณาการโครงการ การประสานและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานยังคงน้อย การขาดแคลนงบประมาณ และการขาดแคลนบุคลากรทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การมีส่วนร่วมในการพัฒนากองท่องเที่ยวของชุมชนและภาคประชาสังคม และภาคเอกชนยังคั่งน้อย

ณภัทร นาคสวัสดิ์ และพยอม ธรรมบุตร (2561) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากองท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์) เพื่อตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านอาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนากองท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย 3) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนากองท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย โดยผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบรายงานการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า 1) จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านอาหารที่สำคัญมากมาย ได้แก่ บริเวณชายฝั่งทะเลอ่าวไทย อุทยานแห่งชาติเขาสก เทศกาลอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี งานหอยนางรมกาญจนดิษฐ์ มหกรรมสินค้า OTOP เป็นต้น รวมทั้งยังมีบริการด้านที่พักและการให้ข้อมูล แก่นักท่องเที่ยวที่ไว้รับรองนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น โบร์ซัวร์ แพนที หรือป้ายเส้นทาง

2) ผลการวิเคราะห์ SWOT ที่มีความสำคัญในการกำหนดแนวทางการพัฒนากองท่องเที่ยวด้านอาหาร จุดแข็งคือเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจโลก วัฒนธรรมอาหารมีเอกลักษณ์สามารถสร้างชื่อเสียงและจุดขายระดับโลก จุดอ่อนคือ ผลผลิตอาหารจากเกษตรกรรมไทยมีสารเคมีหรือยากำจัดศัตรูพืชตกค้าง รวมทั้งการขาดความร่วมมือประสานงานระหว่างหน่วยงานด้านอาหารและการท่องเที่ยว และขาดบุคลากรและสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีมาตรฐาน โอกาส ได้แก่ ประชากรโลกมีความต้องการอาหารเพิ่มขึ้น เทคโนโลยีนวัตกรรมเปิดโอกาสให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้านเกษตรและอาหารได้ และอุปสรรคคือ มีคู่แข่งเป็นประเทศส่งออกอาหารที่มีต้นทุนการผลิตและค่าแรงงานต่ำ

3) ผู้วิจัยเสนอแนวทางการพัฒนากองท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยนำจุดแข็งด้านอาหารได้มาบูรณาการกับโอกาสต่างๆ ที่ชุมชนได้รับมากำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุก ได้แก่ การสร้างแบรนด์สินค้าและ

บริการด้านการท่องเที่ยวอาหารภาคใต้ แล้วนำจุดอ่อนของชุมชนมาผนวกกับโอกาสด้านการพัฒนาท่องเที่ยวด้านอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมอาหารใต้

ธนภูมิ ปองเส็งยิ้ม และวาร์ชต์ มัธยมบุรุษ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพร้อมด้วยเทคนิค AIC การตรวจสอบข้อมูลใช้วิธีการสามเส้า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย กลุ่มประชากร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว และ 3) นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยพบว่า แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิสัยทัศน์คือ “อุทยานประวัติศาสตร์ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกแห่งอาเซียน” ประกอบด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก ผลการประเมินแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

นพวรรณ วิเศษสินธุ์ นางเยาว์ อุทุมพร ชูชาติ พวงสมจิตร และธีรพงษ์ บุญรักษา (2561) ทำการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธแบบยั่งยืนจังหวัดปทุมธานี มีจุดประสงค์เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธแบบยั่งยืนจังหวัดปทุมธานี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม การประชุมระดมสมอง และกำหนดยุทธศาสตร์โดยวิธีการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธแบบยั่งยืนจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกรวดเร็วในแหล่งท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเกิดความยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบรวมกลุ่ม โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง และยุทธศาสตร์ที่ 7 ยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพหุศ โดยยุทธศาสตร์ที่ 1-5 มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 5 ด้านของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559)

อนุรักษ์ ทองขาว และพรธมนภัทร แซ่ไท้ว (2561) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณ บ้านซากแง้ว เมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณ บ้านซากแง้ว เมืองพัทยา โดยในการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวมีการอบรมทีมงานในการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวทั้ง 398 คนและ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิในการอธิบายอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งด้านวัฒนธรรมและด้านเศรษฐกิจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว และสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกและมากกว่า 1 ครั้ง ได้ร้อยละ 71.4

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกทวิ พบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแง้วมากกว่า 1 ครั้ง ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าและการดำรงไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นในการติดต่อสื่อสารนั้นหมายความว่าทางชุมชนจีนโบราณบ้านซากแง้วจำเป็นต้องพัฒนาความสะดวกสบายในการเข้าถึงตลาด พัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพที่ดีและรักษาไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

ธนิกันต์ สังข์สุวรรณ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดเรื่อง “กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด” ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งต้องการได้รับประสบการณ์เรียนรู้สิ่งใหม่จากการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการได้ชมความสวยงาม จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เน้นการสร้างประสบการณ์อย่างสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน และเมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของเกาะเสม็ดตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า เกาะเสม็ดมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการ

พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งเชิงวิถีชีวิต ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การเปิดภาพลักษณ์และทางเลือกใหม่ให้แก่การท่องเที่ยว และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอย่างยั่งยืน

ปะนะชัย คำสิงห์ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของจังหวัดอำนาจเจริญ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอำนาจเจริญ สร้างยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของจังหวัดอำนาจเจริญ และประเมินยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของจังหวัดอำนาจเจริญ กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอำนาจเจริญ จำนวน 60 คน ประกอบด้วยผู้บริหารหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน ผู้ดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การประชุมเชิงปฏิบัติการ และแบบสอบถามการประเมิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอำนาจเจริญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) 2) ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของจังหวัดอำนาจเจริญ ประกอบด้วย 2.1) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่ใช้ได้แก่ การสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและพัฒนาสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และการอนุรักษ์และสร้างสรรค์กิจกรรมการแสดงทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2.2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดอำนาจเจริญให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่ใช้คือ การจัดการด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีความสะดวก สะอาด ปลอดภัย และมีอย่างเพียงพอ การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2.3) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่ใช้ได้แก่ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนให้มีประสิทธิภาพ การสร้างความมีมาตรฐานให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดการด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และ 2.4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลยุทธ์ที่ใช้ได้แก่ การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน การกระจายรายได้

จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยการเกษตรแบบยั่งยืน ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง 3) ผลการประเมินยุทธศาสตร์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า ยุทธศาสตร์ มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด

ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง ชุมชนเชียงแหว ตำบลเชียงแหว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและคนในพื้นที่ รวม 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างเป็นเครื่องมือ และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ด้วย SWOT ผลการศึกษพบว่า 1) ทรัพยากร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ งานเทศกาลชมบัวแดงทะเลบัวแดง ท่าเรือเชียงแหว การยกยอ การทำน้ำตาล ศาลาเทพารักษ์ ปุชนิยสถานในวัดสมศรีสะอาด การทำบุญมหาชาติ 2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง มี 6 ด้าน ได้แก่ (1) พัฒนาสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เช่น การจัดกิจกรรมยกยอ ชมวิถีการทำน้ำตาล เป็นต้น (2) เพิ่มช่องทาง การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น เข้าถึงข้อมูลด้วยเว็บไซต์ หรือเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยจักรยาน เป็นต้น (3) เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น (4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การสัมผัสวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวระหว่างท่าเรือ การศึกษาการทำน้ำตาล เป็นต้น (5) การบริการการท่องเที่ยว เช่น เพิ่มจุดประชาสัมพันธ์ แนะนำการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่ระลึก เป็นต้น และ (6) การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว และคนในชุมชน รวมทั้งสร้างเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวระหว่าง 6 ท่าเรือ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง

สมจิตร ชาญกระเป๋ และนรินทร์ สังข์รักษา (2560) ทำการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีและความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีและ 3) เพื่อนำเสนอนโยบายในการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDR

(Ethnographic Delphi Futures Research) โดยใช้ในการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 14 คน เพื่อร่วมประเมินตรวจสอบความสำคัญและความเหมาะสมของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เป้าประสงค์และมาตรการดำเนินการ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวและความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีศักยภาพที่ดีและมีความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ามียุทธศาสตร์ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในเชิงเศรษฐกิจจากฐานอัตลักษณ์สู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเป้าประสงค์ได้แก่ 1) การเพิ่มขึ้นของรายได้มวลรวมจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 2) การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี และ 3) เพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดในและต่างประเทศโดยมุ่งเน้นการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ได้แก่ 1) กระตุ้นตลาดให้ได้ตามเป้าหมายโดยมุ่งเน้นตลาดคุณภาพ 2) สร้างความร่วมมือจาก 3 ฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนักผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางด้านการท่องเที่ยวได้แก่ 1) เพิ่มระยะเวลาพำนักจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพิ่มเส้นทางด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 3) เพิ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด 2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว 3) ผลการนำเสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ผ่านการรับรองจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

ภาณุมาศ ครุฑสิงห์ และสรวรยา ธรรมอภิพล (2560) ทำการวิจัยเรื่อง สภาพแวดล้อมและระบบการทำนาหัวของเกษตรกรจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการทำนาหัวของเกษตรกรผู้ปลูกหัว และศึกษาระบบการทำนาหัวของเกษตรกรผู้ปลูกหัว โดยเลือกพื้นที่ศึกษาตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นประโยชน์แก่เกษตรกรนำไปวางแผนพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานทำนาหัวเพื่อลด

จุดอ่อนและอุปสรรคของการทำนาหั่ว และใช้โอกาสในการเพิ่มขีดความสามารถในการทำนาหั่วต่อไป ดำเนินการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย เกษตรอำเภอสรีประจันต์ เกษตรตำบลวังยาง และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเกษตรอำเภอสรีประจันต์ และเกษตรกรผู้ปลูกหั่วที่มีพื้นที่ปลูกและภูมิลำเนาอาศัยในตำบลวังยาง อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี รวมจำนวน 13 คน

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมการทำนาหั่วของเกษตรกรผู้ปลูกหั่ว พบว่าสภาพแวดล้อมภายในด้านเกษตรกร ด้านสายพันธุ์หั่ว ด้านเงินลงทุน ด้านเครื่องมือในการผลิต และด้านการบริหารจัดการ นับเป็นจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของการปลูกหั่วในจังหวัดสุพรรณบุรี และเมื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของการทำนาหั่วในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า อุปสรรคของการทำนาหั่ว ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานและขยายตัวของพื้นที่ชุมชนและการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต ส่วนโอกาสของการทำนาหั่ว ได้แก่ การพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ความเหมาะสมของที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนผลการศึกษากระบวนการผลิตหั่วประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ เกษตรกร วัตถุประสงค์การผลิต เงินทุน เครื่องมือและการบริหารจัดการ 2) กระบวนการปลูก มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ การเพาะกล้าพันธุ์หั่ว การปลูก การดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยว และ 3) ปัจจัยนำออก ได้แก่ ปริมาณและคุณภาพหั่วอยู่ที่ประมาณ 3,500 – 4,500 กิโลกรัมต่อไร่ หรือประมาณ 250 – 300 ถังต่อไร่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพน้ำและอากาศ ราคาหั่ว ต้นฤดู (เดือนตุลาคม) กิโลกรัมละ 13 – 15 บาท หรือถังละ 200 บาท ส่วนปลายฤดู (เดือนธันวาคม) กิโลกรัมละ 16 – 18 บาท หรือถังละ 260 – 300 บาท ช่องทางการจำหน่ายมี 2 แบบคือจำหน่ายหั่วสดแบบไม่ปอกเปลือกและหั่วสดแบบปอกเปลือก และการส่งเสริมการขายในลักษณะที่ภาครัฐไม่ได้เข้ามากำหนดราคา ควบคุมคุณภาพ ส่งเสริมหรือสนับสนุนโดยตรง

นรินทร์ สังข์รักษา สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และณัฐธยาน์ ตั้งถาวรสกุล (2560) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านดงเย็นในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาสภาพการณ์ในการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็นในเขตพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง 2) ประเมินศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็น 3) พัฒนารูปแบบ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็น 4) ประเมินผลและถอดบทเรียนการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็น ดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามแนวทาง

การสัมภาษณ์เชิงลึก แนวทางการสนทนากลุ่ม การจัดการอบรม การศึกษาและดูงาน การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ การวิเคราะห์เนื้อหา และการถอดบทเรียน

ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษาสภาพการณ์ ชุมชนบ้านดงเย็น มีการเตรียมความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองโบราณอุทงอยู่ในระดับมาก 2) ศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็นอยู่ในระดับมาก มีบริบทของพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทงอยู่ในระดับมาก ความต้องการในการพัฒนาพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทงอยู่ในระดับมาก 3) รูปแบบที่คณะผู้วิจัยใช้ชื่อว่า “DONG-YEN Model” มีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) D = Driving Forces (แรงขับ/พลังภายใน) 2) O = Owner (ความเป็นเจ้าของร่วมกัน) 3) N = Natural (ธรรมชาติ) 4) G = Goods (สินค้าเพื่อการท่องเที่ยว) 5) Y = Yourself (ตัวตนคนในชุมชน) 6) E = Empowering (การเสริมพลังอำนาจ) และ 7) N = Networking (เครือข่ายวิชาการ) และผ่านการรับรองรูปแบบ การนำไปใช้โดยการอบรม มีคะแนนก่อนการอบรมและหลังการอบรมเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การศึกษาดูงาน กิจกรรมใบบงาน การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ การถอดบทเรียน ได้ผล 9 กิจกรรม การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวโดยจักรยาน การจัดทำป้ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ และจัดทำคู่มือการเกษตรอินทรีย์บ้านดงเย็น 4) ความเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์บ้านดงเย็นอยู่ในระดับมาก และถอดบทเรียนผลที่เป็นผลสำเร็จมีนักท่องเที่ยวมากขึ้น จากผลการดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจัยนำสู่ความสำเร็จจากผู้นำและความร่วมมือของชุมชน และเกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านดงเย็น

ชนิษฐา บรมสำลี และรัฐพล สันสน (2560) ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหารูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบดั้งเดิม จำนวน 600 คน และนักท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว 600 คน รวมจำนวน 1,200 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิม และตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด บริการ ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำ และการมีส่วนร่วม

ของนักท่องเที่ยวกับชุมชน เมื่อวิเคราะห์รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิม พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในขณะที่รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน ด้านการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

ขวัญภา สุขคร พัทพร วิภาศรีนิมิต และสิริณัฐเศรษฐ สุภาจันทรสุข (2560) ทำการวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การจัดการลุ่มน้ำวังแบบมีส่วนร่วมของชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กระบวนการจัดการลุ่มน้ำวัง ระดับการมีส่วนร่วม และปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการลุ่มน้ำวัง และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการลุ่มน้ำวัง รวมทั้งเสนอแนวทางและยุทธศาสตร์การจัดการลุ่มน้ำวังแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งผลจากการวิจัยจะก่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งทางด้านวิชาการ ด้านนโยบาย ด้านสังคมและชุมชน และด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งประโยชน์ด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนาหลายประการ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมการจัดการลุ่มน้ำที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับพื้นที่ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรเป้าหมาย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วยผู้บริหาร บุคลากรภาครัฐที่รับผิดชอบ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ คณะกรรมการอนุกรรมการจัดการลุ่มน้ำวัง ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และประชาชนในพื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสำรวจ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการจัดประชุมกลุ่ม ประชุมเชิงปฏิบัติการ และจัดประชุมวิพากษ์ การวิเคราะห์ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย วิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ดำเนินงานครบถ้วนทุกขั้นตอนตามกรอบคิดที่นำเสนอไว้ในระเบียบวิธีวิจัยและได้นำผลจากการศึกษามาวิเคราะห์ สังเคราะห์โดยได้ผลสรุปดังนี้ การดำเนินงานของการจัดการลุ่มน้ำวัง ทั้งในส่วน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีรูปแบบใกล้เคียงกัน สามารถแบ่งรูปแบบการดำเนินงานของการจัดการลุ่มน้ำวัง ออกเป็น 4 รูปแบบสำคัญ คือ 1) รูปแบบการจัดการโดยรัฐ 2) การจัดการโดยหน่วยงานภาคเอกชน หรือองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) 3) การจัดการโดยชุมชน 4) การจัดการตามแนวทางการดำเนินงานของ “โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ”

คิวนิต อรรถวุฒิกุล นรินทร์ สังข์รักษา และสมชาย ลักขณานุรักษ์ (2560) ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์

- 1) ศึกษาสภาพการและความต้องการในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี
- 2) ศึกษาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี
- 3) ทดลองใช้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี และ
- 4) ประเมินและปรับปรุงรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี

ดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบและพัฒนาเครื่องมือ ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้ และขั้นตอนที่ 4 การประเมินและปรับปรุง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวทีเสวนา และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และวิเคราะห์ข้อมูล เชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษา มีความพร้อมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รูปแบบ มีชื่อเรียกว่า “MADANA Model” มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) M=Managing to Tourism (การจัดการการท่องเที่ยว) 2) A=Attraction for Tourism (สิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว) 3) D=Diversity of Tourism (ความหลากหลายของการท่องเที่ยว) 4) A=Activity of Tourism (กิจกรรมทางการท่องเที่ยว) 5) N=Networking of Tourism (เครือข่ายการท่องเที่ยว) และ 6) A=Amenity of Tourism (ความประทับใจในการท่องเที่ยว) 3) การประเมินความรู้ของกลุ่มเป้าหมายจากการอบรม พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีคะแนนการอบรมก่อนทดสอบอยู่ในระดับกลาง และหลังการอบรมอยู่ในระดับมาก จากการเปรียบเทียบผลการอบรมคะแนนก่อนและหลังการอบรมเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี อยู่ในระดับมาก

ภูริ ชุณหะวัณ (2560) ทำการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้จากปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการรับประทานอาหารที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากร

ท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิถีทำและลงมือทำด้วยตัวเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และภาคเกษตร ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น อาหารใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก การเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้และแปรรูปผลผลิตการเกษตรในฟาร์ม เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร อาทิ เครื่องเทศ เครื่องปรุง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ผลไม้ เป็นต้น

สำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น เริ่มต้นโดยขั้นตอนที่ 1 การกำหนดพันธกิจ ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ “การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน” ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issue) โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าประสงค์ (Goal) ขั้นตอนที่ 5 การสร้างตัวชี้วัด (Key Performance Identification) ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดค่าเป้าหมาย (Target) และขั้นตอนที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่การเป็น Quality Leisure Destination โดยเน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวกในด้านอาหารที่มีความแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดให้สูงขึ้น กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาเชิงพื้นที่ กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ที่ 6 กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว

รุ่งรติศ เมืองสือ และพยอม ธรรมบุตร (2560) ทำการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาบริบทพื้นที่และศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี 2) พัฒนาแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี และ 3) ประเมินแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว และประชาชนในจังหวัดชลบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติคือ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสนทนากลุ่ม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การ

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) โดยกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (AIC for Participatory Planning) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี มีวิสัยทัศน์ คือ “จังหวัดชลบุรีจะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวแดนทะเลตะวันออก เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีมาตรฐานระดับโลก เพื่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน เพื่อนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ตลอดจนปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาสังคมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน” โดยมียุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนา การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ผลการประเมินแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจึงมีความเหมาะสมกับบริบทสภาพแวดล้อมของจังหวัดชลบุรี สามารถนำไปปฏิบัติได้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ กิรติ ตระการศิริวานิช และทิพยาภรณ์ รัตนลาโภ (2560) ทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 4) เสนอแนวทางในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อุทยานแห่งชาติกุยบุรี อุทยานแห่งชาติเขาสก อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 อย่างน้อย 2 กิจกรรม จำนวน 1,000 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 502 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 498 คน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม นักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์การส่งเสริมการตลาด

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย สำหรับสัมภาษณ์หัวหน้าอุทยานแห่งชาติ ผู้นำชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงอุทยานแห่งชาติและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ใช้การวิเคราะห์ค่าถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการและความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่หากวิเคราะห์เชิงลึกรายพื้นที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ มีความต้องการและความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับมากที่สุด บัณฑิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการศึกษาพบว่าหากมองมิติด้านความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าบัณฑิตด้านพื้นที่ ด้านการจัดการที่รับผิดชอบต่อสังคม ด้านบุคลากร และด้านราคา เป็นบัณฑิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งมีมิติด้านความต้องการเหล่านี้ ล้วนเป็นมิติเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับต่อมา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหากมองมิติด้านความต้องการ พบว่า บัณฑิตด้านราคาเป็นบัณฑิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติเห็นว่าราคาที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสม แนวทางในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย แบ่งเป็น 2 ตลาดหลัก คือ ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ควรยกระดับแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และบูรณาการการสื่อสารการตลาด ส่วนตลาดนอกประเทศ ควรเน้นการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการ ส่งเสริมการขาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์

Beatriz Casais, Juliana Fernandes and Mariana Sarmiento (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Tourism innovation through relationship marketing and value co-creation: A study on peer-to-peer online platforms for sharing accommodation พบว่า นวัตกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาโดยไฮสปีดของการแบ่งปันที่พักโดยอ้างอิงจากผลลัพธ์ของการสร้างคุณค่าร่วมกันของแขกในกระบวนการนี้การตลาดเชิงสัมพันธ์เป็นหัวใจสำคัญของโมเดลธุรกิจแบบเพียร์ทูเพียร์ซึ่งวิเคราะห์หว่านเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาของนวัตกรรม

ผลการวิจัยพบว่ามี การสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาดที่ใกล้ชิดกับแขกในระหว่างการเข้าพัก ความจริงข้อนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวร่วมกันและเพื่อเพิ่มนวัตกรรมให้กับบริการที่พัก ผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมหลักคือการเพิ่มขึ้นและเชื่อมต่อกับ

สิ่งอำนวยความสะดวกให้สิ่งอำนวยความสะดวกและความร่วมมือกับธุรกิจอื่นๆ สิ่งนี้เกิดขึ้นไม่เพียง แต่ผ่านการสร้างเนื้อหาของผู้ใช้วีวออนไลน์ แต่ยังมี การติดต่อระหว่างบุคคลอย่างต่อเนื่องที่จัดตั้งขึ้นระหว่างแขกและโฮสต์

Hilde Nikoline Hambro Dybsand (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง In the absence of a main attraction – Perspectives from polar bear watching tourism participants พบว่า การท่องเที่ยวดูสัตว์ป่าได้รับความนิยมมากขึ้นในวรรณคดีการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการวิจัยยังต้องการการรับรู้ของผู้เข้าร่วมเกี่ยวกับธรรมชาติของสัตว์ป่าที่คาดเดาไม่ได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก ข้อมูลในหัวข้อนี้ อาจช่วยให้ผู้ให้บริการทำให้ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในกรณีที่ ไม่มีสัตว์ป่า และย้ายออกไปจากการใช้ประโยชน์ ในบางครั้งเพื่อรับประกันการเผชิญหน้าอย่างใกล้ชิด การใช้การท่องเที่ยวมีขั้วโลกเป็นกรณีศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาของความคิดเห็น TripAdvisor จากเซอร์ซิล (แคนาดา) และสวาบลาร์ด (นอร์เวย์) ใช้เพื่อตรวจสอบความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมเกี่ยวกับสัตว์ป่าที่ไม่แน่นอนและปฏิกิริยาเมื่อไม่พบขั้วโลก ผลการวิจัยระบุว่าเพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจสัตว์ป่าที่เฝ้าดูผู้ให้บริการการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นไปที่ส่วนที่ควบคุมได้มากกว่าของประสบการณ์เช่นแนวทางที่มีคุณภาพสูงการจัดการความคาดหวังและกิจกรรมด้านรองที่รับประกันมากขึ้น พวกเขาควรจะใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติสัตว์ป่าอื่น ๆ ในพื้นที่และสัญญาณของสายพันธุ์ไฟกัสเมื่อพบ

Eugenio Conti and Maria Lexhagen (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Instagramming nature-based tourism experiences: a netnographic study of online photography and value creation พบว่า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจบทบาทของการถ่ายภาพออนไลน์ในการสร้างคุณค่าประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและคุณค่าของประสบการณ์ประเภทใดบ้างที่ถ่ายทอดผ่านเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น จากการถ่ายภาพกระดาษ บทความดังกล่าวนำมาจากวรรณกรรม ที่มีอยู่ในการกำหนดมูลค่าประสบการณ์ การท่องเที่ยวในรูปแบบของการสร้างอัตวิสัย ดังนั้นกระดาษจึงนำเสนอ Netnography ที่มีส่วนร่วมและมีส่วนร่วมเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการตรวจสอบคุณค่าของประสบการณ์และระบุการถ่ายภาพออนไลน์บน Instagram ว่าเป็นทั้งการปฏิบัติที่มีคุณค่าและสถานที่ที่มีคุณค่า ผลลัพธ์แสดงความสามารถของ UGC ที่ใช้การถ่ายภาพออนไลน์เพื่อสร้างค่าหลายมิติจากการรวมกันเชิงกลยุทธ์ของเนื้อหาข้อความและภาพ ในขณะที่เดียวกันมิติใหม่ของค่าประสบการณ์ถูกนำเสนอซึ่งมีอยู่นอกเหนือจากประสบการณ์การท่องเที่ยวครั้งเดียว แต่มีส่วนสำคัญ ในการประเมินประสบการณ์ซ้ำ ในที่สุดโพสต์ Instagram แนะนำระยะเวลาการประเมินที่สามารถหลบหลีก

โมเดลเชิงเส้นของการประเมินล่วงหน้า / ในแหล่งกำเนิด / หลังประสบการณ์และสมมติ
ความหมายแฝงและของเหลว

Zuzana Sándorová, Terézia Repáňová, Zuzana Palenčíková, and Norbert Beták (2563) ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Desing thinking – A revolutionary new approach in tourism education
พบว่า แม้ว่าการคิดการออกแบบเป็นวิธีการสอนส่วนใหญ่ จะถูกนำไปใช้โดยสถาปัตยกรรมหรือ
โปรแกรมการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจในทศวรรษที่ผ่านมาหลักสูตรธุรกิจที่มุ่งเน้นน้อยลงก็
ค้นพบศักยภาพของวิธีการสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาใน ปีพ. ศ. 2561 คอนสแตนติน
มหาวิทยาลัยปราชญ์ในนิตราสโลวาเกียได้สำรวจแนวคิด การออกแบบสามหลักสูตรใน
โครงการการศึกษา การท่องเที่ยวระดับภูมิภาคเพื่อทดสอบว่าสามารถส่งเสริมความคิด
สร้างสรรค์การทำงานเป็นทีมและการสื่อสารได้หรือไม่ บทความนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกและสรุปความ
คิดเห็นของผู้เข้าร่วมซึ่งนักเรียนมีความกระตือรือร้นความร่วมมือและความคิดสร้างสรรค์มากกว่า
การใช้วิธีการสอนแบบดั้งเดิม

Juan Ignacio Pulido-Fernández, Jairo Casado-Montilla and Isabel Carrillo-Hidalgo (2562) ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism พบว่า การ
ท่องเที่ยวน้ำมันมะกอกเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแถบทะเล
เมดิเตอร์เรเนียนแม้ว่ากรณีที่ประสบความสำเร็จยังมีอยู่ในภูมิภาคอื่น ๆ ของโลก แรงจูงใจหลัก
ของความต้องการการท่องเที่ยวน้ำมันมะกอกคือความปรารถนาที่จะเรียนรู้และเพลิดเพลินกับ
โลกของมะกอกและน้ำมันมะกอก บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะการท่องเที่ยว
แบบใหม่และระบุกิจกรรมหลัก จากการทบทวนบรรณานุกรมอย่างละเอียดและคณะผู้เชี่ยวชาญ
เราแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวนี้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นพิเศษและมา
จากการท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั่วไปสามประเภท (ชนบทธรรมชาติและวัฒนธรรม) ที่เชื่อมต่อกับ
การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้เราแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงไปยังกิจกรรมและ
บริการที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวประเภทนี้มีความซับซ้อน
เพียงใดคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นพิเศษ

Tianchen Dai, Carola Hein and Tong Zhang (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง
Understanding how Amsterdam City tourism marketing addresses cruise tourists' motivations
regarding culture พบว่า บทความนี้ระบุว่ามีความช่องว่างระหว่างการตลาดทัศนศึกษาชายฝั่งและ
การคาดการณ์ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับบรรดาที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว บทความแรกระบุว่า
ความขัดแย้งนี้มีอยู่จากนั้นจึงมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงจุดเน้นของการตลาดและการส่งเสริมการ
ขายและเสนอกิจกรรมในการปรับปรุงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวล่วงหน้าที่สุด

อัมสเตอร์ดัมเมืองที่มีความกระตือรือร้นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวล่องเรือมากขึ้นได้รับเลือกให้เป็นพื้นที่สำหรับประเมินสถานการณ์การตลาดและความคาดหวังของผู้โดยสาร การศึกษาครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากการวิเคราะห์ทัวริสที่นำเสนอโดย บริษัท เรือสำราญโดยใช้การวิเคราะห์ความถี่ของคำบรรยายและการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้โดยสาร 228 คน ผลการวิจัยพบว่า นักการตลาดควรมุ่งเน้นและส่งเสริมประสบการณ์ของรสชาติท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พวกเขาสามารถให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้มากขึ้นโดยร่วมมือกับพันธมิตรในท้องถิ่นมากขึ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์

Aristeidis Gkoumas (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Evaluating a standard for sustainable tourism through the lenses of local industry พบว่า บทความนี้ตรวจสอบสาเหตุของความล้มเหลวของมาตรฐานเมดิเตอร์เรเนียนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (MESST) ซึ่งเป็นความคิดริเริ่มของสหภาพยุโรปในการสร้างแผนการรับรองที่ยั่งยืนสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวและองค์กรท้องถิ่นในยุโรปตะวันออกเฉียงใต้ จากการวิเคราะห์แบบโพสต์โมเดิร์นโดยดูจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการสร้าง MESST ในปี 2550 การศึกษานี้ประเมินความน่าเชื่อถือและการบังคับใช้มาตรฐานในเกาะโรดส์ประเทศกรีซ ผลการวิจัยพบว่าลักษณะเชิงโครงสร้างของบริบททางวัฒนธรรมการเมืองและเศรษฐกิจสังคมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นเกี่ยวกับความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ตามผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการรับรองที่ไม่สมบูรณ์ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดทางเทคนิคและการดำเนินการปกครองท้องถิ่นที่ไม่เพียงพอและความรู้สึกไม่ไว้วางใจต่อหน่วยงานท้องถิ่นและสถาบันการท่องเที่ยวอภินิหารกรรมการใช้ประโยชน์และมาตรฐาน ท้ายที่สุดการศึกษานี้ได้ตั้งคำถามถึงความสามารถของตัวบ่งชี้ความยั่งยืนเพื่อทำแผนที่การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและความท้าทายของจุดหมายเพื่อที่จะให้ประโยชน์ที่เป็นไปได้สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนโฮสต์

Oumayma Boulaalam, Badraddine Aghoutane, Driss El Ouadghiri, Aniss Moumen and Mahamed Laghdaf Cheikh Malinine (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Proposal of a Big data System Based on the Recommendation and Profiling Techniques for an Intelligent Management of Moroccan Tourism พบว่า ข้อมูลขนาดใหญ่ได้รับความสนใจสูงและมูลค่าเพิ่มของมันได้รับการยอมรับจากรัฐบาลและอุตสาหกรรมต่าง ๆ การท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในความเป็นจริงการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และเชิงกลยุทธ์ของข้อมูลขนาดใหญ่ ที่สร้างขึ้นโดยนักท่องเที่ยวช่วยให้สามารถแยกข้อมูลเชิงลึกที่มีค่าสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและความชอบของลูกค้าได้ดีขึ้นเพื่อการตัดสินใจที่ดีขึ้นและเร็วขึ้น อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรม การ

ท่องเที่ยวในโมร็อกโกยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากศักยภาพที่จะได้รับจากข้อมูลขนาดใหญ่ แต่มีความตระหนักถึงความสำคัญของมัน อย่างไรก็ตามการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีใหม่ในการท่องเที่ยวโมร็อกโกได้สร้างความต้องการและความท้าทายใหม่ในการใช้งานข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับดินแดนได้อย่างมีประสิทธิภาพคาดการณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและให้บริการส่วนบุคคล เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้เราขอเสนอระบบใหม่ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลมวลชนที่สร้างขึ้นโดยนักท่องเที่ยวเพื่อแนะนำข้อเสนอการท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายและเป็นส่วนตัวตามโปรไฟล์ของผู้ใช้ช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างเพียงพอ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเน้นประโยชน์ของข้อมูลขนาดใหญ่ในโดเมนการท่องเที่ยวจากนั้นนำเสนอภาพรวมทั่วไปของระบบข้อมูลขนาดใหญ่ของเรา

Pei-Ling Hsieh and Shang-Ling Wei (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Relationship formation within online brand communities: Bridging the virtual and the real พบว่า เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันบริษัทต่าง ๆ กำลังใช้ชุมชนแบรนด์ออนไลน์ (OBCs) มากขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าให้กับตนเองและผู้บริโภค อย่างไรก็ตามหลักฐานของประสิทธิผลของ OBCs เป็นเครื่องมือทางการตลาดยังคงเป็นเรื่องส่วนใหญ่ การศึกษานี้ได้พัฒนากรอบสำหรับการตรวจสอบว่าการสร้างคุณค่าใน OBCs สามารถขยายและปรับปรุงความสัมพันธ์ของแบรนด์ระหว่าง บริษัท และผู้บริโภคผ่านการผนวกรวมกับการรวมความสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างไร ตัวอย่างที่ 1 ประกอบด้วยผู้ตอบแบบสอบถาม 450 คนถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบการสร้างมูลค่า OBC ลำดับที่สองและแบบจำลองการวัดทั้งหมด ตัวอย่างที่ 2 ประกอบด้วยผู้ตอบแบบสอบถาม 418 คนแสดงให้เห็นว่าการสร้างคุณค่า OBC ให้ประโยชน์โดยตรงต่อความมุ่งมั่นของผู้บริโภค OBC โดยตรงจึงช่วยเพิ่มคุณภาพความสัมพันธ์ของแบรนด์ออฟไลน์ (BRQ) และความมุ่งมั่นของแบรนด์โดยตรงรวมถึงการเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์ทางอ้อม บทความนี้นำเสนอผลการวิจัยและการจัดการผลการวิจัยเหล่านี้รวมถึงข้อจำกัดและทิศทางการวิจัยในอนาคต

Nicola Boccella and Irene Salerno (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Creative Economy, Cultural Industries and Local Development พบว่า บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวาดภาพที่ชัดเจนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาท้องถิ่น บทความนี้จะวิเคราะห์ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งสะท้อนแนวคิดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ในข้อความความสนใจจะจ่ายให้กับการเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาท้องถิ่นในมือข้างหนึ่งและแนวคิดของทุนดินแดนและทุนทางสังคมในด้านอื่นๆ

Johanudin Lahap, Nur Safiah Ramli, Noraslinda Mohd Said, Salleh Mohd Radzi and Razlan Adli Zain (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry พบว่า การสร้างแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กร ด้วยการวิจัยและพัฒนาแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพเชื่อว่าการบรรลุผลตอบแทนการลงทุน (ROI) ขององค์กรที่เหมาะสมสามารถทำได้ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของภาพลักษณ์ตราสินค้าต่อความพึงพอใจของลูกค้าและเพื่อตรวจสอบว่าภาพลักษณ์ตราสินค้ามีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าหรือไม่ จากการอ้างอิงจากวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่าภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นหนึ่งในองค์ประกอบแรกที่ลูกค้าจะยึดถือเมื่อเลือกที่พัก ในการศึกษาครั้งนี้มีการใช้แบบสอบถามทั้งหมด 300 ชุดด้วยอัตราการตอบกลับ 75% การค้นพบดังกล่าวมีความน่าสนใจและเปิดเผยว่าภาพลักษณ์ตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในบริบทของอุตสาหกรรมโรงแรมในมาเลเซีย ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้มีค่าเพราะมันช่วยเสริมสร้างความเข้าใจต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการเมื่อเลือกโรงแรม ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้มีความสามารถในการนำเสนอวิธีการในการวางแผนกำหนดและตัดสินใจว่าควรปรับปรุงภาพลักษณ์แบรนด์ของตนให้สามารถแข่งขันในระยะยาวได้อย่างไร

Tuan Ahmad Tuan Ismail, Rosmaliza Muhammad, Norhayati Mohd Yusoff and Mohd Shazali Md Shariff (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง The Myth and Reality of Hotel Brand and Food Quality: The Case of Hotel Restaurants in Malaysia พบว่า การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของตราสินค้าโรงแรมและคุณภาพอาหารโดยใช้แบบจำลองเอกลักษณ์ของแบรนด์ในบริบทของอุตสาหกรรมบริการอาหารที่ไม่เคยผ่าน การทดสอบมาก่อน คุณลักษณะ (ทางกายภาพความสัมพันธ์และการสะท้อน) ของการระบุตัวตนของแบรนด์ ในอุตสาหกรรมบริการอาหารที่เน้นคุณภาพของอาหารที่ให้บริการ ที่ร้านอาหารของโรงแรม วิธีการเชิงปริมาณ โดยใช้การสำรวจแบบสอบถามได้ดำเนินการกับ 129 แกร์ร้านอาหารโรงแรมจากสี่โรงแรมห้าดาวในกัวลาลัมเปอร์มาเลเซีย ผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างเอกลักษณ์ของแบรนด์โรงแรมกับคุณภาพอาหาร

Mohammad Enamul Hoque (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง MICE Destinations Branding from Corporate Branding perspective พบว่า บทความนี้แสดงให้เห็นว่าวิธีการสร้างแบรนด์และการสร้างตราสินค้าขององค์กรได้ถูกนำไปใช้ในการสร้างแบรนด์ปลายทางได้อย่างไร ทั้งการท่องเที่ยวและการประชุม MICE การวิจัยเน้นถึงคุณสมบัติที่พบบ่อยที่สุดในการสร้างแบรนด์ปลายทางของ MICE และการสร้างแบรนด์ขององค์กร มีการใช้แนวทางวิจัยแบบ Abductive

และกระบวนการได้รับการพิสูจน์อย่างอิสระ การศึกษาตรวจจับและไฮไลต์ว่าปัญหาการสร้างตราสินค้าของบริษัท อาจเสนอสัญญาชาติญาณใหม่ในการสร้างแบรนด์ปลายทาง MICE จากการศึกษาพบว่าแนวทางการสร้างแบรนด์องค์กรสามารถนำไปใช้ในการสร้างแบรนด์ปลายทาง MICE นอกจากนี้ยังมีคู่มือฉบับใหม่สำหรับองค์กร การจัดการปลายทางเช่นเดียวกับนักวิจัยการสร้างแบรนด์ขององค์กรเพื่อทำการวิจัยการสร้างแบรนด์ขององค์กรในบริบทที่แตกต่างกัน

Arsvira Dani Ardhala, Eko Budi Santoso and Haryo Sulistyarso (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Influence factors on the development of creative industry as tourism destination case study: footwear village in Mojokerto City ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นแหล่งท่องเที่ยว (กรณีศึกษา: หมู่บ้านรองเท้าใน Mojokerto City) (2559) พบว่าหมู่บ้านรองเท้าใน Mojokerto City เป็นหนึ่งในตัวแทนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยเฉพาะอุตสาหกรรมรองเท้าที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมรองเท้าเป็นแหล่งท่องเที่ยว

วิธีการวิจัยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยโดยใช้โปรแกรม SPSS ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามปัจจัย (1) ความต้องการพื้นฐานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (2) แหล่งท่องเที่ยว (3) การเข้าถึงและความคล่องตัวและ (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์

Jongwon Lee and Heeseok Lee (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP พบว่า สังคมในศตวรรษที่ 21 ต้องการการจัดการความเสี่ยงเชิงรุกมากขึ้นในหลายๆ ด้านเนื่องจากความซับซ้อนที่ผู้คนสร้างไว้ในระบบเศรษฐกิจและสังคมตั้งแต่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์และการเงินไปจนถึงการศึกษาความบันเทิงและโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ระบบทั้งหมดเหล่านี้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง ซึ่งสามารถถูกทำลายจากความเสี่ยงที่ไม่คาดคิดได้อย่างง่ายดาย การศึกษานี้เปรียบเทียบ Zoonthroposis และระดับน้ำทะเลที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการวิเคราะห์ต้นทุน - ผลประโยชน์ในเกาหลี การกู้ยืมจากวิธีการวิธีการอื่น ๆ การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการประมาณการต้นทุน - ผลประโยชน์ มีความสอดคล้องกับการคาดการณ์ทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีอยู่ซึ่งคาดว่าจะสูญเสียศักยภาพของ GDP เนื่องจากความเสี่ยงทั้งสอง บทความนี้ยังนำเสนอทางเลือกนโยบายในการสร้างสถาบันการวิจัยที่เชี่ยวชาญในความเสี่ยงสองประการจากมุมมองด้านต้นทุน - ผลประโยชน์ซึ่งเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นสำหรับ

Junmo Kim (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Comparing the economic effects of climate change and zooanthroponosis in Korea : Prerequisites for the creative economy พบว่าการศึกษาของเราคือการกำหนดลำดับความสำคัญของนโยบายสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้วิธี AHP ในเกาหลี เราได้ทำการทบทวนวรรณกรรมสำหรับแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้เชี่ยวชาญ 13 คนเข้าร่วมในการวิจัยนี้ ผลการศึกษาพบว่า การสนับสนุนธุรกิจร่วมทุนธุรกิจขนาดกลางและผู้ประกอบการเป็นนโยบายที่สำคัญที่สุด การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาและการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศก็มีความสำคัญเช่นกัน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าวิธีการของ AHP นั้นสามารถนำมาใช้เพื่อกำหนดลำดับความสำคัญของนโยบายสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

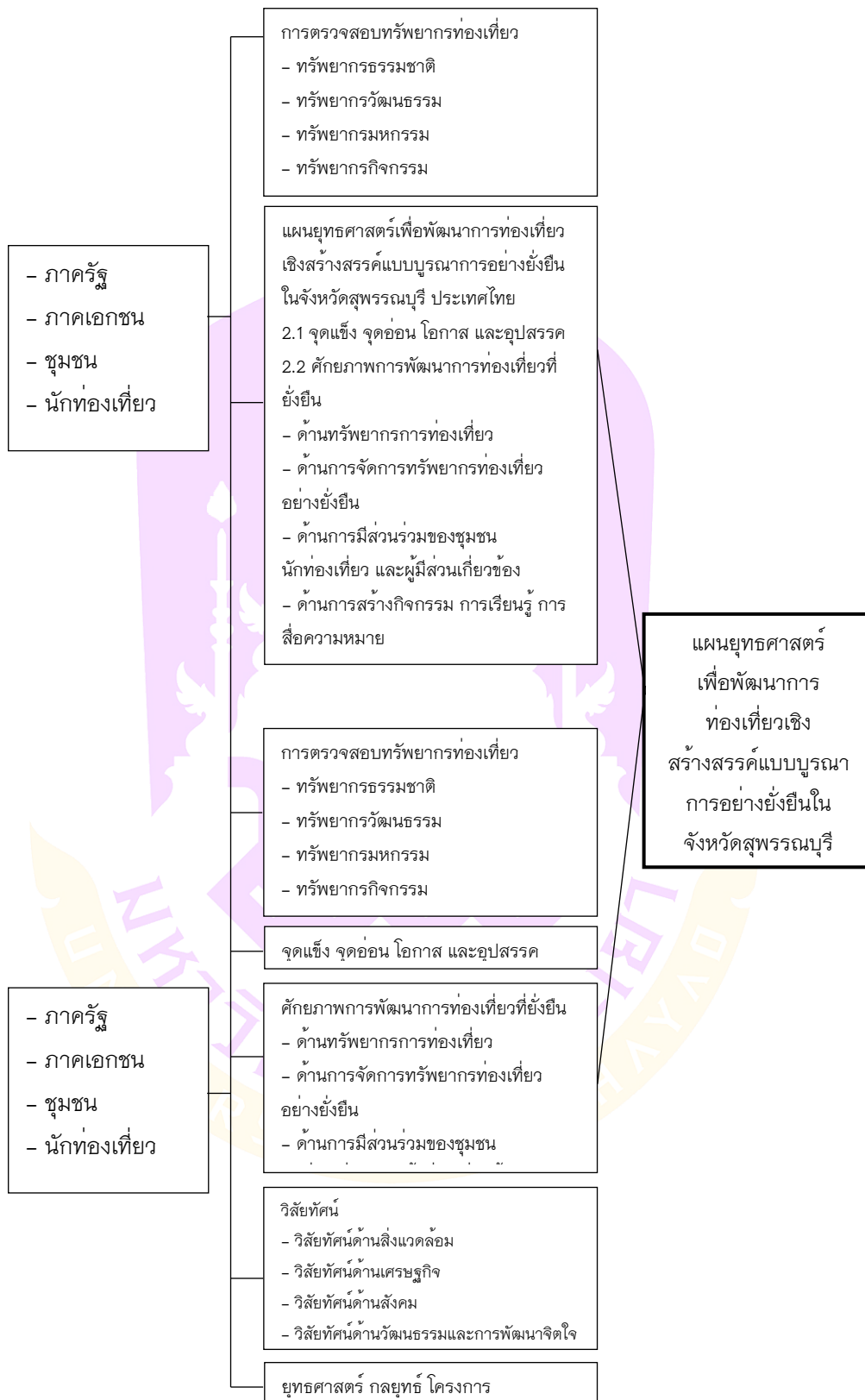
Róbert Štefko, Alžbeta Királ'ová and Martin Mudrík (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism บทความนี้กล่าวถึงการท่องเที่ยวแสวงบุญเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุด ถึงแม้ว่ามันมักจะถูกมองว่าเป็นสิ่งจำเป็น แต่การท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่แพร่หลายที่สุด เนื่องจากบริบททางประวัติศาสตร์ข้อกำหนดเบื้องต้นที่จำเป็นทั้งหมดสำหรับการใช้ศักยภาพได้รับการพัฒนาในสโลวาเกีย มีจุดหมายปลายทางและไซต์จำนวนมากที่มีลักษณะหรือคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจสำหรับผู้เข้าชม ทั้งในและต่างประเทศ ผู้เข้าชมจากทั่วทุกมุมโลกมีส่วนร่วมในการแสวงบุญที่สำคัญล้อมรอบไปยังจุดหมายปลายทางเหล่านี้ อย่างไรก็ตามข้อบกพร่องในการสื่อสารการตลาดโครงสร้างพื้นฐานและด้านอื่น ๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการแสวงบุญและการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในสโลวาเกีย เพื่อตรวจสอบสถานะปัจจุบันของการสื่อสารการตลาดในการสำรวจแบบสอบถามการท่องเที่ยวจัด ในการบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้กำหนดสมมติฐานไว้สองข้อ เนื่องจากมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรช่วงเวลาหนึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเดี่ยวของความแปรปรวน ANOVA ถูกนำมาใช้ ความสม่ำเสมอของความแปรปรวนถูกตรวจสอบโดยใช้การทดสอบของ Bartlett และ Levene ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนั้นจัดทำขึ้นตามผลการวิเคราะห์

Androniki Kavoura, Aikaterini Stavrianea (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Economic and social aspects from social media's implementation as a strategic innovative marketing tool in the tourism industry พบว่า บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อตรวจสอบบทบาทสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความรู้สึกของชุมชนออนไลน์ที่เป็นของและนำเสนอรายการที่วัดบทบาทของพวกเขาในการสร้างชุมชนดังกล่าวเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว จากมุมมองทางทฤษฎีองค์ประกอบต่าง ๆ เช่นภาษาที่เฉพาะเจาะจงการแบ่งปันความสนใจและการมีปฏิสัมพันธ์ที่

เหมือนกันระหว่างสมาชิกทำให้เราสามารถโต้แย้งความรู้สึกของการเป็นสมาชิกของชุมชนออนไลน์ จนถึงปัจจุบันยังไม่มีการศึกษาใดที่เกี่ยวข้องกับไซเบอร์ลิมมีเดียกับแนวคิดของชุมชนจินตนาการ และความรู้สึกเป็นเจ้าของ ปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการใช้ไซเบอร์ลิมมีเดียอาจเป็น ประโยชน์สำหรับ บริษัท และหน่วยงานเพื่อจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

Hulusi DOĞAN, Süleyman Barutçu, Oğuz Nebioğlu and İlknur DOĞAN (2015) ได้ ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Perception of hotel top managers for opportunities and strategic collaboration with a foreign partner in tourism sector: An applied research in Alanya destination พบว่า การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดการรับรู้ของผู้บริหารระดับสูงของโรงแรม เกี่ยวกับโอกาสในภาค การท่องเที่ยวและความปรารถนาที่จะร่วมมือกับนักลงทุนต่างชาติ การศึกษา ยังมุ่งเน้นไปที่การวัดการรับรู้ของผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับภาคการลงทุนที่น่าสนใจ ในธุรกิจการสนับสนุนที่จำเป็น ในภาคการท่องเที่ยวสถาบันที่สำคัญซึ่งสามารถสนับสนุนบริษัท การท่องเที่ยวอุปสรรคสำหรับโอกาสในการท่องเที่ยว และผู้บริหารระดับสูงของโรงแรมสามดาวสี่ดาว และโรงแรมห้าดาวที่ดำเนินงานในออลันยาก็รวมอยู่ในการวิจัย ในตอนท้ายของการสำรวจเสร็จจ สมบูรณ์ ในเดือนธันวาคม 2554 มีการส่งคืนแบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์ทั้งหมด 95 รายการ (อัตราการตอบกลับ 50.3 เปอร์เซ็นต์) จากผู้จัดการระดับสูงของโรงแรมเหล่านี้ 189 คน ผลการวิจัยระบุว่าผู้จัดการคิดว่าการท่องเที่ยวเป็นภาคโอกาส ในการลงทุนในธุรกิจและพวกเขา มีความปรารถนาที่จะลงทุนในภาคการท่องเที่ยวกับหุ้นส่วนต่างประเทศ นอกจากนี้ผลการ ทดสอบ Anova แสดงให้เห็นว่าไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างการประเมินของผู้จัดการที่มี รายการวิจัยและตัวแปรทางประชากรของพวกเขา

หลังจากได้ทำการศึกษา แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยได้ พบว่างานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดต่าง ๆ บ้าง แต่ไม่ค่อยมีผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยแบบบูรณาการอย่างละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ ฉะนั้น ทาง ผู้วิจัยจึงมีความยินดีที่จะนำเสนอผลวิจัย ในรูปแบบนี้ต่อไปเพื่อพัฒนาการจัดทำวิจัยด้านแผน ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ต่อไป ดัง กรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 19 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 3

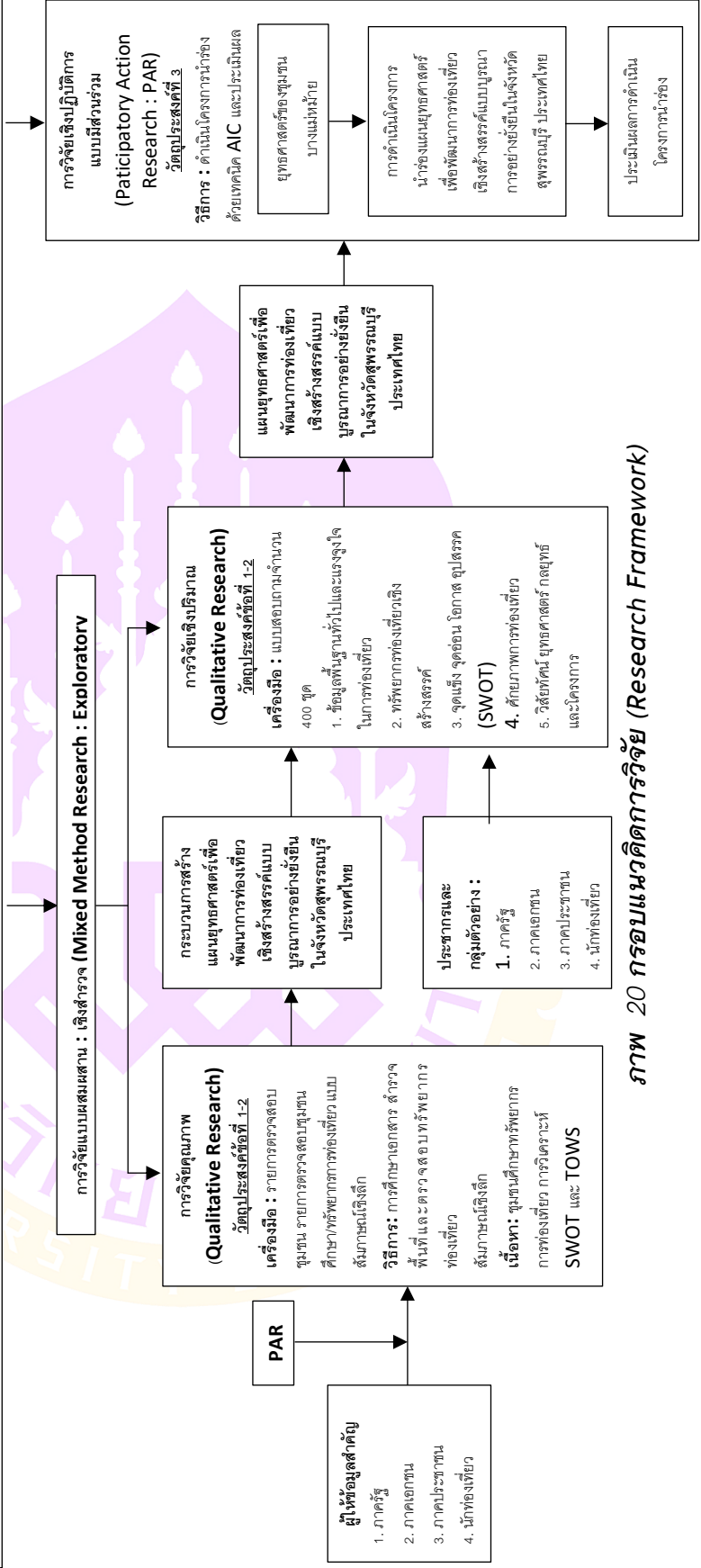
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงสำรวจ (Mixed Methods Research Exploratory Design) (Paul D. Leedy and Jeanne Ellis Ormrod, 2015. อ้างใน พยอ ม ธรรมบุตร, 2551, หน้า 150) โดยดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ ระยะแรกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นงานวิจัยหลัก (Main Research) เพื่อศึกษาค้นคว้าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ในระยะที่สอง ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นงานวิจัยเชิงสนับสนุน (Supporting Research) โดยนำฐานข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพมาสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจยืนยันและสร้างความสมบูรณ์ให้กับข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนของการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) กับชุมชนเจ้าบ้าน ณ พื้นที่กรณีศึกษา ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาค้นคว้าในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย
2. เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา

กรอบการวิจัย

1. แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change)
2. แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology)
3. ทฤษฎีโครงสร้าง – หน้าที่นิยม (Structural – Functional)
4. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)
5. หลักพุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics)
6. ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy)
7. แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)
8. แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน
9. ทฤษฎีบูรณาการและการมีส่วนร่วม
10. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์
11. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
13. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)
14. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)
15. ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 (พ.ศ. 2560 - 2579)
16. แผนการพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)
17. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (พ.ศ. 2560-2564)
18. แผนพัฒนางานจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ. 2561-2565 ทบพจนปี พ.ศ. 2563)



ภาพ 20 กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Framework)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ซึ่งสำรวจเป็นลำดับ (Exploratory Sequential Design) ที่ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) (McMillan and Schumacher, 1997, หน้า 534) จำนวน 32 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของทุกภาคส่วนในพื้นที่วิจัย โดยจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสุพรรณบุรี และสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 8 คน

2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้แทนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 8 คน

3. ภาคประชาชน ได้แก่ ผู้แทนชุมชนในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอศรีประจันต์ อำเภอดอนเจดีย์ อำเภออู่ทอง อำเภอสามชุก อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอด่านช้าง จำนวน 8 คน

4. นักท่องเที่ยว ได้แก่ ตัวแทนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ได้แก่

1. การศึกษาเอกสาร เป็นการศึกษาค้นคว้าองค์ความรู้และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนนโยบายและยุทธศาสตร์ของทางภาครัฐในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงหนังสือ ตำรา เอกสารแผ่นพับ เว็บไซต์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อหาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. รายการที่ต้องตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชน (Community Study) ของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พยอม ธรรมบุตร , 2549) ประกอบด้วย ข้อมูลทางกายภาพ ข้อมูลภูมิศาสตร์ ข้อมูลทางสังคม

3. รายการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) ของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พยอม ธรรมบุตร, 2549) ประกอบด้วย การตรวจสอบทรัพยากรทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์ ทรัพยากรวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ทรัพยากรมหรหรรรมเชิงสร้างสรรค์ ทรัพยากรด้านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และทรัพยากรด้านบริการเชิงสร้างสรรค์ และการประเมินคุณภาพ ความโดดเด่นและอำนาจดึงดูด

4. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการจากศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ และได้นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 5 ท่าน และได้ นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกไปทดสอบกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 ท่าน พบว่า สามารถตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกได้ ประกอบไปด้วยประเด็นคำถามที่สำคัญ ได้แก่

4.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนที่โดดเด่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

4.2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT / TOWS) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

4.3 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

4.4 การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

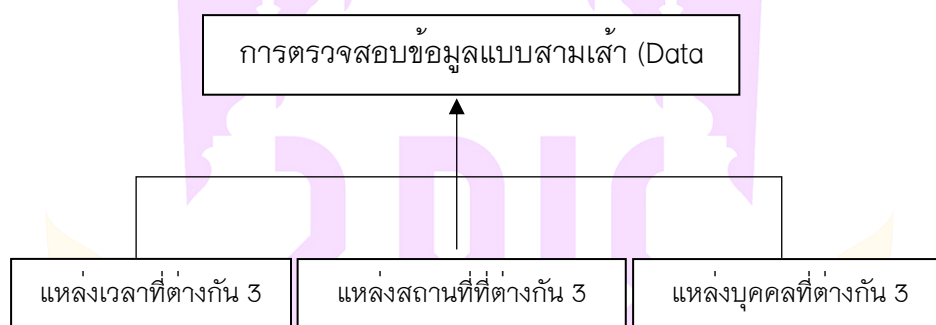
5. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยดำเนินการจัดการประชุมกลุ่มย่อยจำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน เพื่อประชุมและให้ความคิดเห็นร่วมกันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการดังนี้

1.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลที่ได้จากเอกสารตามความมุ่งหมายของการวิจัยโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดความสำคัญ จัดกลุ่มเนื้อหาวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็น (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555, หน้า 26)

1.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูล ที่ได้มาว่ามีความถูกต้องและน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยพิจารณาตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งต้องได้ข้อค้นพบที่ตรงกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2553, หน้า 128-130)



ภาพ 21 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation)

ที่มา : สุภางค์ จันทวานิช (2553)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยมีวิธีการดังนี้

2.1 การสำรวจ (Survey) ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้รายการที่ต้องตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชน (Community Study) และรายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit)

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 32 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน โดยคัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 4 ภาคส่วน ซึ่งได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

2.3 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participated Observation) โดยผู้วิจัยได้เข้าไปมีการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชนต่างๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี และมีส่วนร่วม ในเหตุการณ์ที่สำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์ และทำการตรวจสอบความถูกต้อง ด้วยวิธีดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสำรวจ (Survey) การสัมภาษณ์ (Interview) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการสังเกต (Observation) มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา วิเคราะห์จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2555, หน้า 26)

2. ผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพมาประมวลเป็นแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย และเป็นฐานข้อมูลเพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ภาคีรัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในจังหวัดสุพรรณบุรี และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ในส่วนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใชสูตรของคอคแรน (Cochran, 1997, อ้างใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีจำนวนมาก และต้องการประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากรโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 5% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มจำนวนไป 4% เพื่อป้องกันความคาดเคลื่อนของข้อมูลจึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่คาดเคลื่อนเท่ากับ 400 คน โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ (เพิ่มจำนวนไป } 4\% = 400 \text{ คน)}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z = ค่า z ที่ระดับนัยสำคัญ ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95%

ระดับนัยสำคัญ 0.005 มีค่า $z = 1.96$

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 กลุ่ม ในสัดส่วนโควตาร้อยละ 25 ดังนี้

1. ภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดสุพรรณบุรี และสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการและพนักงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ภาคประชาชน ได้แก่ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอดศรีประจันต์ อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภออู่ทอง อำเภอสามชุก อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอด่านช้าง จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

4. นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่นในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอดศรีประจันต์ อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภออู่ทอง อำเภอสามชุก อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอด่านช้าง จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ผู้วิจัยได้ทดสอบค่าความแตกต่างของกลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อหาความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ ANOVA เพื่อตรวจสอบว่าค่าคะแนนของการตอบ

แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ว่าไม่มีความแตกต่างกันในทางสถิติและสามารถรวมกันได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยใช้ผลของการวิจัยเชิงคุณภาพมาเป็นแนวทาง ในการกำหนดหัวข้อคำถามและตัวเลือกคำตอบเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แรงจูงใจ สถานภาพ และรายได้ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมรดก ทรัพยากรด้านกิจกรรม และทรัพยากรด้านบริการ โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบคำถามเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบ มากที่สุด – น้อยที่สุด

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ในการประเมินผลแบบสอบถาม ใช้การประเมินผลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) ซึ่งระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้นจะใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ธานีินทร์ ศิลป์จารุ, 2548, หน้า 146) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตร} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 \text{แทนค่า} &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำค่ามาหาคะแนนเฉลี่ย โดยการใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลดังต่อไปนี้

พึงพอใจน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80
พึงพอใจน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60
พึงพอใจปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40
พึงพอใจมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20
พึงพอใจมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ศึกษาดุษฎีนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ความชัดเจนของภาษา ความเหมาะสมของปริมาณข้อคำถาม และรูปแบบของแบบสอบถาม เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำ

2. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามกับระดับความคิดเห็นต่อแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน (Index of Item – Objective Congruence : IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณและปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มคน 30 คน เพื่อนำคำตอบมาหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม และวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบรัช (Cronbach's Alpha Coefficient) (สุวิมล ติรกีานันท์, 2551, หน้า 146) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(\frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

α = สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

$\sum s_i^2$ = คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

$\sum s_t^2$ = คะแนนความแปรปรวนทั้งหมด

เมื่อได้คำนวณหาค่าความเชื่อมั่น คำนวณหาความเชื่อมั่นได้ 0.97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้น ซึ่งประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี คำถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี คำถามเกี่ยวกับศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี และคำถามเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ในการสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 400 ชุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้อง จำแนกข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ และนำผลการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

$$P = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร

2. การค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ระดับศักยภาพในการพัฒนาวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

$$SD = \sqrt{\frac{\sum(x-x)^2}{N-1}}$$

SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
X	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
N - 1	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ

จากนั้นนำผลการวิเคราะห์เชิงสถิติดังกล่าวมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อภิปรายผล และนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลเป็นแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) เพื่อดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย และประเมินผลการดำเนินโครงการ ณ ชุมชนบ้านบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนกรณีศึกษาด้วยเทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) (เมตต์ เมตต์การุณกิจ, 2556, หน้า 307) ซึ่งประกอบด้วย

1. Appreciation: A คือ คือการสร้างคุณค่าและความชื่นชม การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนด้วยการร่วมมือเรียนรู้ด้วยกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 ที่ประชุมของชุมชนกรณีศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้วิจัย ร่วมกันตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว วิเคราะห์ SWOT และ TOWS เพื่อศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการดำเนินโครงการของชุมชน

1.2 ชุมชนและผู้วิจัยร่วมกันวางแผนโครงการ ลงมือปฏิบัติตามแผน และประเมินผลการดำเนินโครงการ ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวจะทำได้ นั่น ทุกภาคส่วนต้องสร้างคุณค่าและต้องมีอุดมการณ์ร่วมกัน (Shared Ideal)

2. Influence: I คือการสร้างพลังชุมชนให้มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นการลงมือปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 ที่ประชุมร่วมกันแบ่งความรับผิดชอบของโครงการ และกิจกรรมต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ ซึ่งเป็นเสาหลักแห่งความยั่งยืน โดยมีการจัดลำดับกิจกรรมโครงการที่ดำเนินการโดยประชาชนในชุมชน รวมถึงกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร (NGOs)

2.2 ชุมชนตั้งกลุ่มหรือชมรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและตั้งฝ่ายต่างๆ ที่รับผิดชอบกิจกรรมและหน้าที่ต่างๆ ได้แก่ การบริหารโครงการ การต้อนรับ ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว การรักษาความปลอดภัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เพื่อให้โครงการดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

3. Control: C คือการปฏิบัติการและติดตามประเมินผลโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

3.1 ชุมชนกรณีศึกษาและผู้วิจัยร่วมกันสร้างแบบประเมินผลโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยชุมชน 1 ชุด โดยกำหนดแนวทางการควบคุม ติดตามผล เกณฑ์และตัวชี้วัด และสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว จำนวน 1 ชุด

3.2 ผู้วิจัยนำกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน โดยให้คณะทำงานด้านต่างๆ ร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ และให้นักท่องเที่ยวทำแบบประเมินความพึงพอใจ พร้อมทั้งชุมชนและผู้วิจัยร่วมกันประเมินผลการดำเนินโครงการโดยใช้แบบประเมินผลโครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน

3.3 เมื่อดำเนินการทุกขั้นตอนแล้ว ชุมชนนำผลการประเมินการท่องเที่ยวทั้ง 2 ชุด มาพิจารณาร่วมกันอภิปรายถึงภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ วิเคราะห์ปัญหา และเสนอแนวทางการปรับปรุงหรือทางเลือกที่หลากหลายในการพัฒนาเพื่อให้

เหมาะสมกับเหตุการณ์และแนวโน้มของกระแสการเปลี่ยนแปลงในสังคมดิจิทัล และเพื่อให้การ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกรณีศึกษาเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ผู้วิจัยขอรายงานผลการศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย 2) เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย 3) เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา ซึ่งมีผลการศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

รายงานผลคำถามการวิจัย ข้อที่ 1 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวน 32 คน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ รายการตรวจสอบการศึกษาชุมชน (Community Study) รายการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ที่มีโครงสร้างของหัวข้ออย่างชัดเจนเกี่ยวกับการตรวจสอบทรัพยากร การวิเคราะห์ SWOT การตรวจสอบศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ และข้อเสนอแนะของการพัฒนา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการสร้างแบบฟอร์มแผ่นวิเคราะห์ข้อมูล (Tally Sheet) เพื่อทำการวิเคราะห์คำตอบของกลุ่มตัวอย่าง และนำผลมาสรุปประเด็นของแต่ละหัวข้อตามผลรวมของแต่ละประเด็นของบทสัมภาษณ์เชิงลึก ต่อจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

รายงานการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource audit)

1. ข้อมูลทางกายภาพ

1.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดสุพรรณบุรี (Suphanburi) ตั้งอยู่บริเวณภาคกลางด้านทิศตะวันตกของประเทศ ไทยมีแม่น้ำสุพรรณบุรีหรือแม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน ตามแนวยาวของจังหวัดจากเหนือจรดใต้ ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 14 องศา 4 ลิปดา ถึง 15 องศา 5 ลิปดาเหนือ และระหว่างเส้นแวงที่ 99 องศา 17 ลิปดา ถึง 100 องศา 16 ลิปดาตะวันออกอยู่สูงจากระดับทะเลปานกลาง ระหว่าง 3-10 เมตร มีเนื้อที่ 5,358 ตารางกิโลเมตร (3,348,755 ไร่) อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ตามทางหลวงหมายเลข 340 ระยะทาง 107 กิโลเมตร และทางรถไฟ 142 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดชัยนาทและจังหวัดอุทัยธานี

ทิศใต้ ติดกับจังหวัดนครปฐม

ทิศตะวันออก ติดกับจังหวัดอ่างทอง จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดกับจังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดอุทัยธานี

แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอสองพี่น้อง อำเภอกู่ทอง อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภอด่านช้าง อำเภอสามชุก อำเภอบางปลาม้า อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอศรีประจันต์ และอำเภอหนองหญ้าไซ



ภาพ 22 แผนที่จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่มา : ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุดภาคกลางและภาคตะวันออก

ตาราง 1 แสดงพื้นที่ของจังหวัดสุพรรณบุรี

อำเภอ	พื้นที่ (ตาราง กิโลเมตร)	ตำบล	อบต.	เทศบาล	หมู่บ้าน
อำเภอเมือง สุพรรณบุรี	540.917	20	14	8	124
อำเภอดอนเจดีย์	252.081	5	5	2	50
อำเภอบางปลาม้า	481.298	14	11	7	127
อำเภอสองพี่น้อง	750.381	15	14	2	140
อำเภอศรี ประจันต์	180.986	9	4	6	64
อำเภอสามชูก	355.917	7	6	1	68
อำเภอเดิมบาง นางบวช	552.330	14	8	8	121
อำเภออู่ทอง	630.290	13	6	9	155
อำเภอดานช้าง	1,193.599	7	7	1	93
อำเภอหนองหญ้า ไซ	420.209	6	6	1	66
รวม	5,358.008	110	81	45	1,008

ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดสุพรรณบุรี

1.2 ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดสุพรรณบุรี

คำขวัญจังหวัดสุพรรณบุรี

เมืองยุทธหัตถี

วรรณคดีขึ้นชื่อ

รุ่งเรืองเกษตรกรรม

แหล่งปราชญ์ศิลปิน

เลื่องลือพระเครื่อง

สูงล้ำประวัติศาสตร์

ภาษาถิ่นชวนฟัง



ภาพ 23 ตราจังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพ 24 ธงประจำจังหวัดสุพรรณบุรี

ดวงตราเป็นภาพพุทธหัตถ์ดี ระหว่างสมเด็จพระนเรศวรมหาราชกับพระมหาอุปราชา แห่งพม่าเหตุที่ใช้เครื่องหมายนี้ก็เพราะเหตุการณ์ศึก ในปีพุทธศักราช 2135 ทำให้ประเทศไทย ได้รับอิสรภาพจากชัยชนะจนได้รับการเผยแพร่ชื่อเสียงและกิตติคุณของพระมหากษัตริย์ไทย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับบริเวณที่กระทำยุทธหัตถีอยู่ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพ 25 ดอกไม้ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี

ดอกไม้ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี คือ ดอกสุพรรณนิการ์ ชื่อภาษาอังกฤษ Cotton Tree, Yell Silk Cotton, Butter Cup, Torchwood ชื่อพฤกษศาสตร์ Cochlospermum religiosum Alston พืชในวงศ์ Cochlospermaceae-Bixaceae มีต้นกำเนิดมาจากอเมริกากลางและอเมริกาใต้ เป็นไม้ยืนต้นสูง 5-15 เมตร เรือนยอดเป็นพุ่มกลม เปลือกสีเทาถึงสีน้ำตาลเรียบ กิ่งก้านมักคดงอ ใบเดี่ยวเรียงเวียนสลับแผ่นใบรูปฝ่ามือ ปลายแฉกแหลม โคนใบเว้า ขอบหยักเป็นคลื่น ผิวใบมี

ขนสั้นนุ่ม สีเขียวสดเมื่อแก่ใกล้ร่วงเปลี่ยนเป็นสีแดง ดอกมีสีเหลือง มีทั้งพันธุ์ดอกกลีบชั้นเดียว และกลีบดอกซ้อนดอกออกเป็นแขนงตามปลายกิ่งโดยออกปีละครั้งในช่วงเดือนธันวาคม ถึงเดือนมีนาคม ผลเป็นรูปไข่ ปลูกเป็นไม้ประดับทั่วทุกภาคของประเทศไทย



ภาพ 26 ต้นไม้ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี

ต้นไม้ประจำจังหวัดสุพรรณบุรี คือ ต้นมะเกลือ เป็นไม้ยืนต้นในวงศ์ Ebenaceae พบขึ้นตามป่าเบญจพรรณทั่วไป เรือนยอดเป็นพุ่มกลมกิ่งอ่อนมีขนนุ่ม ผลดิบของมะเกลือมีสรรพคุณเป็นยา จัดเป็นพืชสมุนไพรชนิดหนึ่ง สมัยก่อนนิยมใช้ยางผลมะเกลือนำไป ย้อมผ้า มะเกลือเป็นพันธุ์ไม้พระราชทานเพื่อปลูกเป็นมงคลของจังหวัดสุพรรณบุรี

2. ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถแบ่งตามธรณีสัณฐาน ได้ 2 บริเวณ คือ

1. บริเวณทิวเขาสูงและพื้นที่ลอนลาดสลับลอนชัน เริ่มตั้งแต่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภออุทุมพร ทอดขึ้นไปทางทิศเหนือขนานกับเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี ลักษณะเป็นลูกคลื่นลอนลาดสลับเชิงเขา ส่วนด้านทิศตะวันตกของอำเภอด่านช้าง มีสภาพเป็นลูกคลื่นลอนลาดสลับซับซ้อนจนถึงทิวเขาสูงชัน เป็นแนวเขาที่ติดต่อกับเขตทิวเขาตะนาวศรีมียอดเขาสูงสุด คือ เขาเทวดา ความสูง 1,223 เมตร จากระดับทะเลปานกลาง ร่องลงมาเป็นเขาพุเตย ความสูง 763 เมตร จากระดับทะเลปานกลาง ถัดจากแนวทิวเขาเป็นที่ราบหุบเขา มาทางตะวันออกจะเป็นแนวลูกคลื่นลอนชันถึงเนินเขา แล้วค่อย ๆ ลาดเทลงมาทางทิศตะวันออกจนถึงแม่น้ำสุพรรณบุรี และ 2. บริเวณที่ราบลุ่ม อยู่ทางทิศตะวันออกของจังหวัด ริมน้ำสุพรรณบุรีตลอดแนวทั้ง 2 ฝั่ง ตั้งแต่เหนือจดใต้ อยู่สูงจากระดับทะเลปานกลางเฉลี่ย 3 เมตร ส่วนทางทิศเหนือของจังหวัดอยู่สูงจากระดับทะเลปานกลางเฉลี่ย 10 เมตร ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภอสามชุก อำเภอด่านเจดีย์ อำเภอศรีประจันต์ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า และบางส่วนของอำเภออุทุมพร

2.1.1 สภาพธรณีวิทยา

จังหวัดสุพรรณบุรีประกอบด้วยหินต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. หินอัคนี ส่วนใหญ่ที่พบในเขตอำเภอด่านช้างเป็นหินแกรนิต หินแกรนิตโนไดโอไรต์ หินไดโอไรต์ หินควอตซ์ และหินบะซอลต์ หินเหล่านี้เกิดจากแมกมาต้นตัวแทรกจากพื้นใต้โลกขึ้นมาเย็นตัวลงอย่างช้า ๆ กลายเป็นหินแกรนิต ส่วนที่เย็นตัวอย่างรวดเร็วเป็นหินบะซอลต์ หินชุดนี้จัดอยู่ในยุคเมโสโซอิกมีอายุ 300 ล้านปี ปรากฏอยู่ในเขตอำเภอด่านช้าง

2. หินชั้นและหินแปร มีปรากฏในเขตอำเภอด่านช้าง อำเภอหนองหญ้าไซ และอำเภอ เดิมบางนางบวช ประกอบด้วยกลุ่มของหินดินดาน ในพื้นที่หลายๆ แห่งจะแปรเป็นหินฟิลไลต์ หินควอตซ์ไซด์ และหินชนวนจะพบหินปูนเป็นชั้นบาง ๆ พบเป็นแห่ง ๆ ส่วนแถบอำเภออุทองเป็นชั้นของหินปูนสีเทาอ่อนเนื้อละเอียด เกิดสลับกับหินดินดาน หินทราย หินโคลน หินกรวดมน และหินทัพภูเขาไฟ

3. ตะกอนลุ่มน้ำและกรวดแม่น้ำ พบในเขตอำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอสามชุก อำเภออุทอง อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอศรีประจันต์ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี บางส่วนของอำเภอบางปลาม้าและอำเภอสองพี่น้อง ซึ่งเป็นพื้นที่ค่อนข้างราบต่ำกว่าส่วนอื่น ๆ และถูกทับถมใต้หินและตะกอนใหม่ที่ยังไม่จับแข็งตัว ตะกอนเหล่านี้ถูกพัดมาทับถมโดยกระบวนการทางแม่น้ำธาร โดยเฉพาะในเขตอำเภอเดิมบางนางบวชและอำเภอเมืองสุพรรณบุรี ซึ่งมีที่ราบลุ่มน้ำหรือบึงขนาดใหญ่ ทับถมโดยโคลนเลน ตะกอนเหล่านี้เกิดในยุคไพลสโตซีน 1-2 ล้านปีมาแล้ว รวมทั้งยุคปัจจุบัน

2.1.2 ทรัพยากรดิน

ดิน หากพิจารณาคูณสมบัติของดินทั้งทางกายภาพและเคมี เช่น เนื้อดิน ความลึกของดิน ความสามารถในการอุ้มน้ำของดิน ชนิดของแร่ธาตุและปริมาณแร่ธาตุ อาหารของดิน จะพบว่าสภาพของดินในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี เหมาะกับการปลูกพืชไร่ การทำนาข้าว การปลูกไม้ยืนต้น การปลูกไม้ผลต่างๆ การปลูกหญ้าเลี้ยงสัตว์

2.1.3 ทรัพยากรแร่ธาตุ

จังหวัดสุพรรณบุรี มีแร่ธาตุหลายชนิด ได้แก่ ดีบุก วุลแฟรม ซีไลต์ แมงกานีสสังกะสี ตะกั่ว เป็นต้น ซึ่งจะพบมากในเขตอำเภอด่านช้าง ส่วนใยหินแกรนิตและหินปูน มีมากบริเวณพื้นที่ด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตก ระหว่างอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี และอำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี และพื้นที่บางส่วนของอำเภอด่านช้าง



ภาพ 27 ทรัพยากรแร่ธาตุ

ที่มา : พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจังหวัดสุพรรณบุรี

2.1.4 ทรัพยากรน้ำ

จังหวัดสุพรรณบุรี มีแหล่งน้ำธรรมชาติ แหล่งน้ำผิวดิน แหล่งน้ำใต้ดิน และแหล่งน้ำชลประทาน โดยแหล่งน้ำธรรมชาติ มีลำน้ำสำคัญ 3 สาย ได้แก่

แม่น้ำสุพรรณบุรีหรือแม่น้ำท่าจีน เป็นแม่น้ำที่ไหลแยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้าสู่เขตจังหวัดสุพรรณบุรีที่อำเภอเดิมบางนางบวชไหลผ่านอำเภอสามชูก อำเภอศรีประจันต์ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า และอำเภอสองพี่น้อง จากนั้นไหลลงสู่อ่าวไทยที่จังหวัดสมุทรสาคร

แม่น้ำจะเข้สามพัน ไหลมาจากเขาหัวนอน อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี ผ่านอำเภอกู่ทองมาบรรจบกับแม่น้ำท่าจีนที่ไหลมาจากแม่น้ำด้วย อำเภอสามชูก แล้วไหลผ่านตลาดบางลี่ อำเภอดสองพี่น้อง ออกปากคลองวัดบางสามหรือปากคลองสองพี่น้องลงสู่มแม่น้ำสุพรรณบุรี

ลำน้ำกระเสียว หรือห้วยกระเสียว เกิดจากลำน้ำสายต่าง ๆ ที่ไหลจากตอนใต้ของอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และเขาพุระกำ รวมทั้งเขากระทังดินตอนใต้ ลงมารวมกันทางด้านทิศตะวันตกของอำเภอด่านช้างกลายเป็นลำห้วยกระเสียวไหลลงสู่ตอนกลางของจังหวัด ผ่านที่ราบลุ่มลงสู่มแม่น้ำสุพรรณบุรีที่อำเภอสามชูก

แหล่งน้ำธรรมชาติผิวดินอื่นๆ มีแม่น้ำ ห้วย ลำธาร คลอง 416 สาย มีหนอง บึง 67 แห่ง มีน้ำพุ น้ำซับ 13 แห่ง สามารถใช้ประโยชน์เพื่อการอุปโภค บริโภค เพื่อทำเกษตรกรรม

แหล่งน้ำใต้ดิน ประกอบด้วย บ่อบาดาลส่วนตัว 9,810 บ่อ บ่อบาดาลสาธารณะ 1,980 บ่อ และบ่อที่มีเครื่องสูบน้ำ 2,584 แห่ง สระ 709 แห่ง

นอกจากนี้ ยังมีบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติในอำเภอด่านช้างนางบวช ซึ่งเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำรวม 2,000 ไร่

2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดสุพรรณบุรีได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้เช่นเดียวกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคกลาง โดยฤดูร้อนอากาศร้อนอบอ้าว เนื่องจากถูกปกคลุมด้วยความกดอากาศสูงที่มีศูนย์กลางอยู่ในทะเลจีนใต้และมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตก อันเป็นต้นกำเนิดของกระแสลมตะวันออกเฉียงและตะวันออกเฉียงใต้ที่พัดเข้าสู่ลาวไทยและภาคกลาง ช่วงฤดูฝนได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากพายุดีเปรสชัน ซึ่งเคลื่อนตัวจากทะเลจีนใต้เข้ามาฝั่งประเทศเวียดนาม ส่วนฤดูหนาวอุณหภูมิไม่ลดต่ำมากนัก เพราะอยู่ปลายลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ

ฤดูกาล พิจารณาตามลักษณะลม พ้า อากาศของประเทศไทย แบ่งฤดูกาลของจังหวัดสุพรรณบุรี ออกเป็น 3 ฤดูกาล ดังนี้

2.2.1 ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะมีบริเวณความกดอากาศสูงจากประเทศจีน ที่มีคุณสมบัติเย็นและแห้งจะแผ่ลงมาปกคลุมประเทศไทยในช่วงนี้ แต่เนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในภาคกลาง อิทธิพลของบริเวณความกดอากาศสูงจากประเทศจีนที่แผ่มาปกคลุมในช่วงฤดูหนาวจะซ้ากว่าภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีอากาศหนาวเย็นซ้ากว่าสองภาค ดังกล่าว โดยเริ่มมีอากาศหนาวประมาณกลางเดือนพฤศจิกายน เป็นต้นไป ช่วงปลายเดือนธันวาคม และต้นเดือนมกราคม เป็นช่วงที่มีอากาศหนาวที่สุดของปี โดยที่อำเภอด่านช้างจะมีอากาศหนาวเย็นมากกว่าทุกอำเภอในสุพรรณบุรี

2.2.2 ฤดูร้อน เริ่มเมื่อมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือสิ้นสุดลง คือ ประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม โดยระยะนี้จะมีหย่อมความกดอากาศต่ำเนื่องจากความร้อนปกคลุมประเทศไทยตอนบน ทำให้มีอากาศร้อนอบอ้าวทั่วไป โดยมีอากาศร้อนจัดในเดือนเมษายน

2.2.3 ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่ กลางเดือนพฤษภาคม ถึงกลางเดือนตุลาคม เป็นช่วงที่มรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดปกคลุม ประเทศไทย ร่องความกดอากาศต่ำที่พาดผ่านบริเวณภาคใต้ของประเทศไทย จะเลื่อนขึ้นมา พาดผ่านบริเวณภาคกลางและภาคเหนือ เป็นลำดับ ในระยะนี้ทำให้มีฝนตกชุกขึ้นตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม เป็นต้นไป และเดือนกันยายนเป็นเดือนที่มีฝนตกชุกมากที่สุดในรอบปีและเป็นช่วงที่มีความชื้นสูงเช่นเดียวกับเดือนตุลาคม

2.3 ลักษณะของพืชสัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ

2.3.1 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สถานการณ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของจังหวัดสุพรรณบุรี แสดงเป็นตาราง ดังนี้

พื้นที่	จำนวน (ไร่)	ร้อยละของพื้นที่จังหวัด
จังหวัดสุพรรณบุรี 3,381,555.68 ไร่		
ป่าไม้ปี พ.ศ. 2558	398,739.34	11.79
ป่าไม้ปี พ.ศ. 2559	394,608.31	11.67
ป่าไม้ปี พ.ศ. 2560	393,926.37	11.65
การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ป่า (+/-)		
ป่าไม้ปี พ.ศ. 2558-2559	-4,131.03	-1.04
ป่าไม้ปี พ.ศ. 2559-2560	-681.94	-0.17

ที่มา : ข้อมูลสถิติกรมป่าไม้ ปี พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2560 สำนักจัดการที่ดินป่าไม้ กรมป่าไม้

จังหวัดสุพรรณบุรี มีเนื้อที่ป่าไม้ทั้งหมด 825,102.52 ไร่ ของพื้นที่จังหวัด ถูกประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ จำนวน 1 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติพุเตย วนอุทยาน จำนวน 1 แห่ง คือ วนอุทยานพุ่มม่วง สวนรุกชาติ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ สวนรุกชาติดอนเจดีย์ และสวนรุกชาติด่านช้าง เขตห้ามล่าสัตว์ป่า จำนวน 1 แห่ง คือ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก และเขตป่าสงวนแห่งชาติ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ ป่าองค์พระ ป่าเขาพระกำ ป่าเขาห้วยพลู ป่าห้วยขมิ้น ป่าพุน้ำร้อน ป่าหนองหญ้าไซ ป่าทุ่งดินดำ ป่าเขาตาแก้ว ป่าเขาตะโกปิดทอง ป่าเขาเพชรน้อย ป่าบ้านช้าง ป่าสักกระยาไส และป่าโป่งลานทุ่งคอก โดยมีพื้นที่กระจายอยู่ทางตอนเหนือ และทางด้านตะวันตก ภายในเขตอำเภอด่านช้าง อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภออู่ทอง และอำเภอสองพี่น้อง ชนิดป่า มีตั้งแต่ ป่าทุ่ง ป่าเต็งรัง ป่าเบญจพรรณ ป่าดงดิบและป่าสนเขา ไม้ที่มีค่าทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เต็ง รัง มะค่าโมง พะยูง ชิงชัน ประดู่ตะเคียนทอง และยมหอม เป็นต้น

2.3.2 การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน

จังหวัดสุพรรณบุรี มีเนื้อที่ทั้งหมด 3,348,755 ไร่ การใช้ประโยชน์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม 2,486,977 ไร่ ของเนื้อที่ทั้งหมด รองลงมาเป็นพื้นที่ป่าไม้ 402,580 ไร่ ชุมชนและสิ่งปลูกสร้าง 276,955 ไร่ และพื้นที่เบ็ดเตล็ด 822 ไร่

สำหรับพื้นที่ในภาคอุตสาหกรรม จังหวัดสุพรรณบุรี มีผู้ขออนุญาตขายอาหารสัตว์ จำนวน 277 ร้าน แบ่งเป็น ประเภทขายปลีก จำนวน 196 ร้าน และประเภทขายปลีก-ส่ง จำนวน 81 ร้าน มีสถานที่นำเข้าอาหารสัตว์ จำนวน 1 แห่ง ที่อำเภออู่ทอง และมีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 11 แห่ง ดังนี้

- อำเภอเมืองสุพรรณบุรี 1 แห่ง (นำเข้า - แห่ง และผลิต 1 แห่ง)
- อำเภอสองพี่น้อง 5 แห่ง (นำเข้า - แห่ง และผลิต 5 แห่ง)

- อำเภออุ้มทอง 1 แห่ง แห่ง (นำเข้า - แห่ง และผลิต 1 แห่ง)
- อำเภอคอนเจดีย์ 1 แห่ง แห่ง (นำเข้า - แห่ง และผลิต 1 แห่ง)
- อำเภอศรีประจันต์ 2 แห่ง แห่ง (นำเข้า - แห่ง และผลิต 2 แห่ง)
- อำเภอสามชุก 1 แห่ง แห่ง (นำเข้า - แห่ง และผลิต 1 แห่ง)

ในจำนวน 11 แห่งนี้ มีโรงงานผลิตอาหารสัตว์ได้รับมาตรฐานระบบ GMP และ HACCP จำนวน 2 แห่ง ได้แก่

1. บริษัท ไทยฟู้ดส์อาหารสัตว์ จำกัด อำเภออุ้มทอง ได้รับ GMP, HACCP
2. บริษัท เจริญภัณฑ์สามชุกฟีดมิลล์ จำกัด อำเภอสามชุก ได้รับ GMP

และนอกจากนี้ จังหวัดสุพรรณบุรี ยังมีฟาร์มมาตรฐาน และจำนวนปศุสัตว์ที่มีการเลี้ยงทั่วทั้งจังหวัด โดยส่วนใหญ่เป็นฟาร์มสุกร ไก่เนื้อ และไก่เนื้อ

3. ข้อมูลด้านสังคมประวัติความเป็นมา

จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ในเขตภาคกลางด้านตะวันตกของประเทศไทย มีอายุถึงยุคหินใหม่ ประมาณ 3,500 – 4,000 ปี สืบต่อเนื่องมาจนถึงยุคสัมฤทธิ์และยุคเหล็กอายุราว 2,500 ปี ล่วงเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ พุณน อมรวดี ทวารวดี ลพบุรี อุ้มทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน สุพรรณบุรี เป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของอยุธยาด้านตะวันตกในประวัติศาสตร์ไทยรบกับพม่า จำนวน 33 ครั้ง เป็นการรบติดพันใกล้เมืองหลวง โดยมีจังหวัดสุพรรณเป็นสมรภูมิเลือดถึง 6 ครั้งใหญ่ๆ ชาวสุพรรณเป็นผู้สืบสายเลือดนี้กรบโดยแท้ การรบที่ดุเดือดและเป็นเกียรติประวัติอันยาวนานแห่งสงครามไทย รบกับพม่า คือ สงครามยุทธหัตถีระหว่างสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและพระมหาอุปราชาที่ดอนเจดีย์ เป็นการ ประกาศอิสรภาพจากพม่าโดยเด็ดขาด

โบราณวัตถุ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณสถานที่พบเป็นที่ประจักษ์พยานบ่งบอกว่าจังหวัด สุพรรณบุรี มีความเป็นมาตั้งแต่ยุคมนุษย์หินใหม่ และยังเป็นเมืองพุทธศาสนา เนื่องจากพบพุทธประติมากรรม อยู่ทั่วไป จากสถิติพบไม่น้อยกว่า 140-150 ครั้ง ตั้งแต่สมัยอมรวดี เป็นต้นมา จึงสันนิษฐานได้ว่าเป็นเมืองที่พุทธศาสนาฝัง รากไว้อย่างแน่นหนาไม่น้อยกว่า 2,300 ปี มาแล้ว

ราว พ.ศ. 700 – 800 อาณาจักรสุวรรณภูมิ ซึ่งมีเมืองนครปฐมเป็นราชธานี ต้องตกเป็นเมืองเอก ของจีนละ (เขมร) ต่อมาราว พ.ศ. 1113 พวกรไทยเมืองละโว้ได้กู้อิสรภาพสำเร็จ อาณาจักรสุวรรณภูมิโบราณนี้ได้ กลับมีความเจริญรุ่งเรืองอีกวาระหนึ่ง และมีชื่อใหม่ว่า

“อาณาจักรทวารวดี” ในสมัยนั้นเมืองอู่ทอง สุพรรณบุรี) คงจะเจริญเป็นปึกแผ่นแล้ว ดังจะเห็นได้จากหลักฐานที่ กรมพระยาดำรงราชานุภาพทรงเล่าไว้ในนิทานโบราณคดี

เรื่อง “เมืองอู่ทอง” ว่า “ข้าพเจ้าเข้าไปดูเมืองท่าอู่ทอง เมืองตั้งอยู่ฝั่งตะวันตกของลำน้ำจรเข้สามพันคูเป็นเมือง เก่าใหญ่โต เคยมีป้อมปราการก่อด้วยศิลาแต่หักพังไปเสียเกือบหมดแล้ว ยังเหลือคงรูปแต่ประตูเมืองแห่งหนึ่ง กับป้อมปราการ...”

เมืองทวารวดี (นครปฐม) เจริญแล้วก็เสื่อมลงตามความเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ และสงคราม บางคราวถึงกับ ทิ้งร้างไปนาน ๆ เมื่อถึงสมัยอู่ทอง พระยาพานได้พยายามบูรณะใหม่ แต่น้ำท่าไม่อุดมสมบูรณ์ เหมือนสมัยโบราณพระยาพานจึงได้แต่เพียงซ่อมองค์พระปฐมเจดีย์ แล้วสถาปนาเมืองพันธุมบุรีบนฝั่งแม่น้ำท่าจีน ขึ้นแทนระหว่าง พ.ศ. 1420-1425 และได้ครองเมืองนี้ต่อมาจนสวรรคตในราว พ.ศ. 1459 พระยา ได้ครองราชย์แทนแต่กลับเสด็จไปครองเมืองอู่ทองซึ่งใหญ่กว่า เมืองอู่ทองจึงเป็นราชธานี เรียกว่า “เมืองศรีอยุธยา” อยู่ระยะหนึ่ง

ต่อมาเหตุการณ์เมืองพันธุมบุรีได้เจ็บบ่ายไปราวสองศตวรรษมาปรากฏเรื่องราว อีกครั้งหนึ่ง เมื่อพระเจ้ากาแต เชื้อสายมอญ ได้เสวยราชย์ในเมืองอู่ทอง แล้วย้ายราชธานีกลับมาอยู่ที่เมืองพันธุมบุรีได้มอบหมาย ให้มอญน้อย (พระญาติ) สร้างวัดสนามไชย และบูรณะวัดลานมะขวิด (วัดป่าเลไลยก์) ในบริเวณเมืองพันธุมบุรี เสียใหม่เมื่อบูรณะวัดแล้ว ข้าราชการได้เกิดศรัทธาใน พระพุทธศาสนา และชวนกันออกบวชถึงสองพันคน จึงได้เรียกชื่อเมืองใหม่ว่า “เมืองสองพันบุรี”

ครั้นถึงสมัยอู่ทองเมืองอู่ทอง มีกษัตริย์ครองราชย์สืบต่อกันมาหลายพระองค์เรียกว่า “พระเจ้าอู่ทอง” ทั้งสิ้นและพระราชธิดาของพระเจ้าอู่ทองได้อภิเษกสมรสกับพระเจ้าราม ไอรส พระเจ้าศิริชัยเชียงแสน ต่อมาพระเจ้ารามขึ้นครองเมืองอู่ทองแทน (พ่อตา) คนทั่วไปเรียกว่า “พระเจ้าอู่ทอง” เมื่อขุนหลวงพระจ้าว (พิมพ์เหล็ก) ขึ้นครองเมืองสองพันบุรี และได้ย้ายไปครองเมืองอู่ทอง ต่อมาเมืองอู่ทองต้องกลายเป็นเมืองร้าง เพราะแม่น้ำจรเข้ สามพัน เปลี่ยนทางเดินใหม่และตื้นเขิน ซ้ำร้ายยังเกิดโรคห่า อหิวาตกโรค) อีกด้วยขุนหลวงพระจ้าวจึงย้ายกลับมา ประทับที่เมืองสองพันบุรี และภายหลังจึงได้เปลี่ยนชื่อเมืองเสียใหม่ว่า “เมืองสุพรรณบุรี” เมื่อ พ.ศ. 1890

เมืองสุพรรณบุรี ที่สร้างขึ้นในสมัยอู่ทองนั้น ตั้งอยู่ทางฝั่งขวาของแม่น้ำสุพรรณบุรี (ท่าจีน) ยังมีคูและกำแพงเมืองปรากฏอยู่จนกระทั่งทุกวันนี้ แต่ตัวเมืองในปัจจุบันตั้งอยู่ที่ตำบลท่าพี่เลี้ยงทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำ สันนิษฐานว่าคงย้ายมาเมื่อสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์เพราะในสมัยกรุงธนบุรีมีศึกพม่าเข้ามาประชิดติดพัน คงไม่มีเวลาวาง ที่จะทรงคิดในเรื่องการสร้างบ้านเมืองใหม่ขึ้น

ในสมัยรัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ คาดเดาว่าเมืองที่ย้ายมาตั้งขึ้นใหม่ ยังคงเป็นป่าเสียส่วนใหญ่ บ้านเรือนราษฎร มีเฉพาะบริเวณริมแม่น้ำท่าจีนเท่านั้น ห่างจากลำน้ำออกไปเป็นป่าอยู่แทบทั้งสิ้น ตามที่สุนทรภู่ กวีเอกของไทย ไปเที่ยวเมืองสุพรรณยังพรรณนาไว้ในโคลงนิราศสุพรรณว่า “ได้พบเสื่ออยู่ในบริเวณ เมืองสุพรรณ” นี้

ตั้งแต่สมัยโบราณมีคติถือกันโดยเคร่งครัดว่า “ห้ามมิให้เจ้านายเสด็จไปเมืองสุพรรณ” แต่จะห้าม มาแต่ครั้งใดและด้วยเหตุผลประการใดนั้น ไม่มีผู้ตอบได้ จนกระทั่ง ถึงต้นรัชกาลที่ 5 ก็ยังคงถือกันเป็นประเพณีอยู่ เช่นนี้เรื่อยมาเมื่อสมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงมหาดไทย จะเสด็จไปตรวจราชการที่เมืองนี้พระยาอ่างทองยังทูลห้ามไว้ โดยถวายเหตุผลว่าเทพารักษ์หลักเมือง ไม่ชอบเจ้านาย ถ้าเสด็จไป มักจะทำให้เกิดอันตรายต่างๆ แต่สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ไม่ทรงเชื่อทรงเสด็จไปเมืองสุพรรณบุรีเป็น พระองค์แรกเพื่อจะทรงตรวจราชการที่เมืองนี้ให้จงได้ทรงจะช่วยเหลือให้ความสะดวก หรือการทูลบำรุงบ้านเมือง ให้เจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้นนั้น ไม่ใช่การไปทำความชั่ว เทพารักษ์ประจำเมืองคงจะไม่ให้โทษเป็นแน่เมื่อเสด็จกลับจาก ตรวจราชการครั้งนั้นแล้วก็ไม่ทรงได้รับภัยอันตรายประการใด เจ้านายพระองค์อื่นเมื่อเห็นเช่นนั้นก็ทรงเลิกเชื่อถือคติ โบราณ และเริ่มเสด็จประพาสกันต่อมาเรื่อยๆ ครั้นเมื่อ พ.ศ.2447 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าอยู่หัวเสด็จ ประพาสเมืองสุพรรณอีกครั้งหนึ่ง ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาก็ไม่มีใครได้พูดถึงคติที่ห้ามเจ้านายมิให้เสด็จไปเมืองสุพรรณอีก เลยเป็นอันว่าในปัจจุบันไม่ว่า เจ้านายหรือคนธรรมดาสามัญถ้าจะไปเที่ยวเมืองสุพรรณบุรีก็คงจะไปได้ทุกโอกาสโดย ไม่มีข้อห้ามหวงกีดกันอย่างใด

ในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อมีการปกครองมณฑลเทศาภิบาล เมืองสุพรรณก็รวมอยู่ในมณฑลนครชัยศรี ซึ่งประกอบด้วย เมืองนครชัยศรีสุพรรณบุรี และสมุทรสาคร ในปี พ.ศ. 2438 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2456 มีการ เปลี่ยนชื่อเมืองมาเป็นจังหวัด เมืองสุพรรณบุรี จึงเป็น “จังหวัดสุพรรณบุรี” ตั้งแต่นั้นมา

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี

3.1.1 จำนวนประชากร

จากข้อมูลและสถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร ณ เดือนธันวาคม 2564 จังหวัดสุพรรณบุรี มีประชากรที่มีสัญชาติไทย รวม 832,850 คน เป็นชาย 401,516 คน เป็นหญิง 431,334 คน และมีประชากรที่ไม่ได้สัญชาติไทย รวม 2,510 คน เป็นชาย 1,367 คน เป็นหญิง 1,143 คน รวมทั้งสิ้น 835,360 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564)

ที่มา : สำนักทะเบียนกลาง

3.1.2 ชาติพันธุ์

จังหวัดสุพรรณบุรีมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและเผ่าพันธุ์มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมและประเพณีอันเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดที่สืบทอดมาแต่โบราณกาล เพราะสภาพภูมิประเทศที่เสริมให้เมืองสุพรรณบุรีเป็นศูนย์รวมทางวัฒนธรรมเป็นเมืองที่ผู้คนจากดินแดนโพ้นทะเลและชาวพื้นเมืองหลายกลุ่มที่อาศัยอยู่บริเวณชายแดนระหว่างไทยและสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์อพยพเข้ามาตั้งรกราก ทำให้เมืองสุพรรณบุรีประกอบด้วยชนหลายเชื้อชาติ รวม 11 ชาติพันธุ์ ดังนี้

3.1.2.1 ชาวไทยพื้นถิ่น อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภออุทุมพร (ตำบลจระเข้สามพัน)

3.1.2.2 ชาวไทยเชื้อสายจีน ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่ทุกอำเภอของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่เป็นย่านธุรกิจการค้า เช่น ตลาดเก้าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบ้านสุด ตลาดศรีประจันต์ ตลาดสามชุก และตลาดบางลี่

3.1.2.3 ชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอด่านช้าง (ตำบลวังยาว และตำบลองค์พระ)

3.1.2.4 ชาวไทยเชื้อสายไทยทรงดำ (ลาวโซ่ง) ส่วนใหญ่เคลื่อนย้ายมาจากจังหวัดเพชรบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภออุทุมพร (บ้านดอนมะเกลือ บ้านดอน หนองโอง บ้านยาง บ้านหัวทำนบ บ้านคนธิ บ้านโคกลำโรง บ้านหนองโอง บ้านโขง บ้านดอนโพธิ์ใหม่ และบ้านสระยายโสม) อำเภอสองพี่น้อง (บ้านดอนมะนาว บ้านบางเลน บ้านหนองนา บ้านลาดมะขาม บ้านดอนตากีต และบ้านโพธิ์) อำเภอเมืองสุพรรณบุรี (บ้านบางกุ้ง บางบางหมัน และบ้านไผ่แปลกแม่) อำเภอหนองหญ้าไซ (หมู่ที่ 4 ตำบลหนองขาม) และอำเภอบางปลาม้า (บ้านวังเย็น และบ้านดอนโก)

3.1.2.5 ชาวไทยเชื้อสายลาวเวียงสุพรรณบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภออุทุมพร (ตำบลดอนคา พลับพลาไชย และบ้านโขง) อำเภอเดิมบางนางบวช (ตำบลป่าสะแก) อำเภอเมืองสุพรรณบุรี (ตำบลสวนแตง ไผ่ขวาง ท่าระหัด โคกโคเคาะ ทับตีเหล็ก ศาลาขาวดอนโพธิ์ทอง ดอนกำยาน และบ้านโพธิ์) อำเภอด่านช้าง (ตำบลด่านช้าง และหนองมะค่าโมง)

3.1.2.6 ชาวไทยเชื้อสายเขมรสุพรรณบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองสุพรรณบุรี (ตำบลบ้านโพธิ์ และตำบลตลิ่งชัน)

3.1.2.7 ชาวไทยเชื้อสายญวนสุพรรณบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอสองพี่น้อง (บ้านแม่พระประจักษ์ ตำบลต้นตาล)

3.1.2.8 ชาวไทยเชื้อสายมอญสุพรรณบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอสองพี่น้อง (ตำบล ศรีสำราญ ตำบลทุ่งคอก และตำบลบ่อสุพรรณ)

3.1.2.9 ชาวไทยเชื้อสายลาวสีลาวครั่งสุพรรณบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเดิมบางนางบวช (ตำบลบ่อกรู ตำบลหนองกระทุ่ม และตำบลป่าสะแก) และอำเภอด่านช้าง

3.1.2.10 ชาวไทยเชื้อสายลาวพวนสุพรรณบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอบางปลาม้า (ตำบล บางปลาม้า มะขามล้ม วัดโบสถ์ และวังน้ำเย็น) อำเภอเมืองสุพรรณบุรี (ตำบลสระแก้ว และสวนแตง) อำเภอด่านช้าง (ตำบลนิคมกระเสียว และด่านช้าง) และอำเภอดอนเจดีย์ (ตำบลสระกระจิม)

3.1.2.11 ชาวไทยเชื้อสายละว้า (กอง) สุพรรณบุรี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอด่านช้าง (ตำบลห้วยขมิ้นและวังยาว)

ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี

3.2 สถานภาพทางสังคม

จังหวัดสุพรรณบุรี มีสถานศึกษาที่เปิดสอนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา และการศึกษานอกระบบ รวมทั้งหมด 502 แห่ง ดังนี้

3.2.1 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน	จำนวน 431 แห่ง
3.2.2 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน	จำนวน 28 แห่ง
3.2.3 กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น	จำนวน 13 แห่ง
3.2.4 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา	จำนวน 7 แห่ง
3.2.5 สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ	จำนวน 4 แห่ง
3.2.6 สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม	จำนวน 2 แห่ง
3.2.7 กระทรวงสาธารณสุข	จำนวน 2 แห่ง
3.2.8 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	จำนวน 2 แห่ง
3.2.9 สำนักงานบริหารงานการศึกษาพิเศษ	จำนวน 2 แห่ง
3.2.10 สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	จำนวน 2 แห่ง
3.2.11 สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย	จำนวน

10 แห่ง

3.3 ด้านศาสนา

ประชากรจังหวัดสุพรรณบุรี นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 662,630 คน นับถือศาสนาคริสต์ จำนวน 1,062 คน และนับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 199 คน

ศาสนสถาน มีจำนวนวัด รวมทั้งสิ้น 592 วัด (วัดร้าง 229 วัด) มีพระสงฆ์ จำนวน 5,969 รูป อำเภอที่มีพระสงฆ์จำวัดมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอเดิมบางนางบวช

3.4 ด้านสาธารณสุข

จังหวัดสุพรรณบุรี มีสถานบริการสาธารณสุขของรัฐบาล ในปีพุทธศักราช 2562 มีสถานบริการสุขภาพทั้งหมด 466 แห่ง แยกเป็นโรงพยาบาลของรัฐสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 184 จำนวนเต็มยง รวม 1,622 เตียง โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงอื่น จำนวน 0 แห่ง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล จำนวน 174 แห่ง สาธารณสุขอำเภอ (สอ.) จำนวน 10 แห่ง ทีมหมอครอบครัว จำนวน 8 ทีม โรงพยาบาลเอกชน จำนวน 4 แห่ง คลินิก จำนวน 227 แห่ง และคลินิกทันตกรรม จำนวน 33 แห่ง

จังหวัดสุพรรณบุรี มีบุคลากรด้านสาธารณสุข สังกัดภาครัฐและเอกชน (ซึ่งบันทึกข้อมูลผ่านระบบ GISHEALTH) จังหวัดสุพรรณบุรี แยกเป็น แพทย์ รวม 291 คน ทันตแพทย์ รวม 71 คน เภสัชกร รวม 139 คน พยาบาลวิชาชีพ รวม 1,808 คน และบุคลากรทางการแพทย์อื่นๆ 1,714 คน

3.5 ด้านศิลปวัฒนธรรม

จังหวัดสุพรรณบุรีมีประชากรกว่า 97 เปอร์เซ็นต์ที่นับถือพระพุทธศาสนา ส่งผลให้ศิลปวัฒนธรรมของสุพรรณบุรีมักเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา

3.5.1 ด้านสถาปัตยกรรม

พระปรางค์วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ พระพุทธปรางค์มีขนาดใหญ่เห็นได้อย่างเด่นชัดก่อด้วยอิฐสอดินทั้งองค์ ผิวภายนอกฉาบปูนเกลี้ยงตั้งแต่ฐานล่างขึ้นไปถึงยอดบนสุดที่รับภคูล ฐานเป็นบัวลูกฟักสี่เหลี่ยมซ้อนลดหลั่นกัน 4 ชั้น รองรับเรือนธาตุเป็นทรงสอบย่อมุมรับกับส่วนฐาน มีซุ้มจรณะ 4 ด้าน โดยด้านตะวันออกลักษณะเป็นคูลาและมีบันไดทางขึ้นภายในประดิษฐานพระปรางค์จำลองปิดทองทั้งองค์ เรียกกันว่า หลวงพ่อน้อย หน้าบันเรือนธาตุทำเป็นซุ้มลดหลั่นกัน 2 ชั้น ประดับลายปูนปั้นรูปมกรคายนาค ส่วนหน้าบันด้านทิศตะวันออกเป็นรูปเทพนมท่ามกลางมกรคายนาค ส่วนยอดองค์ปรางค์เป็นชั้นวิมานจำลองซ้อนลดหลั่นกัน 7 ชั้น ประดับมุมด้วยกลีบบนและซุ้มบันแถลง ยอดปรางค์ประดับด้วยภคูล

เรือนขุนช้าง เป็นเรือนไทยโบราณขนาดใหญ่ที่งดงาม สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2527 โดยพระเทพสุวรรณโมลี ได้ให้ช่างกรมศิลปากรเป็นผู้ออกแบบ มีการใช้เสาเรือนไม่น้อยกว่า 70 ต้น สร้างเป็นเรือน 3 หลัง ล้อมเรือนใหญ่ที่เรียกว่า หอกลาง ด้านหน้ามีมุขยื่นออกมาจากหอกลางสำหรับใช้เป็นบันไดขึ้น-ลง ด้านหลังมีเรือนเล็กขนานรับกับเรือนหลังท้ายและเรือนด้านข้าง หากนับรวมทั้งเรือนเล็ก 2 หลังกับหน้ามุขบันไดรวมเป็น 5 หลัง เรือนทุกหลังสร้างด้วยไม้สัก

คุ้มขุนแผน สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2525 ลักษณะคล้ายเรือนขุนช้าง แต่ต่างกันตรงที่ขนาดเล็กกว่าและใช้ด้านข้างเป็นทางขึ้น-ลง ด้านหน้าของคุ้มไม่เป็นเรือนใหญ่หรือหอกลาง

อย่างเรือนขุนช้างแต่จะเป็นเรือนขวาง เมื่อขึ้นทางด้านข้างจะเห็นภายในเป็นรูปทรงบ้านโบราณ ภาคกลางขนาดหน้าตักคือ เป็นเรือนชุด 4 หลังล้อมรอบหอกกลาง โดยหันด้านหลังเรือนออกทุกทิศ ทั้งเรือนขวางด้านหน้า ด้านหลัง และด้านข้างทั้งสอง สร้างเป็นห้องมิดชิดเว้นแต่หอกกลางที่เป็น เรือนโถงตามแบบฉบับของบ้านไทยแท้

3.5.2 ด้านจิตรกรรม

งานจิตรกรรมฝาผนังในจังหวัดสุพรรณบุรีที่เก่าที่สุดคือ สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ซึ่งล้วนแต่สวยงามและสะท้อนภาพสังคมในอดีตอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการไว้ผมทรงมหาดไทย ไม่สวมเสื้อ นุ่งโจงกระเบน ผู้หญิง ไว้ผมปัก หมัดโบ นุ่งทั้งผ้าถุง และโจงกระเบน ภาพชาวจีนไว้ผมเปียยาว ตลอดจนภาพชายหญิงเกล้ามวย สวมหน้ากาก ปู่เยอ ย่าเยอ ภาพผู้หญิงไว้ผมดอกกระทุ่มทัดจนยาว ซึ่งเป็นที่นิยมในยุคกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ภาพบ้านเรือนคหบดีปลูกยกพื้นใต้ถุนสูง มีรั้วรอบ ขึ้นบันไดเข้าประตูสู่นอกชานและห้อง หรือ หอนก มีกรงนกแขวนอยู่ใต้ชายคา มีการเลี้ยงไม้ตัดบริเวณนอกชาน มีบ้านทรงตึกแบบจีน ลึงก่อสร้างแบบจีน นอกจากนี้ ยังมีภาพคนลาวเป่าแคนป่นอยู่ด้วย ตลอดจนภาพกะเหรี่ยงนุ่งผ้าลายทองต่าง ๆ ลายสีแดงพื้นขาวและโพกผ้า

จิตรกรรมฝาผนังในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี ได้แก่ วัดหน่อพุทธางกูร ตำบลพิหารแดง วัดปู่บัว ตำบลสนามชัย วัดพร้าวน้ำ ตำบล โพธิ์พระยา วัดไทร ตำบลท่าระหัด วัดแก้ว ตำบลทับตีเหล็ก วัดปราสาททอง ตำบลท่าพี่เลี้ยง

จิตรกรรมฝาผนังในอำเภอบางปลาม้า ได้แก่ วัดชีปะขาวและวัดแก้วตะเคียนทอง ตำบลตะค่า วัดน้อย บ้านยอด วัดจรจริน วัดกลาง วัดมณีวรรณ และวัดลาดหอย ทั้ง 5 วัดอยู่ในตำบลโคกคราม วัดสังฆโฆสิตาราม ตำบลบ้านแหลม

จิตรกรรมฝาผนังในอำเภอศรีประจันต์ ได้แก่ วัดพยัคฆาราม ตำบลศรีประจันต์ วัดจรรย์ หัวขนอน วัดป่าพระเจ้า ตำบลปลายนา วัดเสาชิง ตำบลมดแดง

จิตรกรรมฝาผนังในอำเภอเดิมบางนางบวช ได้แก่ วัดเดิมบางและวัดเขาใหญ่ ตำบลเดิมบาง วัดนางบวช ตำบลนางบวช จิตรกรรมฝาผนังในอำเภอดอนเจดีย์ ได้แก่ บริเวณห้องโถงใต้ฐานองค์เจดีย์ในพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ตำบลดอนเจดีย์

3.5.3 ด้านประติมากรรม

พระพุทธรูปปฏิมาและพระเครื่อง พุทธประติมากรรม ได้แก่ พระพุทธรูปปางป่าเลไลยก์ วัดป่าเลไลยก์ สมเด็จพระพุทธรูปโคตมและพระพุทธรูปกุสันโธที่วัดไผ่โรงวัว ส่วนพระเครื่อง ได้แก่ พระผงสุพรรณ พระขุนแผน วัดพระรูป พระชุดกิมตั้ง พระวัดบ้านกร่าง พระถ้ำเสือ พระวัดชุมนุชสงฆ์ พระวัดการ้อง พระวัดลาวทอง พระวัดลำปะชีว พระร่วง

เครื่องปั้นดินเผาชนิดต่าง ๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการค้นพบแหล่งเตาเผาเครื่องถ้วยชามตั้งอยู่ตามริมฝั่งแม่น้ำสุพรรณบุรี เขตตำบลรั้วใหญ่ ตำบลพิหารแดง ตำบลโพธิ์พระยา และตำบลสนามชัย เขตอำเภอเมืองสุพรรณบุรี โดยเฉพาะใน 2 แหล่ง คือ แหล่งเตาเผาบ้านสมุน ตำบลพิหารแดง ภาชนะที่พบมาก คือ หม้อก้นกลมคอสูง ปากผาย และแหล่งเตาเผาบ้านบางปูน ซึ่งพบทั้ง ภาชนะดินเผาและเนื้อแกร่งที่มีลักษณะเฉพาะ

3.6 ด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรม จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเมืองแห่งท้องทุ่งและสายน้ำ อาชีพหลักของชาวเมือง คือ การทำไร่ทำนา วัฒนธรรมในท้องถิ่น จึงเป็นวัฒนธรรมอันเกี่ยวเนื่องกับการงาน ขณะที่ชาวไร่ชาวนาช่วยกันเก็บเกี่ยวผลผลิตก็จะร้องรำทำเพลงไปด้วย เป็นจุดกำเนิดศิลปะพื้นบ้านทั้งพื่อเพลง แม่เพลง และเพลงพื้นบ้าน นั่นคือ เพลงฉ่อยและเพลงอีแซว เป็นต้น

อดีตงานนมัสการพระพุทธรูปปางป่าเลไลยก์ วัดป่าเลไลยก์นับว่าเป็นงานบุญที่สำคัญมาก ผู้คนจากทั่วสารทิศจะหลั่งให้ตีมาร่วมงาน แต่ด้วยการเดินทางที่ลำบากจึงต้องพักค้างคืนกันในเมือง ดังนั้น จึงมีมหรสพหลายประเภทให้ผู้ร่วมงานได้ครึกครื้น ไม่ว่าจะเป็นลิเก ดนตรี และการร้องเพลง อีแซวหลายวง หากเป็นช่วงหน้าน้ำ คนส่วนใหญ่จะพายเรือมาตามแม่น้ำสุพรรณบุรี ทำน้ำหน้าตลาดในเมืองจึงกลายเป็นที่เล่นเพลงเรือของหนุ่มสาวต่างถิ่นที่พายเรือมาเที่ยวและทำบุญ

ด้านสำเนียงพูดของชาวสุพรรณบุรีก็นับเป็นเอกลักษณ์ ที่เรียกว่าพูดเหน่อ (เสียงเพี้ยนจากระดับเสียงมาตรฐาน) โดยสำเนียงของชาวสุพรรณบุรี เหน่อไว เหน่อช้า ลากหางเสียงยาวก็มี ต่างกันไปในแต่ละอำเภอ ยกตัวอย่างเช่น ไบโหน ไบหน่าย หมากน หมากันโหมด ฯลฯ

3.7 ด้านงานประเพณีที่สำคัญ

3.7.1 งานเทศกาลกินปลา กินเห็ด อาหารรสเด็ด จัดขึ้น ณ ลานอเนกประสงค์ ตำบลด่านช้าง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจังหวัดสุพรรณบุรีร่วมกับเทศบาลด่านช้าง จัดขึ้นในอำเภอด่านช้าง จัดงานช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของสุพรรณบุรี กิจกรรมภายในงาน มีปลานานาชนิดเห็ดโคน ผักปลอดสารพิษให้เลือกชิมและจำหน่าย รวมทั้งมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

3.7.2 งานเทศกาลทิ้งกระจาด จัดขึ้น ณ บริเวณศาลหลักเมือง เขตเทศบาลจนถึงสมาคมจีนตงฮั่วฮ่วยก๊วง บนถนนพินคำ ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยกลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีนจังหวัดสุพรรณบุรีด้วยมีวัตถุประสงค์เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับผู้ล่วงลับ การทำบุญและบริจาคทาน แจกสิ่งของเครื่องใช้จำเป็นและอาหารให้กับผู้

ยากจน จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีช่วงหลังสารทจีนในช่วงเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน เป็นเวลา 3 วัน ในงานมีขบวนแห่อัญเชิญเจ้าพ่อหลักเมืองวนรอบเมืองและประดิษฐานชั่วคราวที่หน้าสมาคมจีน เพื่อให้ประชาชนได้เข้ามาสักการะอย่างทั่วถึง รวมถึงมีการแสดงงิ้ว เซตสิงโตและออกกรำจำหน่ายสินค้า

3.7.3 งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์ จัดขึ้น ณ วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

หลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์เป็นพระพุทธรูปที่เคารพสักการะของชาวบ้านและผู้ที่เกี่ยวข้องในความคิดดีลึกลับ ทุกปีมีงานเทศกาลสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์ 2 ครั้ง คือ ในวันขึ้น 7-9 ค่ำ เดือน 5 และเดือน 12 เป็นประจำทุกปี

หลวงพ่อดำหรือหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์เป็นพระพุทธรูปในอิริยาบถประทับนั่ง บัลลังก์ห้อยพระบาท ทั้งสองทอดลงมาเหยียบบนพื้นพระพาหา (แขน) ทั้งสองข้างวางบนพระเพลา (เข่า) หงายพระหัตถ์ขวา พระหัตถ์ซ้ายคว่ำลง เบื้องหน้ามีพญาช้างป่าเลไลยกะ (ปาลีไลยก์) และสิง

3.7.4 งานประเพณีกำฟ้า เป็นประเพณีเก่าแก่ของชุมชนชาวไทพวนที่ปฏิบัติสืบทอดกันมา พิธีกำฟ้า หมายถึง ประเพณีบูชาฟ้าและเป็นการแสดงความขอบคุณต่อเทพยดาแห่งท้องฟ้าหรือผีฟ้า วันงานชาวไทพวนทุกคนจะหยุดทำงานทุกชนิดและทำกิจกรรมร่วมกัน ตั้งแต่รุ่งเช้าถึงค่ำคืน คือการทำบุญตักบาตรตอนเช้า การละเล่นในตอนกลางคืนและการพบปะสังสรรค์ระหว่างเครือญาติด้วยกัน ประเพณีกำฟ้ายังคงปฏิบัติกันอยู่ในหมู่บ้านพวนทุกจังหวัด ทั่วประเทศ แบ่งเป็น 2 ช่วง คือ วันขึ้น 3 ค่ำ และ 7 ค่ำ เดือน 3

3.7.5 งานประเพณีตักบาตรกลางน้ำ จัดขึ้น ณ บริเวณหน้าตลาดคองวัง ผ่านหน้าวัดเจ้าขาวไปจนถึงวัดป่าพุกฤษ์ ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ คือ การตักบาตรพระสงฆ์กลางลำน้ำท่าจีน โดยพระสงฆ์จากวัดต่าง ๆ ริมแม่น้ำท่าจีน จะพายเรือมาบิณฑบาต ประเพณีตักบาตรกลางน้ำเป็นงานบุญที่สืบทอดกันมาช้านาน จัดขึ้นในวันแรม 12 ค่ำ เดือน 12 ในวันงานจะเห็นภาพเรือพระสงฆ์และเรือชาวบ้านเรียงรายไปตลอดลำน้ำ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมงานบุญและการละเล่นต่าง ๆ เช่น ชักพระ ทอดผ้าป่า เล่นเพลงเรือ เพลงพื้นบ้าน และร่วมปิดทองไหว้พระหลวงพ่อดำสีแสง พร้อมชมระฆังโบราณอายุกว่า 100 ปี

ประเพณีตักบาตรกลางน้ำเริ่มด้วยในสมัยก่อนนั้นยังไม่มีถนน บ้านเรือนราษฎรอยู่ริมน้ำ แม่น้ำจึงเป็นเส้นทางสัญจรที่สำคัญเช่นเดียวกับพระภิกษุสงฆ์ที่จะออกมารับบิณฑบาตจากชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำโดยการพายเรือจนกลายเป็นประเพณีจนถึงปัจจุบัน

3.7.6 งานประเพณีตักบาตรเทโว จัดขึ้น ณ วัดเขาตีสลัก ตำบลตอนคา อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นงานใหญ่ประจำปีหลังวันออกพรรษาช่วงเดือนตุลาคม ประเพณีตักบาตรเทโวเริ่มต้นเข้าด้วยการตักบาตรข้าวสาร อาหาร ขนม และสิ่งสำคัญ คือ ข้าวต้มลูกโยน พระภิกษุสงฆ์จะเดินลงจากมณฑปรอยพระรูปพุทธบาท มีชบวนกลองยาว เทวดา และนางฟ้าถือพานดอกไม้เป็นชบวนที่สวยงาม ในงานยังมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมและจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ช่วงค่ำมีการแสดงประกอบสี เสียง และวงดนตรีต่าง ๆ

3.7.7 ข้าวต้มลูกโยน ลักษณะคล้ายข้าวต้มมัด แต่มีขนาดเล็กกว่า รูปแบบการห่อมีเอกลักษณ์โดดเด่นห่อด้วยใบมะพร้าวอ่อน โดยจะไว้หางยาวเพื่อความสะดวกในการหยิบใส่บาตร เมื่อในทำมาจากข้าวเหนียวนำมาผัดกับกะทิ คล้ายกับการทำข้าวต้มมัด ข้าวต้มลูกโยนนี้จะใส่กล้วย ถั่วดำ และนำมาห่อด้วยใบมะพร้าวอ่อน โดยทำเป็นกรวยม้วนพันไปจนหุ้มข้าวเหนียวทั้งชายไว้ จากนั้นจะมัดด้วยตอกก่อนนำไปนึ่งให้สุกอีกครั้ง

3.7.8 งานประเพณีแต่งงานชาวไทยโซ่ง จัดกันในกลุ่มชาวไทยโซ่ง ตำบลสวนแดง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี และตำบลบ้านดอน ตำบลหนองแดง อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี ตามพื้นที่ที่มีชาวไทยโซ่งอาศัยอยู่ และยังคงอนุรักษ์พิธีแต่งงานดั้งเดิมของตนเองไว้ จัดงานแต่งงานหลังจากที่เจ้าบ่าวได้รับอนุญาตจากฝ่ายเจ้าสาวแล้ว สามารถจัดงานแต่งงานขึ้นได้ในช่วงวันขึ้น 1 ค่ำ ถึง 13 ค่ำ ของเดือน 4 เดือน 6 และเดือน 12 ของทุกปี

3.7.9 การแต่งงานของชาวไทยโซ่ง ชาวไทยโซ่ง หรือกลุ่มชาวไทยทรงดำ มีถิ่นฐานอยู่ในแคว้นสิบสองจุไทย ได้อพยพมาตั้งถิ่นฐานในเมืองไทย คือ นครปฐม ราชบุรี สุพรรณบุรี พิจิตร นครสวรรค์ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี การแต่งกายของชาวไทยทรงดำ จะแต่งกายด้วยผ้าสีดำเป็นพื้น ฝ่ายชายสวมกางเกงแค้เข้า เรียกว่า ช่วงก้อม ใส่เสื้อคออ่อนข้างรัดรูปยาวถึงสะโพกแล้วผ่าปลายแขนทั้งสองข้าง แขนยาวเป็นกระบอกถึงข้อมือ ติดกระดุมเงินถี่ ๆ ตั้งแต่คอถึงเอว ถ้าไปงานที่เป็นพิธีจะสวมกางเกงขายาว เรียกว่า ช่วงฮี และใส่เสื้อตัวยาวมีลายปักประติษฐ์ตามแบบเฉพาะของตนเอง เรียกว่า เสื้อฮี ฝ่ายหญิงสวมเสื้อก้อมติดกระดุมเงิน ถ้าเป็นงานพิธีจะสวมเสื้อฮี ผ้าซิ่นที่ใช้ถุงสีพื้นดำสลับลายเส้นสีขาวคราม เรียกว่า ลายแดงโม ทรงผมของผู้หญิงนิยมเกล้ามวยมีสองแบบ คือ ผู้หญิงที่อยู่ในวัยสาวจะเกล้าผมที่เรียกว่า ขอดชอย แต่ถ้าพ้นวัยสาวจะเกล้าแบบปั้นเกล้าเป็นการแบ่งแยกวัยวุฒิ

3.7.10 งานประเพณีบุญบั้งไฟ จัดขึ้น ณ วัดโคกคาราม ตำบลตอนคา อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือนพฤษภาคมของทุกปี ชาวไทพวนและลาวเวียงในจังหวัดสุพรรณบุรี จะจัดเตรียมบั้งไฟเพื่อใช้บูชาเทวดาช่วยบันดาลให้ฝนตกตามฤดูกาล นับเป็นการสืบทอด อนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีบุญบั้งไฟที่จัดขึ้นมาตั้งแต่บรรพบุรุษ

บุญบั้งไฟนิยมทำกันในเดือน 6 คือเป็นประเพณีสำคัญประเพณีหนึ่งในรอบปี มีความเชื่อว่าถ้าปีใดไม่จัดงานบุญบั้งไฟ ฟ้าฝนก็จะไม่ตกต้องตามฤดูกาล เกิดความแห้งแล้ง ไม่มีน้ำทำนา แต่ถ้าปีใดจัดงานประเพณีบุญบั้งไฟ ฟ้าฝนก็จะตกต้องตามฤดูกาล เกิดความอุดมสมบูรณ์ ปราศจากโรคภัย งานบุญบั้งไฟจึงถือเป็นงานประเพณีประจำปีที่สำคัญของชาวไทพวนและลาวเวียงในจังหวัดสุพรรณบุรี

3.7.11 งานประเพณีเสนเฮือน (เสนเรือน) เป็นพิธีที่สำคัญพิธีหนึ่งของไทยทรงดำหรือลาวโซ่ง เชื่อว่าจะเป็นที่ลี้ภัยแก่ครอบครัว คำว่า เสน ในภาษาลาวโซ่ง หมายถึง การเซ่นหรือการสังเวย เสนเฮือน จึงหมายถึงการเซ่นไหว้ผีเรือน หรือทำบุญเลี้ยงผีบรรพบุรุษให้มารับเครื่องเซ่นไหว้ จะได้ไม่อดอยากและคุ้มครองบุตรหลานให้มีความสุขความเจริญสืบไป ส่วนใหญ่จะเริ่มในเดือน 4 เพื่อเป็นการแสดงความกตัญญูของลูกหลานต่อบรรพบุรุษของตน โดยมีจิตวิญญาณของบรรพบุรุษที่ล่วงลับเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงครอบครัวและญาติมิตรให้สามัคคีกัน เพราะในวันจัดพิธีเสนเฮือนของแต่ละบ้านคนในครอบครัวและญาติทุกคนจะมาร่วมงานกับครบทั้งหมด การทำพิธีจะมีหมอสเ็นเป็นผู้ประกอบพิธีกรรมและผู้ร่วมพิธี ได้แก่คนในครอบครัว ญาติสนิทที่นับถือผีเดียวกัน ปกติจะจัด 2-3 ครั้งต่อปี ขึ้นอยู่กับฐานะและความพร้อมของแต่ละครอบครัว

3.7.12 ประเพณีไหว้พระแช ตำบลบ้านโพธิ์และตำบลลิ่งชั้น อำเภอเมืองสุพรรณบุรี โดยจัดตามวัดต่าง ๆ เช่น วัดประชุมชน วัดนาคนสุวรรณนาค (วัดปากคลองงูเหลือม) วัดสกุลปักชี และวัดสามทอง

พระแช เป็นคำศัพท์ภาษาเขมร มีความหมายว่า พระจันทร์ การไหว้พระแชเป็นประเพณีการไหว้พระจันทร์ของชาวไทยเชื้อสายเขมรในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเสี่ยงทายปริมาณน้ำฝนมากหรือน้อยเพียงใดในปีหน้า ชาวนาหรือชาวสวนจะเริ่มทำนาให้ถูกต้องตามคำทำนาย พิธีนี้ยังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสามัคคีของคนในท้องถิ่น พิธีจะเริ่มตั้งแต่ตอนเย็น มีการแสดงมหรสพควบคู่ไปด้วยจนถึงเวลาเที่ยงคืนซึ่งเป็นเวลาที่พระจันทร์ลอยตรงศีรษะ การเสี่ยงทายจะดูจากเทียนที่จุดในพิธี ทำนายจากการหยดของน้ำตาเทียนที่ลงในภาชนะ ประเพณีไหว้พระแชในจังหวัดสุพรรณบุรีจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ในวันเพ็ญเดือน 12 และในวันรุ่งขึ้นชาวบ้านจะเผาข้าวหลามมาทำบุญเลี้ยงพระ

3.7.13 งานมหกรรมอาหารอร่อยและของดีเมืองสุพรรณ จัดขึ้น ณ บริเวณถนนนครแก้ว ในเขตเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี โดยชมรมผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารสุพรรณบุรี และสมาคมแผงลอยจำหน่ายอาหารสุพรรณบุรี ร่วมกันจัดจำหน่ายอาหารประเภทต่าง ๆ และสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ ในผู้ไปเยือนได้เลือกซื้อ รวมถึงมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ การประกวดอาหารและการจัดแสดงของนักเรียน นักแสดงชื่อดัง

3.7.14 งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ จัดขึ้น ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ตำบลดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อรำลึกถึงสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่ทรงการทำยุทธหัตถีและทรงมีชัยชนะต่อข้าศึก งานจะจัดขึ้นช่วงปลายเดือนมกราคมของทุกปี ภายในงานมีการแสดงยุทธหัตถีเทิดพระเกียรติ การออกร้านของอำเภอและหน่วยราชการต่าง ๆ รวมทั้งการแสดงมหรสพ

3.8 โครงสร้างพื้นฐาน

3.8.1 ไฟฟ้า การใช้พลังงานไฟฟ้าของจังหวัดสุพรรณบุรี

ประเภทผู้ใช้	2556	2557	2558	2559	2560
จำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า (ราย)	220,935	226,946	233,391	239,388	245,079
พลังงานไฟฟ้าที่จำหน่ายและใช้ (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	1,017,361,107	1,036,024,165	1,158,053,893	1,184,396,786	1,251,588,595
บ้านอยู่อาศัย	375,971,456	375,837,377	426,397,291	447,215,224	462,505,457
กิจการขนาดเล็ก	130,351,388	129,772,751	147,539,971	166,072,337	170,546,982
กิจการขนาดกลาง	255,978,861	225,203,076	255,240,586	283,274,339	285,970,111
กิจการขนาดใหญ่	168,883,402	219,364,132	259,530,907	262,101,071	298,373,780
อื่นๆ	86,176,000	85,846,829	69,345,138	25,733,815	34,192,265

ที่มา: การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

3.8.2 ประปา

จังหวัดสุพรรณบุรี มีการประปาส่วนภูมิภาคให้บริการน้ำประปา จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย การประปาส่วนภูมิภาคสาขาสุพรรณบุรี การประปาส่วนภูมิภาคสาขาอุทุม การประปาส่วนภูมิภาคสาขาศรีประจันต์ การประปาส่วนภูมิภาคสาขาเดิมบางนางบวช การประปาส่วนภูมิภาคสาขาค่านช้าง ครอบคลุมพื้นที่ 7 อำเภอ ยกเว้น อำเภอสองพี่น้อง ที่ยังไม่มีระบบการประปาส่วนภูมิภาค รายละเอียดดังนี้

3.8.2.1 การประปาส่วนภูมิภาคสาขาสุพรรณบุรี มีแม่ข่ายและหน่วยบริการรวม 1 แม่ข่าย 3 หน่วย บริการ ให้บริการในพื้นที่อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า เทศบาลตำบลสวนแตง เทศบาลตำบลสระแก้ว มีจำนวนผู้ใช้น้ำรวม 25,848 ราย กำลังการผลิต 31,200 ลูกบาศก์เมตร/วัน

3.8.2.2 การประปาส่วนภูมิภาคสาขาศรีประจันต์ มี 1 แม่ข่าย 1 หน่วยบริการ ให้บริการในพื้นที่ อำเภอศรีประจันต์ อำเภอดอนเจดีย์ เทศบาลตำบลสระแก้ว เทศบาลตำบลสนามคลี เทศบาลตำบลระจิม มีจำนวนผู้ใช้น้ำรวม 5,600 ราย กำลังการผลิต 8,400 ลูกบาศก์เมตร/วัน

3.8.2.3 การประปาส่วนภูมิภาคสาขาเดิมบางนางบวช มี 1 แม่ข่าย ให้บริการในพื้นที่อำเภอเดิมบางนางบวช เทศบาลตำบลเดิมบาง ตำบลนางบวช ตำบลเขาพระ ตำบลหัวเขา ตำบลปากน้ำ อำเภอสามชุก ตำบลสามชุก ตำบลยางยาว ตำบลหนองผักกูด ตำบลวังลึก ตำบลกระเสียว มีจำนวนผู้ใช้น้ำรวม 10,657 ราย กำลังการผลิต 10,800 ลูกบาศก์เมตร/วัน

3.8.2.4 การประปาส่วนภูมิภาคสาขาอู่ทอง มี 1 แม่ข่าย 4 หน่วยบริการ ให้บริการในพื้นที่อำเภออู่ทอง ตำบลสวนแตง ตำบลทุ่งคอก มีจำนวนผู้ใช้น้ำรวม 18,000 ราย กำลังการผลิต 40,800 ลูกบาศก์เมตร/วัน

3.8.2.5 การประปาส่วนภูมิภาคสาขาด่านช้าง มี 1 แม่ข่าย ให้บริการในพื้นที่อำเภอด่านช้าง เทศบาลตำบลด่านช้าง องค์การบริหารส่วนตำบลด่านช้าง องค์การบริหารส่วนตำบลหนองมะคำโอง องค์การบริหารส่วนตำบลแจรงาม องค์การบริหารส่วนตำบลหนองขาม เทศบาลตำบลหนองกระทุ่ม มีจำนวน ผู้ใช้น้ำ 5,600 ราย กำลังการผลิต 4,800 ลูกบาศก์เมตร/วัน

ที่มา : สำนักงานการประปาเขต 2 จังหวัดสุพรรณบุรี

3.8.3 การไปรษณีย์

จังหวัดสุพรรณบุรี มีที่ทำการไปรษณีย์ประเภท รับ-จ่าย สำหรับให้บริการประชาชน และอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารแก่ประชาชน 16 แห่ง แยกเป็นอำเภอเมืองสุพรรณบุรี 4 แห่ง อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอสองพี่น้องและอำเภออู่ทอง อำเภอละ 2 แห่ง และนอกจากนั้น อำเภอละ 1 แห่ง

ที่มา : บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

3.8.4 โทรศัพท

การให้บริการด้านโทรศัพทภายในจังหวัดสุพรรณภูมิ มีจำนวนชุมสาย 142 แห่ง และเลขหมายโทรศัพทจำนวน 19,550 เลขหมาย (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

ที่มา : บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

3.8.5 การคมนาคม

จังหวัดสุพรรณภูมิ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 340 ประมาณ 107 กิโลเมตร เป็นถนนคอนกรีต 6 เลน แยกเส้นทางไป - กลับ ถนนเส้นนี้เป็นถนนเชื่อมต่อระหว่างภาคเหนือและภาคใต้ โดยไม่ต้องผ่านกรุงเทพมหานคร การคมนาคมโดยทางรถยนต์ทั้งภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัดมีความสะดวกรวดเร็วมาก เนื่องจากได้ปรับปรุงถนนในเขตจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันกล่าวได้ว่าระบบโครงข่ายเส้นทางคมนาคมขนส่งในจังหวัดมีความสมบูรณ์มาก นอกจากนี้ ยังมีรถโดยสารประจำทางทั้งประเภทปรับอากาศ ไม่ปรับอากาศและรถตู้ วิ่งให้บริการตลอดเวลา

รายละเอียดระยะทางจากอำเภอเมืองสุพรรณภูมิถึงอำเภอต่าง ๆ ดังนี้

1. อำเภอบางปลาม้า	10	กิโลเมตร
2. อำเภอศรีประจันต์	20	กิโลเมตร
3. อำเภอดอนเจดีย์	31	กิโลเมตร
4. อำเภออู่ทอง	32	กิโลเมตร
5. อำเภอสามชุก	39	กิโลเมตร
6. อำเภอเดิมบางนางบวช	54	กิโลเมตร
7. อำเภอหนองหญ้าไซ	58	กิโลเมตร
8. อำเภอสองพี่น้อง	70	กิโลเมตร
9. อำเภอด่านช้าง	77	กิโลเมตร

ระยะทางติดต่อภายนอกเขตจังหวัด สามารถติดต่อได้ตามเส้นทาง ดังนี้
ทางหลวงแผ่นดินระยะทาง (กิโลเมตร)

1. สุพรรณภูมิ-บางบัวทอง-กรุงเทพมหานคร	107
2. สุพรรณภูมิ-กำแพงแสน-นครปฐม-กรุงเทพมหานคร	160
3. สุพรรณภูมิ-นครปฐม	105
4. สุพรรณภูมิ-กาญจนบุรี	91
5. สุพรรณภูมิ-นครสวรรค์	160
6. สุพรรณภูมิ-พระนครศรีอยุธยา	68

7. สุพรรณบุรี-สิงห์บุรี	84
8. สุพรรณบุรี-ชัยนาท	96
9. สุพรรณบุรี-อ่างทอง	44
10. สุพรรณบุรี-โคกสำโรง	143

ทางรถไฟสายตะวันตกเริ่มต้นจากสถานีรถไฟกรุงเทพมหานคร ตามแนวรถไฟสายใต้แล้วแยกเข้าจังหวัดสุพรรณบุรี ที่สถานีหนองปลาดุก ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผ่านจังหวัดนครปฐมเข้าสู่จังหวัดสุพรรณบุรี ผ่านอำเภอสองพี่น้อง อำเภอบางปลาม้า และอำเภอเมืองสุพรรณบุรี รวมระยะทางประมาณ 142 กิโลเมตร ปัจจุบันมีรถไฟธรรมดา เริ่มออกจากสถานีวัดป่าเลไลยก์ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี สู่ปลายทางสถานีรถไฟหัวลำโพง รถออกวันละ 1 เที่ยว เวลาประมาณ 05.19 น. ถึงปลายทางเวลาประมาณ 08.20 น. และจากสถานีหัวลำโพง ถึงสถานีวัดป่าเลไลยก์ มีรถออก วันละ 1 เที่ยว เวลา 16.40 น. ถึงปลายทางเวลาประมาณ 19.30 น.

3.8.6 ชยะมูลฝอยในจังหวัดสุพรรณ

จังหวัดสุพรรณบุรี มีปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นต่อวัน ในปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 846.21 ตันต่อวัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 มีปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นลดลงเหลือ 631.84 ตันต่อวัน ลดลงจากเดิม 232.37 ตัน เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชน ลดปริมาณการก่อให้เกิดขยะ มีการคัดแยกขยะที่ต้นทาง

3.8.7 พลังงานทดแทน

ในปี พ.ศ. 2561 จังหวัดสุพรรณบุรี มีศักยภาพพลังงานทดแทนมากที่สุด คือ พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา มีค่า 976.93 ktoe คิดเป็นร้อยละ 55.71 รองลงมา คือ ชีวมวลแข็ง มีค่า 688.53 ktoe คิดเป็นร้อยละ 39.25

3.8.8 ด้านเศรษฐกิจ

จากการรายงานภาวะเศรษฐกิจการคลัง โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) พ.ศ. 2561 สาขาที่มีมูลค่าสูงตามลำดับ คือ สาขาการเกษตร มีมูลค่า 27,551 ล้านบาท อยู่ในภาคการเกษตร สาขาอุตสาหกรรม มีมูลค่า 18,855 ล้านบาท และสาขาการขนส่งและการขายปลีก มีมูลค่า 12,682 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ณ ราคาประจำปี ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 91,602 ล้านบาท เทียบกับปี 2560 มีมูลค่า เท่ากับ 86,744 บาท เพิ่มขึ้น 4,858 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเฉลี่ยต่อหัว (Per Capita GPP) ณ ราคาประจำปี มีรายได้ต่อคนต่อปี เท่ากับ 107,228 บาท

ด้านท่องเที่ยวและบริการ ผลจากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสู่สากล การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยความร่วมมือและบูรณาการจากภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องส่งผลให้จังหวัดมีรายได้จากการท่องเที่ยว บริการ และการจำหน่ายสินค้า OTOP เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และขยายโอกาสให้กับชุมชน รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด ปี พ.ศ. 2562 จำนวน 5,871.12 ล้านบาท/ปี โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 จำนวน 652.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.5

ด้านการเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีอาชีพทำการเกษตรเป็นหลักมีแหล่งน้ำธรรมชาติ การชลประทานเหมาะสมแก่การเกษตรพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ ได้แก่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า การเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ การกสิกรรม การทำนา การทำสวน ทำไร่ เป็นอาชีพหลักของประชาชนมากกว่า ร้อยละ 80

พื้นที่ทำการเกษตรในอำเภอสองพี่น้อง มีพื้นที่ใช้ประโยชน์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 14.45 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด รองลงมาได้แก่พื้นที่ในอำเภออุทุมพร ร้อยละ 13.69

พื้นที่ทำนา ในอำเภอบางปลาม้า มีพื้นที่ทำนามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.67 ของพื้นที่ทำนาทั้งหมด เนื่องจากสภาพพื้นที่ อากาศ น้ำ ที่เอื้ออำนวยสำหรับการเพาะปลูก รองลงมาได้แก่พื้นที่ในเขตอำเภอสองพี่น้อง ร้อยละ 14.46

พืชไร่ อำเภอที่มีพื้นที่เพาะปลูกพืชไร่มากที่สุด ได้แก่ อำเภอด่านช้าง คิดเป็นร้อยละ 37.27 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด เนื่องจากสภาพภูมิประเทศที่เอื้อต่อการทำพืชไร่ โดยเฉพาะการปลูกอ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพด เลี้ยงสัตว์ รองลงมาเป็นพื้นที่ในอำเภออุทุมพร 18.47

ด้านการประมง จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล การประมงของจังหวัดจึงมีแต่การประมงน้ำจืดและการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกราม กุ้งขาว โดยมีการเลี้ยงกันมากแถบอำเภอบางปลาม้า อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอเมืองสุพรรณบุรี ซึ่งมีแนวเขตติดต่อกันเป็นที่ราบลุ่มเป็นส่วนใหญ่มีลำคลองหลายสาย และอยู่ใกล้เมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวสำคัญ ปลาน้ำจืดที่เลี้ยง ได้แก่ ปลาดุก ปลาช่อน ปลาสวาย ปลาดุกเทศ ปลาตะเพียน ปลาสลิดและปลาเบญจพรรณ ซึ่งจำแนกการเลี้ยงได้ 2 วิธี คือ

1. การเลี้ยงปลาน้ำจืดเป็นรายได้หลัก ได้แก่ ปลาดุก ปลาช่อน และปลาเบญจพรรณ
2. การเลี้ยงปลาน้ำจืดเป็นผลพลอยได้ ซึ่งได้แก่ การเลี้ยงปลาหลายชนิดในบ่อเดียวกัน พร้อมกับเลี้ยงร่วมกับการเลี้ยงไก่ โดยจะปล่อยถูกปลาเลี้ยงรวมในบ่อเดียวกัน อาหารที่จะใช้เป็นมูลไก่และเศษอาหารที่หล่นลงในบ่อ ซึ่งเป็นวิธีที่ประหยัดค่าใช้จ่ายมากที่สุด และเป็น

ที่นิยมเลี้ยงกันมากที่สุดในจังหวัดสุพรรณบุรี ประมงน้ำจืด มีพื้นที่ทำการประมงน้ำจืดเลี้ยงปลาในฟาร์ม จำนวน 9,212 ฟาร์ม คิดเป็นจำนวน 51,522 ไร่ การเลี้ยงกุ้งก้ามกรามและกุ้งขาว จำนวน 3,059 ฟาร์ม คิดเป็นจำนวน 37,404 ไร่ การเลี้ยงปลา กุ้ง จะเลี้ยงกันมากในอำเภอบางปลาม้า อำเภอเมืองสุพรรณบุรี และอำเภอสองพี่น้อง

ด้านการปศุสัตว์ พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดล้อมรอบไปด้วยภูเขา เหมาะสำหรับเป็นแหล่งของปศุสัตว์ ประชากร จึงมีอาชีพด้านการเลี้ยงปศุสัตว์ รองจากการทำการเกษตร สัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจ ที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ โค กระบือ สุกร ไก่และเป็ด

3.8.9 ที่พัก

ข้อมูลโรงแรมที่พัก รีสอร์ท จังหวัดสุพรรณบุรี ในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนทั้งสิ้น 65 แห่ง ดังนี้

1. อำเภอเมืองสุพรรณบุรี	จำนวน 17 แห่ง
2. อำเภอศรีประจันต์	จำนวน 5 แห่ง
3. อำเภอเดิมบางนางบวช	จำนวน 6 แห่ง
4. อำเภอสามชุก	จำนวน 6 แห่ง
5. อำเภออู่ทอง	จำนวน 10 แห่ง
6. อำเภอด่านช้าง	จำนวน 10 แห่ง
7. อำเภอดอนเจดีย์	จำนวน 4 แห่ง
8. อำเภอบางปลาม้า	จำนวน 6 แห่ง
9. อำเภอหนองหญ้าไซ	จำนวน 1 แห่ง
10. อำเภอสองพี่น้อง	จำนวน 1 แห่ง

3.8.10 ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี ที่อยู่ 91 ถนนพระพันวษา ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี 72000 โทร 035-525-867 www.tatsuphan.net

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ที่ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี 72000 โทร 035-528-356 www.suphanburi.mots.go.th

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อ
ทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ดังนี้ เชื้อนกระเสี้ยว อุทยานแห่งชาติพุเตย อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม

ตาราง 6 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น

ลำดับ ที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ด้านวัฒนธรรม	ภาครัฐ								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	วัดป่าเลไลยก์	/	/		/		/		/	5
2	ตลาดเก่าหนอง			/					/	2
3	ตลาดร้อยปีสามชุก			/	/	/				3
4	อุทยานมังกรสวรรค์	/	/			/		/		4
5	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี		/	/		/				3
6	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนา เสียดู						/			1
7	ศิลปะทวารวดี ศิลปะอุทอง							/		1

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่
โดดเด่น ดังนี้ วัดป่าเลไลยก์ อุทยานมังกรสวรรค์ ตลาดร้อยปีสามชุก

ตาราง 7 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น

ลำดับ ที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้าน วัฒนธรรม	ภาคเอกชน								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	วัดป่าเลไลยก์		/	/	/					3
2	วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม	/			/		/		/	4
3	วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ					/		/		2
4	อุทยานมังกรสวรรค์				/					1
5	วัดไผ่โรงวัว			/			/			2
6	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนา เสียดู	/	/	/		/		/	/	6
7	แหล่งโบราณคดีเมืองอุทอง	/	/				/		/	4

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ดังนี้ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้ วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม แหล่งโบราณคดีเมืองอุทอง

ตาราง 8 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม	ภาคประชาชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	วัดป่าเลไลย์	/	/					/		3
2	วิถีชีวิตพหุวัฒนธรรม ชาวจีน ชาวไทยพื้นถิ่น กระเหรี่ยง ไททรงดำ	/	/	/	/		/	/	/	7
3	วัดไผ่โรงวัว								/	1
4	วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม			/		/	/		/	4
5	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้	/	/	/	/	/				5
6	แหล่งโบราณคดีเมืองอุทอง				/	/	/			3
7	วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ							/		1

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ดังนี้ วิถีชีวิตพหุวัฒนธรรม ชาวจีน ชาวไทยพื้นถิ่น กระเหรี่ยง ไททรงดำ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้ วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม

ตาราง 9 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม	นักท่องเที่ยว								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	วัดป่าเลไลย์	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	วัดไผ่โรงวัว	/		/		/			/	4
3	ตลาดร้อยปีสามชุก		/							1
4	อุทยานมังกรสวรรค์							/		1
5	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุพรรณบุรี	/					/		/	3
6	ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้				/					1
7	วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ			/			/	/		3
8	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง		/		/					2

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อ
ทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ดังนี้ วัดป่าเลไลยก์ วัดไผ่โรงวัว วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ

1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านมหกรรม เทศกาลและประเพณี

ตาราง 10 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อมหกรรม เทศกาลและประเพณี

ลำดับ ที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ด้านมหกรรม เทศกาลและ ประเพณี	ภาครัฐ								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	งานนมัสการสมโภชและนมัสการ หลวงพ่โตวัดป่าเลไลยก์	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์	/	/	/	/	/	/	/	/	8
3	เทศกาลหิงกระจาด งานตรุษจีน	/	/	/						3
4	งานมหกรรมอาหารและของดี เมืองสุพรรณบุรี				/		/		/	3
5	เทศกาลอาหารจานแก้ว					/				1
6	มหกรรมสินค้าเกษตรปลอดภัย และของดีทวารวดี							/		1

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมหกรรม
เทศกาลและประเพณี ดังนี้ งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่โตวัดป่าเลไลยก์ งานอนุรักษ์
ดอนเจดีย์ เทศกาลหิงกระจาด

ตาราง 11 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อมทอรรรม เทศกาลและประเพณี

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ด้านมทอรรรม เทศกาลและ ประเพณี	ภาคเอกชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ	/	/		/		/		/	5
2	ประเพณีสงกรานต์	/		/		/		/		4
3	วันวิสาขบูชา		/	/				/	/	4
4	ประเพณีแข่งเรือยาว				/	/	/			3
5	งานนมัสการสมโภชและนมัสการ หลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์	/		/					/	3
6	งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์		/				/	/		3

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมทอรรรม เทศกาลและประเพณี ดังนี้ ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ ประเพณีสงกรานต์ วันวิสาขบูชา

ตาราง 12 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อมทอรรรม เทศกาลและประเพณี

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ด้านมทอรรรม เทศกาลและ ประเพณี	ภาคประชาชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ประเพณีทิ้งกระจาด	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	งานศาลตายาย		/	/			/		/	4
3	งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์	/			/		/	/		4
4	งานแห่เทียน		/	/		/				3
5	งานมทอรรรมอาหารและของดี เมืองสุพรรณบุรี	/			/			/		3
6	งานศาลเจ้าพ่อหลักเมือง					/				1
7	ประเพณีสงกรานต์								/	1

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมทอรรรม เทศกาลและประเพณี ดังนี้ ประเพณีทิ้งกระจาด งานศาลตายาย งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ตาราง 13 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อมทกรรม เทศกาลและประเพณี

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้าน มทกรรม เทศกาลและประเพณี	นักท่องเที่ยว								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดโตวัดป่าเลไลยก์	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์	/	/	/	/	/	/	/	/	8
3	เทศกาลหึ่งกระเจาด		/	/		/				3
4	ประเพณีสงกรานต์	/			/					2
5	งานตรุษจีน						/	/		2
6	งานมทกรรมอาหารและของดีเมืองสุพรรณบุรี								/	1

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมทกรรม เทศกาลและประเพณี ดังนี้ งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดโตวัดป่าเลไลยก์ งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เทศกาลหึ่งกระเจาด

1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ

ตาราง 14 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้าน กิจกรรมที่สำคัญ	ภาครัฐ								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	รวมมทกรรมวัฒนธรรมและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	ตามรอยเส้นทางวรรณคดีขุนช้างขุนแผน	/		/		/		/	/	5
3	สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติพุเตย		/		/		/			3
4	นอนแพกลางน้ำหุบเขาวง	/	/					/		3
5	พระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนกระเสียว			/	/	/				3

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ รวมมทกรรมวัฒนธรรมและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์ ตามรอยเส้นทางวรรณคดีขุนช้างขุนแผน สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติพุเตย

ตาราง 15 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้าน กิจกรรมที่สำคัญ	ภาคเอกชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	รวมประเพณีวิสาขบูชา ออกพรรษา	/	/	/		/	/	/	/	7
2	รวมกิจกรรมตำนาน เกี่ยวข้าว เพื่อ สัมผัสชีวิตชาวนาไทย	/	/		/	/	/		/	6
3	ศึกษาศิลปะประวัติศาสตร์โบราณคดีที่ เมืองโบราณอุทอง	/	/		/		/	/		5
4	ศึกษาศิลปะไทยยุคอุทอง			/	/				/	3
5	ศึกษาวีถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ จีน ไท กระเหรี่ยง			/						2
6	งานวิ่งเมืองเหนือ							/		1
7	งานปั่นจักรยาน					/				1

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ รวมประเพณีวิสาขบูชา ออกพรรษา รวมกิจกรรมตำนาน เกี่ยวข้าว เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย ศึกษาศิลปะประวัติศาสตร์โบราณคดีที่เมืองโบราณอุทอง

ตาราง 16 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้าน กิจกรรมที่สำคัญ	ภาคประชาชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี	/		/	/	/		/	/	6
2	รวมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลงฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง	/	/		/		/	/		5
3	รวมมหกรรมวัฒนธรรมและอาหาร กลุ่มชาติพันธุ์	/				/	/			3
4	สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติ พุเตย		/	/						2
5	นอนแพกลางน้ำหุบเขาวง		/						/	2
6	ดูพระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนกระเสียว							/		1

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากร กิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี ร่วมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลง ฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง ร่วมมหรกรรมวัฒนธรรมและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์

ตาราง 17 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้าน กิจกรรมที่สำคัญ	นักท่องเที่ยว								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	ศึกษาศิลปะประวัติศาสตร์โบราณคดีที่ เมืองโบราณอู่ทอง	/		/	/		/	/	/	6
2	ศึกษาศิลปะไทยยุคอู่ทอง	/	/		/	/		/		5
3	ศึกษาวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ จีน ไท กระเหรี่ยง		/	/		/			/	4
4	ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี	/					/		/	3
5	สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติพุ เตย		/			/				2
6	นอนแพกลางน้ำหุบเขาวง			/				/		2
7	ดูพระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนกระเสียว						/			/

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของผู้แทนนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็น ต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ ศึกษาศิลปะประวัติศาสตร์โบราณคดีที่เมืองโบราณอู่ทอง ศึกษาศิลปะไทยยุคอู่ทอง ศึกษาวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ จีน ไท กระเหรี่ยง

1.5 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ

ตาราง 18 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ด้านบริการที่สำคัญ	ภาครัฐ								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่ง อำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	/	/	/		/	/	/		6
2	มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว		/		/		/	/	/	5
3	มีห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน	/		/		/			/	4

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำ ตู้ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน

ตาราง 19 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ	ภาคเอกชน								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม	/	/		/	/	/	/	/	7
2	มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร	/		/	/	/	/		/	6
3	ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง คาเฟ่ รถตู้ รถท้องถิ่น		/		/			/	/	4

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง คาเฟ่ รถตู้ รถท้องถิ่น

ตาราง 20 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ

ลำดับที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ	ประชาชน								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	/	/	/		/	/	/	/	7
2	ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว	/	/		/		/	/	/	6
3	มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	/		/	/	/			/	5
4	มีตลาด ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง		/		/	/	/			4

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตาราง 20 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ

ลำดับ ที่	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ด้านบริการที่สำคัญ	นักท่องเที่ยว								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	/	/		/	/	/	/	/	7
2	มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์	/	/	/			/	/	/	6
3	มัคคุเทศก์ท้องถิ่น		/	/		/		/	/	5
4	มีที่พัก ร้านอาหาร มีตำรวจ ท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ใน แหล่งท่องเที่ยว	/		/	/					3
5	มีห้องน้ำ ตู้ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน					/	/			2

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น

**สรุปผลตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างไร**

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยมีบางความคิดเห็นที่คิดต่างบ้างแต่ไม่มีนัยสำคัญ

1. ทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับ1 ได้แก่ อุทยานแห่งชาติพุเตย อันดับ2 อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง และอันดับ3 ปางอุง

2. ทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับ1 วัดป่าเลไลยก์ อันดับ 2 ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้ และอันดับ3 วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม

3. ทรัพยากรมหกรรม เทศกาลและประเพณีที่โดดเด่นของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับ 1 ได้แก่ งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดาวัดป่าเลไลยก์ อันดับ2 งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ และอันดับ3 เทศกาลทิ้งกระจาด

4. ทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับ1 ได้แก่ ศึกษาศิลปะ ประวัติศาสตร์โบราณคดีที่เมืองโบราณอู่ทอง อันดับ 2 ศึกษาศิลปะไทยยุคอู่ทอง และอันดับ 3 ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี

5. ทรัพยากรบริการที่โดดเด่นของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับ1 ได้แก่ มีระบบสาธารณสุขภาค และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อันดับ 2มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ และอันดับ3 มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนเหมาะสม

ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพ 28 แผนที่การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

ที่มา : โอเชียนสไมล์ทัวร์, ม.ป.ป., สืบออนไลน์

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1.1 แม่น้ำท่าจีน



ภาพ 29 แม่น้ำท่าจีน

ที่มา : การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตรารักษ์ เถรวัตร, 2564

ที่ตั้งและการเข้าถึง: จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น: แม่น้ำที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

สภาพทั่วไปของกลุ่มน้ำท่าจีนเป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำซึ่งเป็นที่ราบเดียวกันกับที่ราบลุ่มน้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตก ตอนบนของกลุ่มน้ำเป็นที่เชิงเขาแต่มีระดับไม่สูงมากนัก ส่วนตอนกลางและตอนล่างเป็นที่ราบลุ่มติดต่อกับที่ราบลุ่มของกลุ่มน้ำแม่กลอง แม่น้ำท่าจีนแยกออกมาทางฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาที่ตำบลมะขามเฒ่า อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท ไหลผ่านจังหวัดสุพรรณบุรี นครปฐม และออกสู่อ่าวไทยที่จังหวัดสมุทรสาคร แม่น้ำท่าจีนมีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปากแม่น้ำ คือ คลองมะขามเฒ่า แม่น้ำสุพรรณบุรี แม่น้ำนครชัยศรี และแม่น้ำท่าจีน

โอกาสในการพัฒนา: พัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำ การล่องเรือ (Cruising)

1.2 ปางอุงสุพรรณบุรี (อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง)



ภาพ 30 ปางอุงสุพรรณบุรี (อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง)

ที่มา : การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตรารักษ์ เถรวัตร, 2561

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 4 บ้านหุบเขาวง ตำบลด่านช้าง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทาง จากบางบัวทอง (แยกเข้าถนนเส้น 340) ถึง อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง 162 ก.ม. เป็นถนนลาดยางถึง วัดพุณัฏฐาร้อน จากวัดพุณัฏฐาร้อน เข้าไปถึงตัวอ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เป็นถนนลูกรังอัดแน่น ระยะทาง 9 ก.ม. รถทุกชนิดสามารถเข้าได้

อัตราค่าบริการ

ค่าสถานที่ กางเต็นท์ฯ ละ 50 บาท (+ ค่าอาหาร เย็น+เช้า รวมท่านละ 250)
 ค่าเช่าเต็นท์ฯ ละ 150 บาท (+ ค่าอาหาร เย็น+เช้า รวมท่านละ 350)
 ค่าเช่าแพเล็ก หลังละ 400 บาท (+ ค่าอาหาร เย็น+เช้า รวมท่านละ 200)
 ค่าเช่าแพใหญ่ หลังละ 2000 บาท (+ ค่าอาหาร เย็น+เช้า รวมท่านละ 200)
 ค่าบริการตักปลาหน้าท่า คันละ 20 บาท

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

การตั้งแคมป์ กางเต็นท์ หรือนอนบนแพ ซึ่งชมกับธรรมชาติที่สวยงาม จากสภาพพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ ทิวทัศน์สวยงาม

ประวัติความเป็นมา:

อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง สุพรรณบุรี เกิดจากความร่วมมือของชุมชนช่วยกันพัฒนาและดูแลพื้นที่ป่าของหมู่บ้านให้สามารถรับนักท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย และเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่เหมาะกับการมาพักผ่อน จะมาแคมป์ กางเต็นท์ หรือนอนบนแพ สถานที่สวยงามตามธรรมชาติ พายคายัค ตักปลา ยังมีพิพิธภัณฑสถานบ้านพุณัฏฐาร้อน

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 4 บ้านหุบเขาวง ตำบลด่านช้าง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพราะกระแสของโลกาภิวัตน์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักอ่างเก็บน้ำหุบเขาวง ในนาม ปางอู่งสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เหมาะกับการพักผ่อน การใช้ชีวิตแบบ Slowlife ซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของอ่างเก็บน้ำหุบเขาวง จะเป็นการตั้งแคมป์ กางเต็นท์ หรือนอนบนแพ ซึ่งชมกับธรรมชาติที่สวยงาม จากสภาพพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ ทิวทัศน์สวยงาม รวมถึงระยะทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงขึ้น เป็นผลให้เกิดความเสื่อมโทรมของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรการท่องเที่ยวถูกทำลาย เช่น การทิ้งขยะในพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ให้ความสำคัญใดๆกับวัฒนธรรม

ประเพณีของชุมชนพื้นถิ่น เป็นเพียงการเข้ามาในสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ตามกระแสความนิยมเพียงเท่านั้น

โอกาสในการพัฒนา: การใช้นวัตกรรม Bio-Circular Green Model จัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

1.3 เชื่อนกระเสียว



ภาพ 31 เชื่อนกระเสียว

ที่มา : การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตรารภรณ์ เถรวัตร, 2561

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

อยู่ที่ตำบลด่านช้าง ในพื้นที่โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาห้วยกระเสียว สามารถกักเก็บน้ำได้สูงสุดถึง 240 ล้านลูกบาศก์เมตร เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่ 10.00-16.00 น.

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

เชื่อนกระเสียว เป็นเขื่อนดินที่ยาวเป็นอันดับสองของประเทศไทย เป็นแหล่ง เพราะพันธุ์ปลาขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยววิทัศนสวยงาม กลางวันอากาศค่อนข้างร้อน ช่วงเย็นอากาศดีมาก โดยเฉพาะจุดตั้งแคมป์ริมเขื่อนเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม ยกยอเชื่อนกระเสียว หนึ่งเดียวของไทย ปลาที่อาศัยอยู่ในเชื่อนกระเสียวมีหลายชนิด ปลาที่ถูกจับได้โดยการยกยอส่วนมากเป็นปลานิล มีตั้งแต่ตัวเท่าฝ่ามือไปจนถึงขนาดเกือบ 2 กิโลกรัม ถือว่าเป็นปลาขนาดใหญ่มาก

ประวัติความเป็นมา:

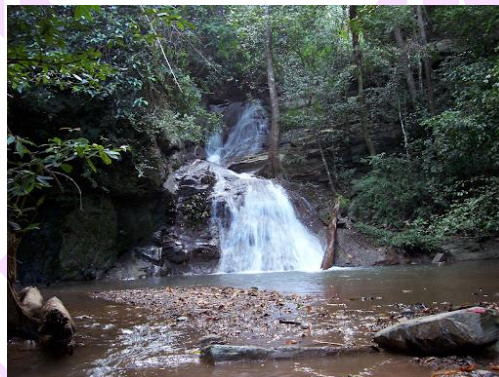
เชื่อนกระเสียว สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2523 เป็นเขื่อนดินกักเก็บน้ำสร้างกั้นลำห้วยกระเสียว ยาว 4,250 เมตร สูง 32.5 เมตร พื้นที่กักเก็บน้ำ 28,750 ไร่ ปริมาณ น้ำที่สามารถกักเก็บน้ำได้สูงสุด 240 ล้านลูกบาศก์เมตร

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

ยกยอเขื่อนกระเสียว หนึ่งในเดียวของไทย ปลาที่อาศัยอยู่ในเขื่อนกระเสียวมีหลายชนิด ปลาที่ถูกจับได้โดยการยกยอส่วนมากเป็นปลานิล ยกของชาวบ้านจะใช้ขนาดตาข่ายประมาณ 8 เซนติเมตร ไม่ติดปลาเล็ก ชาวบ้านเล่าว่าแต่ละวันที่มายกยอบางวันได้ปลามากถึง 30 กิโลกรัม บางวันที่ไม่ได้ก็ไม่ได้เลย แต่ก็เป็นการเลี้ยงชีพในช่วงระหว่างไม่มีฝนเพาะปลูกทำนาอะไรไม่ได้ รายได้อยู่ในเกณฑ์ดี และมีการปล่อยปลาลงในอ่างเก็บน้ำทุกปี พลัปลาที่ประทับใจประทับใจ เป็นพลัปลาที่สร้างขึ้นเมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จเยือนที่นี่แต่ภายหลังได้มีการปรับปรุงขึ้นใหม่ มองจากสันเขื่อนจะเห็นพลัปลาเด่นตระหง่านบนเขา สามารถขึ้นไปชมได้ เขื่อนกระเสียวมีเส้นทางปั่นจักรยาน และเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของจังหวัดสุพรรณบุรี

โอกาสในการพัฒนา: พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวศึกษาระบบนิเวศน้ำจืดและความหลากหลายทางชีวภาพท้องถิ่น

1.4 น้ำตกตะเพินคี



ภาพ 32 น้ำตกตะเพินคี

ที่มา : น้ำตกตะเพินคี สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

น้ำตกตะเพินคี ตั้งอยู่ติดเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ โดยประมาณ 260 กิโลเมตร

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

น้ำตกตะเพินคีน้อย เป็นน้ำตกขนาดเล็กอยู่ใกล้กับหมู่บ้านตะเพินคี มีน้ำไหลตลอดปี เป็นความงดงามทางธรรมชาติ ที่ เหมาะสำหรับผู้รักการเดินทางแบบผจญภัยเล็กๆ

น้ำตกตะเพินคี่ใหญ่ เป็นน้ำตกขนาดเล็กมีสองชั้น ความสูงประมาณชั้นละ 5-6 เมตร มีน้ำไหลตลอดปี เพราะเป็นต้นน้ำและบ่อน้ำผุด ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

ประวัติความเป็นมา:

หมู่บ้านกระเหรี่ยงตะเพินคี่ หน่วยพิทักษ์อุทยานฯ พุเตยที่ 3 ตะเพินคี่เป็นป่าที่สวยงาม และเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านกระเหรี่ยง ชนกลุ่มน้อยที่อาศัยมากกว่า 200 ปี ผืนป่า และต้นน้ำตะเพินคี่ ยังคงสภาพสมบูรณ์ เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยล่องไพร เป็นดินแดนแห่งความหนาวเย็น

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

เป็นหมู่บ้านปลอดอาวุธทุกประเภท น้ำตกตะเพินคี่ ห่างจากหมู่บ้านเล็กน้อย เป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดมีน้ำตกไหลตลอดปี มองจากน้ำตกจะเห็นยอดเขาเทวดาสูง 1,123 เมตร น้ำตกแห่งนี้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่สำคัญของทางจังหวัดสุพรรณบุรี

โอกาสในการพัฒนา: การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

1.5 อุทยานแห่งชาติพุเตย



ภาพ 33 อุทยานแห่งชาติพุเตย

ที่มา : การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตรกรรณ เถรวัตร, 2561

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

อุทยานแห่งชาติพุเตย มีเนื้อที่ประมาณ 198,422 ไร่ หรือ 317.48 ตารางกิโลเมตร อุทยานแห่งชาติพุเตยจึงเป็นพื้นที่ต้นน้ำสำคัญของต้นน้ำลำธารหลายสาย เช่น ห้วยตะเพิน ห้วยใหญ่ ห้วยองค์พระ ห้วยขนุน ห้วยช่อม ห้วยขม้น ซึ่งเป็นสายน้ำหลักของชาวสุพรรณบุรี กาญจนบุรี ทั้งยังเป็นต้นน้ำเขื่อนกระเสียว อ่างเก็บน้ำลำตะเพิน อาณาเขตติดต่อ ทิศเหนือ จดเขตท้องที่อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ทิศใต้ ห้วยตะเพิน ห้วยน้ำเขียวและอ่างเก็บน้ำลำ

ตะเพิน ตามโครงการพระราชดำริ ทิศตะวันออก ห้วยซับปลากั้ง ห้วยชะลอม ห้วยขมิ้น อำเภอ
ด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี และทิศตะวันตก จุดเขตท้องที่อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี
อัตราค่าบริการเข้าอุทยานแห่งชาติ

ชาวไทย : ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท

ชาวต่างชาติ : ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50 บาท

การเดินทาง:

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ให้ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 340 (บางบัวทอง-สุพรรณบุรี)
จนกระทั่งถึงทางแยกเข้าสู่อำเภอเดิมบางนางบวช ระยะทางประมาณ 150 กิโลเมตร จากนั้นให้
เลี้ยวซ้ายผ่านอำเภอเดิมบางนางบวช ระยะทางประมาณ 33 กิโลเมตรแล้วเลี้ยวขวาอีกครั้งเข้า
สู่เส้นทางหลวงหมายเลข 733 มุ่งหน้าสู่ตัวเมืองอำเภอด่านช้าง ระยะทางประมาณ 40
กิโลเมตรจากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) เข้าสู่ตัวจังหวัดนครปฐม
จากนั้นให้เลี้ยวขวาที่สามแยกมาลัยแมน เข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 321 มุ่งหน้าสู่อำเภออุ
ทอง ระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตร และจากอำเภออุทอง ให้ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 333
เข้าสู่อำเภอด่านช้าง อีก 50 กิโลเมตรจากอำเภอด่านช้างใช้เส้นทางสาย 333
(ด่านช้าง-บ้านไร่) ไปอีก 15 กิโลเมตรก็จะพบทางแยกเข้าบ้านวังดินเข้าไปที่บ้านป่าซัดอีก
15 กิโลเมตร (ทางลาดยาง) แล้วต่อด้วยทางลูกรัง จากบ้านป่าซัดเข้าสู่ที่ทำการอุทยานแห่งชาติ
พุเตย อีก 3 กิโลเมตรจากกรุงเทพฯ ให้ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 340 (บางบัวทอง -
สุพรรณบุรี) ถึงจังหวัดสุพรรณบุรีเลี้ยวซ้ายเข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 322 ถึงอำเภอดอน
เจดีย์ ระยะทาง 31 กิโลเมตร จากนั้นให้เลี้ยวซ้ายใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3264 ถึงบ้านสระ
กระโจม ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวาเข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 333 มุ่ง
หน้าสู่อำเภอด่านช้าง ระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตรแล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่เส้นทาง 3086 (เส้น
ด่านช้าง - บ่อพลอย) ถึงบ้านปลักประดู่ระยะทาง 32 กม. แล้วเลี้ยวขวาใช้เส้นทาง 3480 ถึง
บ้านทุ่งมะกอกแล้วเลี้ยวขวาถึงบ้านห้วยหินดำ ระยะทาง 38 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวาอีก
6 กิโลเมตรถึงที่ทำการอุทยานแห่งชาติพุเตยรถโดยสารประจำทาง รถตู้ประจำทางออกจาก
สถานีขนส่งสายใต้เก่าสาย 69 ทุก 20 นาที ตั้งแต่เวลา 05.00-19.00 น. ถึงขนส่งอำเภอด่าน
ช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง 30 นาที (โทรจองที่นั่งได้ที่ 088
543 7201) หลังจากนั้นเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางจากสถานีขนส่งด่านช้าง จังหวัด
สุพรรณบุรี หมายเลข 709 ด่านช้าง-บ้านกล้วย รถวิ่งแค่เวลาเดียว คือ เวลา 11.00 น. เพื่อ
เดินทางสู่อุทยานแห่งชาติพุเตย ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที รวมระยะทาง
ประมาณ 78 กิโลเมตร

รถตู้ประจำทางออกจากสถานีขนส่งสายใต้ใหม่ 994 ทุก 20 นาที ตั้งแต่เวลา 05.00-18.00 น. ถึงขนส่งอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง 30 นาที (โทรจองที่นั่งได้ที่ท่าสายใต้ 080 022 2791, ท่านครปฐม 080 022 2195, ท่าด่านช้าง 080 022 2780, ท่าบ้านไร่ 083 316 5151) หลังจากนั้นเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางจากสถานีขนส่งด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี หมายเลข 709 ด่านช้าง-บ้านกล้วย รถวิ่งแค่เวลาเดียว คือเวลา 11.00 น. เพื่อเดินทางเข้าสู่อุทยานแห่งชาติพุเตย ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที รวมระยะทางประมาณ 78 กิโลเมตร

รถตู้ประจำทางออกจากสถานีขนส่งหมอชิต 994 เลขวิทยุ-องค์พระ-ม่วงเฒ่า-หนองปรือ-กรุงเทพฯ (อาคาร D ช่อง D8) ทุก 20 นาที จากขนส่งหมอชิตตั้งแต่เวลา 06.00-18.00 น. ถึงตลาดม่วงเฒ่า จังหวัดกาญจนบุรี ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง 30 นาที (โทรจองที่นั่ง 082 885 2424) หลังจากนั้นต้องเช่าเหมารถเพื่อเดินทางเข้าสู่อุทยานแห่งชาติพุเตย ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง รวมระยะทางประมาณ 46 กิโลเมตร

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

อุทยานแห่งชาติพุเตย เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งเดียวในจังหวัดสุพรรณบุรี ครอบคลุมพื้นที่ในอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วยป่าที่สมบูรณ์ เทือกเขาสลักซับซ้อนมีความลาดชันมาก ส่วนที่สูงที่สุดเรียกว่า “ยอดเขาเทวดา” มีระดับความสูง 1,123 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารหลายสาย มีป่าสนสองใบธรรมชาติที่สวยงามเหมาะที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ

ประวัติความเป็นมา:

เนื่องด้วยกรมป่าไม้ได้พิจารณาเห็นว่าพื้นที่ป่าไม้ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าองค์พระ ป่าเขาพระกำ ป่าเขาห้วยพลู ท้องที่อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเดิมเป็นวนอุทยานพุเตย วนอุทยานพุกระทิง วนอุทยานเตรียมการตะเพินคลี่ และป่าไม้ข้างเคียงมีสภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์ สมควรที่จะอนุรักษ์ไว้ ดังนั้นกรมป่าไม้จึงมีคำสั่ง ที่ 1224/2537 ลงวันที่ 21 กรกฎาคม 2537 ให้นายพันเทพ อันตระกุล นักวิชาการป่าไม้ 6 ไปดำเนินการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติม และจัดตั้งวนอุทยานพุเตยวนอุทยานพุกระทิง ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าองค์พระ ป่าเขาพระกำ จังหวัดสุพรรณบุรี และจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 โดยทำหน้าที่เป็นหัวหน้าอุทยานแห่งชาติ จากผลการสำรวจพบว่า ประกอบไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญและมีค่า เช่น พันธุ์ไม้ ของป่า สัตว์ป่านานาชนิด ตลอดจนทิวทัศน์ ป่า ภูเขา เกาะ และน้ำตก ที่สวยงามยิ่ง สมควรกำหนดให้เป็นอุทยานแห่งชาติ เพื่อสงวนไว้ให้คงอยู่ในสภาพธรรมชาติเดิมมิให้ถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงไปคณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติใน

หลักการเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2540 โดยได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณที่ดินป่าองค์พระ ป่าเขาพระกำ และป่าเขาห้วยพลู ในท้องที่ตำบลองค์พระ ตำบลห้วยขมิ้น ตำบลนิคมกระเสียว ตำบลวังยาว และตำบลด่านช้าง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติพุเตย โดยประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 115 ตอนที่ 67 ก ลงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2541 นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 85 ของประเทศไทย

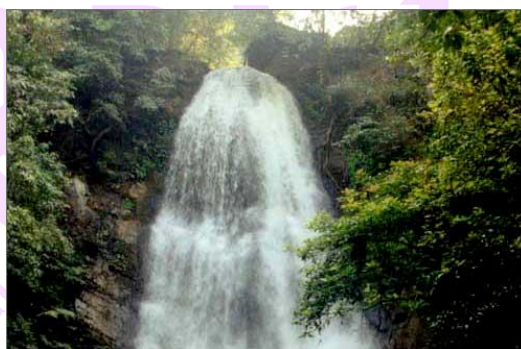
สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

อุทยานแห่งชาติพุเตย สามารถท่องเที่ยวได้ตามช่วงเวลาที่เหมาะตามฤดูกาล ซึ่งจะมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติและมีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ ชมทะเลหมอกบนยอดเขาเทวดา นอนกางเต็นท์ ชมถ้ำและน้ำตก กิจกรรมเดินป่าสนสองใบ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี

โอกาสในการพัฒนา: พัฒนาด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัย เพื่อศึกษาระบบนิเวศ ของป่าดิบเขา ป่าสนสองใบและยอดเขา

ที่มา : สำนักงานอุทยานแห่งชาติ, กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

1.6 วนอุทยานแห่งชาติพุม่วง



ภาพ 34 วนอุทยานแห่งชาติพุม่วง

ที่มา : วนอุทยานแห่งชาติพุม่วง สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

หมู่ที่ 15 ตำบลกระแจะสามพัน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

ขนาดพื้นที่ 1725.00 ไร่ เป็นภูเขาหลายลูกติดต่อกันส่วนใหญ่เป็นหิน บริเวณตอนกลางเป็นที่ราบ ความสูงของพื้นที่ 180-245 เมตร และมีสถานที่ประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวรรณคดีอยู่ บริเวณเชิงเขาพิชพรรณและสัตว์ป่า เป็นป่าเบญจพรรณ พันธุ์ไม้ที่พบได้แก่ ชี้หนอน กระเช้า

ตะโก พุด โมกมัน มะกอกป่า มะม่วงหัวแมลงวัน กระพี้จั่น ประจันต์ขาว เป็นต้น สัตว์ป่าที่พบ ได้แก่ ไก่ป่า กระรอก กระแต กระต่ายป่า หมูป่า อีเห็น และนกชนิดต่างๆ การเดินทาง เส้นทางคมนาคมเข้าสู่วนอุทยานพุ่มวง โดยทางรถยนต์จากจังหวัดกาญจนบุรีตามทางหลวงหมายเลข ๓๒๔ หรือจากจังหวัดนครปฐมตามทางหลวงหมายเลข ๓๒๑ ถึงแยกไปอำเภอบ่อพลอยเลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข ๓๓๒๔ ประมาณ ๕๐๐ เมตร จะเห็นป้ายบอกทางเข้าวนอุทยานพุ่มวง เลี้ยวขวาไปตามถนนคอนกรีต ระยะทาง ๑.๕ กิโลเมตร ถึงวนอุทยานพุ่มวง หรือจากจังหวัดสุพรรณบุรีตามทางหลวงหมายเลข ๓๒๑ ถึงแยกไปอำเภอบ่อพลอยเลี้ยวขวาไปตามทางหลวงหมายเลข ๓๓๒๔ ประมาณ ๕๐๐ เมตร จะเห็นป้ายบอกทางเข้าวนอุทยานพุ่มวง เลี้ยวขวาไปตามถนนคอนกรีต ระยะทาง ๑.๕ กิโลเมตร ถึงวนอุทยานพุ่มวง ซึ่งวนอุทยานพุ่มวงนั้น อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอบ่อพลอย ประมาณ ๗ กิโลเมตร, ห่างจากจังหวัดสุพรรณบุรี ๓๘ กิโลเมตร และห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ ๑๓๐ กิโลเมตร

ประวัติความเป็นมา:

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอีกจังหวัดหนึ่งซึ่งเป็นเมืองเก่าแก่แต่โบราณ จึงมีสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ น้ำตก และวรรณคดีที่น่าสนใจ อีกทั้งมีสภาพป่าที่ใกล้แหล่งชุมชน ท่านอาจารย์วัชรินทร์ โสไกร ศึกษาพิเศษ สำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรี เห็นว่าสถานที่แห่งนี้จะอนุรักษ์ไว้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและศึกษาหาความรู้ทางธรรมชาติวิทยาของเยาวชนรุ่นหลัง จึงได้เสนอจัดตั้งเป็นวนอุทยาน ต่อท่านผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี (นายจรินทร์ กาญจนมัย) เมื่อปี พ.ศ.๒๕๒๖ และได้มีบัญชาให้เจ้าหน้าที่ป่าไม้จังหวัดสุพรรณบุรี และป่าไม้อำเภอบ่อพลอยไปดำเนินการสำรวจสภาพป่าและเห็นว่าเข้าหลักเกณฑ์ในการประกาศจัดตั้งเป็นวนอุทยาน จึงได้เสนอต่อผู้บังคับบัญชาพิจารณาตามลำดับขั้นตอน และทางกรมป่าไม้ได้มีการอนุมัติให้จัดตั้งเป็นวนอุทยานพุ่มวง เมื่อปี พ.ศ.๒๕๒๗ ซึ่งในปัจจุบันได้ร่วมปฏิบัติงานกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) จนทำให้พื้นที่ของวนอุทยานพุ่มวงบางส่วน(ตำบลอู่ทอง) ประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทองขึ้นมา

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

วนอุทยานพุ่มวง อยู่ในท้องที่ตำบลจระเข้สามพัน อำเภอบ่อพลอย จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาตะโกปิดทองและป่าเขาเพชรน้อย มีเนื้อที่ประมาณ 1,725 ไร่ โดยกรมป่าไม้ได้ประกาศจัดตั้งเป็นวนอุทยานเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2527 มีอาณาเขตติดต่อดังนี้ ทิศเหนือ จดพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาตะโกปิดทองทิศใต้ จดที่ดินกรมศิลปากรทิศตะวันออก จดที่ดินสุสานสุรารัตน์ทิศตะวันตก จดบริเวณอ่างเก็บน้ำเขาถ้ำเสือ

โอกาสในการพัฒนา: การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อศึกษาระบบนิเวศป่าชุมชน ความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ในป่าเบญจพรรณ ประเภทป่าผลัดใบ

1.7 เขตห้ามล่าสัตว์บึงฉวาก



ภาพ 35 เขตห้ามล่าสัตว์บึงฉวาก

ที่มา : การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตร, 2561,

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

รถยนต์ส่วนตัว ระยะทางจากกรุงเทพฯ-บึงฉวาก ประมาณ 164 ก.ม. ถนน กรุงเทพฯ-สุพรรณ (340) เส้นทางเข้าบึงฉวากสะดวกที่สุด พอถึงสามแยกไฟแดงเข้าตลาดท่าช้าง ให้ตรงไปทาง จ.ชัยนาทอีกประมาณ 8 ก.ม. จะมีป้าย และแยกซ้ายมือไปบึงฉวากอีกประมาณ 4 ก.ม. รถโดยสารประจำทาง กรุงเทพฯ - สุพรรณ - ท่าช้าง (ท่าสายใต้ และ ท่าหมอชิต) ลงรถสุดท้ายที่ท่ารถตลาดท่าช้าง เหมารถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง 80/คน หรือรถยนต์ โทร.081-8809981 รถตู้โดยสาร กรุงเทพฯ - สามชุก - หันคา

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ เป็นบึงน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 2,700 ไร่ อยู่ห่างจากตัวเมืองสุพรรณบุรีประมาณ 64 กิโลเมตร โชน้ำจืด มีอุโมงค์ความยาวประมาณ 8.5 เมตร ผู้ชมสามารถเดินลอดผ่านใต้ตู้ปลาได้บรรยากาศเหมือนอยู่ใกล้สัตว์น้ำ ซึ่งถือว่าเป็นอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งแรก ของประเทศไทย อาคารสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หลังที่ 3 (สวรรค์แห่งโลกใต้ทะเล) จัดแสดงพันธุ์ปลาทะเลมากมายหลายชนิด ให้ได้ชมกัน มีตู้ปลาขนาดใหญ่ และตู้ปลารูปทรงแปลกตา เพื่อคอยบริการนักท่องเที่ยวให้ได้ชื่นชมกับ ความสวยงาม และบรรยากาศของโลกใต้ทะเล รวมทั้งตื่นตาตื่นใจ

กับอุโมงค์ปลา และบันไดเลื่อน ขนาดความยาว 75 เมตร เพื่อให้ได้ศึกษาสภาพความเป็นอยู่ของ สัตว์ทะเลอย่างใกล้ชิด รวมทั้งบ้านของเจ้าแห่งท้องทะเล หรือปลาลงลามอีกจำนวนมาก ภายอาคารในพบกับตู้ปลาทรงกระบอก (Cylinder) ใหญ่และสูงที่สุดในเมืองไทย เปิดโลกใต้ทะเล (The Open Sea) ชมความงามของปลากระเบนนก ปลาลงลามครีบดำ ปลาค้างคาวตุ้ยยักษ์ ใต้สมุทร (Giant Grouper) ตู้ปะการังสีฟ้าจากโอกินาวา (Okinawa blue) เนรมิตปะการังภายในตู้เปรียบเสมือน ปะการังแห่งท้องทะเลโอกินาวา อุโมงค์ปลาลงลาม (Shark Tunnel) ตื่นตากับฝูงปลาลงลามขนาดใหญ่ ฉลามเสือทราย ฉลามเสือดาว ฉลามครีบดำ และอุโมงค์ยาว 16 เมตร กว้าง 6 เมตร ซึ่งเป็นอุโมงค์ปลาที่กว้างที่สุดในโลก

ประวัติความเป็นมา:

พ.ศ. 2525 นายจรินทร์ กาญจน์มัย ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรีในขณะนั้น ได้มีแผนพัฒนาหมู่บ้านรอบบึงฉวากเพราะเป็นสถานที่ที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีนกนานาชนิด จึงนำเรื่องเสนอกรมป่าไม้ เพื่อให้เป็นพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่ากระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ประกาศเรื่องกำหนดให้พื้นที่บริเวณบึงฉวาก ตำบลบ้านเขว้า อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท และตำบลปากน้ำ ตำบลเดิมบาง ตำบลหัวเขา อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า ตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2503 โดยกำหนดชนิดสัตว์ป่าที่ห้ามล่าไว้ 59 ชนิด เป็นนก 58 ชนิด สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม 1 ชนิด (หากทุกชนิดในวงค์ย่อย)

พ.ศ. 2526 ตามพระราชกฤษฎีกา ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ประกาศให้บึงฉวากเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าอย่างสมบูรณ์แบบ

พ.ศ. 2537 นายบรรหาร ศิลปอาชา ร่วมกับหน่วยงานในจังหวัดสุพรรณบุรี จัดทำโครงการบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองในโอกาสที่พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงครองสิริราชสมบัติ ครบ ๕๐ ปี ในปี พ.ศ. 2539

เกิดศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก สังกัดสำนักงานอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการศึกษา สืบค้นค้นคว้าวิจัยการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ดำรงสายพันธุ์สัตว์ป่า พัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งอาหารของสัตว์ป่า ฯลฯ ต่อมาได้สร้างกรงขนาดใหญ่และสวนสัตว์ เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่สนใจ

พ.ศ. 2539 ได้จัดสร้างตู้ปลา 30 ตู้ มีปลาน้ำจืดกว่า 50 ชนิด สร้างบ่อจระเข้

พ.ศ. 2541 ได้จัดให้เป็นพื้นที่ลุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติตามอนุสัญญาแรมซาร์ คือ เป็นพื้นที่ลุ่ม พื้นที่ราบลุ่ม พื้นที่ลุ่มชื้นแฉะ พื้นที่ฉ่ำน้ำ น้ำขัง พื้นที่พรุ พื้นที่แหล่งน้ำ

ทั้งที่เกิดจากธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น มีน้ำขังถาวรหรือชั่วคราว ทั้งที่น้ำนิ่ง น้ำไหล ทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย น้ำเค็ม น้ำลึกไม่เกิน 6 เมตร

พ.ศ. 2542 สร้างอุทยานผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2544 ได้ทำการเปิดให้ประชาชนเข้าชมในอุทยานผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพเฉลิมพระเกียรติได้เป็นครั้งแรก วางศิลาฤกษ์อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำหลังที่ 2 ภายในอาคารมีตู้ปลาขนาดใหญ่ 1 ตู้ ตู้ปลาขนาด 1 ตัน 30 ตู้ มีปลาน้ำจืด 60 ชนิด ปลาทะเลสวยงาม 7 ตู้

พ.ศ. 2546 อาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสร้างแล้วเสร็จ วันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 เปิดให้ประชาชนเข้าชมอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติอย่างเป็นทางการ

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถพัฒนาต่อยอดในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พืชผักสมุนไพร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ได้

1.8 สวนรุกขชาติด้านข้าง



ภาพ 36 สวนรุกขชาติด้านข้าง

มา : สวนรุกขชาติด้านข้าง สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลบ้านช้าง อำเภอด้านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรีริมถนนสายสามชุก-ด้านช้าง เสมือนเป็นสวน รุกขชาติอยู่กึ่งกลางชุมชน ห่างจากอำเภอด้านช้างเพียง 1.5 กม. และอยู่ห่างจากจังหวัดสุพรรณบุรี 80 กม.

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

สวนรุกขชาติด้านข้างมีสภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบ เดิมอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าห้วยขมิ้น ป่าพุ น้ำ ร้อนและป่า หนองหญ้าไซ ดินเป็นดินร่วน สภาพสมบูรณ์ด้วยอินทรีย์วัตถุ

มี พรรณไม้เดิมและปลูกเพิ่มเติมประมาณ 70 ชนิด ได้แก่ มะค่าโมง มะค่าแต้ประดู่ป่า แดง สัก สมอภูเขา โมกมัน รกฟ้า แสมสาร ใผ่ เป็นต้น

ประวัติความเป็นมา:

พ.ศ.2523 นายบรรหาร ศิลปอาชา รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ มอบพื้นที่บางส่วนของวัด บรรหาร-แจ่มใส อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรีจำนวน 56 ไร่ ให้กรมป่าไม้โดยสำนักงานป่าไม้เขตบ้านโป่งจัดทำ โครงการ ปลูกป่าขึ้นเป็นครั้งแรก ต่อมาใน พ.ศ.2543 กรมป่าไม้ได้อนุมัติให้มีการจัดตั้งสวนรุกขชาติด่านช้างขึ้นในบริเวณพื้นที่ดังกล่าว

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

เพื่อเป็นแหล่ง ศึกษาธรรมชาติและพักผ่อนหย่อนใจ

โอกาสในการพัฒนา: พัฒนาเป็นศูนย์ศึกษาและอนุรักษ์พันธุ์ไม้ ตลอดจนระบบ นิเวศ ของป่าชนิดต่างๆ

1.9 พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ภาพ 37 พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ที่มา : การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตร, 2562,

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

การท่องเที่ยวโดยชุมชนวังยาง

ประวัติความเป็นมา:

ไม่ทราบแน่ชัดว่า มีการปลูกแห้วในประเทศไทยเมื่อใด แต่มีผู้นำแห้วมาปลูกที่จังหวัดเชียงรายนานมาแล้ว และได้นำมาปลูกในเขต อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อปี พ.ศ. 2493 ปรากฏว่าปลูกได้ผลดี ทำกำไรมากมายให้แก่ผู้ปลูก จึงมีการปลูกแห้วเพิ่มขึ้น ขยายเนื้อที่ออกไป ทำให้ราคาลดลงเรื่อยๆ การขยายเนื้อที่ปลูกจึงไม่กว้างขวางออกไปมากนัก แต่ก็ยังมีผู้นิยมปลูกแห้วกันอยู่พอสมควร ปัจจุบันมีการปลูกแห้วมากแถวสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน เขตอำเภอเมือง อำเภอศรีประจันต์ อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

ถ้ามาสุพรรณ สิ่งหนึ่งที่ไม่ควรพลาด คือการลองลิ้มชิม แห้ว ว่ากันว่าแห้วสุพรรณ โดยเฉพาะแห้วอำเภอศรีประจันต์อร่อยที่สุด หนาแห้วที่ศรีประจันต์ เป็นแห้วจีน (Water chestnut) ซึ่งเจริญเติบโตได้ดีในดินชุดสระบุรีไฮเพด ซึ่งดินชุดนี้มีลักษณะพิเศษคือ จะมีลักษณะคล้ายชั้นดินดาน ลึกประมาณ 50-70 เซนติเมตร ซึ่งเป็นประโยชน์ในการปลูกแห้วจีนเป็นอย่างมาก เพราะเมื่อแห้วจีนลงหัว หัวของแห้วจีนจะไปกองหรือแผ่ขยายในบริเวณชั้นดินดาน ทำให้สะดวกในการเก็บเกี่ยว กิจกรรมทำนาแห้ว เป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ให้เกิดการเรียนรู้ สามารถพัฒนาและต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.10 อุทยานผักพื้นบ้าน



ภาพ 38 อุทยานผักพื้นบ้าน

ที่มา : อุทยานผักพื้นบ้าน สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

ศูนย์บริการท่องเที่ยวเกษตร ประกอบด้วย ชุมนไม้เลื้อย ชุมนไม้กระถาง ชุมนสามเหลี่ยมสวนไม้ น้ำ จัดแสดงพันธุ์พืชน้ำหลายชนิด เรือนเพาะชำกล้าไม้ และแจกจ่ายแก่เกษตรกรผู้สนใจ

โรงเรือนปลูกพืชระบบระบายน้ำ สำหรับทดสอบการปลูกพืชจากภูมิภาคต่าง ๆ และการปลูกพืชไร้ดิน

ประวัติความเป็นมา:

อุทยานผักพื้นบ้านเฉลิมพระเกียรติบึงฉวาก ดำเนินการโดยกรมส่งเสริมการเกษตร พื้นที่ 26 ไร่ จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองเนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช มีพระชนมายุครบ 72 พรรษา รวมทั้งสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนทั่วไปเห็นคุณค่าและอนุรักษ์พืชผักพื้นบ้าน โดยการรวบรวมพืชผักพื้นบ้านจากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยกว่า 500 ชนิด เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้ศึกษาถึงการปลูก การขยายพันธุ์ การบริโภค ตลอดจนคุณประโยชน์อื่น ๆ ของผักพื้นบ้าน ทั้งประเภทไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม ไม้ล้มลุก ไม้เถาเลื้อย ไม้น้ำ และไม้ในที่สูงและ ภายในอุทยานมีการจัดภูมิทัศน์อย่างสวยงาม มีอาคารศูนย์ข้อมูล มีห้องสมุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้าน ห้องแสดงนิทรรศการ ห้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากผักพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้เกษตรกรบริเวณรอบบึงฉวาก มีรายได้จากการจำหน่ายต้นพันธุ์ และผลผลิตจากผักพื้นบ้าน โดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการความรู้อย่างต่อเนื่อง จุดเที่ยวชม ภายในอุทยานผักพื้นบ้าน

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

อุทยานผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพ เฉลิมพระเกียรติบึงฉวาก ได้รวบรวมผักพื้นบ้านจากทั่วทุกภาคของประเทศไทยกว่า 500 ชนิด มีทั้งไม้ยืนต้น ไม้เลื้อย ไม้ล้มลุกและไม้ขึ้นแฉะ สิ่งที่น่าสนใจได้แก่ น้ำเต้าสี่เหลี่ยม บวบหอมขนาดใหญ่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโรงปลูกพืชระบบระเหยน้ำ และสาธิตการปลูกพืชไร้ดินให้ชม

โอกาสในการพัฒนา: พัฒนาเป็นศูนย์อนุรักษ์ผักพื้นบ้านของภาคกลางประเทศไทย

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2.1 วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร



ภาพ 39 วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร

ที่มา : การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตร, 2564,

ที่ตั้งและการเข้าถึง: ตั้งอยู่ที่ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น: ประดิษฐานองค์หลวงพ่อดโต พระคู่บ้านคู่เมือง ของชาวจังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติความเป็นมา: เป็นวัดเก่าแก่ สันนิษฐานว่ามีอายุราว 1200 ปี ตั้งอยู่ริมถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมือง ชาวบ้านทั่วไปเรียกว่าวัดป่า ภายในวิหาร เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อดโต ปางป่าเลไลยก์ ในพงศาวดารเหนือกล่าวไว้ว่า พระเจ้ากาแตทรงให้มอญน้อย มาบูรณะวัดป่าเลไลยก์ ภายหลังปี พ.ศ. 1724 เล็กน้อย หลวงพ่อดโตเป็นพระพุทธรูปปางป่าเลไลยก์ ศิลปะสมัยอู่ทอง สุพรรณภูมิ (คือประทับนั่งห้อยพระบาท) มีนักปราชญ์หลายท่านว่า เดิมคงเป็นพระพุทธรูปปางปฐมเทศนา สร้างไว้กลางแจ้งอย่างพระพนัญเชิงสมัยแรกต่อมาได้มีการบูรณะ ซ่อมแซมใหม่ และทำเป็นปางป่าเลไลยก์ ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ภายในองค์พระพุทธรูปบรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ 36 องค์ ที่ได้มาจากพระมหาเถรไธลยลาย

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา: วัดป่าเลไลยก์ มีความเกี่ยวข้องกับวรรณคดี อันลือชื่อของไทย คือ เสภาขุนช้างขุนแผน นิราศเมืองสุพรรณของสุนทรภู่ ปัจจุบันวัดป่าเลไลยก์ มีสถานะเป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร

ภาพเขียนเรื่องราว ขุนช้าง-ขุนแผน รอบๆ วิหารของหลวงพ่อดโต มีจิตรกรรมฝาผนังเล่าเรื่องราวของขุนช้าง-ขุนแผน ตั้งแต่เริ่มเรื่อง จนถึงตอนสุดท้าย เป็นภาพที่สวยงาม และได้ความรู้ ชมภาพบางส่วนได้ที่ นิทาน ขุนช้าง-ขุนแผนเรือนขุนช้าง เป็นเรือนไทยแบบโบราณ ตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดป่าเลไลยก์ สร้างเป็นเรือนไทยไม้สักหลังใหญ่กว้างขวาง ตามเรือนของ

ขุนช้างในวรรณคดีเรื่องขุนช้างขุนแผน ขึ้นไปบนเรือนจะเห็นภาพวาดตัวละครขุนช้างนักท่องเทียวสามารถถ่ายรูปเป็นที่ระลึก แต่ละห้องจะมีภาพบรรยายเล่าเรื่องขุนช้างขุนแผน มีการจัดแสดงเครื่องใช้ต่างๆในสมัยก่อน มีการตกแต่งบริเวณโดยรอบสวยงามน่าเที่ยวชม ตลาดต้องชม ภายในบริเวณวัด เป็นศูนย์รวมจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของดีเมืองสุพรรณ ปลาสดดอนกำยาน ปลาแม่น้ำ ปลาแดดเดียว พืชผักผลไม้ และน้ำพริกก็มีให้เลือกหลากหลายชนิด ราคาถูกเสภาพขุนช้างขุนแผน เมื่อนางทองประศรี พาพลายแก้วไปอยู่เมืองกาญจน์เก็บหอมรอมริบ จนกระทั่งมีฐานะเป็นเศรษฐี และเมื่อพลายแก้วเติบโตก็ได้บรรพชาเป็นสามเณรและได้มาเรียนคาถาอาคม พร้อมกับเทศน์มหาชาติ กับสมภารมีแห่งวัดป่าเลไลยก์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์เรื่องราวดีๆ ทางวัดป่าเลไลยก์ได้จัดให้มีเทศน์มหาชาติขึ้นเป็นประจำทุกปี และสร้างเรือนขุนช้าง เป็นเรือนไทย ไม้สัก เพื่อให้ลูกหลานได้ทัศนศึกษาสืบต่อไป

2.2 วัดไผ่โรงวัว



ภาพ 40 วัดไผ่โรงวัว

ที่มา: วัดไผ่โรงวัว สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

วัดไผ่โรงวัว หรือ วัดโพธาราม เป็นวัดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลบางตาเถรอำเภอสองพี่น้อง ตั้งอยู่บริเวณทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3422 กิโลเมตรที่ 19

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

ภายในวัดมีสิ่งก่อสร้างเกี่ยวกับพุทธศาสนา ได้แก่ “สังเวชนียสถาน 4 ตำบล” คือสถานที่ที่พระพุทธเจ้า ประสูติ ตรัสรู้ ปฐมเทศนา และปรินิพพาน กับังงานประติมากรรมหรือภาพปั้นเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธประวัติในรอกภูมิ รวมทั้งวรรณคดีและประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังมี “พระธรรมจักร” หล่อด้วยทองสำริดใหญ่ที่สุดในโลก “พระกะกุสันโธ” พระพุทธรูปปูนปั้น

ขนาดใหญ่ที่สุดในโลก “ซ้องและบาตร” ใหญ่ที่สุดในโลก “พระวิหารร้อยยอด” รวมทั้งสิ่งก่อสร้างอื่นๆ อีกมากมาย

ประวัติความเป็นมา:

สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2469 เดิมตั้งเป็นสำนักสงฆ์ในพื้นที่ 20 ไร่ ต่อมาชาวบ้านไฟโรงวัวไปนิมนต์หลวงพ่อบุญมาจากวัดพระศรีรัตนมหาธาตุใน อ.เมืองมาเป็นเจ้าอาวาส มีการพัฒนาวัดและขยายพื้นที่ออกไป ในขณะที่วัดมีชื่ออย่างเป็นทางการว่าวัดโพธาราม แต่ชาวบ้านยังคงเรียกวัดไฟโรงวัว ใน พ.ศ. 2533 จึงเปลี่ยนเป็นชื่อวัดไฟโรงวัวดังเดิม

เป็นวัดที่มีพุทธ-ศาสนิกชนและบุคคลทั่วไป นิยมไปเที่ยวชมกันมาก หลวงพ่อบุญได้ดำเนินการก่อสร้าง “พระพุทธรูปโคดม” พระพุทธรูปโคดมเป็นพระพุทธรูปโลหะสำริดองค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เริ่มก่อสร้างตั้งแต่ปี พ.ศ. 2502 ใช้เวลาก่อสร้างนานถึง 17 ปี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้เสด็จพระราชดำเนินมาทรงยกพระเกตุมาลา เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2512 นอกจากพระพุทธรูปโคดมแล้วยังมี “พระกฤษณ์โธ” สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2518-2523 เป็นพระพุทธรูปขนาดใหญ่ปางมารวิชัย องค์สีขาว สูง 28 วา 2 คอก หน้าตักกว้าง 20 วา ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้แต่ไกล ประชาชนทั่วไปนิยมมากกราบไหว้ สักขะนียสถาน 4 อยู่บริเวณด้านหน้าองค์พระกฤษณ์โธ ประกอบด้วยสิ่งก่อสร้างซึ่งจำลองจากสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนาสี่แห่งในประเทศไทยอินเดียและเนปาล ได้แก่ สวรรค์พิณสถานที่ประดิษฐานปัจจุบันอยู่ในเนปาล เจดีย์พุทธคยาสถานที่ตรัสรู้ สถูปเมืองสารนาถซึ่งเป็นที่ตั้งของปาฏิสีปตนมฤคทายวันสถานที่แสดงปฐมเทศนา โปรดปัญญาวัคคีย์ และกุสินาราสถานที่ปรินิพพานของพระพุทธองค์

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

วัดไฟโรงวัวนับได้ว่าเป็นอีกตัวเล็อกที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากจะชื่นชมความงามของสิ่งก่อสร้างทางพุทธศาสนา เพราะวัดแห่งนี้มีสิ่งก่อสร้างทางพุทธศาสนาที่หลากหลาย รวมไปถึงเมืองนรกภูมิ แดนแห่งเปรตและอสุรกาย ซึ่งเป็นไฮไลท์ที่สำคัญของวัดไฟโรงวัว เพราะรูปปั้นเปรตเหล่านั้นสามารถเป็นสิ่งเตือนใจให้กับผู้คนที่พบเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ทำแต่ความดีและละเว้นการทำบาป

2.3 วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ



ภาพ 41 วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ

ที่มา: การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตร, 2564,

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ อำเภอมืองอยู่ในตำบลรั้วใหญ่ ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำสุพรรณบุรี ถนนสมภารคงแยกจากถนนมาลัยแมน ไปประมาณ 300 เมตร

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

ในสมัยก่อนเป็นศูนย์กลางของเมืองสุพรรณภูมิ เป็นวัดคู่บ้านคู่เมือง

ประวัติความเป็นมา:

วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ตั้งอยู่ที่ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี วัดมหาธาตุหรือวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ เป็นวัดที่ตั้งอยู่ภายในกำแพงเมืองสุพรรณบุรีเก่า เป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองสุพรรณบุรี มีมาก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ซึ่งมีการบูรณะและสร้างเพิ่มเติมลักษณะรูปแบบของสถาปัตยกรรมจะเป็นสมัยกรุงศรีอยุธยา

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

มีสิ่งสำคัญ คือ พระผงสุพรรณ จึงเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยว

2.4 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุททอง



ภาพ 42 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุททอง

ที่มา: การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตร, 2564,

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุททอง ตั้งอยู่ใกล้ที่ว่าการอำเภออุททอง บนถนนมาลัยแมน อำเภออุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี ห่างจากจังหวัดสุพรรณบุรี ประมาณ 30 กิโลเมตร

เวลาเปิด-ปิด

วันเวลาทำการ : วันพุธ-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

เวลา 9.00 น.-16.00 น.

ปิด : วันจันทร์-วันอังคาร

ค่าเข้าชม

ค่าธรรมเนียมเข้าชมชาวไทย 30 บาท ชาวต่างชาติ 150 บาท

หมายเหตุ ยกเว้นค่าธรรมเนียม นักเรียน นักศึกษาในเครื่องแบบ พระภิกษุ สามเณร และนักบวช ในศาสนา ต่างๆและผู้สูงอายุ เกิน 60 ปี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

จัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับเมืองโบราณอุททองและวัฒนธรรมทวารวดี แสดงถึงพัฒนาการของเมืองโบราณอุททอง ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ กระทั่งพัฒนาเข้าสู่สังคมประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี

ประวัติความเป็นมา:

ประวัติการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุททอง พ.ศ. 2446 สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงมหาดไทยได้ตรวจ

ราชการเมืองสุพรรณบุรี และเสด็จสำรวจเมืองโบราณอุทอง ทรงนิพนธ์เล่าเรื่องเมืองอุทองใน รายงานเสด็จตรวจราชการเมืองสุพรรณบุรีและทรงนิพนธ์หนังสือเรื่องนิทานโบราณคดี

พ.ศ.2476 ราชบัณฑิตยสภาได้เริ่มทำการสำรวจทำแผนผังเมืองโบราณอุทอง โดยสังเขป ซึ่งปรากฏว่าเป็นเมืองโบราณสำคัญที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี แห่งหนึ่ง

พ.ศ. 2502 กรมศิลปากรได้จัดสร้างพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทอง ขึ้นเป็นอาคารชั่วคราวเพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุที่ได้จากการสำรวจและขุดค้นทางโบราณคดีที่เมืองโบราณอุทอง

พ.ศ. 2504 กรมศิลปากรทำการสำรวจขุดแต่งโบราณสถานที่มีกระจายอยู่ทั่วไปในเมืองโบราณ

อุทองเพิ่มเติม พบโบราณวัตถุสมัยทวารวดีจำนวนมาก

พ.ศ. 2507-2509 ศาสตราจารย์ชอง บวสเซลีเยร์ (M.JeanBoisselier) ผู้เชี่ยวชาญด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ศิลปะภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ชาวฝรั่งเศส และหัวหน้าหน่วยศิลปากรในขณะนั้น ได้ทำการสำรวจขุดแต่งโบราณสถานในเมืองอุทอง และศึกษาค้นคว้าทางโบราณคดีกับเมืองโบราณอุทอง

พ.ศ.2508-2509 กรมศิลปากรได้จัดสร้างอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทองขึ้นเป็นการถาวร เพื่อเก็บรักษาและจัดแสดงโบราณวัตถุที่ได้จากขุดค้นทางโบราณคดี เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทอง เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2509

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

เมืองโบราณอุทองเป็นเมืองโบราณสมัยทวารวดี มีผังเมืองเป็นรูปวงรี ตัวเมืองมีคูน้ำคันดินล้อมรอบภายในตัวเมืองและบริเวณโดยรอบมีซากโบราณกระจายอยู่ไม่น้อยกว่า 20 แห่ง ห่างออกไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้เป็นที่ตั้งของโบราณสถานคอกช้างดิน กลุ่มศาสนสถานและสิ่งก่อสร้างเนื่องในศาสนาพราหมณ์หรือฮินดู ลัทธิไศวนิกาย เมืองโบราณอุทองมีอายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 12-16 หรือประมาณ 1,000-1,400 ปีที่ผ่านมา เป็นหลักฐานแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองทางวัตถุและวิทยาการต่างๆในอดีต อันมีผลจากการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น เข้ากับการรับวัฒนธรรมจากประเทศอินเดีย ก่อให้เกิดรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เรียกว่า “ทวารวดี” มีลักษณะที่สำคัญคือ การวางผังเมืองที่มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ การนับถือพุทธศาสนา

นิยามการวางทิวทัศน์อาคารด้วยอิฐขนาดใหญ่ และการมีรูปแบบทางศิลปกรรมเฉพาะของตนเอง โบราณวัตถุสำคัญที่จัดแสดง ได้แก่ ธรรมจักรศิลา พระพุทธรูปสำริด พระพุทธรูปดินเผา ประติมากรรมดินเผา ลูกปัด เครื่องประดับ เครื่องมือเครื่องใช้ ชิ้นส่วนสถาปัตยกรรม ลวดลายปูนปั้น ฯลฯ โดยเฉพาะธรรมจักรศิลาพร้อมแท่นและเสาตั้งซึ่งถือเป็นโบราณวัตถุชิ้นเยี่ยมที่พบเพียงชิ้นเดียวในประเทศไทย

2.5 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุพรรณบุรี



ภาพ 43 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุพรรณบุรี

ที่มา: การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตร, 2564,

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ศูนย์ราชการกรมศิลปากร, ถนน สุพรรณบุรี - ชัยนาท

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

นำเสนอเรื่องราว วิถีชีวิตของชาวจังหวัดสุพรรณบุรี นับตั้งแต่หลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ ที่กล่าวถึงเมืองสุพรรณบุรีในอดีต หลักฐานที่แสดงถึงพัฒนาการของเมืองสุพรรณบุรี ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ทวาราวดี ลพบุรี อยุธยา และรัตนโกสินทร์ เหตุการณ์ยุทธหัตถี กลุ่มชนต่างๆ ที่อาศัยในจังหวัดสุพรรณบุรี ประวัติบุคคลสำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรีในอดีต วรรณกรรมสำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี เพลงพื้นบ้านหรือเพลงลูกทุ่งจนถึงสุพรรณบุรีในวันนี้

ประวัติความเป็นมา:

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สุพรรณบุรีนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตของชาวจังหวัดสุพรรณบุรี นับตั้งแต่หลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวถึงเมืองสุพรรณบุรีในอดีต หลักฐานที่แสดงถึงพัฒนาการของเมืองสุพรรณบุรี

ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ทวารวดี ลพบุรี อโยธยา และรัตนโกสินทร์ เหตุการณ์ ยุทธหัตถีกลุ่มชนต่างๆที่อาศัยในจังหวัดสุพรรณบุรีประวัติบุคคลสำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี ในอดีตวรรณกรรมสำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรีเพลงพื้นบ้านหรือเพลงลูกทุ่ง จนถึง สุพรรณบุรีในวันนี้

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี จัดตั้งขึ้นตามโครงการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ประจำเมือง เมื่อปีพุทธศักราช 2538 เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านโบราณคดีประวัติศาสตร์ มานุษยวิทยา ศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อสนองแนวพระราชดำริใน สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ที่ได้พระราชทานให้กรมศิลปากรเพิ่ม สาขาวิชาอื่นๆ ในการจัดแสดงของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เพื่อให้ทัดเทียมนานาชาติ อารยประเทศ

การจัดแสดงนิทรรศการถาวรของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี มีลักษณะของการผสมผสานระหว่างการจัดแสดงโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ กับสื่อจัดแสดงประเภทต่างๆ เช่น หุ่นจำลอง ระบบโสตทัศนูปกรณ์ ฯลฯ เพื่อให้ผู้เข้าชมได้รับทั้งความรู้ และความเพลิดเพลิน โดย แบ่งหัวข้อการจัดแสดงเป็นห้องต่างๆ

เป็นอาคารทรงไทยประยุกต์ 2 ชั้น มีพื้นที่ภายในประมาณ 3,200 ตารางเมตร ประกอบด้วย ส่วนสำนักงาน ห้องจัดแสดงนิทรรศการถาวร ห้องนิทรรศการชั่วคราว ห้องประชุมสัมมนา ห้อง คลังเก็บโบราณวัตถุ ห้องศูนย์ข้อมูลเพื่อการค้นคว้า และส่วนให้บริการประชาสัมพันธ์

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

การจัดแสดงนิทรรศการถาวรของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี มีลักษณะของการผสมผสานระหว่างการจัดแสดงโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ กับสื่อจัดแสดงประเภทต่างๆ เช่น หุ่นจำลอง ระบบโสตทัศนูปกรณ์ ฯลฯ เพื่อให้ผู้เข้าชมได้รับทั้งความรู้ และความเพลิดเพลิน

2.6 อุทยานมังกรสวรรค์ (พิพิธภัณฑสถานหาลานพันธุ่มังกร)



ภาพ 44 อุทยานมังกรสวรรค์ (พิพิธภัณฑสถานหาลานพันธุ่มังกร)

ที่มา: การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตร, 2564,

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

อุทยานมังกรสวรรค์ เปิดให้เข้าชมวันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 10.00-16.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น. ปิดทุกวันอังคาร เข้าชมเป็นรอบๆ มีชุดหูฟังเสียงบรรยายภาษาอังกฤษและจีนให้บริการค่าเข้าชมชาวไทยผู้ใหญ่ 299 บาท เด็ก 149 บาท ชาวต่างประเทศผู้ใหญ่ 499 บาท เด็กต่างประเทศ 299 บาท

การเดินทางพิพิธภัณฑสถานหาลานพันธุ่มังกร

รถยนต์ส่วนตัว

จากกรุงเทพฯใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง เลือกลงทาง ได้ 6 เส้นทาง คือ

เส้นทางที่ 1 จากกรุงเทพฯระยะทางประมาณ 107 ก.ม. ผ่านอำเภอบางบัวทองไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี หรือจากกรุงเทพฯผ่านนนทบุรี อำเภอบางบัวทอง ถึงจังหวัดสุพรรณบุรี

เส้นทางที่ 2 จากกรุงเทพฯระยะทางประมาณ 115 ก.ม.ผ่านจังหวัดปทุมธานี อำเภอลาดหลุมแก้ว ถึงตัวจังหวัด สุพรรณบุรี

เส้นทางที่ 3 จากกรุงเทพฯระยะทางประมาณ 132 ก.ม. ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี

เส้นทางที่ 4 จากกรุงเทพฯระยะทางประมาณ 228 ก.ม. ผ่านจังหวัดสิงห์บุรี อำเภอดิempo บางนางบวช ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี

เส้นทางที่ 5 จากกรุงเทพฯ ระยะทาง 150 ก.ม. ผ่านจังหวัดอ่างทอง ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี

เส้นทางที่ 6 จากกรุงเทพฯ ระยะทาง 164 ก.ม. ผ่านจังหวัดนครปฐม อำเภอกำแพงแสน ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี

รถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารประจำทางออกจากสถานีขนส่งหมอชิต ถนนกำแพงเพชร 2 ไปสุพรรณบุรี ทุกวันทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศ สอบถามเพิ่มเติม โทร. 0-2936-2852-66 ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที สอบถามเพิ่มเติม โทร. 0-2894-6122 สถานีขนส่งสุพรรณบุรี โทร. 0-3552-2373

บริษัท สุพรรณทัวร์ โทร. 0-2884-9522 (สุพรรณบุรี) โทร. 0-3550-0817 ออกจากกรุงเทพฯ เที่ยวแรก 06.00 น. เที่ยวสุดท้าย 18.30 น. ออกจากสุพรรณบุรี เที่ยวแรก 04.00 น. เที่ยวสุดท้าย 17.45 น. หรือ www.transport.co.th

รถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทยก็มีขบวนรถไฟไปยังจังหวัดสุพรรณบุรี รถออกเวลา 16.40 น. ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง

รถสองแถว (บริการเฉพาะภายในตัวเมืองสุพรรณ)

การเดินทางในตัวเมืองสุพรรณบุรีมีรถสองแถวให้บริการ โดยขึ้นบริเวณสี่แยกนางพิมหากต้องการเดินทาง ออกนอก ตัวเมือง ติดต่อสอบถามที่คิวรถ บริเวณสี่แยกนางพิม

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

อุทยานมังกรสวรรค์ คือ สถานที่เรียกพื้นที่บริเวณศาลหลักเมืองสุพรรณบุรีที่ปัจจุบันมีการขยายปรับปรุงออกไปอย่างกว้างขวาง ภายในอุทยานมังกรสวรรค์นั้นมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นพิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกรที่อยู่ภายในอาคารมังกรขนาดใหญ่ ภายในประกอบไปด้วยนิทรรศการไฮเทค 20 ห้อง ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสุพรรณบุรี ศาลศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นที่เคารพบูชาของชาวสุพรรณมาช้านานหมู่บ้านมังกรสวรรค์ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่เน้นจำลองบ้านเรือนแบบจีนมาให้ได้เดินเล่นถ่ายรูปและทานร้านอาหารขึ้นชื่อต่างๆ และสิ่งก่อสร้างอื่นๆ ดังนั้นถือได้ว่าอุทยานมังกรสวรรค์เป็นหัวใจของจังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติความเป็นมา:

พิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกร (อุทยานมังกรสวรรค์) สร้างจากความคิดของนายบรรหาร ศิลปอาชา อดีตนายกรัฐมนตรี สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์การเจริญสัมพันธ์ทางการทูต

ไทย – จีน ครบ 20 ปี ใน พ.ศ. 2539 และเป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี นำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของชาวจีน ประวัติศาสตร์ของชนชาติที่ยาวนานถึง 5,000 ปี โดยพิพิธภัณฑ์ดังกล่าวมีห้องจัดแสดง 21 ห้อง อยู่ในท้องม้งกรมีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ความยาว 135 เมตร สูง 35 เมตร กว้าง 18 เมตร เรียงลำดับห้องจัดแสดงตามยุคประวัติศาสตร์ของลัทธิราชวงศ์จีน เริ่มตั้งแต่ยุคหวงตี้ ถึงราชวงศ์ชิง ซึ่งเป็นราชวงศ์สุดท้าย จนกระทั่งถึงยุคแห่งการสร้างชาติและสมัยเปลี่ยนแปลงการปกครอง

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

อุทยานม้งกรสวรรค์ คือ สถานที่เรียกพื้นที่บริเวณศาลหลักเมืองสุพรรณบุรีที่ปัจจุบันมีการขยับขยายปรับปรุงออกไปอย่างกว้างขวาง ภายในอุทยานม้งกรสวรรค์นั้นมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นพิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์ม้งกรที่อยู่ภายในอาคารม้งกรขนาดใหญ่ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ตอนนี้องค์จากสภาวะการณ์โรคระบาดทางอุทยานม้งกรสวรรค์ จึงได้ปิดชั่วคราว

2.7 ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียไช้



ภาพ 45 ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียไช้

ที่มา: ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียไช้ สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

150/6 หมู่ที่ 8 ถนน สุพรรณบุรี – ดอนเจดีย์ Tambon Ban Pho, Amphoe Mueang Suphan Buri, Chang Wat Suphan Buri 72000

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

นาเฮียใช้หรือศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย ตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ถือเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรีที่รวบรวมเรื่องราวที่น่าสนใจและองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในวิถีของเกษตรกรที่ทรงคุณค่าให้ได้ศึกษาและเรียนรู้

ประวัติความเป็นมา:

ในอดีตบิดา-มารดาของเฮียใช้มีพื้นเพเดิมมาจากหมู่บ้านเชิงจิว ตำบลโคยหน้า อำเภอแก่งเสือ จังหวัด ชั่วเถา มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน ในปี พ.ศ. 2468 เนื่องจากเกิดสภาวะฝนแล้งติดต่อกัน 3 ปี จึงได้ตัดสินใจเดินทางจากบ้านเกิดโดยทางเรือ มาอาศัยอยู่ภายใต้ร่มพระบารมีของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) และย้ายมาตั้งรกรากอยู่ที่บ้านป่าลำคำ ตำบลสวนแตง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ต่อมาได้ย้ายมาอาศัยอยู่ที่ บ้านสะแกยาง หมู่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยอาศัยที่ดินของพ่อตู่ซุ่น แม่ตู่คำ กุณณา

เมื่อเฮียใช้อายุประมาณ 1 ขวบ ได้ย้ายมาอยู่บ้านอู่ยา อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ขณะนั้นมารดาประกอบอาชีพหาบของ แลกข้าวเปลือก ขายข้าวแกง ร้านกาแฟ และร้านขายของชำ เฮียใช้จบการศึกษาระดับชั้น ป.4 จากโรงเรียนบ้านลาดตานवल (โรงเรียนวัดอู่ยาในปัจจุบัน)

และเมื่อเฮียใช้เติบโตขึ้น ได้เข้ามาช่วยครอบครัวในการรับซื้อข้าวเปลือกและรับจ้างบรรทุกของ ในปี พ.ศ. 2540 ครอบครัวได้ตัดสินใจเปลี่ยนอาชีพ จากรับซื้อข้าวเปลือกมาเป็นการรวบรวมเมล็ดพันธุ์ข้าวเพื่อการค้าโดยมีลูก ๆ คอยช่วยดูแล เริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ เรียนรู้ลองผิดลองถูก โดยการสร้างเครื่องคัดเมล็ดพันธุ์ข้าวมีกำลังการคัดได้ 6 ตันต่อวัน ด้วยงบประมาณ 350,000 บาท และนับได้ว่าเป็นเครื่องคัดเมล็ดพันธุ์ข้าวเครื่องแรกในภาคเอกชน ภายใต้เครื่องหมายการค้า เฮียใช้เมล็ดพันธุ์ข้าว ตั้งแต่ทดสอบแรกที่บรรจุ และพัฒนาระบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีความบริสุทธิ์สูงผ่านตามเกณฑ์ที่ พ.ร.บ. พันธุ์พืชกำหนด

ในปัจจุบันได้เข้าร่วมโครงการรับรองระบบการผลิตเมล็ดพันธุ์ ที่ทางกรมการข้าว ร่วมกับสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) และได้รับการรับรองระบบในปี 2558 จึงเห็นได้ว่าการใส่ใจในทุกขั้นตอนของการผลิต เพื่อให้ได้ซึ่งเมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดี

โดยหัวใจหลักในการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวของเฮียใช้ คือการค้นหาเกษตรกรที่มีความขยัน ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบในหน้าที่มาเป็นผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ ในปัจจุบันมีครอบครัวชาวนาที่เข้าร่วมผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว 300 ครอบครัว โดยทุกแปลงที่มงานเฮียใช้จะ

เป็นผู้เพาะกล้าพร้อมปักดำให้กับสมาชิก เพื่อให้ได้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีความบริสุทธิ์สูงไว้สำหรับบริการพี่น้องชาวนา

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

เรือนศูนย์รวมดวงใจไทยทั้งชาติ เรือนหลังนี้สร้างด้วยรูปแบบที่โดดเด่นงดงามเป็นพิเศษเป็นเรือนที่มาจากความตั้งใจในการแสดงความจงรักภักดีต่อพ่อหลวงของแผ่นดินรัชกาลกาลที่ 9 ภายในมีการจัดแสดงพระบรมรูปของพระองค์เมื่อครั้งเสด็จขึ้นครองสิริราชสมบัติ และพระบรมฉายาลักษณ์ในพระราชกรณียกิจต่างๆ จัดแสดงพระบรมรูป และพระบรมสาทิสลักษณ์ราชวงศ์จักรี นอกจากนี้ยังมีรูปบุคคลสำคัญๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาวงการข้าวไทย การสร้างศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย

แปลงนาสาธิต แปลงนาสาธิต เป็นการสาธิตชนิดพันธุ์ข้าวนาปรังทุกชนิดที่นิยมปลูกในปัจจุบัน รวมถึงสาธิตการอนุรักษ์การพัฒนาพันธุ์ข้าว โดยแปลงนาสาธิตนี้จะทำการปักดำทุกวันที 1 ของเดือน ด้วยกล้าเพียงต้นเดียว ต่อ 1 กอ เพื่อให้เห็นความสามารถในการแตกกอของต้นข้าว และเพื่อจะได้ศึกษาในทุกกระบวนการเติบโตของข้าว

เรือนวิถีชีวิตชาวนาไทยในอดีต เป็นเรือนไทยยกพื้นสูง สร้างด้วยความประณีตบรรจง และคงเอกลักษณ์ความเป็นไทยไว้อย่างสมบูรณ์ ประกอบด้วยเรือนไทย 3 หลัง คือ เรือนไทยหลังใหญ่ เรือนลูกชาย เรือนลูกขวา และครัวไฟซึ่งเป็นสถานที่ประกอบอาหารในอดีต ใต้ถุนของเรือนเป็นสถานที่จัดแสดงอุปกรณ์เครื่องใช้ในอดีต เช่น อุปกรณ์ที่บอ้ยหลากหลายแบบแสดงถึงภูมิปัญญาไทยในอดีต

เรือนพระแม่โพสพ เป็นเรือนที่จัดแสดงพระแม่โพสพและพิธีกรรมต่างๆ ในอดีตในช่วงการทำนา เพื่อให้ชาวนาและคนรุ่นหลังเข้าใจในวัฒนธรรมที่ได้สืบต่อกันมา โดยองค์พระแม่โพสพประคองรวงข้าวนั้นทำจากไม้สักแกะสลักอย่างประณีตงดงาม สื่อความหมายถึงการทะนุถนอมประคองแม่ประคองลูก ภายในเรือนยังมีรูปหล่อพระแม่โพสพในยุคต่างๆ ตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น รวมถึงพระแม่โพสพที่หล่อในปีพ.ศ. 2500 หรือ “รุ่น 25 ศตวรรษ” ซึ่งได้จัดพิธีพุทธาภิเษกที่ท้องสนามหลวง

ยุ้งเก็บข้าว ยุ้งเก็บข้าวจำลองแบบจากอดีตมาอย่างครบถ้วน ภายในยุ้งยังได้มีการจัดแสดงอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือในการทำนา เครื่องมือในการดักจับปลา และเครื่องมือ ในการทำงานไม้ รวมทั้งคอกควาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชาวนาไทยแต่ดั้งเดิม

เรือนหนังสือพระราชกรณียกิจและเรือนหนังสือข้าว สร้างด้วยรูปแบบเรือนไทยทรงปั้นหยา โดยการจำลองรูปแบบให้เหมือนโรงเรียนในสมัยก่อน ภายในเรือนนี้จัดแสดงหนังสือพระราชกรณียกิจตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ของในหลวงรัชกาลที่ 9 หนังสือเกี่ยวกับข้าว และองค์ความรู้ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อีกมากมายสำหรับผู้สนใจ

หอเดือนกษัตริย์ เป็นหอคอกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น สร้างด้วยไม้เนื้อแข็ง สูง 3 ชั้น ความสูง 14.5 เมตร ออกแบบด้วยความประณีต มีความมั่นคงแข็งแรง สามารถรับน้ำหนักผู้เข้าชมจำนวนมากได้อย่างปลอดภัย และยังเป็นจุดชมทัศนียภาพที่สวยงามจุดหนึ่งของศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทย

ร้านโชห่วย หรือร้านขายของในอดีต เป็นส่วนที่จำลองรูปแบบของร้านค้าในอดีต ไม่ว่าจะเป็นชั้นวางสินค้า โต๊ะและ เก้าอี้ รวมถึงสินค้าที่เคยจำหน่ายในสมัยก่อน ซึ่งช่วยกระตุ้นความทรงจำเก่าๆ และสร้างรอยยิ้มให้แก่ผู้เข้าชมได้เป็นอย่างดี

ศูนย์จำหน่ายอาหารและของฝาก นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อของกินของฝากเพื่อสุขภาพดีดีไม่ติดมือกลับบ้านได้จากที่นี่ ซึ่งแน่นอนว่าสินค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับข้าวสายพันธุ์ต่างๆ อาทิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวทับทิมชุมแพ ข้าวเหลืองอ่อน ข้าวเหนียวลิ้มผัว รวมถึงผักต่างๆ ที่ปลูกในโรงเรือนปลอดสารเคมี

2.8 วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า



ภาพ 46 วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า

ที่มา: วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า สุพรรณบุรี, 2564, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

ชุมชนตำบลบ้านแหลม เป็นชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นชุมชนโฮมสเตย์มาตรฐานอาเซียน กรมการท่องเที่ยวเป็นชุมชนพื้นที่ท่องเที่ยวพิเศษตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว

และมีคฤหาสน์ตาม พรบ. 2556 หนึ่งใน 26 ชุมชนจากทั่วประเทศและเป็นหนึ่งเดียวในประเทศไทย ที่จดทะเบียนเป็นธุรกิจนำเที่ยว โดยชุมชน เป็นชุมชนต้นแบบของ ททท. ในโครงการ Village tourism 4.0 หนึ่งในสิบของประเทศ เป็นชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ CIV กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หนึ่งใน 215 ชุมชนจากทั่วประเทศ เป็นชุมชนโครงการ village thailand Academy ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม หนึ่งใน 22 ชุมชนจากทั่วประเทศ เป็นชุมชนก้าวอย่างพอเพียง ตามรอยพ่อหลวง ร.๙ ของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นชุมชนโอทอปนวัตกรรมวิถีชีวิตของ กระทรวงมหาดไทยเป็นชุมชนครอบครัวร่วมเย็น ของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของ มนุษย์

ประวัติความเป็นมา:

กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม เป็นการรวมตัวกันของชาวชุมชนตำบลบ้านแหลม ทั้ง 5 หมู่ จัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ทำเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณี ประวัติศาสตร์วิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสุพรรณบุรี กำกับดูแลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยใช้ บ้านสวนแผ่นดินแม่ วิถีไทยกับสายน้ำ เป็นศูนย์ประสานงานบริการนักท่องเที่ยว มีโฮม สเตย์เรือนไทยริมน้ำที่ได้มาตรฐานไทย ชื่อไผ่ตาดุสิตโฮมสเตย์ มีคฤหาสน์ท่องเที่ยวรับรองจาก กรมการท่องเที่ยว มีเรือนำเที่ยวที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย สัมผัสกับการเรียนรู้วิถีอาชีพ ชุมชน เช่น การทำขนมไทยโบราณ อาหารไทยโบราณ น้ำพริกเผา จักสานไม้ไผ่หวาย – ผักตบชวา ถักไหมโครเซ่ซัมเมอร์ โรงนาสวนเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนตำบลบ้านแหลม อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 10 ชุมชนต้นแบบจากชุมชนทั่วประเทศ Village Tourism 4.0 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งดูจากการร่วมมือของชุมชนเพื่อพัฒนาถิ่นที่อยู่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น ผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาที่สืบต่อมายาวนาน ซึ่งจะช่วยยกระดับความเป็นอยู่ สร้างรายได้ และความเข้มแข็งของคนในชนบทให้ดีขึ้นอย่าง ยั่งยืน

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

ชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้าเป็นชุมชนเก่าแก่ริมแม่น้ำท่าจีน ตลอดสองฝั่งลำน้ำเรียงรายไปด้วยบ้านทรงไทยโบราณ และวัดเก่าแก่ที่มีประวัติยาวนาน ภาพวิถีชีวิตดั้งเดิม เมื่อเกือบร้อยปี ยังมีให้ได้สัมผัส เหมือนย้อนเวลากลับไปอีกครั้ง นอกจากภาพวิถีที่งดงาม ยังมีของดีที่ต้องบอกต่อ เรื่องความอร่อยของอาหารย่านนี้ โดยเฉพาะขนมไทยโบราณ ที่รสชาติดี และสีสวยงาม แถมชุมชนยังบอกสูตรการทำขนมต่างๆ ให้ผู้เยี่ยมชมได้เรียนรู้และสนุกสนานกับการได้ทำขนมด้วยตนเองอีกด้วย และกิจกรรมที่ไม่ควรพลาดเมื่อมาเยี่ยมชมเยือนชุมชนบ้านแหลม คือการล่องเรือไหว้พระ ตามรอยเสด็จประพาสต้นรัชกาลที่ 5 ย้อนรอยนิราศสุพรรณ

สุนทรภู่อ้อมอ้อมใจกับการรับประทานอาหารบนเรือ ชมความงามของสองฝั่งลำน้ำท่าจีน

2.9 แหล่งโบราณคดีเมืองอู่ทอง ศิลปะทวารวดี ศิลปะอู่ทอง



ภาพ 47 แหล่งโบราณคดีเมืองอู่ทอง ศิลปะทวารวดี ศิลปะอู่ทอง

ที่มา: แหล่งโบราณคดีเมืองอู่ทอง ศิลปะทวารวดี ศิลปะอู่ทอง สุพรรณบุรี, 2564, ลีออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ค่าธรรมเนียมเข้าชมชาวไทย 30 บาท ชาวต่างชาติ 150 บาท

หมายเหตุ ยกเว้นค่าธรรมเนียม นักเรียน นักศึกษาในเครื่องแบบ พระภิกษุ สามเณร และนักบวชในศาสนา ต่างๆและผู้สูงอายุ เกิน 60 ปี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

เมืองโบราณอู่ทอง

อู่ทองเมืองโบราณ ต้นกำเนิดประวัติศาสตร์ **อารยธรรมสุวรรณภูมิ** ครอบคลุมพื้นที่ทั้งตำบล อู่ทอง อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีหลักฐานทางโบราณคดีที่สันนิษฐานได้ว่าเคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรทวารวดีและเป็นศูนย์กลางของดินแดนสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ก่อนจะหลอมรวมเป็นชาติไทยในปัจจุบัน เมืองโบราณอู่ทองตั้งอยู่ในเขตอำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติความเป็นมา:

ประวัติการก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง พ.ศ. 2446 สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงมหาดไทยได้ตรวจราชการเมืองสุพรรณบุรี และเสด็จสำรวจเมืองโบราณอู่ทอง ทรงนิพนธ์เล่าเรื่องเมืองอู่ทองในรายงานเสด็จตรวจราชการเมืองสุพรรณบุรีและทรงนิพนธ์หนังสือเรื่องนิทานโบราณคดี

พ.ศ.2476 ราชบัณฑิตยสภาได้เริ่มทำการสำรวจทำแผนผังเมืองโบราณอุทง โดยสังเขป ซึ่งปรากฏว่าเป็นเมืองโบราณสำคัญที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีแห่งหนึ่ง

พ.ศ. 2502 กรมศิลปากรได้จัดสร้างพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทง ขึ้นเป็นอาคารชั่วคราวเพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุที่ได้จากการสำรวจและขุดค้นทางโบราณคดีที่เมืองโบราณอุทง

พ.ศ. 2504 กรมศิลปากรทำการสำรวจขุดแต่งโบราณสถานที่มีกระจายอยู่ทั่วไปในเมืองโบราณ

อุทงเพิ่มเติม พบโบราณวัตถุสมัยทวารวดีจำนวนมาก

พ.ศ. 2507-2509 ศาสตราจารย์ช็อง บวสเซลีเยร์(M.JeanBoisselier) ผู้เชี่ยวชาญด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ศิลปะภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ชาวฝรั่งเศส และหัวหน้าหน่วยศิลปากรในขณะนั้น ได้ทำการสำรวจขุดแต่งโบราณสถานในเมืองอุทง และศึกษาค้นคว้าทางโบราณคดีกับเมืองโบราณอุทง

พ.ศ.2508-2509 กรมศิลปากรได้จัดสร้างอาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทงขึ้นเป็นการถาวร เพื่อเก็บรักษาและจัดแสดงโบราณวัตถุที่ได้จากขุดค้นทางโบราณคดี เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทง เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2509

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

จัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับเมืองโบราณอุทงและวัฒนธรรมทวารวดี แสดงถึงพัฒนาการของเมืองโบราณอุทง ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ กระทั่งพัฒนาเข้าสู่สังคมประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี จัดแสดงนิทรรศการถาวรเกี่ยวกับดินแดนสุวรรณภูมิ พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณอุทง เส้นทางการค้าทางทะเล และเมืองโบราณอุทงในฐานะศูนย์กลางของศาสนาพุทธ

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรรรรม เทศกาลและประเพณี

3.1 งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์



ภาพ 48 งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์

ที่มา: งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ตั้งอยู่ที่ริมถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่ ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำสุพรรณบุรี อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

หลวงพ่อดำเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนในจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดใกล้เคียง ทุกปีจะมีงานเทศกาลสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์ 2 ครั้ง คือ ในวันขึ้น 7-9 ค่ำ เดือน 5 และเดือน 12

ประวัติความเป็นมา:

เป็นงานประเพณีที่มีการสืบทอดกันมาแต่โบราณกาล มีงานปีละ 2 ครั้ง คือ 5 ค่ำ ถึง 9 ค่ำ และ เดือน 5 ขึ้น 5 ค่ำ เดือน 12 ซึ่งในงานจะมีการเล่นเพลงเรือ เป็นการชุมนุมพ้องเพลงแม่เพลงในยุคโบราณ

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

มีการค้าขายสินค้าพื้นเมืองของจังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดใกล้เคียง

3.2 งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (พระบรมราชานุสรณ์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช)



ภาพ 49 งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (พระบรมราชานุสรณ์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช)

ที่มา: การลงพื้นที่ศึกษาวิจัย. จิตราภรณ์ เถรวัตถ์, 2564,

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์จัดขึ้นในช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ของทุกปี โดยมีการตกแต่งไฟสวยงามที่องค์เจดีย์และส่องไฟพระบรมราชานุสาวรีย์ มีตลาดนัดในยามค่ำคึกคักขายของมากมายหลากหลายชนิด และมีการจุดดอกไม้ไฟชนิดอสังการงานสร้าง จุดเด่นของงานคือการแสดงกลางแจ้ง เป็นเรื่องราวการรบของไทยกับพม่า รวมถึงการแสดงชนช้างและยุทธหัตถีท่ามกลางแสงสีตระการตา ใช้ช้างจริง ม้าจริง และคนจริงอีกหลายร้อยคนในการแสดง นอกจากนี้ยังมีการแสดงอื่นๆ อีกมากมาย เช่น การประกวดเงาเสียงนักร้องลูกทุ่ง การประกวดธิดาดอนเจดีย์ และการแสดงโขน เป็นต้น

ประวัติความเป็นมา:

เมื่อครั้งที่พระมหาอุปราชาพม่าและมังจาชโร (พระเจ้าแปร) ยกทัพมา สมเด็จพระนเรศวรโปรดให้ตั้งทัพรับศึกที่ หนองสาหร่าย สุพรรณบุรี หลังจากนั้นได้ทรงกระทำยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชาพม่า เมื่อเสร็จศึก พระองค์ท่านโปรดให้สร้างสถูป ณ บริเวณที่ทรงกระทำยุทธหัตถี พระราชทานชื่อว่า ‘เจดีย์ยุทธหัตถี’

ในเวลาต่อมาเจดีย์ดังกล่าวถูกสืม กระทั่งกรมพระยาดำรงราชานุภาพทรงรับสั่งให้พระยากาญจนบุรี (นุช) ออกเสาะหา โดยให้เสาะหาเจดีย์ที่มีลักษณะถูกต้องตรงตามที่พงศาวดารจารึกไว้ พระยากาญจนบุรีออกเสาะหาแถวบ้านตระพังกรู จ.สุพรรณบุรี แต่ไม่พบ ต่อมากรม

พระยาดำรงราชานุภาพพร้อมให้ พระยาสุพรรณฯ (พระยาสุนทรบุรี สมุหเทศาภิบาล มณฑลนครไชยศรี) ออกเสาะหา พระยาสุพรรณฯ ออกเสาะหาที่ ต.หนองสาหร่าย และพบเจดีย์ยุทธหัตถีในที่สุด โดยในเวลานั้นชาวบ้านเรียกบริเวณที่เจดีย์ตั้งอยู่ว่าดอนเจดีย์เพราะเป็นที่ดอนและเป็นที่ตั้งของเจดีย์โบราณ

เมื่อพระยาสุพรรณฯ จัดการปรับปรุงพื้นที่แล้ว กรมพระยาดำรงราชานุภาพได้นำความขึ้นกราบบังคมทูลในหลวงรัชกาลที่ 6 พระองค์ท่านทรงดำริว่าเจดีย์ยุทธหัตถีเป็นเจดีย์เฉลิมพระเกียรติอันยิ่งใหญ่ พระองค์ท่านจึงเสด็จฯ ไปสักการะด้วยพระองค์เอง เมื่อปี พ.ศ. 2456

ในสมัยที่จอมพล ป. พิบูลสงครามดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี (พ.ศ. 2493) จอมพลผิน ชุณหะวัณได้ริเริ่มโครงการอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เพื่อให้ชาวไทยได้ระลึกถึงความเสียสละเลือดเนื้อของบรรพชน และคณะรัฐมนตรีจึงอนุมัติให้กรมศิลปากรบูรณะเจดีย์ยุทธหัตถีและสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรทรงคชชารออกศึกขึ้น

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ ในหลวงรัชกาลที่ 9 ได้เสด็จเปิดพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2502

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (พระบรมราชานุสรณ์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช) จัดขึ้นทุกปีของเดือนมกราคม มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพราะมีการแสดงแสง สี เสียง เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่สำคัญ นั่นคือ การกระทำยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวร และเป็นการเรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี

3.3 เทศกาลหึ่งกระจาด



ภาพ 50 เทศกาลหึ่งกระจาด

ที่มา: ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ณ บริเวณถนนขุนไกร

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

งานประเพณีที่งกระจาดนี้ เป็นงานที่ร่วมกันของประชาชน ในวันที่จะทำบุญให้ทาน เป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เป็นการสร้างความเอื้ออาทรกันในหมู่สมาชิกของสังคม ส่วนใหญ่ โดยถือว่าการทำบุญให้ทานนี้เป็นเครื่องลดความเห็นแก่ตัวลง เป็นประเพณีที่พุทธศาสนิกชนร่วมกันอุทิศส่วนกุศลให้แก่ดวงวิญญาณที่ล่วงลับไปแล้ว เป็นการสร้างความเอื้ออาทรต่อกันในชุมชน

งานที่งกระจาด เป็นประเพณีของพุทธศาสนาทางฝ่ายมหายาน เป็นการจำเริญเมตตาธรรมแก่ดวงวิญญาณที่ล่วงลับไปแล้ว ตำนานในพระสุตกรกล่าวว่ามีหนึ่งพระอานนท์กำลังบำเพ็ญสมาธิปรเวกธรรมอยู่ ณ นิโครธาราม เมืองกบิลพัสดุ์ มีอสุรกายตนหนึ่งสำแดงร่างเป็นเปรต รูปร่างสูงพอม มีแต่หนังหุ้มกระดูก ลำคอเล็กเท่าธูเข็ม เมื่อหิวก็เปิดเปลวไฟออกจากปาก เปรตนั้นกล่าวกับพระอานนท์ว่า อีกสามวันพระพุทธเจ้าถึงจะมรณภาพ พระอานนท์ถามว่าจะมีวิธีแก้ไขอย่างไร เปรตก็กราบทูลว่าต้องทำพิธีอุทิศเครื่องอุปโภคเป็นทานแก่ฝูงเปรตทั้งปวงจึงจะรอดและมีอายุมันขวัญยืนด้วย พระอานนท์จึงเข้ากราบทูลพระพุทธองค์ให้ทรงทราบ พระพุทธองค์จึงทรงโปรดให้ประกอบเมตตาธรรมตามที่พระอานนท์กราบทูล

ประวัติความเป็นมา:

งานที่งกระจาดสุพรรณบุรี เป็นพิธีกรรมของชาวพุทธศาสนาเถรวาทมหายาน ที่ได้จัดติดต่อกันมา ไม่น้อยกว่า 100 ปีมาแล้ว เล่าต่อกันว่า ชาวสวนเชื้อสายจีนในจังหวัดสุพรรณบุรีได้พบแผ่นหิน 2 แผ่น (รูปพระวิษณุกรรมสวมหมวกแขก) ในลำน้ำขณะกำลังรดน้ำปลุกผัก ภายหลังพบว่ามีย่องรอยการสลักเป็นหลักเมือง จึงได้ตั้งศาลเพียงตาขึ้นเพื่อประดิษฐานหลักเมืองนี้ กระทั่ง พ.ศ.2423 เกิดภาวะแห้งแล้ง ชาวยากหมากแพง ผู้คนอดอยากล้มตาย ชาวเมืองจึงขอพระเจ้าพ่อหลักเมืองให้คุ้มครองและขอให้พ้นจากภัยครั้งนี้ หลังจากนั้นภาวะแห้งแล้งก็เบาบางลงจนหมดไป ชาวบ้านเชื่อว่าเกิดจากอิทธิฤทธิ์ของเจ้าพ่อหลักเมือง จึงเห็นพ้องจัดทำบุญเมืองครั้งใหญ่สักการะเจ้าพ่อหลักเมือง ทำทานแก่บรรพบุรุษผู้ล่วงลับ เปรตและอสุรกาย 36 จำพวก มีการนำของกินโยนลงมาจากที่สูงเพื่อเป็นการอุทิศให้ทาน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการที่งกระจาดนับแต่บัดนั้น

การทิ้งกระดาษ เป็นการให้ทานทั้งดวงวิญญาณ และคน ที่ให้ดวงวิญญาณก็มีอาหาร และของใช้ กระดาษเงิน กระดาษทอง ส่วนที่ให้คน ก็เป็นอาหารเจ ข้าวสาร และของใช้ต่างๆ เมื่อ ครึ่งพุทธกาล ที่พระอนันท์กำลังบำเพ็ญสมาธิปรเวกธรรม อยู่ที่นิโครธาราม เมืองกบิลพัสดุ์ มี อสุรกายตนหนึ่งได้แสดงร่างเป็นเปรต แล้วกล่าวกับพระอนันท์ว่า อีกสามวันพระพุทธเจ้าจะ สิ้นพระชนม์ พระอนันท์จึงถามว่าจะแก้ไขได้อย่างไร เปตรตอบว่าจะต้องทำพิธีอุทิศเครื่อง อุปโภคบริโภคเป็นไทยทาน พระองค์จึงจะอยู่รอด และจะมีพระชนมายุยืนนานอีกด้วย พระ อนันท์จึงทูลให้พระพุทธเจ้าทรงทราบ และทรงโปรดให้ประกอบพิธีเมตตาธรรม ด้วยการโปรย ทาน งานบุญทิ้งกระดาษจึงเกิดขึ้นด้วยเหตุนี้

โดยเริ่มกลางเดือน 7 ของจีน แต่จะตรงกับเดือน 9 ของไทยทางจันทรคติ เป็นเวลา 5 วัน 5 คีน พอวันที่ 3 จะเป็น วันทิ้งกระดาษฟ้า โดยจะมีการทิ้งสิ่งของหรือไม้ดัดที่มีหมายเลขเขียน ไว้จากที่สูงลงมา ผู้ที่มาชมงานถ้าใครรับไม้ดัดได้หมายเลขใดก็นำไปรับสิ่งของตามหมายเลขนั้น ซึ่งมีค่ามากน้อยลดหลั่นกันแล้วแต่โชค ส่วนงานทิ้งกระดาษดิน จะต่างกับการทิ้งกระดาษฟ้า ตรงที่ของนั้น จะทิ้งไว้บนพื้นดิน เพราะถือว่าการทิ้งกระดาษดิน เป็นการให้ทานให้แก่พวกภูตผี ปีศาจทั้งหลาย ในวันแรกของงานทิ้งกระดาษจะมีขบวนแห่ที่สวยงาม มีความยาวและยิ่งใหญ่ กว่างานใดๆในจังหวัด มีขบวนเชิดสิงโต มังกร ขบวนธงทิว โดยสาวงามจากท้องถิ่นต่างๆใน จังหวัด มีชุดพ่อนรำล่องยาว ล้อแก้ว ที่สำคัญคือมีขบวนหาบสิ่งของเพื่อไปอัญเชิญเจ้าพ่อ หล็กเมือง โดยนำมาเพียงกระถางธูปแทนเท่านั้น จากนั้นก็นำมายังสถานพิธีที่สมาคมจีน จะมีการ ออกกร้าน แสดงสินค้า และมหรสพต่างๆ โดยเฉพาะงิ้ว

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

งานประเพณีทิ้งกระดาษ เป็นงานที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ภายในงานจะมีสินค้า ออกกร้าน ซึ่งเป็นทั้ง สินค้าชุมชน และสินค้าจากจังหวัดใกล้เคียง

3.4 งานตรุษจีน



ภาพ 51 งานตรุษจีน

ที่มา: งานตรุษจีน สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ณ บริเวณ อุทยานมังกรสวรรค์ พิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกร ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

เป็นเทศกาลที่เป็นมงคลของชาวจีน และชาวไทยเชื้อสายจีนที่มาอาศัยใช้ชีวิตในจังหวัดสุพรรณบุรี มาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวแบบพื้นถิ่นตามชุมชนโบราณ ตลาดเก่าแก่ หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตลอดจนการแสดงศิลปวัฒนธรรมต่างๆ

ประวัติความเป็นมา:

อุทยานมังกรสวรรค์ พิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกรศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสุพรรณบุรี อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ตื่นตาตื่นใจกับการแสดงแสงสีเสียง เพื่อสืบสานอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมสำคัญอันการสานสัมพันธ์ไมตรีอันดีระหว่างไทย – จีน ที่มีมา กว่า 50 ปี

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

กิจกรรมภายในงานพบกับระบบ แสง สี เสียง ที่สร้างความตื่นตาตื่นใจตลอดงาน ชมการแสดงโดยเยาวชนสุพรรณบุรีที่ถอดแบบมาจากจีนและพัฒนาจนมีความเชี่ยวชาญ เหมือนมาจากประเทศจีนโดยตรง การแสดงชุดลูกหลานพันธุ์มังกร ประกอบด้วย สิงโตปิ่นเสาดอกเหมย กลองศึก มังกร 9 เศียน กังฟู เอ็งกอบู้ กวนอิมพันมือ จิวเปลี่ยนหน้ากาก การแสดงชุดพิเศษ การแสดงระบำแบบจีน การแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินดารา

3.5 ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ



ภาพ 52 ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ

ที่มา: ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

วัดป่าพฤกษ์ ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า เทศบาลตำบลบ้านแหลมพัฒนา

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

ประเพณีตักบาตรกลางน้ำสืบสานวัฒนธรรม อำเภอบางปลาม้า ประเพณีตักบาตรกลางน้ำถือเป็นวัฒนธรรมซึ่งสืบทอดกันมานับร้อยปีของราษฎรสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน

ประวัติความเป็นมา:

ประเพณีตักบาตรกลางน้ำสืบสานวัฒนธรรม อำเภอบางปลาม้า ประเพณีตักบาตรกลางน้ำถือเป็นวัฒนธรรมซึ่งสืบทอดกันมานับร้อยปีของราษฎรสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน อันได้แก่ ตำบลบ้านแหลมกับตำบลตะค่า และชุมชนอื่น ๆ ที่ให้ความสนใจ นอกจากนี้จะเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมของท้องถิ่นแล้ว ประเพณีดังกล่าวยังมีนัยยะของความสามัคคีกลมเกลียวของคนลุ่มแม่น้ำท่าจีน ทั้งยังเป็นกิจกรรมส่งเสริมพระพุทธศาสนาอีกด้วย ซึ่งในสมัยก่อนนั้น ยังไม่มีถนนหนทาง บ้านเรือนราษฎรจะอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ และใช้แม่น้ำโดยยานพาหนะทางเรือ เป็นเส้นทางคมนาคมไปมาหาสู่กันและเช่นเดียวกันพระสงฆ์ ก็จะใช้เรือพายบิณฑบาต ไปรับอาหารจากชาวบ้านซึ่งมีบ้านเรือนอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ ซึ่งในช่วงเวลานั้นจึงไม่มีการเดินบิณฑบาต

จากการบอกเล่าของผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุ ๘๐ ปีกว่า บอกว่าที่จัดให้มีการตักบาตรกลางน้ำขึ้น โดยนิมนต์พระสงฆ์ทั้งหมดพายเรือมารับอาหารนั้น สาเหตุเนื่องมาจากช่วงระยะเวลาหนึ่ง ชาวบ้านไม่ว่างไปทำบุญที่วัดเพราะติดฤดูการทำนา ชาวบ้านจะไปทำนาโดยไปสร้างขนาโรงนาเป็นที่พักชั่วคราว ทำนาเสร็จจึงจะกลับมาบ้าน จึงว่างเว้นจากการทำบุญตักบาตรไป เมื่อว่างจากการทำนาจึงนิมนต์พระมารับบิณฑบาตพร้อมกัน โดยกำหนดวันทำบุญไว้เป็นการแน่นอน คือทุกวันแรม ๑๒ ค่ำ เดือน ๑๒ ของทุกปี

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

การดักบาตรเป็นประเพณีที่พุทธศาสนิกชนควรปฏิบัติ เพราะเป็นการให้กำลังแก่พระภิกษุสามเณร ได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียน ประพฤติปฏิบัติธรรมตามพระธรรมวินัย และสั่งสอนประชาชน เป็นการสืบต่อพระพุทธศาสนาให้มั่นคงถาวรสืบไป ทั้งนี้จะเป็นผลดีแก่ผู้ปฏิบัติด้วย เพราะทำให้เป็นผู้มีใจบุญกุศลและเป็นการส่งเสริมผู้ทรงคุณธรรม

3.6 ประเพณีสงกรานต์



ภาพ 53 ประเพณีสงกรานต์

ที่มา: ประเพณีสงกรานต์, 2564, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ณ ถนนอาทิตย์ราตรี อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ณ ลานพระบรมราชานุสรณ์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

เวลา 08.00 น. – ชมขบวนแห่รถบุปผชาติที่สวยงาม

เวลา 09.30 น. – พิธีสงฆ์พระพุทธรูป

– สงฆ์พระสงฆ์

– พิธีรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ

– ถวายน้ำสงฆ์พระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

งานประเพณีสงกรานต์จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนาน เพื่ออนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทยอันดีงามให้คงอยู่สืบไป

ประวัติความเป็นมา:

เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนาน มีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทยอันดีงามให้คงอยู่สืบไป อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด

สุพรรณบุรี ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ได้รับรู้ถึงขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม และประเพณีไทย ชมชมนวนแท้มหาสงครามต๋สุพรรณบุรี ได้ัญเชิญหลวงพ่อดโตทองคำ อันศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวจังหวัดสุพรรณบุรี ถือเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ เข้าร่วมชมนวนแท้เพื่อให้ประชาชน และนักท่องเที่ยวร่วมสร้งน้ำพระ องค์หลวงพ่อดโตทองคำ มีขนาดความสูง 23 นิ้ว ปางป่าเลไลยก์ ทั้งนี้ภายในงานยังมีการประกวดชมนวนแท้ประเพณีสงครามต๋เอกลักษณ์ชนพื้นถิ่นของแต่ละอำเภอ จำนวน 10 อำเภอ การแต่งชุดไทยเล่นน้ำสงครามต๋ การประกวดเทพีสสงครามต๋

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

การจัดงาน “เย็นทั่วหล้า มหาสงครามต๋สุพรรณบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทยอันดีงามให้คงอยู่สืบไป อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ได้รับรู้ถึงขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมและประเพณีไทย พร้อมกับเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

3.8 ประเพณีแข่งเรือยาว



ภาพ 54 ประเพณีแข่งเรือยาว

ที่มา: ประเพณีแข่งเรือยาว, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ณ ลำน้ำท่าจีน หน้าวัดสวนหงส์ หมู่ 8 ตำบลตำบลบางปลาแม่ อำเภอบางปลาแม่ จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

การแข่งเรือยาว

ประวัติความเป็นมา:

ในปี พ.ศ. 2466 พระบาทสมเด็จพระปรเมนมหาวิชราวุธ พระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้เสด็จประพาสเมืองสุพรรณโดยทางน้ำ และโปรดให้ข้าราชการปลุก

พลับพลาที่ประทับที่ลาดปลาเค้า และมีกระแสรับสั่งให้เชิญเรือยาวในอำเภอ บางปلام้า มาแข่งขันหน้าพลับพลาที่ประทับ ซึ่งในกาลนั้นมีเรือยาวที่เข้าร่วมแข่งขันด้วยกัน 7 ลำ คือเรือเข็มทอง เรือหงส์ทอง เรือมะนาวกลิ้ง เรือศรีสุวรรณ เรือธนูทอง เรือมณีเมฆขลา และเรือเหลืองประดับ เรือที่ชนะเลิศในการแข่งขันครั้งนี้คือ เรือเหลืองประดับ จากวัดทุ่งอุทุมพร ได้รับเงินรางวัลพระราชทานสลัก ชื่อปรากฏที่ชั้นว่า พระบาทสมเด็จพระปรเมนมหาราชริราชู พระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชทานแก่ เรือยาวเหลืองประดับไว้เป็นที่ระลึกเมื่อ พ.ศ. 2466

การแข่งขันเรือยาวของอำเภอบางปلام้า จังหวัดสุพรรณบุรี เริ่มการแข่งขันครั้งแรกในปี พ.ศ.2543 และแข่งขันเป็นประจำเรื่อยมาทุกปี ซึ่งมีปีที่ไม่ได้จัดการแข่งขันเรือยาวประเพณี อยู่ 4 ครั้ง คือ ปี พ.ศ. 2549 พ.ศ. 2554 พ.ศ. 2559 และพ.ศ. 2560 โดยการแข่งขันในปี พ.ศ. 2562 เป็นการแข่งขันครั้งที่ 16 กำหนดจัดการแข่งขันในวันเสาร์ที่ 9 และวันอาทิตย์ที่ 10 พฤศจิกายน 2562 ณ บริเวณลำน้ำท่าจีน หน้าวัดสวนหงส์ ตำบลบางปلام้า อำเภอบางปلام้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยในปี 2562 นี้ ได้รับพระมหากรุณาธิคุณ พระราชทานถ้วยรางวัลจากพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สำหรับการแข่งขันเรือยาวประเภท 55 ฝีพาย และประเภท 30 ฝีพาย

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

กิจกรรมภายในงานมีการแสดงขบวนเรืออัญเชิญถ้วยพระราชทาน ขบวนเรือพื้นบ้าน การแสดงชุมชนคนริมน้ำ และการแสดงของนักเรียนโรงเรียนบางปلام้า สูงสูमारผดุงวิทย์ ชุดเริงระบำปلام้า การแสดงชุดงิ้วเปลี่ยนหน้ากาก และกองเชียร์ลีดเดอร์ของนักเรียนโรงเรียนบางปلام้า สูงสูमारผดุงวิทย์ ซึ่งการแข่งขันเรือยาวประเพณี จัดให้มีขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยในปีนี้มีเรือยาวชื่อดังจากทั่วประเทศ ทั้งขนาด 55 ฝีพายและ 30 ฝีพาย เข้าร่วมการแข่งขันจำนวนมาก โดยมีทีมนักพายเรือ “มังกรกุมภีร์” ชื่อตั้งระดับประเทศมาพากย์เพื่อเป็นการสร้างสีสันความสนุกสนานในการแข่งขันเรือยาวประเพณีนี้ครั้งนี้ นอกจากนี้ได้ให้ชาวบ้านสองฝั่งแม่น้ำท่าจีนได้แข่งขันเรืออีแปะ หรือเรือแปะ 5 ฝีพาย ซึ่งเป็นเรือที่ชาวบ้านใช้ในชีวิตประจำวันในชุมชนระหว่างที่ฝั่งตะวันออกกับฝั่งตะวันตก เพื่อเป็นการสร้างความรัก ความสามัคคีในชุมชน ให้อู้แพ้วรู้ชนะ รู้ภัย มีน้ำใจ ซึ่งกันและกันในหมู่คณะ สร้างความสนุกสนานและยังเป็นการออกกำลังกายด้วย

3.9 งานมหกรรมอาหารและของดีเมืองสุพรรณบุรี



ภาพ 55 งานมหกรรมอาหารและของดีเมืองสุพรรณบุรี

ที่มา: ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ณ กังสดาลย์ ปาร์ค ถนนพันศรโยธา (ถนนม้าสีหมอก) ก่อนถึงสามแยกวิทยาลัยสารพัดช่างบรรหาร-แจ่มใส อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

เชิญเที่ยวงานมหกรรมอาหารอร่อยและของดีเมืองสุพรรณ ภายในงานมีการออกร้านอาหารที่มีสัญลักษณ์ ชมการแสดงทางศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การแสดงดนตรีจากนักร้องชื่อดังของไทย พร้อมชมการประกวดอาหาร

ประวัติความเป็นมา:

เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี ร่วมกับชมรมผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารสุพรรณบุรี และสมาคมแผงลอยจำหน่ายอาหารสุพรรณบุรี สนับสนุนโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เชิญเที่ยวงานมหกรรมอาหารอร่อยและของดีเมืองสุพรรณ ภายในงานมีการออกร้านอาหารที่มีสัญลักษณ์ ชมการแสดงทางศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การแสดงดนตรีจากนักร้องชื่อดังของไทย พร้อมชมการประกวดอาหาร เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้จัดบริการอาหารที่มีความสะอาด ปลอดภัย เกิดภาพลักษณ์ การบริการที่ดีแก่ประชาชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ภายในงานพบกับการออกร้านจำหน่ายอาหารที่ได้มาตรฐานภายใต้แนวคิด “อาหารปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม” โดยการรณรงค์ไม่ใช้ภาชนะที่ทำจากโฟม แต่ยังคงความอร่อยของอาหาร จากร้านอาหารต่างๆ ซึ่งคัดสรรมาจากทั่วจังหวัดสุพรรณบุรี กา

ประวัติความเป็นมา:

จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอีกหนึ่งจังหวัดน่าเที่ยว เพราะการเดินทางสะดวก ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และยังมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวสวย ๆ หลากหลายแบบให้ไปเที่ยวชม หนึ่งในเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ก็คือ ไหว้พระ 9 วัด ในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถพัฒนาต่อยอดในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และศูนย์การฝึกอบรมเจริญภาวนาทางจิตของพุทธศาสนิกชนที่สนใจปฏิบัติธรรม

4.2 ร่วมกิจกรรมด้านา เกี่ยวข้าว เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย ร่วมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลงฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง



ภาพ 57 ร่วมกิจกรรมด้านา เกี่ยวข้าว เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย

ร่วมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลงฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง

ที่มา: เพลงพื้นบ้าน สุพรรณบุรี, 2564, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

เพลงพื้นบ้าน คือเพลงของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง และเป็นที่ยึดกันดีเฉพาะถิ่นนั้นๆ สื่อกาการขับร้องหรือการพ่อนรำจึงมีอิสระทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา จึงเป็นที่นิยมของชาวบ้าน ด้วยสาเหตุที่เพลงพื้นบ้านใช้ภาษาถิ่น ใช้ทำนองสนุก จังหวะเร้าใจ เนื้อหาถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ความเป็นอยู่และภูมิปัญญาชาวบ้าน เพลงพื้นบ้านถือว่าเป็นวรรณกรรมชาวบ้านประเภทหนึ่งที่ใช้ร้องเล่นในสังคมท้องถิ่น ถ่ายทอดสืบต่อกันมาโดยใช้ความจำ ไม่มีการบันทึกให้ทราบถึงผู้แต่ง ที่มาของเพลงหรือแม้กระทั่งระเบียบวิธีการเล่นก็ใช้

จดจำสืบทอดกันมา จึงเรียกได้ว่าเป็นวรรณกรรมปากเปล่าหรือวรรณกรรมมุขปาฐะ เป็น วัฒนธรรมทางด้านความบันเทิงของชาวบ้านในท้องถิ่น แล้วแพร่กระจายจากถิ่นหนึ่งไปยังอีก ถิ่นหนึ่ง มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตเป็นอย่างมาก

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และโอกาสในการพัฒนา:

ไม่มีการสืบทอด ทำให้เกิดความเสื่อมหายไปกับกาลเวลา

5. ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ

5.1 การคมนาคม

การเดินทางสู่จังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทาง ประมาณ 1 ชั่วโมงเศษ บนเส้นทางที่ปลอดภัย เป็นเส้นทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ดีที่สุด เส้นทางหนึ่งของเมืองไทย เส้นทางที่นิยม คือเส้นทางหลวงสาย 340 เริ่มจากบางใหญ่ ตรงมา ตามถนนวงแหวนตะวันตก ผ่านห้างปิกคิงส์ คาฟูร์-ทางเข้า อ.ไทรน้อย ให้เตรียมขีดซ้าย คอย มองป้ายทางไปจังหวัดสุพรรณบุรี ตามป้ายแยกซ้ายมือ แล้วขับตรงตลอดไปอีกราว 70 ก.ม. ก็จะ ถึงตัวเมืองสุพรรณด้วยระยะทางที่ไม่ไกล ทำให้นักเดินทาง มีเวลาท่องเที่ยวภายในจังหวัด สุพรรณบุรี ได้อย่างคุ้มค่าคุ้มค่า

5.1.1 รถยนต์

กรุงเทพฯ-บางบัวทอง-สุพรรณบุรี หรือ กรุงเทพฯ-นนทบุรี-บางบัวทอง-สุพรรณบุรี

ระยะทาง 107 กิโลเมตร

กรุงเทพฯ-ปทุมธานี-ลาดหลุมแก้ว-สุพรรณบุรี ระยะทาง 115 กิโลเมตร

กรุงเทพฯ-อยุธยา-สุพรรณบุรี ระยะทาง 132 กิโลเมตร

กรุงเทพฯ-สิงห์บุรี-เดิมบางนางบวช-สุพรรณบุรี ระยะทาง 228 กิโลเมตร

กรุงเทพฯ-อ่างทอง-สุพรรณบุรี ระยะทาง 150 กิโลเมตร

กรุงเทพฯ-นครปฐม-กำแพงแสน-สุพรรณบุรี ระยะทาง 164 กิโลเมตร

5.1.2 รถตู้โดยสารประจำทาง

สถานีขนส่งสายเหนือ ถนน กำแพงเพชร 2 มีทั้งรถธรรมดาและปรับอากาศ

สายใหม่ กรุงเทพฯ-บางบัวทอง-สุพรรณบุรี

สายใหม่ กรุงเทพฯ-บางบัวทอง-สุพรรณบุรี-ศรีประจันต์-สามชุก-เดิมบาง-ท่าช้าง

(ชื่อตัวที่ช่อง 36 รถจอดชานชาลาที่ 126)

สายเก่า กรุงเทพฯ-รังสิต-อ่างทอง-สุพรรณบุรี

รายละเอียดติดต่อ โทร. 02-936 2852- 66

สถานีขนส่งสายใต้ มีรถธรรมดาและรถปรับอากาศชั้น 2

กรุงเทพ-นครปฐม-กำแพงแสน-อุททอง-สุพรรณบุรี

กรุงเทพ-นครปฐม-กำแพงแสน-อุททอง-ด่านช้าง

รายละเอียดติดต่อ โทร. 02-894 6122

สถานีขนส่งสุพรรณบุรี โทร. 035-522373

บริษัท สุพรรณทัวร์ โทร. (กรุงเทพ) 02-884 9522 (สุพรรณบุรี) โทร. 035-500817

จากกรุงเทพฯ เที่ยวแรก 06.00 น. เที่ยวสุดท้าย 18.30 น.

จากสุพรรณบุรี เที่ยวแรก 04.00 น. เที่ยวสุดท้าย 17.45 น. (บริษัท ขนส่ง จำกัด, 2558, สื่อออนไลน์)

5.1.3 รถไฟ

สถานีรถไฟหัวลำโพง ไปสถานีรถไฟจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน วันละ 1 เที่ยว

จากกรุงเทพฯ เวลา 16.40น ถึงสุพรรณ 20.00 น.

จากสุพรรณ เวลา 04.50น ถึงกรุงเทพฯ 08.10 น.

ราคาค่าโดยสารท่านละ 32 บาท

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หน่วยบริการเดินทาง โทร. 02-222 0175 สายด่วน 1690

สถานีรถไฟสุพรรณบุรี โทร 035-511950, 035-521799 (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2565, สื่อออนไลน์)

5.2 ที่พักแรม

รายละเอียดโรงแรมที่แนะนำในจังหวัดสุพรรณบุรี มีดังนี้

5.2.1 อำเภอเมืองสุพรรณบุรี

1) วาสิดที ซิตี้โฮเทล (79 ห้อง) 64/31 ถนนนครแก้ว ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมืองสุพรรณบุรี

จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร 035-526111, 035-526123 Fax : 035-525371

Email: frontvasidtee@hotmail.com www.vasidteecityhotel.net

2) บ้านสวนริสอร์ทจตุรบันสุข (30ห้อง) 16/2 หมู่ 2 ต.รั้วใหญ่ อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร 035-969-656

3) โรงแรมศรีอุทุมทองแกรนด์ ได้มาตรฐานระดับ 5 ดาวของจังหวัดสุพรรณบุรี 19 ถนนนางพิม ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี 72000 โทร 035-501293

4) โรงแรมสองพันบุรี 135/1 ถนนประชาธิปไตย อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

โทร 035-522555-7, 035-546667-71

5) เรือนแพริสอร์ท 90/2 หมู่ 3 ต.สนามชัย อ.เมืองสุพรรณบุรี จ.สุพรรณบุรี 72000

โทร 035-522292 035-523057 Email: Witchuda_j@yahoo.com

6) บ้านตอไม้ริสอร์ท อยู่ตรงข้ามวัดแค โทร 090-9737409, 084-1236882

7) ไม้เอกริสอร์ท400 หมู่ 1 ถ.มาลัยแมน ต.ดอนก่ายาน อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000

โทรศัพท์ 035-413556 โทรสาร 035-413144

8) วิถีไทยริสอร์ท 29 หมู่6 ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โทรศัพท์ 081-8801244 โทรสาร 035-545944

9) โรงแรมเลิศธานี ดิตริมถนน 340 สุพรรณบุรี - บางบัวทอง เลขทางโรบินสัน 800 เมตร อยู่ก่อนถึงห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส (75 ห้อง) โทร. 035-52-5755-6

10) โรงแรมคุ้มสุพรรณ 28/2 ถ.หมื่นหาญ ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000

โทรศัพท์ 035-522-273, 035-502622 โทรสาร : 035-523-553

Khumsuphan@hotmail.com

11) บ้านเคียงคลองริสอร์ท 145 หมู่ 5 ตำบลไผ่ขวาง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000 โทร 095-950-2663,081-841-6166

12) บ้านสวนริมน้ำ ริสอร์ท เลขที่ 99/3 หมู่ 3 ตำบล บ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000 โทร 081-880-0298, 062-594-8855, 062-594-8877

13) บ้านใกล้เรือนเคียง ริสอร์ท 188-189 ม.3 ต.ท่าระหัด อ.เมือง สุพรรณบุรี โทร 081-9425862

14) สุพรรณวาริน ริสอร์ท อำเภอเมืองสุพรรณบุรี โทร 062-2878747, 085-4040999

15) ม่วนริสอร์ท 51/1 หมู่ 1 ตำบลพิหารแดง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

โทร 098-463-6122 หรือ 035-440503 <https://www.facebook.com/muaanresort/>

E-mail muaanresort@gmail.com Website: www.muaanresort.com/th/

16) สวนรัก รีสอร์ท อำเภอเมือง โทร 063-1416869, 081-7053521, 089-7724343

5.2.2 อำเภอศรีประจันต์

1) บริษัท วังยางริเวอร์พาร์ครีสอร์ท จำกัด 28/1 หมู่ 6 ถนนสุพรรณ-ชัยนาท ตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี 72140 Tel. 035-440700-1, 081-857 6136 Fax: 035-548872 Website: www.darapuraresort.com E-mail: gm@wangyangresort.com, info@wangyangresort.com

2) ไม้งามริเวอร์ไซด์รีสอร์ท เลขที่ 112/2 หมู่ 2 ถนนโพธิ์พระยา-ศรีประจันต์ (ฝั่งตะวันตก) ตำบลมดแดง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี 72140 โทร 089-7724343 Email : mai_ngam_resort@hotmail.com www.mai-ngam-resort.com

3) บ้านทรายทองรีสอร์ท 238 หมู่ 2 ตำบลปลายนา อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี 72140

4) วารีย์ฟิวเจอร์เฮาส์รีสอร์ท 39/1-2 ต.มดแดง อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี 72140 โทร. 081-735-6653, waree-resort@hotmail.com

5) บ้านสวนไร่มะลิรีสอร์ท อำเภอศรีประจันต์ บ้านกล้วย จ.สุพรรณบุรี โทร 084-1727968

6) เขื่อนสนธิ์รีสอร์ท ที่ตั้ง 160 หมู่ 2 ต.มดแดง อ.ศรีประจันต์ จ.สุพรรณบุรี 72140 โทร 02-107-0811

7) บ้านอมรรีสอร์ท รีสอร์ท อยู่ติดถนนใหญ่ (340) สุพรรณบุรี-ชัยนาท โทร. 083-1604606

5.2.3 อำเภอเดิมบางนางบวช

1) บึงฉวากรีสอร์ท อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี โทร 035-430099-100 080-5838388 Fax: 035-430098 www.bungchawakresort.com , baantonmai_rs@hotmail.com

2) เดิมบางวิลล่า 5/2 หมู่ 8 ตำบล เดิมบาง อำเภอ เดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

โทร 083-3169557

3) ท่าจีนริเวอร์โฮม 158/3 ม 2 ต.เดิมบาง อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี

โทร 092-429-6391

4) เรือนสุพรรณริเวอร์ไซด์ ต.ท่าเตียน อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี โทร 086-788-3216

5) สีนาคารา รีสอร์ท 139 หมู่ 4 ตำบล ปากน้ำ อำเภอบางน้ำจืด เดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี 72120 (ใกล้บึงฉวาก) โทร 083-2927776

6) ธารธาริน วิลล่า 5 หมู่ 10 บ้านไร่นากลาง ซอย 8 ตำบลนางบวช อำเภอบางน้ำจืด จังหวัดสุพรรณบุรี 72120 โทร 094 287 9354 Email : tharnarin@gmail.com

5.2.4 อำเภอสามชุก

1) โรงแรมสามชุกรีสอร์ท 131 ม.1 ต.สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี
โทรศัพท์ 035-504210 , 086-5603535

2) บ้านสวนรีสอร์ท 193 หมู่ 9 ถนนสุพรรณบุรี-ชัยนาท ตำบลยานยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โทร 035-54 4143, 081-012 1253

3) สุพรรณภูมิรีสอร์ท ปากทางเข้าตลาดร้อยปี สามชุก 799/19 หมู่ 2 ต.สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี 72130 โทร. 035-504789, โทรสาร 035-504788
Email: suphanabhumi@hotmail.com

4) พรรณไม้สายน้ำ โฮมสเตย์ @ สามชุก 270 ม.3 ต.สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี 72130 โทร คุณธีรพงศ์ 087-7642523 คุณเครือวัลย์ 081-7361624 สำนักงาน: 035-544287

5) บ้านพันพิศาห์ รีสอร์ท 4-9 ม.3 ต.สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี

6) เรือนไทยสาคร โฮมสเตย์ 13 ม.1 ต. สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี
โทร 082-3411010 ลุงเซ็ง

7) บ้านเกษมสุข รีสอร์ท หมู่ที่ 6 บ้านร่วมใจ ต.สามชุก อ.สามชุก โทร 084-073-0799,
089-124-3931

8) เรือนพิณวิไล รีสอร์ท อ.สามชุก โทร. 098-1465426

5.2.5 อำเภออุ้มทอง

- 1) 27 รีสอร์ท 49 หมู่ 11 ตำบลพลับพลาไชย อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี 72160
โทร 035-440896 แฟกซ์ 035-440897 โทรสาร 035-440897 คุณไบบัว 081-9415503
- 2) โรงแรม คงทองทิพย์ รีสอร์ท 115/1 หมู่ 6 ต.จระเข้สามพัน อ.อุ้มทอง จ.สุพรรณบุรี
โทรศัพท์ 087-1612327, 035-565655
- 3) จระเข้สามพันรีสอร์ทที่อยู่ เลขที่ 24 หมู่ 4 ตำบลจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง โทร 080-4820905 Email: ics@hotmail.co.th
- 4) บ้านดินริมน้ำ รีสอร์ท 1111/5 ม.6 ซ.ชุมชนวัดอุ้มทอง ซอย 2 ต.อุ้มทอง อ.อุ้มทอง จ.สุพรรณบุรี 72160 โทร 035-551864, 088-6296654, 061-9163542
- 5) โรงแรมทิพย์อุ้มทอง 115 หมู่ 8 ตำบลกระเจัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ถนนมาลัยแมน 72160 โทร 080-6215718, 086-1644747
- 6) NPJ Fantasy เอ็นพีเจ แฟนตาซี 888 ต.หนองโอง อ.อุ้มทอง จ.สุพรรณบุรี โทร. 091-8910666, 062-5544429

5.2.6 อำเภอด่านช้าง

- 1) Danchangcamping house 296/1 หมู่ที่ 1 ตำบลด่านช้าง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี
โทร 089-0650526
- 2) ด่านช้างกรีนวิวรีสอร์ท 67-68 หมู่ 21 บ้านเขาน้ำแดง ตำบลหนองมะค่าโมง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี 72180 โทร 035-595540-1 คุณอนุทิพย์ 081-1908123 คุณวิไลพร 081-4585896
- 3) โรงแรมฉัตรแก้ว เว็บไซต์: www.chatkaewhotel.com โทรศัพท์ 086-801 9797,
035-595462 โทรสาร: 035595462 อีเมล: reservation@chatkaewhotel.com ไลน์: chatkaew 34
- 4) จันทร์ธาราวิลล่า โรงแรมแอนด์รีสอร์ท 97 หมู่ 21 ตำบลหนองมะค่าโมง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี 72180 โทร: 035-595-955 แฟกซ์: 035-595-995 E-mail:

jantharavilla@gmail.com

www.jantharavilla.com

5) กระเสี้ยว รีสอร์ท อำเภอด่านช้าง กระเสี้ยวรีสอร์ท (แพคุณนายติ่ม) โทร : 098-2800357, 090-9803822

5.2.7 อำเภอดอนเจดีย์

1) ดันตรี รีสอร์ท 779 ถ.สุพรรณบุรี-ดอนเจดีย์ ต.ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี
โทร 035-592321

โทรสาร 035-591047

2) ยูเทิร์น รีสอร์ท 234 หมู่ 7 ถนนสายสุพรรณ-ดอนเจดีย์ ต.ดอนเจดีย์ อ.ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี (ก่อนถึงองค์เจดีย์ 3 กม) บริการทุกระดับประทับใจ โทร 088-455-8500

3) สวนอาหาร วิเชียร รีสอร์ท โทรศัพท์ 086-1276061

5.2.8 อำเภอบางปลาม้า

1) ชุมแสงรีสอร์ท 9 หมู่ที่ 3 ต.สาละ อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี Tel: 085-700-9339,

035-671169-70 E-mail : sale@chumsangresort.com www.chumsangresort.com

2) สาละวีรีสอร์ท อำเภอบางปลาม้า Tel: 081-3987715, 086-3513371

3) บางแม่หม้ายโฮมสเตย์ คุณระเบียบ เรือนทองดี ประธานหมู่บ้านโฮมสเตย์
โทร 089-9815046

4) บ้านสวนแผ่นดินแม่ 147 หมู่ 5 ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

โทรศัพท์ : 080-0737397, 089-0136393, 081-4916577

5) บ้านแพรมณีพลอย ถนน บางปลาม้า-วัดลานคา อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โทรศัพท์ : 081-9865321

6) พันธุ์ไม้สายน้ำรีสอร์ท สุพรรณบุรี โทร. 0867582588 ดอย, 0868178299 นิดหน้อย ID Line: 0868178299 เฟสบุ๊ก: พันธุ์ไม้สายน้ำรีสอร์ท สุพรรณบุรี
เพจ: พันธุ์ไม้สายน้ำรีสอร์ท บางปลาม้า

5.2.9 อำเภอสองพี่น้อง

1) ศลิรีสอร์ท เลขที่ 12 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งคอก อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

ถนนกำแพงแสน-คูทอง (บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 41) โทร 084-5331234, 089-0349199

2) เรือนไทยไฮมริสอร์ท 160/2 หมู่ 11 ต.บางตาเถร อ.สองพี่น้อง โทร 081-9366681, 086-9030787

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุพรรณบุรี

5.3 ร้านขายของที่ระลึก

5.3.1 **สาส์แม่บัว** ตั้งอยู่ตรงข้ามที่ว่าการอำเภอบางปลาม้า

5.3.2 **ไม้กวาดร้อยปี** หมู่บ้านบางแม่หม้าย ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า

จังหวัดสุพรรณบุรี

5.3.3 **แห้ว ศรีประจันต์** ตำบลศรีประจันต์

5.3.4 **ซีอิ๊ว ตรากวางดาวทอง** โรงงานซีอิ๊วกวางทองเจริญ 67 ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี

5.3.5 **สาส์ เอกชัย** สาขาหน้าวัดปราสาททอง , สำนักงานใหญ่ ถนน 340

5.3.6 **พลาสติก ดอนกำยาน** วัดป่าเลไลยก์ , ตลาดสามชุกร้อยปี

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุพรรณบุรี

5.4 การต้อนรับและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

5.4.1 **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)** สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี ที่อยู่ 91 ถนนพระพินธุชา ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี 72000 โทร 035-525-867 www.tatsuphan.net

5.4.2 **สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี** ตั้งอยู่ที่ ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี 72000 โทร 035-528-356 www.suphanburi.mots.go.th

นอกจากนี้ยังมีบริการด้านอื่นๆ เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ ธนาคาร ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

รายงานผลคำถามการวิจัยข้อ 2 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร

1. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

1.1 จุดแข็ง (Strengths)

ตาราง 21 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อจุดแข็ง

ลำดับที่	จุดแข็ง (Strengths)	ภาครัฐ								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน	/	/	/	/	/	/	/		7
2	มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำ การเกษตร	/		/		/	/	/	/	6
3	มีการทำการเกษตรปลอดภัย		/		/	/	/			4
4	มีความอุดมสมบูรณ์	/	/						/	3
5	อาหารที่อร่อย			/	/					2
6	มีศิลปเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ								/	1
7	โครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่ง อำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่ง ท่องเที่ยว							/		1

ผู้แทนภาครัฐ มีความคิดเห็นต่อจุดแข็ง (Strengths) ดังนี้ มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่า
จีน มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย

ตาราง 22 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อจุดแข็ง

ลำดับที่	จุดแข็ง (Strengths)	ภาคเอกชน								รวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนา จังหวัด	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	มีสังคมพหุวัฒนธรรม และกลุ่มชาติ พันธุ์ที่หลากหลาย	/		/		/	/		/	5
3	สุพรรณบุรี มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก		/	/	/			/		4
4	เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ	/	/		/					3
5	โครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่ง อำนวยความสะดวกเหมาะสมกับ แหล่งท่องเที่ยว					/			/	2

ผู้แทนนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อจุดแข็ง (Strengths) ดังนี้ สุพรรณบุรี มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ มีความอุดมสมบูรณ์

1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

ตาราง 25 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อจุดอ่อน

ลำดับที่	จุดอ่อน (Weaknesses)	ภาครัฐ								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	/		/	/		/	/		5
2	ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ		/			/		/	/	4
3	ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ	/		/			/			3

ผู้แทนภาครัฐ มีความคิดเห็นต่อจุดอ่อน (Weaknesses) ดังนี้ ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

ตาราง 26 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อจุดอ่อน

ลำดับที่	จุดอ่อน (Weaknesses)	ภาคเอกชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว	/	/		/	/	/	/		6
2	ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ		/	/		/	/		/	5
3	ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ	/		/				/	/	4

ผู้แทนภาคเอกชน มีความคิดเห็นต่อจุดอ่อน (Weaknesses) ดังนี้ ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

ตาราง 27 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อจุดอ่อน

ลำดับ ที่	จุดอ่อน (Weaknesses)	ประชาชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์	/	/	/		/	/		/	6
2	ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน		/		/	/		/	/	5

ผู้แทนประชาชน มีความคิดเห็นต่อจุดอ่อน (Weaknesses) ดังนี้ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์ ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ตาราง 28 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อจุดอ่อน

ลำดับ ที่	จุดอ่อน (Weaknesses)	นักท่องเที่ยว								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์	/	/		/		/	/	/	6
2	ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว		/	/		/			/	4

ผู้แทนนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อจุดอ่อน (Weaknesses) ดังนี้ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์ ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว

1.3 โอกาส (Opportunities)

ตาราง 29 ความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐที่มีต่อโอกาส

ลำดับ ที่	โอกาส (Opportunities)	ภาครัฐ								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	การท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตร อินทรีย์	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	อาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อ สุขภาพ	/	/		/	/	/	/		6
3	เครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ล้อยาว เรือ อากาศ รอบโลก และนวัตกรรมเทคโนโลยี	/	/	/		/			/	5

ผู้แทนภาครัฐ มีความเห็นต่อโอกาส (Opportunities) ดังนี้ การท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อสุขภาพ เครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ล้อยาว เรือ อากาศ รอบโลก และนวัตกรรมเทคโนโลยี

ตาราง 30 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่อโอกาส

ลำดับ ที่	โอกาส (Opportunities)	ภาคเอกชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ธรรมชาติและจิตสำนึกด้าน สิ่งแวดล้อม	/	/	/	/	/	/	/		7
2	กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต	/		/	/	/		/	/	6
3	นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิด โอกาสให้ทำการตลาดทางด้าน การท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต	/	/		/	/	/			5

ผู้แทนภาคเอกชน มีความเห็นต่อโอกาส (Opportunities) ดังนี้ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และนวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต

ตาราง 31 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่อโอกาส

ลำดับ ที่	โอกาส (Opportunities)	ภาคเอกชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร	/	/	/	/		/	/	/	7
2	กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยสารเคมีเพื่อสุขภาพ	/	/	/		/	/		/	6

ผู้แทนประชาชน มีความเห็นต่อโอกาส (Opportunities) ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยสารเคมีเพื่อสุขภาพ

ตาราง 32 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่อโอกาส

ลำดับ ที่	โอกาส (Opportunities)	นักท่องเที่ยว								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม	/	/	/	/	/	/	/	/	8
2	เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต	/	/	/		/	/	/		6

ผู้แทนนักท่องเที่ยว มีความเห็นต่อโอกาส (Opportunities) ดังนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต

1.4 อุปสรรค (Threat)

ตาราง 33 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสรรค

ลำดับที่	อุปสรรค (Threat)	ภาครัฐ								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ	/	/		/	/	/	/		6
2	มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ	/	/	/				/	/	5

ผู้แทนภาครัฐ มีความเห็นต่ออุปสรรค (Threat) ดังนี้ มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ

ตาราง 34 ความคิดเห็นของผู้แทนภาคเอกชนที่มีต่ออุปสรรค

ลำดับที่	อุปสรรค (Threat)	ภาคเอกชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19	/	/	/	/	/	/		/	7
2	มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ	/	/		/	/		/	/	6

ผู้แทนภาคเอกชน มีความเห็นต่ออุปสรรค (Threat) ดังนี้ ปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ

ตาราง 35 ความคิดเห็นของผู้แทนประชาชนที่มีต่ออุปสรรค

ลำดับที่	อุปสรรค (Threat)	ประชาชน								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ปัญหาด้านสังคม	/	/		/	/	/	/		6
2	การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์	/		/	/		/		/	5
3	การค้ามนุษย์ และปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19	/	/	/					/	4

ผู้แทนประชาชน มีความเห็นต่ออุปสรรค (Threat) ดังนี้ ปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์ และปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19

ตาราง 36 ความคิดเห็นของผู้แทนนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสรรค

ลำดับที่	อุปสรรค (Threat)	นักท่องเที่ยว								
		1	2	3	4	5	6	7	8	รวม
1	ปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19	/	/	/	/	/		/	/	7
2	อุปสรรคทางการพัฒนาท่องเที่ยว ภัยพิบัติ ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ	/	/		/	/	/			5

ผู้แทนนักท่องเที่ยว มีความเห็นต่ออุปสรรค (Threat) ดังนี้ ปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 อุปสรรคทางการพัฒนาท่องเที่ยว ภัยพิบัติ ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ

2. ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

โดยภาพรวมผู้แทนทั้ง 4 ภาคส่วน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ในทิศทางที่สอดคล้องกัน ซึ่งผลของความคิดเห็นสามารถสรุปศักยภาพในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี มีปัจจัยบ่งชี้ เกี่ยวกับมีความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตในแต่ละพื้นที่ที่มีความโดดเด่น การปรับปรุงหรือการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นมีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีความสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกได้ในอนาคต

2.2 ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน มีปัจจัยบ่งชี้ คือ การแบ่งโซนของการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนเป็นไปตามบริบทของชุมชน วิถีชีวิตคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน มีประเพณีและภูมิปัญญาที่โดดเด่น สภาพพื้นที่ยังคงเป็นธรรมชาติ และชุมชนมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว การจัดการขยะคุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติรูปแบบต่างๆ

2.3 ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีปัจจัยบ่งชี้ เกี่ยวกับชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ประโยชน์ มีการกระจายรายได้จากการ

ท่องเที่ยว ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และมีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ รวมถึงการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

2.4 ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย มีปัจจัยบ่งชี้เกี่ยวกับในการสื่อสารด้านกิจกรรม ลักษณะเด่นของคนในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถร้องเพลงและมีความเป็นศิลปินสูง สร้างกระบวนการหรือนวัตกรรมตามบริบทของกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับการสื่อสารที่ถูกต้อง กิจกรรมวิถีชุมชนเช่น การดำนาปลูกข้าว ยังเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้อย่างแพร่หลายในเขตพื้นที่จังหวัดภาคกลาง จึงทำให้ไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ได้อย่างเด่นชัด เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างจากพื้นที่อื่น แต่กิจกรรมดำนาแล้ว สามารถสร้างเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้ เนื่องจากแห่งนี้เป็นผลผลิตทางการเกษตรของจังหวัดสุพรรณบุรี การประกวดแข่งขันเกี่ยวกับศิลปะหัตถกรรม มีกิจกรรม การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในทุกช่วงวัย กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

3. วิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

จากการประชุมกลุ่มย่อยที่ได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ภายในระยะเวลา 10-15 ปี ข้างหน้าในอนาคต ซึ่งผู้แทนจากทุกภาคส่วนมีความคิดเห็นในการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 วิสัยทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อม

จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่โดดเด่นระดับโลก “เยือนสุพรรณบุรีสูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ใต้น้ำเย็นจากน้ำตกพุกระทีง เดินป่าเส้นทางสู้อยอดเขาเทวดาบนป่าที่บ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุม่วง มาสุพรรณ ร่วมกันเสริมสร้าง ธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราศจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

3.2 วิสัยทัศน์ด้านเศรษฐกิจ

จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณ เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลายรวมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เดินป่า

นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ฉลามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วมมหกรรมอาหารปลอดภัย เคมี สารพิษและยาฆ่าแมลง เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและปลอดภัย จากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน”

3.3 วิสัยทัศน์ด้านสังคม

จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายด้วยเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่าง ด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยพื้นถิ่น ที่อำเภออุทุมพร ชุมชนจีน ในย่านอนุรุกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบางลี่ แวะเวียนไป ทักทายคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยง ที่ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออุทุมพร เป็นหนึ่งเดียวในสังคมเมืองเลือดสุพรรณ”

3.4 วิสัยทัศน์ด้านวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ

จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ “เยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยยุคหินใหม่เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุคเหล็ก ล่องเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวารวดี ลพบุรี อุทุมพร อชุตยา จวบจนถึงปัจจุบัน เยือนเมืองโบราณอุทุมพร เพื่อสักการะพุทธประติมากรรมที่ขุดค้นพบในพื้นที่เมืองสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นแผ่นดินแรกที่พุทธศาสนาได้มาฝังรากไว้อย่างหนาแน่น ไม่น้อยกว่า 2,300 ปีมาแล้ว ในแผ่นดินสุวรรณภูมิ ศึกษาศิลปะสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จากโบราณสถานและโบราณวัตถุ เพื่อสัมผัสพุทธศิลป์ ยุคต่าง ๆ และในการปฏิบัติจิตไปสู่การพ้นทุกข์ ปฏิบัติธรรม ฝึกสติ ฝึกสมาธิ ตามแนวไตรสิกขา ศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อร่วมอนุรักษ์อารยธรรมและวัฒนธรรมเก่าแก่ ตลอดจนเพื่อพัฒนาจิตสำนึก”

สรุปผลการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group) สรุปผลการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

ตาราง 37 สรุปผลการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group)

ประเด็นคำถาม	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว</p> <p>1. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี</p> <p>2. โครงการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ เพื่อเรียนรู้วิถีเกษตรแบบ (Smart Farming) ที่ขับเคลื่อนนวัตกรรม นวัตกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน</p> <p>3. โครงการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าวนอุทยานและป่าสงวน</p> <p>4. โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกป่าในพื้นที่ธรรมชาติและ การปลูกต้นไม้ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน</p> <p>5. โครงการสร้างเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยาน ในบริเวณโบราณสถานเมืองโบราณอู่ทอง ตลอดจนกำหนดจุดสื่อความหมาย</p> <p>6. โครงการกำหนดพื้นที่พัฒนานิคมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์อาหารโลก (World Organic Food Nilopolis)</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		<p>1. ปรับปรุงโครงการสร้างพื้นฐานในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว</p> <p>2. การจัดระบบการขนส่งสาธารณะให้มีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>3. ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว ควรได้รับการปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้และมีมาตรฐาน มีห้องน้ำสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ</p> <p>4. สถานที่จอดรถ และถังขยะควรมีให้เพียงพอในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>5. ป้ายบอกทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความชัดเจนหรือมีน้อย ขาดช่วงระหว่างการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดหลงทางได้</p>

ตาราง 37 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
<p>5. โครงการสร้างแพดเกจแบนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสุพรรณบุรี”</p> <p>6. โครงการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวหมู่บ้านเกิดยอดศิลปินพื้นบ้านแห่งเมืองสุพรรณ จากแม่ศรีประจันต์ ถึง พุ่มพวงดวงจันทร์</p> <p>7. โครงการสร้างแพดเกจท่องเที่ยว ย้อนรอยประวัติศาสตร์ จากยุคก่อนประวัติศาสตร์ ทวารวดี ลพบุรี อุทง จนถึงอยุธยา</p> <p>8. โครงการสร้างแพดเกจท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชาวนาไทย เกษตรอินทรีย์ สังคมพหุเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ในสุพรรณบุรี</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว</p> <p>1. โครงการอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตเศรษฐกิจการเมือง ภัยพิบัติธรรมชาติ โรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid-19 การก่อการร้ายสากลระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เพื่อสร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชน</p> <p>2. โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล และในหมู่บ้านบนหลักเศรษฐกิจพอเพียง และหลักประชาธิปไตยแบบปกครองกันเอง</p> <p>3. โครงการการสร้างนวัตกรรมบริหารจัดการท่องเที่ยวสู่การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน</p> <p>4. โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสัญจรได้สะดวกปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว</p> <p>5. โครงการอบรมทักษะเกษตรอุตสาหกรรมอินทรีย์ เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการตลาดออนไลน์แก่ชุมชนในจังหวัด</p> <p>6. โครงการประสานงานภาครัฐ เอกชน ประชาชน เพื่อร่วมทำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ภายใต้วิสัยทัศน์ร่วมของจังหวัด</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		<p>1. ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดมากขึ้น</p> <p>2. จัดให้มีการอบรมด้านภาษาต่างประเทศให้กับประชาชนในท้องถิ่น และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี</p> <p>3. ควรมีความร่วมมือกันอย่างจริงจังในการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน</p> <p>4. ควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีให้มากขึ้น</p>

1. โครงการประกวดนวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกหรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแรงบันดาลใจ	✓		
2. โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศิลปะ” เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน	✓		
3. โครงการ “คนสุพรรณบุรีมีกายและจิต ได้ปฏิบัติจิตฝึกจิตให้มีสมาธิและสติทุกวินาที” ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน	✓		
4. โครงการฝึกวิถีชีวิตแบบเนิบช้า Slow life วิถีพุทธเพื่อรักษาสุขภาพกายใจ เมื่อมาถึงสุพรรณบุรี			
5. โครงการ “เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบวันทุกข์ 5 นาที” สัปดาห์ นักท่องเที่ยว			

จากตาราง 37 สรุปผลการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group) สรุปผลการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย โดยมีตัวแทนจาก 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลจากการสนทนากลุ่มย่อย ตัวแทนจาก 4 กลุ่ม เห็นด้วยกับแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งจะประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ และ 45 โครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและ
พัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด

กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต

กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี

โครงการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์เพื่อเรียนรู้วิถีเกษตรแบบ (Smart Farming) ที่ขับเคลื่อนนวัตกรรม นวัตกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน

โครงการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยานและป่าสงวน

โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกป่าในพื้นที่ธรรมชาติและการปลูกต้นไม้ใน บ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน

โครงการสร้างเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานในบริเวณโบราณสถานเมือง โบราณคูของ ตลอดจนกำหนดจุดสื่อความหมาย

โครงการกำหนดพื้นที่พัฒนานิคมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมือง นวัตกรรมเกษตรอินทรีย์อาหารโลก (World Organic Food Nilopolis)

โครงการการสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย

โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในรูปแบบ Solar Farm

โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์แยกขยะ บ้าน วัด โรงเรียน

โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน หมู่บ้าน

โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยอินทรีย์ น้ำ EM ในทุกหมู่บ้าน

โครงการจัดตั้งโรงไฟฟ้าจากขยะ

โครงการสร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจองผ่าน Facebook หรือ Google

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารอินทรีย์ อุตสาหกรรม พลังงาน และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular Green Economy)

โครงการพัฒนาโปรแกรมมหกรรม และ Event ด้านการท่องเที่ยว ผลไม้ อาหาร สุขภาพ ดนตรี กีฬา บันเทิงระดับนานาชาติตลอดปี

โครงการสร้างแผนการตลาดท่องเที่ยวแบบดิจิทัล

โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย

โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวธรรมชาติสุพรรณบุรี”

โครงการพัฒนามหกรรมช้อปปิ้งสินค้า OTOP ของดีสุพรรณ

โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ ของ สุพรรณบุรี”

โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงสังคมสุพรรณบุรี”

โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสุพรรณบุรี”

โครงการอนุรักษ์แหล่งพื้นบ้านและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสู่บ้านเกิดยอดศิลปิน
พื้นบ้านแห่งเมืองสุพรรณ จากแม่ศรีประจันต์ ถึง พุ่มพวงดวงจันทร์

โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยว ย้อนรอยประวัติศาสตร์ จากยุคก่อนประวัติศาสตร์
ทวารวดี ลพบุรี อุทอง จนถึงอยุธยา

โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชาวนาไทยเกษตรอินทรีย์ สังคมพหุเชื้อชาติ
และชาติพันธุ์ ในสุพรรณบุรี

โครงการอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตเศรษฐกิจการเมือง ภัยพิบัติธรรมชาติ
โรคร้ายแรง เช่น Covid-19 การก่อการร้ายสากลระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เพื่อ
สร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชน

โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับ
จังหวัด อำเภอ ตำบล และในหมู่บ้านบนหลักเศรษฐกิจพอเพียง และหลักประชาธิปไตยแบบ
ปกครองตนเอง

โครงการการสร้างนวัตกรรมบริหารจัดการท่องเที่ยวสู่การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสัญจรได้สะดวก ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของ
ประชาชนและนักท่องเที่ยว

โครงการอบรมทักษะเกษตรอุตสาหกรรมอินทรีย์ เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร
การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการตลาดออนไลน์แก่ชุมชนในจังหวัด

โครงการประสานงานภาครัฐ เอกชน ประชาชน เพื่อร่วมทำการพัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ภายใต้วิสัยทัศน์ร่วมของจังหวัด

โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
(DMO) จังหวัดสุพรรณบุรี

โครงการยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยวและสินค้า OTOP ตลอดจนผลิตภัณฑ์
อินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า

โครงการสนับสนุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และ
ผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว (Start up) โดยระดมทุนภายในประเทศ

โครงการสร้างเครือข่ายชมรมสมาคมด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทเพื่อเพิ่มมูลค่า
และคุณค่า

โครงการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัด

โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐานสากล ภาษาไทย จีน อังกฤษ แก่ชุมชน

โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านการท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม
ของจังหวัดสุพรรณบุรี

โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรม
ประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ใน
ภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมนำเข้าสู่ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์

โครงการนำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของ
พื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โครงการประกวดนวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก
หรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม

โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศีลห้า” เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็น
พุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน

โครงการ “คนสุพรรณบุรีมีกายและจิต ได้ปฏิบัติจิตฝึกจิตให้มีสมาธิและสติทุกวินาที”
ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน

โครงการฝึกวิถีชีวิตแบบเนิบช้า Slow life วิถีพุทธเพื่อรักษาสุขภาพกายใจ เมื่อมาถึง
สุพรรณบุรี

โครงการ “เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพ้นทุกข์ 5
นาที” สักครั้ง นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

กลุ่มตัวอย่างจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในจังหวัดสุพรรณบุรี และ
นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เพื่อการ
ท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ดังต่อไปนี้

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1. ปรับปรุงโครงการสร้างพื้นฐานในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว

2. การจักระบบการขนส่งสาธารณะให้มีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยว

3. ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว ควรได้รับการปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้และมีมาตรฐาน มีห้องน้ำสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ

4. สถานที่จอดรถ และถึงขยะควรมีให้เพียงพอในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

5. ป้ายบอกทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความชัดเจน หรือมีน้อยขาดช่วงระหว่างการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดหลงทางได้

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

1. ควรมีการสนับสนุนการจัดอบรมการประชาสัมพันธ์ การทำการตลาดออนไลน์ให้กับตัวแทนหรือผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

2. ควรให้ประชาชนในท้องถิ่น ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนร่วมกับทางภาครัฐและภาคเอกชน

3. ควรมีการจัดการร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว

4. ร้านขายของฝากและของที่ระลึก ควรมีการดูแลอย่างเข้มงวดในเรื่องกระบวนการผลิตให้สินค้าถูกต้องน่ามัยและมีมาตรฐาน

5. ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ให้มีความหลากหลายในการเผยแพร่ เช่น ผ่านทางออนไลน์

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

1. ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดมากขึ้น

2. จัดให้มีการอบรมด้านภาษาต่างประเทศให้กับประชาชนในท้องถิ่น และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

3. ควรมีความร่วมมือกันอย่างจริงจังในการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

4. ควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีให้มากขึ้น

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

1. จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการจัดการอบรมเยาวชนอนุรักษ์ท้องถิ่นให้เด็กรุ่นใหม่มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์หวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนที่ตัวเองได้อาศัยอยู่

2. ควรส่งเสริมและให้ความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวแก่ประชาชน ตลอดจนการบริการด้านการท่องเที่ยว และเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแก่คนในชุมชน

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำผลการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี มาจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อนำแผนไปนำร่อง ณ พื้นที่กรณีศึกษา โดยประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ 8 โครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนา

จิตใจ

กลยุทธ์ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use)

กลยุทธ์ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

กลยุทธ์ 2.1 กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด

กลยุทธ์ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต

กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน ในจังหวัดสุพรรณบุรี

โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน หมู่บ้าน

โครงการสร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจองผ่าน Facebook หรือ Google

โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสุพรรณบุรี”

โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน บนหลักเศรษฐกิจพอเพียงและหลักประชาธิปไตยแบบปกครองตนเอง

โครงการสร้างเครือข่ายชมรมสมาคมด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า

โครงการนำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พีช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศัลห้” เพื่อปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน

2.4 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

จากผลการแสดงความคิดเห็นการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว โดยมติที่ประชุมได้ลงความเห็นร่วมกันในการกำหนดแผน ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยานและป่าสงวน โครงการสร้างเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานในบริเวณโบราณสถานเมืองโบราณอู่ทอง ตลอดจนกำหนดจุดสื่อความหมาย โครงการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์เพื่อเรียนรู้วิถีเกษตรแบบ (Smart Farming) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม นวัตกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการกำหนดพื้นที่พัฒนานิคมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์อาหารโลก (World Organic Food Innopolis) โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน ในจังหวัดสุพรรณบุรี และโครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกป่าในพื้นที่ธรรมชาติและการปลูกต้นไม้ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน

1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในรูปแบบ Solar Farm โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในหลังคา บ้าน วัด โรงเรียน หมู่บ้าน โครงการจัดตั้งโรงไฟฟ้าจากขยะ โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยอินทรีย์ น้ำ EM ในทุกหมู่บ้าน โครงการการสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย และโครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์แยกขยะ บ้าน วัด โรงเรียน

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

2.1 กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารอินทรีย์ อุตสาหกรรมพลังงาน และอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular Green Economy) โครงการสร้างแผนการตลาดการท่องเที่ยวแบบดิจิทัล โครงการสร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจองผ่าน Facebook หรือ Google โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย และโครงการพัฒนาโปรแกรม มหกรรม และ Event ด้านการท่องเที่ยว ผลไม้ อาหาร สุขภาพ ดนตรี กีฬา บันเทิงระดับนานาชาติตลอดปี

2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวธรรมชาติสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงสังคมสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจของสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยว ย้อนรอยประวัติศาสตร์ จากยุคก่อนประวัติศาสตร์ ทวาราวดี ลพบุรี อุทอง จนถึงอยุธยา โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตชาวนาไทยเกษตรอินทรีย์ สังคมพหุเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ในสุพรรณบุรี โครงการพัฒนาหัตถกรรมหัตถ์ป้องกันสินค้า OTOP ของดีสุพรรณ และโครงการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสู่บ้านเกิดยอดศิลปินพื้นบ้านแห่งเมืองสุพรรณ จากแม่ศรีประจันต์ ถึง พุ่มพวง ดวงจันทร์

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (DMO) จังหวัดสุพรรณบุรี โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสัญจรได้สะดวก ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว โครงการการสร้างนวัตกรรมบริหารจัดการท่องเที่ยวสู่การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับ จังหวัด อำเภอ ตำบล และในหมู่บ้านบนหลักเศรษฐกิจพอเพียงและหลักประชาธิปไตยแบบปกครองตนเอง โครงการอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตเศรษฐกิจการเมือง ภัยพิบัติธรรมชาติ โรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid-19 การก่อกองร้ายสากลระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เพื่อสร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชน โครงการประสานงานภาครัฐ เอกชน ประชาชน เพื่อร่วมทำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ภายใต้วิสัยทัศน์ร่วมของจังหวัด และโครงการอบรมทักษะเกษตรอุตสาหกรรมอินทรีย์ เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ตลอดจนการตลาดออนไลน์แก่ชุมชนในจังหวัด

3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายจากการท่องเที่ยวชุมชน มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการสร้างเครือข่ายการพัฒนาท่องเที่ยวในชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัด โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐานสากล ภาษาไทย จีน อังกฤษ แก่ชุมชน โครงการยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยวและสินค้า OTOP ตลอดจนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า โครงการสร้างเครือข่ายชมรมสมาคมด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทเพื่อพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน และโครงการสนับสนุนและสร้าง

เครือข่ายธุรกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ ด้านการท่องเที่ยว (Start ups) โดยระดมทุนภายในประเทศ

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม ของจังหวัดสุพรรณบุรี โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพร ต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่ สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมนำเข้าสู่ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ และนำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการประกวด นวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก หรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม โครงการ "คนสุพรรณบุรีมีกายและจิต ได้ปฏิบัติจิต ผีก็จิตให้มีสมาธิและสติทุกวินาที" ตามหลัก ศีล สมาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน โครงการ "คนสุพรรณบุรีต้องมีศัลห้" เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวันในบ้านวัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน โครงการ "เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพันทุกข์ 5 นาที" สักครั้ง นักท่องเที่ยว และโครงการฝึกวิถีชีวิตแบบเนิบช้า Slow life วิถีพุทธ เพื่อรักษาสุขภาพกายใจ เมื่อมาถึงสุพรรณบุรี เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับชุมชนศึกษา การตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS จนได้มาซึ่งศักยภาพและแนวทางในการพัฒนการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และข้อมูลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวของการวิจัยเชิงคุณภาพทั้งหมด มาดำเนินการสร้างแบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือของการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

เมื่อได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการวิจัยเชิงปริมาณอีกครั้งหนึ่ง

รายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการแบ่งเป็นโควตา (Quota Sampling) มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มละ 100 ชุด เพื่อประเมินทรัพยากรท่องเที่ยว วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบความถี่และร้อยละ สามารถรายงานผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. รายงานข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะแรงจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว
2. รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
3. รายงานผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
4. รายงานผลการประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
5. รายงานผลการประเมินความคิดเห็นต่อวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 1 รายงานข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะแรงจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป ลักษณะจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	167	41.75
หญิง	233	58.25
รวม	400	100
2. อายุ		
18-24 ปี	52	13
25-34 ปี	132	33
35-44 ปี	135	33.75
45-54 ปี	55	13.75
55-64 ปี	21	5.25
65 ปีขึ้นไป	5	1.25
รวม	400	100
3. สถานภาพ		
โสด	252	63
สมรส	126	31.5
หม้าย	17	4.25
หย่าร้าง	5	1.25
รวม	400	100
4. การศึกษา		
ประถมศึกษา	11	2.75
ประกาศนียบัตร	23	5.75
มัธยมศึกษา	17	4.25
อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	58	14.5
ปริญญาตรี	200	50
สูงกว่าปริญญาตรี	91	22.75
รวม	400	100

จากตาราง 38 แสดงข้อมูลทั่วไปและแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีสถานภาพโสด จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ตอนที่ 2 รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตาราง 39 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ทรัพยากรท่องเที่ยว	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ															
1. แม่น้ำท่าจีน อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เขื่อนกระเสียว น้ำตกตะเอนดี	4.23	0.80	มาก	3.82	1.03	มาก	4.00	0.97	มาก	3.95	0.93	มาก	4.00	0.93	มาก
2. อุทยานแห่งชาติพุเตย วนอุทยานแห่งชาติพุฒองเข้ทามลัดบัวฉวาง	4.15	0.89	มาก	4.06	0.80	มาก	4.14	0.87	มาก	4.36	0.72	มาก	4.18	0.82	มาก
3. สวนรุกขชาติดอนเจดีย์ สวนรุกขชาติด่านช้าง	3.80	1.01	มาก	3.30	1.16	ปานกลาง	3.50	1.19	มาก	3.42	1.34	ปานกลาง	3.51	1.18	มาก
4. พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อุทยานผักพื้นบ้าน	3.68	0.91	มาก	3.25	0.96	ปานกลาง	3.40	1.02	ปานกลาง	3.38	1.15	ปานกลาง	3.43	1.01	ปานกลาง
รวม	3.97	0.78	มาก	3.61	0.83	มาก	3.76	0.85	มาก	3.78	1.04	มาก	3.78	0.98	มาก
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม															
1. วัดป่าเลไลยก์ วัดไร่จิ้งจอก วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ	4.45	0.74	มาก	4.04	0.75	มาก	4.31	0.75	มาก	4.40	0.82	มาก	4.30	0.77	มาก
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุททอง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุพรรณบุรี อุทยานมังกรสวรรค์	4.26	0.68	มาก	4.01	0.70	มาก	4.08	0.76	มาก	4.42	0.73	มาก	4.19	0.72	มาก
3. ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเขียวไร่ วิถีชีวิตโบราณ ชุมชนบ้านแหบม อำเภอบางปลาร้า	4.24	0.68	มาก	3.79	0.73	มาก	3.87	0.75	มาก	4.10	0.80	มาก	4.00	0.74	มาก
4. แหล่งโบราณคดีเมืองอุททอง ศิลปะทวารวดีศิลปะอุททอง	4.09	0.77	มาก	3.88	0.70	มาก	3.96	0.78	มาก	4.27	0.83	มาก	4.05	0.77	มาก
5. วิถีชีวิตวัฒนธรรม ชาวจีน ชาวไทยพื้นถิ่น กระเทียม ไททรงดำ	3.92	0.94	มาก	3.81	0.79	มาก	3.86	0.87	มาก	3.89	1.02	มาก	3.87	0.91	มาก
รวม	4.19	0.89	มาก	3.91	0.56	มาก	4.02	0.59	มาก	4.22	0.84	มาก	4.08	0.78	มาก

ทรัพย์สินทางปัญญา	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล
ทรัพย์สินทางปัญญาวัฒนธรรม เทศกาลและประเพณี											
1. งานมัสการลมโบสถ์และมัสการหลวงพ่อดิ วัดป่าเลไลยก์ งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์	4.31	0.91	มาก	0.78	มาก	4.14	0.84	มาก	4.19	0.81	มาก
2. เทศกาลตั้งกระทง งานตรุษจีน	4.06	0.81	มาก	1.20	ปานกลาง	3.41	1.25	ปานกลาง	3.52	1.23	มาก
3. ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ ประเพณีสงกรานต์ วันวิสาขบูชา	4.05	0.81	มาก	0.90	ปานกลาง	3.52	0.88	มาก	3.40	1.09	ปานกลาง
4. ประเพณีแข่งเรือยาว งานมหกรรมอาหารและ ของดีเมืองสุพรรณ	3.98	0.80	มาก	0.84	ปานกลาง	3.58	0.87	มาก	3.62	1.05	มาก
รวม	4.10	0.70	มาก	0.76	ปานกลาง	3.66	0.77	มาก	3.68	1.05	มาก
ทรัพย์สินทางปัญญาวัฒนธรรม											
1. ศิลปะการแสดงประเพณีวัฒนธรรมโบราณคดีที่เมืองโบราณ อู่ทอง ศึกษาศิลปะไทยยุคทอง ศึกษาวิถีชีวิต กลุ่มชาติพันธุ์ จัน ไท กระเหรี่ยง	4.09	0.78	มาก	0.87	มาก	4.01	0.76	มาก	3.97	0.92	มาก
2. ทำบุญไปหพระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี รวมประเพณี วิสาขบูชา ออกพรรษา	4.35	0.61	มาก	0.92	มาก	4.17	0.77	มาก	4.16	0.96	มาก
3. ร่วมกิจกรรมด้านา เกี่ยวกับ เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย ร่วมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลงฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลง เรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง	4.01	0.79	มาก	0.94	มาก	3.76	1.03	มาก	3.98	0.95	มาก
4. ร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์ ตามรอยเส้นทางวรรณคดีขุนช้างขุนแผน	4.03	0.75	มาก	0.98	มาก	3.90	0.81	มาก	3.95	0.83	มาก
5. สัมผัสธรรมศาสตร์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย นอนแพกลาง น้ำหุบเขาวง ดูพระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนเกาะเดียม	4.21	0.90	มาก	0.90	มาก	4.34	0.67	มาก	4.35	0.77	มาก
รวม	4.13	0.62	มาก	0.71	มาก	4.04	0.62	มาก	4.08	0.89	มาก

ทรัพย์สิน	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ทรัพย์สินการท่องเที่ยว										
ทรัพย์สิน										
ผล										
ทรัพย์สินการท่องเที่ยวตามบริการ										
1. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	0.94	4.16	0.83	4.14	0.88	4.21	0.84	4.11	0.87
สะดวก										
เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	3.80	0.91	3.96	0.82	3.97	0.82	4.09	0.87	3.96	0.86
2. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โปรโมชั่น										
มีจุด接待นักท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมายแหล่ง										
ท่องเที่ยว	3.89	0.85	4.13	0.77	4.23	0.71	4.23	0.80	4.12	0.78
3. มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์										
ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม	3.86	0.89	4.27	0.78	4.16	0.76	4.26	0.79	4.14	0.81
4. มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ										
ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของ										
ที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง	3.69	0.94	4.23	0.80	4.13	0.79	4.22	0.85	4.07	0.85
5. มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่ง										
ท่องเที่ยว มีห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก										
ปั้มน้ำมัน										
รวม	3.83	0.80	4.15	0.66	4.13	0.65	4.20	0.83	4.08	0.83

จากตาราง 39 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสุพรรณบุรีจากกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ อุทยานแห่งชาติพุเตย วนอุทยานแห่งชาติพุม่วง เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉอาก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 อันดับที่ 2 คือ แม่น้ำท่าจีน อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เขื่อนกระเสียว น้ำตกตะเพินคี มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อันดับที่ 3 คือ สวนรุกขชาติดอนเจดีย์ สวนรุกขชาติด่านช้าง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และอันดับสุดท้ายคือ พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อุทยานผักพื้นบ้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ วัดป่าเลไลยก์ วัดไผ่โรงวัว วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อันดับที่ 2 คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุพรรณบุรี อุทยานมังกรสวรรค์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อันดับที่ 3 คือ แหล่งโบราณคดีเมืองอู่ทอง ศิลปะทวารวดี ศิลปะอู่ทอง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 อันดับที่ 4 คือ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้ วิถีชีวิตโบราณ ชุมชนบ้านแหวม อำเภอบางปลาม้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และอันดับสุดท้ายคือ วิถีชีวิตพหุวัฒนธรรม ชาวจีน ชาวไทยพื้นถิ่น กระเหรี่ยง ไททรงดำ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านมหรหรรรม เทศกาลและประเพณีของจังหวัดสุพรรณบุรีจากกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดโตวัดป่าเลไลยก์ งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อันดับที่ 2 คือ ประเพณีแข่งเรือยาว งานมหรหรรรมอาหารและของดีเมืองสุพรรณ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 อันดับที่ 3 คือ ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ ประเพณีสงกรานต์ วันวิสาขบูชา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และอันดับสุดท้ายคือ เทศกาลทิ้งกระจาด งานตรุษจีน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านกิจกรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติพุเตย นอนแพกลางน้ำหุบเขาวง ดูพระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนกระเสียว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 อันดับที่ 2 คือ ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี ร่วมประเพณีวิสาขบูชา ออกพรรษา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อันดับที่ 3 คือ ศึกษาศิลปะประวัติศาสตร์โบราณคดีที่เมืองโบราณอุทอง ศึกษาศิลปะไทยยุคอุทอง ศึกษาวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ จีน ไท กระเหรี่ยง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อันดับที่ 4 คือ รวมกิจกรรมวัฒนธรรมและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์ ตามรอยเส้นทางวรรณคดีขุนช้างขุนแผน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และอันดับสุดท้ายคือ รวมกิจกรรมด้านา เกี่ยวข้าว เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย รวมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลงฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านบริการของจังหวัดสุพรรณบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีตลาดศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อันดับที่ 2 คือ มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮ้าส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อันดับที่ 3 คือ มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อันดับที่ 4 คือ มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว มีห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และอันดับสุดท้ายคือ มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์

ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89



ตอนที่ 3 รายงานผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
 ตาราง 40 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ความคิดเห็น	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล
จุดแข็ง															
1. มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เช้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ	3.78	0.86	มาก	4.09	0.82	มาก	4.06	0.75	มาก	4.13	0.76	มาก	4.02	0.80	มาก
2. มีแม่น้ำที่สำคัญคือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยว	3.73	0.89	มาก	3.84	0.90	มาก	3.98	0.79	มาก	4.13	0.84	มาก	3.92	0.86	มาก
3. มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำ การเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ	4.11	0.82	มาก	4.12	0.82	มาก	4.08	0.75	มาก	4.41	0.59	มาก	4.18	0.75	มาก
4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งแวดล้อม สะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว	3.89	0.90	มาก	4.03	0.81	มาก	4.17	0.77	มาก	4.21	0.77	มาก	4.08	0.81	มาก
5. ประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว	3.53	0.81	มาก	4.01	0.85	มาก	3.90	0.82	มาก	4.15	0.85	มาก	3.90	0.83	มาก
6. มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนาจังหวัด	3.54	0.93	มาก	3.93	0.71	มาก	3.97	0.76	มาก	4.00	0.89	มาก	3.86	0.82	มาก
7. มีสังคมวัฒนธรรม และวิถีชีวิตพื้นที่หลากหลาย	3.92	0.87	มาก	3.99	0.79	มาก	4.04	0.78	มาก	4.19	0.84	มาก	4.04	0.82	มาก
รวม	3.78	0.70	มาก	4.00	0.61	มาก	4.03	0.59	มาก	4.17	0.79	มาก	4.00	0.81	มาก

ความคิดเห็น	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	S.D.	แปลผล	
จุดอ่อน															
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	3.81	0.87	มาก	3.27	0.85	ปานกลาง	3.58	0.88	มาก	3.50	1.05	มาก	3.54	0.91	มาก
2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว	3.85	0.78	มาก	3.33	0.74	ปานกลาง	3.63	0.81	มาก	3.52	1.11	มาก	3.58	0.86	มาก
3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.70	0.87	มาก	3.26	0.82	ปานกลาง	3.53	0.89	มาก	3.47	1.10	ปานกลาง	3.49	0.92	ปานกลาง
4. ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ	3.74	0.88	มาก	3.23	0.90	ปานกลาง	3.64	0.92	มาก	3.42	1.17	ปานกลาง	3.51	0.97	มาก
5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษาและขาดแคลนมัคคุเทศก์	3.97	0.83	มาก	3.60	1.07	มาก	3.86	0.94	มาก	3.57	1.21	มาก	3.75	1.01	มาก
รวม	3.81	0.76	มาก	3.34	0.75	ปานกลาง	3.65	0.77	มาก	3.50	1.13	มาก	3.57	0.93	มาก
โอกาส															
1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกคนสิ่งแวดล้อม	3.98	0.74	มาก	3.97	0.73	มาก	4.08	0.75	มาก	4.18	0.87	มาก	4.05	0.77	มาก
2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยววิถีสุขภาพและธรรมชาติ	3.83	0.84	มาก	3.94	0.80	มาก	3.83	0.85	มาก	4.10	0.80	มาก	3.93	0.82	มาก
3. เครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ลอ ราง เรือ อากาศ ครอบคลุม	3.69	0.81	มาก	3.53	0.96	มาก	3.87	0.72	มาก	3.96	0.85	มาก	3.76	0.84	มาก
4. นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต	3.74	0.79	มาก	3.70	0.85	มาก	3.75	0.83	มาก	4.02	0.77	มาก	3.80	0.81	มาก
5. ในปี 2030 จะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม รัสเซีย	3.60	0.89	มาก	3.59	0.79	มาก	3.71	0.76	มาก	3.88	0.87	มาก	3.70	0.83	มาก
6. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีสุขภาพ	3.88	0.88	มาก	3.79	0.57	มาก	3.79	0.67	มาก	4.09	0.88	มาก	3.89	0.75	มาก
รวม	3.79	0.63	มาก	3.75	0.46	มาก	3.84	0.52	มาก	4.04	0.84	มาก	3.85	0.80	มาก

ความคิดเห็น	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
อุปสรรค										
1. มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ	3.83	0.89	3.87	0.73	3.80	0.83	3.91	0.85	3.85	0.83
2. มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ	3.94	0.89	4.00	0.75	3.92	0.83	4.18	0.90	4.01	0.84
3. โลกมีปัญหาดรามแปรปรวน ทางภูมิอากาศ ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการพัฒนาท่องเที่ยว	3.86	0.88	3.57	0.97	3.72	0.89	3.91	0.93	3.77	0.92
4. โลกมีปัญหภัยพิบัติธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ	3.95	0.87	3.56	1.07	3.68	1.10	3.65	0.98	3.71	1.01
5. โลกมีปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19	4.13	0.88	3.69	1.18	3.96	0.93	4.32	0.87	4.03	0.97
6. โลกมีปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์	3.75	0.96	3.22	1.24	ปานกลาง	1.20	3.24	1.29	ปานกลาง	1.17
รวม	3.91	0.75	3.65	0.49	3.79	0.57	3.87	0.97	3.80	0.95

จากตาราง 40 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก SWOT Analysis ของจังหวัดสุพรรณบุรีของกลุ่มตัวอย่าง คือ จุดแข็งของจังหวัดสุพรรณบุรีในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 อันดับที่ 2 คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 อันดับที่ 3 คือ มีสังคมพหุวัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 อันดับที่ 4 คือ มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 อันดับที่ 5 คือ มีแม่น้ำที่สำคัญคือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อันดับที่ 6 คือ ประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และอันดับสุดท้ายคือ มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนาจังหวัด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ โดยภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ให้ความคิดเห็นตรงกันว่า จุดแข็งที่สุดของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11, 4.12, 4.08 และ 4.41 ตามลำดับ

จุดอ่อนของจังหวัดสุพรรณบุรีในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษาและขาดแคลนมัคคุเทศก์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อันดับที่ 2 คือ ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 อันดับที่ 3 คือ ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อันดับที่ 4 คือ ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีระดับความ

คิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และอันดับสุดท้ายคือ ขาดแผนการจัดการ การอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 โดยภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญตรงกันว่าจุดอ่อนของจังหวัดสุพรรณบุรีมากเป็นอันดับที่ 1 คือ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษาและขาดแคลนมัคคุเทศก์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97, 3.60, 3.86 และ 3.57 ตามลำดับ

โอกาสของจังหวัดสุพรรณบุรีในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 อันดับที่ 2 คือ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิตและการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 อันดับที่ 3 คือ กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีสุขภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อันดับที่ 4 คือ นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อันดับที่ 5 คือ เครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ล้อ ราง เรือ อากาศรอบโลก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และอันดับสุดท้ายคือ ในปี 2030 จะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม รัสเซีย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญตรงกันว่าโอกาสของจังหวัดสุพรรณบุรีมากเป็นอันดับที่ 1 คือ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98, 3.97, 4.08 และ 4.18 ตามลำดับ

อุปสรรคของจังหวัดสุพรรณบุรีในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ โลกมีปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 อันดับที่ 2 มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อันดับที่ 3 คือ มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

อันดับที่ 4 คือ โลกมีปัญหาคความแปรปรวนทางภูมิอากาศ ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการพัฒนา
ท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 อันดับที่ 5 คือ โลกมีปัญหาร้ายพิบัติธรรมชาติ เช่น
อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.71 และอันดับสุดท้ายคือ โลกมีปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และ
การค้ามนุษย์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 โดยภาครัฐ
ประชาชน และนักท่องเที่ยว ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคของจังหวัดสุพรรณบุรีมากเป็น
อันดับที่ 1 คือ โลกมีปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13,
3.96 และ 4.32 ตามลำดับ และเอกชนให้ความคิดเห็นว่า มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและ
ภายในประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0



ตอนที่ 4 รายงานผลการประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
 ตาราง 41 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด
 สุพรรณบุรี

ปัจจัยเชิงศักยภาพ	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล	\bar{X}	S.D.	แปรผล
ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี	3.66	1.09	มาก	3.60	0.96	มาก	3.95	0.88	มาก	4.04	0.97	มาก	3.81	0.98	มาก
1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการ รถประจำทาง บริการรถประจำทางเช่าสู่แหล่ง ท่องเที่ยว															
2. สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศและที่ตั้ง เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว	3.81	1.00	มาก	3.91	0.79	มาก	4.02	0.84	มาก	4.18	0.78	มาก	3.98	0.85	มาก
3. วิถีชีวิตสวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและ ทำกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.97	0.94	มาก	4.03	0.80	มาก	3.99	0.82	มาก	4.17	0.81	มาก	4.04	0.84	มาก
4. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ	3.99	0.80	มาก	4.15	0.74	มาก	4.13	0.76	มาก	4.10	0.81	มาก	4.09	0.78	มาก
5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น มีความอุดม สมบูรณ์ของพืชและสัตว์	3.99	0.85	มาก	4.22	0.76	มาก	4.04	0.84	มาก	4.05	0.85	มาก	4.08	0.83	มาก
6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่	4.05	0.81	มาก	4.10	0.77	มาก	4.04	0.72	มาก	4.08	0.88	มาก	4.07	0.80	มาก
รวม	3.91	0.78	มาก	4.00	0.61	มาก	4.02	0.62	มาก	4.10	0.85	มาก	4.01	0.84	มาก

ตาราง 41 (ต่อ)

	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม						
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล			
ปัจจัยบ่งชี้ทางศักยภาพ															
ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน															
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ	3.81	0.87	มาก	3.66	0.79	มาก	3.68	0.80	มาก	3.95	1.02	มาก	3.76	0.87	มาก
2. การแบ่งเขตพื้นที่ที่ใกล้เกสกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก	3.66	0.93	มาก	3.63	0.80	มาก	3.79	0.78	มาก	4.00	0.83	มาก	3.81	0.80	มาก
3. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบ	3.68	0.84	มาก	3.50	0.63	มาก	3.68	0.70	มาก	3.98	0.78	มาก	3.72	0.70	มาก
4. การจัดการบริการนักท่องเที่ยวที่มีความทันสมัย	3.63	0.98	มาก	3.61	0.74	มาก	3.82	0.73	มาก	3.76	0.81	มาก	3.73	0.76	มาก
5. การจัดการขยะมูลฝอยและน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ	3.62	0.92	มาก	3.64	0.70	มาก	3.89	0.70	มาก	3.65	0.74	มาก	3.73	0.71	มาก
6. การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ	3.68	0.87	มาก	3.73	0.74	มาก	3.84	0.79	มาก	3.92	0.76	มาก	3.83	0.76	มาก
รวม	3.66	0.82	มาก	3.63	0.59	มาก	3.76	0.62	มาก	3.88	0.82	มาก	3.76	0.77	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง															
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	3.84	0.94	มาก	3.90	0.77	มาก	3.87	0.75	มาก	3.96	0.70	มาก	3.89	0.79	มาก
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว	3.92	0.91	มาก	3.95	0.70	มาก	3.91	0.71	มาก	4.03	0.85	มาก	3.95	0.79	มาก
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและความเข้มแข็ง	3.84	1.00	มาก	3.98	0.72	มาก	3.96	0.76	มาก	3.97	0.89	มาก	3.94	0.84	มาก
4. มีโอกาสในการร่วมกิจกรรมส่งเสริมประเพณีการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ	3.84	0.98	มาก	3.98	0.71	มาก	3.90	0.73	มาก	3.95	0.72	มาก	3.92	0.84	มาก
5. มีการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.82	0.95	มาก	3.86	0.70	มาก	3.94	0.68	มาก	4.07	0.82	มาก	3.92	0.79	มาก
รวม	3.85	0.88	มาก	3.93	0.60	มาก	3.92	0.61	มาก	4.00	0.80	มาก	3.92	0.80	มาก

ตาราง 41 (ต่อ)

ปัจจัยบ่งชี้ทางศักยภาพ	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมาย										
1. มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่ และ	3.78	0.87	3.72	0.79	3.85	0.72	4.06	0.76	3.85	0.79
เชื้อเชิญการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อ										
แหล่งท่องเที่ยว	3.68	0.80	3.80	0.68	3.78	0.69	4.06	0.81	3.83	0.75
2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและ										
เหมาะสมกับวัฒนธรรมและจิตใจของนักท่องเที่ยว	3.72	0.89	3.71	0.82	3.89	0.76	3.99	0.76	3.83	0.81
3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึง										
พอใจและมีคุณค่าในการเรียนรู้แก่นัก	3.70	0.92	3.87	0.76	3.88	0.74	4.00	0.90	3.86	0.83
ท่องเที่ยว										
4. กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมความตระหนักรู้										
ผลกระทบต่อทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว										
และองค์กรต่าง ๆ										
รวม	3.72	0.81	3.77	0.63	3.85	0.61	4.03	0.81	3.84	0.79

จากตาราง 41 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อันดับที่ 2 คือ มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น มีความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 อันดับที่ 3 คือ ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 อันดับที่ 4 คือ วิถีชีวิตที่ทันสมัยเหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 อันดับที่ 5 คือ สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และอันดับสุดท้ายคือ ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ โดยภาครัฐให้ความสำคัญมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ภาคเอกชนให้ความคิดเห็นว่า มีทรัพยากร ธรรมชาติที่โดดเด่น มีความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ภาคประชาชนให้ความคิดเห็นว่า มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่า สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อันดับที่ 2 คือ การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อันดับที่ 3 คือ มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 อันดับที่ 4 คือ การจัดการด้านการให้บริการที่มี

คุณภาพแก่นักท่องเที่ยว และการจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และอันดับสุดท้ายคือ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ โดยภาครัฐให้ความสำคัญคิดเห็นมากเป็นอันดับที่ 1 คือ มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ภาคเอกชนให้ความคิดเห็นว่า การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ภาคประชาชนให้ความคิดเห็นว่า การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่า การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 อันดับที่ 2 คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 อันดับที่ 3 คือ มีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน แลองค์กรต่างๆ มีการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และอันดับสุดท้ายคือ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ โดยภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98, 3.96 และ 3.97 ตามลำดับ และภาคเอกชนยังให้ความคิดเห็นว่า มีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และภาครัฐให้ความคิดเห็นว่า ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมายของจังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และองค์กรต่างๆ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 อันดับที่ 2 คือ มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และอันดับสุดท้ายคือ มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

และกิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ตามลำดับ โดยภาครัฐและนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นมากเป็นอันดับที่ 1 คือ มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 4.06 ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวยังให้ความคิดเห็นว่า มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ภาคเอกชนให้ความคิดเห็นว่า กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และองค์กรต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และประชาชนให้ความคิดเห็นว่า กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ตาราง 42 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

สุพรรณบุรี

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต										
โครงการที่ 1 โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม	4.10	0.77	4.06	0.84	4.02	0.75	4.23	0.75	4.10	0.78
ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมของจังหวัด										
สุพรรณบุรี										
โครงการที่ 2 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์	4.12	0.83	4.03	0.85	4.06	0.80	4.26	0.72	4.12	0.80
ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์										
และวัฒนธรรม										
โครงการที่ 3 โครงการจัดทำฐานข้อมูลตัวระบบ	4.14	0.79	3.93	0.78	4.07	0.77	4.25	0.76	4.10	0.78
คอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมประวัติศาสตร์										
แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของ										
จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทาง										
วัฒนธรรมนำเข้าสู่ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์										
โครงการที่ 4 นำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความ	4.15	0.78	3.91	0.73	4.01	0.84	4.26	0.69	4.08	0.73
หลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นถิ่นมาสร้างสรรค์										
สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์										
รวม	4.13	0.75	3.98	0.72	4.04	0.70	4.10	0.77	4.10	0.78

ตาราง 42 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม			
	\bar{X}	S.D.	แปร ผล	\bar{X}	S.D.	แปร ผล	\bar{X}	S.D.	แปร ผล	\bar{X}	S.D.	แปร ผล	\bar{X}	S.D.	แปร ผล	
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก																
โครงการที่ 1 โครงการประกวดนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	4.05	0.78	มาก	3.75	0.80	มาก	3.84	0.84	มาก	4.02	0.92	มาก	1	3.92	0.84	มาก
เกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกหรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม																
โครงการที่ 2 โครงการ “คนสุพรรณบุรีมีกายและจิต	3.96	0.75	มาก	3.57	1.04	มาก	3.54	1.28	มาก	3.75	1.02	มาก	3	3.71	1.02	มาก
ได้ปฏิบัติจิตดีให้มีสมาธิและสติทุกวินาที” ตามหลักศีล ๓ มาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน																
โครงการที่ 3 โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีสติหา”	4.10	0.81	มาก	3.52	1.25	มาก	3.62	1.36	มาก	3.71	1.20	มาก	2	3.74	1.16	มาก
เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน																
ทุกหมู่บ้าน	3.92	0.85	มาก	3.27	1.46	ปาน กลาง	3.43	1.48	ปาน กลาง	3.31	1.41	ปาน กลาง	5	3.48	1.30	ปาน กลาง
โครงการที่ 4 โครงการ “เที่ยววัดสุพรรณบุรี นุ่งสมาธิ																
5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพบทุกข์ 5 นาที”	4.02	0.82	มาก	3.45	0.27	มาก	3.64	1.31	มาก	3.46	1.34	มาก	4	3.64	0.94	มาก
สักครั้ง นักท่องเที่ยว																
โครงการที่ 5 โครงการฝึกวิถีชีวิตแบบช้า Slow life																
วิถีพุทธเพื่อรักษาสภาพกายใจ เมื่อมาถึงสุพรรณบุรี																
รวม	4.01	0.71	มาก	3.51	1.05	มาก	3.61	1.18	มาก	3.65	1.18	มาก		3.70	1.05	มาก
ภาพรวม	4.07	0.69	มาก	3.75	0.78	มาก	3.83	0.84	มาก	3.88	0.98	มาก		3.9	0.92	มาก

จากตาราง 42 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมต่อยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่า

กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 โดยมีโครงการที่เหมาะสมมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือ โครงการที่ 2 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อันดับที่ 2 คือ โครงการที่ 1 โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรีและโครงการที่ 3 โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมนำเข้าสู่ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และอันดับสุดท้ายคือ โครงการที่ 4 นำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยภาครัฐให้ความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ 4.1 มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือ โครงการที่ 4 นำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ภาคเอกชนให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ โครงการที่ 1 โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ประชาชนให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ โครงการที่ 3 โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมนำเข้าสู่ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ โครงการที่ 2 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โครงการที่ 4 นำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.70 โดยมีโครงการที่เหมาะสมมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือ โครงการที่ 1 โครงการประกวดนวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกหรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อันดับที่ 2 คือ โครงการที่ 3 โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศีลห้า” เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 อันดับที่ 3 คือ โครงการที่ 2 โครงการ “คนสุพรรณบุรีมีกายและจิต ได้ปฏิบัติจิตฝึกจิตให้มีสมาธิและสติทุกวินาที” ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 อันดับที่ 4 คือ โครงการที่ 5 โครงการฝึกวิถีชีวิตแบบเนิบช้า Slow life วิถีพุทธเพื่อรักษาสุขภาพกายใจ เมื่อมาถึงสุพรรณบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และอันดับสุดท้ายคือ โครงการที่ 4 โครงการ “เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพ้นทุกข์ 5 นาที” สักครั้ง นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยภาครัฐ ให้ความสำคัญต่อกิจกรรม 4.2 มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือ โครงการที่ 3 โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศีลห้า” เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ โครงการที่ 1 โครงการประกวดนวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกหรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75, 3.84 และ 4.02 ตามลำดับ

สรุปผลคำถามการวิจัยข้อ 2 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร

จากผลการแสดงความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ของผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว โดยมติที่ประชุมได้ลงความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สามารถสรุปผลความคิดเห็นได้ ดังรายละเอียดในตาราง ดังนี้

ตาราง 43 แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง (STRENGTH:S)	จุดอ่อน (WEAKNESS:W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ 2. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ 4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว 5. ประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว 6. มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนาจังหวัด 7. มีสังคมพหุวัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว 3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4. ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์
โอกาส (OPPORTUNITY:O)	อุปสรรค (THREATS:T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม 2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร 3. เครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ล้อ ราง เรือ อากาศ ครอบคลุม 4. นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต 5. ในปี 2030 จะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม รัสเซีย 6. กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อสุขภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ 2. มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ 3. โลกมีปัญหาค่าความแปรปรวน ทางภูมิอากาศ ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการพัฒนาท่องเที่ยว 4. โลกมีปัญหามลพิษ ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ 5. โลกมีปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 6. โลกมีปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์

จากผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้วิจัยมีความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับการประมวลภาพรวมด้วยการจับคู่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์หรือวิธีการของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน (TOWS Matrix) ของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้ผลดังต่อไปนี้

ตาราง 44 แสดงการสังเคราะห์ TOWS Matrix ของจังหวัดสุพรรณบุรี

	จุดแข็ง (STRENGTH:S)	จุดอ่อน (WEAKNESS:W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ 2. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ 4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว 5. ประชาชนมีความสนใจ รวมทั้งจะพัฒนาการท่องเที่ยว 6. มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนาจังหวัด 7. มีสังคมพหุวัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว 3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4. ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์
โอกาส (OPPORTUNITY:O)	จุดแข็ง + โอกาส (SO)	จุดอ่อน + โอกาส (WO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม 2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร 3. เครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ล้อราง เรือ อากาศ ครอบคลุม 4. นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต 5. ในปี 2030 จะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม รัสเซีย 6. กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตร อินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อสุขภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่นระดับโลก 2. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวสุพรรณ เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 3. สร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ด้วยเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่าง ด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ 4. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ 2. ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว 3. สร้างแผนการตลาดดิจิทัล 4. สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติในท้องถิ่น 5. สื่อสารและบริการเป็นแบรนด์

	จุดแข็ง (STRENGTH:S)	จุดอ่อน (WEAKNESS:W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ 2. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่สำคัญ 4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว 5. ประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว 6. มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนาจังหวัด 7. มีสังคมพหุวัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว 3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4. ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์
อุปสรรค (THREATS:T)	จุดแข็ง + อุปสรรค (ST)	จุดอ่อน + อุปสรรค (WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ 2. มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ 3. โลกมีปัญหาค่าความแปรปรวน ทางภูมิอากาศ ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการพัฒนาท่องเที่ยว 4. โลกมีปัญหามลพิษภัยพิบัติ ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ 5. โลกมีปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 6. โลกมีปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เชื่อมโยงเศรษฐกิจด้วยดิจิทัลเน็ตเวิร์ก 2. พัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดน 3. สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยรอบ 4. เปลี่ยนยุทธศาสตร์มาพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชนแทนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก 5. พัฒนาการท่องเที่ยวแบบพอเพียงระดับชุมชน 6. ระดมทุนและความร่วมมือจากภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อบรมการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทุกรูปแบบ 2. สร้างเครือข่ายด้านความปลอดภัย 3. ชะลอการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ให้เป็นรายได้หลักของชาติ 4. อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจต่อการดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว

SO: แนวทางการพัฒนาเชิงรุก (จุดแข็งกับโอกาส) จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่โดดเด่นระดับโลก “เขื่อนสุพรรณบุรี สูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย” ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุกระทิง เดินป่าเส้นทางลู่ยอดเขาเทวดา บนป่าทึบ กางเต็นท์ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุม่วง มาสุพรรณ ร่วมกัน

เสริมสร้าง ธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปรากฏจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” แบรินด์ “เที่ยวสุพรรณ เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลายร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัย เดินป่า นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ฉลามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วมมหกรรมอาหารปลอดภัยเคมี สารพิษและยาฆ่าแมลง เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและปลอดภัย จากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน” แบรินด์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายด้วยเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคม ที่แตกต่าง ด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยพื้นถิ่น ที่อำเภออู่ทอง ชุมชนจีน ในย่านธุรกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบางลี่ แวะเวียนไปทักทายคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยง ที่ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออู่ทอง เป็นหนึ่งเดียวในสังคมเมืองเลือดสุพรรณ” และแบรินด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ “เยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยยุคหินใหม่ เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุคเหล็ก ล่องเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวาราวดี ลพบุรี อุทยานอยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน เยือนเมืองโบราณอู่ทอง เพื่อสักการะพุทธประติมากรรมที่ขุดค้นพบในพื้นที่เมืองสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นแผ่นดินแรกที่พุทธศาสนาได้มาฝังรากไว้อย่างหนาแน่น ไม่น้อยกว่า 2,300 ปีมาแล้ว ในแผ่นดินสุวรรณภูมิ ศิลปะ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จากโบราณสถานและโบราณวัตถุ เพื่อสัมผัสพุทธศิลป์ยุคต่าง ๆ และในการปฏิบัติจิตไปสู่การพ้นทุกข์ ปฏิบัติธรรม ผีกลสติ ผีกลสมาธิ ตามแนวไตรสิกขา ศิล สมาธิ ปัญญา เพื่อร่วมอนุรักษ์อารยธรรมและวัฒนธรรมเก่าแก่ ตลอดจนเพื่อพัฒนาจิตสู่ปัญญา”

WO: การนำจุดอ่อนของจังหวัดสุพรรณบุรี มาสร้างโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว (จุดอ่อนกับโอกาส) นั้น ยังขาดแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ ขาดคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดแผนการตลาดดิจิทัล ขาดแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติในท้องถิ่น และขาดการสื่อสารสินค้าและบริการเป็นแบรินด์ ที่ประชุมกลุ่มย่อยจึงเสนอให้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนที่ชัดเจนต่อไป

ST: การกำหนดแนวทางป้องกันในการพัฒนาการท่องเที่ยว (จุดแข็งกับอุปสรรค) ได้แก่ การเชื่อมโยงเศรษฐกิจด้วยดิจิทัลเน็ตเวิร์กเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดน และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยรอบ การเปลี่ยนยุทธศาสตร์มาพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชนแทนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพอเพียงระดับชุมชนเพื่อระดมทุนและความร่วมมือจากภายนอกชุมชนในการพัฒนา การท่องเที่ยว

WT: การจัดการความเสี่ยง (จุดอ่อนกับอุปสรรค) โดยการจัดอบรมการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทุกรูปแบบ การสร้างเครือข่ายด้านความปลอดภัย ให้มีการชะลอการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ให้เป็นรายได้หลักของชาติ และจัดอบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกาย และจิตใจต่อการดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

รายงานผลคำถามการวิจัยข้อ 3 ผลการประเมินการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี นำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษามีผลอย่างไร

เนื่องจากในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวางแผนระดับสูง (Macro plan) ผู้วิจัยจึงต้องการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ไปปฏิบัติจริงในระดับจุลภาค (Micro plan)

ในการประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ไปดำเนินการโครงการนำร่องโดยใช้เทคนิค A-I-C (Appreciation-Influence-Control) สร้างการรับรู้ร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ติดตาม การประเมินผล และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) การดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาและประเมินผลการดำเนินงาน ได้แก่ ชุมชนบางแม่หม้าย ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสม เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น คนในชุมชนบางแม่หม้ายมีความพร้อมที่จะเรียนรู้และจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยจึงได้เลือกสถานที่ดังกล่าวในการดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาในการพัฒนาระหว่างปี พ.ศ.2563-2564 โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 สสำรวจ ตรวจสอบ และสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา โดยใช้วิธีการสังเกต เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบรายงานการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบางแม่หม้าย โดยหลังจากที่ผู้วิจัยได้ประเมินพื้นที่ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาแล้วว่าพื้นที่ดังกล่าวมีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการนำร่อง ผู้วิจัยจึงได้ประชุมร่วมกับชุมชน เพื่ออภิปรายและตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการรับรู้ร่วมกัน

ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ณ ชุมชนบางแม่หม้าย โดยเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนเข้าร่วม ได้แก่ ตัวแทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ร่วมกันระดมสมองในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยผลจากการประชุมกลุ่มย่อย ที่ประชุมมีความคิดเห็นตรงกันว่า ควรมีการจัดตั้งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำมติจากการที่ประชุมกลุ่มย่อยมาเตรียมการดำเนินการโครงการนำร่องในพื้นที่ชุมชนบางแม่หม้ายต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นเตรียมความพร้อมและขั้นดำเนินการ

ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยมีผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ร่วมกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในการพัฒนา การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย วิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน บางแม่หม้าย และร่วมกันสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการนำร่อง และนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติการในชุมชน

ขั้นตอนที่ 4 ติดตามและประเมินผล

ผู้วิจัยได้ประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย ในขั้นประเมินผลการดำเนินโครงการ ผู้วิจัยได้นำคณะนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนบางแม่หม้าย จำนวน 15 คน และทำการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถาม และผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยชุมชน

ผู้วิจัยขอรายงานผลการศึกษานำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนบางแม่หม้าย และประเมินผลการดำเนินงาน ดังนี้

รายงานการศึกษาชุมชน

1. ข้อมูลทางกายภาพ

1.1 ที่ตั้ง

ชุมชนบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ภาคกลางของประเทศไทย เป็นพื้นที่ราบลุ่มมีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน

1.2 อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลวัดดาว ตำบลบ้านแหลม

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลบ้านกุ่ม ตำบลบางพลับ อำเภอสองพี่น้อง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลกฤษณา แม่น้ำท่าจีน

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลวัดโบสถ์ ตำบลวัดดาว

1.3 การเดินทาง

1.3.1 ถ้าเดินทางจากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางบางบัวทอง กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี มุ่งหน้าสุพรรณบุรี ทางหลวงหมายเลข 340 เลี้ยวซ้ายแยกวัดไผ่โรงวัวเข้าไปเส้นทางหมายเลข 3422 ตรงไปข้ามสะพานแม่น้ำท่าจีนถึงสี่แยกเลี้ยวขวาเข้าเส้นทางหมายเลข 3351 แยกขวามือไปบ้านบางแม่หม้ายระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร ถึงชุมชนบางแม่หม้าย

1.3.2 เดินทางมาจากตัวเมืองสุพรรณบุรี ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 340 แล้วกลับรถที่แยกบางปลาม้า เลี้ยวซ้ายเข้าเส้นทางหลวงหมายเลข 3351 ประมาณ 14 กิโลเมตร ถึงชุมชนบางแม่หม้าย

1.3.3 เดินทางด้วยรถตู้โดยสารประจำทาง ต้นทางจากสถานีขนส่งสายใต้เก่า (ปิ่นเกล้า) สุดสายปลายทางที่ชุมชนบางแม่หม้าย

1.3.4 จากตัวเมืองสุพรรณบุรี เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง สายสุพรรณบุรี บางสาม รถโดยสารผ่านชุมชนบางแม่หม้าย



ภาพ 58 การเดินทางไปชุมชนบางแม่หม้าย

2. ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

ชุมชนบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 เป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน

2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

ภูมิอากาศเหมือนพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัด โดยสภาวะอากาศโดยทั่วไปร้อนอบอ้าว เกือบตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีมีค่าประมาณ 28 องศาเซลเซียส ฤดูร้อน ช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-เดือนพฤษภาคม ของทุกปี อุณหภูมิเฉลี่ย 35 องศาเซลเซียส ฤดูฝน ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ เดือนมิถุนายน-เดือนตุลาคม ของทุกปี อุณหภูมิ เฉลี่ย 28 องศาเซลเซียส ฤดูหนาว ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน-เดือนมกราคม ของทุกปี อุณหภูมิเฉลี่ย 22 องศาเซลเซียส

2.3 ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ

ต้นตาล พืชสวน พืชไร่ นาข้าว ปลา กุ้ง

3. การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน

ชุมชนบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 มีพื้นที่ทั้งสิ้น 27.12 ตารางกิโลเมตร หรือ 16,950 ไร่ มีการใช้พื้นที่เพื่อการเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงสัตว์ ซึ่งมีแหล่งน้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน

4. ข้อมูลด้านสังคม

4.1 ประวัติความเป็นมา

ชุมชนบางแม่หม้าย เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นหมู่บ้านเก่าแก่มาแต่โบราณมีอายุประมาณ 300 ปี มีทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายและมีความโดดเด่น ได้แก่ วัดอานศักดิ์สิทธิ์ เรือนไทยร้อยหลัง ไม้กวาดร้อยปี ธรรมชาติท้องทุ่งนา ตาลเรียงร้อยต้น ชมนกสองปากฝั่งคลอง สมัยก่อนบริเวณนี้เป็นชุมชนใหญ่และมีความเจริญรุ่งเรืองด้านวัฒนธรรม ประเพณีมาเก่าแก่ดั้งเดิมเพราะมีวัดร้างอยู่ในปัจจุบันถึง 6 วัด ความงามแห่งอัตลักษณ์ชุมชนวัฒนธรรมวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวไทยภาคกลาง (จังหวัดสุพรรณบุรี) เป็นที่ที่นำเสนอใจสำหรับนักเดินทางที่ต้องการย้อนอดีตเข้าไปอยู่ในภาพชนบทเมืองสุพรรณเมื่อกว่า 100 ปี โดยทั้งหมดนี้มีอยู่ที่บ้านบางแม่หม้าย

คำขวัญบ้านบางแม่หม้าย

วัดอานศักดิ์สิทธิ์ ศูนย์ผลิตไม้กวาดร้อยปี

นามสตรีขึ้นชื่อ ยึดถือวัฒนธรรม

เลิศล้ำการเกษตร

นิราศสุพรรณของสุนทรภู่ (พ.ศ. 2374)

ถึงบางนางแม่หม้าย ไร่ฝั้ว เปลี่ยวเปล่าเศร้าหมองมัว หม่นไหม้
คราวใดใครฝากตัวต่อหม้าย หมายเอ๋ย พร้อมจิตคิดจะได้ดับหม้ายกายมี

มีเรื่องเล่าเกี่ยวกับบางแม่หม้าย เป็นสองแนวด้วยกัน ทั้งเล่าต่อๆ กันมาในแนวของประวัติศาสตร์ ที่ว่า สมัยเสียกรุงศรีอยุธยาแก่พม่า ชาวพม่าได้กวาดต้อนผู้คนไปเป็นเชลย ได้ผ่านบางแม่หม้ายแห่งนี้ และกวาดต้อนครัวเรือนไทยไปเป็นเชลย ชายไทยที่บางแม่หม้ายพร้อมกันลุกขึ้นต่อสู้ แต่ต้องพ่ายแพ้ ทำให้ชายไทยในบางแม่หม้ายตายหมด คงเหลือเฉพาะภรรยา ก็ตกเป็น "ม่าย" กันหมด จึงได้พากันบวชชี เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้สามี เลยเรียกว่า "วัดโคกยายชี" ซึ่งชุดค้นพบโครงกระดูกจำนวนมาก

อีกแนวหนึ่ง เป็นนวนิยายปรัมปรา เกี่ยวกับสองหญิงสาวที่เป็นหม้ายชั้นหมากจากหมู่บ้านต่างบ้าน มีเรื่องเล่ากันว่า มีชายหนุ่มสองพี่น้อง ผูกสมรักรักใคร่สาวทางบ้านบางแม่หม้าย จนถึงได้สู่ขอ และกำหนดนัดวันแต่งงาน เมื่อถึงกำหนดฝ่ายเจ้าบ่าวได้เคลื่อนขบวนสำเภาสั้นหมาก มารับพวกมโหรีที่บ้านแห่งหนึ่ง เรียกว่า บ้านบางซอ ซึ่งวงมโหรีได้บรรเลงเพลงมาตามทางอย่างสนุกสนาน แต่ที่สนุกที่สุด ก็เมื่อเดินทางมาถึงย่านน้ำอันกว้างใหญ่ อุ้มไปด้วยสัตว์น้ำที่ดุร้ายคือ จระเข้ ได้เกิดพายุใหญ่พัดจนสำเภาล่ม จึงเรียกสถานที่แห่งนั้นว่า บ้านสำเภาล่ม หรือสำเภาทะลาย ปัจจุบันเรียก บ้านสำเภาทอง ขณะเดียวกันยังมีชื่อวัดตะเข้ไต้ อีกด้วย

เมื่อเรือล่ม บางคนจมน้ำตาย บางคนก็ถูกจระเข้คาบไป เจ้าบ่าวถูกจระเข้คาบว่ายไปทางทิศเหนือ ถึงบ้านเจ้าสาว เมื่อพวกเขาเจ้าสาวเห็นก็จำได้ จึงไปบอกเจ้าสาว เจ้าสาวเสียใจมาก วิ่งตามตลิ่งตามดูเจ้าบ่าวไปจนถึงที่แห่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจตามไปได้ทันท่วงที จึงได้แต่แลมองไปจนสุดสายตาที่ที่เจ้าสาวยืนมองอยู่นี้ ต่อมาเรียกว่า วัดบ้านสุต แม้กระนั้นนางก็มิได้ท้อถอย มุ่งหน้าติดตามไปเรื่อยๆ จนเหนื่อยอ่อน จึงนั่งพักที่โคกแห่งหนึ่ง ต่อมาได้ชื่อว่า "โคกนางอ่อน" เมื่อหายเหนื่อย นางก็ตามต่อไปอีก จนถึงโพนางเขา ต่อมานางได้ข่าวว่า มีจระเข้คาบคนรักไปทางทิศใต้ จึงย้อนกลับมา และพบศพ นางจึงนำศพมาเผาปนกิจที่วัด ต่อมาวัดนั้นได้ชื่อว่า "วัดศพ"

เพลิง” ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น "วัดประสบสุข" และบ้านเจ้าสาวได้ชื่อว่า “บางแม่หม้าย” มาจนทุกวันนี้

4.2 จำนวนประชากร

ชุมชนบางแม่หม้าย หมู่ 4 มีประชากร 627 คน แบ่งเป็น ชาย 308 คน และหญิง 319 คน มีจำนวนครัวเรือน 179 คน

4.3 ลักษณะการตั้งบ้านเรือน

เนื่องจากพื้นที่ของบ้านบางแม่หม้ายเป็นที่ราบลุ่ม ในฤดูน้ำหลาก (ตุลา-ธันวาคม) น้ำจะท่วมทุกปี ทำให้ต้องปลูกบ้านใต้ถุนสูงก็คือบ้านเรือนไทยนั่นเอง และเป็นความเชื่อของคนที่เป็นผู้ดีมีตระกูลเท่านั้นที่จะปลูกสร้างบ้านเรือนไทย ใครที่จะมาเป็นเชยบ้านบางแม่หม้าย จะต้องสร้างเรือนหอที่เป็นเรือนไทย ทำให้ในหมู่บ้านบางแม่หม้ายมีบ้านเรือนไทยจำนวนมาก กว่า 100 หลัง แต่หลังจากอายุกว่า 100 ปี ทำให้ได้ชื่อว่า บ้านเรือนไทยร้อยหลังร้อยปี

4.4 ความเชื่อ ศาสนา

ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีพิธีกรรมทางศาสนา และศาสนสถานที่สำคัญในชุมชน คือ วัดบางแม่หม้าย

4.5 วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เทศกาล อาหาร

ในกลางเดือน ๕ ของทุกๆ ปี ที่วัดอานจะจัดงานประจำปีของวัดอย่างยิ่งใหญ่ มีการละเล่นต่างๆ ทั้งๆ ที่เป็นวัดร้าง แต่ก็จัดงานประจำปีได้ราวกับวัดที่มีพระสงฆ์อยู่ และมีประเพณีแจกทานมีผู้คนหลังไหลมารับทานเป็นจำนวนมาก ประเพณีทำขวัญแม่โพสพก่อนทำขวัญจะมีพิธีแห่แม่โพสพรอบหมู่บ้าน

ด้วยบ้านบางแม่หม้าย เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตอยู่กับริมแม่น้ำ จึงมีอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือน จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นของชุมชน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของบ้านบางแม่หม้าย อาทิ น้ำพริกบางแม่หม้าย ปลาชิว ปลาสร้อย ปลาตะเพียน และพืชผักสวนครัวที่ปลอดภัย เช่น ดอกโสน ผักบุ้ง สายบัว ผักกระเฉด บวบ น้ำเต้า เป็นต้น

4.6 สุขภาพอนามัย

มีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางใหญ่

4.7 การศึกษา

4.7.1 โรงเรียนบางแม่หม้าย

4.7.2 โรงเรียนบางแม่หม้ายรัฐรังสฤษฎ์

4.8 เศรษฐกิจ

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำสวน ปลูกผักสวนครัว ค้าขาย รับจ้าง รับราชการ ทำไม้กวาด ทำเครื่องจรรยาจากผักตบชวา

4.9 การจัดการด้านพื้นที่ และการจัดการทรัพยากรในชุมชน

การจัดการโดยชุมชน เน้นให้ชาวบ้านในชุมชนได้เข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรภายใต้การดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและการอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อการท่องเที่ยวส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงกับอาชีพการเกษตรในพื้นที่ตามวิถีชีวิตของชุมชน และสร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักและช่วยกันรักษาทรัพยากร

รายงานการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย

1. ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ น้ำ พื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีน
แม่น้ำท่าจีน



ภาพ 59 แม่น้ำท่าจีน ไหลผ่านชุมชนบางแม่หม้าย

ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

เป็นแม่น้ำที่มีความสำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติความเป็นมา:

ลุ่มน้ำท่าจีนเป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำซึ่งเป็นที่ราบเดียวกันกับที่ราบลุ่มน้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตก ตอนบนของลุ่มน้ำเป็นที่เชิงเขาแต่มีระดับไม่สูงมากนัก ส่วนตอนกลางและตอนล่างเป็นที่ราบลุ่มติดต่อกับที่ราบลุ่มของลุ่มน้ำแม่กลอง แม่น้ำท่าจีนแยกออกมาทางฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาที่ตำบลมะขามเต่า อำเภอดำรงวิทยะปรีห์ จังหวัดชัยนาท ไหลผ่านจังหวัดสุพรรณบุรี

นครปฐม และออกสู่อ่าวไทยที่จังหวัดสมุทรสาคร แม่น้ำท่าจีนมีชื่อเรียกต่างๆกันตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปากแม่น้ำ คือ คลองมะขามเต่า แม่น้ำสุพรรณบุรี แม่น้ำนครชัยศรี และแม่น้ำท่าจีน

สภาพปัจจุบัน:

ปัจจุบันชาวชุมชนบางแม่หม้าย ได้ใช้แม่น้ำท่าจีนเพื่อการเกษตรกรรม และการท่องเที่ยวทางน้ำ

2. ทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ วัดอาน วัดบางแม่หม้าย และบ้านเรือนไทย

วัดอาน



ภาพ 60 วัดอาน

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

บ้านบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น:

เป็นวัดร้างไม่มีพระจำพรรษา แต่มีพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพของชาวบ้าน และบุคคลทั่วไปประดิษฐานอยู่

ประวัติความเป็นมา:

วัดอาน เป็นวัดร้าง (ไม่มีพระจำพรรษา) ในจำนวนวัดร้างที่มีมากถึง 5,937 วัด ตั้งอยู่ที่ ต.บางใหญ่ อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี ประวัติคร่าวๆ ของวัดอานนี้ได้มีผู้เล่าต่อๆ กันมา หลายชั่วอายุคน คาดกันว่าน่าจะสร้างเมื่อประมาณปลายสมัยอุทอง หรือต้นสมัยอยุธยา เมื่อราวๆกว่า 400 ปีมาแล้ว โดยมี หลวงพ่อวัดอาน (จันทรังษี) เป็นพระพุทธรูปปางสะดุ้งมาร สร้างจากศิลาแลง ขนาดหน้าตักกว้าง 47 นิ้ว สูง 57 นิ้ว ซึ่งคาดว่าพระพุทธรูปองค์นี้น่าจะสร้างขึ้นในสมัยอุทอง หรือต้นสมัยกรุงศรีอยุธยา จากการศึกษาของครุณีพนธ์ วงษ์วิโรจน์ อดีตครูใหญ่โรงเรียนวัดบางแม่หม้าย ได้นำอิฐเก่าจากวัดไปให้ผู้รู้ในสมัยนั้นไปศึกษาค้นคว้า ได้ข้อ

สมมุติฐานว่า วัดนี้ น่าจะสร้างตั้งแต่สมัยอุทอง การสร้างวัดไม่ใช่ตัวปูนเป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างอิฐ แต่ใช้ใบไม้เป็นตัวเชื่อม เมื่อมีการบูรณปฏิสังขรณ์วิหารหรือโบสถ์หลวงพ่อวัดอาน และลักษณะขององค์หลวงพ่อวัดอานมีพุทธศิลป์ในสมัยอุทอง ได้สอบถามนายพร้อม เล่าว่า ในสมัยนั้นพม่ากำลังทำศึกกับกรุงศรีอยุธยา พม่าได้ยกทัพผ่านมาที่บริเวณนี้ และได้พักกองทัพข้าง กองทัพม้าที่นี้ ทหารพม่าได้ทิ้งอานช้างอานม้าที่ชำรุดใช้ไม่ได้แล้ว ทิ้งไว้เป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้นักโบราณคดีจึงคาดคะเนว่า เป็นที่มาของชื่อ วัดอาน นั่นเอง

สภาพปัจจุบัน:

วัดอานจะเป็นวัดที่ไม่มีพระจำพรรษาอยู่เลย แต่ก็ได้รับการดูแลอย่างดีจากชาวบ้านบางแม่หม้าย ซึ่งเป็นผู้ใจบุญมารับหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่คอยดูแลวัดและคอยบริการสิ่งต่างๆให้กับผู้ที่มาวัดนี้ ผู้คนที่เดินทางมาที่วัดอานส่วนใหญ่ ได้รู้จักตีตีศัพท์ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อดอ อาน จากคนอื่น ๆ ในลักษณะการบอกเล่าจากปากต่อปากอีกทีหนึ่ง แล้วก็พากันเดินทางมาจากทั่วสารทิศ ส่วนใหญ่จะเข้าไปขอพรและบนบานขอสิ่งที่ต้องการต่างๆจากหลวงพ่อดอ อาน ในวิหารซึ่งปัจจุบันนี้ได้มีการปรับปรุงอยู่ในสภาพที่สวยงาม สิ่งหนึ่งที่ยืนยันความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อดอ อานคือ เมื่อผู้คนที่ไปขอพรแล้วประสบความสำเร็จ ก็จะมาแก้บน ซึ่งที่เห็นจะแก้บนด้วยขนมจีนน้ำยา และไข่ต้ม ทั้งนี้วัดได้จัดเตรียมถ้วย จาน ชาม และหาบหวาย ไข่ไก่ขนมจีน น้ำยาสำหรับแก้บน นอกจากนี้แล้ว ยังมีผู้นำกลอง ฆ้อง รวมทั้งระฆัง หนึ่งจอใหญ่มาฉายลิเก มาถวายแก้บนด้วย

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวเทศกาล งานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ประเพณีทำขวัญแม่โพสพ

ประเพณีทำขวัญแม่โพสพ



ภาพ 61 ประเพณีทำขวัญแม่โพสพ

ที่ตั้งและการเข้าถึง:

บ้านบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญและลักษณะเด่น: ประเพณีแจกทาน

ประวัติความเป็นมา:

เป็นการบูชาทำขวัญแม่โพสพ ในการทำอาชีพเกษตรกรรม

สภาพปัจจุบัน:

จัดขึ้นกลางเดือน ๕ ของทุกๆ ปี ที่วัดจะจัดงานประจำปีของวัดอย่างยิ่งใหญ่

4. ทรัพยากรกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมนั่งรถอีแต่นชมตาลกลุ่ม และตาลเรียง ๑๐๐ ต้น จุดไฮไลท์ที่สำคัญของบ้านบางแม่หม้าย ที่นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางมาชมความงามและความอลังการของต้นตาลที่เรียงรายในแนวนอนกว่า ๑๐๐ ต้น โดยมีวิถีคิดจากนายบุญมี ที่ปลูกต้นตาลเพื่อแบ่งพื้นที่ให้กับลูกๆ ปัจจุบันกลายเป็นจุดชมวิวกับบรรยากาศพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามตามธรรมชาติกลางทุ่งนาที่เขียวชอุ่ม บางครั้งสีเหลืองทอง สีน้ำตาลหรือแนวตาลทอดเงาสะท้อนกับน้ำยามน้ำหลากหรือขณะปล่อยน้ำเข้านาเพื่อเตรียมทำนาในครั้งต่อไป กิจกรรมไม้กวาดใบมะพร้าวร้อยปี มีหนึ่งเดียวในประเทศไทย และเป็นไม้กวาดที่มีความแข็งแรง คงทนต่อการใช้งาน เป็นการนำวัสดุจากธรรมชาติที่เหลือใช้นำกลับมาใช้ประโยชน์ สร้างอาชีพและก่อเกิดรายได้กับคนในชุมชน

5. ทรัพยากรบริการ ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคในชุมชน เช่น ไฟฟ้า ประปาและระบบการสื่อสาร ร้านค้าในชุมชน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

รายงานการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ของชุมชนบางแม่หม้าย

จากผลการประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยขอสรุปความคิดเห็นของผู้แทนจากภาครัฐ เอกชน ประชาชน และผู้วิจัยเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย ดังนี้

ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนบางแม่หม้าย

จุดแข็ง (STRENGTH:S)	จุดอ่อน (WEAKNESS:W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพและอยุธยา เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ 2. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว 4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว 5. ผู้นำและประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว 3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4. ขาดคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์
โอกาส (OPPORTUNITY:O)	อุปสรรค (THREATS:T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม 2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร 3. นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต 4. ในปี 2030 จะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม รัสเซีย 5. กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อสุขภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ 2. มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ 3. ปัญหาร้ายพิบัติ ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ 4. ปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 5. ปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ของที่ประชุมได้ร่วมกันวิเคราะห์ TOWS ของชุมชนบางแม่หม้าย ซึ่งได้ผล ดังตาราง 45 ดังนี้

ตาราง 46 แสดงการวิเคราะห์ TOWS ของชุมชนบางแม่หม้าย

	จุดแข็ง (STRENGTH:S)	จุดอ่อน (WEAKNESS:W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพและอยุธยา เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ 2. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิต 4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว 5. ผู้นำและประชาชนมีความสนใจร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว 3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4. ขาดคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์
โอกาส (OPPORTUNITY:O)	จุดแข็ง + โอกาส (SO)	จุดอ่อน + โอกาส (WO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม 2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร 3. นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต 4. ในปี 2030 จะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม รัสเซีย 5. กระแสโลกด้านท่องเที่ยว เกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อสุขภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. วางจุดยืนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพอเพียงและอาหารปลอดภัย 2. วางจุดยืนการท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น 3. วางจุดยืนหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเอง 4. วางจุดยืนการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการปฏิบัติจิต 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน 2. ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 3. สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4. สร้างแผนการตลาดออนไลน์จัดทำป้าย สื่อความหมาย แผ่นพับ

ตาราง 47 แสดงการวิเคราะห์ TOWS ของชุมชนบางแม่หม้าย

	จุดแข็ง (STRENGTH:S)	จุดอ่อน (WEAKNESS:W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพและอยุธยา เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ 2. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิต 4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว 5. ผู้นำและประชาชนมีความสนใจร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว 3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 4. ขาดคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์
อุปสรรค (THREATS:T)	จุดแข็ง + อุปสรรค (ST)	จุดอ่อน + อุปสรรค (WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีจุดหมายปลายทางคู่แข่งโดยรอบ 2. มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ 3. ปัญหารักษาภัยพิบัติธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ 4. ปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 5. ปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างเครือข่ายหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนกับหมู่บ้านใกล้เคียง 2. เปลี่ยนคู่แข่งให้เป็นหุ้นส่วนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบนตลาดออนไลน์ 3. สร้างเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อบรมทักษะการสร้างเศรษฐกิจชุมชนพอเพียง 2. อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจในการแก้ไขปัญหา 3. อบรมแผนรองรับภัยพิบัติที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

รายงานศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย

1. ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ชุมชนบางแม่หม้าย มีทรัพยากรธรรมชาติ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรวัฒนธรรม คือ วัดอาน วัดบางแม่หม้าย และบ้านเรือนไทย มีทรัพยากรด้านกิจกรรม คือ กิจกรรมนั่งรถอีแต่นชมตาลกลุ่ม และตาลเรียง ๑๐๐ ต้น จุดไฮไลต์ที่สำคัญของบ้านบางแม่หม้าย กิจกรรมไม้กวาดไยมะพร้าวร้อยปี มีหนึ่งเดียวในประเทศไทย และเป็นไม้กวาดที่มีความแข็งแรง คงทนต่อการใช้งาน เป็นการนำวัสดุจากธรรมชาติที่เหลือใช้ นำกลับมาใช้ประโยชน์ สร้างอาชีพและก่อให้เกิดรายได้กับคนในชุมชน

2. ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว ชาวบางแม่หม้าย มีความพร้อมและให้ความสำคัญในการร่วมมือต่อการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านการตลาด และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสังคม

3. ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย ชุมชนบางแม่หม้าย มีความสนใจและต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่

4. ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย ชุมชนบางแม่หม้าย มีศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ที่จะสามารถเสริมสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มีศักยภาพในการสื่อความหมายที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้

การสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย

ในกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ชุมชนได้ร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และโครงการ ที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ภายในระยะเวลา 10-15 ปี ข้างหน้าในอนาคต ดังนี้

แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ จังหวัดสุพรรณบุรี

1. วิสัยทัศน์

1.1 ชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ปั่นจักรยานสูดอากาศบริสุทธิ์กลางทุ่งนาข้าว ชมวิวตาลเรียงร้อยต้น สัมผัสวิถีชีวิตเกษตรพอเพียง จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่ปลอดภัย

1.2 ชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างแพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระแทะ “แชะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ช้อป” ไม้กวาดร้อยปีและ

ผลิตภัณฑ์จักสาน “ซิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

1.3 ชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสังคม เยือนหมู่บ้านท่องเที่ยวเข้มแข็งปกครองตนเองบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

1.4 ชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวร วัดอาาน ศึกษาความเป็นมา ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนบางแม่หม้าย เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

2. ยุทธศาสตร์

2.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

1) โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และป้ายบอกทางภายในชุมชน

2) โครงการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา โดยการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ในระบบการจัดการน้ำ

3) โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ และนำพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) มาจัดการระบบการจัดการน้ำ เพื่อลดค่าใช้จ่าย

2.1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

1) โครงการเที่ยวบ้านบางแม่หม้าย ชุมชนสีเขียวต้นแบบในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) บนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว

2) โครงการตัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ

2.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

2.2.1 กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด

1) โครงการพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook YouTube TripAdvisor Line

2) โครงการพัฒนาแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ของชุมชนบางแม่หม้าย

2.2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

1) โครงการชิมอาหารเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสุขภาพ ณ บางแม่หม้าย

2) โครงการสร้างแพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระแทะ “ชะชะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ซ้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ซิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย

2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

2.3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

- 1) โครงการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย
- 2) โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน

2.3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

- 1) โครงการรวมกลุ่มเกษตรกรการเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการกระจายรายได้ในชุมชน
- 2) โครงการสร้างเครือข่ายหมู่บ้านการท่องเที่ยว

2.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

2.4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต

- 1) โครงการตลาดนัดวัฒนธรรมวัดอาน
- 2) โครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ เจ้าบ้านที่ดี และปราชญ์ชุมชนสำหรับผู้สูงวัย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบางแม่หม้าย

2.4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

- 1) โครงการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา
- 2) โครงการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาจิต ผีกลตติ ผีกลสมาธิ ณ วัดบางแม่หม้าย

การดำเนินโครงการนำร่องเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

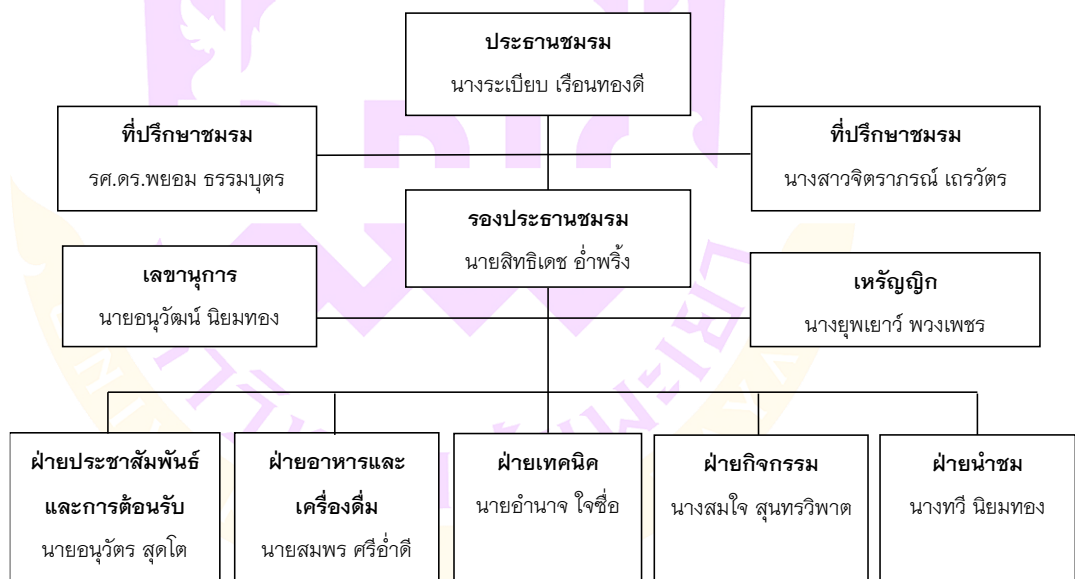
ผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนบางแม่หม้าย ได้ร่วมกันดำเนินการโครงการนำร่องเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. การตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย

เพื่อให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและรวมตัวกัน เพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนบางแม่หม้าย ได้จัดตั้งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบางแม่หม้าย ณ ตลาดวัฒนธรรมวัดอาน จากผลการคัดเลือกประธานโดยการเสนอชื่อและลงคะแนนเสียง ปรากฏว่านางระเบียบ เรือนทองดี ได้รับการคัดเลือกให้เป็นประธานชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบางแม่หม้าย จากนั้นมีการดำเนินการประชุมร่วมกันกำหนดโครงสร้างการบริหารงานของชมรม ตำแหน่ง และความรับผิดชอบ โดยที่ประชุมได้ตั้งคณะกรรมการ ดังนี้

คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบางแม่หม้าย

1.1 นางระเบียบ เรือนทองดี	รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ ประธานชมรม
1.2 นางสาวจิตราภรณ์ เถรวัด	ที่ปรึกษาชมรม
1.3 รศ.ดร.พยอม ธรรมบุตร	ที่ปรึกษาชมรม
1.4 นายสิทธิเดช อ่ำพริ้ง	รองประธานชมรม
1.5 นายอนุวัฒน์ นิยมทอง	เลขานุการ
1.6 นางยุพเยาว์ พวงเพชร	เหรัญญิก
1.7 นายอนุวัตร สุดโต	กรรมการชมรม (ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการต้อนรับ)
1.8 นายสมพร ศรีอำดี	กรรมการชมรม (ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม)
1.9 นายอำนาจ ใจซื่อ	กรรมการชมรม (ฝ่ายเทคนิค)
1.10 นางสมใจ สุนทรวิพาท	กรรมการชมรม (ฝ่ายกิจกรรม)
1.11 นางทวี นิยมทอง	กรรมการชมรม (ฝ่ายนำชม)



ภาพ 62 โครงสร้างการบริหารจัดการ “ชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบางแม่หม้าย”

2. การสร้างองค์ความรู้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผู้วิจัยได้จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ณ องค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ เป็นสถานที่จัดอบรม จำนวน 1 วัน ซึ่งเนื้อหาการจัดอบรมประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์ กู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การออกแบบเส้นทาง

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์และศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชน ฝึกปฏิบัติสำรวจและจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน การสื่อความหมาย การท่องเที่ยวชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฝึกปฏิบัติการเป็นมัคคุเทศก์ นักสื่อความหมาย ซึ่งในการอบรมครั้งนี้เป็นการสร้างทักษะในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับสมาชิกในชมรมและประชาชนในชุมชนเพื่อที่จะให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและเกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

3. การกำหนดรูปแบบกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยว

กระบวนการคิดค้นและกำหนดรูปแบบกิจกรรมและการบริการต่างๆ ประธานและสมาชิกชมรมได้ร่วมกันออกแบบและคัดเลือกกิจกรรมและการบริการที่สอดคล้องกับศักยภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวชุมชนมีอยู่ ได้แก่ เส้นทางเกษตรสร้างสรรค์ ศึกษาธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน โดยมีฐานการเรียนรู้ ดังนี้ เรียนรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เก็บผักสดมาปรุงอาหาร ศึกษาการเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ ปลา กุ้ง และร่วมกันเก็บผักสวนครัว ชมतालเรียงร้อยต้น ล่องเรือชมค้างคาวแม่ไก่ ศึกษาการทำไม้กวาดร้อยปี และจักสาน ขึ้นชมบ้านเรือนไทย ชิมและฝึกทำอาหารและขนมพื้นบ้าน ขนมสาลี ซึ่งรูปแบบกิจกรรมทั้งหมดนี้ได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อกำหนดรายละเอียดเส้นทางต่อไป

4. การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย

คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย ได้ร่วมกันออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และได้ร่วมกันสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยนักท่องเที่ยวมีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านในชุมชน เพื่อตรวจสอบว่ามีความเหมาะสมและควรปรับปรุงอย่างไร และได้จัดทำแผนผังเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

เกษตรผสมผสาน นำนักท่องเที่ยวยุโรปเรียนรู้กิจกรรมการปลูกผัก และสนุกสนานไปกับการเก็บผักสวนครัว เพื่อนำมาปรุงอาหารมื้อกลางวัน

12.00 น. พักรับประทานอาหาร เข้าครัวร่วมปรุงและชิมอาหารพื้นบ้านจากวัตถุดิบปลอดภัยในท้องถิ่น

13.00 น. หลังจากที่ยิมเอมกับอาหารดาวแล้ว ก็นำนักท่องเที่ยวยุโรปเรียนรู้การทำขนมพื้นถิ่น **ขนมสาเล่**

14.00 น. เรียนรู้การทำไม้กวาด 100 ปี และผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา

15.00 น. เรียนรู้การเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจของชุมชน ปลา และ กุ้ง และ ซ้อป ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ณ ตลาดนัดวัฒนธรรม

16.00 น. นำนักท่องเที่ยวยุโรปทุกท่านเข้าชมและพักผ่อนตามอัธยาศัย กับบ้านเรือนไทยภาคกลางที่ยังคงเอกลักษณ์ที่สวยงามของความเป็นบางแม่หม้าย

17.00 น. ก่อนพระอาทิตย์จะลับขอบฟ้า พานักท่องเที่ยวยุโรปทุกท่าน นั่งรถกระบะ แชะภาพกับทุ่งนาเขียวขจีและความสวยงามของ **ตาลเรียงร้อยต้น**

17.30 น. นักท่องเที่ยวยุโรปประเมินผลความพึงพอใจ เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

6. การกำหนดราคาค่าบริการ

คณะกรรมการชมรมได้ประชุมร่วมกันในการกำหนดอัตราค่าบริการของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งมีมติดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่างและเครื่องดื่ม คนละ 100 บาท

6.2 ค่าฐานกิจกรรม คนละ 200 บาท

7. การเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

7.1 การเตรียมความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งมีฝ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยว 2 ประเภท คือ

7.1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตรและศึกษารวมชาติ คือ เส้นทางเกษตรและศึกษารวมชาติ ดังนี้ เรียนรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เก็บผักสดมาปรุงอาหาร ศึกษาการเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ ปลา กุ้ง และร่วมกันเก็บผักสวนครัว ชมตาลเรียงร้อยต้น ล่องเรือชม

ค่างคาวแม่ไก่ ซึ่งทางคณะกรรมการชมรมได้มีการจัดเตรียมสถานที่และเส้นทาง ให้มีความ สะดวกและปลอดภัย มีป้ายแสดงเส้นทางท่องเที่ยว

7.1.2 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน ศึกษาการทำไม้กวาดร้อยปี และจักสาน ขึ้นชมบ้านเรือนไทย ชิมและฝึกทำอาหารและขนมพื้นบ้าน ขนมสาลี เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งทางคณะกรรมการชมรมได้ร่วมกันพัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรวมของ หมู่บ้าน ดูแลรักษาความสะอาด ปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงาม ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การ ต้อนรับ และการสื่อความหมายท้องถิ่น การสาธิตกิจกรรม และการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนออกมา แสดงให้แก่ นักท่องเที่ยวชมและเลือกซื้อ

7.2 การเตรียมความพร้อมด้านบริการการท่องเที่ยว

7.2.1 การบริการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์และนักสื่อความหมาย ชมรมได้จัดเตรียม มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ได้ผ่านการฝึกอบรม โดยสามารถให้ข้อมูลต่างๆ และเรื่องราวของชุมชน เช่น วิถีชีวิต ตลอดจนภูมิปัญญาต่างๆ และรวมถึงเอกลักษณ์อัตลักษณ์ของชุมชนที่น่าสนใจ ซึ่งทาง ชมรมได้ตกลงกันว่าแต่ละฐานการเรียนรู้ต้องมีนักสื่อความหมายประจำฐานแต่ละฐาน นอกจากนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจในการที่จะเป็นนักสื่อความหมายของชุมชน

7.2.2 การบริการรถจักรยานฟรีสำหรับนักท่องเที่ยว โดยชมรมได้มีการตรวจเช็ค สภาพและซ่อมบำรุงให้มีความพร้อมสำหรับการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

7.2.3 การบริการอาหารและเครื่องดื่ม สมาชิกชมรมได้จัดบริการอาหารกลางวัน และอาหารว่างให้แก่ นักท่องเที่ยว ซึ่งจะเน้นในเรื่องความปลอดภัย คุณภาพของ อาหาร และการบริการที่ได้มาตรฐาน

7.3 การเตรียมความพร้อมแก่ประชาชนทั่วไปในหมู่บ้าน

มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ และการประชุม หมู่บ้านในทุกเดือน รวมถึงผ่านหอกระจายข่าวของหมู่บ้าน เพื่อเตรียมตัวต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยให้ทุกคนในชุมชนต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การดูแลนักท่องเที่ยว และรักษาความสะอาดของบ้านเรือนและสภาพแวดล้อมโดยรอบ เพื่อสร้างบรรยากาศและภูมิ ทัศน์ที่สวยงามน่ามอง รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าต้อง ได้รับความร่วมมือจากทุกคนในชุมชน โดยการเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง มีการชี้แจงให้ ชัดเจนเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ภายนอก

สำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน ทางชมรมได้ตกลงร่วมกันในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วิดิทัศน์ออนไลน์ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนให้สังคมภายนอกรู้จักและมาเยือน และได้นำสื่อประชาสัมพันธ์ไปวางไว้ตามศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงการบอกกล่าวแนะนำแบบปากต่อปากของสมาชิกชมรม ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของชมรมในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

8.1 การจัดทำโปสเตอร์

โดยทางชมรมได้จัดทำโปสเตอร์ที่มีขนาด A3 หรืออาจจะใหญ่กว่า ซึ่งมีลักษณะเป็นรูปภาพและข้อความหน้าเดียวที่เป็นรูปสถานที่ท่องเที่ยวและรายละเอียดเกี่ยวกับการติดต่อชมรม โดยภาพประกอบมีรูปภาพบรรยาย แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบางแม่หม้าย ซึ่งลักษณะของโปสเตอร์มีรายละเอียดปรากฏ ดังภาพ



ภาพ 64 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย

8.2 แผ่นพับประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย

ซึ่งแผ่นพับมีลักษณะขนาดกระดาษ A4 แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 หน้า ซึ่งประกอบด้วย ด้านหน้าของแผ่นพับจำนวน 2 หน้า หน้าปกเป็นรูปภาพบรรยากาศการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้ายและข้อความเชิญชวนท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย ด้านหลังเป็นข้อมูลเพื่อติดต่อกับชมรม ส่วนด้านในของแผ่นพับจำนวน 2 หน้า เป็นแผนที่เส้นทางประกอบโปรแกรมการท่องเที่ยวของชมรม ซึ่งลักษณะของแผ่นพับมีรายละเอียดปรากฏ ดังภาพ



ภาพ 65 แผ่นพับท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย

9. การทดลองจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแม่หม้าย

มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการลงมือปฏิบัติ ประสานงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการประเมินผลเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกิจกรรมและการบริการการท่องเที่ยว

ของชุมชนให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการทดลองจัด FAM Trip (Familiarization Trip) เพื่อรับนักท่องเที่ยวจำนวน 15 คน ที่ได้มาจากการประชาสัมพันธ์ของชมรม ผ่านทางผู้วิจัย ประธานและสมาชิกชมรม

10. การติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในชุมชนบางแม่หม้าย

10.1 การประเมินผลเชิงปริมาณด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกชมรม ได้ดำเนินการประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวนำร่อง จำนวน 15 คน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย ได้แก่ 1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย 2) การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว 3) ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก และ 4) กิจกรรมเรียนรู้การเกษตร ศึกษาดูงาน วิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน เป็นต้น โดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบความพึงพอใจของตนตามการบริการที่ได้รับ โดยได้กำหนดค่าคะแนนตามระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คือ “พึงพอใจมากที่สุด” เท่ากับ 5 คะแนน “พึงพอใจมาก” เท่ากับ 4 คะแนน “พึงพอใจปานกลาง” เท่ากับ 3 คะแนน “พึงพอใจน้อย” เท่ากับ 2 คะแนน และ “พึงพอใจน้อยที่สุด” เท่ากับ 1 คะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มารวมกันและคำนวณหาหน้าหนักค่าเฉลี่ย โดยเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00–1.80 มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81–2.60 มีความพึงพอใจน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61–3.40 มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41–4.20 มีความพึงพอใจมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21–5.00 มีความพึงพอใจมากที่สุด

จากนั้นได้รวบรวมผลการประเมินและนำเสนอในรูปของตารางข้อมูลประกอบคำบรรยาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในโครงการนำร่อง
ตาราง 48 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	6	40
หญิง	9	60
รวม	15	100
2. อายุ		
25-34 ปี	3	20
35-44 ปี	5	33.33
45-54 ปี	7	46.67
รวม	15	100
3. สถานภาพ		
โสด	10	66.67
สมรส	5	33.33
รวม	15	100
4. ระดับการศึกษา		
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	8	53.33
ปริญญาตรี	5	33.33
สูงกว่าปริญญาตรี	2	13.33
รวม	15	100
5. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	6	40
ธุรกิจส่วนตัว	5	33.33
เกษตรกร	4	26.67
รวม	15	100
6. รายได้ต่อเดือน		
15,001-20,000 บาท	8	53.33
20,001-35,000 บาท	4	26.67
35,001-40,000 บาท	3	20
รวม	15	100

จากตาราง 48 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มากกว่าเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40 มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนมากมีสถานภาพโสด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และสถานภาพสมรส จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระดับการศึกษาส่วนมากอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ส่วนมากประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเกษตรกร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา รายได้ต่อเดือน 20,001-35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และรายได้ 35,001-40,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20



รายงานผลความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ตาราง 49 แสดงค่าความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประเด็นที่ประเมิน	\bar{x}	S.D.	แปลผล
การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย			
1. มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.60	0.63	มากที่สุด
2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม	4.60	0.63	มากที่สุด
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.73	0.46	มากที่สุด
4. มีการใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ และน้ำเสียของชุมชน	4.87	0.35	มากที่สุด
5. ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.67	0.62	มากที่สุด
รวม	4.69	0.54	มากที่สุด
การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว			
1. มีระบบไฟฟ้า ประปา ถนน บริการการเข้าถึงได้สะดวก	4.67	0.49	มากที่สุด
2. ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น	4.87	0.35	มากที่สุด
3. มีร้านอาหาร ห้องสุขา สิ่งอำนวยความสะดวก	4.47	0.4	มากที่สุด
4. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ และแผนที่บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.87	0.35	มากที่สุด
5. มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจน	4.67	0.62	มากที่สุด
รวม	4.71	0.44	มากที่สุด

ตาราง 49 (ต่อ)

ประเด็นที่ประเมิน	\bar{x}	S.D.	แปลผล
อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก			
1. อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.73	0.59	มากที่สุด
2. สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม	4.60	0.51	มากที่สุด
รวม	4.67	0.55	มากที่สุด
กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน			
1. มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสม ปลอดภัย	4.80	0.41	มากที่สุด
2. ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน	4.53	0.52	มากที่สุด
3. เส้นทางศึกษาศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน มีความโดดเด่น น่าสนใจ	4.47	0.52	มากที่สุด
4. กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลาย สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.87	0.35	มากที่สุด
รวม	4.67	0.45	มากที่สุด
ภาพรวม	4.69	0.50	มากที่สุด

จากตาราง 49 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่า

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัยปลอดภัย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีการใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ และน้ำเสียของชุมชน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 อันดับที่ 2 คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความเฉลี่ย

เท่ากับ 4.73 อันดับที่ 3 คือ ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และอันดับสุดท้าย คือ มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น และมีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ และแผนที่บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 อันดับที่ 2 คือ มีระบบไฟฟ้า ประปา ถนน บริการการเข้าถึงได้สะดวก และมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และอันดับสุดท้าย คือ มีร้านอาหาร ห้างสุขา สิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 และอันดับที่ 2 คือ สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยพบว่า อันดับที่ 1 คือ กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลาย สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 อันดับที่ 2 คือ มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสม ปลอดภัย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 อันดับที่ 3 คือ ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดย

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และอันดับสุดท้าย คือ เส้นทางศึกษาศิลปะวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน มีความโดดเด่น น่าสนใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

10.2 การประเมินผลเชิงคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนิน

โครงการนำร่องในชุมชนบางแม่หม้ายโดยชุมชน

ประธาน คณะกรรมการชมรม ชุมชน ตลอดจนผู้วิจัยได้ร่วมกันประเมินผลเชิงคุณภาพของแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของบ้านบางแม่หม้าย มาปฏิบัติการในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้วิสัยทัศน์ของการพัฒนาในรูปแบบของแบรนด์ท่องเที่ยว 4 แบรินด์ ได้แก่ 1) แบรินด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ปั่นจักรยานสูดอากาศบริสุทธิ์ที่กลางทุ่งนาข้าว ชมวิวतालเรียงร้อยต้น สัมผัสวิถีชีวิตเกษตรพอเพียง จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่ปลอดภัย 2) แบรินด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างแพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระแทะ “แฮะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ช้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ 3) แบรินด์ท่องเที่ยวเชิงสังคม เยือนหมู่บ้านท่องเที่ยวเข้มแข็งปกครองตนเองบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน 4) แบรินด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ นำมนต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวร วัดอาน ศึกษาความเป็นมา ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนบางแม่หม้าย เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ซึ่งผลการประเมินมีรายละเอียด ดังนี้

ในด้านวิสัยทัศน์ของการพัฒนาชุมชนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในรูปแบบแบรินด์ 4 แบรินด์ ชุมชนมีความคิดเห็นว่า แบรินด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ปั่นจักรยานสูดอากาศบริสุทธิ์ที่กลางทุ่งนาข้าว ชมวิวतालเรียงร้อยต้น สัมผัสวิถีชีวิตเกษตรพอเพียง จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่ปลอดภัย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระดับมากที่สุด แบรินด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ โดยชุมชนมีความพึงพอใจระดับมาก นอกจากนี้ชุมชนยังลงความคิดเห็นว่า ควรจัดให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนวันการท่องเที่ยวจากวันเดียว เป็น 2 วัน 1 คืน เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนที่เป็นโฮมสเตย์ แบรินด์ท่องเที่ยวเชิงสังคม ชุมชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในระดับมาก โดยทางคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ลงความคิดเห็นว่า เป็นการเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นสามารถปกครองตนเองและเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และสุดท้าย แบรินด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ ชุมชนมีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงเรื่อง

ประเพณีของชุมชน ให้มีการปลูกจิตสำนึกให้กับเยาวชนรุ่นหลังให้ได้สืบทอด เพื่อเป็นจุดมุ่งหมายในการศึกษาประเพณีของชุมชน

10.2.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ที่ประชุมลงความเห็นต่อโครงการนำร่องภายใต้กลยุทธ์ ว่า มีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์แก่ชุมชน โดยเฉพาะโครงการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา โดยการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ในระบบการจัดการน้ำ และโครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ และนำพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) มาจัดการระบบการจัดการน้ำ เพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยที่ประชุมมีความเห็นว่าควรตั้งงบประมาณในการจัดซื้อแผง Solar Cell จากองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ในการดำเนินโครงการระยะแรก และควรจัดสรรรายได้จากชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมาดำเนินการจัดซื้อในระยะต่อไป ส่วน โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเส้นทางกาท่องเที่ยวชุมชน และป้ายบอกทางภายในชุมชนที่ประชุมมีความเห็นว่า ควรมีป้ายสื่อความหมายในทุกฐานการเรียนรู้ และนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) เข้ามาใช้ในการสื่อความหมาย และควรมีภาษาต่างประเทศเพิ่มเติมด้วย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะมีโอกาสเข้ามาท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายในอนาคต

2) กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

ในที่ประชุมได้มีการวางแผนร่วมกันโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ จะดำเนินการในเบื้องต้นร่วมกับชุมชน ซึ่งจะค่อยๆพัฒนา ชุมชนสีเขียวต้นแบบในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) บนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว เพราะค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ส่วนโครงการตัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ ได้รับความร่วมมือจากชุมชนในการเข้าร่วมโครงการตัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์

10.2.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

1) กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด

หลังจากที่ได้มีการทดลองจัดการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย ทางชุมชนลงความเห็น ว่า ควรที่จะพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวยุทธศาสตร์บางแม่หม้ายออนไลน์เชื่อมโยงตลาด

สากล Facebook YouTube TripAdvisor Line โดยมีการปรึกษาร่วมกันกับผู้วิจัย และมีมติให้เชิญวิทยากร ให้เข้ามาอบรมให้ความรู้และสอนเทคนิคการตลาดเพื่อให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนจัดทำโปสเตอร์ และแผ่นพับการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย และนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์

2) กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ชุมชนมีความเห็นว่า แพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระบะ “ชะะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ซ้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย และชิมอาหารเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสุขภาพ ณ บางแม่หม้าย เป็นโปรแกรมที่น่าสนใจ แต่ควรมีการปรับปรุงเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนที่เป็นโฮมสเตย์ และควรมีการวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งในอนาคตจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเป็นหลักของนักท่องเที่ยว และเพิ่มกิจกรรมบางอย่างให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

10.2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

1) กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

โครงการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย โดยชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการและดำเนินการในรูปแบบชมรมพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย มีการจัดประชุมคณะกรรมการประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งผลการดำเนินการเป็นที่น่าพอใจ สำหรับโครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน ชุมชนให้ความร่วมมือในการเข้ารับการอบรมเป็นอย่างดี สมาชิกในชมรมมีความภาคภูมิใจที่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและร่วมกันบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการบริการนักท่องเที่ยวในฐานะเจ้าบ้านที่ดี

2) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

ที่ประชุมเห็นการดำเนินโครงการภายใต้กลยุทธ์นี้เป็นที่น่าพอใจ ซึ่งทางชุมชนได้มีการสร้างความร่วมมือกับชุมชนใกล้เคียง เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ทำให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งการดำเนินการ

ในลักษณะนี้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยในอนาคตชุมชนได้ลงความเห็นว่าจะควรมีการจัดตั้งสหกรณ์ชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำผลผลิตมาขายที่สหกรณ์ได้ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน

10.2.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและ พัฒนาจิตใจ

1) กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน

โครงการตลาดนัดวัฒนธรรมวัดอาน ที่ประชุมเห็นว่าเป็นโครงการที่ดี เพราะเป็นการให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสร้างจิตสำนึกกับบ้านเกิดให้กับคนในชุมชน สำหรับโครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ เจ้าบ้านที่ดี และปราชญ์ชุมชนสำหรับผู้สูงวัย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบางแม่หม้าย ทางชุมชนลงความเห็นว่าจะควรมีการจัดทำเอกสารเนื้อหาเป็นคู่มือการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานการรับรู้ร่วมกันและส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในชุมชน

2) กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

ที่ประชุมมีความพอใจและให้ความร่วมมือในการเข้ารับการดำเนินโครงการเป็นอย่างดี โดยมีแกนนำในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและส่งเสริมคุณธรรม ศีกสดี สมาธินอกจากนี้ยังร่วมกันสืบสานวัฒนธรรม วิถีชีวิตและประเพณีท้องถิ่นให้ยังคงอยู่

ข้อเสนอแนะ

ในภาพรวมชุมชนมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง แต่ชุมชนมีความเห็นร่วมกันว่าจะต้องมีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ในปัจจุบันมีการระบาดของโควิด 19 ทางชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย ควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความชัดเจน เพื่อเป็นการป้องกันคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านบนอินเทอร์เน็ตตามช่องทางต่างๆ และควรจัดทำเป็นคลิปวิดีโอการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tour)

**สรุปผลคำถามการวิจัยข้อที่ 3 ผลการประเมินการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี นำ
ร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา**

ตาราง 50 เปรียบเทียบการนำแผนมาปฏิบัติจริง

แผนระดับจังหวัด			โครงการนำร่องชุมชนบางแม่หม้าย		
ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	โครงการ	ปฏิบัติได้	ปฏิบัติไม่ได้
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การ พัฒนาการ ท่องเที่ยวเพื่อ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน	กลยุทธ์1.1 กล ยุทธ์การใช้ ประโยชน์พื้นที่ (Land Use)	1. โครงการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน เพื่อ เชื่อมโยงแหล่ง ท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน ใน จังหวัดสุพรรณบุรี	1. โครงการพัฒนาปรับปรุง ระบบการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว ถนนในการ เชื่อมโยงการท่องเที่ยว ป้าย สื่อความหมาย ป้ายเส้นทาง การท่องเที่ยวชุมชน และ ป้ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ในหมู่บ้าน	✓	
	กลยุทธ์1.2 กล ยุทธ์การจัดการ ทรัพยากร	1. โครงการใช้พลังงาน แสงอาทิตย์ในหลังคา บ้าน วัด โรงเรียน หมู่บ้าน	1. โครงการเที่ยวบ้านบางแม่ หม้าย ชุมชนสีเขียวต้นแบบ ในการใช้พลังงาน แสงอาทิตย์ (Solar Cell) บน หลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว	✓	
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การ พัฒนาการ ท่องเที่ยวเพื่อ พัฒนาเศรษฐกิจ	กลยุทธ์2.1 กล ยุทธ์ด้าน เศรษฐกิจและ การตลาด	1. โครงการสร้าง ฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจอง ผ่าน Facebook หรือ Google	1. โครงการพัฒนาแบรนด์ การท่องเที่ยวชุมชนบางแม่ หม้ายออนไลน์เชื่อมโยง ตลาดสากล Facebook YouTube Line	✓	
	กลยุทธ์2.2 กล ยุทธ์การพัฒนา สินค้าและ กิจกรรมการ ท่องเที่ยว	1. โครงการสร้าง แพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจ สุพรรณบุรี”	1. โครงการสร้างแพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นุ่งรถ กระแทะ “แซะ” ถ่ายภาพ ธรรมชาติ ที่สวยงาม “ซั อป” ไม้กวาดร้อยปีและ ผลิตภัณฑ์จักสาน “ซิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้ สารพิษ “ซิล” ตามวิถี ชุมชนบางแม่หม้าย	✓	

ตาราง 50 (ต่อ)

แผนระดับจังหวัด			โครงการนำร่องชุมชนบางแม่หม้าย		
ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	โครงการ	ปฏิบัติได้	ปฏิบัติไม่ได้
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การ พัฒนาการ ท่องเที่ยวเพื่อ พัฒนาสังคม	กลยุทธ์3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว	1. โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน บนหลักเศรษฐกิจพอเพียงและหลักประชาธิปไตยแบบปกครองตนเอง	1. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย และจัดการอบรมให้ความรู้ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ความรู้ด้านการใช้โซเชียล ในการเกษตร	✓	
	กลยุทธ์3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว	1. โครงการสร้างเครือข่ายชมรมสมาคมด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า	1. โครงการรวมกลุ่มเกษตรกรกรการเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการกระจายรายได้ในชุมชน	✓	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การ พัฒนาการ ท่องเที่ยวเพื่อ อนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ	กลยุทธ์4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต	1. นำทรัพยากรสินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพพืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	1. โครงการตลาดนัดวัฒนธรรมวัดอาน เพื่อนำสินค้าที่อยู่ในพื้นที่มาขายและมีกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน	✓	
	กลยุทธ์4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก	1. โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศีลห้า” เพื่อปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน	1. โครงการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาจิต ผีกลสติ ผีกลสมาธิ ณ วัดบางแม่หม้าย	✓	

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย
2. เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ดังนี้ จังหวัดสุพรรณบุรี (Suphanburi) ตั้งอยู่บริเวณภาคกลางด้านทิศตะวันตกของประเทศไทย มีแม่น้ำสุพรรณบุรีหรือแม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน ตามแนวยาวของจังหวัดจากเหนือจรดใต้ ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 14 องศา 4 ลิปดา ถึง 15 องศา 5 ลิปดาเหนือ และระหว่างเส้นแวงที่ 99 องศา 17 ลิปดา ถึง 100 องศา 16 ลิปดา ตะวันออกอยู่สูงจากระดับทะเลปานกลาง ระหว่าง 3-10 เมตร มีเนื้อที่ 5,358 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,348,755 ไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ตามทางหลวงหมายเลข 340 ระยะทาง 107 กิโลเมตร และทางรถไฟ 142 กิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอสองพี่น้อง อำเภอกู่ทอง อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภอด่านช้าง อำเภอสามชุก อำเภอบางปลาม้า อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอศรีประจันต์ และอำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี มีเนื้อที่ทั้งหมด 3,348,755 ไร่ การใช้ประโยชน์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม 2,486,977 ไร่ ของเนื้อที่ทั้งหมด รองลงมาเป็นพื้นที่ป่าไม้ 402,580 ไร่ ชุมชนและสิ่งปลูกสร้าง 276,955 ไร่ และพื้นที่เบ็ดเตล็ด 822 ไร่ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ในเขตภาคกลางด้านตะวันตกของประเทศไทย มีอายุถึงยุคหินใหม่ ประมาณ 3,500 – 4,000 ปี สืบต่อเนื่องมาจนถึงยุคสัมฤทธิ์และยุคเหล็กอายุราว 2,500 ปี ล่วงเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน อมรวดี ทวารวดี ลพบุรี อุทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน

สุพรรณบุรี เป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของอยุธยาด้านตะวันตกในประวัติศาสตร์ จากข้อมูล และสถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร ณ เดือนธันวาคม 2564 จังหวัดสุพรรณบุรี มีประชากร ที่มีสัญชาติไทย รวม 832,850 คน เป็นชาย 401,516 คน เป็นหญิง 431,334 คน และมีประชากร ที่ไม่ได้สัญชาติไทย รวม 2,510 คน เป็นชาย 1,367 คน เป็นหญิง 1,143 คน รวมทั้งสิ้น 835,360 คน ประชากรจังหวัดสุพรรณบุรี นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 662,630 คน นับถือ ศาสนาคริสต์ จำนวน 1,062 คน และนับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 199 คน

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเมืองแห่งท่องเที่ยวและสายน้ำ อาชีพหลักของชาวเมือง คือ การทำ ไร่ทำนา วัฒนธรรมในท้องถิ่น จึงเป็นวัฒนธรรมอันเกี่ยวเนื่องกับการงาน ขณะที่ชาวไร่ชาวนา ช่วยกันเก็บเกี่ยวผลผลิตก็จะร้องรำทำเพลงไปด้วย เป็นจุดกำเนิดศิลปินพื้นบ้านทั้งพ่อเพลง แม่ เพลง และเพลงพื้นบ้าน นั่นคือ เพลงฉ่อยและเพลงอีแซว เป็นต้น จากการรายงานภาวะ เศรษฐกิจการคลัง โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัด พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) พ.ศ. 2561 สาขาที่มีมูลค่าสูงตามลำดับ คือ สาขาการเกษตร มีมูลค่า 27,551 ล้านบาท อยู่ในภาคการเกษตร สาขาอุตสาหกรรม มีมูลค่า 18,855 ล้านบาท และสาขาการขนส่งและ การขายปลีก มีมูลค่า 12,682 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ณ ราคาประจำปี ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 91,602 ล้านบาท เทียบกับปี 2560 มีมูลค่า เท่ากับ 86,744 บาท เพิ่มขึ้น 4,858 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเฉลี่ยต่อหัว (Per Capita GPP) ณ ราคาประจำปี มีรายได้ต่อคนต่อปีเท่ากับ 107,228 บาท

ด้านท่องเที่ยวและบริการ ผลจากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสู่สากลคู่การอนุรักษ์ พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยความร่วมมือและบูรณาการจากภาคี การพัฒนาที่เกี่ยวข้องส่งผลให้จังหวัดมีรายได้จากการท่องเที่ยว บริการ และการจำหน่าย สินค้า OTOP เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และขยายโอกาสให้กับ ชุมชน รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด ปี พ.ศ. 2562 จำนวน 5,871.12 ล้านบาท/ปี โดยเพิ่มขึ้น จากปี พ.ศ. 2561 จำนวน 652.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.5

ด้านการเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีอาชีพทำการเกษตร เป็นหลักมีแหล่งน้ำธรรมชาติ การชลประทานเหมาะสมแก่การเกษตรพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ ได้แก่ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า การเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ การกลั่นกรรม การทำนา การทำสวน ทำไร่ เป็นอาชีพหลักของประชาชนมากกว่า ร้อยละ 80

ด้านการประมง จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล การประมงของ จังหวัดจึงมีแต่การประมงน้ำจืดและการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกราม กุ้งขาว โดยมีการเลี้ยงกันมาก แถบอำเภอบางปลาม้า อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอเมืองสุพรรณบุรี ซึ่งมีแนวเขตติดต่อกัน

เป็นที่ราบลุ่มเป็นส่วนใหญ่มียาลดองหลายสาย และอยู่ใกล้เมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวสำคัญ
ปลาน้ำจืดที่เลี้ยง ได้แก่ ปลาตูก ปลาช่อน ปลาสวาย ปลาดุก ปลาตะเพียน ปลาสลิดและปลาเบญจ
พรรณ ซึ่งจำแนกการเลี้ยงได้ 2 วิธี คือ

1. การเลี้ยงปลาน้ำจืดเป็นรายได้หลัก ได้แก่ ปลาตูก ปลาช่อน และปลาเบญจพรรณ

2. การเลี้ยงปลาน้ำจืดเป็นผลพลอยได้ ซึ่งได้แก่ การเลี้ยงปลาหลายชนิดในบ่อ
เดียวกัน พร้อมกับเลี้ยงร่วมกับการเลี้ยงไก่ โดยจะปล่อยถูกปลาเลี้ยงรวมในบ่อเดียวกัน อาหาร
ที่จะใช้เป็นมูลไก่และเศษอาหารที่หล่นลงในบ่อ ซึ่งเป็นวิธีที่ประหยัดค่าใช้จ่ายมากที่สุด และเป็น
ที่นิยมเลี้ยงกันมากที่สุดในจังหวัดสุพรรณบุรี ประมงน้ำจืด มีพื้นที่ทำการประมงน้ำจืดเลี้ยงปลา
ในฟาร์ม จำนวน 9,212 ฟาร์ม คิดเป็นจำนวน 51,522 ไร่ การเลี้ยงกึ่งก้ามกรามและกึ่งขาว
จำนวน 3,059 ฟาร์ม คิดเป็นจำนวน 37,404 ไร่ การเลี้ยงปลา กุ้ง จะเลี้ยงกันมากในอำเภอ
บางปลาม้า อำเภอเมืองสุพรรณบุรี และอำเภอสองพี่น้อง

ด้านการปศุสัตว์ พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดล้อมรอบไปด้วยภูเขา เหมาะสำหรับเป็น
แหล่งของปศุสัตว์ ประชากร จึงมีอาชีพด้านการเลี้ยงปศุสัตว์ รองจากการทำการเกษตร สัตว์
เลี้ยงเศรษฐกิจ ที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ โค กระบือ สุกร ไก่และเป็ด จึงสรุปได้ว่าจังหวัดสุ
พรรณบุรีมีทรัพยากรที่เด่นเหมาะสมต่อการส่งเสริมและพัฒนาในทุกมิติ

ผู้วิจัยขอสรุปผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี มีทรัพยากร
การท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดดเด่น ได้แก่ แม่น้ำท่าจีน อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เขื่อนกระเสียว
น้ำตกตะเพินคี อุทยานแห่งชาติพุเตย วนอุทยานแห่งชาติพุม่วง เขตห้ามล่าสัตว์บึงฉวาก สวน
รุกขชาติดอนเจดีย์ สวนรุกขชาติด่านช้าง พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อุทยาน
ผักพื้นบ้าน ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม คือ วัดป่าเลไลยก์ วัดไผ่โรงวัว วัดพระ
ศรีรัตนมหาธาตุ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุพรรณบุรี อุทยาน
มังกรสวรรค์ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้ วิถีชีวิตโบราณชุมชนบ้านแหลม อำเภอ
บางปลาม้า แหล่งโบราณคดีเมืองอู่ทอง ศิลปะทวารวดี ศิลปะอู่ทอง วิถีชีวิตพุทธวัฒนธรรม
ชาวจีน ชาวไทยพื้นถิ่น กระเหรี่ยง ไททรงดำทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหกรรม เทศกาลและ
ประเพณี คือ งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดำวัดป่าเลไลยก์ งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
เทศกาลหิงกระจาด งานตรุษจีน ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ ประเพณีสงกรานต์ วันวิสาขบูชา
ประเพณีแข่งเรือยาว งานมหกรรมอาหารและของดีเมืองสุพรรณบุรี ทรัพยากรท่องเที่ยวด้าน
กิจกรรม คือ ศึกษาศิลปะประวัติศาสตร์โบราณคดีที่เมืองโบราณอู่ทอง ศึกษาศิลปะไทยยุคอู่
ทอง ศึกษาวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ จีน ไท กระเหรี่ยง ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี รวม

ประเพณีวิสาขบูชา ออกพรรษา ร่วมกิจกรรมดำนานา เกี่ยวข้าว เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย ร่วมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลงฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง ร่วมมหกรรมวัฒนธรรมและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์ ตามรอยเส้นทางวรรณคดีขุนช้างขุนแผน สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติพุเตย นอนแพกลางน้ำหุบเขาวง คูพระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนกระเสียว ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับบริการ คือ มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว มีห้องน้ำ ตู้ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน จังหวัดสุพรรณบุรี มีทรัพยากรที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ดังนั้นผู้วิจัย จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ SWOT เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ในการวิเคราะห์ SWOT พบว่า จุดแข็ง (Strengths) สุพรรณบุรี มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนาจังหวัด มีสังคมพหุวัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย จุดอ่อน (Weaknesses) ที่ประชุมกลุ่มย่อยได้อภิปรายจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ว่า ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์ โอกาส (Opportunities) ทิศทางในอนาคตของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ประชุมกลุ่มย่อยเห็นว่ามีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม

ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อสุขภาพเครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ล้อ ราง เรือ อากาศ รอบโลก และนวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต อุปสรรค (Threat) ในอนาคต โอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี มีอุปสรรคอันเนื่องมาจากมีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ มีปัญหาความแปรปรวนทางภูมิอากาศ ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ภัยพิบัติ ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ ปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์ และปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ SWOT มาสังเคราะห์ TOWS เพื่อหากลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาการสังเคราะห์ TOWS ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก (จุดแข็งกับโอกาส:SO) จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่โดดเด่นระดับโลก “เยือนสุพรรณบุรี สูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุกระทิง เดินป่าเส้นทางลู่ยอดเขาเทวดาบนป่าดิบ กางเต็นท์ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุ่มม่วง มาสุพรรณ ร่วมกันเสริมสร้าง ธรรมชาติ ท้องไร่นาท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราศจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” แปรนตร์ “เที่ยวสุพรรณ เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลายรวมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เดินป่า นอนเต็นท์ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ฉลามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วมมหกรรมอาหารปลอดภัยเคมี สารพิษและยาฆ่าแมลง เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและปลอดภัย จากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน” แปรนตร์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายด้วยเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่าง ด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยพื้นถิ่น

ที่อำเภออุ้มทอง ชุมชนจีน ในย่านธุรกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบางลี่
 แวะเวียนไปทักทายคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรียง ที่ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่
 อำเภออุ้มทอง เป็นหนึ่งเดียวในสังคมเมืองเสียดสุพรรณ” และแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและ
 พัฒนาจิตใจ “เยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่
 ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยยุคหินใหม่ เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุค
 เหล็ก ล่องเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ วัฒนธรรม ทวาราวดี ลพบุรี อุ้มทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน เยือน
 เมืองโบราณอุ้มทอง เพื่อสักการะพุทธประติมากรรมที่ขุดค้นพบในพื้นที่เมืองสุพรรณบุรี ซึ่งเป็น
 แผ่นดินแรกที่พุทธศาสนาได้มาฝังรากไว้อย่างหนาแน่น ไม่น้อยกว่า 2,300 ปีมาแล้ว ในแผ่นดิน
 สุวรรณภูมิ ศิลปะ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จากโบราณสถานและโบราณวัตถุ เพื่อ
 สัมผัสพุทธศิลป์ ยุคต่าง ๆ และในการปฏิบัติจิตไปสู่การพ้นทุกข์ ปฏิบัติธรรม ผีภสดี ผีภสมาธิ
 ตามแนวไตรสิกขา ศิล สมาธิ ปัญญา เพื่อร่วมอนุรักษ์อารยธรรมและวัฒนธรรมเก่าแก่
 ตลอดจนเพื่อพัฒนาจิตสู่ปัญญา” กลยุทธ์เชิงแก้ไข การนำจุดอ่อนของจังหวัดสุพรรณบุรี มา
 สร้างโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว (จุดอ่อนกับโอกาส:WO) การสร้างแผนยุทธศาสตร์
 แบบบูรณาการ ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างแผนการตลาดดิจิทัล สร้างแผน
 อนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติในท้องถิ่น และสร้างการสื่อสารสินค้าและบริการเป็นแบรนด์ ที่
 ประชุมกลุ่มย่อยจึงเสนอให้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อใช้เป็นแนวทางใน
 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนที่ชัดเจนต่อไป กลยุทธ์เชิง
 ป้องกัน การกำหนดแนวทางป้องกันในการพัฒนาการท่องเที่ยว (จุดแข็งกับอุปสรรค:ST) ได้แก่
 การเชื่อมโยงเศรษฐกิจด้วยดิจิทัลเน็ตเวิร์กเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดน และสร้าง
 เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยรอบ การเปลี่ยนยุทธศาสตร์มาพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชน
 แทนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพอเพียงระดับชุมชนเพื่อ
 ระดมทุนและความร่วมมือจากภายในชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว และกลยุทธ์เชิงรับ การ
 จัดการความเสี่ยง (จุดอ่อนกับอุปสรรค:WT) โดยการจัดอบรมการเตรียมความพร้อมรับมือภัย
 พิบัติทุกรูปแบบ การสร้างเครือข่ายด้านความปลอดภัย ให้มีการชะลอการพัฒนาการท่องเที่ยว
 ไม่ให้เป็นรายได้หลักของชาติ และจัดอบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกาย และจิตใจต่อการ
 ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยชุมชนศึกษา การตรวจสอบทรัพยากร และการวิเคราะห์ SWOT และ
 TOWS มาประมวลเข้าด้วยกันเพื่อกำหนดศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัด

สุพรรณบุรี ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำบัดบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว วิถีชีวิตที่สวดยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น มีความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในขนาดตักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมาย มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และองค์กรต่าง ๆ ผู้วิจัยนำผลการวิจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวในการพัฒนามาเป็นข้อมูลในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

ในการวางแผนยุทธศาสตร์ ดังกล่าว ได้มีการสร้างวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ดังนี้

วิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ “ในอนาคต 10-15 ปี จังหวัดสุพรรณบุรีจะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก มีแบรนด์ (ตราสินค้า) ที่มีจุดยืน 4 ด้าน เขื่อนสุพรรณบุรี สูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุกระทีง เดินป่าเส้นทางสู่อุดเขาเทวดาบนป่าที่บ กางเต็นท์ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่า

ของวนอุทยานพุม่วง มาสุพรรณ ร่วมกันเสริมสร้าง ธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราศจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับ สุพรรณ เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลายรวม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพจณภัย เดินป่า นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ฉลามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่ เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วม มหกรรมอาหารปลอดภัยเคมี สารพิษและยาฆ่าแมลง เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและปลอดภัย จาก มะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมือง สุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจาย รายได้สู่ชุมชน เกี่ยวกับสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายด้วยเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่าง ด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกัน อย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยพื้นถิ่น ที่อำเภออู่ทอง ชุมชนจีน ในย่านธุรกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบางลี่ เวะเวียนไปทักทายคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยง ที่ ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออู่ทอง เป็นหนึ่งเดียวในสังคมเมืองเสียดสุพรรณ และเยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อน ประวัติศาสตร์ สมัยยุคหินใหม่เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุคเหล็ก ล่อง เข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวาราวดี ลพบุรี อู่ทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน เยี่ยมเมืองโบราณ อู่ทอง เพื่อสักการะพุทธประติมากรรมที่ขุดค้นพบในพื้นที่เมืองสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นแผ่นดินแรกที่ พุทธศาสนาได้มาฝังรากไว้อย่างหนาแน่น ไม่น้อยกว่า 2,300 ปีมาแล้ว ในแผ่นดินสุวรรณภูมิ ศิลปะ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จากโบราณสถานและโบราณวัตถุ เพื่อสัมผัสพุทธ ศิลป์ ยุคต่าง ๆ และในการปฏิบัติจิตไปสู่การพ้นทุกข์ ปฏิบัติธรรม ผีกลสติ ผีกลสมาธิ ตามแนว ไตรสิกขา ศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อร่วมอนุรักษ์อารยธรรมและวัฒนธรรมเก่าแก่ ตลอดจนเพื่อ พัฒนาจิตสู่ปัญญา”

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบ บูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี จากผลการแสดงความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และ นักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการ

ท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม และ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การใช้พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีโครงการ ดังนี้ โครงการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยานและป่าสงวน โครงการสร้างเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานในบริเวณโบราณสถานเมืองโบราณอุทอง ตลอดจนกำหนดจุดสื่อความหมาย โครงการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์เพื่อเรียนรู้วิถีเกษตรแบบ (Smart Farming) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม นวัตกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการกำหนดพื้นที่พัฒนานิคมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์อาหารโลก (World Organic Food Innopolis) โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน ในจังหวัดสุพรรณบุรี โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกป่าในพื้นที่ธรรมชาติ และการปลูกต้นไม้ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน ส่วนกลยุทธ์การจัดการทรัพยากร มีโครงการดังนี้ โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในรูปแบบ Solar Farm โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในหลังคาบ้านวัดโรงเรียนหมู่บ้าน โครงการจัดตั้งโรงไฟฟ้าจากขยะ โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยอินทรีย์ น้ำ EM ในทุกหมู่บ้าน โครงการการสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย และโครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์แยกขยะ บ้าน วัด โรงเรียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ มีกลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด โดยมีโครงการดังนี้ โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารอินทรีย์ อุตสาหกรรมพลังงาน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular Green Economy) โครงการสร้างแผนการตลาดการท่องเที่ยวแบบดิจิทัล โครงการสร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจองผ่าน Facebook หรือ Google โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย โครงการพัฒนาโปรแกรมมหกรรมและ Event ด้านการท่องเที่ยว ผลไม้อาหาร สุขภาพ ดนตรี กีฬา บันเทิงระดับนานาชาติตลอดปี ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีโครงการดังนี้ โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวธรรมชาติสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงสังคมสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจของสุพรรณบุรี” โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวย้อนรอยประวัติศาสตร์ จากยุคก่อนประวัติศาสตร์ ทวารวดี ลพบุรี อุทอง

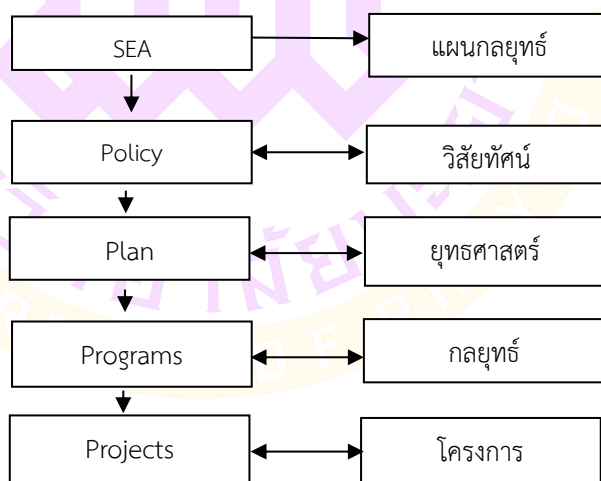
จนถึงอยุธยา โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตชาวนาไทยเกษตรอินทรีย์ สังคม พหุเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ในสุพรรณบุรี โครงการพัฒนามหกรรมช้อปปิ้งสินค้า OTOP ของดี สุพรรณบุรี และโครงการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวหมู่บ้านเกิดยอด ศิลปินพื้นบ้านแห่งเมืองสุพรรณ จากแม่ขวัญจิต ศรีประจันต์ ถึง พุ่มพวง ดวงจันทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีโครงการดังนี้ โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (DMO) จังหวัดสุพรรณบุรี โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสัญจรได้สะดวก ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว โครงการการสร้างนวัตกรรมบริหารจัดการท่องเที่ยวสู่การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับ จังหวัด อำเภอ ตำบล และในหมู่บ้านบนหลักเศรษฐกิจพอเพียงและหลักประชาธิปไตยแบบปกครองตนเอง โครงการอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตเศรษฐกิจ การเมือง ภัยพิบัติธรรมชาติ โรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid-19 การก่อกองร้ายสากลระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เพื่อสร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชน โครงการประสานงานภาครัฐ เอกชน ประชาชน เพื่อร่วมทำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆภายใต้วิสัยทัศน์ร่วมของจังหวัด โครงการอบรมทักษะเกษตรอุตสาหกรรมอินทรีย์ เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ตลอดจนการตลาดออนไลน์แก่ชุมชนในจังหวัด ส่วนกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีโครงการดังนี้ โครงการสร้างเครือข่ายการพัฒนาท่องเที่ยวในชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัด โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐานสากล ภาษาไทย จีน อังกฤษ แก่ชุมชน โครงการยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยวและสินค้า OTOP ตลอดจนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า โครงการสร้างเครือข่ายชมรมสมาคมด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทเพื่อพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน และโครงการสนับสนุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ ด้านการท่องเที่ยว (Start up) โดยระดมทุนภายในประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและ พัฒนาจิตใจ กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต มีโครงการดังนี้ โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมของจังหวัด สุพรรณบุรี โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับ

ความรู้ด้านวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมนำเข้าฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ และนำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก มีโครงการดังนี้ โครงการประกวดนวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกหรือการสร้าง Online Community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม โครงการ “คนสุพรรณบุรีมีกายและจิต ได้ปฏิบัติจิตฝึกจิตให้มีสมาธิและสติทุกวินาที” ตามหลัก คีลสมาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศีลห้า” เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน โครงการ “เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพื้นที่ 5 นาที” สักครั้ง และโครงการฝึกวิถีชีวิตแบบเนิบช้า Slow Life วิถีพุทธ เพื่อรักษาสุขภาพกายใจเมื่อมาถึงสุพรรณบุรี

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย โดยขอเสนอข้อมูลทั้งหมดในภาพรวมเชิงบูรณาการโดยใช้รูปแบบของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment: SEA) ซึ่งมีการกำหนดนโยบาย (Policy) ซึ่งมาจากวิสัยทัศน์อันเป็นกรอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ตามแผนภูมิ ดังนี้



ภาพ 66 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ โดยใช้รูปแบบการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (SEA)

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร, 2559

พยอม ธรรมบุตร (2559, หน้า 4) นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน จัดเป็นกรอบของการพัฒนาในระดับสูง (Top Level) ภายใต้แต่ละแผนงานหลักจะมีแผนปฏิบัติการระดับกลยุทธ์ (Tactics) หรือกลุ่มของโครงการ (Programs) ซึ่งจะอยู่ในลำดับที่ 3 ของแผนการพัฒนาในภาพรวม ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์จะมีจำนวนกลยุทธ์ตามความเหมาะสม ทั้งนี้กลยุทธ์ทั้งหมดจะมีผลกระทบและความสัมพันธ์ต่อกันและเมื่อมีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์แต่ละด้านจะมีโครงการ (Project) ที่จำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้กลยุทธ์เหล่านั้น บรรลุตามวัตถุประสงค์ เป็นลำดับที่ 4 และโครงการทุกโครงการจะมีความเกี่ยวข้องของสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับปฏิบัติการเช่นกัน การวางแผนระดับกลยุทธ์และโครงการนั้นจัดเป็นการวางแผนระดับล่าง (Down Level) ซึ่งก็คือ แผนในระดับปฏิบัติการซึ่งต้องอยู่ภายใต้แผนในระดับบน ด้วยเหตุนี้การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ควรให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เข้าด้วยกันในลักษณะแบบบูรณาการ ผู้วิจัยขอเสนอแผนดังกล่าวโดยใช้แนวทางการนำเสนอแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment) เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของแต่ละแผนซึ่งจะมีผลต่อกัน ผู้วิจัยขอเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ในรูปแบบของ SEA และตารางแผนปฏิบัติการ ดังนี้



วิสัยทัศน์ “ในอมวคต 10-15 ปี จังหวัดสุพรรณบุรีจะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก มีแบรนด์ (ตราสินค้า) ที่มีจุดยืน 4 ด้าน เยือนสุพรรณบุรีสุดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไม้น้ำเย็นจากน้ำตกทุกกระซิง เดินป่าเล่นทางสูยอดเขาหวดราบป่าดิบ กางเต็นท์ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเยือกสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุทอง มาสุพรรณ ร่วมกันเสริมสร้าง ธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราชญ์จากเคมี บนแผ่นดินสุพรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าวัดกิจกรรมที่หลากหลายร่วมกันกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตรกรรม เดินป่า นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ปลาใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ดินดินเกษตรกรรมอาหารปลอดภัยและปลอดภัย สานักศึกษาสุขภาพและปลอดภัย จากะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของชุมชนเมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดและกระจายรายได้สู่สังคม เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและปลอดภัย จากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่าง ด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยือนเขื่อนชาวไทยพวนที่อำเภออุทุมพร ชุมชนจีน ในอำเภุนครไทย ตลาดตลิ่งแม่น้ำสุพรรณบุรี ตลาดบางสี และเวียนไม้ที่ทายคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยง ที่ด่านชาย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออู่ทอง เป็นหนึ่งในสังคมเมืองเดือสุพรรณ และเขื่อนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยยุคหินใหม่เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาสู่ยุคสำริดและยุคเหล็ก ลงมือเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวารวดี ลพบุรี อุทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน เขื่อนเมืองโบราณคูทอง

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

- โครงการ**
1. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี
 2. โครงการกักน้ำดินเลนทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์เพื่อเรียนรู้วิถีเกษตรแบบ (Smart Farming) ที่ขับเคลื่อนนวัตกรรม นวัตกรรมเกษตรจากชุมชนเวียน
 3. โครงการกักน้ำดินเลนเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยานและป่าสงวน
 4. โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกป่าในพื้นที่ธรรมชาติและและการปลูกต้นไม้ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน
 5. โครงการสร้างเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานในบริเวณโบราณสถานเมืองโบราณ อุทอง ตลอดจนกำหนดจุดจุดความปลอดภัย

กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

- โครงการ**
1. โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย
 2. โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในรูปแบบ Solar Farm
 3. โครงการรักษาธรรมชาติและรักษาศูนย์แยกขยะ บ้าน วัด โรงเรียน
 4. โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน หมู่บ้าน
 5. โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยอินทรีย์ น้ำ EM ในทุกหมู่บ้าน
 6. โครงการจัดตั้งโรงไฟฟ้าจากขยะ

ภาพ 08 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์ “ในอีก 10-15 ปี จังหวัดสุพรรณบุรีจะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก มีแบรนด์ (ตราสินค้า) ที่มีจุดยืน 4 ด้าน เอื้ออำนวยบุรีสู่ออกภาคบริการที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังมีปริศนาธรรม สัมผัสละอองไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุทราเชิง เดินป่าเส้นทางสู่อุดมเขาพุทราบนป่าดิบ กางเต็นท์นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเย็นสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุทรา มงกุฎพรรณ ร่วมกันเสริมสร้าง ธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราชญ์จากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าวางกิจกรรมที่หลากหลายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เดินป่า นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ดงสามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรทฤษฎีใหม่อัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วมกิจกรรมอาหารปลอดภัย เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและปลอดภัย จากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน เยาวชนไทยที่ถิ่นที่อำเภออู่ทอง ชุมชนจีน ในย่านสุริยกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าของ ตลาดเช้า และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่าง ด้วยครีธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยที่ถิ่นที่อำเภออู่ทอง ชุมชนจีน ในย่านสุริยกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าของ สุพรรณบุรี ตลาดบาสส์ และเขื่อนปัทมาขยคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยง ที่ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออู่ทอง เป็นหนึ่งเดียวในสังคมเมืองเล็ดสุพรรณ และเยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สัมผัสยุคหินใหม่เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุคเหล็ก ลงช้สู่อุตุสุพรรณภูมิ พูนปั้น ทวารวดี ลพบุรี อุทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน เอื้อนเมืองโบราณอุทอง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต

- โครงการ**
1. โครงการอบรมความรู้สร้างคุณค่าทุกภาคในกาเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
 2. โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี
 3. โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมนำเข้าสู่ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์
 4. นำทรัพยากรเส้นทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลุกจิตสำนึก

- โครงการ**
1. โครงการประกวดนวัตกรรมสิ่งของสิ่งเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลุกจิตสำนึกหรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแรงบันดาลใจ
 2. โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศรัทธา” เพื่อเป็นการปลุกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกตองในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน
 3. โครงการ “คนสุพรรณบุรีมีกายและจิตใจ ได้ปฏิบัติจิตดีมีสติให้มีสมาธิและสติทุกวินาที” ตามหลักศีล 5 ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน
 4. โครงการเสวนาวิถีชีวิตแบบ Slow life วิถีพุทธเพื่อรักษาสุขภาพกายใจ เมื่อมาถึงสุพรรณบุรี
 5. โครงการ “เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพ้นทุกข์ 5 นาที” สักครั้ง นึกท่องเที่ยว

สรุปแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่าง
ยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

ตาราง 51 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว					
1. โครงการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติ	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยานและป่าสงวน	เส้นทางเดินเท้า และเส้นทางจักรยาน	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานในบริเวณโบราณสถานเมืองโบราณ อุทยาน ตลอดจนกำหนดจุดสื่อความหมาย	เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. โครงการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์เพื่อเรียนรู้วิถีเกษตรแบบ (Smart Farming) ที่ขับเคลื่อนนวัตกรรม	พื้นที่เกษตรอินทรีย์	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
นวัตกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน					
4. โครงการกำหนดพื้นที่พัฒนานิคมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์อาหารโลก (World Organic Food Nilopolis)	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี	ปลูกป่าเพิ่มมากขึ้น				แผนระยะสั้น 1-2 ปี
6. โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกป่า					แผนระยะสั้น 1-2 ปี
ในพื้นที่ธรรมชาติและการปลูกต้นไม้ใน บ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน					ปี

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการ					
ทรัพยากร					
1. โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในรูปแบบ Solar Farm	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย	✓	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
2. โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน หมู่บ้าน	1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
3. โครงการจัดตั้งโรงไฟฟ้าจากขยะ	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย	✓			แผนระยะยาว 5-10 ปี
4. โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยอินทรีย์ น้ำ EM ในทุกหมู่บ้าน	1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะยาว 5-10 ปี
5. โครงการการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย	วงจร	✓			แผนระยะยาว 5-10 ปี
6. โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์แยกขยะ บ้าน วัด โรงเรียน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
	1 ครั้ง				แผนระยะยาว 5-10 ปี
	มีระบบบำบัดน้ำเสียส่วนรวม				แผนระยะยาว 5-10 ปี
	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย				แผนระยะสั้น 1-2 ปี
	1 ครั้ง				ปี

ตาราง 52 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด					
1. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตร	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
อุตสาหกรรมและอาหารอินทรีย์	1 ครั้ง				
อุตสาหกรรมพลังงาน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดสุพรรณบุรี					
ด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน					
เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular Green Economy)	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างแผนการตลาดท่องเที่ยวแบบดิจิทัล	1 ครั้ง	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. โครงการสร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจองผ่าน Facebook หรือ Google	1 ครั้ง	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก	1 ครั้ง	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. โครงการพัฒนาโปรแกรมมหกรรม และ Event ด้านการท่องเที่ยว ผลไม้ อาหาร สุขภาพ ดนตรี กีฬา บันเทิงระดับนานาชาติ	1 ครั้ง				ตลอดปี

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวธรรมชาตินุรักษ์บุรี”	มีแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสุพรรณบุรี”	มีแพคเกจท่องเที่ยวสร้างสรรค์	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงสังคมสุพรรณบุรี”	มีแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสังคม	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. โครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจของสุพรรณบุรี”	มีแพคเกจท่องเที่ยววัฒนธรรม	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยว ย้อนรอยประวัติศาสตร์ จากยุคก่อนประวัติศาสตร์ ทวารวดี ลพบุรี อุทงจ จนถึงอยุธยา	มีแพคเกจท่องเที่ยวย้อนรอยประวัติศาสตร์	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
6. โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชาวนาไทยเกษตรอินทรีย์ สังคมพหุเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ในสุพรรณบุรี	มีแพคเกจท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชาวนาไทยเกษตรอินทรีย์	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
7. โครงการพัฒนามหกรรมช้อปปิ้งสินค้า OTOP ของดีสุพรรณ	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
8. โครงการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสู่บ้านเกิดยอดศิลปินพื้นบ้านแห่งเมืองสุพรรณ จากแม่ศรีประจันต์ ถึง พุ่มพวงดวงจันทร์	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี



ตาราง 53 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (DMO) จังหวัดสุพรรณบุรี	มีคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
2. โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสัญจรได้สะดวก ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓		✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
3. โครงการการสร้างนวัตกรรมบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล และในหมู่บ้าน บนหลักเศรษฐกิจพอเพียง และหลักประชาธิปไตยแบบปกครองตนเอง	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. โครงการอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตเศรษฐกิจการเมือง ภัยพิบัติธรรมชาติ โรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid-19 การก่อการร้ายสากลระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เพื่อสร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
6. โครงการประสานงานภาครัฐ เอกชน ประชาชน เพื่อร่วมทำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ภายใต้วิสัยทัศน์ร่วมของจังหวัด	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
7. โครงการอบรมทักษะเกษตรกรอุตสาหกรรมอินทรีย์ เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการตลาดออนไลน์ แก่ชุมชนในจังหวัด	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง		✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว					
1. โครงการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัด	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐานสากล ภาษาไทย จีน อังกฤษ แก่ชุมชน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. โครงการยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยวและสินค้า OTOP ตลอดจนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. โครงการสร้างเครือข่ายชมรมสมาคมด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. โครงการสนับสนุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว (Start ups) โดยระดมทุนภายในประเทศ	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 54 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต					
1. โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม ของจังหวัดสุพรรณบุรี	มีสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการอบรมความรู้สร้างมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมนำเข้าสู่ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์	มีฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. นำทรัพยากรเส้นทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก					
1. โครงการประกวดนวัตกรรมสิ่งหนึ่งสื่อ	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
เกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก หรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม					
2. โครงการ “คนสุพรรณบุรีมีกายและจิตได้ปฏิบัติจิตฝึกจิตให้มีสมาธิและสติทุกวินาที” ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. โครงการ “คนสุพรรณบุรีต้องมีศีลห้า” เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. โครงการ “เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพันทุกข์ 5 นาที” สักครั้ง นึกทองเที่ยว	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. โครงการฝึกวิถีชีวิตแบบเนิบช้า Slow life วิถีพุทธเพื่อรักษาสุขภาพกายใจ เมื่อมาถึงสุพรรณบุรี	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา

ในการประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ได้แก่ ชุมชนบางแม่หม้าย ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสม ชุมชนบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ภาคกลางของประเทศไทย เป็นพื้นที่ราบลุ่มมีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน มีพื้นที่ทั้งสิ้น 27.12 ตารางกิโลเมตร หรือ 16,950 ไร่ มีการใช้พื้นที่เพื่อการเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงสัตว์ ซึ่งมีแหล่งน้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีประชากร 627 คน แบ่งเป็น ชาย 308 คน และหญิง 319 คน มีจำนวนครัวเรือน 179 คน ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีพิธีกรรมทางศาสนา และศาสนสถานที่สำคัญในชุมชน คือ วัดบางแม่หม้าย ในกลางเดือน ๕ ของทุกๆ ปี ที่วัดอานจะจัดงานประจำปีของวัดอย่างยิ่งใหญ่ มีการละเล่นต่างๆ ทั้งที่เป็นวัดร้าง แต่ก็จัดงานประจำปีได้ราวกับวัดที่มีพระสงฆ์อยู่ และมีประเพณีแจกทานมีผู้คนหลังไหลมารับทานเป็น

จำนวนมาก ประเพณีทำขวัญแม่โพสพก่อนทำขวัญจะมีพิธีแห่แม่โพสพรอบหมู่บ้าน ด้วยบ้านบางแม่หม้าย เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตอยู่กับริมแม่น้ำ จึงมีอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยียมเยือน จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นของชุมชน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของบ้านบางแม่หม้าย อาทิ น้ำพริกบางแม่หม้าย ปลาชิว ปลาสร้อย ปลาตะเพียน และพืชผักสวนครัวที่ปลอดภัย เช่น ดอกโสน ผักบุ้ง สายบัว ผักกระเฉด บวบ น้ำเต้า เป็นต้น มีทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำท่าจีน ตาลเรียงร้อยต้น ทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ วัดอาน วัดบางแม่หม้าย และบ้านเรือนไทย ทรัพยากรท่องเที่ยวเทศกาล งานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ประเพณีทำขวัญแม่โพสพ ทรัพยากรกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมนั่งรถอีแต่นชมตาลกลุ่ม และตาลเรียง ๑๐๐ ต้น จุดไฮไลท์ที่สำคัญของบ้านบางแม่หม้าย กิจกรรมไม้กวาดใบมะพร้าวร้อยปี มีหนึ่งเดียวในประเทศไทย และเป็นไม้กวาดที่มีความแข็งแรง คงทนต่อการใช้งาน และทรัพยากรบริการ ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคในชุมชน เช่น ไฟฟ้า ประปาและระบบการสื่อสาร ร้านค้าในชุมชน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ของชุมชนบางแม่หม้าย ดังนี้ จุดแข็งที่มีที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯและอยุธยา เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำและประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนา การท่องเที่ยว จุดอ่อน ได้แก่ ขาดแผนยุทธศาสตร์ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว ขาดแผนการจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ขาดคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์ โอกาส ได้แก่ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดสารเคมีเพื่อสุขภาพ อุปสรรค ได้แก่ มีหมู่บ้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียง สภาวะเศรษฐกิจโลกและประเทศชะลอตัว มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยทางธรรมชาติ อุทกภัยและภัยแล้ง และปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19 และปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติดและการค้ามนุษย์ กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (จุดแข็งและโอกาส: SO)

ได้แก่ วางจุดยืนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพอเพียงและอาหารปลอดภัย วางจุดยืนการท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น วางจุดยืนหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเอง วางจุดยืนการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการปฏิบัติจิต กลยุทธ์เชิงแก้ไข (จุดอ่อนและโอกาส: WO) ได้แก่ สร้างแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และสร้างแผนการตลาดออนไลน์ จัดทำป้าย สื่อความหมาย แผ่นพับ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (จุดแข็งและอุปสรรค: ST) ได้แก่ สร้างเครือข่ายหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนกับหมู่บ้านใกล้เคียง เปลี่ยนคู่แข่งให้เป็นหุ้นส่วน พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบนตลาดออนไลน์ สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตร สร้างสรรค์ และกลยุทธ์เชิงรับ (จุดอ่อนและอุปสรรค: WT) ได้แก่ อบรมทักษะการสร้างเศรษฐกิจชุมชนพอเพียง อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจในการแก้ไขปัญหา อบรมแผนรองรับภัยพิบัติที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

ในส่วนที่เกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย มีทรัพยากรธรรมชาติ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรวัฒนธรรม คือ วัดอาน วัดบางแม่หม้าย และบ้านเรือนไทย มีทรัพยากรด้านกิจกรรม คือ กิจกรรมนั่งรถอีแต่นชมตาลกลุ่ม และตาลเรียง ๑๐๐ ต้น จุดไฮไลต์ที่สำคัญของบ้านบางแม่หม้าย กิจกรรมไม้กวาดใบมะพร้าวร้อยปี มีหนึ่งเดียวในประเทศไทย และเป็นไม้กวาดที่มีความแข็งแรง คงทนต่อการใช้งาน เป็นการนำวัสดุจากธรรมชาติที่เหลือใช้กลับมาใช้ประโยชน์ สร้างอาชีพและก่อให้เกิดรายได้กับคนในชุมชน ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว ชาวบางแม่หม้าย มีความพร้อมและให้ความสำคัญในการร่วมมือต่อการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านการตลาด และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสังคม ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่าย ชุมชนบางแม่หม้าย มีความสนใจและต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย ชุมชนบางแม่หม้าย มีศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ที่จะสามารถเสริมสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มีศักยภาพในการสื่อความหมายที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้

สำหรับการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย ผู้วิจัยนำผลการตรวจสอบทรัพยากร การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน

บางแม่หม้าย มาร่วมพิจารณากำหนดแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน โดยชุมชนและผู้วิจัยมีมติร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ของชุมชน ดังนี้

“ในอนาคต 10-15 ปี ชุมชนบางแม่หม้าย จะเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวชุมชนที่โดดเด่น มีแบรนด์ (ตราสินค้า) ที่มีจุดยืน 4 ด้าน ชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ปั่นจักรยานสูดอากาศบริสุทธิ์ที่กลางทุ่งนาข้าว ชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ต้น สัมผัสวิถีชีวิตเกษตรพอเพียง จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่ปลอดภัย ชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างแพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระบะ “แซะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ซ้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ชิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ ชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสังคม เยือนหมู่บ้านท่องเที่ยวเข้มแข็งปกครองตนเองบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน และชุมชนบางแม่หม้ายจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวร วัดอาาน ศึกษาความเป็นมา ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนบางแม่หม้าย เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีกลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว มีโครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเส้นทาง การท่องเที่ยวชุมชน และป้ายบอกทางภายในชุมชน โครงการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา โดยการใช้ พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ในระบบการจัดการน้ำ โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ และนำพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) มาจัดการระบบการจัดการน้ำ เพื่อลดค่าใช้จ่าย ส่วนกลยุทธ์การจัดการทรัพยากร มีโครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการเที่ยวบ้านบางแม่หม้าย ชุมชนสีเขียวต้นแบบในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) บนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว และโครงการคัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด มีโครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายออนไลน์เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook YouTube TripAdvisor Line และโครงการพัฒนาแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ของชุมชนบางแม่หม้าย ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีโครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการชิมอาหารเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสุขภาพ ณ บางแม่หม้าย และโครงการสร้างแพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระบะ “แซะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ซ้อป” ไม้กวาด

ร้อยละและผลิตภัณฑ์จักสาน “ซิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีโครงการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย และโครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน ส่วนกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีโครงการรวมกลุ่มเกษตรกรกรเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อกระจายรายได้ในชุมชน และโครงการสร้างเครือข่ายหมู่บ้านการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต มีโครงการตลาดนัดวัฒนธรรมวัดอาน และโครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ เจ้าบ้านที่ดี และปราชญ์ชุมชนสำหรับผู้สูงวัย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบางแม่หม้าย ส่วนกลยุทธ์พัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก มีโครงการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และโครงการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาจิต ผีกลสติ ผีกลสมาธิ ณ วัดบางแม่หม้าย

ในการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนบางแม่หม้าย ได้ร่วมกันดำเนินการโครงการนำร่องเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยเริ่มจากการตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย ซึ่งมีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 11 คน มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารงานของชมรม ตำแหน่ง และความรับผิดชอบ การสร้างองค์ความรู้จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ณ องค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ เป็นสถานที่จัดอบรม จำนวน 1 วัน ซึ่งเนื้อหาการจัดอบรมประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์ กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์และศึกษาวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชน ผักปฏิบัติสำรวจและจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน การสื่อความหมาย การท่องเที่ยวชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผักปฏิบัติการเป็นมััคคุเทศก์ นักสื่อความหมาย ซึ่งในการอบรมครั้งนี้เป็นการสร้างทักษะในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับสมาชิกในชมรมและประชาชนในชุมชนเพื่อที่จะให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและเกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย ได้ร่วมกันออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และได้ร่วมกันสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยนักท่องเที่ยวมีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านในชุมชน เพื่อตรวจสอบว่ามีความเหมาะสม

และควรปรับปรุงอย่างไร และได้จัดทำแผนผังเส้นทางการทำงานที่เกี่ยวข้องชุมชน นอกจากนี้ ชมรมยังได้จัดทำโปรแกรมการทำงานที่เกี่ยวข้องชุมชนบางแม่หม้าย 1 วัน คือ โปรแกรม สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระแทะ “แซะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ซ้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย มีการเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวและบริการการทำงานที่เกี่ยวข้อง การเตรียมความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว ฝ่ายนำชมด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งมีการเตรียมความพร้อมด้านบริการการทำงานเที่ยว ได้แก่ การบริการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์และนักสื่อความหมายการบริการรถจักรยานฟรีสำหรับนักท่องเที่ยว การบริการอาหารและเครื่องดื่ม และการเตรียมความพร้อมแก่ประชาชนทั่วไปในหมู่บ้าน เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การทำงานโดยชุมชนสู่ภายนอกทางชมรมได้ตกลงร่วมกันในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วิดิทัศน์ออนไลน์ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการทำงานเที่ยวของชุมชนให้สังคมภายนอกรู้จักและมาเยือน และได้นำสื่อประชาสัมพันธ์ไปวางไว้ตามศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ขั้นตอนต่อไป คือ การทดลองจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อให้คณะกรรมการชมรมพัฒนาการทำงานเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายเกิดกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการลงมือปฏิบัติ ประสานงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนรวมถึงการประเมินผลเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกิจกรรมและการบริการการทำงานเที่ยวของชุมชนให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และขั้นตอนสุดท้าย คือ การติดตามและประเมินผลการดำเนินการโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการทำงานเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในชุมชนบางแม่หม้าย

การประเมินผลเชิงปริมาณด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ร่วมวิจัยร่วมกับสมาชิกชมรม ได้ดำเนินการประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวนำร่อง จำนวน 15 คน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการทำงานเที่ยวชุมชนโดยชุมชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย ได้แก่ 1) การบริหารจัดการการทำงานเที่ยวและความปลอดภัย 2) การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว 3) อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก และ 4) กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน โดยผลความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 45-54 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่

ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว ด้านอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก และกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว รองลงมา คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก และกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน ตามลำดับ

ในการประเมินผลเชิงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางแม่หม้าย กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาชุมชนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในรูปแบบแบรนด์ 4 แปรนด์ ได้แก่ 1) แปรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ปันจักรยานสุดอากาศบริสุทธิ์กลางทุ่งนาข้าว ชมวิวทิวทัศน์เรียงร้อยต้น สัมผัสวิถีชีวิตเกษตรพอเพียง จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่ปลอดภัยไร้สารพิษ 2) แปรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างแพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระบะ “แซะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ช้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ 3) แปรนด์ท่องเที่ยวเชิงสังคม เยือนหมู่บ้านท่องเที่ยวเข้มแข็งปกครองตนเองบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน 4) แปรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขับเคลื่อนด้วยพลังบวร วัดอาน ศึกษาความเป็นมา ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนบางแม่หม้าย เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ซึ่งผลการประเมินมีรายละเอียด ดังนี้

ในด้านวิสัยทัศน์ของการพัฒนาชุมชนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในรูปแบบแบรนด์ 4 แปรนด์ ชุมชนมีความคิดเห็นว่า แปรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ปันจักรยานสุดอากาศบริสุทธิ์กลางทุ่งนาข้าว ชมวิวทิวทัศน์เรียงร้อยต้น สัมผัสวิถีชีวิตเกษตรพอเพียง จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ที่ปลอดภัยไร้สารพิษ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระดับมากที่สุด แปรนด์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ โดยชุมชนมีความพึงพอใจระดับมาก นอกจากนี้ชุมชนยังลงความคิดเห็นว่า ควรจัดให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนวันการท่องเที่ยว จากวันเดียว เป็น 2 วัน 1 คืน เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนที่เป็นโฮมสเตย์ แปรนด์ท่องเที่ยวเชิงสังคม ชุมชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในระดับมาก โดยทาง

คณะกรรมการการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ลงความเห็นว่าเป็นการเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นสามารถปกครองตนเองและเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และสุดท้ายแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ ชุมชนมีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงเรื่องประเพณีของชุมชน ให้มีการปลูกจิตสำนึกให้กับเยาวชนรุ่นหลังให้ได้สืบทอด เพื่อเป็นจุดมุ่งหมายในการศึกษาประเพณีของชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ประชุมลงความเห็นต่อโครงการนำร่อง ภายใต้กลยุทธ์ ว่า มีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์แก่ชุมชน โดยเฉพาะโครงการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา โดยการใช้ พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ในระบบการจัดการน้ำ และโครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ และนำพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) มาจัดการระบบการจัดการน้ำ เพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยที่ประชุมมีความเห็นว่าควรตั้งงบประมาณในการจัดซื้อแผง Solar Cell จากองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ในการดำเนินโครงการระยะแรก และควรจัดสรรรายได้จากชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมาดำเนินการจัดซื้อในระยะต่อไป ส่วน โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และป้ายบอกทางภายในชุมชน ที่ประชุมมีความเห็นว่า ควรมีป้ายสื่อความหมายในทุกฐานการเรียนรู้ และนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) เข้ามาใช้ในการสื่อความหมาย และควรมีภาษาต่างประเทศเพิ่มเติมด้วย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะมีโอกาสเข้ามาท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายในอนาคต ส่วนกลยุทธ์การจัดการทรัพยากร ได้มีการวางแผนร่วมกันโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ จะดำเนินการในเบื้องต้นร่วมกับชุมชน ซึ่งจะค่อยๆพัฒนา ชุมชนสีเขียวต้นแบบในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) บนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว เพราะค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ส่วนโครงการคัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ ได้รับความร่วมมือจากชุมชนในการเข้าร่วมโครงการคัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด ได้มีการทดลองจัดการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย ทางชุมชนลงความเห็นว่าจะพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายออนไลน์เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook YouTube TripAdvisor Line โดยมีการปรึกษาร่วมกันกับผู้วิจัย และมีมติให้เชิญ

วิทยากร ให้เข้ามาอบรมให้ความรู้และสอนเทคนิคการตลาดเพื่อให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนจัดทำโปสเตอร์ และแผ่นพับการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย และนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนมีความเห็นว่า แพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระบะ “ชะชะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ซ้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย และชิมอาหารเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสุขภาพ ฦ บางแม่หม้าย เป็นโปรแกรมที่น่าสนใจ แต่ควรมีการปรับปรุงเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนที่เป็นโฮมสเตย์ และควรมีการวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งในอนาคตจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเป็นหลักของนักท่องเที่ยว และเพิ่มกิจกรรมบางอย่างให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

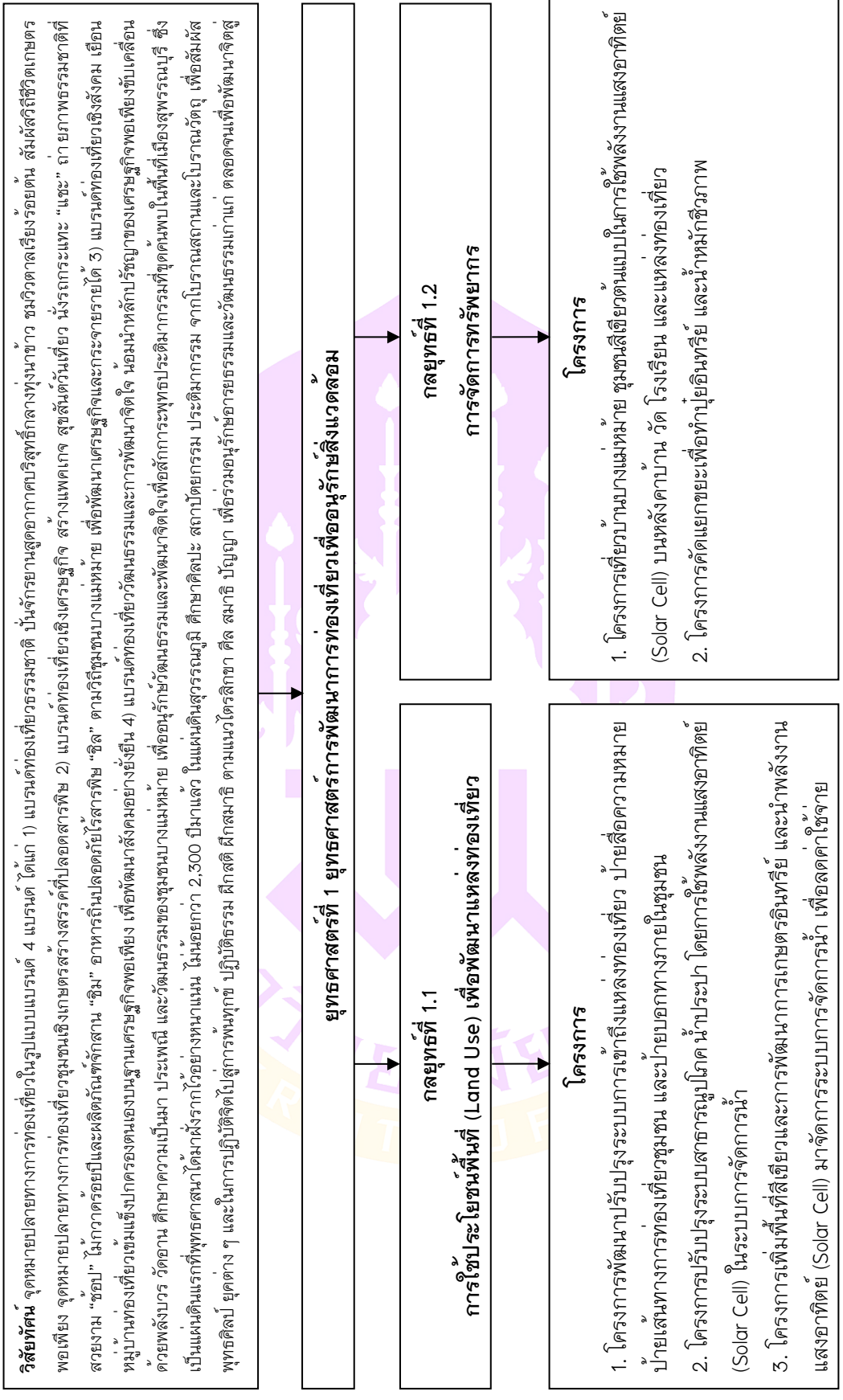
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโครงการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย โดยชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการและดำเนินการในรูปแบบชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย มีการจัดประชุมคณะกรรมการประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งผลการดำเนินการเป็นที่น่าพอใจ สำหรับโครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน ชุมชนให้ความร่วมมือในการเข้ารับการอบรมเป็นอย่างดี สมาชิกในชมรมมีความภาคภูมิใจที่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและร่วมกันบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการบริการนักท่องเที่ยวในฐานะเจ้าบ้านที่ดี กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว โครงการภายใต้กลยุทธ์นี้เป็นที่น่าพอใจ ซึ่งทางชุมชนได้มีการสร้างความร่วมมือกับชุมชนใกล้เคียง เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ทำให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งการดำเนินการในลักษณะนี้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยในอนาคตชุมชนได้สังเกตเห็นว่า ควรมีการจัดตั้งสหกรณ์ชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำผลผลิตมาขายที่สหกรณ์ได้ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน โครงการตลาดนัดวัฒนธรรมวัดอาาน เป็น

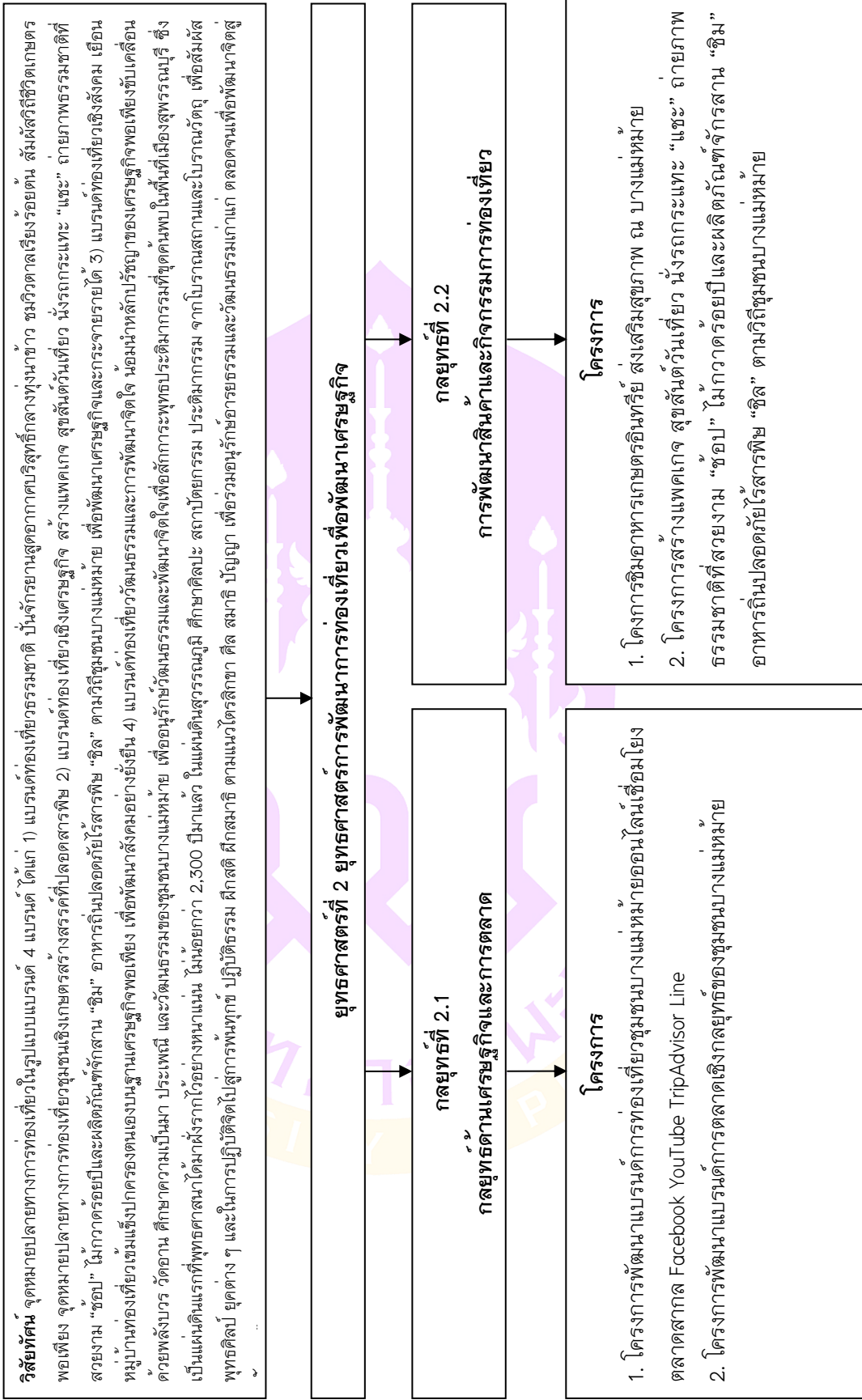
โครงการที่ดี เพราะเป็นการให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้กับคนในชุมชน สำหรับโครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ เจ้าบ้านที่ดี และปราชญ์ชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบางแม่หม้าย ทางชุมชนลงความเห็นว่าจะมีการจัดทำเอกสารเนื้อหาเป็นคู่มือการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานการรับรู้ร่วมกันและส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในชุมชน กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกความร่วมมือในการเข้ารับการดำเนินโครงการเป็นอย่างดี โดยมีแกนนำในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและส่งเสริมคุณธรรม ผีกลสติ สมาธิ นอกจากนี้ยังร่วมกันสืบสานวัฒนธรรม วิถีชีวิตและประเพณีท้องถิ่นให้ยังคงอยู่

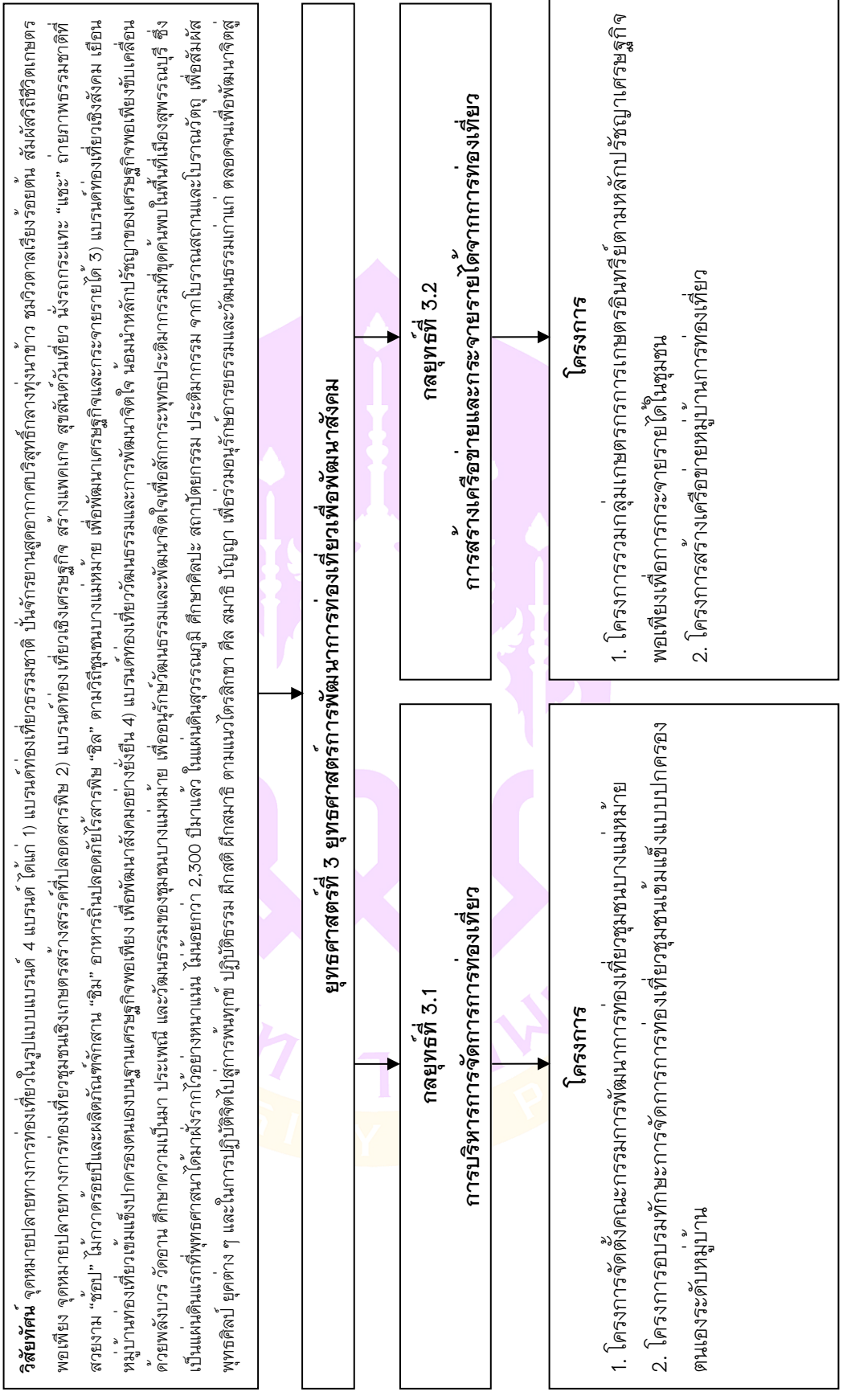
นอกจากนี้ ที่ประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวว่าจะต้องมีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ในปัจจุบันมีการระบาดของโควิด 19 ทางชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย ควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความชัดเจน เพื่อเป็นการป้องกันคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านบนอินเทอร์เน็ตตามช่องทางต่างๆ และควรจัดทำเป็นคลิปวิดีโอการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tour)

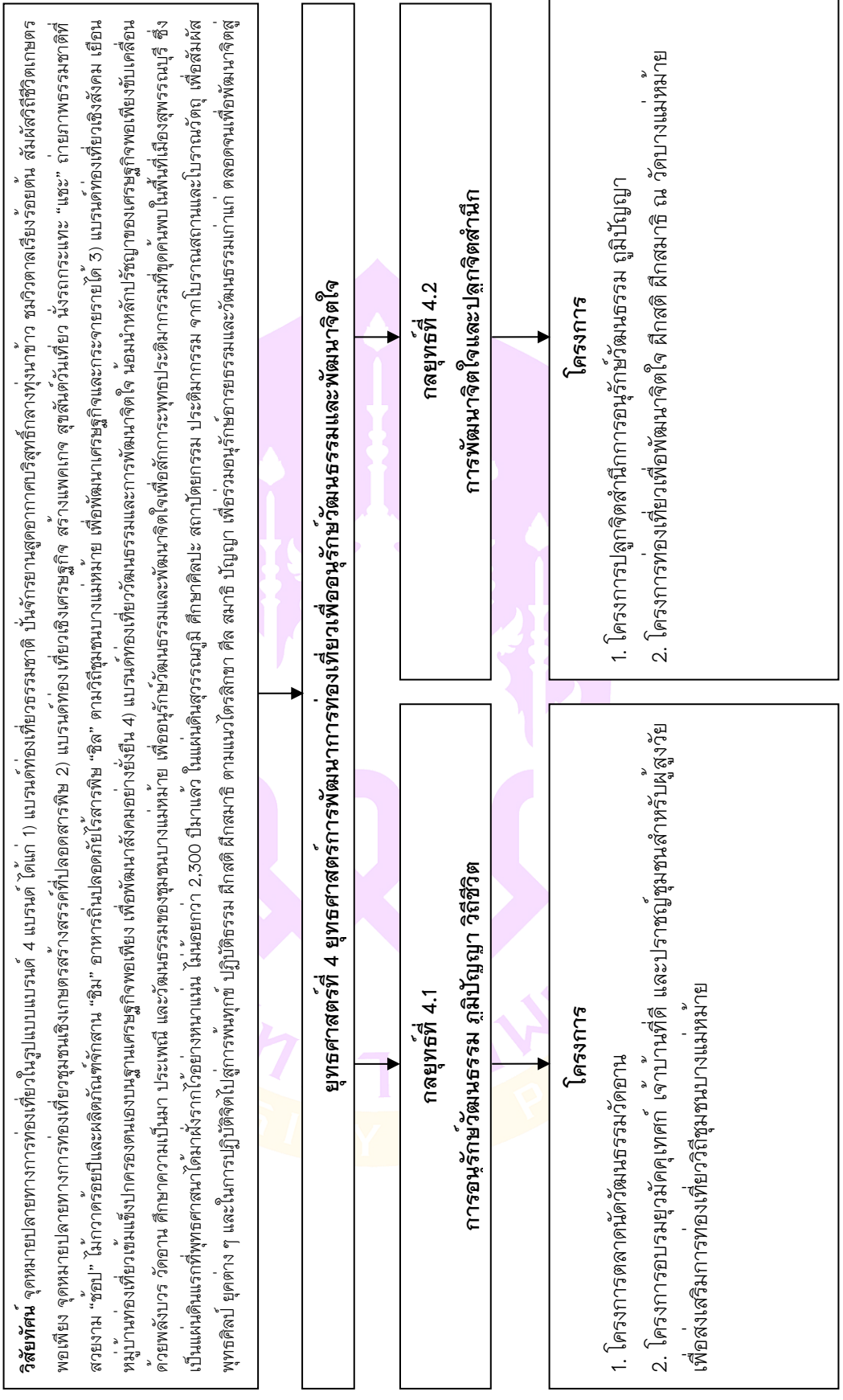
ชุมชนและผู้วิจัยได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายในรูปแบบ SEA ดังนี้



ภาพ 72 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม







สรุปแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตาราง 55 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ของชุมชนบางแม่หม้าย

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
1. โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และป้ายบอกทางภายในชุมชน	มีป้ายบอกทางและเส้นทาง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา โดยการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ในระบบการจัดการน้ำ	มีการจัดการระบบจัดการน้ำ โดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
3. โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ และนำพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) มาจัดการระบบการจัดการน้ำ เพื่อลดค่าใช้จ่าย	มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียว	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร					
1. โครงการเที่ยวบ้านบางแม่หม้าย ชุมชนสีเขียวต้นแบบในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) บนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว	มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์	✓	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
2. โครงการคัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ	มีปุ๋ยอินทรีย์และน้ำหมักชีวภาพ	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 56 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ของชุมชนบางแม่หม้าย

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด					
1. โครงการพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายออนไลน์เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook YouTube TripAdvisor Line	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการพัฒนาแบรนด์การตลาดเชิงกลยุทธ์ของชุมชนบางแม่หม้าย	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง				แผนระยะสั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1. โครงการชิมอาหารเกษตรอินทรีย์ส่งเสริมสุขภาพ ณ บางแม่หม้าย	มีแพ็คเกจชิมอาหารเกษตรอินทรีย์	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างแพ็คเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นุ่งรัดกระแทะ “ชะะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ซ้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่นปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย	มีแพ็คเกจสุขสันต์วันเที่ยว	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

ตาราง 57 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 3 ของชุมชนบางแม่หม้าย

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
1. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว					
1. โครงการรวมกลุ่มเกษตรกรกรการเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการกระจายรายได้ในชุมชน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างเครือข่ายหมู่บ้านการท่องเที่ยว	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง				แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 58 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 4 ของชุมชนบางแม่หม้าย

โครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต					
1. โครงการตลาดนัดวัฒนธรรมวัดอาน	มีตลาดวัฒนธรรมวัดอาน	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2
2. โครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ เจ้าบ้านที่ดี และปราชญ์ชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบางแม่หม้าย	มีการอบรมอย่างน้อย 1-2 ครั้ง	✓	✓	✓	ปี แผนระยะสั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก					
1. โครงการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาจิตใจ ผักสด ผักสมานิ ธน วัดบางแม่หม้าย	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า การทำวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้วิจัยได้ร่วมกันค้นพบว่า จังหวัดสุพรรณบุรี มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดสุพรรณบุรี (Suphanburi) ตั้งอยู่บริเวณภาคกลางด้านทิศตะวันตกของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ในเขตภาคกลางด้านตะวันตกของประเทศไทย มีอายุถึงยุคหินใหม่ ประมาณ 3,500 – 4,000 ปี สืบต่อเนื่องมาจนถึงยุคสัมฤทธิ์และยุคเหล็กอายุราว 2,500 ปี ล่วงเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน อมรวิดี ทวารวดี ลพบุรี อุทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน สุพรรณบุรี เป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของอยุธยาด้านตะวันตกในประวัติศาสตร์ โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564 ได้มีการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยปรับปรุงและ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม มีความหลากหลาย และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) นอกจากนี้ยังสอดคล้อง งานวิจัยของนรินทร์ สังข์รักษา สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และณัฐธยาน์ ตั้งถาวรสกุล ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านดงเย็นในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทงทอง (2560) พบว่าการศึกษาศาภาพการณ ชุมชนบ้านดงเย็น มีการเตรียมความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองโบราณอุทงทองอยู่ในระดับมาก ศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็นอยู่ในระดับมาก มีบริบทของพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทงทองอยู่ในระดับมาก ความต้องการในการพัฒนาพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทงทองอยู่ในระดับมาก ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมายของจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยขออภิปรายว่า มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมรณรงค์ ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชนนักท่องเที่ยว และองค์กรต่าง ๆ และมีกิจกรรมที่สามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยววิถีกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นต้น สำหรับศักยภาพการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการทำการตลาดการประชาสัมพันธ์จังหวัด และการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว สร้างการรับรู้เรื่องราวของจังหวัดสุพรรณบุรี ผ่านการนำเสนอข้อมูลเป็นรูปแบบวิดีโอ ภาพ และเสียงเสมือนจริง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ด้วยเทคโนโลยี VR (Virtual Reality) อาทิ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในลักษณะนี้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ.2560-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาองค์ความรู้ และส่งเสริมนวัตกรรมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์ในการพัฒนา คือ 1) พัฒนาและจัดการองค์ความรู้ พร้อมส่งเสริมนวัตกรรมด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ส่งเสริมและ

พัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยรวบรวมองค์ความรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและงานศึกษาวิจัยที่ผ่านมา เพื่อใช้วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการเผยแพร่องค์ความรู้ ผลการศึกษา วิจัย และนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีการนำนวัตกรรม QR Code มาใช้เพื่อพัฒนาการให้บริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีการนำเสนอในภาษาต่างๆ เช่น ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภกร ชูทรงเดช (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารความรู้ผ่านนวัตกรรม QR Code: กรณีศึกษาแหล่งโบราณคดีเพิงผาบ้านไร่ อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน กล่าวว่า นวัตกรรม QR Code มีศักยภาพในการเข้าถึงความรู้ที่สะดวกรวดเร็ว เกิดประโยชน์ทั้งด้านการศึกษาสำหรับนักเรียนในท้องถิ่น และส่งเสริมประสบการณ์ใหม่สำหรับท่องเที่ยวชุมชน การนำไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ด้านการศึกษาต้องพัฒนาทั้งโครงข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ และนักสื่อสารชุมชนใช้นวัตกรรมให้เกิดประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยขออภิปรายว่า จังหวัดสุพรรณบุรีควรส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวทั้งจังหวัดนำนวัตกรรม QR Code มาใช้ในการสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทั้งจังหวัดเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล การปฏิบัติตนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในภาษาที่ตนเองเข้าใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และยกระดับแหล่งท่องเที่ยวสู่ความเป็นสากล ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับกลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์ ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีในอนาคต นอกจากนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่า จังหวัดควรพัฒนาเว็บไซต์จังหวัด (Website) ในรูปแบบระบบจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management System: DMS) เชื่อมฐานข้อมูลการท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี กับฐานข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ต้องมีการนำเสนอแบรนด์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ผ่านสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook YouTube Twitter TripAdvisor เป็นต้น เพื่อให้จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของโลก

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญภา สุขคร พัทพร วิภาครีนิมิต และสิริณัฐเศรษฐสุภาจันทรสุข ทำการวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การจัดการลุ่มน้ำวังแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (2560) จากการศึกษาพบว่าการจัดการลุ่มน้ำวัง ทั้ง 4 รูปแบบมีศักยภาพความพร้อมของการจัดการลุ่มน้ำวังในหลายด้านประกอบด้วย ศักยภาพและความพร้อมทางด้านทรัพยากรสนับสนุนของภาครัฐ การมีหน่วยงานกลางประสานเชื่อมโยงพื้นที่ภายในลุ่มน้ำทั้งระบบความเข้มแข็ง และวิสัยทัศน์ของผู้นำชุมชน ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ท้องถิ่น และความรู้ลึกเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมของชุมชน และขณะเดียวกันก็มีปัญหาอุปสรรคในการจัดการลุ่มน้ำวังในหลายด้านเช่นกัน อาทิ การจัดการแบบแยกส่วนของภาครัฐ การจัดการที่ขาดองค์ความรู้ และส่งเสริมองค์ความรู้ การจัดการของภาครัฐที่ขาดการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมและการเข้าถึงสภาพปัญหาอย่างแท้จริง ซึ่งผู้วิจัยขออภิปรายว่า ปัจจุบันจังหวัดสุพรรณบุรี เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีการเชิญตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งประชาชน ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยวเข้าร่วมเพื่อแสดงความคิดเห็นสะท้อนปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ เห็นได้จากการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 – 2565 ทบทวนปี 2563 และสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว 1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล 2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรม ทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่ม

ช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยขออภิปรายว่าการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนที่สุด การให้ความสำคัญกับชุมชนในการเข้ามาบริหารจัดการชุมชนด้วยตนเองจะส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้และแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนจะยังคงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ ประกอบด้วยจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดราชบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี จัดอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือได้ว่าเป็นดินแดนมหัศจรรย์แห่งสายน้ำและขุนเขาความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติเหมาะแก่การเกษตรกรรมไม่ว่าจะเป็นข้าวพืชผักไร่ไม้ผล การประมงและปศุสัตว์ทำให้กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๑ มีศักยภาพในการเป็นแหล่งผลิตอาหารเพื่อสนับสนุนนโยบายครัวโลกของรัฐบาล เป็นพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแนวเขตชายแดนติดต่อกับพม่าระยะทางประมาณ ๔๕๐ กิโลเมตร เหมาะแก่การค้าชายแดนแต่ละจังหวัดเป็นจังหวัดขนาดกลางที่มีประชากรใกล้เคียงกันซึ่งเหมาะแก่การบริหารการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด อารยธรรมทวารวดีไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยกระดับการท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียงเน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด โดยมีประเด็น “อารยธรรมทวารวดี” เป็นกรอบ ในการดำเนินการ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม อารยธรรมทวารวดี วิถีชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ เพื่อรักษา ความอุดมสมบูรณ์และสภาพแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะมุ่งเน้นทางการประชาสัมพันธ์ การมีโอเวนท์หรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังกลุ่มจังหวัด โดยจะต้องมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรม ตลอดจนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงสินค้าด้านการท่องเที่ยว ให้สื่อความหมาย ถึงอารยธรรมทวารวดี ดังนั้น ผู้วิจัยขออภิปรายว่า การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อส่งเสริมศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี นั้น จังหวัดควรวางแผนทางการพัฒนาและการจัดการ ซึ่งต้องนำมาใช้กับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบในทุกพื้นที่จุดหมายปลายทาง โดยมีหลักการที่ครอบคลุมการพัฒนา

ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและการพัฒนาจิตใจ ซึ่งต้องเป็นการพัฒนาที่มีความสมดุลของทุกด้านไม่เอนเอียงไปด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อประกันความยั่งยืนของทรัพยากรในระยะยาว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า การทำวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยภาครัฐบาล ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้วิจัยได้ร่วมกันค้นพบว่า แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี มีวิสัยทัศน์ อันดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่นระดับโลก “เยือนสุพรรณบุรี สูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุกระทีง เนป่าเส้นทางสู้อยอดเขาเทวดาบนป่าที่บ กางเดินที่ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุทองสุวรรณ ร่วมกันเสริมสร้างธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราศจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ การส่งเสริมสร้างสรรคนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ การดูแลรักษาและ ปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนา การท่องเที่ยวในเมืองรองการพัฒนา การท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และการส่งเสริม

ความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man-Made Attractions) ดังนั้นจังหวัดสุพรรณบุรี จึงเหมาะอย่างยิ่งที่จะพัฒนา โครงการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยานและป่าสงวน สอดคล้องกับ ธรรมนูญ เอกราจินดาวัฒน์ ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี (2561) พบว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง มี 6 ด้าน ได้แก่ (1) พัฒนาสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เช่น การจัดกิจกรรมยกยอ การชมวิถีการทำน้ำตาล เป็นต้น (2) เพิ่มช่องทาง การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น เข้าถึงข้อมูลด้วยเว็บไซต์ หรือเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยจักรยาน เป็นต้น (3) เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น (4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การสัมผัสวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวระหว่างท่าเรือ การศึกษาการทำน้ำตาล เป็นต้น (5) การบริการการท่องเที่ยว เช่น เพิ่มจุดประชาสัมพันธ์แนะนำการท่องเที่ยว จำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น และ (6) การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว และคนในชุมชน รวมทั้งสร้างเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวระหว่าง 6 ท่าเรือ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนใกล้เคียง

วิสัยทัศน์ อันดับที่ 2 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี จะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลายร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการผจญภัย เดินป่า นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ฉลามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วมมหกรรมอาหารปลอดภัยและยาฆ่าแมลง เพื่อเสริมสร้างสุขภาพปลอดภัยจากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน” ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับ

ประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรม ทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0 และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริม วิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด โดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Story Telling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

วิสัยทัศน์ อันดับที่ 3 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลกหลายด้วยเชื้อชาติและชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่างด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยพื้นถิ่น ที่อำเภออู่ทอง ชุมชนจีน ในย่านธุรกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบางลี่ แวะเวียนไปทักทายคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยงที่ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออู่ทอง เป็นหนึ่งเดียวในสังคมเมืองเสียดสุพรรณ” สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการความร่วมมือระหว่างประเทศ ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิผล การเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลัก การกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น

ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนากระบวนการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ จัดสรรงบประมาณและ บุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยง และแผนบริหารจัดการภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ และงานวิจัยของ ประยูร อิมิวัตร์ นำขวัญ วงศ์ประทุม กฤษณะ สมควร และอรุณ อินเทพ ทำการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนตามแนวพระราชรัฐ ในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย (2562) พบว่า แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนในอำเภอเวียงชัย มี 8 ประเด็น ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว 2) ความสามารถในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวเชิงระบบ 3) การสร้างความเข้าใจของชุมชนต่อการท่องเที่ยว 4) การสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายพระราชรัฐ 5) ความสามารถของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว 6) การสร้างความสามารถในการแข่งขัน 7) การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน 8) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นผลสังเคราะห์การร่วมรังสรรค์ (Co-Creation) ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ที่มีฐานคิดจากการ “ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์” และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนในอำเภอเวียงชัย ซึ่งเป็นการวางยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยว 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางการประชาสัมพันธ์ 2) แนวทางการจัดการท่องเที่ยว 3) แนวทาง การอนุรักษ์ การฟื้นฟูวัฒนธรรม 4) แนวทางการใช้ประโยชน์ร่วมกัน ภายใต้ความภาคภูมิใจและหวงแหนในแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนซึ่งเป็นทรัพยากรของตนเอง และนวัตกรรม สังข์รักษา สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และณัฐชยาน์ ตั้งถาวรสกุล ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านดงเย็นในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง (2560) การศึกษาสภาพการณ์ ชุมชนบ้านดงเย็น มีการเตรียมความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวเมืองโบราณอุทองอยู่ในระดับมาก ศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านดงเย็นอยู่ในระดับมาก มีบริบทของพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทองอยู่ในระดับมาก ความต้องการในการพัฒนาพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทองอยู่ในระดับมาก การศึกษาดูงาน กิจกรรมใบงาน การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการถอดบทเรียน ได้ผล 9 กิจกรรม การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวโดยจักรยาน การจัดทำป้ายแหล่งท่องเที่ยว

เชิงเกษตร และแผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ และจัดทำคู่มือการเกษตรอินทรีย์ บ้านดงเย็น จากผลการดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจัยนำสู่ความสำเร็จจาก ผู้นำและความร่วมมือของชุมชน และเกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์บ้านดงเย็น

วิสัยทัศน์ อันดับที่ 4 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี จะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ “เยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์สมัยยุคหินใหม่ เมื่อ 3,500 - 4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุคเหล็ก ล่องเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวารวดี ลพบุรี อุทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบันเยือนเมืองโบราณอุทองเพื่อสักการะพุทธประติมากรรมที่ขุดค้นพบในพื้นที่เมืองสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นแผ่นดินแรกที่พระพุทธศาสนาได้มาฝังรากไว้อย่างหนาแน่น ไม่น้อยกว่า 2,300 ปีมาแล้ว ในแผ่นดินสุวรรณภูมิ ศิลปะสถาปัตยกรรม ประติมากรรมจากโบราณสถานและโบราณวัตถุ เพื่อสัมผัสพุทธศิลป์ยุคต่าง ๆ และในการปฏิบัติจิตไปสู่การพ้นทุกข์ ปฏิบัติธรรม ฝึกสติ ฝึกสมาธิ ตามแนวไตรสิกขา ศิล สมาธิปัญญา เพื่อรวมอนุรักษ์อารยธรรมและวัฒนธรรมเก่าแก่ ตลอดจนเพื่อพัฒนาจิตสู่ปัญญา” สอดคล้องกับคตินิต อรรถวฤกษ์กุล นรินทร์ สังข์รักษา และสมชาย ลักษณะานุกรักษ์ ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี (2560) พบว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษามีความพร้อมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาภาพรวมอยู่ในระดับมาก การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รูปแบบ มีชื่อเรียกว่า “MADANA Model” มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) M=Managing to Tourism (การจัดการการท่องเที่ยว) 2) A=Attraction for Tourism (สิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว) 3) D=Diversity of Tourism (ความหลากหลายของการท่องเที่ยว) 4) A=Activity of Tourism (กิจกรรมทางการท่องเที่ยว) 5) N=Networking of Tourism (เครือข่ายการท่องเที่ยว) และ 6) A=Amenity of Tourism (ความประทับใจในการท่องเที่ยว) และนพวรรณ วิเศษสินธุ์ นางเยาว์ อุทุมพร ชูชาติ พวงสมจิตร และธีรพงษ์ บุญรักษา ทำการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธแบบยั่งยืนจังหวัดปทุมธานี (2561) ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธแบบยั่งยืนจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเกิดความยั่งยืน
 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4
 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีรัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบรวมกลุ่ม โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง และยุทธศาสตร์ที่ 7 ยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยยุทธศาสตร์ที่ 1-5 มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 5 ด้านของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ณ พื้นที่กรณีศึกษา

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนบางแม่หม้าย ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ดังต่อไปนี้ ชุมชนบางแม่หม้าย หมู่ที่ 4 ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ภาคกลางของประเทศไทย เป็นพื้นที่ราบลุ่มมีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน มีต้นทุนทางทรัพยากร ธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่สามารถนำมาต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่า และสามารถนำมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับพหุ มุตร ทำการวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร (2562) ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบางกอกน้อย กรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านทรัพยากร ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านการมีส่วนร่วมของการปลุกจิตสำนึกในการพัฒนา การท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย ได้นำวิสัยทัศน์มากำหนดเป็นเป้าหมาย กำหนดทิศทางการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับพิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งสัจด์ (2556) ที่กล่าวถึง การท่องเที่ยวชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการ ทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยววันนั้น ๆ และมีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดจากการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนนั้น มีจุดขายที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต การอนุรักษ์ รวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบเพื่อสร้างความยั่งยืนสู่คนรุ่นหลานและเกิดประโยชน์

ต่อท้องถิ่นแท้จริง โดยชุมชนบางแม่หม้าย ได้มีการจัดตั้งชมรมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้ายขึ้น มีการกำหนดโครงสร้างและหน้าที่ตามทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural-Functionalism) ที่มีการอุปมาว่าโครงสร้างของสังคมเป็นเสมือนร่างกายที่ประกอบไปด้วยเซลล์ต่าง ๆ และมองว่าหน้าที่ของสังคมก็คือการทำหน้าที่ของอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย โดยแต่ละส่วนจะช่วยเหลือและเกื้อกูลซึ่งกันและกันเพื่อให้ระบบทั้งระบบมีชีวิตดำรงอยู่ได้ อนึ่งการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จ เกิดความยั่งยืนในทุกมิติจึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชน ดังนั้นการจัดตั้งชมรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นหนึ่งในวิธีการของการพัฒนาชุมชนบางแม่หม้าย ซึ่งการจัดตั้งชมรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น สอดคล้องกับ กมลชนก จันทร์เกตุ (2560) ศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของเกาะยอเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในรูปแบบคณะกรรมการ มีแผนงานด้านท่องเที่ยว มีระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืนที่มีความสมดุลของการพัฒนาในมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้เงื่อนไขการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกๆ กระบวนการ

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยขออภิปรายว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวและความปลอดภัย การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว ด้านอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก และกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้ายอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว รองลงมา คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก และกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 – 2565 ในประเด็นที่ 2 พัฒนาการท่องเที่ยวและการกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ กิจกรรมแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก ของฝาก และงานประเพณีทุกอำเภอ

ในด้านวิสัยทัศน์ของการพัฒนาชุมชนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในรูปแบบแบรนด์ 4 แบรินด์ ชุมชนมีความคิดเห็นว่า แบรินด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ปันจักรยานสูดอากาศ บริสุทธิ์กลางทุ่งนาข้าว ชมวิวดาลเรียงร้อยต้น สัมผัสวิถีชีวิตเกษตรพอเพียง จุดหมาย

ปลายทางการท่องเที่ยวชุมชนเชิงเกษตรสร้างสรรค์ ที่ปลอดภัยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระดับมากที่สุด แปรนัยการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ โดยชุมชนมีความพึงพอใจระดับมาก นอกจากนี้ชุมชนยังลงความคิดเห็นว่า ควรจัดให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนวันการท่องเที่ยว จากวันเดียว เป็น 2 วัน 1 คืน เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนที่เป็นโฮมสเตย์ แปรนัยการท่องเที่ยวเชิงสังคม ชุมชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในระดับมาก โดยทางคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ลงความคิดเห็นว่า เป็นการเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นสามารถปกครองตนเองและเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และสุดท้ายแปรนัยการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ ชุมชนมีความเห็นว่า ควรมีการปรับปรุงเรื่องประเพณีของชุมชน ให้มีการปลูกจิตสำนึกให้กับเยาวชนรุ่นหลังให้ได้สืบทอด เพื่อเป็นจุดมุ่งหมายในการศึกษาประเพณีของชุมชน สอดคล้องกับพหุอม ธรรมบุตร ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาแปรนัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร (2562) ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานครมีศักยภาพความพร้อมในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาแปรนัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ของจุดหมายปลายทางเขตบางกอกใหญ่ แนวทางการสร้างแปรนัยจุดหมายปลายทาง 4.0 ได้แก่ การสร้างส่วนประสมของจุดหมายปลายทาง การสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของแปรนัยจุดหมายปลายทางเพื่อสร้างแปรนัยจุดหมายปลายทางของเขตบางกอกใหญ่ 4.0 ซึ่งมีเนื้อหาของแปรนัย 4 ประเภท แปรนัยด้านธรณีสัณฐานและธรรมชาติ แปรนัยด้านศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น แปรนัยวิถีชีวิตพหุวัฒนธรรมและวิถีริมน้ำ แปรนัยท่องเที่ยวมิติจิตพุทธศาสนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ประชุมลงความเห็นต่อโครงการนำร่อง ภายใต้กลยุทธ์ว่า มีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์แก่ชุมชน โดยเฉพาะโครงการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค น้ำประปา โดยการใช้ พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ในระบบการจัดการน้ำ และโครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ และนำพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) มาจัดการระบบการจัดการน้ำ เพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยที่ประชุมมีความเห็นว่าควรตั้งงบประมาณในการจัดซื้อแผง Solar Cell จากองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ในการดำเนินโครงการระยะแรก และควรจัดสรรรายได้จากชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมาดำเนินการจัดซื้อในระยะต่อไป ส่วน โครงการพัฒนา

ปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และป้ายบอกทางภายในชุมชน ที่ประชุมมีความเห็นว่า ควรมีป้ายสื่อความหมายในทุกฐานการเรียนรู้ และนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) เข้ามาใช้ในการสื่อความหมาย และควรมีภาษาต่างประเทศเพิ่มเติมด้วย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะมีโอกาสเข้ามาท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายในอนาคต ส่วนกลยุทธ์การจัดการทรัพยากร ได้มีการวางแผนร่วมกันโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ จะดำเนินการในเบื้องต้นร่วมกับชุมชน ซึ่งจะค่อยๆ พัฒนา ชุมชนสีเขียวต้นแบบในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) บนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว เพราะค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ส่วนโครงการตัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ ได้รับความร่วมมือจากชุมชนในการเข้าร่วมโครงการตัดแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด ได้มีการทดลองจัดการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย ทางชุมชนลงความเห็นว่า ควรที่จะพัฒนาแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้ายออนไลน์เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook YouTube TripAdvisor Line โดยมีการปรึกษาร่วมกันกับผู้วิจัย และมีมติให้เชิญวิทยากร ให้เข้ามาอบรมให้ความรู้และสอนเทคนิคการตลาดเพื่อให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนจัดทำโปสเตอร์ และแผ่นพับการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย และนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนมีความเห็นว่า แพคเกจ สุขสันต์วันเที่ยว นั่งรถกระบะ “ชะะ” ถ่ายภาพธรรมชาติที่สวยงาม “ช้อป” ไม้กวาดร้อยปีและผลิตภัณฑ์จักสาน “ชิม” อาหารถิ่น

ปลอดภัยไร้สารพิษ “ซิล” ตามวิถีชุมชนบางแม่หม้าย และชิมอาหารเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมสุขภาพ ณ บางแม่หม้าย เป็นโปรแกรมที่น่าสนใจ แต่ควรมีการปรับปรุงเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนที่เป็นโฮมสเตย์ และควรมีการวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งในอนาคตจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเป็นหลักของนักท่องเที่ยว และเพิ่มกิจกรรมบางอย่างให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561-2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาลิขสิทธิ์สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาลิขสิทธิ์สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น และพัฒนาจอบพลีเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโครงการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย โดยชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการและดำเนินการในรูปแบบชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบางแม่หม้าย มีการจัดประชุมคณะกรรมการประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งผลการดำเนินการเป็นที่น่าพอใจ สำหรับโครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน ชุมชนให้ความร่วมมือในการเข้ารับการอบรมเป็นอย่างดี สมาชิกในชมรมมีความภาคภูมิใจที่เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและร่วมกันบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการบริการนักท่องเที่ยวในฐานะเจ้าบ้านที่ดี กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว โครงการภายใต้กลยุทธ์นี้เป็นที่น่าพอใจ ซึ่งทางชุมชนได้มีการสร้างความร่วมมือกับชุมชนใกล้เคียง เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ทำให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งการดำเนินการในลักษณะนี้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยในอนาคตชุมชนได้สังเกตเห็นว่า ควรมีการจัดตั้งสหกรณ์ชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำผลผลิตมาขายที่สหกรณ์ได้ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน สอดคล้องกับ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561–2564 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา , 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรม ทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน โครงการตลาดนัดวัฒนธรรมวัดฮาน เป็นโครงการที่ดี เพราะเป็นการให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้กับคนในชุมชน สำหรับโครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ เจ้าบ้านที่ดี และปราชญ์ชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนบางแม่หม้าย ทางชุมชนลงความเห็นว่าจะมีการจัดทำเอกสารเนื้อหาเป็นคู่มือการท่องเที่ยวชุมชนบางแม่หม้าย เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานการรับรู้ร่วมกันและส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในชุมชน กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกความร่วมมือในการเข้ารับการดำเนินโครงการเป็นอย่างดี โดยมีแกนนำในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและส่งเสริมคุณธรรม ศีกสดี สมานธิ นอกจากนี้ยังร่วมกันสืบสานวัฒนธรรม วิถีชีวิตและประเพณีท้องถิ่นให้ยังคงอยู่ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ซึ่งโครงการที่ชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย ได้ดำเนินการนั้นเป็นโครงการที่ให้

ความสำคัญในการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม อนุรักษ์ และสร้างค่านิยมความเป็นไทยที่ดั่งาม การสืบสาน สร้างสรรค์มรดก ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทยและสอดคล้องกับ กรอบ ทิศทางการพัฒนาด้านวัฒนธรรม 20 ปี (กระทรวงวัฒนธรรม,2560) ที่มีแนวทางในการพัฒนา สอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่หม้าย ในด้านการเสริมสร้าง ค่านิยม อัตลักษณ์ไทยและความเป็นไทย ด้านการพัฒนาการศึกษาและการเรียนรู้ด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และด้านการพัฒนาความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและนำภาพลักษณ์ไทยสู่สากล

ในการวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณา การอย่างยั่งยืน ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย วัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การสร้างแผน ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัด สุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอวิสัยทัศน์ของการพัฒนา ดังกล่าว คือ ความปรารถนาที่จะสร้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก (Branding Suphanburi as A World Destination) ในรูปแบบของตราสินค้าด้านการท่องเที่ยว (Tourism Brand) ในการนี้จำเป็นต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อใช้ การพัฒนาแบรนด์ทางการท่องเที่ยว ทั้ง 4 แบรนด์ ได้แก่ แบรนด์การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม แบรนด์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ แบรนด์การ ท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน และแบรนด์การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์และพัฒนาจิตใจ ซึ่งทั้ง 4 แบรนด์ จะนำจังหวัดสุพรรณบุรีไปสู่การพัฒนาพื้นที่ (Area Based Development) ใน ภาพรวมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัย ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการร่วมกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวใน ระดับประเทศ ซึ่งสามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาระดับท้องถิ่นได้จริง เพื่อให้ สอดคล้องกับแนวทาง ดังกล่าว การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่าง ยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาควิชาเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอข้อเสนอแนะในการนำแผน

ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

1. ภาครัฐ โดยเฉพาะกลุ่มงานยุทธศาสตร์จังหวัดสุพรรณบุรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากการท่องเที่ยว สามารถนำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีได้

2. ภาคเอกชน ควรให้ความร่วมมือในการผลักดันการนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ไปสู่การปฏิบัติ กำหนดแผนการดำเนินการขององค์กรให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากของจังหวัด ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

3. ภาคประชาชน และชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการพัฒนาก การท่องเที่ยวยเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยร่วมกันสร้างระบอบประชาธิปไตยท้องถิ่นแบบปกครองตนเอง ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถกำหนดแผนงานและนโยบายในการพัฒนากท้องถิ่นของตนเองได้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรีต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในการสร้างรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวยเพื่อรองรับกลุ่มตลาดเป้าหมายทางการท่องเที่ยวย อาทิ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มั่งมีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์

2. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวยเชิงสุขภาพที่นำเสนอแพ็คเกจท่องเที่ยวยเชิงสุขภาพด้านแพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัด เพื่อส่งเสริมให้จังหวัดสุพรรณบุรี เป็น

Wellness Destination

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). **แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว อาเซียน พ.ศ. 2554 – 2558**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2560 – 2564**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=66
- กวี วรกวิน พิพัฒน์ นวลอนันต์ และพิเศษ เสนาวงศ์. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว ประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : พัฒนาคุณภาพวิชาการ (พว.).
- กันยารัตน์ เหล่าตระกูล. (2557). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: แม็คเอ็ดดูเคชั่น.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุล. (2546). **การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม : แนวคิดและวิธีวิจัย**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กীরติ บุญเจือ. (2543). **ปรัชญาประชาชนบ้าน ตอนเริ่มสนใจปรัชญาหาอ่านสาระง่าย ๆ สนุกๆ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ดับเบิ้ลนาครัน.
- ขนิษฐา บรมสำลี และรัฐพล สันสน. (2560). รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน. ใน **บทความ : มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. 10 (2), 1–22.
- ขวัญณา สุขคร. (2560). **ยุทธศาสตร์การจัดการลุ่มน้ำวังแบบมีส่วนร่วมของชุมชน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.). (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.harvardasia.co.th/wpcontent/uploads/2018/02/1be798cb24ee07703c498fcd47cbba4den.pdf>

- คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2557). **แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก http://www.opdc.go.th/special.php?spc_id=3 &content_id=30
- คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. (2555). **การบูรณาการ Integration**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.si.mahidol.ac.th/km/node/2287>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลียว บุรีภักดิ์ และคณะ. (2548). **ชุดการศึกษาค้นคว้ารายวิชา 2535102 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา**. อุดรธานี: หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา รุ่นที่ 1 โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ชนัญญ วงษ์วิภาค. (2545). **ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์**. วิชาซี พการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ กীরติ ตระการศิริวานิช และทิพยาภรณ์ รัตนลาโก. (2560). **การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม**. 7(2), 103-117.
- ชัชณะ รุ่งปัจฉิม. (2552). หน่วยที่ 7 **แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนา**. ใน ชัชณะ รุ่งปัจฉิม และคณะ, **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการบริหารการพัฒนา** (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณภัทร นาคสวัสดิ์ และพยอม ธรรมบุตร. (2561). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย. วารสาร วิชาการ**. 13 (1), 17-28..
- ณรัชชอร์ ศรีทอง. (2556). **แนวคิด หลักการ และการปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2552). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐณารณ์ เอกนราจินดาวัฒน์. (2561). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์**. 6 (3), 1237-1253.
- ดรชณี เอ็มพันธุ์. 2545. **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2539). **การวางแผนกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- ธนภูมิ ปองเสงี่ยม และ วารินทร์ มัชฌิมบุรุษ. (2561). แผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน**. 6 (2), 95-111.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์พรีนซ์.
- ธินิกานต์ สังข์สุวรรณ. (2561). กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกาะเสม็ด. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 12 (ฉบับพิเศษ), 356-367.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์. (2554). **ชุมชนศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์. (2561). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี**. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**. 6 (3), (กรกฎาคม - กันยายน)
- นพวรรณ วิเศษสินธุ์ และคณะ. (2561). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธแบบยั่งยืนจังหวัดปทุมธานี. **วารสารบัณฑิตศึกษา**. 12 (1), 70-83.
- นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ. (2560). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านดงเย็นในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง. ใน **บทความ : มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. 10 (2), 2161-2172.
- นันทิยา หุตานุกวัตร และณรงค์ หุตานุกวัตร. (2551). **คิดกลยุทธ์ด้วย SWOT**. พิมพ์ครั้งที่ 7. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- นิพล เชื้อเมืองพาน. (2542). **แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา : วนอุทยานภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นุชนารถ รัตนสุวรรณชัย. (2545). **กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.

- บำเพ็ญ เขียวหวาน. (2554). **การบริหารงานส่งเสริมการเกษตร**. นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (ประมวลสาระชุดวิชาการส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2556). **การขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2538). **ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาในการบริหารการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สามเจริญพานิช.
- ประชิด สกฤษณ์พัฒน์ วิมล จิโรจน์พันธ์ และอุดม เขยกีวงศ์. (2554). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ประยูร อิมิวัตร์ และคณะ. (2562). **นวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนตามแนวพระราชรัฏฐ์ ในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย. วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคม. 7 (2), 145–156.**
- ประเวศ วะสี. (2541). **ประชาคมตำบล : ยุทธศาสตร์เพื่อเศรษฐกิจพอเพียงศีลธรรมและสุขภาพ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.
- ปิยวรรณ ปนิทานเต. (2559). **มาช่วยกันขับเคลื่อน “เศรษฐกิจดิจิทัล” กันเถอะ**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก https://www2.mtec.or.th/th/emagazine/admin/upload/299_61.pdf
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). **จากการตลาด 3.0 สู่อการสร้างแบรนด์ 4.0 Branding 4.0 From human spirit to your spirit** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อมรินทร์ฮาวทู.
- ฝ่ายวิชาการสถาพรบุคส์. (2561). **เศรษฐกิจพอเพียงกับยุทธศาสตร์ Thailand 4.0**. กรุงเทพฯ : สถาพรบุคส์.
- พจนา สนวนศรี. (2546). **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว**.

- พยอม ธรรมบุตร. (2558). **เอกสารประกอบการสอนวิชาปรัชญา แนวคิดและทฤษฎีในการจัดการการท่องเที่ยว**. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2560). **แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดชลบุรี**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์น
- พยอม ธรรมบุตร. (2562). **แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร**. **วารสารวิชาการ**. 13 (3), 65–75.
- พยอม ธรรมบุตร. (2562). **แนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร**. **วารสารวิชาการ**. 13 (2), 83–101.
- พรรคดี อรุณชัยรัตน์. (2559). **เศรษฐกิจดิจิทัล**. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี.
- พระครูนิวาสธรรมขันธ์. (2552). **พรหมวิหารธรรม**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/252165>
- พระเทพเวที ประยุทธ์ ปยุตโต. (2537). **ความสำคัญของพระพุทธศาสนาในฐานะศาสนาประจำชาติ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยสุรนารี ศูนย์บรรณาสารและสื่อการศึกษา.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2546). **การพัฒนาที่ยั่งยืน**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : เรือนแก้ว.
- พระพรหมคุณาภรณ์. (2548). **รัฐศาสตร์และจริยธรรมนักการเมืองแนวพุทธ**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.
- พวงแก้ว พรพิพัฒน์. (2553). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์: พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย**. **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**, 47(4), 6–12.
- พัทธา สายหู. (2529). **กลไกของสังคม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิบูล ทีปะपाल. (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2555). **การจัดการจริยธรรมธุรกิจ : ฐานรากของซีเอสอาร์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์. (2553). **การท่องเที่ยวชุมชน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2552). **การวางแผนกลยุทธ์และการวิเคราะห์โครงการ**. กรุงเทพฯ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาเอกสารวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. **วารสาร เศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์**, สถาบันพัฒนศาสตร์ 7(1), 7.
- แพรวดาว พุพานิชย์พฤกษ์. (2561). การศึกษาการดำเนินนโยบายท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559 ของคลังเตอร์ท่องเที่ยวกลุ่ม Active Beach. **วารสารรัฐประศาสนศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัยและบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฟิลิป คอตเลอร์ และคณะ. (2560). **การตลาด 4.0**. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.
- ภาณุมาศ ครุทสิงห์ และสวรรณยา ธรรมอภิพล. (2560). สภาพแวดล้อมและระบบการทำงานแห่งของเกษตรกร. ใน **บทความ : มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. 10 (2), 1828–1842.
- ภูริ ชุณหะวัณ. (2560). ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 11 (ฉบับพิเศษ), 321–332.
- มหาวิทยาลัยบูรพา. (2545). **ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม**. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มาฆะ ชิตตะสังคะ. (2553). **เศรษฐกิจพอเพียงยุทธศาสตร์การพัฒนาคมน เพื่อการพัฒนา เศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนของประเทศ**. เชียงราย: วิทยาลัยนานาชาติ ภูมิภาคคุ้มน้ำโขง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- มานิต กิตติจุงจิต. (2556). **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นทางออกถึงชีวิต**. กรุงเทพฯ: กิจอักษร.
- มิ่งขวัญ คงเจริญ. (2553). **การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจของชุมชนเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนของชุมชนแห่งการเรียนรู้**. วิทยานิพนธ์ (ค.ด.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมตต์ เมตต์การุณกิจ. (2556). **ยุทธศาสตร์การพัฒนา : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก**. กรุงเทพฯ: บุคส์พอยท์วิชาการ.
- ยุคลวัชร ภัคดีจักริวุฒิ และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2562). ศักยภาพชุมชนด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแก่แหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง. **วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม**. 7 (2), (กรกฎาคม–ธันวาคม).

- ยูวดี นิรัตน์ตระกูล. (2557). **โครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนเชิงรุกในการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่สำหรับ 4 ตลาดในเอเชีย (จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน)**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- รัฐพงศ์ บุญญานุกัฏ. (2554). **การนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตของประชาชน ในชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ สอนสุนันทา.
- รัฐวิทย์ ทองภักดี. (2555). **30 กลยุทธ์ลับพิชิตตลาดเหนือคู่แข่ง (30 Secret Marketing Strategies)**. นนทบุรี: ซิงค์บียอนด์บุคส์.
- ราณี อลิษฐ์กุล. (2546). **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). **คู่มือนำเที่ยว วัดโพธิ์**. กรุงเทพฯ: วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร.
- วรรณ วลัยวานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- วันชัย มีชาติ. (2557). **การบริหารองค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันชัย วัฒนศัพท์. (2546). **การมีส่วนร่วมกับการพัฒนาองค์กร**. ประกอบการบรรยายในการสัมมนานายจ้างและลูกจ้างภาครัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพฯ: กองรัฐวิสาหกิจ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานกระทรวงแรงงาน.
- วิงรรอง ดวงใจ. (2558). **ความสัมพันธ์ของตัวบ่งชี้ทางชีวภาพกับผลกระทบของมนุษย์ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บริเวณเขื่อนขุนด่านปราการชล จังหวัดนครนายก**. สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีระพล ทองมา และนวนนจันทร์ ทองมา. (2551). **กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่**. คณะพัฒนาการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- วีระพล ทองมา และประเจต อำนาค. (2547). **ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศตพล วรปัญญาตระกูล. (2554). **วัฒนธรรมทางการเมือง : รูปแบบที่เหมาะสมในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างการรวมกลุ่มและบทบาททางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คิวนิต อรรถฤทธิกุล นรินทร์ สังข์รักษา และสมชาย ลักษณนุรักษ์. (2560). การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี. ใน **บทความ : มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. 10 (2), 2392-2409.
- ศุภชัยวิชัยป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2538). **โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). **รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สนิท สมัตการ. (2538). **การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาการของสังคม**. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สมคิด พรหมจ้อย. (2550). **เทคนิคการประเมินโครงการ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : จตุพร ดีไซน์.
- สมจิตร ชาญกระเป๋ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2560). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี. ใน **บทความ : มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. 10 (2), 2410-2425.
- สมพงษ์ จ้อยศิริ และเชาว์ ไรจนแสง. (2545). **ประมวลสาระชุดวิชาการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2553). **วิธีวิทยาการประเมิน : ศาสตร์แห่งคุณค่า**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2540). **ทฤษฎีสังคมวิทยา : เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). **การพัฒนาที่ยั่งยืน : เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2546**. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์: รายงานการศึกษาเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)**. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20171201174031.pdf

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **สถานะเศรษฐกิจท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7533

สุชาติ อังศุจินดา. (2544). **การใช้ยุทธศาสตร์เชิงรุกในการจัดการ เพื่อจูงใจผู้ประกอบการเด็กก่อนประถมศึกษาเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุดใจ วันอุดมเดชาชัย. (2556). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สามลดา.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2556). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : องค์การบริหาร

สุดาวรรณ มีบัว. (2555). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน**. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุเทพ สุนทรภัสส์. (2540). **มานุษยวิทยากับประวัติศาสตร์**. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.

สุภางค์ จันทวานิช. (2547). พฤติกรรมรวมหมู่. ใน **สังคมและวัฒนธรรม** (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. (2553). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. (2559). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุมิตร สุวรรณ. (2554). **การกำหนดยุทธศาสตร์**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

สุเมธ ตันติเวชกุล. (2549). **หลักธรรมหลักทำตามรอยพระยุคลบาท**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ด้านสุทธา การพิมพ์.

- สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต และดร.รชนี เอมพันธ์. (2539). “**การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : แนวคิด หลักการและความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในอุทยานแห่งชาติ**”. เอกสารประกอบการประชุมสัมมนาอุทยานแห่งชาติกับนันทนาการและการท่องเที่ยวในทศวรรษหน้าเพื่อทรัพยากรที่ยั่งยืน. 27-28 พฤษภาคม 2539. กรุงเทพฯ: กรมป่าไม้.
- สุรพงษ์ ลือทองจักร. (2552). **หลักมานุษยวิทยาและหลักสังคมวิทยา**. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุตรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.
- สุรพล เศรษฐบุต. (2556). **การส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรแบบบูรณาการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการแข่งขันในเวทีโลก**. เอกสารประกอบการบรรยายการสัมมนาชุดวิชา 91904 : สัมมนาขั้นสูงทางส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชาส่งเสริมการเกษตร วิชาเอกส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร รุ่นที่ 2 สาขาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2551). **การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสริมศักดิ์ ยิ้มน้อย. (2558). **ความหมายการมีส่วนร่วม**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก <http://coopthai9.blogspot.com/>
- อนุรักษ์ ทองขาว และพรรณภัทร แซ่โง้ว. (2561). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณ บ้านซากแก้ว เมืองพัทธยา. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 12 (ฉบับพิเศษ), 220-230.
- อนุรักษ์ ปัญญาณวัฒน์. (มปป.). **แนวคิดการประเมินโครงการ**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิชากรรณ์ ชุณหะวัณสกุล และคณะ. (2562). การตลาดเชิงสร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาการท่องเที่ยวไทยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ในรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**. 15 (2), 117-129.
- อภิชัย พันธเสน. (2547). **พุทธเศรษฐศาสตร์ : วิวัฒนาการ ทฤษฎีการประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่างๆ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อัมรินทร์.
- อานันท์ เกียรติสารพิภพ. (2558). **เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) : นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่**. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

- อานันท์ ปันยารชุน. (2543). **มุมมองนายอานันท์** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มติชน.
- อุดม เชยกีวงศ์. (2548). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- เอกชัย บุญญาพิษฐาน. (2553). **คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- เอื้อมพร หลินเจริญ. (2555). **เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ**. วารสารการวิจัยผล
การศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 17 (1), 17-29.
- A. Gkoumas. (2019). Evaluating a standard for sustainable tourism through the lenses of local industry. *Heliyon Journal* 5.
- Androniki Kavoura and Aikaterini Stavrianea. (2014). Economic and social aspects from social media's implementation as a strategic innovative marketing tool in the tourism industry. **Procedia Economics and Finance**. 14, 303 – 312.
- Arsvira Dani Ardhal et al. Influence factors on the development of creative industry as tourism destination case study: footwear village in Mojokerto City. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**. 227, 671 – 679.
- Beatriz Graça Luz, C., Fernandes, Juliana and Sarmento, Mariana. (2020). Tourism innovation through relationship marketing and value co-creation: A study on peer-to-peer online platforms for sharing accommodation. **Journal of Hospitality and Tourism Management**. 42, 51-57.
- Charles Goeldner and Brent Ritchie. (2006). **Tourism : principles, practices, philosophies**. New York, N.Y. : John Wiley & Sons.
- Cooper, Fletcher J., and others. (2012). **Tourism: Principles and Practice**. 3rd. ed. Harlow: Pearson Education Ltd.
- Fennell, D. (2008). **Ecotourism**. 3rd ed. New York: Routledge.
- Holloway, J.Christopher. (1983). **The Business of Tourism**. Plymouth DC: Taylor & Francis. Transaction Publishers. Pp. 307-326.
- Hulusi DO AN et al. (2012). Perceptions of hotel top managers for opportunities and strategic collaboration with a foreign partner in tourism sector: An applied research in Alanya destination. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**. 58, 1218 – 1227.
- J. I. Pulido-Fernandez et al. (2019). Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism. *Heliyon Journal* 5.

- Johanudin Lahap et al. A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**. 224, 149 – 157.
- Jongwon Lee and Heeseok Lee. (2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP. **Procedia Computer Science**. 55, 479 – 484
- Junmo Kim. (2015). Comparing the economic effects of climate change and zoonanthroponosis in Korea: Prerequisites for the creative economy? **Technological Forecasting and Social Change**. 96 (7), 121–129.
- Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management**. The Millennium edition. New Jersey: Prentic – Hall.
- Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management** . 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice – Hall.
- Leiper, N. (1979). **The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry**. Annals of Tourism Research, 6(4), 390–407. McGraw–Hill.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. S. (1997) **Research in Education: A Conceptual Introduction**. New York : Longman.
- Mill Robert Christie. (1990). **Tourism the International Business**. New Jersey: Prentice–Hall, Inc.
- Mohammad Enamul Hoque. MICE Destinations Branding from Corporate Branding perspective. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**. 219, 307 – 315.
- Nicola Boccella and Irene Salerno. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**. 223, 291 – 296.
- Oumayma Boulaalam et al. (2018). Proposal of a Big data System Based on the Recommendation and Profiling Techniques an Intelligent Management of Moroccan Tourism. **Procedia Computer Science**. 134, 346–351.
- P.–L. Hsieh, S.–L. Wei. (2017). Relationship formation within online brand communities: Bridging the virtual and the real. **Asia Pacific Management**, 1–8.
- Palmer, A. and Hartley, B. (2009). **The business environment, 6th edition**. London :

Robert Christie Mill, Alastair M. Morrison. (1985). **The tourism system : an introductory text.** Englewood Cliffs, N.J. : Prentice–Hall.

Robert McIntosh and Charles Goeldner. (1984). **Tourism : principles, practices, philosophies.** New York: Chichester Brisbane Wiley.

Róbert Štefko et al. (2015). Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism. **Procedia – Social and Behavioral Sciences.** 175, 423 – 430.

Sandorova, Z., Repabova, T., Palencikova, Z. and Betak, N. (2020). Design thinking – A revolutionary new approach in tourism education?. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education.** 26 (6).

T. Dai et al. (2019). Understanding how Amsterdam City tourism marketing addresses cruisetourists' motivations regarding culture. **Tourism Management Perspectives.** 29, 157–165.

Tianchen, D., Carola, H., Tong Z. (2019). Understanding how Amsterdam City tourism marketing addresses cruise tourists' motivations regarding culture. **Tourism Management Perspectives.** 29 (1), 157–165.

Tuan Ahmad Tuan Ismail et al. (2016). The Myth and Reality of Hotel Brand and Food Quality: The Case of Hotel Restaurants in Malaysia. **Procedia – Social and Behavioral Sciences.** 222, 382 – 389.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก แบบรายงานการตรวจสอบการศึกษาชุมชน

แบบรายงานการตรวจสอบการศึกษาชุมชน

(Checklist for Community Study)

รายการที่ต้องการตรวจสอบ

1. ข้อมูลกายภาพ

1.1 ที่ตั้ง (Location)

- 1.1.1 หมู่บ้าน ตำบล (อบต.) อำเภอ จังหวัด ภาค
- 1.1.2 อาณาเขตติดต่อ
- 1.1.3 กลุ่มจังหวัดใกล้เคียง

1.2 การเข้าถึงและความเชื่อมโยง (Accessibility and Connectivity)

- 1.2.1 การเดินทางเข้าถึงชุมชนมีกี่ทาง
- 1.2.2 มี Get Way การเข้าถึงคืออะไร
- 1.2.3 ทางหลวงแผ่นดิน ถนนสายหลัก ถนนสายรอง
- 1.2.4 ถนนคอนกรีต ถนนลูกรัง ถนนหินคลุก
- 1.2.5 บริการรถเข้าถึงชุมชน จาก กทม. จากตัวจังหวัด มี/ไม่มี บริการทุกวัน/

บางวัน ราคาเหมารถเข้าชุมชน

2. ข้อมูลภูมิศาสตร์

2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

- 2.1.1 ความสูงจากระดับน้ำทะเลกี่เมตร/ฟุต
- 2.1.2 ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ _____ และเส้นแวงที่ _____
- 2.1.3 มีเนื้อที่ประมาณ _____ ไร่
- 2.1.4 ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเนินเขา/พื้นที่เขา/พื้นที่รวม/เกาะ/ที่ราบ
ลุ่มแม่น้ำ/ที่ราบสูง/ที่ราบลุ่ม/ที่ปากแม่น้ำ/พื้นที่ต้นน้ำลำธาร
- 2.1.5 แหล่งน้ำทางธรรมชาติ ต้นน้ำลำธาร แม่น้ำ ห้วย หนอง คลอง บึง
- 2.1.6 ลักษณะของดิน: ดินตะกอน ดินปนทราย ดินปนกรวด มีการชะล้าง
พังทลายสูง/ต่ำ มีพืชปกคลุมน้อย/มาก ลักษณะของดินแบ่งได้เป็นที่ชุดดิน: ชุดดินโคราช ชุดดิน
แม่ริม ชุดดินสดีก (ร่วนหยาบ)

2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

- ร่อน
- 2.2.1 สภาพอากาศจำแนกตามฤดูแบบ Kopper เช่น ภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อน
- 2.2.2 มีฤดู ช่วงเวลาของฤดูต่างๆ
- 2.2.3 ลมมรสุม ช่วงเวลาของลมมรสุม
- 2.2.4 ปริมาณน้ำฝนที่มีลิเมตรต่อปี
- 2.2.5 ลักษณะอุณหภูมิ ลักษณะอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี ลักษณะอุณหภูมิสูงสุด/ต่ำสุด ในเดือนอะไร

2.3 ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ

- 2.3.1 ทรัพยากรป่าไม้ในพื้นที่ สังคมพืชป่าผลัดใบ/เต็งรัง/ป่าเบญจพรรณ/ทุ่งหญ้า/ป่าไม้ผลัดใบ/ป่าดิบชื้น/ป่าดิบแล้ง/ป่าดิบเขา/ป่าพรุ/ป่าชายเลน/ป่าบุง ป่าทาม/ความโดดเด่นของป่าในพื้นที่

- ป่า
- 2.3.2 การปกคลุมพืชชั้นล่าง ความชื้น ความสมบูรณ์ของป่า การตัดไม้ทำลาย

- 2.3.3 พันธุ์ไม้ ดอกไม้ พืชเด่นท้องถิ่น

- 2.3.4 สัตว์ป่าชนิดต่างๆ นกประจำถิ่น นกย้ายถิ่น ผีเสื้อ

2.4 การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน

- 2.4.1 พื้นที่อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยาน ป่าสงวน พื้นที่เขตทหารที่ราชพัสดุ ฯลฯ

2.5 ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์

- 2.5.1 ลมมรสุม คลื่นยักษ์ ดินถล่ม โคลนถล่ม อุทกภัย วาตภัย การก่อเหตุร้าย ยาเสพติด

3. ข้อมูลด้านสังคม

3.1 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่/ชุมชน

- 3.1.1 ตั้งเป็นชุมชนมานานแล้วประมาณกี่ปี
- 3.1.2 ชาวบ้านชาวเมืองเดิมเป็นใครมาจากไหน
- 3.1.3 ผู้ก่อตั้งชุมชนรุ่นแรกคือใคร มาเริ่มตั้งรกรากบริเวณใดเป็นที่แรก
- 3.1.4 ที่มาของการตั้งชื่อชุมชน ตามลักษณะของภูมิประเทศ/พืชเด่นของพื้นที่/ผู้ก่อตั้ง ฯลฯ

3.2 จำนวนประชากร

3.2.1 มีประชากรที่คน กี่ครัวเรือน เพศหญิง/ชายกี่คน เป็นคนไทยพื้นเมือง หรือชนเผ่า

3.2.2 ลักษณะประชากรส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุใด เด็ก หนุ่มสาว คนสูงอายุ

3.2.3 ประชากรส่วนมากอาศัยอยู่ในชุมชนมากี่ปี และเป็นภูมิลำเนาเดิมตั้งแต่เกิด หรือมีการย้ายถิ่น

3.3 ลักษณะการตั้งบ้านเรือน

3.3.1 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณใด เช่น ที่ราบเชิงเขา ที่ราบลุ่มแม่น้ำ ริมหนอง คลองบึง

3.3.2 บริเวณสวน ไร่พื้นที่นา ไร่ป่า

3.3.3 ลักษณะบ้านส่วนใหญ่ทำด้วยวัสดุอะไร บ้านไม้ บ้านอิฐ บ้านดิน สีหลังคาจาก สังกะสี กระเบื้อง ฯลฯ

3.3.4 ลักษณะการปลูกบ้านเรือนเป็นอย่างไร เป็นบ้านกะตอบ บ้านชั้นเดียว พื้นเป็นดิน บ้าน 2 ชั้นยกพื้นสูง ยิงฉาง ใต้ถุน ครีว ส้วม เป็นส้วมซึมหรือส้วมหลุม

3.3.5 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่ติดกัน กระจุกเป็นกลุ่ม เช่น เป็นคุ้ม หรือตั้งบ้านเรือน กระจายตามพื้นที่สวน ไร่ นา

3.4 ความเชื่อ ศาสนาของชุมชน

3.4.1 ประชาชนนับถือศาสนาอะไร ลัทธิ นิกายอะไร นับถือผี บรรพบุรุษ

3.4.2 มีการปฏิบัติธรรม พิธีกรรมทางศาสนา

3.4.3 มีการศาสนสถานสำคัญอะไรบ้าง

3.5 วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร การแต่งกาย

3.5.1 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชน ของเผ่าต่าง ๆ

3.5.2 อาหารท้องถิ่น อาหารโภชนาบำบัด

3.5.3 ลักษณะการแต่งกายของคนในชุมชน การทอผ้า

3.5.4 ในชุมชนมีแหล่งประวัติศาสตร์ ตำนาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งโบราณคดี

3.5.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการทำมาหากิน การเกษตร อาหาร

3.5.6 วรรณกรรม ดนตรี การฟ้อนรำ ศิลปะในชุมชน

3.6 สุขภาพ อนามัยของชุมชน

3.6.1 มีอนามัย โรงพยาบาล คลินิก กี่แห่ง

- 3.6.2 มีสาธารณสุขพื้นฐาน มีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่
- 3.6.3 อยู่ห่างจากโรงพยาบาลในจังหวัดกี่กิโลเมตร
- 3.6.4 อัตราการเกิด อัตราการตาย ของทารกแรกเกิด
- 3.6.5 อายุเฉลี่ยของคนในชุมชน
- 3.6.6 การรักษาแพทย์พื้นบ้าน สมุนไพร: นวด การรักษาตามความเชื่อดั้งเดิม
- 3.7 การศึกษาในชุมชน
 - 3.7.1 มีโรงเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีวะ มหาวิทยาลัยแห่ง
 - 3.7.2 มีนักเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีวะ มหาวิทยาลัยกี่คน
 - 3.7.3 มีการศึกษานอกระบบ (กศน.)
 - 3.7.4 มีโครงการอบรมวิชาชีพต่าง ๆ
 - 3.7.5 มีโครงการอบรมด้านเกษตรทฤษฎีใหม่ เศรษฐกิจแบบพอเพียง
 - 3.7.6 มีห้องสมุดชุมชน ห้องสมุดเคลื่อนที่ ที่อ่านหนังสือชุมชน
- 3.8 เศรษฐกิจชุมชน
 - 3.8.1 ภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ภาคบริการ
 - 3.8.2 ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน เช่น ป่า เหมืองแร่ แหล่งน้ำธรรมชาติ
 - คุณภาพดิน
 - 3.8.3 อาชีพหลักของชุมชน เช่น ทำนา ทำไร่ ทำสวน ปลูกพืชสมุนไพร รับจ้าง
 - ค้าขาย การเก็บของป่าเพื่อดำรงชีวิต การประมง การรับจ้าง
 - 3.8.4 การเลี้ยงสัตว์: วัว ควาย ช้าง ม้า หมู เป็ด ไก่ ฯลฯ
 - 3.8.5 การผลิตสินค้า OTOP หัตถกรรม จักสาน การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร
 - การทอผ้า ฯลฯ
- 3.9 การจัดการด้านการใช้พื้นที่ และการจัดการทรัพยากรในชุมชน
 - 3.9.1 การ Zoning ของ Land use
 - 3.9.2 การจัดการทรัพยากร
 - 3.9.3 การจัดการมลพิษทางอากาศ น้ำ เสียง
 - 3.9.4 การจัดการของเสีย
 - 3.9.5 การจัดการน้ำ บำบัดน้ำเสีย

ภาคผนวก ข การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

1. รายการทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติ	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใด/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/โทรสาร
ภูมิทัศน์ และ ภูมิอากาศ:	หาดถ้ำ ปะการัง เกาะเขา ที่ราบสูง ภูเขาไฟทะเล ที่ดอน ฤดูกาล อุณหภูมิ ชายฝั่งทะเล ลม ฯลฯ						
พืช ต้นไม้ ดอกไม้:	ป่า ไรเขา สวนผลไม้ ฟาร์ม ต้นไม้ ดอกไม้ พืช กล้วย สมนไฟร ความหลากหลายทางชีวภาพ สวนครัว ป่าชายเลน ป่าเขตร้อน ฯลฯ						
สัตว์:	นก สัตว์บก สัตว์น้ำ สัตว์ใกล้สูญพันธุ์ แมลง สัตว์ป่า สัตว์เลี้ยงลูก ด้วยนม สัตว์เลี้ยง ปศุสัตว์ สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ ฯลฯ						
น้ำ แม่น้ำ ลำคลอง สระน้ำ	ลำธาร แม่น้ำ น้ำพุร้อน บึงหนอง มหาสมุทร ทะเล ทิมะ ฟน น้ำแข็ง อ่างเก็บน้ำ เขื่อน คลอง ฯลฯ						

2. รายการทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรวัฒนธรรม	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/โทรสาร
มรดกวัฒนธรรม: ปราสาท ป้อม ที่เกิดคนสำคัญ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมพื้นบ้าน พิพิธภัณฑสถาน อุนสาวรีย์ ศูนย์ข้อมูล ศูนย์วัฒนธรรม สนามรบ ถนอมโบราณ หมู่บ้าน ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ							
มรดกด้านศาสนา: โบสถ์วิหาร สุเหร่า โบสถ์คริสต์ วัด สุสาน เมรุ ศาลนสถาน ปราสาทขอม เจดีย์ ปราสาท พระพุทธรูป ปางต่าง ๆ สถาปัตยกรรมด้านศาสนา จิตรกรรมฝาผนัง ใบเบิ้ล ประติมากรรม พระไตรปิฎก กุระฮาน							
ศิลปะชาติพันธุ์: ชนกลุ่มน้อย ชาวเขา คนพื้นเมือง การฟ้อนรำ ดนตรี ภาษาถิ่น อาหาร เครื่องดื่ม บ้านเรือน ทัศนกรรม อุตสาหกรรม คริวเรือน รายการทีวี การ์ตูน ดนตรี ขนบธรรมเนียม ประเพณี							

3. รายการทรัพยากรมหกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ

ทรัพยากรมหกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนທີ່)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/โทรสาร
มหกรรม: เฟสติวัล ดนตรี ชนิดต่าง ๆ แจส ป๊อบ การแสดง ละคร เต้นรำ บัลเลต์ ลีเก หนังใหญ่ หุ่นกระบอก มหกรรมผลไม้ งาน แสดงสินค้า							
การแข่งขัน: กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอล มวย ระดับชาติ โลก กรีฑา ถ่วงดิ่งสตั๊พ มาไซค์ การแข่งขันประกวด สุนัข การแข่งขันเรือ การแข่งขัน จักรยาน ชก งานแสดงสินค้า							
ธุรกิจ: งานแสดงสินค้า เกษตรกรรม เรือ รถยนต์ อุปกรณ์กีฬา งานประชุมธุรกิจ ประชุมสมาคมโลก งานแสดงอื่น ๆ วัน ชาติ งานฉลอง ขบวน แห่มหกรรม แสงวบุญ ประกวด งานแสดง ด้านการทหาร การ ถ่ายรูป							

4. รายการทรัพยากรด้านกิจกรรม

ทรัพยากรด้านกิจกรรม	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนกที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/โทรสาร
กิจกรรม นันทนาการ: สนามเด็กเล่น สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เส้นทางศึกษาธรรมชาติ อดิธรรมทางจักรยาน วังน้ำหนาว รูป สนามกรีฑา สระน้ำ พายเรือ ดำน้ำ ล่องแพ ล่าสัตว์ ตกปลา ยิงปืน ฯลฯ							
กิจกรรมด้านบริการ: ขายปลีกอุปกรณ์แคมป์ อุปกรณ์เล่นสกี หอศิลป์ เสื้อผ้าเฉพาะ เซรามิค แก้ว สินค้าโรงงาน ศูนย์ประชุม สินค้ามือสอง SPA การอบสมุนไพร การนวด การรักษา							
สิ่งอำนวยความสะดวก: ทัวร์สวนผลไม้ ทัวร์อุทยานแห่งชาติ ฟาร์มสวนพฤกษชาติ ห้องพักรับรอง สวนสนุก ทัวร์โรงงาน เขื่อนเหมือง ท่าเรือ สถานีรถไฟ รถกระเช้า สวนสาธารณะ							

ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว
เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย” ในการวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 6 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ

นางสาวจิตราภรณ์ เถรวัตร
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัยพะเยา

แบบสัมภาษณ์

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ ชาย หญิง
 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน
 นักท่องเที่ยว
 วันที่..... เดือน..... พ.ศ. 2564 เวลา
 สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ ได้แก่

ทรัพยากรธรรมชาติ 1)..... 2)..... 3).....
 ทรัพยากรวัฒนธรรม 1)..... 2)..... 3).....
 ทรัพยากรมหกรรม 1)..... 2)..... 3).....
 ทรัพยากรกิจกรรม 1)..... 2)..... 3).....
 ทรัพยากรบริการ 1)..... 2)..... 3).....

ตอนที่ 3 ท่านคิดว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ ได้แก่

จุดแข็ง 1)..... 2)..... 3).....
 จุดอ่อน 1)..... 2)..... 3).....
 โอกาส 1)..... 2)..... 3).....
 อุปสรรค 1)..... 2)..... 3).....

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบันยัง
 ต่ไปนี้อย่างไร

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

.....

.....

.....

ด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย

.....

.....

.....



ตอนที่ 5 ท่านคิดว่าพื้นที่นี้ควรมีวิสัยทัศน์ หมายถึง ความปรารถนา ความใฝ่ฝัน ความ
ต้องการที่จะพัฒนา การท่องเที่ยวของชุมชนไปสู่ความสำเร็จสูงสุด ในระยะเวลา 5-10 ปี
ข้างหน้าในอนาคต คืออะไร

วิสัยทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านสังคม

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ

.....

.....

.....



ตอนที่ 6 ท่านคิดว่า เพื่อพัฒนาพื้นที่ไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ พื้นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ คือ แผนงานหลักที่สำคัญในด้านต่าง ๆ กลยุทธ์ ได้แก่ แผนงานกลุ่มโครงการ และ โครงการอะไรบ้าง

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพอากาศเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1.1) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

2) ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพอากาศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

2.1) กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

2.2) กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

3) ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพอากาศเพื่อพัฒนาสังคม

3.1) กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

3.2) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายจากการท่องเที่ยวชุมชน

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

4.1) กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

4.2) กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

โครงการ.....

โครงการ.....

โครงการ.....

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

ด้านเศรษฐกิจ

.....

ด้านสังคม

.....

ด้านวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้
ท่านสามารถสแกนเพื่อตอบแบบสอบถามได้ ตามคิวอาร์โค้ด



ภาคผนวก ง แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย” แบบสอบถาม “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของชุมชนบางแห่งได้แก่ 1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย 2) การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว 3) ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก และ 4) กิจกรรมเรียนรู้การเกษตร ศึกษาธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน

นางสาวจิตราภรณ์ เถรวัตร
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

- | | | |
|-----------------|---|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 18-24 ปี | <input type="checkbox"/> 25-34 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 35-44 ปี | <input type="checkbox"/> 45-54 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 55-64 ปี | <input type="checkbox"/> 65 ปีขึ้นไป |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส |
| | <input type="checkbox"/> หม้าย | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง |
| 4. การศึกษา | <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา |
| | <input type="checkbox"/> ประกาศนียบัตร | <input type="checkbox"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า |
| | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |
| | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐ | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| 5. อาชีพ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> เกษตรกร |
| | <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |
| | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,001-10,000 บาท |
| 6. รายได้/เดือน | <input type="checkbox"/> 10,001-15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-20,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 20,001-25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001-30,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 30,001-35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 35,001-40,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 40,001-45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 45,001 บาทขึ้นไป |

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำชี้แจง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของชุมชนบางแม่
หม้าย ในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อย
ที่สุด

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม					
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
4. มีการใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ และน้ำเสียของชุมชน					
5. ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว					
1. มีระบบไฟฟ้า ประปา ถนน บริการการเข้าถึงได้สะดวก					
2. ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น					
3. มีร้านอาหาร หองสุชา สิ่งอำนวยความสะดวก					
4. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผนที่ และแผนที่บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน					
5. มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจน					
อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก					
1. อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น					
2. สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม					
กิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ					
1. มีเส้นทางกิจกรรมเรียนรู้การเกษตร ศึกษาดูงาน ศึกษาดูวิถีชีวิต มีป้ายสื่อความหมาย ระยะเวลาเหมาะสม ปลอดภัย					
2. ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพิพิธภัณฑ์และต้นไม้ที่ร่มรื่นมีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน					
3. วิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน มีความโดดเด่น					
4. กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลาย สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น					

ภาคผนวก จ แบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และ
นักท่องเที่ยว

แบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว
เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย” การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะแรงจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง
ท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว
ของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ
จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

นางสาวจิตราภรณ์ เถรวัตร
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ท่านอยู่ในประเภทใด ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว

- | | | |
|-------------|--|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 18-24 ปี | <input type="checkbox"/> 25-34 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 35-44 ปี | <input type="checkbox"/> 45-54 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 55-64 ปี | <input type="checkbox"/> 65 ปีขึ้นไป |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> สมรส |
| | <input type="checkbox"/> หม้าย | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง |
| 4. การศึกษา | <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา |
| | <input type="checkbox"/> ประกาศนียบัตร | <input type="checkbox"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า |
| | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |



ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไปนี้ เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของ
จังหวัดสุพรรณบุรี ในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อย
ที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. แม่น้ำท่าจีน อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เขื่อนกระเสียว น้ำตก ตะเพินดี					
2. อุทยานแห่งชาติพุเตย วนอุทยานแห่งชาติพุมาง เขตห้ามล่า สัตว์ป่าบึงฉวนาก					
3. สวนรุกขชาติดอนเจดีย์ สวนรุกขชาติด่านช้าง					
4. พื้นที่การเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อุทยานผัก พื้นบ้าน					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. วัดป่าเลไลยก์ วัดไผ่โรงวัว วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ					
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี อุทยานมังกรสวรรค์					
3. ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาไทยนาเฮียใช้ วิถีชีวิตโบราณ ชุมชนบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า					
4. แหล่งโบราณคดีเมืองอุทอง ศิลปะทวารวดี ศิลปอุทอง					
5. วิถีชีวิตพหุวัฒนธรรม ชาวจีน ชาวไทยพื้นถิ่น กระหรีียง ไท ทรงดำ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวตามมหกรรม เทศกาลและประเพณี					
1. งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่โตวัดป่าเลไลยก์ งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์					
2. เทศกาลทิ้งกระจาด งานตรุษจีน					
3. ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ ประเพณีสงกรานต์ วันวิสาขบูชา					
4. ประเพณีแข่งเรือยาว งานมหกรรมอาหารและของดีเมือง สุพรรณบุรี					

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. ศึกษาศิลปะประวัติศาสตร์โบราณคดีที่เมืองโบราณอู่ทอง ศึกษาศิลปะไทยยุคอู่ทอง ศึกษาวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ จีน ไท กระเหรี่ยง					
2. ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี รวมประเพณีวิสาขบูชา ออกพรรษา					
3. ร่วมกิจกรรมดำนา เกี่ยวข้าว เพื่อสัมผัสชีวิตชาวนาไทย ร่วมกิจกรรมเพลงพื้นบ้าน เพลงฉ่อย เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เพลงอีแซว เพลงลูกทุ่ง					
4. ร่วมมหกรรมวัฒนธรรมและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์ ตามรอย เส้นทางวรรณคดีขุนช้างขุนแผน					
5. สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติพุเตย นอนแพกลางน้ำ หุบเขาวง ดูพระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนกระเสียว					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางบริการ					
1. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
2. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว					
3. มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ที่มีคุณภาพ และจำนวนที่เหมาะสม					
4. มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง					
5. มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว มี ห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี แต่ละข้อต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีที่ตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ					
2. มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยว					
3. มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินเพลงพื้นบ้านที่สำคัญ					
จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. ระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว					
5. ประชาชนมีความสนใจ ร่วมที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว					
6. มีทุนและแหล่งเงินทุนในการพัฒนาจังหวัด					
7. มีสังคมพหุวัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย					
จุดอ่อน					
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
2. ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว					
3. ขาดแผนการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ					
4. ขาดแผนการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ					
5. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา และขาดแคลนมัคคุเทศก์					

โอกาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โอกาส					
1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม					
2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิต และการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร					
3. เครือข่ายของระบบโลจิสติกส์ ล้อ ราง เรือ อากาศ รอบโลก					
4. นวัตกรรมเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ทำการตลาดทางการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต					
5. ในปี 2030 จะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย มุสลิม รัสเซีย					
6. กระแสโลกด้านท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์และอาหารโลกที่ปลอดภัยและมีเพื่อสุขภาพ					
อุปสรรค					
1. มีจุดหมายปลายทาง คู่แข่งโดยรอบ					
2. มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ					
อุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. โลกมีปัญหาความแปรปรวน ทางภูมิอากาศ ซึ่งเป็นอุปสรรคทางการพัฒนาท่องเที่ยว					
4. โลกมีปัญหาภัยพิบัติ ธรรมชาติ เช่น อุทกภัย มลพิษทางน้ำ อากาศ พายุ					
5. โลกมีปัญหาด้านโรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid 19					
6. โลกมีปัญหาด้านสังคม การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด และการค้ามนุษย์					

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในปัจจุบันต่อไปนี้อย่างไร

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อบัจจัยบ่งชี้ต่อศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี แต่ละข้อต่อไปนี้ อยู่ในระดับใด

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว					
2. สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว					
3. วิถีชีวิตที่สละสลวย เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
4. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น มีความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์					
6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดในขนาด					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ					
2. การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมความสะอาด					
3. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว					
5. การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ					

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
6. การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม					
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว					
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง					
4. มีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ					
5. มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมาย					
1. มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว					
2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว					
4. กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และองค์กรต่าง ๆ					

ตอนที่ 5 การสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี “วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ”

คำชี้แจง ท่านคิดว่าจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีวิสัยทัศน์ คือ ความใฝ่ฝัน ความปรารถนา ความต้องการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ให้เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวการท่องเที่ยวที่โดดเด่นระดับโลก โดยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีจุดยืน (Positions) 4 ด้าน ในอนาคต 10 ปี ข้างหน้า ดังต่อไปนี้ในระดับใด

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่โดดเด่นระดับโลก “เยือนสุพรรณบุรี สูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุกระทิง เดินป่าเส้นทางสู้อยอดเขาเทวดาบนป่าที่ดิบ กางเต็นท์ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุม่วง มาสุพรรณ ร่วมกันเสริมสร้าง ธรรมชาติ ท้องไร่ ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราศจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”					
2. จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณ เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลายรวมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เดินป่า นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์ฉลามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทยในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วมมหกรรมอาหารปลอดภัยเคมี สารพิษและยาฆ่าแมลง เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและปลอดภัย จากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน”					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายด้วยเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่าง ด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยพื้นถิ่น ที่อำเภออู่ทอง ชุมชนจีน ในย่านธุรกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบางลี่ แวะเวียนไปสักทายนคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยง ที่ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออู่ทอง เป็นหนึ่งเดียวในสังคมเมืองเลือดสุพรรณ”					
4. จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ “เยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยยุคหินใหม่ เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุคเหล็ก ล่องเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวาราวดี ลพบุรี อู่ทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน เยี่ยมเมืองโบราณอู่ทอง เพื่อสักการะพุทธประติมากรรมที่ขุดค้นพบในพื้นที่เมืองสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นแผ่นดินแรกที่พุทธศาสนาได้มาฝังรากไว้อย่างหนาแน่น ไม่น้อยกว่า 2,300 ปีมาแล้ว ในแผ่นดินสุวรรณภูมิ ศึกษาศิลปะ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จากโบราณสถานและโบราณวัตถุ เพื่อสัมผัสพุทธศิลป์ ยุคต่าง ๆ และในการปฏิบัติจิตไปสู่การพ้นทุกข์ ปฏิบัติธรรม ผีกลสตี ผีกลสมาธิ ตามแนวไตรสิกขา ศิล สมาธิ ปัญญา เพื่อร่วมอนุรักษ์อารยธรรมและวัฒนธรรมเก่าแก่ ตลอดจนเพื่อพัฒนาจิตสู่ปัญญา”					

คำชี้แจง ท่านคิดว่าจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมียุทธศาสตร์ คือ แนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามความต้องการที่จะให้จังหวัดสุพรรณบุรี พัฒนาไปในทิศทางที่ดีที่สุดในระดับใด

ยุทธศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเทียวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเทียวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ					
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเทียวเพื่อพัฒนาสังคม					
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเทียวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					

คำชี้แจง ท่านคิดว่าจังหวัดสุพรรณบุรีในแต่ละยุทธศาสตร์ควรมีกลยุทธ์ คือ แผนปฏิบัติการและโครงการเพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของวิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนดในระดับใด

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเทียวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนากองเทียว					
โครงการที่ 1 โครงการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ของการกองเทียวเชิงธรรมชาติ ในอุทยานแห่งชาติเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยานและป่าสงวน					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานในบริเวณโบราณสถานเมืองโบราณอู่ทอง ตลอดจนกำหนดจุดสื่อความหมาย					
โครงการที่ 3 โครงการกำหนดเส้นทางกองเทียวเชิงเกษตรอินทรีย์เพื่อเรียนรู้วิถีเกษตรแบบ (Smart Farming) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม นวัตกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน					
โครงการที่ 4 โครงการกำหนดพื้นที่พัฒนาikumอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์อาหารโลก (World Organic Food Innopolis)					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งกองเทียวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน ในจังหวัดสุพรรณบุรี					
โครงการที่ 6 โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกป่าในพื้นที่ธรรมชาติและการปลูกต้นไม้ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน					
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในรูปแบบ Solar Farm					
โครงการที่ 2 โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในหลังคา บ้าน วัด โรงเรียน หมู่บ้าน					
โครงการที่ 3 โครงการจัดตั้งโรงไฟฟ้าจากขยะ					
โครงการที่ 4 โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยอินทรีย์ น้ำ EM ในทุกหมู่บ้าน					
โครงการที่ 5 โครงการการสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย					
โครงการที่ 6 โครงการธนาคารขยะและร้านศูนย์แยกขยะ บ้าน วัด โรงเรียน					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ					
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด					
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารอินทรีย์ อุตสาหกรรมพลังงาน และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular Green Economy)					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแผนการตลาดการท่องเที่ยวแบบดิจิทัล					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจองผ่าน Facebook หรือ Google					
โครงการที่ 4 โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก ตลาดจีน อินเดีย รัสเซีย					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาโปรแกรมมหกรรม และ Event ด้านการท่องเที่ยว ผลไม้ อาหาร สุขภาพ ดนตรี กีฬา บันเทิง ระดับนานาชาติตลอดปี					
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวธรรมชาติสุพรรณบุรี”					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเศรษฐกิจสุพรรณบุรี”					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงสังคมสุพรรณบุรี”					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างแพ็คเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ ของสุพรรณบุรี”					
โครงการที่ 5 โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยว ย้อนรอยประวัติศาสตร์ จากยุคก่อนประวัติศาสตร์ ทวาราวดี ลพบุรี อุทอง จนถึงอยุธยา					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 6 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตชาวนาไทยเกษตรอินทรีย์ สังคมพหุเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ในสุพรรณบุรี					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนามหกรรมช้อปปิ้งสินค้า OTOP ของดีสุพรรณ					
โครงการที่ 8 โครงการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสู่บ้านเกิดยอดศิลปินพื้นบ้านแห่งเมืองสุพรรณ จากแม่ศรีประจันต์ ถึง พุ่มพวงดวงจันทร์					
กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (DMO) จังหวัดสุพรรณบุรี					
โครงการที่ 2 โครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมสัญจรได้สะดวกปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 3 โครงการการสร้างนวัตกรรมบริหารจัดการท่องเที่ยวสู่การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 4 โครงการอบรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับ จังหวัด อำเภอ ตำบล และ ในหมู่บ้านบนหลักเศรษฐกิจพอเพียงและหลักประชาธิปไตยแบบปกครองตนเอง					
โครงการที่ 5 โครงการอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตเศรษฐกิจ การเมือง ภัยพิบัติธรรมชาติ โรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid-19 การก่อการร้ายสากลระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เพื่อสร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชน					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 6 โครงการประสานงานภาครัฐ เอกชน ประชาชน เพื่อร่วมทำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆภายใต้วิสัยทัศน์ร่วมของจังหวัด					
โครงการที่ 7 โครงการอบรมทักษะเกษตรอุตสาหกรรม อินทรีย์ เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ตลอดจนการตลาดออนไลน์แก่ชุมชนในจังหวัด					
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ จากการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างเครือข่ายการพัฒนาท่องเที่ยวในชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด กลุ่มจังหวัด					
โครงการที่ 2 โครงการอบรมมัคคุเทศก์มาตรฐานสากล ภาษาไทย จีน อังกฤษ แก่ชุมชน					
โครงการที่ 3 โครงการยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยว และสินค้า OTOP ตลอดจนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่า					



กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 4 โครงการสร้างเครือข่ายชมรมสมาคมด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทเพื่อพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน					
โครงการที่ 5 โครงการสนับสนุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ ด้านการท่องเที่ยว (Start ups) โดยระดมทุนภายในประเทศ					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต					
โครงการที่ 1 โครงการตั้งสถาบันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต พหุวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี					
โครงการที่ 2 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรม					
โครงการที่ 3 โครงการจัดทำฐานข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ แพทย์พื้นบ้าน ประเพณี ภูมิปัญญาสมุนไพรต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมที่สมบูรณ์ของมรดกทางวัฒนธรรม นำเข้าฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์					
โครงการที่ 4 นำทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ ของพื้นที่มาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก					
โครงการที่ 1 โครงการประกวด นวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก หรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม					
โครงการที่ 2 โครงการ "คนสุพรรณบุรีมีกายและจิต ได้ปฏิบัติจิตฝึกจิตให้มีสมาธิและสติทุกวินาที" ตามหลัก คีล สมาธิ ปัญญา ในบ้าน วัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 3 โครงการ "คนสุพรรณบุรีต้องมีศิลา" เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ถูกต้องในเบื้องต้นในชีวิตประจำวัน ในบ้านวัด โรงเรียน ทุกหมู่บ้าน					
โครงการที่ 4 โครงการ "เที่ยววัดสุพรรณบุรี นั่งสมาธิ 5 นาที ในอุโบสถ เพื่อพบความสงบพันธุ์ 5 นาที " สักครั้ง นักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 5 โครงการฝึกวิถีชีวิตแบบเนิบช้า Slow life วิถีพุทธ เพื่อรักษาสุขภาพกายใจ เมื่อมาถึงสุพรรณบุรี					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	จิตรารภรณ์ เถรวัดร
วัน เดือน ปี เกิด	25 สิงหาคม 2530
สถานที่เกิด	สุพรรณบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2552 ศศ.บ.การท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พ.ศ.2556 ศศ.ม.การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยนเรศวร
ที่อยู่ปัจจุบัน	199/75 ตำบลยานยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
ผลงานตีพิมพ์	จิตรารภรณ์ เถรวัดร, พยอม ธรรมบุตร, เสรี วงษ์มณฑา และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร (ISSN : 2539-6765, Online) ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 (มิถุนายน 2566). จิตรารภรณ์ เถรวัดร, พยอม ธรรมบุตร, เสรี วงษ์มณฑา และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์. แผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2566