



นโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

Government policies to promote tourism in the
province of Phetchabun.

ณัฐวุฒิ

บึงจันทร์

อรุณ

สนใจ

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประเภททั่วไป ประจำปีงบประมาณ 2556

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณปิตุภูมิทุกท่านที่เป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา รวมทั้งทีมงานจัดทำงานวิจัย อาจารย์อรุณ สนใจ คุณยุวดี ศรีเมือง คุณพัชรี บัวพันธุ์ ที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ขอขอบคุณสถาบันวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่ให้การสนับสนุนด้านทุนทรัพย์ โดยงบประมาณของมหาวิทยาลัย ขอขอบคุณ อาจารย์ ดร. สมบัติ บุญเลี้ยง คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่ให้เวลาผู้วิจัยสนับสนุนส่งเสริมการทำวิจัย

สุดท้ายขอขอบคุณ นักท่องเที่ยว ร้านค้า และสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกแบบสอบถามให้ข้อมูล อันเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยให้เป็นผลสำเร็จ ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร. ดิน ปรัชญพฤทธิ์ ครูบาอาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอนผู้วิจัยตลอดมา ส่วนความดีทั้งหมดขอมอบให้ พ่อ-แม่ ผู้ล่วงลับอย่างไม่มีกลับมา

ณัฐวุฒิ บึงจันทร์

ตุลาคม 2556

ชื่อผลงานวิจัย	นโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์
ชื่อผู้วิจัย	ณัฐวดี บุ่งจันทร์
หน่วยงาน	สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ปี	2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ผลของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ (2) ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ที่มีสถานะต่างกันในด้านเพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา (3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 300 คน แบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Anova Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีรายได้ 15,001-25,000 ประกอบอาชีพราชการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การประชาสัมพันธ์ กระบวนการติดต่อสื่อสารและด้านมาตรการกิจกรรมกระตุ้นในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในภาพรวมระดับดีมาก

The Title : The Public Policy and Tourism Promotion of Phetchabun Province

The Researcher : Mr.Nattawut Bungchan

University : Public Administration, Faculty of Hamannities and Social Science, Phetchabun
Rajabhat University

Year 2013

ABSTRACT

The research aims : (1) the result of the policy on tourism promote Phetchabun Province (2) the thinking of the policy on tourism promotion was to study the differences in position such as sex, age, income and profession (3) analytical relationship of the policy on tourism promotion. The tools this research used were questionnaires and studied a population of 300 tourists by purposive sampling using questionnaires and data analysis using statistics such as Percentage, Means, Standard Deviation=SD, and 1-way Anova analysis.

The results :

The result of the research : woman 55% age 20-30 year 25% bachelor degree 42.7% have an income of 15,001-25,000 THB per-month and have positions as bureaucrats. Their attitudes to tour promotion and the communication of activities of social, cultural and ecological tourism formed high motivation in the tourists.

The result of hypothesis test related to sex, age, income and education level agrees that the public policy of promoting tourism of Phetchabun Province as being effective.

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	
กิตติกรรมประกาศ.....	
สารบัญ.....	
สารบัญตาราง.....	
สารบัญภาพ.....	
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	6
สมมติฐานการศึกษา.....	6
นิยามศัพท์.....	7
นิยามตัวแปร.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. แนวคิดทฤษฎีนโยบายสาธารณะ.....	9
2. ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ.....	16
3. ความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	21
4. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	38
5. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของป่าท่องเที่ยว.....	56
6. สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์.....	59
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	73
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	75
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	75
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	75
การทดสอบค่าที่ตรงของเครื่องมือการศึกษา.....	76

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	109
บรรณานุกรม.....	119
ภาคผนวก.....	123

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการ Amazing Thailand 1998-1999.....	32
2	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	77
3	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	78
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	78
5	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	79
6	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	79
7	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์.....	81
8	แสดงค่าความถี่ และร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริม การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์.....	89
9	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์.....	92
10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์.....	93
11	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามอายุ.....	94
12	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริม การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ.....	94
13	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ.....	95
14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์.....	96
15	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามรายได้.....	97

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐ กับการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้.....	97
17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของจังหวัด เพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้.....	98
18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับ ความคิดเห็นต่อนโยบาย ภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์.....	99
19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	100
20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริม การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	101
21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	101
22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์.....	102
23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามอาชีพ.....	103
24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริม การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ.....	104

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
25	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริม การท่องเที่ยวของจังหวัด เพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ.....105
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว.....106
27	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....107

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมด้านบริการที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาได้รับการพัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว นับได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดประโยชน์มากมายทั้งที่ปรากฏเป็นนามธรรมและรูปธรรมที่สามารถประเมินค่าได้คือในรูปเงินตราต่างประเทศที่ได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงานให้กับคนในประเทศและกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังที่สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ : 217) ได้รายงานว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะสามารถสร้างงานให้แก่ระบบเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมในสาขาต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นในอัตรานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 9 คน สามารถสร้างงานได้ 1 คน ในขณะที่นักท่องเที่ยวภายในประเทศ 73 คน สร้างงานในประเทศได้ 1 คน

ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นความหวังใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทยที่จะช่วยให้เศรษฐกิจขยายตัวต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีใช้จะมีบทบาทแต่เฉพาะด้านเศรษฐกิจเท่านั้น ยังมีผลกระทบถึงสังคมและการเมืองอีกด้วย (เสรี วังสไพจิตร, 2530) ซึ่งพอจะสรุปความสำคัญได้ดังนี้

1. สนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 2. ส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนา
 3. ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันเป็นหนทางนำไปสู่สันติภาพและสามัคคี
- รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวมานานพอสมควรโดยเริ่มมีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้เป็นสาขาหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (2515 – 2519) เป็นต้นมา ซึ่งในปี 2519 ประเทศไทยก็เริ่มมีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นแผนแรก โดยแผนดังกล่าวได้มุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างปัจจัยพื้นฐานด้านต่างๆ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดหรือจูงใจนักท่องเที่ยว เช่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการท่องเที่ยว เช่น ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในสถานที่ท่องเที่ยว สถานบริการ สถานที่

รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น นับแต่นั้นมาแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวก็ถูกกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ต่อเนื่องมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) ตามลำดับ โดยในแผนพัฒนาฯ ฉบับล่าสุดที่รัฐบาลได้วางเป้าหมายไว้นั้น มีใจความสรุปด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว (www.thaigov.go.th วันที่ 26 กันยายน 2546) ไว้ดังนี้

1. เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว
2. บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรูปโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยวและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
3. เร่งพัฒนาบูรณะฟื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว
4. เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม
5. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวรวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (www.nesdb.go.th วันที่ 28 กันยายน 2546) ได้มีมาตรการส่งเสริมรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนี้

1. มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปดำเนินการแก้ไขปัญหาอุปสรรคการท่องเที่ยว 7 มาตรการ คือ
 - 1.1 ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
 - 1.2 ป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว
 - 1.3 การป้องกันแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
 - 1.4 การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจับจ่ายซื้อขาย (Shopping Center)
 - 1.5 การส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ (Special Interest)
 - 1.6 การกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมสนับสนุนปีการท่องเที่ยว Amazing Thailand
 - 1.7 การจัดตั้งองค์กรในรูปคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและพื้นที่ รวมมาตรการที่จะต้องดำเนินการในระยะต่อไป คือ

- 1.1 การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2 การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว
- 1.3 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น
- 1.4 การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม
- 1.5 การจัดนิทรรศการ
- 1.6 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล Incentive)
- 1.7 การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่ภูมิภาค

โดยให้รายงานความคืบหน้าให้คณะกรรมการรัฐมนตรีว่าด้วยนโยบายเศรษฐกิจ รับทราบทุกๆ 3 เดือน

2. ให้ความสำคัญสูงสุดกับการแก้ไขปัญหาในพื้นที่นักท่องเที่ยวนิยมไป 12 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา ชลบุรี (พัทยา) ภูเก็ต เชียงใหม่ สงขลา (หาดใหญ่) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) นราธิวาส (สุโหงโกลก) กระบี่ กาญจนบุรี ระยอง ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และเพชรบุรี (ชะอำ) โดยมอบหมายกระทรวงมหาดไทยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งองค์กรส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและระดับพื้นที่ โดยให้คณะกรรมการประกอบด้วย 3 ฝ่าย คือ ส่วนราชการ (รวมหน่วยราชการเจ้าของพื้นที่ เช่น อุทยานแห่งชาติ วัด อุทยานประวัติศาสตร์ ฯลฯ) องค์กรปกครองท้องถิ่นและผู้ประกอบการ เพื่อทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการส่งเสริมและพัฒนาและแก้ไขปัญหาทุกประการของจังหวัด หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ให้ลุล่วงด้วยความเรียบร้อย

ผลการดำเนินงานในช่วงปี Amazing Thailand 1998-1999 หรือปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 สถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 7.76 ล้านคน ในปี 2541 เพิ่มขึ้นจากปี 2540 ร้อยละ 7.53 รายได้จากการท่องเที่ยว 242,177 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2540 ร้อยละ 9.70 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสถิติการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 53.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 3.08 มีรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ 203,858 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.78 (www.tat.or.th วันที่ 26 กันยายน 2546)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นควรทำกันในทุกระดับของประเทศ โดยเฉพาะระดับภูมิภาคซึ่งจะเป็นการสร้างและกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกทั้งยังกระตุ้นให้เกิดความสนใจที่จะอนุรักษ์โบราณสถานขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมอย่างแพร่หลายในแต่ละจังหวัด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศ ไทยมีกระจายกันอยู่ทุกภาคของประเทศ ซึ่งแต่ละแห่งก็จะมีลักษณะแตกต่างกันไป ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกไปได้ตามความพอใจของตน โดยทั่วไปแล้ว แต่ละจังหวัดจะมีจุดเด่น

ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองตามแต่ละลักษณะภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น บางจังหวัดก็มีจุดเด่นในเรื่องของหาดทราย ชายทะเล บางแห่งก็เป็นในเรื่องของป่าเขาลำเนาไพร บางแห่งก็เป็นเรื่องประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัฒนธรรมประเพณี (วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์, 2532 : 4)

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยจะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด ปัจจัยที่สำคัญถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวประการแรกคือ สิ่งดึงดูดใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม แหล่งพักผ่อนหย่อนใจประการที่สองคือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พักอาศัย ร้านอาหารภัตตาคาร สถานบริการ แหล่งบันเทิง ระบบการติดต่อสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคตามแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ปัจจัยประการที่สามคือ การขนส่ง ซึ่งต้องกระทำอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และมีความปลอดภัย ประการสุดท้ายที่สำคัญคือ การต้อนรับ เพราะทำให้เกิดความประทับใจและอยากที่จะกลับไปเยือนอีก พร้อมทั้งบอกกล่าวกันต่อไป

จังหวัดเพชรบูรณ์ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง แวดล้อมไปด้วยพื้นที่ป่าเขาเขียวขจี ภูมิประเทศมีทัศนียภาพที่สวยงาม ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีสถานที่ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ มีเทศกาลงานประเพณีที่หลากหลาย ซึ่งสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่ยังคงขาดการพัฒนา การวางแผน และการบริหารจัดการที่เหมาะสม จังหวัดเพชรบูรณ์มีแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้ผู้สนใจค้นคว้ากันมากมาย เช่น เขาค้อ เป็นชื่อเรียกรวมทิวเขาน้อยใหญ่ของเทือกเขาเพชรบูรณ์ มีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบายตลอดปีประกอบกับมีทัศนียภาพสวยงาม ทำให้ได้รับความนิยมมากที่สุด ภูทับเบิก เป็นบริเวณที่มีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ยามเช้าจะมองเห็นทะเลหมอกตัดกับยอดภูสูงต่างดงามมาก ในเดือนธันวาคม-มกราคม จะมีดอกนางพญาเสือโคร่งสีชมพูบานสะพรั่งไปทั้งภูเขา ยามค่ำคืนจะเห็นแสงไฟระยิบระยับจากบ้านเรือนที่อยู่ด้านล่าง เปรียบได้กับ “ดาวบนดิน” อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มีอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่สมบูรณ์สะพรั่งไปทั้งภูเขา ในยามค่ำคืนจะเห็นแสงไฟตลอดทั้งปี เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่สมบูรณ์ที่สุดในจังหวัดเพชรบูรณ์หรือเทศกาลประเพณี เช่น งานมะขามหวานและงานกาชาดจังหวัดเพชรบูรณ์ มะขามหวานเป็นพื้นเศรษฐกิจที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทราบกันโดยทั่วกันว่าเพชรบูรณ์เป็น “เมืองมะขามหวาน” และงานประเพณีอุ้มพระดำน้ำในช่วงเทศกาลสารทไทย เป็นต้น

จากข้อมูลนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลดังกล่าว จังหวัดเพชรบูรณ์ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อม แต่ยังคงขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงจาก

หน่วยงานภาครัฐ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงนโยบายของภาครัฐที่ให้การสนับสนุน การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แนวทางในการปรับปรุงแก้ไขนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ไปปฏิบัติตลอดจนสำรวจความคิดเห็น ความต้องการ พยากรณ์แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในช่วงของเทศกาลประเพณีของจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ทราบถึงข้อเท็จจริงอันจะนำไปสู่การปรับปรุงนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งจะส่งผลการนำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดไปปฏิบัติบรรลุผลตรงตามวัตถุประสงค์ของนโยบายมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงผลของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีสถานะต่างกัน ในด้านเพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาที่ส่งผลต่อกันหรือไม่อย่างไรเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

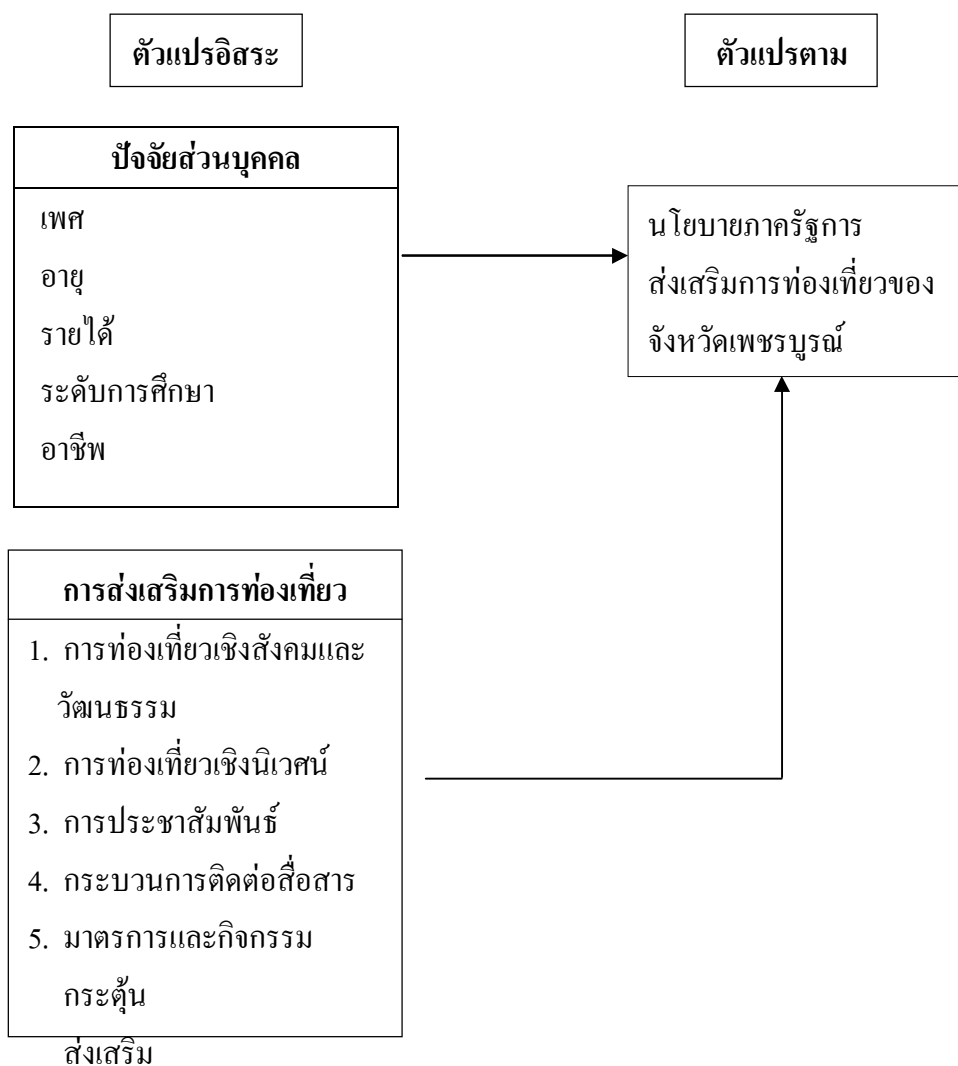
ขอบเขตของเนื้อหา ศึกษาผลของนโยบายภาครัฐการส่งเสริมของการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

สถานที่ทำการเก็บข้อมูล

1. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ เช่น อ่างเก็บน้ำชลประทานป่าแดง อุทยานแห่งชาติตาหมอก เขาค้อ ภูทับเบิก น้ำหนาว ทุ่งทานตะวัน และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

กรอบแนวคิดของการศึกษา



สมมติฐานของการศึกษา

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

6. การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง แนวทางที่รัฐกำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการประชุม หาความรู้และทำธุรกิจ

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่เป็นปกติของตนไปยังท้องถิ่นที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิยามตัวแปร

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (ตัวแปรอิสระ) ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ

การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ตัวแปรอิสระ)

1. การท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวตามชนบทนอกเมืองเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้สัมพันธ์กับทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในสภาพแวดล้อมที่ท้องถิ่นนั้นคงอยู่ โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งธรรมชาติ แต่ให้ความสำคัญทางสังคม วัฒนธรรม

3. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

4. กระบวนการติดต่อสื่อสาร หมายถึง ขั้นตอนและความสะดวกในการติดต่อสื่อสารภายในหน่วยงาน ระหว่างบุคลากรหน่วยงานอื่นๆ กับนักท่องเที่ยว

5. มาตรการและกิจกรรมกระตุ้นส่งเสริม หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว การรักษาความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน

6. นโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง แผนงานที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนมากที่สุด โดยพำนักรถนอนวันที่สุด มีความประทับใจและอยากกลับมาเยือนอีก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงกระบวนการนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

2. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนโยบายของภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

3. ผลของการศึกษาสาเหตุปัญหาของตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรหรือไม่อย่างไร เพื่อกำหนดแนวทาง ปรับปรุง แก้ไข นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นความรู้พื้นฐาน ผู้ศึกษาขอเสนอแนวคิดทฤษฎีที่ศึกษา ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีนโยบายสาธารณะ
2. ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ
3. ความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
4. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว
5. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
6. สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีนโยบายสาธารณะ

1. ความหมายของนโยบายสาธารณะ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า “นโยบายสาธารณะ” (public policy) ในหลายมิติตามวัตถุประสงค์และแนวทางการศึกษาของแต่ละคน ซึ่งสามารถจำแนกความหมายต่าง ๆ เป็น 3 กลุ่ม (มยุรี อนุমানราชชน, 2547 : 10)

1.1 กิจกรรมหรือการกระทำของรัฐบาล

1.1.1 David Easton (1953) ให้คำนิยามของคำว่า นโยบายสาธารณะ ว่า หมายถึง การแจกแจงคุณค่าต่าง ๆ อย่างถูกต้องตามกฎหมายให้แก่สังคมโดยรวม บุคคลและองค์การที่สามารถใช้อำนาจดังกล่าวได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายได้แก่ รัฐบาล และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล ดังนั้น การกระทำต่าง ๆ ของรัฐบาลไม่ว่าด้านใด ย่อมก่อให้เกิดผลในการแจกแจงคุณค่าต่าง ๆ ของสังคมนั้น ๆ

1.1.2 James Anderson (1970) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางการกระทำของรัฐที่มีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นโยบายอาจเป็นเรื่องเกี่ยวกับการออกกฎหมาย การนำกฎหมายไปปฏิบัติและการบังคับใช้กฎหมาย นอกจากนี้ นโยบายต้องเกี่ยวข้องกับสิ่งที่รัฐบาลกระทำจริง ไม่ใช่สิ่งที่ตั้งใจกระทำหรือกำลังจะกระทำ การกระทำจะก่อให้เกิดผลของนโยบาย แนวความคิดเกี่ยวกับผลของนโยบายนี้ ทำให้นโยบายแตกต่างจากการ

ตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ นโยบายของรัฐอาจเป็นสิ่งที่ได้กระทำการหรืองดเว้นกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีกฎหมายรองรับและมีอำนาจในการบังคับการกระทำนั้น

1.1.3 Ira Sharkansky (1970) ให้ความหมายว่า นโยบายของรัฐคือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาลกระทำกิจกรรมดังกล่าวครอบคลุม 3 ประเด็นที่สำคัญ

- (1) กิจกรรมเกี่ยวกับบริการสาธารณะด้านต่าง ๆ เช่น กรณีศึกษาสวัสดิการการคมนาคม และขนส่ง เป็นต้น
- (2) กิจกรรมนั้นต้องมีกฎข้อบังคับสำหรับบุคคลและหน่วยงานในการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ เช่น วินัยของทหาร และตำรวจ ข้อบังคับของพนักงานควบคุมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น
- (3) กิจกรรมนั้นเกี่ยวข้องกับการควบคุมกระบวนการกำหนดนโยบายหรือการกระทำทางการเมืองอื่น ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงวิธีการเสนอร่างกฎหมายต่อรัฐสภา การแก้ไขกฎหมายรัฐธรรมนูญ การสถาปนาหรือตัดสินสัมพันธภาพทางการทูตกับประเทศหนึ่ง ๆ เป็นต้น

1.1.4 Thomas Dye (1984) ให้คำนิยามของนโยบายสาธารณะว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่รัฐบาลจะต้องทำ เหตุผลที่ต้องกระทำเช่นนั้น และสิ่งที่มีความแตกต่างที่รัฐบาลได้กระทำ นโยบายสาธารณะจึงหมายถึง สิ่งใดก็ตามที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือเลือกที่จะไม่กระทำ

1.1.5 Riggs (1996) กล่าวว่า นโยบายของรัฐคือ กิจกรรมที่รัฐบาลกระทำหรือไม่กระทำ ซึ่งมีผลกระทบต่อความกินอยู่ดีของประชาชน เช่น นโยบายควบคุมกำลังอาวุธ นโยบายกำลังทหาร นโยบายควบคุมมลภาวะในอากาศ นโยบายสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น นโยบายสาธารณะมีเนื้อหาและผลของนโยบายที่ตามมาในการกำหนดชีวิตและอนาคตของประชาชน

1.2 แนวทางเลือกสำหรับตัดสินใจของรัฐบาล

1.2.1 William Greenwood (1965) (อ้างถึงใน สมบัติ คำรงค์ชูวงศ์, 2543 : 10) ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะไว้ว่า หมายถึง การตัดสินใจขั้นต้นที่จะกำหนดแนวทางกว้าง ๆ เพื่อนำไปเป็นแนวทางของการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างถูกต้องและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1.2.2 Lynton Caldwell (1970) (อ้างถึงใน สมบัติ คำรงค์ชูวงศ์, 2543 : 10) ได้ให้ความหมายของนโยบายของรัฐว่า บรรดาการตัดสินใจอย่างสัมฤทธิ์ผลที่เกี่ยวกับกิจกรรม

ต่าง ๆ ที่สังคมอนุญาตหรือห้ามมิให้กระทำการตัดสินใจดังกล่าว อาจออกมาในรูปคำแถลงการณ์ กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ หรือคำพิพากษา เป็นต้น

1.2.3 Heinz Eulau และ Kenneth Prewitt (1973) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ เป็นการตัดสินใจที่ไม่ใช่การตัดสินใจชั่วขณะ แต่เป็นการตัดสินใจที่แน่นอน การตัดสินใจนี้มี ลักษณะของการกระทำที่ไม่เปลี่ยนแปลงและกระทำซ้ำ ๆ เป็นเรื่องที่ดำเนินการในระยะยาวมากกว่า ระยะสั้นในระบบประชาธิปไตย การตัดสินใจกระทำโดยผู้ซึ่งกำหนดนโยบายและผู้ซึ่งปฏิบัติตาม นโยบาย แม้ว่าผู้ซึ่งกำหนดนโยบายจะเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือเป็นผู้ซึ่งได้รับการแต่งตั้ง ให้ดำรงตำแหน่งการตัดสินใจของบุคคลดังกล่าว มักเป็นผลมาจากปฏิกิริยาของบุคคลและกลุ่ม บุคคล การตัดสินใจเป็นผลผลิตของความเข้าใจและความคิด การปฏิสัมพันธ์และการผลักดัน ด้วย เหตุนี้ นโยบายสาธารณะที่สำคัญจึงประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก

1.3 แนวทางในการกระทำของรัฐบาล

1.3.1 Charles Jacop (1966) (อ้างถึงในจุมพล หนิมพานิชย์, 2549 : 40) ได้ ให้คำนิยามว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง หลักการ แผนงาน หรือแนวทางการกระทำต่าง ๆ

1.3.2 Harold Lass well และ Abraham Kaplan (1970) (อ้างถึงในจุมพล หนิมพานิชย์, 2549 : 40) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง แผนหรือโครงการที่ได้กำหนดขึ้น อันประกอบด้วย เป้าหมายปลายทาง คุณค่า และการปฏิบัติต่าง ๆ

1.3.3 Heclo Hagh (1972) ได้อธิบายว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง โครงการที่รัฐบาลบัญญัติขึ้นเป็นแนวทางสำหรับการปฏิบัติในการจัดสรรคุณค่าต่าง ๆ ให้แก่สังคม กล่าวโดยสรุป ความหมายของนโยบายสาธารณะที่กล่าวไว้ข้างต้น อาจ พิจารณาเป็น 2 แนวทาง ดังนี้ ในความหมายที่แคบ นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรม/การ กระทำของรัฐบาล และมติการเลือกตัดสินใจของรัฐบาล ส่วนในความหมายที่กว้าง นโยบาย สาธารณะ หมายถึง แนวทางในการกระทำของรัฐบาล ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นแนวทางกว้าง ๆ ที่ รัฐบาลได้ทำการตัดสินใจเลือกและกำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อชี้แนะให้มีกิจกรรม/การกระทำต่าง ๆ เกิดขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการวางแผน การจัดทำโครงการ วิธีการบริหารงานหรือกระบวนการดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ด้วยวิธี ปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และความต้องการของประชาชน/ ผู้ใช้บริการในแต่ละเรื่อง (มยุรี อนุমানราชชน, 2547 : 6)

2. ความสำคัญของนโยบายสาธารณะ

เนื่องจากนโยบายสาธารณะ หมายถึง สิ่งที่เป็นกิจกรรม/การกระทำของรัฐบาล หรือ แนวทางการเลือกตัดสินใจ/แนวทางการกระทำของรัฐบาล เพื่อบรรลุเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ที่กำหนด กล่าวอีกนัยหนึ่งนโยบายสาธารณะเป็นแนวทางการบริหารหรือแนวทางการวางแผนและกำหนดโครงการเพื่อผลลัพธ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น นโยบายป่าไม้ของไทย หมายถึง พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2528 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 พระราชบัญญัติสวนป่า พ.ศ. 2535 เป็นต้น กฎหมายเกี่ยวกับป่าไม้ดังกล่าว เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมและรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ส่วนนโยบายพลังงานแห่งชาติเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ขณะเดียวกันอาจมองว่าเป็นแนวทางการพิจารณาเลือกตัดสินใจทางเลือกต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นพลังงานทดแทนปิโตรเลียม ทางเลือกในการนำพลังงานมาจากแหล่งต่าง ๆ เช่น เชลล์ แสงอาทิตย์ ความร้อนจากแสงอาทิตย์ ความร้อนใต้พิภพ กังหันลม กากอ้อยและแกลบ เป็นต้น ทางเลือกเหล่านี้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงการเพื่อนำไปสู่การกระทำของรัฐบาลในเรื่อง ป่าไม้ และพลังงานต่าง ๆ ดังนั้น ก่อนที่จะกำหนดนโยบาย กำหนดทางเลือกตัดสินใจ กำหนดแผนงาน/โครงการ จำเป็นต้องทราบเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของกิจกรรม/ทางเลือกตัดสินใจ/แผนงานนั้น ๆ เมื่อมีการกำหนดนโยบายหนึ่ง ๆ ขึ้นมา นโยบายสาธารณะจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและผลประโยชน์ต่อฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้ (สมบัติ ดำรงค์ชัยวงศ์, 2543 : 10)

2.1 ฝ่ายรัฐบาล ด้านนโยบายที่รัฐบาลกำหนดขึ้นสอดคล้องตามความต้องการของประชาชนจะทำให้รัฐบาลได้รับความศรัทธาเชื่อถือและเป็นที่นิยมชมชอบ นโยบายของพรรคไทยรักไทย ซึ่งได้รับการเลือกตั้งเป็นรัฐบาล เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2544 โดยมีพันตำรวจโท ดร. ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี นโยบายที่ทำให้พรรครัฐบาลได้รับคะแนนเสียงในการเลือกตั้งอย่างท่วมท้น ได้แก่ นโยบายสามสิบบาทรักษาทุกโรค นโยบายกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมือง แห่งละ 1 ล้านบาท และนโยบายพักชำระหนี้เกษตรกร ถ้ารัฐบาลสามารถนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติจนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดเป็นไปได้อันที่ประชาชนจะรู้สึกพึงพอใจในนโยบายเหล่านั้น และอาจทำให้รัฐบาลได้รับเลือกตั้งสมัยต่อไป แต่ด้านนโยบายเหล่านั้นไม่สามารถดำเนินการและบรรลุเป้าหมายได้ ประชาชนอาจเสื่อมความศรัทธาในนโยบายเหล่านั้น ไม่สามารถดำเนินการและบรรลุเป้าหมายได้ ประชาชนอาจเสื่อมความศรัทธาไม่เชื่อถือรัฐบาลและไม่สนับสนุนรัฐบาลในการเลือกตั้งครั้งต่อไปปี พ.ศ. 2548 ซึ่งความนิยมชมชอบของประชาชนในนโยบายของพรรคไทยรักไทยมีผลต่อการได้มาซึ่งอำนาจของรัฐบาล และทำให้รัฐบาลยังคงมีอำนาจอยู่ต่อไปตามแนวทางของระบอบประชาธิปไตย นโยบายสาธารณะต่าง ๆ ที่รัฐบาลกำหนด

เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานให้แก่หน่วยงานในภาครัฐ เป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางการพัฒนาของประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคตอีกด้วย

2.2 ฝ่ายข้าราชการ นโยบายสาธารณะเป็นกลไก/เครื่องมือที่สำคัญในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานในภาครัฐ เมื่อรัฐบาลกำหนดนโยบายเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้ว ข้าราชการ/ผู้ปฏิบัติงานจะนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติ โดยกำหนดแผนงาน/โครงการที่สอดคล้องกับนโยบายที่รัฐกำหนด นโยบายของรัฐบาลอาจจะกำหนดไว้ในลักษณะต่าง ๆ เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด พระราชกฤษฎีกา กฎระเบียบ กฎกระทรวง และมติของคณะรัฐมนตรี เป็นต้น ถ้านโยบายหนึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม/เฉพาะเจาะจงปฏิบัติได้และวัดได้ ก็จะช่วยให้ข้าราชการผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในแนวทางการดำเนินงานและเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ได้ง่าย และสอดคล้องตรงกัน อันจะส่งผลให้นโยบายนั้นบรรลุสัมฤทธิ์ผลที่ต้องการได้

2.3 ฝ่ายประชาชน นโยบายของพรรคการเมืองซึ่งในเวลาต่อมาอาจกลายเป็นนโยบายของพรรครัฐบาล เมื่อพรรคการเมืองนั้นได้รับเลือกให้จัดตั้งรัฐบาล ทำให้ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งสามารถตัดสินใจเลือกผู้สมัคร/พรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น ถ้าเปรียบเทียบกับพิจารณาเฉพาะคุณสมบัติของผู้สมัครรับเลือกตั้งเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในปัจจุบันประเทศที่นิยมให้ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งพรรคการเมือง ต่างให้ความสำคัญกับการหาเสียงเลือกตั้งโดยเน้นนโยบายของพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด แทนที่จะใช้ประโยชน์จากคำมั่นสัญญา ซึ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งให้ไว้กับประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง เช่นในอดีต

2.4 สำหรับผู้ที่ศึกษานโยบายสาธารณะหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในขั้นตอนใด ๆ ก็ตาม ของกระบวนการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ การประเมินผลนโยบายหรือการสืบต่อและยุตินโยบายจะได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการพัฒนานโยบาย วิธีการวิเคราะห์นโยบาย สาเหตุและผลลัพธ์/ผลกระทบของนโยบาย ความเข้าใจเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาสาธารณะ การเสนอแนะทางเลือกในการตัดสินใจให้แก่ผู้กำหนดนโยบาย/รัฐบาลเพื่อให้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสามารถกำหนดนโยบายที่ดี เมื่อนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติก็สามารถนำไปปฏิบัติได้จนสัมฤทธิ์ผล และเป็นนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน/องค์กร/สังคม

3. รัฐในฐานะผู้กำหนดนโยบายสาธารณะ

รัฐชาติ (nation-state) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า รัฐ (state) หมายถึง ชุมชนทางการเมืองที่ประชาชนร่วมกันสร้างขึ้นเพื่อให้พ้นจากการควบคุมของรัฐบาลอื่น ๆ ชุมชนนี้มีดินแดนและประชากรจำนวนที่แน่นอนและมีสถาบันที่ใช้อำนาจอธิปไตยกระทำหน้าที่แทนรัฐ และมีอำนาจ

สูงสุดในการกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อบังคับใช้กับประชาชนทุกคนได้ อาจกล่าวได้ว่า “รัฐ” มีความหมายที่เน้น ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางการเมืองประชาชนอยู่ภายใต้ระบบการเมืองและอำนาจอธิปไตยเดียวกัน สามารถดำรงความเป็นเอกราชอย่างเต็มที่ภายใต้ดินแดนของตนเอง ไม่ต้องอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาขององค์กรระหว่างประเทศใด ๆ คำว่า “รัฐ” อาจใช้ในความหมายของ “ชาติ” และ “ประเทศ” สลับกันได้ แต่ “รัฐ” เน้นหลักด้านการเมือง “ชาติ” เน้นความผูกพันทางวัฒนธรรม เผ่าพันธุ์ ประวัติศาสตร์ ศาสนา และ “ประเทศ” เน้นหลักด้านภูมิศาสตร์ ดินแดน อาจกล่าวสั้น ๆ ว่า “ประเทศ” (country) เป็นที่รวมของ “ชาติ” (nation) และก่อให้เกิด “รัฐ” (state) ขึ้น (นิชชาภัทร อุ๋นตรจจิตร, 2545 ก : 18, 23) บางครั้งเรียกรวมว่า “รัฐชาติ”

จากความหมายข้างต้น ถ้าพิจารณา “สถาบัน” ที่กระทำหน้าที่แทนรัฐ สถาบันดังกล่าวได้แก่ ฝ่ายนิติบัญญัติ ซึ่งประกอบด้วย รัฐสภา และสถาบันที่ทำหน้าที่ด้านนิติบัญญัติอื่น ๆ ฝ่ายบริหารซึ่งประกอบด้วย คณะรัฐมนตรี และหน่วยงานของรัฐบาลทุกระดับ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ซึ่งทำหน้าที่บังคับใช้กฎหมายและอาจตัดสินใจออกกฎหมายบางประเภท และฝ่ายตุลาการ ซึ่งประกอบด้วยศาลระดับต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ในการตีความตัวบทกฎหมาย และรัฐธรรมนูญ รวมทั้งตัดสินพิพาทภาคี ในแต่ละรัฐชาติ อำนาจอธิปไตยที่สถาบันหลักทั้ง 3 ทำหน้าที่ด้านนิติบัญญัติ บริหาร และตุลาการนี้ อาจมีการแบ่งแยกสัดส่วนการใช้อำนาจเพื่อให้ผู้ใช้อำนาจในแต่ละส่วนใช้อำนาจอธิปไตยในลักษณะที่แตกต่างกัน

การแบ่งแยกสัดส่วนการใช้อำนาจอธิปไตยของสถาบันหลักของรัฐชาตินี้ บางส่วนอาจจะทับซ้อนกันในแต่ละระบบการเมือง เช่น ในประเทศอังกฤษ การใช้อำนาจอธิปไตยของฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารทับซ้อนกัน รัฐสภาเป็นที่มาของฝ่ายนิติบัญญัติ และฝ่ายบริหาร กล่าวคือผู้แทนราษฎรที่ประชาชนเลือกมาเป็นตัวแทนในรัฐสภา จะกำหนดรัฐบาล และคณะรัฐมนตรี รัฐสภา นอกจากตรากฎหมายแล้วยังต้องตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล โดยลงมติไม่ไว้วางใจรัฐบาล ขณะที่รัฐสภามีสิทธิยุบสภาได้ ตามหลักการแบ่งแยกอำนาจ (division of power) เนื่องจากฝ่ายนิติบัญญัติมีอำนาจสูงสุดจึงเรียกระบบการเมืองนี้ว่า รูปรัฐบาลแบบรัฐสภา (parliamentary government) ขณะที่ให้ประเทศสหรัฐอเมริกา มีรูปรัฐบาลแบบประธานาธิบดี (presidential government) ใช้หลักการตรวจสอบถ่วงดุล (check and balance) อำนาจที่สถาบันหลักทั้ง 3 แบ่งแยกการใช้ร่วมกันนี้ เพื่อให้มีการควบคุมอำนาจระหว่างกันเอง ระบบการเมืองไม่ว่าจะมีรูปรัฐบาลแบบใด มักจะใช้กำลังตำรวจและทหารในการประกันความมั่นคงภายในและภายนอก

นอกจากนี้ รัฐธรรมนูญบางประเทศยังบัญญัติให้รัฐชาติมีรูปแบบการใช้อำนาจอธิปไตยแตกต่างกันเป็นหลายระดับ คือ ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น รูปแบบของรัฐชาติที่รัฐบาลใช้อำนาจอธิปไตยระดับเดียวกันเรียกว่า รัฐเดี่ยว (unitary state) เช่น ประเทศอังกฤษ

ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น ขณะที่ถ้าให้รัฐบาลใช้อำนาจอธิปไตยแยกออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับรัฐบาลกลาง และระดับรัฐบาลท้องถิ่น เรียกว่า รัฐรวม (compound state) โดยรัฐธรรมนูญของประเทศจะกำหนดให้รัฐบาลทั้ง 2 ระดับ เช่น รัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่น/มลรัฐในประเทศอเมริกา มีอำนาจในการใช้อำนาจอธิปไตยครอบคลุมกิจการอะไรบ้าง รัฐบาลกลางมีอำนาจสูงสุดเกี่ยวกับกิจการด้านความมั่นคง และด้านเอกภาพของประเทศ เช่น การคลัง การเศรษฐกิจมหภาค การต่างประเทศ และการทหาร เป็นต้น รัฐบาลมลรัฐมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ของท้องถิ่น เช่น การไปรษณีย์ การคมนาคมขนส่ง และกิจการที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชน เช่น การภาษี การศึกษา การจัดหางาน เป็นต้น ดังนั้น รูปแบบการใช้อำนาจดังกล่าวทำให้การบริหารจัดการการใช้อำนาจรัฐชาติแตกต่างกันเป็นการรวมอำนาจรัฐไว้ที่ส่วนกลาง (centralization) และการกระจายอำนาจรัฐไปสู่ส่วนท้องถิ่น (decentralization)

ดังนั้น รูปแบบการใช้อำนาจอธิปไตยในรัฐรวม ได้กำหนดให้รัฐบาลท้องถิ่น/มลรัฐ สามารถใช้อำนาจหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญได้อย่างมีอิสระในเรื่องใดและระดับใด สิ่งนี้มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาลกลางและการนำนโยบายของรัฐบาลกลางไปปฏิบัติในระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ดี ในศตวรรษที่ 21 รัฐชาติมีอิทธิพลต่อปัจเจกบุคคลโดยการบังคับ การกำหนดกฎระเบียบและการใช้อำนาจของกระบวนการยุติธรรม ขณะที่เข้ามาจัดบริการสาธารณะและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รัฐชาติเข้ามาแทรกแซงกิจกรรมเฉพาะที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ (1) การจัดบริการในฐานะรัฐสวัสดิการ (welfare state) เช่น การศึกษา สาธารณสุข การจัดหางาน ที่พักอาศัย และการกำหนดรายได้ขั้นต่ำ เป็นต้น (2) การเข้ามากำหนดระเบียบกฎเกณฑ์ด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งอำนวยความสะดวกด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยการให้เงินอุดหนุนและยกเว้นภาษีเข้ามาร่วมดำเนินกิจการอุตสาหกรรมบางประเภท โดยเข้าถือหุ้นของอุตสาหกรรมนั้น ตามนโยบายจัดการด้านเศรษฐกิจแบบเคนส์ (Keynesian economic management policies) และ (3) รัฐชาติเข้ามากำหนดระเบียบกฎเกณฑ์เพื่อจำกัดขอบเขตของผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมของปัจเจกบุคคล เช่น การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม การคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการกำจัดการผูกขาดและการร่วมกันควบคุมตลาด ทั้งนี้เนื่องมาจากความซับซ้อนของชีวิตในเมืองและเศรษฐกิจ

จากประเด็นดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมทางการเมืองของรัฐชาติเกี่ยวโยงผูกพันกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ ได้ทำให้รัฐชาติเข้ามาแทรกแซงกิจการต่าง ๆ ได้มากขึ้น เช่น การส่งเสริมด้านคุณภาพชีวิตการทำงานของแรงงาน การส่งเสริมด้านการคุ้มครองแรงงานภาคอุตสาหกรรม การสร้างงานให้ประชาชนวัยทำงาน เป็นต้น (มยุรี อนุমানราชธน, 2547 : 38-39)

สรุป เนื่องจากนโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตจากระบบการเมือง บริบทที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายได้แก่ วัฒนธรรมทางการเมือง และสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายในรัฐชาติ และระบบทุนนิยมโลกภายใต้สภาวะของการสร้างโลกให้เป็นแบบเดียวกันหรือที่เรียกว่าโลกาภิวัตน์ เป็นสภาพแวดล้อมภายนอก รัฐแต่มีอิทธิพลเหนืออำนาจอธิปไตยของรัฐชาติ สถาบันที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายสาธารณะอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สถาบันนิติบัญญัติ สถาบันบริหาร และสถาบันตุลาการ ขณะที่กลุ่มผลประโยชน์พรรคการเมือง และประชาชนทั่วไป เป็นผู้มีส่วนร่วมที่ไม่เป็นทางการในการกำหนดนโยบาย การกำหนดนโยบายสาธารณะหนึ่ง ๆ ประกอบด้วย ผู้มีอำนาจตัดสินใจกำหนดนโยบายหรือวิเคราะห์นโยบาย เพื่อนำผลการวิเคราะห์นั้นมาใช้ดำเนินการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย

2. ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นการศึกษาว่า องค์กร บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหารทั้งหมด ปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่ไหน เพียงใด

การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของความสามารถที่จะผลักดันให้การทำงานของกลไกที่สำคัญทั้งหมด สามารถบรรลุผลตามนโยบายที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ เป็นการแสวงหาคำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์หรือสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อที่จะศึกษาบทเรียน พัฒนาแนวทางและสร้างกลยุทธ์ เพื่อที่จะปรับปรุงนโยบายและการปฏิบัติให้ดีขึ้นเพื่อที่จะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติบังเกิดความสำเร็จ

2.1 ตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติ

วเรช จันทรศร (2533 : 535-550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาหรือสิ่งเชื่อมโยงระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของการนำนโยบาย แผนงาน และโครงการไปปฏิบัติ โดยได้นำเสนอตัวแบบ (model) หรือแนวทางการศึกษารวม 6 ตัวแบบ คือ

ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล (Rational Model) เป็นการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติที่มุ่งเน้นการสร้างประสิทธิภาพในการวางแผนและควบคุม โดยคำว่า “ยึดหลักเหตุผล” หมายถึง ความจำเป็นขององค์กรที่จะดำเนินงานในฐานะที่เป็น “rational value maximizes” ซึ่งมีพฤติกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์เป็นแนวทาง เพื่อให้องค์กรสามารถสร้างผลงานได้ใกล้เคียงกับเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์หลักมากที่สุด

ฐานคติของตัวแบบนี้คือ โครงการที่ประสบผลสำเร็จจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และภารกิจที่ชัดเจน มีการมอบหมายและกำหนดมาตรฐานการทำงานให้แก่หน่วยงานย่อยต่าง ๆ ขององค์การ มีระบบวัดผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนระบบการให้ทุนให้โทษ

ตัวแบบทางด้านการจัดการ (Management Model) ตัวแบบนี้ให้ความสนใจที่สมรรถนะขององค์การ เพราะเชื่อว่าความสำเร็จของการดำเนินงานไปปฏิบัติย่อมขึ้นอยู่กับองค์การที่รับผิดชอบในการดำเนินงานไปปฏิบัติว่ามีขีดความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพหวังเพียงใด

โครงการที่จะประสบผลสำเร็จได้จึงจำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างขององค์การที่เหมาะสม บุคลากรที่อยู่ในองค์การจะต้องมีความรู้ความสามารถทั้งทางด้านการบริหารและเทคนิคเพียงพอ นอกจากนี้ องค์การยังจะต้องมีการวางแผนเตรียมการหรือความพร้อมเป็นอย่างดี ทั้งทางด้านวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ และงบประมาณ

ตัวแบบนี้เป็นความพยายามที่จะศึกษาหาแนวทางแก้ไขอุปสรรคของการปฏิบัติตามที่เกิดขึ้นในอดีต

ตัวแบบทางด้านการพัฒนาองค์การ (Organization Model) เป็นการศึกษาปัญหาของการดำเนินงานไปปฏิบัติในแง่ของการสร้างความผูกพันและการยอมรับ เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาและสังคมของมนุษย์ เป็นเรื่องของการนำตัวแบบทางการพัฒนาองค์การมาประยุกต์ใช้โดยตรง เน้นการมีส่วนร่วมขององค์การเป็นสำคัญ ภายใต้ฐานคติที่ว่าการมีส่วนร่วมจะทำให้เกิดการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานไปปฏิบัติให้บังเกิดความสำเร็จจึงน่าจะเป็นเรื่องของการจูงใจ การใช้ภาวะผู้นำที่เหมาะสม การสร้างความผูกพันโดยวิธีการให้สมาชิกในองค์การมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการยอมรับ ตลอดจนการสร้างทีมงานมากกว่าการมุ่งการใช้การควบคุมหรือใช้อำนาจทางรูปนัยของผู้บังคับบัญชา

ตัวแบบทางกระบวนการของระบบราชการ (Bureaucratic Process Model) ตัวแบบนี้พยายามจะสร้างกรอบการมองหาสภาพความเป็นจริงทางสังคมขององค์การ เชื่อว่าอำนาจขององค์การไม่ได้อยู่ที่ตำแหน่งทางรูปนัย แต่อำนาจที่แท้จริงกระจายอยู่ทั่วองค์การ คือ สมาชิกขององค์การทุกคนมีอำนาจในแง่ของการใช้วิจารณ์ญาณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าราชการที่มีหน้าที่ต้องติดต่อกับประชาชนอย่างใกล้ชิด สามารถใช้วิจารณ์ญาณในการปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยที่ผู้บังคับบัญชาไม่อาจควบคุมได้ ตามตัวแบบนี้ความล้มเหลวมักเกิดจากผู้กำหนดนโยบายไม่เข้าใจว่าสภาพความเป็นจริงของการให้บริการเกิดขึ้นในลักษณะใดมากกว่า ในบางครั้งการกำหนดนโยบายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรซึ่งอาจเป็นข้าราชการหรือประชาชนผู้มีส่วน

ร่วม จำเป็นที่จะต้องพัฒนามาจากเบื้องล่าง โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจสภาพความเป็นจริง และพฤติกรรม การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริง ๆ อย่างแจ่มชัด

ตัวแบบทางการเมือง (Political Model) ตัวแบบนี้เชื่อว่า ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดจากความสามารถของบุคลากรที่เป็นตัวแทนขององค์กร และความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์กร ตัวแบบนี้เห็นว่าการสร้างสมานฉันท์และวิธีการของการมีส่วนร่วม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นยาก ความขัดแย้งเป็นปรากฏการณ์ธรรมดาที่เกิดขึ้นในองค์กรและในระบบสังคมทั่วไป การนำนโยบายไปปฏิบัติจึงเป็นเรื่องของการเผชิญหน้า การบริหารความขัดแย้ง การแสวงหาความสนับสนุน การโฆษณาชวนเชื่อ การรู้จักสร้างเงื่อนไขและหาข้อต่อรองในการจัดสรรทรัพยากร ความเป็นไปได้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติจะมีความสำเร็จ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการเจรจา สถานะอำนาจ และทรัพยากรที่มีอยู่ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการต่อรองของบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กร

ตัวแบบทั่วไป (General Model) ตัวแบบนี้ให้ความสำคัญต่อปัจจัย 3 ปัจจัยคือ กระบวนการในการสื่อสารข้อความ ปัญหาทางด้านสมรรถนะขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และความร่วมมือสนับสนุนของบุคลากร

กระบวนการสื่อสารข้อความ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับความเข้าใจของบุคลากรว่าตนเองควรจะทำอย่างไรบ้าง ซึ่งความเข้าใจจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความชัดเจนของนโยบาย กิจกรรมต่าง ๆ

ปัญหาทางด้านสมรรถนะขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับความสามารถของหน่วยปฏิบัติว่าจะสามารถทำงานให้เป็นไปตามที่คาดหวังเพียงใด ซึ่งความสามารถนี้ขึ้นอยู่กับความพอเพียงของทรัพยากร กิจกรรมมุ่งใจ คุณภาพของบุคลากร ภาวะผู้นำ ความสำคัญของหน่วยงาน และสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองทั่วไป

ความร่วมมือของผู้สนับสนุนของบุคลากร ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคลากรเอง ซึ่งจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความภักดีของบุคคลต่อองค์กรผลประโยชน์ส่วนตัว และความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงจากวิธีการปฏิบัติงานที่ทำอยู่เดิม

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ตัวแบบบูรณาการ ซึ่งผสมผสานตัวแบบ 2 ตัวแบบได้แก่ ตัวแบบพัฒนาองค์กร และตัวแบบทั่วไป

2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ในทัศนะของ Donald S. Van Meter and Carl E. Van Horn (1975 : 4) ได้กล่าวว่า ปัจจัยหรือตัวแปรสำคัญ 6 ประการที่มีผลต่อการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ และมีความสำคัญต่อผลลัพธ์ของนโยบายมีลักษณะสำคัญโดยทั่วไปดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของนโยบาย สิ่งแรกที่สำคัญที่สุดอันดับแรกคือ การแบ่งแยกให้ชัดเจนว่า วัตถุประสงค์ที่กำหนดในนโยบายมีอะไรบ้าง ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุประสงค์เป็นเกณฑ์ที่ใช้ประเมินความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ จึงทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นกรอบกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ วัตถุประสงค์เป็นส่วนขยายเป้าหมายรวมของนโยบายให้ชัดเจนแจ่มแจ้งยิ่งขึ้น ทำให้เป้าหมายมีลักษณะเป็นรูปธรรมที่ง่ายต่อการจินตนาการและเข้าใจ

2. ทรัพยากรนโยบาย หมายถึง งบประมาณ และผลประโยชน์ตอบแทนอื่น ๆ ที่จะเป็นตัวเร่งให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการแปลงนโยบายทั่วไป ทรัพยากรที่มักเป็นปัญหา คือ งบประมาณ หลายครั้งงบประมาณอาจไม่พอเพียง

3. การสื่อสาร และการทำให้ปฏิบัติตามนโยบายระหว่างองค์กรต่าง ๆ การสื่อสารต้องถูกต้อง รวดเร็ว ต่อเนื่อง และไม่มีการปิดบังข่าวสารระหว่างกัน นอกจากนั้น ภายในหน่วยงานเดียวกันการสื่อสารก็ต้องมีประสิทธิภาพด้วย การแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติจะประสบผลสำเร็จได้ หากหน่วยงานต่าง ๆ มีกลไกและขั้นตอนที่ช่วยให้ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน สามารถเพิ่มความเข้าใจได้กับผู้ใต้บังคับบัญชาหรือลูกน้องปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องและส่งเสริม วัตถุประสงค์ของนโยบาย

4. คุณสมบัติของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการปฏิบัติประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้

4.1 จำนวนบุคลากรและความสามารถของบุคลากร

4.2 ระดับของการควบคุมตามลำดับชั้นบังคับบัญชาหน่วยงานย่อย ๆ

4.3 ทรัพยากรทางการเงิน

4.4 ความสำคัญของหน่วยงาน

4.5 ระดับของการสื่อสารแบบเปิด รวมถึงการติดต่ออย่างเสรีระหว่างบุคลากรระดับเดียวกันและต่างระดับกัน

4.6 สายสัมพันธ์ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

5. สภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง คำถามที่ควรพิจารณาคำตอบให้ได้เมื่อต้องการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติบรรลุผล

5.1 ทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่

- 5.2 การแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติจะก่อให้เกิดผลกระทบอะไรบ้าง
- 5.3 ประชาชนในพื้นที่ดำเนินการมีความเห็นอย่างไรบ้างต่อการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ
- 5.4 ผู้นำในพื้นที่ดำเนินการเห็นด้วยหรือคัดค้าน
- 5.5 ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่นิยมชมชอบพรรคการเมืองใด และพรรคการเมืองนั้นมีความเห็นในเรื่องนี้อย่างไรบ้าง

5.6 กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ มีการเคลื่อนไหวสนับสนุนหรือคัดค้านอย่างไร

6. คุณสมบัติของบุคลากรที่รับผิดชอบ บุคลากรเป็นบุคลากรงานจริงในการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ บุคลากรที่รับผิดชอบในการแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติควรเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบายนั้น ๆ และต้องมีทักษะทางการเมืองด้วยและต้องไม่มีความขัดแย้งกับค่านิยมพื้นฐาน

2.3 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติที่ให้ผลการปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายในระยะสั้น และมีทิศทางที่จะช่วยทำให้เกิดผลกระทบของนโยบายในส่วนที่ต้องการได้ในระยะเวลาที่ต้องการ ในขณะที่ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ ความไม่สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายของนโยบายได้ตามที่ต้องการ

การวัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีแนวทางการวัดแตกต่างกัน ออกไปอย่างน้อย 3 แนวทาง คือ (Randall B. Ripley และ Grace A. Franklin 1982 : 199-200)

แนวทางที่ 1 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถวัดได้จากระดับของความร่วมมือที่ผู้รับนโยบายไปปฏิบัติ มีต่อผู้ออกคำสั่งหรือผู้กำหนดนโยบาย ถ้าระดับความร่วมมือมีสูง ระดับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติก็มีสูงตามไปด้วย และในทางกลับกันถ้าระดับความร่วมมือมีต่ำก็ย่อมหมายความว่าระดับของความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีสูง

แนวทางที่ 2 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จากเงื่อนไขที่ว่า ได้มีการบรรลุการปฏิบัติตามนโยบายนั้นตามภาระหน้าที่ขององค์กรที่ผู้รับผิดชอบด้วยความราบรื่นและปราศจากปัญหา ถ้าการปฏิบัติตามนโยบายใดเต็มไปด้วยความขัดแย้งหรือมีอุปสรรคขัดข้องเกิดขึ้นมากเท่าใด ระดับของความล้มเหลวนั้นก็จะสูงขึ้นเท่านั้น

แนวทางที่ 3 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถพิจารณาได้จาก การที่นโยบายนั้นได้ก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานในระยะสั้น (short performance) และก่อให้เกิด ผลกระทบ (impact) ตามที่พึงปรารถนาหรือไม่

การประเมินระดับความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ควรพิจารณาจากผล การปฏิบัติในระยะสั้นว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้เพียงใด การประเมิน ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถทำได้ในระหว่างที่นโยบายยังอยู่ในกระบวนการ ของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในลักษณะของการประเมินเพื่อหาทางแก้ไขปัญหามากกว่าการ ประเมินเพื่อให้รู้ผลทั้งหมดของโครงการ ซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาจนกว่าข้อมูลทางด้านผลกระทบ จะพร้อม

3. ความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

รัฐบาลไทยได้ผนวกเอาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปในแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 3 (2515-2519) เป็นต้นมา โดยในปี พ.ศ. 2519 ประเทศไทยเริ่มมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้นเป็นแผนแรกโดยเน้นการวางแผนการพัฒนาสร้างสิ่ง ดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคของแหล่งท่องเที่ยว และต่อมาได้มีการกำหนด แผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติดังนี้

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนฯ 4 (2520-2524)

วัตถุประสงค์: รัฐบาลให้ความสำคัญในด้านการเพิ่มรายได้ในรูปตัวเงินต่างประเทศจากการ ท่องเที่ยวให้สูงขึ้น เพื่อช่วยลดภาระการขาดดุลการค้า การชำระเงินระหว่างประเทศ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนฯ 5 (2525-2529)

วัตถุประสงค์: 1. จะเร่งดำเนินการส่งเสริมและชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางสู่ ประเทศไทยให้มากขึ้น เดินทางท่องเที่ยววันขึ้นและใช้จ่ายมากขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย จะชะลอการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศให้น้อยลง เพื่อเป็นการสงวนเงินตราต่างประเทศ และ จะเร่งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวไทยหันมาเที่ยวในไทยแทน

2. จะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีต้นทุนที่ไม่สูง สามารถแข่งขันใน ตลาดต่างประเทศได้โดยง่าย ปัญหาและอุปสรรคที่มีอยู่จะทำการพิจารณาแก้ไขโดยเร่งด่วน

3. จะมีมาตรการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว

4. จะสนับสนุนภาคเอกชนในด้านการลงทุน การผลิตสินค้า การบริการอย่างจริงจัง จะไม่ควบคุมหรือแทรกแซงการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน

5. จะส่งเสริมและควบคุมให้การลงทุนทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่และจะพัฒนาใหม่ให้สอดคล้องกัน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนฯ 6 (2530-2534)

วัตถุประสงค์: 1. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการตลาดให้เป็นไปโดยสอดคล้องและในทิศทางเดียวกัน

2. เน้นการปรับปรุงคุณภาพสินค้าท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว และดำเนินงานพัฒนาต่อเนื่องจากแผนฯ 5 ให้ดีขึ้น

3. เสริมสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นระบบและให้เด่นเป็นประจำปี เพื่อนำสินค้านี้ไปเผยแพร่ต่อไป

4. ส่งเสริมการจัดระเบียบธุรกิจและการบริการทางด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี

5. เสริมสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

6. เน้นการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีคุณภาพ สักยภาพ และมีส่วนแบ่งในตลาดระดับสูง และแสวงหาดตลาดท่องเที่ยวใหม่

7. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านการส่งเสริมการตลาด

8. ส่งเสริมให้มีการประชุมนานาชาติเพิ่มขึ้นในประเทศไทย

9. ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในคุณสมบัติของการท่องเที่ยว และสร้างภาพพจน์ที่ดีของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

10. ส่งเสริมและชักจูงให้ชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

11. ส่งเสริมและประสานการลงทุนพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนให้สอดคล้องกัน

12. สนับสนุนด้านการลงทุนด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

13. ส่งเสริมและสนับสนุนและประสานงานให้มีการลงทุนขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อให้รับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวระดับกลาง และนักท่องเที่ยวชาวไทย

14. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและภาคเอกชน ทั้งในด้านการส่งเสริมการพัฒนา และในด้านการจัดเก็บข้อมูลและการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนฯ 7 (2535-2539)

วัตถุประสงค์: 1. ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นและพักนานวันขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกว้างขวางยิ่งขึ้น

2. อนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการบริหารและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต่อเนื่อง

3. ดำเนินการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

4. พัฒนาและยกระดับกำลังคนด้านการท่องเที่ยวทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

5. สร้างจิตสำนึกและให้ความรู้แก่ประชาชนถึงความสำคัญและคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันเพื่อให้การบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ที่ให้ “คน” เป็นจุดมุ่งหมายหลักในการพัฒนาประเทศ โดยให้ประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระดับทั้งในด้านการวางแผนและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และเกิดความสมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยตรง จึงกำหนดนโยบาย และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนฯ 8 (2540-2544) มีรายละเอียดดังนี้

1. ส่งเสริมฟื้นฟูและอนุรักษ์พัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป

2. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้

5. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคม ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป

6. ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วทุกภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ภายหลังการสิ้นสุดแผนฯ 8 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 7 สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15

7. สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยภายหลังจากสิ้นสุดแผนฯ 8 จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3

8. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้ง ผลักดันให้มีการกวดขันให้บังคับใช้มาตรการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

9. ส่งเสริม และพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดีมีความรักความหวงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีโมติจิตรในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

10. พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะการร่วมลงทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุน เพื่อประโยชน์โดยรวมของชาติและองค์กร

11. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ

3.1 แผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2540

เนื่องจากทั้งระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากกระแสการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัย

ภายนอกประเทศและอีกส่วนหนึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน ซึ่งถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวโลกจะมีแนวโน้มการขยายตัวก็ตาม แต่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะต้องมีการปรับตัวให้เตรียมรับกับสถานการณ์ดังกล่าว ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้มอบให้สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยทำการศึกษาและเสนอแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการศึกษาโดยสรุปดังนี้

เป้าหมาย 1. เป้าหมายระยะยาวปี พ.ศ. 2555 ให้การท่องเที่ยวไทย เป็นมาตรฐานสากล (World Class) ทั้งในด้านท่องเที่ยว การให้บริการและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์

การท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล มีองค์ประกอบดังนี้

- มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งดงาม ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม หรือถูกทำลาย
- คงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม ดำรงเอกลักษณ์ของไทยไว้ให้ลือชื่อในโลก
- สิ่งแวดล้อมปลอดภัย
- มีความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุและโรคภัยไข้เจ็บ
- มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม และบริการที่มีคุณภาพ
- มีการคมนาคมที่ติดต่อกันได้ทุกระบบ
- มีระบบโทรคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อกับทั่วโลกได้ทุกเมืองท่องเที่ยวหลัก
- คนไทยมีความพร้อมที่จะให้บริการในมาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมอย่าง

สูงสุดในการได้รับสวัสดิการในมาตรฐานเดียวกัน

การตั้งเป้าหมายเช่นนี้เป็นการยกระดับมาตรฐานสากล ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่จะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมาตรฐานสากลก็คือ นักท่องเที่ยวไทยเพราะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากสถานการณ์ในปัจจุบันปรากฏว่า แหล่งท่องเที่ยวได้เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว เพราะต้องรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ใน 6 ปีข้างหน้า ภารกิจสำคัญ ก็คือ การรักษามรดกแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ไว้ให้ยั่งยืน สามารถให้ไทยดำรงตำแหน่งเป็นประเทศที่สวยงามน่าท่องเที่ยวอยู่ได้ตลอด

เป้าหมายที่ 2 ปี พ.ศ. 2541-2546 “เที่ยวไทย...รักไทย” เป็นการกำหนดให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ไปในทิศทางที่ช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

เหตุผล

1. ถึงแม้ศักยภาพการท่องเที่ยวยังสูง แต่ก็เริ่มมีสัญญาณเตือนว่า
ทรัพยากรธรรมชาติกำลังเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว หากไม่มีการจัดการที่ดี จะสูญสิ้นแบบไม่มีวัน
หวนกลับคืนมา
2. การเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ทำให้คนไทยหันไปท่องเที่ยว
ต่างประเทศ เป็นผลเสียต่อดุลบัญชีเดินสะพัด
3. การเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยวไทย ทำให้คนไทยไม่สามารถรักษาขีด
ความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของแผน 5 ปี

1. ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการรักษามรดกด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของชาติ
2. ให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสวัสดิการแก่ประชาชนคนไทย
3. ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์และลดมลภาวะต่อ
สิ่งแวดล้อม
4. ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการกระจายรายได้และอาชีพแก่ประชาชนในชนบท
อย่างทั่วถึง
5. ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการให้การศึกษาแก่เยาวชนและประชาชน
6. ให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยได้มาตรฐานสากล
7. ให้การท่องเที่ยวไทยเป็นวิธีการที่จะช่วยแสวงหาเงินตราต่างประเทศ

กลยุทธ์

1. กลยุทธ์การบริหารแผนแม่บท
โดยการจัดทำแผนปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านกายภาพ การตลาด และ
งบประมาณ รวมทั้งพัฒนาบุคลากรในด้านที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องและปรับปรุงฐานข้อมูล
2. กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย
ส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวในเมืองไทย โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ
สูง แต่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อย ปรับปรุงระบบคมนาคมขนส่งทั้งระหว่างเมืองท่องเที่ยวและใน
แหล่งท่องเที่ยว
3. กลยุทธ์ฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไทย
โดยการลดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมและจัดประกวด
แหล่งท่องเที่ยวที่ดีเด่น ให้ความคุ้มครองเพิ่มขึ้นแก่แหล่งท่องเที่ยว พัฒนาสวนสาธารณะและ

สนับสนุนให้หน่วยงานราชการและเอกชนพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่อยู่ในเขตอนุรักษ์โดยให้คำนึงถึงการอนุรักษ์

4. กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

โดยการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวมีพฤติกรรมอนุรักษ์เพิ่มขึ้น กำหนดนโยบายควบคุมการใช้พื้นที่สูง จัดทำคู่มือแนวทางการปฏิบัติสำหรับหน่วยงาน องค์กร และนักท่องเที่ยว ควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปในเขตอนุรักษ์โดยใช้ราคาในช่วงเวลาต่าง ๆ เป็นเครื่องมือ

5. กลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

ส่งเสริมให้จัดนิทรรศการสัญจรให้ความรู้ด้านต่าง ๆ รวมทั้งการจัดการนำเที่ยวสำหรับเยาวชนและปรับปรุงคุณภาพของมัคคุเทศก์

6. กลยุทธ์การส่งเสริมบทบาทของไทยให้เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในอินโดจีน และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยส่งเสริมการพัฒนาการคมนาคมทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ จากภูมิภาคให้เชื่อมต่อกับต่างประเทศ ปรับปรุงระเบียบการเดินทางเข้าสู่ต่างประเทศให้สะดวกขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม พัฒนาเมือง (ชุมชนชายแดน) วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน และประชาสัมพันธ์ให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในฐานะประตูสู่อินโดจีน

7. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ได้มาตรฐานสากล

พัฒนาเมืองท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพสูงให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับสากล (World Class) โดยการจัดทำแผนพัฒนาเมืองในด้านต่าง ๆ วางแผนยกระดับด้านความปลอดภัย

8. กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวซ้ำและขยายจำนวนนักท่องเที่ยว

ส่งเสริมกิจกรรมใหม่ ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การเรียนนาฏศิลป์ ศิลปะการป้องกันตัว เป็นต้น สนับสนุนการลงทุนด้านสวนสนุก จัดทำโครงการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น สตรี ฯลฯ จัดรายการท่องเที่ยวประเภทครอบครัวและให้ส่วนลด

9. กลยุทธ์การส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการจัดนิทรรศการ ศูนย์ประชุมแห่งชาติ และช้อปปิ้งนานาชาติ การลงทุนพัฒนาศูนย์ปรับปรุงและจัดนิทรรศการนานาชาติ พัฒนาเมืองที่จะเป็นที่ตั้งศูนย์ประชุม และพัฒนาบุคลากรในสาขาที่เกี่ยวข้อง

3.2 แผนงานของโครงการปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999)

3.2.1 หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในโอกาสพิเศษ 2 ประการ คือ การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ในปี 2541 และวโรกาสพระชนมายุครบ 6 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระ

เจ้าอยู่หัวในปี 2542 คณะรัฐมนตรีในคราวประชุมวันที่ 17 เมษายน 2540 ได้อนุมัติการจัดงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1998 : 1999) ขึ้น เพื่อรณรงค์ให้มีการเดินทางมาเยือนประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง หลังจากที่เคยประสบผลสำเร็จมาแล้วในการจัดงาน Visit Thailand Year ในปี 2530

3.2.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ในปลายปี 2541 และร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ในปี 2542
2. เพื่อยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและใช้เป็นปัจจัยเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั่วทุกภูมิภาคเพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ คู่คุณค่าต่อการมาท่องเที่ยว
4. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลดีต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

3.2.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพจากตลาดเป้าหมายหลักเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น มีวันพักนานวันและนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศมากขึ้น กล่าวคือ ในตลอดช่วง 2 ปี (2541-2542) จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาอย่างน้อย 17 ล้านคน นำรายได้เข้าสู่ประเทศไม่ต่ำกว่า 600,000 ล้านบาท และมีคนไทยเดินทางภายในประเทศอย่างน้อย 122 ล้านครั้ง ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างน้อย 145,000 ล้านบาท
2. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มีความน่าสนใจ และคู่คุณค่าต่อการมาท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม
3. ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3.2.4 แนวทางการดำเนินงาน

จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการดำเนินงานของปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1998-1999) 3 ระดับคือ

1. คณะกรรมการดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1998-1999) เป็นคณะกรรมการระดับชาติ โดยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็น

ประธานและผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นกรรมการและเลขานุการ ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานราชการ องค์กรเอกชน สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสายการบิน ให้มีการรายงานตรงต่อนายกรัฐมนตรีเป็นประจำ

2. คณะอนุกรรมการในระดับปฏิบัติ 3 คณะผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นประธาน และประธานสถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นประธานร่วม ดังนี้

- คณะอนุกรรมการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999) ผู้อำนวยการวางแผนโครงการและพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ทำหน้าที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การบริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
 - คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999) ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ทำหน้าที่เผยแพร่โครงการและกิจกรรมไปยังนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในต่างประเทศ เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากขึ้น
 - คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999) ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ทำหน้าที่เผยแพร่โครงการและกิจกรรมไปยังนักท่องเที่ยวคนไทย และชาวต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น
3. ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) โดยรองผู้ว่าการฝ่ายวางแผนและพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นประธาน ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ ททท. ทำหน้าที่ประสานงานและติดตามการดำเนินงานและเป็นศูนย์ข้อมูลในการรณรงค์ครั้งนี้

3.2.5 การดำเนินงาน

การรณรงค์ปี Amazing Thailand 1998-1999 จะเป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวประเทศไทยในรูปแบบและสีสันที่แปลกใหม่กว่าที่ผ่านมา เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและพิเศษโดดเด่นกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง เพื่อให้งบประมาณให้เกิดประโยชน์สูงสุด จะดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวที่พิจารณาว่ามีศักยภาพ 40 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเป็นอันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี จีน ฮองกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป ได้แก่ เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันออก ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่

สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคอเมริกาใต้จะเน้นบราซิล และภูมิภาคแอฟริกาใต้ จะดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังประเทศแอฟริกาใต้ โดยให้จำนวนนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ก็จะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มตลาดเฉพาะที่มีศักยภาพสูงในแต่ละประเทศ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มฮันนิมุน กลุ่มประชุมสัมมนา เป็นต้น นอกจากนี้จะเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ

กิจกรรมที่ ททท. ร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องสถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และบริษัทการบินไทยได้ร่วมเตรียมงานและเสนอขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและเผยแพร่กิจกรรมนั้นไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว จะเน้นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจเป็นพิเศษ โดยจะมีกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมตลอดช่วงเวลา 2 ปี 2541-2542 ทั้งในกรุงเทพ และภูมิภาค จะดำเนินงานควบคู่ไปกับการพัฒนาบริการสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่การเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แบ่งกิจกรรมเป็น 3 กลุ่ม คือ

ก. กิจกรรมสำคัญที่อยู่ระหว่างการกราบบังคมทูลขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต คือ การจัดงานพระราชพิธีเสด็จพระราชดำเนินโดยขบวนพยุหยาตราชลมารค ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ และคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทยที่ไม่สามารถหาชมได้ที่ใดในโลก

ข. ในช่วงของการรณรงค์หน่วยงานต่าง ๆ จะพัฒนากิจกรรมของตนเองที่มีการจัดเป็นประจำอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้กิจกรรมมีความต่อเนื่องและกระจายความน่าสนใจไปทั่วทั้งประเทศ เช่น กิจกรรมประเพณีในท้องถิ่นของจังหวัดต่าง ๆ การแสดงกิจกรรมดนตรีโดยกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

ค. นอกจากนี้ เพื่อให้มีจุดเด่นในช่วงว่าง ๆ ตลอดทั้งปี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันจัดกิจกรรมพิเศษอย่างน้อยไตรมาสละ 1 กิจกรรม เช่น มหกรรมดนตรีร่วมสมัย มหกรรมกีฬา การแสดงนิทรรศการศิลปะอาเซียน เทศบาลศิลปะพื้นบ้าน เป็นต้น สำหรับกิจกรรมที่มีการเตรียมงานไปแล้วบางส่วน เพื่อที่จะให้ดำเนินการได้ทันช่วงการเริ่มต้นปี Amazing Thailand 1998-1999 ได้แก่

- กิจกรรมการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งซื้อสินค้า โดยห้างสรรพสินค้าศูนย์การค้าชั้นนำในกรุงเทพฯ และเมืองหลักทางการท่องเที่ยวจะจัดรายการลดราคาสินค้าครั้งใหญ่ปีละ 2 ครั้ง ในช่วงเดือนมิถุนายน และพฤศจิกายน ของปี 2541 และ 2542 นอกจากนี้ ยังมีบริการพิเศษที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เช่น การได้รับบัตร Tourist Privilege Card เพื่อ

ใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า การบริการรับ-ส่งสินค้าและบริการที่จอดรถ การจัดพนักงานหรือ
 เกล็นเตอร์เพื่อต้อนรับเป็นการเฉพาะ เป็นต้น นอกจากนี้ ททท. ยังได้ร่วมกับกรมส่งเสริม
 อุตสาหกรรม พิจารณาเลือกหมู่บ้านหัตถกรรมในจังหวัดที่สำคัญ ๆ โดยจะจัดกิจกรรมส่งเสริม
 หัตถกรรมพื้นบ้านผนวกกับกิจกรรมประเพณีประจำปีของจังหวัด เพื่อเพิ่มความหลากหลายแก่การ
 ส่งเสริมการซื้อสินค้าในประเทศไทยให้ครอบคลุมทุกทั่วทุกภาค

- กิจกรรมการส่งเสริมอาหารไทย ได้แก่ การจัดหลักสูตรสอน

อาหารไทยในโรงแรม การจัดเทศกาลอาหารไทยให้ยิ่งใหญ่ มีการเชิญสื่อมวลชน ผู้ประกอบการ
 อาหาร และบริษัทนำเที่ยวชั้นนำทั่วโลก มาร่วมงานเทศกาลและร่วมประชุมสัมมนาเกี่ยวกับคุณค่า
 ของอาหารไทย เพื่อให้นำไปเผยแพร่อีกต่อหนึ่ง และร้านอาหารไทยในต่างประเทศจากกว่า 4,000
 แห่งทั่วโลก จะจัดรายการชิงรางวัลตัวแทนทางมาท่องเที่ยวไทยในช่วงของการจัดกิจกรรมนี้ เป็นต้น

- รายการนำเที่ยว นอกจากกิจกรรมดังกล่าวแล้ว ททท. ยังได้ร่วมกับ

บริษัทนำเที่ยว โรงแรมและสายการบินจัดรายการท่องเที่ยวพิเศษ เรียกว่า Amazing Thailand Tour
 Programme ซึ่งประกอบไปด้วยรายการนำเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ และการบริการที่พิเศษกว่าที่
 ผ่านมา มีความสะดวกแก่การที่บริษัทนำเที่ยวจะนำไปขาย และตรงตามความต้องการสำหรับ
 นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น Amazing Taste Thailand จะเป็นการแนะนำอาหารไทย ผลไม้ไทย หรือ
 การอบรมหลักสูตรการทำอาหารไทย Amazing Thai Boxing จะเป็นการนำชมค่ายมวยไทย ร่วม
 ฝึกซ้อม และชมการแข่งขันจากสนามจริง Amazing Tropical Thai Fruit จะเป็นการนำชมและ
 รับประทานผลไม้ไทย ณ สวนผลไม้ เป็นต้น

3.2.6 การดำเนินงานเผยแพร่กิจกรรม ได้แก่

- จัดทำบทความ สปอตโฆษณา ทางสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในสื่อท้องถิ่น
 และสื่อที่มีการเผยแพร่ทั่วโลก เช่น CNN, STAR TV, internet โดยจะพัฒนารูปแบบการนำเสนอที่
 ทันสมัยและดึงดูดใจกว่าที่ผ่านมา สำหรับในประเทศจะจัดทำบทความเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์
 นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จัดทำสปอตโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ ร่วมมือกับรายการวิทยุที่ได้รับความนิยม
 จัดรายการรณรงค์ให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถร่วมลงโฆษณาได้
 ในอัตราส่วน 70 : 30

- การประชาสัมพันธ์ โดยการจัดงานแถลงข่าวเป็นการประจำ การเผยแพร่
 บทความเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจที่ดีในประชาชนและผู้ประกอบการในประเทศ เพื่อให้
 เกิดความร่วมมือกันในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี และการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีในขณะเดียวกัน รวมทั้ง
 จะได้เชิญนักเขียนและบริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศมาทัศนศึกษาเยี่ยมชมกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้น
 ในประเทศไทย เพื่อนำไปเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

- การผลิตโปสเตอร์ แผ่นพับ แผนที่ วิดีโอ และวัสดุสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่จะ
เป็นเครื่องมือแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยในการเผยแพร่ปี Amazing Thailand 1998-1999 โดยการ
ผลิตให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถปรับใช้ได้ในวาระต่าง ๆ
- การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย ที่จัดเป็นประจำในต่างประเทศ เช่น งาน
World Travel Mart ที่ลอนดอน งาน ITB ที่เบอร์ลิน การจัด Road Show สัมมนา โดยจะนำบริษัทนำ
เที่ยว โรงแรม สายการบิน ไปพบปะและเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการต่างประเทศในตลาดหลักที่
สำคัญ

3.2.7 การร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การรณรงค์โครงการ Amazing Thailand 1998-1999 ประสบ
ความสำเร็จ จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนที่จะ
ทำกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในช่วง 2 ปี ดังกล่าวให้มีความน่าสนใจสูงสุด โดยประเด็นที่จะเสนอขอ
ความร่วมมือได้แก่ (ท.ท.ท. เอกสารการเตรียมงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542)

ตารางที่ 1 การร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน โครงการ Amazing Thailand
1998-1999

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	- พัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และตลาดการ ท่องเที่ยว - ติดตามตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรม - ประสานงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ เกี่ยวข้อง
สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย	- ประสานงานกับทางภาครัฐและเอกชนเพื่อให้บังเกิด ผลสำเร็จในการดำเนินการปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 Amazing Thailand 1998-1999 - ประสานงานสมาชิกของสถาบันฯ ในการส่งเสริมและ พัฒนาสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้าง สินค้าใหม่ ๆ เป็นรายการนำเที่ยวพิเศษสำหรับปี Amazing Thailand 1998-1999

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
กระทรวงมหาดไทย	- ดูแลความสงบเรียบร้อยภายในประเทศไทยเฉพาะการดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางทางรถไฟ ก็ให้กองบังคับการตำรวจรถไฟดูแลรับผิดชอบ หากไปท่องเที่ยวทางน้ำ ก็ให้กองบังคับการตำรวจน้ำดูแลรับผิดชอบ สำหรับทัวร์ป่าก็ขอให้กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนช่วยดูแลคุ้มครองด้วย ในสายงานของฝ่ายปกครองก็ได้มอบหมายให้ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จัดให้มีมาตรการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานของตำรวจด้วย - ประสานงานการกำหนดระเบียบพิธีการเข้าเมืองแก่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้ได้สิทธิเข้าเมืองโดยไม่ต้องขอวีซ่าเพิ่มเติม - ประสานงานอำนวยความสะดวก ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง - จัดระเบียบควบคุมปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมที่เกิดจากการบุกรุกที่สาธารณะประโยชน์ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว - ประสานงานกับ ททท. และสำนักงานประมาณในการแก้ไขการบริหาร และการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยกระจายอำนาจให้องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นดูแล
กระทรวงอุตสาหกรรม	- ดูแลกำหนดมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม รวมถึงสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับ เพื่อส่งเสริมการส่งออกและสร้างภาพลักษณ์ทางบวกแก่ประเทศไทย - ส่งเสริมให้โรงงานจัดให้มี outlet เพื่อจำหน่ายสินค้าราคาโรงงาน - ประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนให้เกิดความร่วมมือในการสร้างสรรค์ของที่ระลึกต่าง ๆ
กระทรวงพาณิชย์	- ควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพ - สนับสนุนให้มีศูนย์การจำหน่ายสินค้าตามเมืองชายแดน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	- ส่งเสริมให้สวนผลไม้เข้าร่วมมือในโครงการ Ago-tourism - ประสานงานโครงการ “Thai Food” - ควบคุมมาตรฐานสินค้าการเกษตร - พิจารณากำหนดให้มีมาตรฐานควบคุมปริมาณไม้ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในเขตอุทยานมากเกินไปจนเกิดความเสียหาย ความสามารถในการรองรับของพื้นที่เนื่องจากจะก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของพื้นที่
กระทรวงศึกษาธิการ	- สนับสนุนการจัดทัศนศึกษานอกสถานที่ - ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงบูรณะแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม
กระทรวงการคลัง	- เร่งรัดมาตรการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว - พิจารณาให้บริการอำนวยความสะดวกด้านระเบียบพิธีการศุลกากรแก่ธุรกิจจัดประชุม สัมมนาและการจัดนิทรรศการเพื่อใช้เป็นจุดขาย - ประสานงานสนับสนุนด้านงบประมาณในการสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติ - สนับสนุนงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นพิเศษแก่ ททท. ในการดำเนินงาน Amazing Thailand 1998-1999
กระทรวงการต่างประเทศ	- ให้บริการอำนวยความสะดวกในการออกวีซ่าแก่นักท่องเที่ยว - เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ Amazing Thailand 1998-1999 - ช่วยสนับสนุนเชิญชวนให้เกิดการจัดกิจกรรมการประชุมนานาชาติภายในประเทศไทย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
กระทรวงคมนาคม	- ให้บริการอำนวยความสะดวกด้านคมนาคมในประเทศ ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ - กำหนดนโยบายการบินพาณิชย์ที่เปิดกว้างกว่าเดิม - สนับสนุนสายการบินสายที่ 2 ให้เปิดบริการได้โดยเร็ว - สนับสนุนการซื้อเครื่องบินที่ทันสมัยเพื่อความสามารถขยายการให้บริการได้มากขึ้น - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวางแผนแก้ไขการจราจร
การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย	- จัดให้มีการตกแต่งอาคารทำอากาศยานนานาชาติเพื่อเป็นการต้อนรับและสนับสนุนประชาสัมพันธ์ Amazing Thailand 1998-1999 - ให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วยความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย - จัดระเบียบการบริการขนส่งสาธารณะเข้าเมืองจากทำอากาศยานให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น
การรถไฟแห่งประเทศไทย	- จัดระเบียบรถไฟในเรื่องต่าง ๆ เช่น ความสะดวก ปลอดภัย ตารางเวลาการเดินทาง การสำรองที่นั่ง เป็นต้น เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือต่อการเดินทางโดยรถไฟ - ช่วยประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999 - ปรับปรุงการบริการจากรถไฟให้ได้มาตรฐานสากล
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	- สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจส่งเสริมการท่องเที่ยว
สำนักพระราชวัง สำนักราชเลขาธิการ	- ร่วมมือและให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพระราชพิธี
สำนักงบประมาณ	- พิจารณาจัดให้มีหมวดงบประมาณเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อรองรับสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถดำเนินการในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	- สนับสนุนแผนงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศและกิจกรรม Amazing Thailand 1998-1999
กรมประชาสัมพันธ์	- ประสานงานในด้านการประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999
องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ที่วีซีช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7	- ช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น - ให้ความร่วมมือกับ ททท. ในการเผยแพร่สโปดโฆษณาทั้งทางวิทยุและทางโทรทัศน์เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมาย
สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	- ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999
สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย	- การประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999 ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ผ่านทางหนังสือพิมพ์
ชมรมนักจัดรายการวิทยุ	- ช่วยการประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)	- พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางภายในประเทศในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น การเพิ่มที่นั่ง หรือเที่ยวบินในช่วงเทศกาล - พัฒนาศักยภาพของเครื่องบินและบุคลากรที่ให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้บริการ - ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999 เช่น ในช่วง in flight VDO ฯลฯ - ให้ความร่วมมือในการสร้าง product การท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น การสร้าง special package - ให้การสนับสนุนด้านตั๋วเครื่องบินในการทำ Lucky Draw ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น Thai Food, Home Coming เป็นต้น - เปิดเส้นทางบินสู่ Destination ใหม่ ๆ เพื่อเป็นจุดขนถ่ายผู้โดยสาร และสินค้ามากขึ้น

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หน่วยงาน	ความร่วมมือ
สภาหอการค้าไทย	- ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ Amazing Thailand - ให้ความร่วมมือในการจัด Shopping theme และช่วยประสานงานกับห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ทำสินค้าของที่ระลึก เช่น หมวก ถุงใส่ของ เป็นต้น - จัดเทศกาลลดราคาสินค้าที่จูงใจนักท่องเที่ยว - จัดระเบียบดูแลมาตรฐานสินค้าและราคา
บริษัทขนส่ง จำกัด	- พัฒนาด้านบริการขนส่งในส่วนกลางไปสู่ภูมิภาคและระหว่างภูมิภาคให้มีความสะดวกและความปลอดภัย - จัดให้มีการตกแต่งสถานีขนส่งทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะในเมืองหลักการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดและช่วยการประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999 - ร่วมมือกับภาครัฐจัด Tourist Bus ตาม Destination ต่าง ๆ
นายกสมาคมอุตสาหกรรมย่อย	- การประชาสัมพันธ์มาตรฐานของอัญมณีของประเทศไทย - ดูแลมาตรฐานสินค้าจากอุตสาหกรรมขนาดย่อย
กรุงเทพมหานคร	- ร่วมมือในการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์งาน Amazing Thailand 1998-1999 ในกทม. - ร่วมมือกับ ททท. ในการจัดโครงการ Shopping Street - จัดระเบียบ กทม. ให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว - จัด information booth ตามแหล่งท่องเที่ยว - ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดระเบียบการจราจรกรุงเทพฯ เพื่อก่อให้เกิดความสะดวกสบายและรวดเร็วในการเดินทาง

ที่มา : เอกสารการเตรียมงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541.

4. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ระดับกระทรวง

1. เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาคทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2. บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในและระหว่างประเทศและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชีย

3. เร่งพัฒนา บุธนะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

4. เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

5. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550)

ระดับจังหวัด

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับนี้ มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพมากกว่าปริมาณ และส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งถือว่าเป็นนโยบายของรัฐบาลชุดปัจจุบันและเป็น การน้อมรับแนวพระราชดำริในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อร่วมเฉลิมฉลองเนื่องในวโรกาส พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 80 พรรษา ในปี 2550 โดย ททท. จะ สร้างกระแส “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต” พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าและรักษาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติการเรียนรู้และ สร้างสรรค์สังคม ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและภูมิภาค ซึ่งจะ ดำเนินการอย่างสอดคล้องกับแผนงานด้านตลาด ด้านสินค้า ด้านกิจกรรม และด้านประชาสัมพันธ์

ในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเหนือ ได้กำหนดกลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักรองลงมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมการขับรถเที่ยว (ครอบครัวและวัยทำงาน) และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ (เชิงนิเวศน์และผจญภัย กอล์ฟ) โดยมีสินค้าท่องเที่ยวที่น่าสนใจและก่อให้เกิดการเรียนรู้ อาทิ โครงการหลวงพระราชดำริ เส้นทางเรียนรู้วิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง เส้นทางตามรอยพระราชอาคันตุกะ เส้นทางขับรถเชื่อมโยงกรุงเทพฯ-ภาคเหนือสู่กลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งกิจกรรมล่องแก่งโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ ที่เอื้ออำนวยซึ่งอยู่ภายใต้โครงการต่าง ๆ ที่จะจัดให้มีขึ้นต่อเนื่องในระหว่างปี ขณะเดียวกันในด้าน การส่งเสริมตลาดสามารถทำควบคู่กันไป ด้วยการจัดสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของตลาด การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายในประเทศ และต่างประเทศ จัดทำและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเทศกาล ประเพณีในท้องถิ่น ตลอดจนให้ความรู้ด้านการตลาดแก่ภาครัฐและเอกชนในพื้นที่

4.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 45) การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้นได้ ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะทำท่องเที่ยวซ้ำวันขึ้น
3. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ สามารถติดต่อเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

Collier and Harraway (1997 อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 45) การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ

1. สิ่งดึงดูด (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Sites) และเหตุการณ์ (Events) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เพียงอย่างเดียว
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การสร้าง

ปัจจัยพื้นฐานในการผลิต (Infrastrure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ สิ่งก่อสร้างอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงพยาบาล ฯลฯ ตลอดจนระบบการกำจัดของเสียก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง (The Way) พาหนะ (The Vehicle) สถานี (The Terminal) และผู้ประกอบการ (The Carrier) การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยเส้นทางหรือท่าลำเลียง

จากองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษามีความเห็นว่าความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง เช่น กลุ่มอนุรักษ์ นักผจญภัย กลุ่มวิชาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ หรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มดังกล่าวต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพใกล้เคียงธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิม ไม่ต้องการให้มีผลกระทบต่อการพักอาศัยการท่องเที่ยวและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น จึงควรมีการวางแผนที่ดีให้เกิดความเหมาะสม

4.2 การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)

Kotler, Philip, Bowen John and Makens, James (1996 อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) การตลาดการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้ต้องใช้หลักส่วนผสมของการตลาด (The Marketing Mix) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (The Four Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งอาจมีลักษณะที่คงที่แน่นอนในลักษณะของสินค้าที่มีตัวตน หรือลักษณะของการบริการ ราคา (Price) การส่งเสริมการขาย (promotion) และสถานที่ (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) ในด้านการท่องเที่ยวส่วนผสมของตลาดก็นำมาประยุกต์กับธุรกิจการท่องเที่ยว

Niddeton (1994 อ้างถึงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 45) ส่วนผสมของการตลาดด้านการท่องเที่ยวลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนผสมของการตลาดทั้ง 4 ประการ ต้องผสมกลมกลืนหนุนซึ่งกันและกัน

4.3 การท่องเที่ยวแบบทางเลือก (Alternative Tourism)

Chuck Y. Gee (1997 : 274-275) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบทางเลือกใหม่ ครอบคลุมการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ท้องถิ่น จากนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เป็นต้น จากหลากหลายรูปแบบการท่องเที่ยว แต่สิ่งที่เหมือนกัน คือ การเน้นที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องไม่มากเกินไปจนส่งผลกระทบต่อพื้นที่ กิจกรรมที่สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่

Fennell (อ้างใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2544 : 27-28) กล่าวโดยสรุปว่า การขยายตัวอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวได้รับการกล่าวถึงว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และส่งผลกระทบต่อความไม่ยั่งยืนของทรัพยากร จึงเกิดแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวแบบใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 (ค. ศ. 1965) เมื่อเฮทเซอร์ (Hetzer) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ และได้เสนอให้การท่องเที่ยวรับผิดชอบต่อปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการคือ การท่องเที่ยวต้องกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การท่องเที่ยวต้องเคารพในวัฒนธรรมของท้องถิ่น และกระทบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นน้อยที่สุด การท่องเที่ยวต้องยอมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์มากที่สุด และนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

Krippendorf (1987 : 37 อ้างในชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2544) ได้เสนอการท่องเที่ยวแนวทางใหม่ หรือทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวว่า “การท่องเที่ยวแบบทางเลือก” เป็นการท่องเที่ยวไม่เน้นเพื่อผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจและเทคนิคการให้บริการเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นถึงความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น และหลีกเลี่ยงการทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) โดยสิ้นเชิง และได้กล่าวถึงนักท่องเที่ยวแบบทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวแบบมวลชน ไม่ชอบเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคนเคยไปแล้ว ต้องการเดินทางไปในที่ที่ไม่เคยมีผู้ใดไป และต้องการท่องเที่ยวเพื่อจะได้ลิ้มความเจริญของเมืองใหญ่ที่พบเห็น พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชาวบ้านในท้องถิ่น ไม่นิยมใช้บริการสาธารณูปโภคหรือสิ่งอำนวยความสะดวกใด ๆ ชอบใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่นทั่ว ๆ ไป

Fennell (1999 : 26 อ้างใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2544) ได้สรุปรูปแบบการท่องเที่ยวแบบทางเลือกออกเป็น 2 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงสังคม-วัฒนธรรม (Socio-Cultural Tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวตามชนบท นอกเมือง เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้สัมผัสกับทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ในสภาพแวดล้อมที่ท้องถิ่นนั้นคงอยู่ โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นพื้นที่ที่เป็นแหล่งธรรมชาติ แต่ให้ความสำคัญทางด้านสังคม วัฒนธรรม น้อยกว่าการท่องเที่ยวประเภทแรก

Kinnaird and Hall (1994 : 18-19 อ้างในฐิติธิ์ ชูชาติ, 2544) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นธรรมชาติ ในเมืองหรือในหมู่บ้านชนบทก็ได้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องให้การศึกษาแก่ประชาชนในท้องถิ่น แต่ต้องไม่ทำให้เกิดการซื้อขายวัฒนธรรม โดยคนท้องถิ่นผลิตวัฒนธรรมขายให้แก่นักท่องเที่ยว

4.4 นโยบายการท่องเที่ยวไทย

นโยบายของรัฐบาลภายใต้การบริหารงานของพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร ได้มีนโยบายในการสร้างรายได้ เพื่อแก้ปัญหาหนี้สินของประเทศ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม และด้านการบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งรายละเอียดในการศึกษาครั้งนี้ จะกล่าวถึงเฉพาะด้านการบริการและการท่องเที่ยวเท่านั้น (www.thaigov.go.th วันที่ 26 กันยายน 2546)

การท่องเที่ยวคือหนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสนเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ดังนี้

1) ด้านการพัฒนาภาคบริการ

1.1) ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาคบริการ การพัฒนารูปแบบการให้บริการ และการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน

1.2) จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกับพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศ และรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬา และนันทนาการ

1.3) เร่งพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะ ทั้งด้านภาษา มาตรฐานการบริการ และการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการระหว่างประเทศด้านการค้าบริการ

2) ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.1) เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2.2) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับ ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมการสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2.3) เร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ของวัฒนธรรมทั้งในเขตเมือง และนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2.4) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

2.5) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาคาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4.5 แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547 (www.tat.or.th วันที่ 26 กันยายน 2546)

เป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

วางรากฐานประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

ทิศทางการดำเนินงาน

ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ “มุ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ”

วัตถุประสงค์การดำเนินงานในภาพรวม

1) เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดย

- เพิ่มค่าใช้จ่าย/คน/วัน
- เร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับคืนสู่แนวโน้มปกติ (เน้นกลุ่มคุณภาพและ First Visit)
- รักษาวันพักเฉลี่ยมิให้ลดลง

- 2) เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย
- 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค
- 4) ส่งเสริมไทยเที่ยวไทยเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม

เป้าหมายทางการตลาด

	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
จำนวน	11.00 ล้านคน (+ 13.40%)	67.12 ล้าน Trips (+3.10%)
รายได้	340,000 ล้านบาท (+17.40%)	362,500 ล้านบาท (+20.07%)

กลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศ

- ในเชิงภูมิศาสตร์ (Geography)

ระดับความเข้มข้นใน การทำตลาด	กลุ่มตลาด	
เร่งการเติบโต (Intensive)	<u>เอเชียแปซิฟิก</u> <u>ยุโรป</u> <u>ตะวันออกกลาง</u>	: ญี่ปุ่น จีน เกาหลีฮ่องกง ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย อินโดจีน นิวซีแลนด์ : อังกฤษ อิตาลี รัสเซีย สเปน ฟินแลนด์ : สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (U.A.E.)
รักษาดตลาด (Maintain)	<u>เอเชียแปซิฟิก</u> <u>ยุโรป</u> <u>อเมริกา</u> <u>ตะวันออกกลาง</u> <u>แอฟริกา</u>	: ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ : เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย เบลเยียม สแกนดิเนเวีย ยุโรป ตะวันออก กรีซ ตุรกี โปรตุเกส CIS & Baltic : สหรัฐอเมริกา แคนาดา ละตินอเมริกา : อิสราเอล : แอฟริกาใต้

- ในเชิงกลุ่มตลาด (Market Segmentation)

- กลุ่มหลัก : MICE (Meetings-Incentives-Conventions-Exhibitions), High End, Golf, Wellness & Spa, Family, Diving, Youth, Honeymooner
- กลุ่มรอง : Senior, Ladies, Eco & Soft Adventure, Medial Tourism, Long Stay, Film Maker Education

กลุ่มเป้าหมายตลาดในประเทศ

ครอบครัว, ผู้สูงอายุ, เยาวชน, คนทำงาน, MICE, ผู้มีรายได้สูง

การโฆษณา Theme/Campaign

ตลาดต่างประเทศ

amazing

THAILAND

Unseen Treasures

ตลาดในประเทศ

UNSEEN

THAILAND

เนื้อหา (Message) : นำเสนอคุณค่าของสินค้าเมืองไทยมุมมองใหม่ เมืองไทยยังมีสิ่งน่าสนใจที่ท่านไม่เคยเห็น ไม่เคยสัมผัสอีกมากมาย ทั้งด้านธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์โบราณสถาน กิจกรรม Special Interest เช่น Golf Spa Diving Wedding Adventure และบริการต่าง ๆ เช่น Boutique Hotel เป็นต้น

สินค้าทางการท่องเที่ยว

สินค้าสำหรับตลาดต่างประเทศ

สินค้าหลักทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (Cluster) ได้แก่

- | | | |
|---------------|--------------------------|---|
| Cluster ที่ 1 | : หาดทราย ชายทะเล | : พัทยา ภูเก็ต พังงา กระบี่ สมุย หัวหิน ชะอำ |
| Cluster ที่ 2 | : อุทยาน ธรรมชาติ ป่าเขา | : เชียงใหม่ กาญจนบุรี เพชรบุรี |
| Cluster ที่ 3 | : ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม | : กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย สุโขทัย
กาญจนบุรี อุทยาน |

Cluster ที่ 4 : ความสนใจเฉพาะ : Shopping, Food, MICE, Golf, Wellness & Spa
สินค้าใหม่พร้อมขาย แบ่งออกเป็น 12 กลุ่ม ได้แก่

- 1) New Destination : เกาะช้าง, อุทัยธานี
- 2) Golf : เขาใหญ่, พัทยา, ระยอง-จันทบุรี, สมุย
- 3) Marine Activities : Under Water World พัทยา, เรือดำน้ำ, ภูเก็ต
- 4) Wellness & Spa : ภูเก็ต แม่ฮ่องสอน, น้ำตกร้อนคลองท่อม กระบี่
- 5) Eco & Soft Adventure : เขาใหญ่, ดูนก แก่งกระจาน/สามร้อยยอด
- 6) Gateway to GMS (Greater Mekong Sub Region) : เชียงใหม่-จันทอนใต้,
เชียงใหม่-พม่า
: เส้นทางสู่อินโดจีน
หมายเลข 8, 9
- 7) Historical Site : เส้นทางวัฒนธรรมมรดกโลก
: (ศรีเทพ-ศรีสัชนาลัย/สุโขทัย-กำแพงเพชร)
: เวียงกุมกาม เชียงใหม่
- 8) Agro Tourism : ไร่อ่อน ปากช่อง ฟาร์มโชคชัย, ทิวสวนผลไม้
ระยอง จันทบุรี
- 9) Cultural & Life Style : หมู่บ้านโคกโก่ง ขอนแก่น, หมู่บ้านหนองขาว
กาญจนบุรี
- 10) MICE : Theme Party เชียงใหม่, อโยธยา, ลพบุรี
- 11) Man Made : ปราสาทไม้สังขารธรรม, พิพิธภัณฑ์พื้น
- 12) Event : Bangkok Film Festival, Pattaya Music
Festival, สงกรานต์ Thailand Grand Sale,
ลอยกระทง, Bangkok Count Down รายการ
กีฬาระดับนานาชาติ เช่น Golf Johny Walker
Classic, Tennis Volvo, World Pool เป็นต้น

สินค้าสำหรับตลาดในประเทศ

นำเสนอ Unseen Product แบ่งได้เป็น 4 หมวด คือ...

- 1) Unseen Destination : แหล่งท่องเที่ยว Unseen ที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค เช่น ทะเลแหวก กระบี่ พระธาตุห้วยกลับ ลำปาง ฯลฯ
- 2) Unseen Paradise : ที่พักที่มี Character พิเศษ และ Location ที่สวยงาม
- 3) Unseen Adventure : การท่องเที่ยวแบบผจญภัย เช่น ล่องแก่ง ฯลฯ
- 4) Unseen Thai Ness : นำเสนอสินค้าประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งศักดิ์สิทธิ์

กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาด

กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

1. โฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็น Quality Destination โดยการสร้างและเผยแพร่ Brand Image และแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบ
2. ประชาสัมพันธ์เพื่อขยายฐานลูกค้า โดยใช้ “อาหารไทย” และ “การแข่งขันกีฬา ระดับนานาชาติ” เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ประเทศไทย และสร้างเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์ (ภาครัฐ-เอกชน ในต่างประเทศ) รวมถึงการเชิญนักเขียน สื่อมวลชน ทักษิณา แนะนำสินค้าพิเศษ พร้อมเขียนบทความส่งเสริมสินค้า

กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

1. มุ่งเน้นการทำตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูงและคุ้มค่าการลงทุน (More for More) โดยการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และนำเสนอสินค้าในลักษณะ Tailor Made มากขึ้น
2. การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันโดยการจัดตั้งสำนักงาน ททท. ในต่างประเทศ เพิ่มขึ้น Joint Marketing ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว สายการบิน สร้างจุดขายสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพส่งเสริมตลาด
3. ส่งเสริม World Event Marketing โดยการนำเสนอขายเทศกาลงานประเพณีและกิจกรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ งาน Bangkok International Film Festival Pattaya Music Festival เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง Thailand Grand Sale และ Bangkok Count Down
4. สร้างพันธมิตรทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน
5. ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway สู่อุณหภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS-Greater Mekong Sub-region Tourism)

กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดในประเทศ

1. สร้างกระแสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้มากขึ้น
2. สร้างสิ่งจูงใจและแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมพิเศษหรือโครงการชิงโชคกระตุ้นการเดินทาง รวมถึงการใช้ราคาเป็นแรงจูงใจ
3. ส่งเสริมการขายแบบ Hard Sale โดยการจัด Consumer Travel Fair กระจายทั่วทุกภูมิภาค
4. ส่งเสริมให้มีการจัดประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของหน่วยงานภาครัฐ-เอกชน
5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทางรถยนต์
6. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
7. เสริมสร้างศักยภาพการบริการข้อมูลท่องเที่ยว

เงื่อนไขสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors)

ความร่วมมือจากหน่วยงานเกี่ยวข้อง ดำเนินการดังนี้...

- พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมขนส่ง
- พัฒนาศูนย์บริการและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- พัฒนาการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง
- การดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว
- สร้างระบบการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ
- ได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างพอเพียงที่จะแข่งขันได้

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อบรรลุเป้าหมาย ปี พ.ศ. 2541-2546 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (www.tat.or.th วันที่ 28 กันยายน 2546)

1. จัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) โครงการและงบประมาณด้านการท่องเที่ยวทั้งในด้านการตลาดและกายภาพให้สอดคล้องกันทั้งกับเป้าหมายระยะยาว และแผนคาบ 6 ปี
2. จัดหางบประมาณเพื่อรองรับการปฏิบัติตามแผน
3. สร้างความเข้าใจกับบุคลากรทั้งในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสภาพของปัญหาการท่องเที่ยว มีวิสัยทัศน์ (Vision)

พันธกิจใหม่ (Mission) สร้างเครือข่ายเพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพ และมีการแก้ไขอุปสรรคร่วมกัน

4. กระจายงานพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนที่สามารถเลี้ยงตัวได้และไม่เป็นภาระงบประมาณให้เข้าสู่ภาคเอกชน โดยเฉพาะด้านการตลาดและการฝึกอบรม

5. กระจายงานในส่วนที่ต้องการความรู้ ความเชี่ยวชาญพิเศษ และงานในส่วนที่ต้องการข้อมูลเฉพาะ เช่น การวางผังเมืองท่องเที่ยว การวิเคราะห์งบประมาณ และผังการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จัดทำโดยจังหวัดและองค์กรท้องถิ่น โดยการจัดจ้างภาคเอกชน หรือสถาบันวิจัย และสถาบันศึกษา

6. จัดการผูกขาดในอุตสาหกรรมบริการ ทั้งในด้านการคมนาคมขนส่ง ทั้งทางน้ำ บก และอากาศ ตลอดจนการบริการด้านโทรคมนาคม เพื่อให้มีการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคา ทำให้สามารถยกระดับถึงมาตรฐานสากลได้

7. ระดมกำลังความคิด ความสามารถของสถาบันการศึกษา ชมรมท้องถิ่น ตลอดจนชุมชนในการเฝ้าระวังอนุรักษ์ พัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยวตามศักยภาพของแต่ละท้องถิ่น

8. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการศึกษาและวิจัยให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นระบบและเกิดความคิดริเริ่มใหม่ ๆ มีนวัตกรรม (Innovation) ด้านการบริหารและการบริการท่องเที่ยว ตลอดจนปลูกจิตสำนึกของบุคลากรท่องเที่ยว ให้ความรับผิดชอบต่อส่วนรวม และมีความภาคภูมิใจที่ได้บริการคนไทยด้วยกัน

9. ปรับปรุงฐานข้อมูลการท่องเที่ยวใน ททท. และฐานข้อมูลระดับชาติในสำนักงานสถิติแห่งชาติ และสภาพนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้สามารถประเมินบทบาทของการท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเศรษฐกิจของชาติให้ครบถ้วน ชัดเจนและเที่ยงตรงยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ไทยเที่ยวไทย

1. ปรับปรุงโครงข่ายคมนาคมในประเทศ โดย...

- แก้ไขปัญหาการจราจรในช่วง “คอขวด” ด้านการเดินทางออกจากกรุงเทพฯ ในทุกช่องทางเข้าออก โดยเฉพาะถนนวิภาวดีรังสิต ก่อนถึงสนามบินดอนเมือง
- ปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนที่มีอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ขยายการคมนาคมขนส่งมวลชน โดยรูปแบบอื่น นอกจากรถยนต์ เพื่อลดความคับคั่ง และมลภาวะ เช่น รถรางไฟฟ้าในเชียงใหม่ ภูเก็ต และนครราชสีมา
- ปรับปรุงการคมนาคมทางรถไฟให้มีความสะดวก สะอาด และรวดเร็วแรงรัด โครงการรถไฟรางคู่และรถไฟความเร็วสูงเมื่อถึงเวลาอันควร
- เชื่อมและขยายโครงข่ายคมนาคมให้เกิดวงแหวนหลายรอบให้ถึงกันเป็นวงจร

- เร่งรัดการพัฒนามหาวิทยาลัยแห่งชาติแห่งที่ 2 ในกรุงเทพฯ
- ยกย่องมาตรฐานของขนาด และคุณภาพของผิวจราจร
- ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมทั้งในด้านคุณภาพของถนนและการลดระยะทาง
- ปรับปรุงถนนในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ พร้อมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์ในช่องทางที่เข้าสู่ชายหาด เช่น รอบเกาะสมุย

2. พัฒนาจังหวัด หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงแต่ยังมีนักท่องเที่ยวน้อยเพื่อการกระจายการท่องเที่ยวออกจากเมืองหลักสู่เมืองรองที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งมีอุปทาน (Supply) และอุปสงค์ (Demand) ที่ใกล้เคียงกัน โดยมีการเตรียมสาธารณูปโภค เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไว้ก่อนที่จะมีการประชาสัมพันธ์

3. ใช้นโยบายน้ำมันฟ้าเสรีในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา บริการ และคุณภาพของสายการบินต่าง ๆ

4. ปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัย และจัดให้มีบริการแจกแผ่นพับข้อมูล ณ จุดที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย

5. สร้างตลาดท่องเที่ยวทางรถไฟ เช่น โครงการสัมปทานเอกชนร่วมกับจังหวัด อุทยานแห่งชาติ หรืออุทยานประวัติศาสตร์ต่าง ๆ และโครงการสัมปทานตู้รถไฟแบบชั้นหนึ่ง (World Class Express Service)

6. จัดทำโครงการ “ไทยเที่ยวไทย แบบ VIP” สำหรับผู้มีรายได้สูง

กลยุทธ์ฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไทย

1. ประกาศให้หมู่เกาะอ่างทอง ตะรุเตา สิมิลันและแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบางอื่น ๆ เป็นเขตคุ้มครองสิ่งแวดล้อม

2. ศึกษาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทดแทนแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น

3. จัดตั้งระบบติดตามสภาพทรัพยากรท่องเที่ยวที่ ททท. ได้ริเริ่มไว้แล้วให้สมบูรณ์ เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่วิกฤติ โดยมีคณะกรรมการร่วมระหว่างหน่วยราชการต่าง ๆ และมีกลุ่มอนุรักษ์ในท้องถิ่นเป็นเครือข่ายเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชน เพื่อสร้างแรงกดดันทางสังคมให้มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวของชาติ

4. ขยายกำลังรองรับของสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก ให้ทันกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

5. สนับสนุนให้ท้องถิ่นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง โดยมีการคำนึงถึงการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การบำรุงรักษาสภาพทรัพยากรและการคืนทุน

6. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับภูมิสถาปัตย์ การวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความกลมกลืนกับภูมิทัศน์และศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น

7. พัฒนาแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ และสวนสาธารณะในเมืองและใกล้เมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เขตที่มีชุมชนแออัด เพื่อลดแรงกดดันของประชากรต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น สถานพักผ่อนและตากอากาศบางปู บริเวณพื้นที่ชะลอน้ำและกักเก็บน้ำในโครงการพระราชดำริ “แก้มลิง” ในการป้องกันน้ำท่วม ทั้งนี้ ยังอาจพิจารณาการใช้ประโยชน์จากที่ดินในเมืองของหน่วยราชการที่จะย้ายออกไป

8. สนับสนุนให้ชุมชน หน่วยราชการ และเอกชนพัฒนาพื้นที่ของตนซึ่งไม่อยู่ในเขตอนุรักษ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะได้ เช่น พื้นที่ในเขตห้วยเขื่อน ห้วยฝาย อ่างเก็บน้ำ พื้นที่ป่าชุมชนนอกเขตป่าสงวน พื้นที่ราชพัสดุ พื้นที่สาธารณประโยชน์ พื้นที่เหมืองแร่เก่าที่ทิ้งร้างแล้ว ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่อชุมชนใกล้เคียง

กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. กำหนดเขตคุ้มครองการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ร่วมกันระหว่างหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในบริเวณที่จะมีโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ ที่จะมีผลต่อสิ่งแวดล้อม โดยให้มีพื้นที่กันชนระหว่างเขตพัฒนา (อุตสาหกรรม ท่าเรือ ฯลฯ) กับเขตคุ้มครองการท่องเที่ยว

2. กำหนดนโยบายที่แน่นอนร่วมกันระหว่างหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ในการใช้พื้นที่อนุรักษ์ประเภทต่าง ๆ เพื่อการท่องเที่ยว เช่น เขตต้นน้ำ ลำธาร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติ ทั้งนี้ต้องมีการกำหนดเงื่อนไข หรือวิธีการ เป็นต้นว่า

- เงื่อนไขและขอบเขตของพื้นที่และกิจกรรมการใช้พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว
- ศึกษาผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการท่องเที่ยว กำหนดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว และมาตรการลดผลกระทบ (Mitigation)
- วิธีการชดเชยชุมชนและสิ่งแวดล้อมและการวางมัดจำ (Performance bond) สำหรับมาตรการการแก้ไขผลกระทบที่สำคัญ
- การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมในด้านการจัดการพื้นที่และการติดตามผล

3. สร้างเครือข่ายการประสานงานระหว่างองค์กรให้มีการนำมาตรการไปใช้อย่างจริงจัง

4. จัดลำดับอุทยานแห่งชาติที่มีคุณค่าสูงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งในพื้นที่บก พื้นที่ชุ่มน้ำ พื้นที่น้ำ เพื่อเริ่มโครงการนำร่อง ที่จะดำเนินการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์ของไทยให้ยั่งยืน โดยกำหนดขอบเขตที่นักท่องเที่ยวจะเข้าถึงธรรมชาติได้ มีการจัดการด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยว จัดทำศูนย์บริการสื่อความหมายที่ทันสมัย และทำการรวบรวมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มเติมความรู้และมาตรการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวให้แก่มัคคุเทศก์

5. ทำการรณรงค์เรื่อง “อุทยานฯ ปลอดภัย”

6. จัดทำแนวทางปฏิบัติ (Code of Conduct) ให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เผยแพร่ทางสื่อมวลชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าควรปฏิบัติอย่างไร

7. ใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์เข้าควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินกำลังรองรับของสภาพพื้นที่ โดยปรับค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมกับความดึงดูดใจและความพอใจที่จะจ่ายของผู้บริโภค เช่น ค่าธรรมเนียม 20 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวไทย และ 50 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และ 100 บาท สำหรับค่าธรรมเนียมเข้าชมอุทยานแห่งชาติภูกระดึงในฤดูกาลท่องเที่ยว

8. กำหนดจำนวนคนเข้าชมอุทยานในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวแออัด เพื่อให้สอดคล้องกับกำลังรองรับ (Carrying capacity) จัดแบ่งโควตาให้นักเรียน นักศึกษา จำนวนที่เหลือให้บริษัททัวร์ประมูล ให้มีการประชาสัมพันธ์ถึงความจำเป็นที่ต้องขึ้นค่าธรรมเนียมให้ประชาชนทราบ

9. ทำโครงการเกาะสาธิตการเก็บค่าธรรมเนียมขึ้นเกาะ และกำหนดวิธีการใช้เงินค่าธรรมเนียมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งนี้โดยเลือกเกาะขนาดเล็กเป็นตัวอย่าง

10. ใช้มาตรการทางกฎหมายและเศรษฐศาสตร์เข้าควบคุม และลดปริมาณขยะในแหล่งท่องเที่ยว เช่น สนับสนุน พ.ร.บ. มัคคุเทศก์ ซึ่งจะบังคับให้ผู้ผลิตนำบรรจุภัณฑ์กลับไปใช้ใหม่ และให้ผู้ขายเก็บค่ามัดจำจากผู้บริโภคแล้วคืนให้เมื่อผู้บริโภคนำภาชนะไปคืน

11. สร้างระบบฉลากเขียว (Green Tourism Label) เพื่อแสดงถึงมาตรฐานของกิจการท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์

12. การขึ้นทะเบียนบริษัทท่องเที่ยวและมััคคุเทศก์เชิงอนุรักษ์ พิจารณาดังกองทุนประกันร่วมกัน เพื่อออกค่าใช้จ่ายในการติดตาม การค้นหานักท่องเที่ยวในกรณีที่หลงป่า หรือกรณีที่นักท่องเที่ยวทำความเสียหายให้แก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม หรือกำหนดกฎเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดตามหานักท่องเที่ยวที่หลงป่า หรือแก้ไขปัญหาที่นักท่องเที่ยวก่อขึ้น

13. รมร้งค้ำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และให้ธุรกิจท่องเที่ยวพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างถูกต้อง

กลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

1. จัดทำโครงการนำร่องสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาของเยาวชนในอุทยานแห่งชาติและอุทยานประวัติศาสตร์
2. จัดสร้างสถานีรถไฟหัวก้อ เพื่อให้เยาวชนสามารถเดินทางเข้าสู่พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ได้ด้วยสะดวกและปลอดภัย และสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไว้ที่สถานีด้วย
3. รวบรวมความรู้เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรมและธรรมชาติของท้องถิ่น เพื่อเป็นคลังข้อมูลของการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
4. ทำคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่จะ “ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา” ทั้งนี้ควรเป็นหนังสือที่วางจำหน่ายโดยทั่วไป
5. ส่งเสริมให้มหาวิทยาลัย และสถาบันท้องถิ่นจัดค่ายเยาวชน และทัศนศึกษาในภาคฤดูร้อน ทดแทนซัมเมอร์คอร์สในต่างประเทศ
6. ส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดนิทรรศการสัญจร ซึ่งอาจจะเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ ศึกษาศิลปะ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ให้หมุนเวียนกันไปแสดงใน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ อุทยานแห่งชาติ หอศิลปะ สวนสาธารณะ รวมทั้ง สวนสนุกของเอกชน
7. สนับสนุนให้วัดเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้และข้อมูลสำหรับ “การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา”
8. ฝึกอบรมและกวดขันให้มัคคุเทศก์มีความรู้อย่างถ่องแท้ ขยายการฝึกอบรมมัคคุเทศก์เยาวชน ในระดับจังหวัด
9. ส่งเสริมโครงการการค้าขายฤดูร้อนสำหรับเยาวชน จากประเทศในอาเซียน (ASEAN) และกลุ่มประเทศเอเปค (APEC)
10. จัดรายการส่งเสริมความสัมพันธ์เยาวชนไทยและอาเซียน (ASEAN) ในโครงการทูตท่องเที่ยว

กลยุทธ์การส่งเสริมให้ไทยมีบทบาทนำด้านการท่องเที่ยวในอินโดจีน และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

1. ให้ความสำคัญสนับสนุนและอำนวยความสะดวกแก่เอกชนไทยที่เข้าไปปรับปรุงการคมนาคมทางบกในประเทศเพื่อนบ้านในช่วงที่ต่อจากชายแดนไทย รวมทั้งสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าว เมื่อทำการก่อสร้างเสร็จแล้ว
2. สนับสนุนการปรับปรุงและสร้างทางรถไฟเชื่อม North South Corridor (จากคุนหมิงถึงสิงคโปร์) สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ปรับปรุงสถานีรถไฟตลอดเส้นทางให้มีสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว เช่น หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ กรุงเทพฯ อยุธยา สุโขทัย ลำปาง และเชียงใหม่ เป็นต้น
3. ส่งเสริมการจัดหาสถานีบริการนักท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดน พร้อมทั้ง ลานจอดรถ สวนสาธารณะ เพื่อบริการนักท่องเที่ยว และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
4. เร่งรัดการปรับปรุงสาธารณูปโภคในเมืองชายแดน และให้มีผังเมืองเฉพาะการท่องเที่ยวไว้ด้วย โดยดำเนินการให้แล้วเสร็จก่อนปี 2544
5. ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะประตูสู่อินโดจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประตูสู่เอเชียตอนใน ได้แก่ เสฉวน รวมทั้งทิวเขาให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ
6. ส่งเสริมการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ร่วมกับพื้นที่เอเชียตอนใน เช่น ยูนนาน เสฉวน ทิเบต ชีอัน แต่ทั้งนี้ต้องระมัดระวังด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย
7. เชิญกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นทูตต่างประเทศและนักธุรกิจในบริษัทข้ามชาติในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จัดรูปแบบการท่องเที่ยวในแบบ Ambassador/Executive Tourism
8. ดำเนินการให้มีการออกวีซ่ากลุ่ม กล่าวคือ ประทับตราที่ประเทศเดียวเข้าได้ทุกประเทศ สำหรับปี พ.ศ. 2544 ซึ่งกำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยวอินโดจีน (Indochina 2001)
9. ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ภัตตาคาร และโรงแรมของเอเชีย โดยการพัฒนาหลักสูตรในภาษาสากลร่วมกับสถาบันที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ
10. ดำเนินการเจรจาให้มีจุดผ่านแดนถาวรในด่านที่ได้มีภาคเอกชนเตรียมการลงทุนด้านถนนไว้แล้ว
11. สนับสนุนให้มีการใช้สนามบินเล็กในภูมิภาคที่ไม่ได้อยู่ในเชียงใหม่ และภูเก็ต เป็นศูนย์เชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวรอง เช่น เชียงราย-ดองยี นครราชสีมา-ปากเซ

กลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้มีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล

1. คัดเลือกเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง ที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวในระดับสากล (World Class) ทั้งนี้โดยพิจารณาจากความพร้อมและความต้องการขององค์กรในระดับจังหวัด เช่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ชมรมอนุรักษ์และหอการค้าจังหวัด แล้วจัดทำแผนพัฒนาระยะยาวสำหรับเมืองนั้น ๆ ซึ่งต้องประสานแผนคมนาคมและสาธารณูปโภคไว้ด้วยกัน

2. ให้มีผังเมืองเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวในเมืองหลัก และเมืองชายแดนที่สำคัญ ที่จะยกระดับสู่มาตรฐานสากล ได้แก่ กรุงเทพฯ อยุธยา เชียงใหม่ ลำพูน ภูเก็ต และเชียงราย (แม่สาย เชียงแสน เชียงของ)

3. วางแผนและปรับปรุงสถานียคมนาคมทั้งทางบก เรือ ลอยฟ้า ใต้ดิน และอากาศให้เชื่อมต่อกันได้โดยสะดวก และให้มีการออกแบบที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่มีสัมภาระมาก โดยยึดเทคโนโลยีแบบพึ่งตัวเองมากที่สุด รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่มีเด็กเล็ก ผู้อาวุโส และนักท่องเที่ยวที่พิการ

4. ปรับปรุงการโทรคมนาคม โดยเฉพาะโทรศัพท์ให้สามารถมีบริการระหว่างประเทศ สาธารณะแบบหยอดเหรียญ หรือใช้บัตรโทรศัพท์ในเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สามารถติดต่อได้ทั่วโลก

5. เพิ่มและปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญ ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวให้เป็นภาษาและเครื่องหมายสากล

6. ตั้งเป้าหมายและดำเนินการร่วมกันในการลดปัญหามลภาวะและจราจรในกรุงเทพฯ และเมืองท่องเที่ยวหลัก โดยให้มีดัชนีชี้วัดตามระยะเวลาเพื่อสะดวกในการติดตามประเมินผล

7. ปรับปรุงระบบข้อมูลท่องเที่ยวให้ทันสมัยและเรียกได้ในระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) แบบ World Wide Web และผ่านการบริการอัตโนมัติทางโทรศัพท์ และโทรสาร

8. สร้างแผนปฏิบัติการในเชิงรุกที่จะใช้เครือข่ายเอกชนไทยในต่างประเทศ เช่น ร้านอาหารไทย วัดไทย เผยแพร่ความเป็นไทยและความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว

บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงแผนฯ 8

1. ประสานงานการสร้างพื้นที่สีเขียว การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีความยั่งยืน

2. รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

3. ประสานงานการจัดหาโครงสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
4. ปรับกิจกรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้เป็นภาระน้อยที่สุดแก่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนที่เกี่ยวข้อง
5. พัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น ส่งเสริมนวัตกรรมด้านการบริการท่องเที่ยว และการบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานสากล

5. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

5.1 กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ทักษิณา คุณารักษ์ (2546) ได้อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าแบ่งได้ 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนแรกความต้องการที่จะเดินทาง (Need to Travel) พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เริ่มต้นด้วยความต้องการที่จะเดินทาง ต้องการที่จะเปลี่ยนบรรยากาศจากความซ้ำซาก จำเจ หรือบรรยากาศรอบข้างที่คุ้นเคยไปยังที่แปลกใหม่ โดยความต้องการที่จะเดินทางเกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ ความต้องการที่มาจากภายในตัวผู้เดินทางเอง (Internal Factors) เช่น อยากที่จะพักผ่อนจากงานที่ทำอยู่ทุกวัน ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย จึงอยากที่จะหลีกเลี่ยงด้วยการไปพักผ่อนประจำปียังสถานที่ต่าง ๆ หรือในบางครั้งความต้องการภายในอาจเกิดจากความอยากที่จะให้คนรอบข้างยกย่อง จึงต้องเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เช่น การเดินทางรอบโลก การเดินทางเพื่อไปสถานที่ที่มีชื่อเสียง เป็นต้น และความต้องการที่มาจากสิ่งเร้าภายนอก (External Factors) สิ่งเร้าต่าง ๆ ภายนอกที่ทำให้คนเกิดความต้องการที่จะเดินทาง ได้แก่ สิ่งเร้าจากสิ่งที่เห็นหรือได้ยิน โดยหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องเข้าใจก็คือ อะไรเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้คนอยากเดินทาง และในจำนวนสิ่งเร้าต่าง ๆ อะไรที่เป็นตัวกระตุ้นมากที่สุด เช่น เวลาว่าง วันหยุดติดต่อกัน การโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ราคา เงินไขการชำระเงิน หรืออิทธิพลกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 คือ การสืบหาข้อมูล (Information Search) การสืบหาข้อมูลจะเป็นไปได้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับข้อมูลดังกล่าวหาได้ยากหรือง่ายเพียงใด ผู้ที่จะเดินทางมีความศรัทธาหรือตื่นเต้นต่อสถานที่ที่จะเดินทางเพียงใด ผู้ที่จะเดินทางมีความพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับมากน้อยเพียงใด และผู้ที่จะเดินทางมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการเดินทางในแต่ละครั้งมากน้อยเพียงใด โดยแหล่งข้อมูลจะมาจากบุคคลต่าง ๆ เช่น จากเพื่อน สมาชิกในครอบครัว ผู้ที่รู้จัก จากแหล่งขาย เช่น จากการโฆษณา เจ้าหน้าที่ประจำบริษัท ตัวแทนจำหน่าย จากประสบการณ์ เช่น เคยใช้บริการ

แล้ว จากการประชาสัมพันธ์ เช่น จากบทความในหนังสือพิมพ์ นิตยสารท่องเที่ยว ฯลฯ โดยข้อมูลที่มีผลโดยตรงต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดก็คือ ข้อมูลที่มาจากบุคคลต่าง ๆ โดยการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ หรือการบอกแบบปากต่อปาก หรือการบอกต่อ (Word of mouth) และจากแหล่งการค้า ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นข้อมูลปรุงแต่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวจงใจให้ผู้ที่จะเดินทางเกิดความอยากที่จะเดินทางมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินข้อมูล (Information Evaluation) ปกติและประเมินทางเลือกของผู้ที่จะเดินทางมักจะใช้วิธีรับรู้ (Cognitive Method) จากจิตสำนึกและเหตุผลโดยอาศัยคุณลักษณะ (Attributes) ของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ผู้ที่จะเดินทางสามารถมองเห็นได้ เช่น “โรงแรม” คุณลักษณะคือ สถานที่ตั้ง ราคา ความสะอาด รูปร่างอาคาร หรือ “สายการบิน” คุณลักษณะคือ ชื่อเสียง ความปลอดภัย ราคา บริการ จุดจอดลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการ หรือ “แหล่งท่องเที่ยว” คุณลักษณะคือ ความปลอดภัย อากาศ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ราคา ค่าใช้จ่ายที่แหล่งท่องเที่ยว อาหาร วัฒนธรรม หรือ “บริษัทนำเที่ยว” คุณลักษณะคือ บริการของมัคคุเทศก์ ราคา ที่พัก อาหาร พาหนะที่ใช้ ชื่อเสียงของบริษัท

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) กล่าวคือ หลังจากที่ผู้ที่จะเดินทางได้มีการประเมินผลทางเลือกแล้วว่าจะเลือกซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวชนิดใด เขาก็อาจจะตัดสินใจซื้อสิ่งที่เขาเลือก แต่ขณะเดียวกันเขาก็อาจจะไม่ซื้อในสิ่งที่ผลจากการประเมินแสดงน้ำหนักในการตัดสินใจมากที่สุดก็ได้ ทั้งนี้เพราะผู้ที่จะเดินทางอาจจะมีสิ่งที่ชอบอยู่แล้วจากตัวเลือกทั้งหมด นอกจากนี้ความตั้งใจที่จะซื้ออาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดคิด

ขั้นตอนที่ 5 ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post Purchase Felling) หลังจากที่มีการตัดสินใจซื้อแล้ว ผู้ซื้อจะมีความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ต่อสิ่งที่เขาได้ซื้อไป สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวก็คือ การขายจะไม่สิ้นสุดลงทันทีที่ผู้ซื้อจ่ายเงิน แต่จะต้องคอยให้ความช่วยเหลือสอบถาม เพื่อให้ผู้ที่จะเดินทางมีความรู้สึกที่ดีหลังการซื้อ ความไม่พอใจหลังการซื้ออาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่ผู้ที่จะเดินทางพบความจริงที่ไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ขายโฆษณาเอาไว้ เมื่อมีความไม่พอใจหลังการซื้อเกิดขึ้น นักท่องเที่ยวอาจจะต่อกับผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันจะมีการบอกต่อให้เพื่อนหรือคนรู้จัก ซึ่งเป็นการทำให้ธุรกิจเสียชื่อเสียงและยากต่อการทำให้เกิดความเชื่อถืออีก เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้านามธรรม (Intangible Product) ที่เป็นการขายภาพลักษณ์ (Image) เพียงอย่างเดียว

จากข้างต้น จะเป็นตัวกำหนดอย่างคร่าว ๆ ในการประเมินทางเลือก แต่ผู้ที่จะเดินทางจะให้ความสนใจเป็นพิเศษกับคุณลักษณะ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของตนเองมากที่สุด

5.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) บุคลิกภาพ (Personality) แรงจูงใจ (Motion) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546)

การรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งสิ่งเร้าต่าง ๆ (Stimuli) จะถูกคัดเลือก จัดกลุ่ม และแปลความหมาย โดยจะเน้นในการป้อนเข้าไปและนำออกมาในรูปของการแปลความหมาย เพื่อนำไปสู่การตอบสนองในที่สุด ด้วยเหตุนี้มนุษย์จึงมีการจัดกลุ่มสิ่งต่าง ๆ ที่มีความหมายคล้าย ๆ กัน หรือมีลักษณะเหมือนกันไว้ด้วยกัน เพื่อให้ง่ายในการจดจำ

การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่พฤติกรรมของมนุษย์ได้รับการต่อเติมเสริมแต่ง หรือเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการที่บุคคลได้ประสบกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมการเรียนรู้บางครั้งก็จะเรียกว่าพฤติกรรมสิ่งเร้า (Stimulus) และการตอบสนอง (Response)

บุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพคือลักษณะที่แสดงออกที่ทำให้คน ๆ หนึ่งแตกต่างจากอีกคนหนึ่ง ซึ่งบุคลิกภาพจะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดย Plog (1991) ได้แสดงถึงลักษณะของบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวไว้ 5 ประเภท คือ เก็บตัว (Psycho centric) ค่อนข้างเก็บตัว (Near Psycho centric) บุคลิกผสม (Mid-centric) ค่อนข้างเปิดเผย (Near All centric) และเปิดเผย (All centric)

แรงจูงใจ (Motion)

ความต้องการของมนุษย์ (Human Needs) และแรงจูงใจ (Motive) มักจะมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด จนยากที่จะบอกถึงความแตกต่างที่เห็นชัดเจนได้

แรงจูงใจมักเป็นตัวเริ่มต้นของพฤติกรรมที่นำไปสู่กิจกรรมหนึ่งกิจกรรมใด แรงจูงใจจะมีอยู่ 2 ชนิด คือ

- 1) แรงจูงใจทางบวก ซึ่งจะทำให้เกิดแรงขับเข้าไปสู่วัตถุหรือกิจกรรมนั้น เช่น การไปเที่ยวญี่ปุ่นเป็นหนที่ 4 ของนาย ก.
- 2) แรงจูงใจทางลบ จะทำให้เกิดแรงต้านหรือหนีจากวัตถุหรือกิจกรรมนั้น เช่น การหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางโดยเครื่องบินของนาย ข.

ความต้องการของมนุษย์แต่ละคนจะเป็นผลจากการพัฒนาเพื่อสร้างความรู้สึกลึกซึ้งมั่นคง ปลอดภัย ให้กับตัวเอง ทั้ง ๆ ที่กิจกรรมบางอย่างหากกระทำด้วยวิธีหนึ่ง อาจจะเป็นการลงทุนที่ถูกกว่า แต่มนุษย์ก็ยอมที่จะเสียแพงบกว่าเพื่อที่จะสร้างความรู้สึกลึกซึ้งที่มั่นคงปลอดภัยกับตัวเอง มนุษย์มีความต้องการหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ความต้องการบางอย่างจะเป็นความต้องการทางชีวภาพ (Biogenic Needs) ซึ่งเป็นผลมาจากสภาวะทางกาย ส่วนความต้องการอีกชนิดหนึ่งนั้น จะเป็นความต้องการทางจิตใจ (Psychogenic Needs) ซึ่งเป็นผลมาจากสภาวะทางจิตใจของมนุษย์ ความต้องการจะเปลี่ยนสภาพเป็นแรงจูงใจ เมื่อความต้องการนั้นถูกกระตุ้นจนถึงระดับหนึ่ง เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมนำไปสู่ความพอใจในความต้องการนั้น

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติในแง่ของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อประเมินค่าของวัตถุคน หรือเรื่องราวต่าง ๆ ไม่ว่าสิ่งที่จะประเมินจะเป็นสิ่งที่รูป เช่น หมากรัฟ หรือสิ่งที่ไม่มียู เช่น การท่องเที่ยวก็ได้ ทัศนคติที่มีในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะติดอยู่กับคน ๆ นั้นยาวนาน และเป็นตัวบ่งชี้อย่างหนึ่งของการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยจะเป็นปฏิกิริยาสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึก (Feeling) การรู้จัก (Knowing) และการกระทำ (Doing)

6. สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550)

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเมืองเพชรบูรณ์

1. ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง



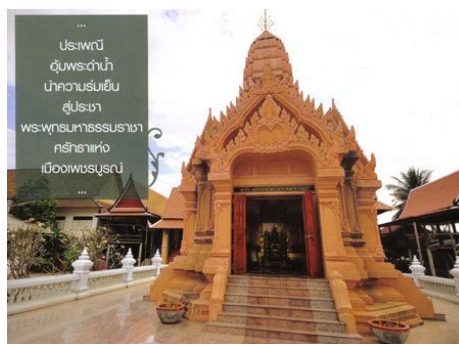
ประดิษฐานอยู่ที่ศาลเทพารักษ์หลักเมือง ถนนหลักเมือง ตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองเพชรบูรณ์ ห่างจากศาลากลางจังหวัดเพชรบูรณ์ประมาณ 200 เมตร สันนิษฐานว่าเสาหลักเมืองมีอายุตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 11-12 มาถึงพุทธศตวรรษที่ 17-18 จึงถือว่าเป็นเสาหลักเมืองที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย

2. หอวัฒนธรรมนครบาลเพชรบูรณ์



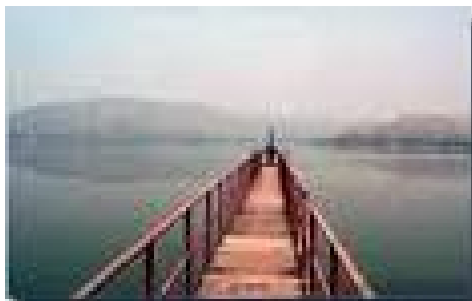
อยู่ตรงข้ามกับศาลหลักเมืองเพชรบูรณ์ สร้างเมื่อ พ.ศ. 2546 เพื่อเป็นอนุสรณ์ “นครบาลเพชรบูรณ์” เนื่องจากในระหว่าง พ.ศ. 2486-2488 จอมพล ป. พิบูลสงครามได้ออกพระราชกำหนดเพื่อย้ายเมืองหลวงมาที่เพชรบูรณ์ โดยใช้ชื่อว่า “นครบาลเพชรบูรณ์”

3. วัดไตรภูมิ



ตั้งอยู่บนถนนเพชรรัตน์ ในตัวเมือง เป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองเก่าแก่อายุประมาณ 435 ปี เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสมัยลพบุรี คือ พระพุทธมหาธรรมราชา ชาวบ้านพบบริเวณวังมะขามแพบ ในแม่น้ำป่าสัก จึงได้อัญเชิญขึ้นมาประดิษฐานไว้ที่วัดไตรภูมิ ต่อมาพระพุทธรูปองค์นี้ได้หายไปและมีคนพบอยู่ในแม่น้ำบริเวณที่พบครั้งแรก จากนั้นมาจึงถือเป็นประเพณีที่เจ้าเมืองเพชรบูรณ์ในสมัยต่าง ๆ ต้องอัญเชิญไปประกอบพิธี “อุ้มพระคืนน้ำ” ที่บริเวณวังมะขามแพบ หน้าวัดโบสถ์ชนะมาร ในวันเทศกาลสารทไทย แรม 15 ค่ำ เดือน 10 เป็นประจำทุกปี

4. อ่างเก็บน้ำชลประทานห้วยป่าแดง



อยู่ห่างจากตัวเมืองตามทางหลวงหมายเลข 2006 ประมาณ 8 กม. เป็นแหล่งพักผ่อน รื่นรมย์ที่มีความสวยงามแห่งหนึ่ง เกิดจากการสร้างเขื่อนกั้นห้วยป่าแดงในเขตตำบลป่าเลา แวดล้อมไปด้วยทัศนียภาพของขุนเขาและสายน้ำที่งดงาม โดยเฉพาะในยามที่พระอาทิตย์ขึ้นลง ประชาชน นิยมมาพักผ่อนหย่อนใจ

5. สวนรุกขชาติหนองนารี



อยู่ริมถนนนารีพัฒนา ข้างสนามกีฬาเทศบาลจังหวัด ห่างจากตัวเมืองประมาณ 2 กม. เป็นบึงบัวขนาดใหญ่ เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ สามารถขับรถเที่ยวรอบบึง บรรยากาศร่มรื่น มีร้านอาหารบริการอยู่บริเวณโดยรอบ

6. วัดช้างเผือก



ตั้งอยู่ริมถนนทางหลวงหมายเลข 21 จากอำเภอหนองไผ่มุ่งหน้าไปจังหวัดเพชรบูรณ์ ก่อนถึงสามแยกวังชมพูประมาณ 2 กม. ทางขวาจะเป็นทางเข้าวัดช้างเผือก เป็นวัดซึ่งปัจจุบันเป็นที่บรรจุศพของพระครูพิชราจารย์ (หลวงพ่อบุญ) ซึ่งไม่เนาเปื่อยประดิษฐานอยู่ในโลงแก้ว เป็นที่เคารพสักการะของชาวจังหวัดเพชรบูรณ์และประชาชนทั่วไป

อุทยานแห่งชาติตาดหมอก



ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 290 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 181,250 ไร่ เป็นภูเขาชัน สลับซับซ้อน สภาพป่าส่วนใหญ่จะเป็นป่าดงดิบชื้นปกคลุมบริเวณยอดเขา เป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของแม่น้ำป่าสัก แม่น้ำชี ภายในอุทยานมีน้ำตกที่สวยงาม 2 แห่ง ได้แก่

1. น้ำตกตาดหมอก อยู่ห่างจากอุทยานฯ 7 กิโลเมตร ตามทางรถยนต์ และเดินเท้าอีก 2,000 เมตร ความงดงามของสายน้ำตกจากผาสูงลงสู่แอ่งน้ำใหญ่เบื้องล่าง กลายเป็นฝอยละอองฟุ้งกระจายไปทั่วบริเวณราวกับมีหมอกคลุมไปทั่วผืนป่า

2. น้ำตกสองนาง อยู่ห่างจากลานจอดรถตามเส้นทางเดินเท้าทางเดียวกับน้ำตกตาดหมอก เป็นระยะทาง 2,000 เมตร เป็นน้ำตกที่สวยงามอีกหนึ่งแห่ง มีสายน้ำไหลผ่านโขดหินชะง่อนแก่งผา ลดหลั่นลงมาทั้งหมด 12 ชั้น แต่ละชั้นสูงต่ำไม่เท่ากันตั้งแต่ 5 เมตร ไปจนถึง 100 เมตร ไหลลงสู่คลองห้วยบง สู่เขื่อนบ้านเจดียงลับ สิ้นสุดที่แม่น้ำป่าสัก

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเขาค้อ

เขาค้อ



เขาค้อ เป็นชื่อเรียกรวมทิวเขาน้อยใหญ่ของเทือกเขาเพชรบูรณ์ ในเขตอำเภอเขาค้อ สาเหตุที่เรียกว่า “เขาค้อ” เพราะป่าบริเวณนี้เดิมมีต้นค้อ ซึ่งเป็นไม้ตระกูลปาล์มอยู่มาก ภูมิอากาศเขาค้อเย็นสบายตลอดปี แม้ในฤดูร้อนและค่อนข้างเย็นจัดในช่วงฤดูหนาว รวมทั้งทัศนียภาพสวยงาม จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแห่งหนึ่งของเพชรบูรณ์

1. พระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก



อยู่บนเขาค้อ ทางหลวงหมายเลข 2196 อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอเขาค้อไปทางทิศเหนือประมาณ 2 กิโลเมตร สร้างน้อมเกล้าถวายเพื่อเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี ของ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในปี พ.ศ. 2539 ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปให้ประชาชนได้
สักการบูชา ยอดเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่อัญเชิญมาจากศรีลังกา

2. หอสมุดนนานาชาติเขาค้อ



ตั้งอยู่บนเขาค้อ ที่บ้านกองเนียม เป็นหอสมุดขนาดใหญ่ ออกแบบเป็นรูปเพชรคว่ำ
สร้างด้วยกระจกสะท้อนแสง ภายในเก็บรักษาหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ในเดือน
ธันวาคมของทุกปี จะมีการจัดงาน “วันนัดพบเอกอัครราชทูต ณ เขาค้อ” โดยเชิญเอกอัครราชทูต
จากประเทศต่าง ๆ มาร่วมชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัด

3. พระตำหนักเขาค้อ



ตั้งอยู่บนเขาป่า เป็นอาคารคอนกรีตครึ่งวงกลม มีทั้งหมด 15 ห้อง รูปทรงแปลก
ตาไปจากพระตำหนักอื่น สามารถขออนุญาตเจ้าหน้าที่เข้าชมบริเวณโดยรอบพระตำหนักได้ บริเวณ

ใกล้กันมีบ้านพักทหารม้า ซึ่งเปิดให้นักท่องเที่ยวพักค้างแรมได้ มีร้านค้าสวัสดิการตั้งอยู่ นอกจากนี้ยังมีเส้นทางเดินขึ้นยอดเขาว่าที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์เขาค้อโดยรอบได้สวยงาม

4. ฐานอิทธิ (พิพิธภัณฑสถาน)



ตั้งอยู่บนเขาค้อ เลขกิโลเมตรที่ 28 ทางหลวงหมายเลข 2196 ไปเล็กน้อย แล้วแยกขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 2323 ไปประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นจุดหนึ่งที่เห็นทิวทัศน์สวยงาม และเคยเป็นฐานสำคัญทางยุทธศาสตร์ในอดีต ปัจจุบันเป็นพิพิธภัณฑสถาน จัดแสดงปืนใหญ่ ซากรถถัง และอาวุธที่ใช้สู้รบกันบนเขาค้อ มีห้องบรรยายสรุปแก่ผู้เข้าชมเป็นหมู่คณะ เปิดให้เข้าชมทุกวัน

5. อนุสรณ์สถานผู้เสียสละเขาค้อ



อยู่ยอดเขาสูงสุดของเขาค้อ อยู่เลยฐานอิทธิไปอีก 1 กิโลเมตร สร้างขึ้นเพื่อเทิดทูนวีรกรรมของพลเรือน ตำรวจ ทหาร ผู้พลีชีพในการสู้รบเพื่อปกป้องพื้นที่ในเขตรอยต่อ 3 จังหวัด คือ พิษณุโลก เพชรบูรณ์ และเลย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511-2525 โดยสร้างด้วยหินอ่อน เป็นรูป

สามเหลี่ยมสูง 24 เมตร หมายถึง การปฏิบัติการร่วมกันระหว่างพลเรือน ตำรวจ ทหาร ในปี พ.ศ. 2524 ผนังภายในบันทึกประวัติอนุสรณ์สถาน และรายชื่อวีรชนผู้เสียสละไว้ด้วย

6. น้ำตกศรีดิษฐ์



เป็นน้ำตกหินชั้นขนาดใหญ่ มีน้ำไหลตลอดทั้งปี เคยเป็นที่อยู่ของ ผกค. มาก่อน
สิ่งที่น่าสนใจ คือ ครกตำข้าวพลังงานน้ำตกที่ ผกค. สร้างไว้

7. ไร่บีเอ็น



เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเป็นจุดแวะของนักท่องเที่ยวที่นิยมพักผ่อน
เมืองหนานนาชนิดตามฤดูกาล รวมทั้งดอกไม้ประดับหลายชนิด นักท่องเที่ยวสามารถเดิน
ชมแปลงผัก สวนพันธุ์ไม้ ในบริเวณได้เปิดให้เข้าชมทุกวัน

8. เนินมหัศจรรย์



อยู่บริเวณกิโลเมตรที่ 17.5 ถนนสายนาजू – สะเดาะพงษ์ ทางหมายเลข 2258 เมื่อขับรถมาถึงบริเวณนี้แล้วดับเครื่อง รถจะถอยหลังขึ้นเนินได้เอง ซึ่งเกิดจากภาพลวงตา เพราะในความเป็นจริงเมื่อระดับความสูงของพื้นที่สองจุด ความสูงของเนินจะมีระดับต่ำกว่าช่วงที่เป็นทางขึ้นเนิน

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอหล่มสัก

1. อุทยานแห่งชาติเขาค้อ



เป็นอุทยานที่จะประกาศจัดตั้งขึ้นใหม่ มีพื้นที่ประมาณ 314,375 ไร่ หรือ 503 ตารางกิโลเมตร แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอุทยานได้แก่ น้ำตกธารทิพย์ วังน้ำริน น้ำตกชั้นบันได น้ำตกแก่งเลียงผา น้ำตกตาดฟ้า ถ้ำใหญ่ น้ำก่อ จุดชมวิวย่านคอยน้ำเพียงดิน

2. อนุสรณ์สถานเมืองราด (พ่อขุนผาเมือง)



ตั้งอยู่ ณ ตำบลบ้านหวาน อำเภอหล่มสัก เป็นที่ซึ่งชาวจังหวัดเพชรบูรณ์ได้ร่วมกันสร้างเพื่อเป็นอนุสรณ์รำลึกถึงพระเกียรติของพ่อขุนผาเมือง วีรกษัตริย์นอกประวัติศาสตร์ พระผู้ร่วมก่อตั้งชาติไทย โดยจัดสร้างเป็นสถานที่สักการะและอาคารจัดแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์สมัยเริ่มก่อตั้งกรุงสุโขทัยเป็นราชธานีแห่งแรกของชาติไทย พร้อมทั้งจัดสวน ดอกไม้ประดับ สวยงามในบริเวณโดยรอบ เพื่อให้เป็นสถานที่ศึกษาประวัติศาสตร์และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง

3. อนุสาวรีย์พ่อขุนผาเมือง



ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกพ่อขุนผาเมือง (สี่แยกหล่มสัก) พระรูปทำด้วยโลหะในอริยบทยืน พระหัตถ์ขวาทรงดาบปักลงดิน พระหัตถ์ซ้ายชี้ลงพื้น พ่อขุนผาเมือง (เจ้าเมืองราด) ผู้ทรงร่วมสถาปนาราชอาณาจักรสุโขทัยเมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 ได้ทรงร่วมมือกับพ่อขุนบางกลางหาวเจ้าเมืองบางยาง พระสหาย นำไพร่พลทำสงครามขจัดอำนาจการปกครองของขอมให้พ้น

จากดินแดนสุโขทัย และได้ทรงสถาปนาพ้อมขุนบางกลางหาวขึ้นเป็นกษัตริย์ครองกรุงสุโขทัย ถวายพระนามว่า “ศรีอินทราทิตย์”

4. หลักเมืองหล่มสัก



ตั้งอยู่ที่สี่แยกบึงน้ำเต้า ตำบลบึงน้ำเต้า สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2487 เป็นหลักเมืองที่ทำด้วยซีเมนต์ 4 พนม 4 จอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นประธานทำพิธีฝังหลักเมืองเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2487

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอหล่มเก่า

1. ภูทับเบิก



ภูทับเบิก จะมีอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี มีทัศนียภาพที่สวยงาม ยามเช้าจะมองเห็นทะเลหมอกตัดกับยอดภู สูงต่ำงดงามมาก ในราวเดือนธันวาคม-มกราคม จะมีดอกซากุระ หรือนางพญาเสือโคร่งสีชมพูบางสะพรั่งไปทั่วภูเขานอกจากนี้ในยามค่ำคืนยังมองเห็นแสงไฟระยิบระยับจากบ้านเรือนในอำเภอหล่มสักที่อยู่เบื้องล่าง เปรียบได้กับ “ดาวบนดิน”

2. วัดศรีมงคล



อยู่ที่บ้านนาทราย ตำบลวังบาล สี่แยกวังบาล-โละโหวะ เป็นวัดเก่าแก่ของจังหวัด เพชรบูรณ์ ความน่าสนใจของวัดนี้อยู่ที่ภาพจิตรกรรมฝาผนังในอุโบสถ ซึ่งมีภาพเขียนสวยงามตามแบบโบราณเกี่ยวกับประวัติพระเจ้าสิบชาติ ภาพนรก-สวรรค์ และภาพที่สะท้อนให้เห็นชีวิตของสังคมท้องถิ่นในอดีต เช่น การประกอบอาชีพ การค้าขายทางเรือ

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอน้ำหนาว

อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว



เป็นอุทยานที่ตั้งอยู่บนเทือกเขาสูง ทอดยาวผ่านจังหวัดชัยภูมิและจังหวัดเพชรบูรณ์ มีอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ที่สุดในจังหวัดเพชรบูรณ์ ป่าส่วนใหญ่เป็นป่าโปร่งสลับกับทุ่งหญ้าและป่าดงดิบ

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอหนองไผ่

สวนรุกขชาติซับชมพู่



เป็นแหล่งความรู้ทางพฤกษศาสตร์ชั้นดี มีทั้งป่าดั้งเดิมที่เป็นป่าเบญจพรรณและต้นไม้ที่ปลูกขึ้นใหม่ รวมถึงสมุนไพรหายากหลายชนิด ภายในตกแต่งด้วยไม้ดอกไม้ประดับสวยงาม มีน้ำตกให้เที่ยวชมถึง 3 แห่ง ได้แก่ น้ำตกหินงาม น้ำตกไทรงาม และน้ำตกธารงาม

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอบึงสามพัน

ทุ่งทานตะวัน



มีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ที่บ้านเขาหลวง บ้านป่ายาง ตำบลสระแก้ว มีการปลูกต้นทานตะวันบนภูเขาลอง ครอบคลุมพื้นที่กว่าหมื่นไร่ เมื่อดอกทานตะวันบานในตอนเช้า ภูเขาบริเวณนี้จะกลายเป็นทุ่งทานตะวันมีสีเหลืองอร่ามสวยงาม ในช่วงเดือนธันวาคม ทางอำเภอบึงสามพันได้จัดงาน “ตะวันบานบนภูที่บึงสามพัน” ภายในงานมีการจัดประกวดดอกทานตะวันที่ใหญ่ที่สุด การประกวดธิดาทานตะวัน การแปรรูปเมล็ดทานตะวันและการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอยะบوري

ศาลสมเด็จพระนเรศวร



ตั้งอยู่ตำบลท่าโรง ห่างจากแยกทางหลวงหมายเลข 21 ตามเส้นทางเข้าตัวอำเภอ ระยะทางประมาณ 8 กิโลเมตร สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์ทางประวัติศาสตร์และเทิดพระเกียรติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีการจัดงานประเพณีบวงสรวงดวงวิญญาณในช่วงวันที่ 25-27 มกราคม ของทุกปี

สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอสรีเทพ

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ



เป็นโบราณสถานสำคัญที่น่าสนใจศึกษาหาความรู้มากที่สุดแห่งหนึ่งของเพชรบูรณ์ ได้รับ Thailand Tourism Award ประจำปี 2543 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

โบราณสถานยอดเยี่ยม อุทยานฯ มีพื้นที่ครอบคลุมโบราณสถานในเมืองเก่าศรีเทพ ซึ่งมีชื่อเดิมว่า “เมืองอภัยสาส์” สร้างขึ้นในยุคขอมเรืองอำนาจ มีอายุไม่ต่ำกว่า 1,000 ปี เมืองโบราณศรีเทพมีคูน้ำ และคันดินล้อมรอบ พื้นที่ทั้งหมดประมาณ 2,889 ไร่ พบซากโบราณสถานกว่า 70 แห่ง บางแห่ง ได้รับการขุดแต่งบูรณะแล้ว และเมืองส่วนนอกมีพื้นที่ 1,589 ไร่ มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าต่อกับเมืองส่วนใน มีช่องทางเข้าออก 6 ช่องทาง มีสระน้ำกระจายอยู่ทั่วไป และพบโบราณสถานกระจายอยู่แบบเดียวกัน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มานิต สิริมหาราช (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่มีต่อธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยที่สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจหมายถึง เขตความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประกอบด้วย ประเทศไทย (ภาคเหนือ) พม่า ลาว และจีนตอนใต้ (ยูนาน) โดยศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม และรายได้จากค่าที่พักและอัตราการเข้าพักเฉลี่ย และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของธุรกิจโรงแรม ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ประสิทธิภาพของแรงงาน ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร พบว่า สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบในด้านบวกทั้งต่อรายได้ และค่าใช้จ่ายของธุรกิจโรงแรม

รวิกา หอมเศรษฐี (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาจังหวัดเชียงราย และบุคลากรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ผลการวิจัยพบว่า ระดับประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงครึ่งปีแรกสูงกว่าเป้าหมายในระดับมาก และปริมาณรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงครึ่งปีแรกสูงกว่าเป้าหมายในระดับปานกลาง และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวกับนโยบายและการบริหารที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ความเพียงพอของทรัพยากรทางการบริหาร ความรู้ความสามารถของบุคลากร การประชาสัมพันธ์ กระบวนการติดต่อสื่อสารกับบุคคล และการสนับสนุนของบุคลากร รวมทั้งปัจจัยสภาวะทางสังคม ส่วนปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติเรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวกับราคาสินค้าและบริการ การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ และความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ชาติรี ทั้งเจริญกุล (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะของนักท่องเที่ยวและพนักงานของบริษัทการบินไทยตอนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของบริษัท : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และพนักงานการบินไทย พบว่า นักท่องเที่ยวและพนักงานการบินไทยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ และมีความคิดเห็นว่าการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของการบินไทยมีผลอย่างมากต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการและมาเที่ยวประเทศไทย

วิวุธ พรรณเทวี (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยศึกษาจากผู้ติดต่องานกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงมหาดไทย 4 หน่วยงาน ประกอบด้วย ที่ทำการปกครองอำเภอเมือง สถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมือง และสำนักงานที่ดินอำเภอเมือง และสัมภาษณ์หัวหน้าส่วนราชการและเจ้าหน้าที่ พบว่า ประชาชนที่มารับบริการจากหน่วยงานทั้ง 4 หน่วยงาน ร้อยละ 43.8 ไม่พอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ ขณะที่ร้อยละ 56.3 มีความพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่

นคร พันธุ์สวัสดิ์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ผลการนำนโยบายการปรับโครงสร้างองค์กรปกครองท้องถิ่น ไปปฏิบัติ : กรณีการเปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลของสุขาภิบาลในจังหวัดศรีสะเกษ โดยสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย ลูกจ้างประจำ และประชาชน พบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลอยู่ในระดับน้อย ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการนำนโยบายฯ ไปปฏิบัติ ได้แก่ (1) การที่สมาชิกสภาเทศบาลมาจากกลุ่มการเมืองเดียวกัน ครองเสียงข้างมากทำให้ฝ่ายนิติบัญญัติไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ (2) เทศบาลส่วนใหญ่ขาดแคลนบุคลากรที่ปฏิบัติงาน และประสบปัญหาด้านอาคารสถานที่ตั้งสำนักงาน (3) การบริหารจัดการงบประมาณของเทศบาลเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมน้อย และ (4) องค์กรปกครองท้องถิ่นอื่นไม่ให้ความร่วมมือในการใช้พื้นที่เพื่อการกำจัดขยะ

วชิราภรณ์ โลหะชาละ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบริการที่พักในระดับสูง ส่วนใหญ่เห็นว่าที่พักมีมาตรฐานดี และเกือบทั้งหมดคิดว่า ราคาของที่พักมีความเหมาะสมดีแล้ว ในขณะที่สถานที่พักที่อยู่ในเกณฑ์ดี ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ ในการกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่ พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการกลับมาและจะแนะนำที่พักแรมดังกล่าวให้กับเพื่อนและคนอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกที่พักแรม โดยเฉพาะปัจจัยด้านราคาที่พัก และปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือปัจจัยด้านการบริการด้านทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการศึกษาแบบวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) อาศัยข้อมูลเอกสารทางวิชาการ และการศึกษาแบบสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยจำแนกออกเป็น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ จำนวน 300 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงของนักท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆของจังหวัดเพชรบูรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยภาคสนาม คือ แบบสอบถาม โดยการตอบแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล มีลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended question) ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบด้วย

1. แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ
2. แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสังคม วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การประชาสัมพันธ์ กระบวนการติดต่อสื่อสารและมาตรการและกิจกรรมกระตุ้นส่งเสริม
3. แบบสอบถามที่เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

การทดสอบค่าเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย

การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ใช้การทดสอบแบบการทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Testability of Item-Variable Congruence index) เสนอท่านอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ดร. สมบัติ บุญเลี้ยง ดร.อภิไท สอนทอง ดร.สนธยา ชมภู แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะหลังจากนั้นนำมาหาค่าความสอดคล้องโดยใช้สมการ

$$IVC = \frac{\sum R}{n}$$

ในเมื่อ R = ผลคูณของคะแนนถึงจำนวนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับความสอดคล้อง

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป็นการทดสอบกับประชาชน และผู้ประกอบการร้านค้าธุรกิจ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 คน โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ 1.ภูมิหลังของนักท่องเที่ยว 2.การส่งเสริมการท่องเที่ยว 3.นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เมื่อรวมกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม รวม 60 คน ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ และนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (statistical package for social science) ได้ค่า alpha coefficient มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง ดังมีรายละเอียดในภาคผนวก

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ได้ทำการลงรหัสข้อมูลแล้ว นำมาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลนั้น สามารถแยกอธิบายลักษณะการใช้สถิติต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

สถิติเชิงพรรณนา ใช้เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (percent) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับ ตัวแปรตาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา เรื่องนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์
จำนวน 300 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป นำเสนอ
ผลการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	135	45.0
หญิง	165	55.0
รวม	300	100

จากตารางที่ 2 พบว่าการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเป็นเพศชายมีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	38	12.7
20-30 ปี	77	25.7
31-40 ปี	69	23.0
41-50 ปี	67	22.3
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	49	16.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุ 20-30 ปี ซึ่งมีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 เป็นคนที่มีอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 เป็นคนที่มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 เป็นคนที่มีอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และเป็นคนที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	102	34.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	128	42.7
สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	70	23.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งมีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 เป็นคนที่มีระดับ การศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 เป็นคนที่มีระดับการศึกษาสูง กว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	77	25.7
2. 15,001-25,000 บาท	120	40.0
3. 25,001-35,000 บาท	83	27.7
4. 35,001 บาทขึ้นไป	20	6.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	60	20.0
ข้าราชการ	84	28.0
พนักงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ	41	13.7
ลูกจ้าง	29	9.7
ธุรกิจส่วนตัว	79	26.3
อื่นๆ	7	2.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ ซึ่งมีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมาประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ประกอบอาชีพ นักศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ประกอบอาชีพ พนักงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ประกอบอาชีพลูกจ้าง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยใช้มาตรวัดความคิดเห็นแบบลิเคิท์ (Likert Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การวัดจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นระดับมากที่สุด

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

ด้าน / ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D	ระดับความคิดเห็น				
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)
การท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม($\bar{X}$ = 4.39)							
1. การพัฒนาแบบแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมตลอดรวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน ประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้า บริการ	4.54	0.79	202 (67.3)	74 (24.7)	8 (2.7)	16 (5.3)	-
2.จังหวัดควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น	4.37	0.84	176 (58.7)	61 (20.3)	61 (20.3)	1 (0.3)	1 (0.3)
3.จังหวัดควรสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคนโดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ การมีจิตสำนึกในด้านการจัดการพัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว	4.30	1.01	172 (57.3)	78 (26.0)	28 (9.3)	13 (4.3)	9 (3.0)
4.จังหวัดควรให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว	4.45	0.87	188 (62.7)	79 (26.3)	15 (5.0)	16 (5.3)	2 (0.7)
5.จังหวัดควรสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างมีอิสระ สามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง	4.20	0.72	107 (35.7)	149 (49.7)	41 (13.7)	2 (0.7)	1 (0.3)
6. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวในทุกมิติ(เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	4.47	0.79	185 (61.7)	81 (27.0)	25 (8.3)	8 (2.7)	1 (0.3)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้าน / ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D	ระดับความคิดเห็น				
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ($\bar{X}$ = 4.25)							
7. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดควร มีการควบคุมดูแลรักษา จัดการทรัพยากรให้คง สภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลด เว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหว ง่ายต่อการ ถูกกระทบ พื้นที่ตัวได้ยาก	4.33	0.96	168 (56.0)	91 (30.3)	20 (6.7)	14 (4.7)	7 (2.3)
8. จังหวัดควรส่งเสริมการจัดตั้งองค์การพัฒนา เอกชน องค์การประชาชน ที่ดูแลทางด้าน สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.36	0.68	141 (47.0)	129 (43.0)	29 (9.7)	-	1 (0.3)
9. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึง ศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรม ที่เหมาะสม ปรับให้เหมาะสมคู่กับรูปแบบ กิจกรรม	4.32	0.90	167 (55.7)	81 (27.0)	35 (11.7)	16 (5.3)	1 (0.3)
10. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึง การพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึก ที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการ มุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ การมีรายได้ เพียงอย่างเดียว	4.09	0.98	130 (43.3)	93 (31.0)	51 (17.0)	25 (8.3)	1 (0.3)
11. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ประชาชนมี ส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยให้ ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมใน ทุกระดับ	4.04	1.02	124 (41.3)	95 (31.7)	57 (19.0)	17 (5.7)	7 (2.3)
12. จังหวัดควรให้ความสำคัญกับการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับ ดัน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมี การจัดสรรงบประมาณ บุคลากร กำหนด วิธีการที่เหมาะสม	4.35	0.83	156 (52.0)	110 (36.7)	18 (6.0)	15 (5.0)	1 (0.3)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้าน / ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D	ระดับความคิดเห็น				
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)
13. จังหวัดควรมีแผนการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งการจัดสรร กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง	4.23	0.87	133 (44.3)	122 (40.7)	26 (8.7)	18 (6.0)	1 (0.3)
การประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 4.17)							
14. จังหวัดควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	4.18	1.04	143 (47.7)	104 (34.7)	28 (9.3)	13 (4.3)	12 (4.0)
15. จังหวัดควรมีการพัฒนาระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว	4.15	1.12	149 (49.7)	92 (30.7)	32 (10.7)	9 (3.0)	18 (6.0)
16. จังหวัดควรมีการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	4.17	1.04	149 (49.7)	85 (28.3)	43 (14.3)	13 (4.3)	10 (3.3)
17. การติดตั้งป้ายแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	4.23	1.04	171 (57.0)	50 (16.7)	67 (22.3)	1 (0.3)	11 (3.37)
18. การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานต่างๆ	4.04	1.05	129 (43.0)	87 (29.0)	61 (20.3)	13 (4.3)	10 (3.3)
19. การจัดการทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน	4.26	1.01	159 (53.0)	91 (30.3)	31 (10.3)	7 (2.3)	12 (4.0)
กระบวนการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}$ = 4.13)							
20. จังหวัดควรมีการประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดบริการการท่องเที่ยว	3.90	1.08	92 (30.7)	139 (46.3)	28 (9.3)	28 (9.3)	13 (4.3)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้าน / ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D	ระดับความคิดเห็น				
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)
21. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว	4.03	1.16	137 (45.7)	87 (29.0)	43 (14.3)	15 (5.0)	18 (6.0)
22. ควรสร้างความเข้าใจแก่บุคลากรภาคบริการของจังหวัดให้เห็นความสำคัญของคุณภาพมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว	4.18	1.20	181 (60.3)	47 (15.7)	27 (9.0)	34 (11.3)	11 (3.7)
23. จังหวัดควรมีการดูแล ติดตามผลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทำการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น	4.24	0.99	151 (50.3)	96 (32.0)	39 (13.0)	1 (0.3)	13 (4.3)
24. จังหวัดควรกำหนดขั้นตอน ความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้ได้ข้อมูลย้อนหลังทันที	4.32	0.86	160 (53.3)	90 (30.0)	37 (12.3)	12 (4.0)	1 (0.3)
มาตรการและกิจกรรมกระตุ้น ($\bar{X}$ = 4.23)							
25. จังหวัดควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกการบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร	4.25	0.87	131 (43.7)	139 (46.3)	7 (2.3)	20 (6.7)	3 (1.0)
26. จังหวัดควรสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจ ปลอดภัยในการท่องเที่ยว	4.23	0.92	146 (48.7)	100 (33.3)	33 (11.0)	20 (6.7)	1 (0.3)
27. จังหวัดควรพัฒนา ปรับปรุง ให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย เช่น ถนน ขนพาหนะ	4.19	0.92	142 (47.3)	90 (30.0)	51 (17.0)	16 (5.3)	1 (0.3)
28. จังหวัดควรมีการจัดระเบียบธุรกิจ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบังคับการใช้กฎหมายกับธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว	4.18	0.95	145 (48.3)	86 (28.7)	48 (16.0)	20 (6.7)	1 (0.3)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้าน / ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D	ระดับความคิดเห็น				
			มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)
29. จังหวัดควรมีการสนับสนุนการศึกษา วิจัย ประเมินผล การพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อ กำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน	4.14	0.96	132 (44.0)	101 (33.7)	52 (17.3)	8 (2.7)	7 (2.3)
30. จังหวัดควรมีการใช้กฎหมายในการ ควบคุม ดูแลรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดโดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน สร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย	4.14	1.11	160 (53.3)	65 (21.7)	41 (13.7)	26 (8.7)	8 (2.7)
31. การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบริเวณ แหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น	4.41	0.89	188 (62.7)	62 (20.7)	35 (11.7)	14 (4.7)	1 (0.3)
32. จังหวัดควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้ตระหนักในความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	4.32	0.92	160 (53.3)	100 (33.3)	18 (6.0)	19 (6.3)	3 (1.0)

($\bar{X}$ รวม = 4.24)

จากตารางที่ 7 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ รวม = 4.24) มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม($\bar{X}$ = 4.39)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาแบบแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม รวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน ประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้า บริการในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวในทุกมิติ(เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.47)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้วัฒนธรรมชุมชนใน กระบวนการท่องเที่ยวในระดับมาก($\bar{X} = 4.45$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดูแลรักษาแหล่ง ท่องเที่ยวจะทำให้ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นในระดับมาก($\bar{X} = 4.37$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคน โดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ การมีจิตสำนึกในการจัดการพัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในระดับมาก($\bar{X} = 4.30$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมี ประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างมีอิสระ สามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ พื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้องในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ

ด้าน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ($\bar{X} = 4.25$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรส่งเสริมการจัดตั้งองค์การพัฒนาเอกชน องค์กร ประชาชน ที่ดูแลทางด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในระดับมาก($\bar{X} = 4.36$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า จังหวัดควรให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร กำหนดวิธีการที่เหมาะสม ในระดับมาก($\bar{X} = 4.35$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดควรมีการ ควบคุมดูแลรักษา จัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการ ท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหว ง่ายต่อการถูกกระทบ พื้นตัวได้ยาก ในระดับมาก($\bar{X} = 4.33$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงศักยภาพของ ทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม ปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบ กิจกรรม ในระดับ มาก($\bar{X} = 4.32$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรนำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่ แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งการจัดสรร กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง ในระดับมาก($\bar{X} = 4.23$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ การมีรายได้เพียงอย่างเดียว ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.09)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.04) ตามลำดับ

ด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น($\bar{X}$ = 4.23)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.41)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างังหวัดควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้ตระหนักในความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.32)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างังหวัดควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.25)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างจังหวัดควรสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจปลอดภัยในการท่องเที่ยว ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.23)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างจังหวัดควรพัฒนา ปรับปรุง ให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย เช่น ถนน ขนพาหนะ ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.19)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างจังหวัดควรมีการจัดระเบียบธุรกิจ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบังคับการใช้กฎหมายกับธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่פקแรม ธุรกิจนำเที่ยว ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.18)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างจังหวัดควรมีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแลรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดโดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน สร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยและ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างจังหวัดควรมีการสนับสนุนการศึกษา วิจัย ประเมินผล การพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.14) ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์($\bar{X}$ = 4.17)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างจังหวัดควรจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน ในระดับมาก($\bar{X}$ = 4.26)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการติดตั้งป้ายแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ในระดับมาก($\bar{X} = 4.23$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในระดับมาก($\bar{X} = 4.18$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรมีการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในระดับมาก($\bar{X} = 4.17$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า จังหวัดควรมีการพัฒนากระบวนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ในระดับมาก($\bar{X} = 4.15$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานต่างๆ ในระดับมาก($\bar{X} = 4.04$) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร($\bar{X} = 4.13$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรกำหนดขั้นตอน ความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้ได้ข้อมูลย้อนหลังทันที ในระดับมาก($\bar{X} = 4.32$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรมีการดูแล ติดตามผลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทำการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ในระดับมาก($\bar{X} = 4.24$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรสร้างความเข้าใจแก่บุคลากรภาคบริการของจังหวัดให้เห็นความสำคัญของคุณภาพ มาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว ในระดับมาก($\bar{X} = 4.18$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว ในระดับมาก($\bar{X} = 4.03$)

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรมีการประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดบริการการท่องเที่ยว ในระดับมาก($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

ด้าน/ข้อเสนอแนะ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ด้านการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม		
ควรมีการจัดระเบียบสถานที่	62	20.7
ควรมีการบำรุงรักษาแหล่งวัฒนธรรม	60	20.0
ควรมีการบริหารจัดการสุขภาพที่ดี	53	17.7
ควรมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	32	10.7
ควรมีการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น	29	9.7
ควรมีการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้น	22	7.3
มีความเหมาะสมแล้ว	22	7.3
ไม่ตอบแบบสอบถาม	20	6.7
ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์		
ควรมีการสร้างพื้นที่สีเขียวมากขึ้น	64	21.3
ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างต่อเนื่อง	56	18.7
ควรมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ใหม่ๆ	52	17.3
ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว	48	16.0
ควรมีการดูแลด้านสุขภาพมากขึ้น	45	15.0
มีความเหมาะสมแล้ว	19	6.3
ไม่ตอบแบบสอบถาม	16	5.3
ด้านการประชาสัมพันธ์		
ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น	78	26.0
ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น	78	26.0
ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย	73	24.3
เหมาะสมแล้ว	35	11.7
ไม่ตอบแบบสอบถาม	36	12.0
ด้านการติดต่อสื่อสาร		
ควรเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว	90	30.0
ควรมีการเพิ่มสัญญาณwifiในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ	59	19.7

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ด้าน/ข้อเสนอแนะ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร(ต่อ)		
ควรมีบริการสอบถามข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวในจุดสำคัญ	58	19.3
ควรพัฒนาระบบการโทรคมนาคม 3G	39	13.0
ไม่ตอบแบบสอบถาม	30	10.0
มีความเหมาะสมแล้ว	24	8.0
ด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น		
ควรเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยมากขึ้น	83	27.7
ควรมีการจัดกิจกรรมที่บอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	63	21.0
ควรมีมาตรการยกระดับสินค้าท้องถิ่นให้มีคุณภาพมากขึ้น	52	17.3
มีความเหมาะสมแล้ว	41	13.7
ควรมีการตั้งศูนย์จำหน่ายมะขามและของดีเมืองเพชรบูรณ์	35	11.7
ไม่ตอบแบบสอบถาม	26	8.7

จากตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่ และร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการจัดระเบียบสถานที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.7 รองลงมาได้แก่ ควรมีการบำรุงรักษาแหล่งวัฒนธรรม ควรมีการบริหารจัดการสุขภาพที่ดี ควรมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น ควรมีการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่ามีเหมาะสมแล้ว และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการสร้างพื้นที่สีเขียวมากขึ้น มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาได้แก่ ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างต่อเนื่อง ควรมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ใหม่ๆ ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการดูแลด้านสุขภาพมากขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่ามีเหมาะสมแล้วและมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และควรมีการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น มาก

ที่สุดคิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาได้แก่ ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมแล้ว และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาได้แก่ ควรมีการเพิ่มสัญญาณwifiในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ควรให้บริการสอบถามข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวในจุดสำคัญ ควรพัฒนาระบบการโทรคมนาคม 3G และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่าการติดต่อสื่อสารมีความเหมาะสมแล้ว ขณะที่ผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยมากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมาได้แก่ ควรมีการจัดกิจกรรมที่บอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ควรมีมาตรการยกระดับสินค้าท้องถิ่นให้มีคุณภาพมากขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่ามาตรการและกิจกรรมกระตุ้นที่ดำเนินการอยู่มีความเหมาะสมแล้ว ควรมีการตั้งศูนย์จำหน่ายมะขามและของดีเมืองเพชรบูรณ์ และที่มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	S.D.	t	Sig.t
1.นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์				
ชาย	3.20	0.77	2.142	0.033*
หญิง	3.00	0.80		
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์				
ชาย	4.33	0.50	2.680	0.007*
หญิง	4.16	0.56		
ภาพรวม				
ชาย	3.76	0.62	2.407	0.017*
หญิง	3.58	0.67		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม ค่า Sig.t เท่ากับ 0.017 ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.033) และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.007) ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมและรายด้าน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ย พบว่าเพศชาย ($\bar{X} = 3.76$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มากกว่าเพศหญิง ($\bar{X} = 3.58$)

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.F
1.นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	12.75	4	3.19	5.387	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	174.53	295	0.59		
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	6.65	4	1.66	6.121	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	80.08	295	0.27		
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	9.15	4	2.29	5.721	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	117.90	295	0.40		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม ค่า Sig.F เท่ากับ 0.000 ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.000) และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.000) ซึ่งน้อยกว่ากว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งในภาพรวม และรายด้านดังกล่าว

เพื่อให้ทราบว่า มีกลุ่มอายุกลุ่มใดบ้างที่มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกันจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ดังตาราง 11-13

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	S.D	ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เพชรบูรณ์ ภาพรวม				
			1	2	3	4	5
1. ต่ำกว่า 20 ปี	3.36	0.62	-	-	*	*	*
2. 20-30ปี	3.60	0.71	-	-	-	-	*
3. 31-40 ปี	3.62	0.68	*	-	-	-	*
4. 41-50 ปี	3.72	0.54	*	-	-	-	*
5. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	3.99	0.55	*	*	*	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบาย
ภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่ม
ตัวอย่างที่มีอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.99$) ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริม
การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม มากกว่าทุกกลุ่ม

ตารางที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน
จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	S.D	ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์				
			1	2	3	4	5
1. ต่ำกว่า 20 ปี	2.74	0.72	-	-	*	*	*
2. 20-30ปี	3.03	0.82	-	-	-	-	*
3. 31-40 ปี	3.06	0.84	*	-	-	-	*
4. 41-50 ปี	3.09	0.67	*	-	-	-	*
5. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	3.49	0.77	*	*	*	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 4.49$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ของ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์มากกว่าทุกกลุ่ม

ตารางที่ 13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	S.D	ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ จังหวัดเพชรบูรณ์				
			1	2	3	4	5
1. ต่ำกว่า 20 ปี	3.99	0.54	-	-	-	*	*
2. 20-30ปี	4.17	0.61	-	-	-	*	*
3. 31-40 ปี	4.18	0.56	-	-	-	-	*
4. 41-50 ปี	4.34	0.45	*	*	-	-	-
5. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	4.48	0.37	*	*	*	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 4.48$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าทุกกลุ่ม

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.F
1.นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	11.41	3	3.80	6.402	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	175.87	296	0.59		
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.38	3	1.13	4.002	0.008*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	83.34	296	0.28		
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	6.71	3	2.24	5.505	0.001*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	120.33	296	0.41		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม ค่า Sig.F เท่ากับ 0.001 ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.000) และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.008) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่ารายได้มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งในภาพรวม และรายด้านดังกล่าว

เพื่อให้ทราบว่า มีกลุ่มรายได้คู่ใดบ้างที่มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันองค์กรแตกต่างกันจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ดังตาราง15-17

ตารางที่ 15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	S.D	ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เพชรบูรณ์ ภาพรวม			
			1	2	3	4
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.60	0.62	-	-	*	-
2. 15,001-25,000 บาท	3.60	0.62	-	-	*	-
3. 25,001-35,000 บาท	3.89	0.67	*	*	-	*
4. 35,001 บาทขึ้นไป	3.38	0.67	-	-	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ภาพรวม จำแนกตามรายได้ พบว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม มากกว่าทุกกลุ่ม

ตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน
จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	S.D	ด้านนโยบายการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์			
			1	2	3	4
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.01	0.77	-	-	*	-
2. 15,001-25,000 บาท	2.99	0.73	-	-	*	-
3. 25,001-35,000 บาท	3.39	0.83	*	*	-	*
4. 35,001 บาทขึ้นไป	2.77	0.76	-	-	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท ($\bar{X} = 3.39$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้าน มากกว่าทุกกลุ่ม

ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้

รายได้	$\bar{X}$	S.D	ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของจังหวัดเพชรบูรณ์			
			1	2	3	4
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.19	0.50	-	-	*	-
2. 15,001-15,000 บาท	4.21	0.54	-	-	*	-
3. 25,001-35,000 บาท	4.39	0.53	*	*	-	*
4. 35,001 บาทขึ้นไป	3.99	0.58	-	-	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท ($\bar{X} = 4.39$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าทุกกลุ่ม

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.F
1.นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	5.04	2	2.52	4.103	0.017*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	182.24	297	0.61		
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.18	2	1.09	3.821	0.023*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	84.55	297	0.28		
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.45	2	1.72	4.140	0.017*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	123.60	297	0.42		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม ค่า Sig.F เท่ากับ 0.017 และด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.017) และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.023) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งในภาพรวม และรายด้าน

เพื่อให้ทราบว่า มีกลุ่มระดับการศึกษาคู่ใดบ้างที่มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกันจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ดังตาราง 19-21

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D	ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม		
			1	2	3
1.ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.59	0.61	-	*	-
2.ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.79	0.63	*	-	*
3.สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.55	0.72	-	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X} = 3.79$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.59$) และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D	ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์		
			1	2	3
1.ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.99	0.74	-	*	-
2.ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.24	0.78	*	-	*
3.สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.96	0.85	-	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X} = 3.24$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 2.99$) และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X} = 2.96$) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D	ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์		
			1	2	3
1.ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.19	0.50	-	*	-
2.ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.33	0.51	*	-	*
3.สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.14	0.61	-	*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X} = 4.33$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.19$) และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.F
1.นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	16.51	5	3.30	5.683	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	170.77	294	0.58		
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	10.19	5	2.04	7.825	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	76.54	294	0.26		
ภาพรวม					
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	12.84	5	2.57	6.610	0.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	114.21	294	0.39		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม ค่า Sig.F เท่ากับ 0.000 ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.000) และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ (0.000) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ทั้งในภาพรวม และรายด้านดังกล่าว

เพื่อให้ทราบว่า มีกลุ่มอาชีพใดบ้างที่มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกันจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD ดังตาราง 23-25

ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	S.D	ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม					
			1	2	3	4	5	6
1.นักศึกษา	3.64	0.62	-	*	*	-	-	-
2.ข้าราชการ	3.90	0.49	*	-	*	-	*	-
3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.23	0.63	*	*	-	*	*	-
4.ลูกจ้าง	3.78	0.68	-	-	*	-	-	-
5.ธุรกิจส่วนตัว	3.62	0.74	-	*	*	-	-	-
6.อื่นๆ	3.59	0.07	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ ($\bar{X} = 3.90$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้าน มากกว่าทุกกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน
จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	S.D	ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์					
			1	2	3	4	5	6
1.นักศึกษา	3.08	0.82	-	*	*	-	-	-
2.ข้าราชการ	3.34	0.62	*	-	*	-	*	-
3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.59	0.69	*	*	-	*	*	-
4.ลูกจ้าง	3.21	0.83	-	-	*	-	-	-
5.ธุรกิจส่วนตัว	3.06	0.88	-	*	*	-	-	-
6.อื่นๆ	2.83	0.08	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบาย
ภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ ($\bar{X} = 3.34$) มี
ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านนโยบายการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าทุกกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	S.D	ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ จังหวัดเพชรบูรณ์					
			1	2	3	4	5	6
1.นักศึกษา	4.20	0.45	-	*	*	-	-	-
2.ข้าราชการ	4.45	0.38	*	-	*	-	*	-
3.พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.88	0.58	*	*	-	*	*	*
4.ลูกจ้าง	4.34	0.55	-	-	*	-	-	-
5.ธุรกิจส่วนตัว	4.18	0.62	-	*	*	-	-	-
6.อื่นๆ	4.36	0.08	-	-	*	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ ($\bar{X} = 4.45$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าทุกกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานที่ 6 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยว		B	Beta	T	Sig.T
1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม		0.27	0.19	5.28	0.000*
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์		0.32	0.25	7.48	0.000*
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์		0.29	0.28	7.09	0.000*
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร		0.14	0.14	3.56	0.000*
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น		0.34	0.28	9.48	0.000*
ภาพรวม					
Constant		-2.67	-	-17.51	0.000
R	0.920				
Adj R ²	0.843				
F	323.043				
Sig.F	0.000*				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่าแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า Sig.F เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าค่านัยทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ามีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัวแปรในชุดตัวแปรคำทำนายที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาค่า Sig.t ก็พบว่าตัวแปรความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 27 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	ผลการทดสอบ		ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์		
			ภาพรวม	ด้านนโยบายการ ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในจังหวัด เพชรบูรณ์	ด้านการส่งเสริม การท่องเที่ยวของ จังหวัดเพชรบูรณ์
	เป็นตาม สมมติฐาน	ไม่เป็นตาม สมมติฐาน			
1. เพศ	✓		0.017*	0.033*	0.007*
2. อายุ	✓		0.000*	0.000*	0.000*
3. รายได้	✓		0.001*	0.000*	0.008*
4. ระดับการศึกษา	✓		0.017*	0.017*	0.023*
5. อาชีพ	✓		0.000*	0.000*	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบาย ภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ในภาพรวมและรายด้าน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งมีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ประกอบอาชีพ ข้าราชการ

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า อยู่ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม ด้านการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในระดับมาก ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร และด้าน มาตรการและกิจกรรมกระตุ้นในระดับมาก

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ด้านการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการจัด ระเบียบสถานที่มากที่สุด ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า

ต้องการให้มีการสร้างพื้นที่สีเขียวมากขึ้น มากที่สุดคิด ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และควรมีการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียมากขึ้นมากที่สุด ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว มากที่สุด และด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยมากขึ้น มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ในภาพรวมและรายด้าน

และเมื่อพิจารณาสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่องนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, การทดสอบค่า T - test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis) ผลการศึกษารูปดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งมีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีรายได้ 15,001-25,000 บาท ประกอบอาชีพ ข้าราชการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) มีรายละเอียดรายด้าน ดังนี้

1.ด้านการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาแบบแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมตลอด รวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน ประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้า บริการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวในทุกมิติ(เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ, จังหวัดควรให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้วัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว, จังหวัดควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นใน,

จังหวัดควรสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคนโดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ การมีจิตสำนึกในด้านการจัดการ พัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว, จังหวัดควรสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมี ประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างมีอิสระ สามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ พื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง ตามลำดับ

2.ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรส่งเสริมการจัดตั้ง องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรประชาชน ที่ดูแลทางด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รองลงมาได้แก่ จังหวัดควรให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร กำหนดวิธีการที่เหมาะสม ,การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดควรมีการควบคุมดูแลรักษา จัดการทรัพยากร ให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหว ง่ายต่อการ ถูกกระทบ พื้นตัวได้ยาก , การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม ปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบ กิจกรรม , จังหวัดควรนำแผนการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนา ท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งการจัดสรร กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง , การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการ รักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ การมีรายได้เพียงอย่างเดียว , การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยให้ประชาชนมี ตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ ตามลำดับ

3.ด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการสร้างกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น รองลงมาได้แก่ จังหวัดควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้ตระหนักในความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว อย่างสม่ำเสมอ , จังหวัดควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้อง กลมกลืนกับทรัพยากร ,จังหวัดควรสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจ ปลอดภัยในการ ท่องเที่ยว , จังหวัดควรพัฒนา ปรับปรุง ให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย เช่น ถนน ขนพาหนะ , จังหวัดควรมีการจัดระเบียบธุรกิจ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับ นักท่องเที่ยว โดยเน้นการบังคับการใช้กฎหมายกับธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่พิกแรม ธุรกิจนำเที่ยว , จังหวัดควรมีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแลรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดโดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน สร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย และ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจังหวัดควรมีการสนับสนุนการศึกษา วิจัย ประเมินผล การ

พัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน ตามลำดับ

4.ด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการจัดการทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน ลำดับต่อมาได้แก่ การติดตั้งป้ายแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด จังหวัดควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จังหวัดควรมีการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง จังหวัดควรมีการพัฒนากระบวนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ในระดับมาก,การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานต่างๆ ตามลำดับ

5.ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่างจังหวัดควรกำหนดขั้นตอน ความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้ได้ข้อมูลย้อนหลังทันที ลำดับต่อมา ได้แก่ จังหวัดควรมีการดูแล ติดตามผลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทำการบริการด้านการท่องเที่ยวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ,ควรสร้างความเข้าใจแก่บุคลากรภาคบริการของจังหวัดให้เห็นความสำคัญของคุณภาพ มาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว , หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว,จังหวัดควรมีการประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดบริการการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีรายละเอียดรายด้าน ดังนี้

1.ด้านการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการให้มีการจัดระเบียบสถานที่มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ควรมีการบำรุงรักษาแหล่งวัฒนธรรม ควรมีการบริหารจัดการสุขภาพที่ดี ควรมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น ควรมีการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่ามีเหมาะสมแล้ว และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

2.ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการให้มีการสร้างพื้นที่สีเขียวมากขึ้น มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างต่อเนื่อง ควรมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ใหม่ๆ ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ควรมีการดูแลด้านสุขาภิบาลมากขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่ามีความเหมาะสมแล้วและมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

3.ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และควรมีการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมแล้ว และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

4.ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีการเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ควรมีการเพิ่มสัญญาณwifiในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ควรมีบริการสอบถามข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวในจุดสำคัญ ควรพัฒนาระบบการโทรคมนาคม 3G และผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่าการติดต่อสื่อสารมีความเหมาะสมแล้ว ขณะที่ผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 10.0ตามลำดับ

5.ด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยมากขึ้น มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ควรมีการจัดกิจกรรมที่บอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ควรมีมาตรการยกระดับสินค้าท้องถิ่นให้มีคุณภาพมากขึ้นและผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเห็นว่ามาตรการและกิจกรรมกระตุ้นที่ดำเนินการอยู่มีความเหมาะสมแล้ว และที่มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมและรายด้าน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ย พบว่าเพศชาย ($\bar{X} = 3.76$) มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มากกว่าเพศหญิง ($\bar{X} = 3.58$)

สมมติฐานที่ 2 ตัวแปรอายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งในภาพรวม และรายด้าน กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ และด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าทุกกลุ่ม

สมมติฐานที่ 3 ตัวแปรรายได้ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาทมีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ และด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าทุกกลุ่ม

สมมติฐานที่ 4 ตัวแปรระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งในภาพรวม และรายด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าทุกกลุ่มระดับการศึกษา

สมมติฐานที่ 5 ตัวแปรอาชีพมีความสัมพันธ์กับ ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการมีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มากกว่าทุกกลุ่ม

สมมติฐานที่ 6 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

อภิปรายผลการศึกษา

1. นโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ การกำหนดและดำเนินนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเชิงสังคมและวัฒนธรรม เชิงนิเวศน์ การประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร หรือมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น ล้วนมีความสำคัญในการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวและภาคธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกด้าน

2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรม ควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม รวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน ประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้าบริการ ควรมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวในทุกมิติ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ควรให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้วัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ควรสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคนโดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ การมีจิตสำนึกในด้านการจัดการพัฒนาการดำเนิน

ธุรกิจท่องเที่ยวและควรสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างมีอิสระ สามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังควรมีการจัดระเบียบสถานที่การบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ระบบสุขภาพ การอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ ควรมีการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่น การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

3.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรส่งเสริมการจัดตั้งองค์การพัฒนาเอกชน องค์กรประชาชน ที่ดูแลทางด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร กำหนดวิธีการที่เหมาะสม ควรมีการควบคุมดูแลรักษา จัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกกระทบ พื้นตัวได้ยาก ควรมีการคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม ปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบ กิจกรรม ควรนำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งการจัดสรร กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง ควรมีการคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ การมีรายได้เพียงอย่างเดียว ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ นอกจากนี้ยังควรให้มีการสร้างพื้นที่สีเขียว การปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างต่อเนื่อง ควรมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศใหม่ๆ ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการดูแลด้านสุขภาพ

4.การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ มีการจัดการทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน การติดตั้งป้ายแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดในระดับหนึ่ง ควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนาระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานต่างๆ นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย อย่างหลากหลายเพื่อเข้าถึงได้สะดวก

5.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกระบวนการติดต่อสื่อสาร ควรกำหนดขั้นตอน ความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้ได้ข้อมูล

ย้อนหลังทันที ควรมีการดูแล ติดตามผลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทำกรบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ควรสร้างความเข้าใจแก่บุคลากรภาคบริการของจังหวัดให้เห็นความสำคัญของคุณภาพ มาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว ควรมีการประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดบริการการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว การเพิ่มสัญญาณwifiในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ บริการสอบถามข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวในจุดสำคัญ การพัฒนาระบบการโทรคมนาคม 3G

6. การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น หากมีการสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้ตระหนักในความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร ควรสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจ ปลอดภัยในการท่องเที่ยว ควรพัฒนา ปรับปรุง ให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย เช่น ถนน ขนพาหนะ ควรมีการจัดระเบียบธุรกิจ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบังคับการใชฏหมายกับธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ควรมีการใชฏหมายในการควบคุม ดูแลรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดโดยเน้นการแนะนำ ดักเตือน สร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยและ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจะจังหวัดควรมีการสนับสนุนการศึกษา วิจัย ประเมินผล การพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมที่บอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ควรมีมาตรการยกระดับสินค้าท้องถิ่นให้มีคุณภาพมากขึ้น และควรมีการตั้งศูนย์จำหน่ายมะขามและของดีเมืองเพชรบูรณ์

7. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

8. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัันนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

9. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

10. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

11. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์แตกต่างกัน

12. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์มีความสัมพันธ์กับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านกระบวนการ ติดต่อสื่อสาร การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ผลการศึกษา ทำให้ผู้ศึกษาเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการจัดระเบียบสถานที่ ควรมีการบำรุงรักษาแหล่งวัฒนธรรม การบริหารจัดการสุขภาพที่ดี ควรมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น ควรมีการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงหน่วยงานปกครองท้องถิ่น ควรเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนา อีกทั้งอาจใช้ทฤษฎีแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศใน เป้าหมายที่ 2 ปี พ.ศ. 2541-2546 “เที่ยวไทย...รักไทย” เป็นการกำหนดให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ไปในทิศทางที่ช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนได้

2.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการสร้างพื้นที่สีเขียวมากขึ้น
มาก ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างต่อเนื่อง ควรมีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศใหม่ๆ
ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการดูแลด้านสุขาภิบาลมากขึ้น
ดังนั้น จึงควรมีมาตรการสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยว รวมถึงบุคคลในท้องถิ่นที่มีความตระหนัก ใน
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ อาจใช้ทฤษฎีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความ
หลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ มาปรับปรุงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

3.การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยว ต้องการให้มีการ
ประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดีย เช่น facebook
twitter และควรมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อให้เข้าถึงได้ง่าย

4.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกระบวนการติดต่อสื่อสาร นักท่องเที่ยว ต้องการให้มีการ
เพิ่มหมายเลขโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว ควรมีการเพิ่มสัญญาณ wifi ในแหล่ง
ท่องเที่ยวสำคัญ ควรมีบริการสอบถามข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวในจุดสำคัญ ควรพัฒนาระบบการ
โทรคมนาคม 3G

5.การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น
ว่า ต้องการให้เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยมากขึ้น ควรมีการจัดกิจกรรมที่บอกถึงเอกลักษณ์
ของท้องถิ่น ควรมีมาตรการยกระดับสินค้าท้องถิ่นให้มีคุณภาพมากขึ้นควรมีการตั้งศูนย์จำหน่าย
มะขามและของดีเมืองเพชรบูรณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์
อาจเลือกทำการศึกษาในพื้นที่อื่นๆแล้วเปรียบเทียบกับนโยบายกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “การท่องเที่ยว”. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา :

http://www.mots.go.th/tourism/index.php?section=profile&category=stvi&part_under_id=&cate_id=96&stvi_id=14&stvi_type_id1=2 (20 มิถุนายน 2550).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2. **แผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย**. สำนักงานจังหวัดเชียงราย, 2537.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมคุณภาพ”. **จุลสารการท่องเที่ยว**. ปีที่ 22 ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน). 48-51, 2546.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **Internal Tourist Arrival 2002 Asia-Pacific**. กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย, 2543.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **ประสิทธิภาพของสื่อในการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ประชาชน**. เอกสารงานวิจัย, 2530.

คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **เอกสารเตรียมงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1998-1999)**. พิมพ์ครั้งที่ 2 : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541.

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (2530-2534)**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ยูไนเต็ดโปรดักชั่น, 2529.

จุมพล หนิมพานิช. **การวิเคราะห์นโยบาย : ขอบข่ายแนวคิดทฤษฎีและกรณีตัวอย่าง** พิมพ์ครั้งที่ 3 นนทบุรี : สำนักวิชาการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.

ชาติรี ทั้งเจริญกุล. “ทัศนะของนักท่องเที่ยวและพนักงานของบริษัทการบินไทยต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของบริษัท : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระ รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

สุทธิธิ์ ชูชาติ. “การท่องเที่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมชาวเชียงใหม่”. **จุลสารการท่องเที่ยว**. 12, 3 (ก.ค. 2535) : 46-53.

ทักษิณา คุณารักษ์. **การตลาดและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว**. เชียงใหม่ : สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

- นคร พันธุ์สวัสดิ์. “การวิเคราะห์ผลการนำนโยบายการปรับโครงสร้างองค์กรปกครองท้องถิ่นไปปฏิบัติ : กรณีการเปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลของสุขาภิบาลในจังหวัดศรีสะเกษ”. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.
- มยุรี อนุมานราชชน. นโยบายสาธารณะ : แนวความคิดกระบวนการและการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2547.
- มานิต ศิริมหาราช. “ผลกระทบจากสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่มีต่อธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549.
- รวิกา หอมเศรษฐี. “ประสิทธิผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย”. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- วชิราภรณ์ โลหะชาละ. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักใน จังหวัดเชียงราย”. วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- วรเดช จันทรศร. “การนำนโยบายไปปฏิบัติ ตัวแบบและคุณค่า”. พัฒนบริหารศาสตร์ (ต.ค. 2537) : 535-550.
- วรเดช จันทรศร. การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539.
- วรเดช จันทรศร. รายงานวิจัยเรื่องการนำนโยบายไปปฏิบัติอันดับที่ 1195. กรุงเทพฯ : สถาบัน บัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์, 2533.
- วิรุฬ พรรณเทวี. “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน”. การค้นคว้าแบบอิสระ รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. “การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะกรณี พฤติกรรมกรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจังหวัด พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- สมบัติ ชำรงรัฐวงศ์. นโยบายสาธารณะ : แนวความคิดการวิเคราะห์และกระบวนการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สมาธรรม, 2543.
- เสรี วังสัไพจิตร. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวไทย 2530. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530.
- เสรี วังสัไพจิตร. จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนวนให้เกิดขบวนการนิเวศวิทยาทาง การเมือง. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2534.
- Anderson, James E. **Public Policy-Making : An Introduction**. 2nd ed. New York : Houghton Mifflin Company, 1994.
- Chuck Y. Gee. "International Tourism : A Global Perspective". World Tourism Organization : Madrid, Spain, 1997.
- Collier and Harraway. **Principle of Tourism**. Auckland : Longman Paul Ltd., 1997.
- Dye, Thomas R. **Understanding Public Policy**. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc, 1984.
- Easton, David. **The political System**. New Your : Knopf, 1953.
- Eulau, Heinz, and Kenneth Prewith. **Labyrinths of Democracy**. Indianapolis : Bobbs-Merrill, 1973.
- Heclo, Hugh. "Policy Analysis" British Journal of Political Science. 2 (January), 1972.
- Kotler, Philip ; Bowen John and Makers, James, **Marketing Management**. (10th ed.). New Jersey : Prentice-Hall International Inc, 2000.
- Randal B. Ripley and Grace A. Franklin. **Bureaucracy and Policy Implementation**. Illinois : The Dorsey Press, 1982.
- Riggs, Fred W. **Thailand : The Modernization of A Bureaucratic Policy**. Honolulu : East-West Center Press, 1966.
- Sharkansky, Ira. "The Political Scientist and Policy Analysis". In Ira sharkansky, ed. **Policy Analysis in Political Science**. Chicago : Markham Publishing Company, 1970.

Van Meter Donald S. and Van Horn Carl E. “The Policy Implementation Process : A Conceptual Framework”. **Administration and Society**. Vol. 6. No. 4, 1975.

<http://www.bemyguestthailand.com> (วันที่ 28 กันยายน 2547)

<http://www.nesdb.go.th> (วันที่ 28 กันยายน 2547)

<http://www.tat.or.th> (วันที่ 26 กันยายน 2547)

<http://www.thaigov.go.th> (วันที่ 26 กันยายน 2547)

ภาคผนวก ก

พระราชบัญญัติ
นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ
พ.ศ. ๒๕๕๑

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.
ให้ไว้ ณ วันที่ ๓๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๑
เป็นปีที่ ๖๓ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ
ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ
จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้ โดยคำแนะนำและยินยอม
ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ
พ.ศ. ๒๕๕๑

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุ
เบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“การบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยว” หมายความว่า การจัดสร้างและพัฒนาปรับปรุง
แหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรม
การท่องเที่ยว การพัฒนาบริการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว การสร้างและเผยแพร่
องค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว การสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยทางการ
ท่องเที่ยว หรือการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่
ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมอันเป็นการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

“อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” หมายความว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกฎหมายว่าด้วยการ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” หมายความว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ตามกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“แหล่งท่องเที่ยว” หมายความว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทาง
ศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มีการจัดสร้างขึ้น

“หน่วยงานของรัฐ” หมายความว่า กระทรวง ทบวง กรม หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นและมีฐานะเป็นกรม จังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว

“องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น” หมายความว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีกฎหมายจัดตั้ง

“จังหวัด” หมายความว่า กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา

“ผู้ว่าราชการจังหวัด” หมายความว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครและนายกเมืองพัทยา สำหรับในเขตเมืองพัทยา

“กองทุน” หมายความว่า กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

“คณะกรรมการบริหารกองทุน” หมายความว่า คณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

“สำนักงาน” หมายความว่า สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๔ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬารักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงและปฏิบัติการตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด ๑

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

มาตรา ๕ ให้มีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรียกโดยย่อว่า “ท.ท.ช.” ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นรองประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ปลัดกระทรวงกลาโหม ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงแรงงาน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวงสาธารณสุข เลขาธิการ

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งประเทศไทย นายกสมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งประเทศไทย ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งไม่เกินเก้าคน เป็นกรรมการ

ให้ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นกรรมการและเลขานุการ และผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งตามวรรคหนึ่ง ให้แต่งตั้งจากผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การตลาด การโรงแรม การบริหารธุรกิจศิลปวัฒนธรรม หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยต้องแต่งตั้งจากรายชื่อของผู้ซึ่งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเสนอไม่น้อยกว่าสองคนแต่ไม่เกินสี่คน

มาตรา ๖ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้ง ต้องมีสัญชาติไทยและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๒) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (๓) เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ
- (๔) เป็นข้าราชการการเมือง ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง กรรมการหรือผู้ดำรงตำแหน่งที่รับผิดชอบในการบริหารพรรคการเมือง ที่ปรึกษาพรรคการเมือง หรือเจ้าหน้าที่พรรคการเมือง
- (๕) เคยถูกไล่ออก ปลดออก หรือให้ออกจากราชการ องค์กรหรือหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชน ฐานทุจริตต่อหน้าที่

มาตรา ๗ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้ง มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปี

ในกรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ แต่ยังมีได้แต่งตั้งกรรมการใหม่ ให้กรรมการนั้นปฏิบัติหน้าที่ไปพลางก่อน จนกว่าจะได้แต่งตั้งกรรมการใหม่

กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระไม่ได้

มาตรา ๘ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) นายกรัฐมนตรีให้ออก เพราะบกพร่องต่อหน้าที่ มีความประพฤติเสื่อมเสีย หรือหย่อนความสามารถ

(๔) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๖

มาตรา ๙ ในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระให้นายกรัฐมนตรีแต่งตั้งผู้อื่นเป็นกรรมการแทนได้ และให้ผู้ที่ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งตนแทน

ในกรณีที่มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ซึ่งได้รับแต่งตั้งให้เป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้รับแต่งตั้งไว้แล้ว

มาตรา ๑๐ ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) จัดทำและเสนอนโยบายยุทธศาสตร์ หรือมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ

(๒) จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ

(๓) เสนอนโยบายและแนวทางการจัดทำความร่วมมือระหว่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อคณะรัฐมนตรี

(๔) ดำเนินการเพื่อให้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

(๕) พิจารณาให้ความเห็นชอบ และกำกับดูแลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

(๖) กำหนดและจัดให้มีการรับรองมาตรฐานเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๗) อำนวยการ ติดตาม ประเมินผล และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และนโยบายหรือมาตรการเพื่อการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว

(๘) กำกับจัดการและบริหารกองทุน

(๕) ปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ หรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

มาตรา ๑๑ ให้มีการประชุมคณะกรรมการอย่างน้อยปีละสี่ครั้ง เพื่อพิจารณาพิจารณา และดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้

การประชุมของคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวน กรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

ในการประชุมคณะกรรมการ ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้รองประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ถ้าประธานกรรมการหรือรองประธาน กรรมการไม่มาประชุม หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการซึ่งมาประชุมเลือกกรรมการคน หนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียง ชี้ขาด

มาตรา ๑๒ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาหรือดำเนินการตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้

ให้นำความในมาตรา ๑๑ มาใช้บังคับแก่การประชุมของคณะอนุกรรมการโดยอนุโลม

มาตรา ๑๓ ในการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการหรือ คณะอนุกรรมการอาจเชิญบุคคลใดมาให้ข้อเท็จจริง ความเห็น หรือคำแนะนำทางวิชาการ ได้เมื่อ เห็นสมควร และอาจขอความร่วมมือจากบุคคลใดเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริง หรือเพื่อสำรวจ กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้

มาตรา ๑๔ ให้สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาทำหน้าที่เป็นสำนักงาน เลขานุการของคณะกรรมการ รับผิดชอบงานธุรการ งานประชุม การศึกษาข้อมูลและกิจการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ ดังต่อไปนี้

(๑) จัดทำและพัฒนานโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ รวมทั้งศึกษา ปัญหาและประเมินผลกระทบที่จะเกิด เสนอต่อคณะกรรมการ

(๒) เป็นศูนย์กลางประสานงานและสนับสนุนการปฏิบัติงานตามนโยบายและ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติในทุกภาคส่วน

(๓) วิเคราะห์และเสนอแนะมาตรการเพื่อการผลักดัน และสนับสนุนการนำนโยบาย และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนการพิจารณาเสนอแนะแนวทางและ

วิธีการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงานตามนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติต่อคณะกรรมการ

(๔) ศึกษา วิเคราะห์ และพิจารณาล้นกรองแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเสนอต่อคณะกรรมการ

(๕) ดำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูล ติดตามความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว วิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว แนวโน้มการท่องเที่ยว รวมทั้งจัดทำและเผยแพร่สถิติการท่องเที่ยวของประเทศ

(๖) จัดหรือสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

(๗) รายงานผลการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผน และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเสนอต่อคณะกรรมการ

(๘) จัดทำรายงานสถานการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ เสนอต่อคณะรัฐมนตรีอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

(๙) เสนอแนะแนวทางการจัดสรรทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อคณะกรรมการ

(๑๐) จัดทำและพัฒนากลไกและระบบการประสานงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศ ตลอดจนร่วมมือและประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร และพัฒนาการท่องเที่ยวในการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัตินี้และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๑๑) พัฒนาให้ความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยวแก่บุคลากรในหน่วยงานของรัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๑๒) ปฏิบัติการอื่นตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

หมวด ๒

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

มาตรา ๑๕ ให้คณะกรรมการดำเนินการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติตามวรรคหนึ่งต้องกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการบริหาร และพัฒนาการท่องเที่ยว วิธีปฏิบัติ และความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งระยะเวลาในการดำเนินการให้ชัดเจน

ในกรณีที่สภาการเปลี่ยนแปลงไปในระหว่างที่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ใช้บังคับคณะกรรมการอาจดำเนินการปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาการนั้นได้ โดยให้นำความในวรรคหนึ่งมาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๑๖ เมื่อได้มีการประกาศแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้หน่วยงานของรัฐมีหน้าที่ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปโดยบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีหน้าที่ให้คำแนะนำแก่หน่วยงานของรัฐเพื่อจัดทำแผนงานหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

หมวด ๓

แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

มาตรา ๑๗ เพื่อประโยชน์ในการรักษา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว หรือการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ คณะกรรมการอาจกำหนดให้เขตพื้นที่ใดเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวได้ โดยพิจารณาร่วมกับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ว่าราชการจังหวัดในเขตพื้นที่ ทั้งนี้ ให้มีการรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของชุมชนในพื้นที่เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวตามวรรคหนึ่งจะกำหนดเป็นกลุ่มจังหวัด จังหวัด หรือพื้นที่เฉพาะก็ได้ โดยให้ออกเป็นกฎกระทรวงระบุชื่อของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และในกรณีจำเป็น ให้มีแผนที่สังเขปแสดงแนวเขตแนบท้ายกฎกระทรวงด้วย

การเปลี่ยนแปลงแนวเขตหรือการเพิกถอนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวให้ออกเป็นกฎกระทรวง

มาตรา ๑๘ เมื่อมีการออกกฎกระทรวง กำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวใดให้รัฐมนตรีแต่งตั้งคณะกรรมการประจำเขตดังกล่าวขึ้นคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว” ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้แทนหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประธานหอการค้าจังหวัด ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจำนวนไม่เกินสามสิบคนในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันเป็นกรรมการ โดยมีผู้แทนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นกรรมการและเลขานุการ

การแต่งตั้งและการประชุมคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา ๑๕ ให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของตน เสนอคณะกรรมการเพื่อพิจารณาอนุมัติและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวตามวรรคหนึ่งต้องจัดทำให้สอดคล้องกับกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ภายในเขตและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และอย่างน้อยต้องกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับแผนงานในการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตของตน หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบรวมทั้งระยะเวลาในการดำเนินการ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา ๒๐ เมื่อได้ประกาศแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวใดในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้หน่วยงานของรัฐที่อยู่ในเขตดำเนินการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อาจพิจารณาให้การสนับสนุนตามที่เห็นสมควร และให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการดังกล่าว

มาตรา ๒๑ การใช้บังคับกฎหมายภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวดำเนินการประสานงานให้สอดคล้องกัน

หมวด ๔

กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

มาตรา ๒๒ ให้จัดตั้งกองทุนขึ้นในสำนักงานเรียกว่า “กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะด้านการบริหาร การตลาด หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในท้องถิ่น

มาตรา ๒๓ กองทุนประกอบด้วย เงินและทรัพย์สิน ดังต่อไปนี้

- (๑) เงินและทรัพย์สินที่โอนมาจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตามมาตรา ๓๑
- (๒) เงินอุดหนุนที่รัฐบาลจัดสรรให้
- (๓) เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้
- (๔) ดอกผลหรือรายได้จากเงินหรือทรัพย์สินของกองทุน
- (๕) เงินและทรัพย์สินอื่นที่ตกเป็นของกองทุน

เงินและทรัพย์สินตามวรรคหนึ่งให้ตกเป็นของสำนักงานเพื่อใช้ประโยชน์ตาม

วัตถุประสงค์ของกองทุน โดยไม่ต้องนำส่งคลังเพื่อเป็นรายได้ของแผ่นดิน

มาตรา ๒๔ เงินกองทุนให้ใช้จ่ายเพื่อกิจการ ดังต่อไปนี้

- (๑) เป็นเงินอุดหนุนหรือเงินให้กู้ยืมแก่หน่วยงานของรัฐ เพื่อนำไปใช้ดำเนินงานตามนโยบาย หรือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ รวมทั้งแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว
- (๒) เป็นค่าใช้จ่ายในการช่วยเหลือหรือสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อสนับสนุนการศึกษา การค้นคว้า การวิจัย การฝึกอบรม การประชุม การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูล
- (๓) เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารกองทุน

มาตรา ๒๕ ให้มีคณะกรรมการบริหารกองทุนคณะหนึ่ง ประกอบด้วย ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นประธานกรรมการ อธิบดีกรมบัญชีกลาง ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว อธิบดีกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจำนวนไม่เกินเจ็ดคน เป็นกรรมการ

ให้ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแต่งตั้งข้าราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นเลขานุการและผู้ช่วยเลขานุการ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งตามวรรคหนึ่ง ให้แต่งตั้งจากผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ การเงิน การคลัง หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

มาตรา ๒๖ คณะกรรมการบริหารกองทุนมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) บริหารและควบคุมการปฏิบัติงานกองทุนให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้
- (๒) วางระเบียบกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และลำดับความสำคัญในการใช้จ่ายเงินกองทุน ทั้งนี้ โดยความเห็นชอบของกระทรวงการคลัง

- (๓) วางระเบียบเกี่ยวกับการบริหารงานกองทุน
- (๔) พิจารณาจัดสรรเงินกองทุนเพื่อใช้จ่ายตามกิจการที่กำหนดไว้ในมาตรา ๒๔
- (๕) ควบคุม ติดตามผล และประเมินผลการใช้จ่ายเงินกองทุน
- (๖) ปฏิบัติการอื่นตามที่รัฐมนตรีหรือคณะกรรมการมอบหมาย

มาตรา ๒๗ ให้นำบทบัญญัติในมาตรา ๖ มาตรา ๗ มาตรา ๘ มาตรา ๙ มาตรา ๑๑ และมาตรา ๑๒ มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการบริหารกองทุนโดยอนุโลม

มาตรา ๒๘ ให้กองทุนวางและถือไว้ซึ่งระบบการบัญชีตามหลักสากล โดยให้มีการตรวจสอบบัญชีภายในเป็นประจำ

มาตรา ๒๙ ให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินหรือผู้สอบบัญชีที่สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินให้ความเห็นชอบเป็นผู้สอบบัญชีของกองทุน

ผู้สอบบัญชีต้องทำรายงานผลการสอบบัญชีเสนอคณะกรรมการบริหารกองทุน ภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวัน นับแต่วันสิ้นปีบัญชี และให้ส่งสำเนารายงานดังกล่าวเสนอต่อคณะกรรมการและรัฐมนตรีเพื่อทราบ

บทเฉพาะกาล

มาตรา ๓๐ ให้นำยกรัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติภายในเก้าสิบวัน นับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

ในระหว่างที่ยังไม่มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นรองประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ปลัดกระทรวงกลาโหม ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงแรงงาน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวงสาธารณสุข เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนจังหวัดแห่งประเทศไทย นายกสมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย นายกสมาคมองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งประเทศไทย และประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อทำหน้าที่ตามที่พระราชบัญญัตินี้บัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการไปพลางก่อน โดยให้ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

เป็นกรรมการและเลขานุการ และผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

มาตรา ๓๑ ภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้โอนเงินทรัพย์สินและหนี้สินของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ตามระเบียบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยว่าด้วยการจัดการเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. ๒๕๔๘ มาเป็นเงินของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๓๒ ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิของคณะกรรมการบริหารกองทุนภายในเก้าสิบวัน นับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

ในระหว่างที่ยังไม่มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการบริหารกองทุนประกอบด้วย ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นประธานกรรมการ อธิบดีกรมบัญชีกลาง ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว อธิบดีกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อทำหน้าที่ตามที่พระราชบัญญัตินี้ บัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารกองทุนไปพลางก่อน

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์

นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ : เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้คือ โดยที่การกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศ ในปัจจุบันกระจัดกระจายอยู่ตามหน่วยงานของรัฐ ทำให้การบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาไม่มีเอกภาพ เป็นไปอย่างไร้ทิศทางและไม่ต่อเนื่อง ประกอบกับสถานการณ์ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายประเภทยังมิได้มีระบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสม เป็นเหตุให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและด้อยคุณภาพนำมาซึ่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และเป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้มีคุณภาพและมีความยั่งยืน สมควรกำหนดให้มีกลไกในการกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศให้เป็นไปอย่างมีระบบสอดคล้องและเชื่อมโยงกันทั้งในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น เพื่อให้การบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวมีเอกภาพและความต่อเนื่อง

ตลอดจนเพื่อให้ระบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและเหมาะสม จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

พระราชบัญญัติ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

พ.ศ. ๒๕๒๒

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๓๐ เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๒

เป็นปีที่ ๓๔ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทำหน้าที่รัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา ๓ ให้ยกเลิก

- (๑) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๐๒
- (๒) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๐๖
- (๓) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๐๘
- (๔) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๑๑
- (๕) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๑๖
- (๖) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ฉบับที่ ๖) พ.ศ. ๒๕๑๗
- (๗) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ฉบับที่ ๗) พ.ศ. ๒๕๑๘
- (๘) พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ฉบับที่ ๘) พ.ศ. ๒๕๑๘

มาตรา ๔ ในพระราชบัญญัตินี้

“อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” หมายความว่า อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทน และหมายความรวมถึง

- (๑) ธุรกิจนำเที่ยว
- (๒) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
- (๓) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- (๔) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- (๕) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- (๖) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

“ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” หมายความว่า ผู้ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

“นักท่องเที่ยว” หมายความว่า บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อื่นเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“ผู้ว่าการ” หมายความว่า ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“รองผู้ว่าการ” หมายความว่า รองผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“พนักงาน” หมายความว่า พนักงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหมายความรวมถึงรองผู้ว่าการด้วย

“ลูกจ้าง” หมายความว่า ลูกจ้างของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๕ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ กฎกระทรวงนั้นเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้ใช้บังคับได้

หมวด ๑

การจัดตั้ง ทุน และเงินสำรอง

มาตรา ๖ ให้จัดตั้งองค์การขึ้นเรียกว่า “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” เรียกโดยย่อว่า “ท.ท.ท.” และให้ใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า “TOURISMAUTHORITYOFTHAILAND” เรียกโดยย่อว่า “TAT” และให้มีตราเครื่องหมายของ “ททท.”

รูปลักษณะตราเครื่องหมายตามวรรคหนึ่ง ให้กำหนดโดยกฎกระทรวง

มาตรา ๗ ให้ ททท. เป็นนิติบุคคล มีสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดใกล้เคียง และจะจัดตั้งสำนักงานสาขาหรือตัวแทนขึ้น ณ ที่อื่นใด ภายในหรือภายนอกราชอาณาจักรก็ได้ แต่การตั้งสำนักงานสาขาก่อนราชอาณาจักรต้องได้รับอนุมัติจากรัฐมนตรี

มาตรา ๘ ททท. มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

(๑) ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๒) เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่น อันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

(๓) อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

(๔) ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศ โดยอาศัยการท่องเที่ยว

(๕) ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว

มาตรา ๙ ให้ ททท. มีอำนาจกระทำการต่าง ๆ ภายในขอบแห่งวัตถุประสงค์ตามมาตรา ๘ และอำนาจเช่นนี้ให้รวมถึง

(๑) ให้คำปรึกษา แนะนำ ร่วมมือและประสานงานกับส่วนราชการ องค์การ สถาบัน นิติบุคคล และเอกชน ทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร

(๒) ส่งเสริม ร่วมมือ หรือดำเนินการในการฝึกอบรมและให้การศึกษาวิชาการต่าง ๆ เพื่อสร้างบุคลากรให้ได้มาตรฐานและเพียงพอในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๓) ส่งเสริมการทัศนศึกษา

(๔) สำรวจและรวบรวมหลักฐานต่าง ๆ จากส่วนราชการ องค์การ สถาบัน นิติบุคคล และเอกชน ผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๕) สำรวจ กำหนดพื้นที่และสถานที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องสงวนไว้เป็นของรัฐและให้อยู่ในความควบคุมดูแลของ ททท. โดยให้จัดทำเป็นพระราชกฤษฎีกา

(๖) สำรวจ วางแผนและดำเนินการ จัดสร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนา สถานะ หรือพัฒนา สถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรการท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ภายใต้งบประมาณที่กำหนดไว้ด้วย

(๗) ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นรวมถึงการลงทุน หรือร่วมทุน เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว หรือพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่การท่องเที่ยว

(๘) กู้หรือยืมเงินภายในและภายนอกราชอาณาจักร

(๙) ให้กู้หรือให้ยืมเงินโดยมีหลักประกันด้วยบุคคล หรือทรัพย์สินเพื่อส่งเสริม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๑๐) ออกพันธบัตรหรือตราสารอื่นใดเพื่อการลงทุนหรือร่วมทุนในกิจการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๑๑) ถือกรรมสิทธิ์ หรือมีสิทธิครอบครองหรือมีทรัพย์สินต่าง ๆ สร้าง ซื้อ จัดหา ขาย จำหน่าย เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ ยืม ให้ยืม รับจำนำ รับจำนอง ทำการแลกเปลี่ยน โอน รับ โอน หรือดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับทรัพย์สิน ทั้งในและนอกราชอาณาจักร ตลอดจนรับทรัพย์สินที่มี ผู้อุทิศให้

(๑๒) กระทำกิจการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับ หรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตาม วัตถุประสงค์ของ ททท.

มาตรา ๑๐ ทุนของ ททท. ประกอบด้วย

(๑) เงินและทรัพย์สินที่ได้รับโอนตามมาตรา ๔๑ และมาตรา ๔๒ เมื่อได้หักหนี้สิน ออกแล้ว

(๒) เงินที่ได้รับจากงบประมาณแผ่นดินให้เป็นทุน หรือเพื่อดำเนินงาน หรือเพื่อขยาย กิจการ

(๓) เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้

มาตรา ๑๑ ททท. อาจมีรายได้ดังต่อไปนี้

(๑) รายได้จากทรัพย์สินของ ททท.

(๒) เงินอุดหนุนจากรัฐบาล

(๓) รายได้จากการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๔) รายได้จากการลงทุนหรือการร่วมทุน

(๕) รายได้อื่น

รายได้ที่ได้รับในปีหนึ่งให้นำไปใช้เป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เงินลงทุนหรือร่วมทุนเพื่อกิจการของ ททท. และสมทบกองทุนสำหรับจ่ายสงเคราะห์ผู้ปฏิบัติงานใน ททท. ตลอดจนสะสมไว้เป็นเงินสำรองตามมาตรา ๑๒ เหลือเท่าใดให้นำส่งเป็นรายได้ของรัฐ แต่ถ้ารายได้มีจำนวนไม่พอสำหรับรายจ่าย นอกจากเงินสำรองตามมาตรา ๑๒ และททท. ไม่สามารถหาเงินจากทางอื่นได้ รัฐบาลพึงจ่ายเงินให้แก่ ททท. เท่าจำนวนที่จำเป็น

มาตรา ๑๒ เงินสำรองของ ททท. ให้ประกอบด้วยเงินสำรองธรรมดาซึ่งตั้งไว้เพื่อขาดเงินสำรองเพื่อไถ่ถอนหนี้ และเงินสำรองอื่น ๆ เพื่อความประสงค์แต่ละอย่าง โดยเฉพาะตามที่คณะกรรมการจะเห็นสมควร

เงินสำรองธรรมดานำออกใช้ได้ก็แต่โดยมติของคณะกรรมการ

มาตรา ๑๓ ให้ ททท. เปิดบัญชีเงินฝากไว้กับธนาคารตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด โดยความเห็นชอบของกระทรวงการคลัง

มาตรา ๑๔ ทรัพย์สินของ ททท. ไม่อยู่ในความรับผิดชอบแห่งการบังคับคดี

หมวด ๒

การกำกับ การควบคุมและการบริหาร

มาตรา ๑๕ ให้รัฐมนตรีมีอำนาจและหน้าที่กำกับโดยทั่วไป ซึ่งกิจการของ ททท. และเพื่อประโยชน์ในการนี้ รัฐมนตรีมีอำนาจเรียกประธานกรรมการ ผู้ว่าการ พนักงานหรือลูกจ้างมาชี้แจงข้อเท็จจริง และแสดงความคิดเห็น หรือให้ทำรายงานเสนอ และมีอำนาจที่จะสั่งยับยั้งการกระทำของ ททท. ที่เห็นว่าเป็นการขัดต่อนโยบายหรือมติของคณะรัฐมนตรีได้ด้วย

มาตรา ๑๖ ในกรณีที่ ททท. จะต้องเสนอเรื่องใด ๆ ไปยังคณะรัฐมนตรี ให้ ททท. นำเรื่องเสนอรัฐมนตรีเพื่อเสนอต่อไปยังคณะรัฐมนตรี

มาตรา ๑๗ ททท. ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีก่อนจึงจะดำเนินการต่อไปนี้ได้

(๑) กู้ยืมเงินหรือให้กู้ยืมเงินมีจำนวนเกินคราวละห้าล้านบาท

(๒) ออกพันธบัตรหรือตราสารอื่นใดเพื่อการลงทุน

(๓) จำหน่ายอสังหาริมทรัพย์อันมีราคาเกินหนึ่งล้านบาท

(๔) จำหน่วยทรัพย์สินอันมีราคาเกินหนึ่งล้านบาทจากบัญชีเป็นสูญ

(๕) ลงทุนหรือร่วมทุนในกิจการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีจำนวนเงินเกินห้าล้านบาท

มาตรา ๑๘ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ประกอบด้วย ประธานกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้ง ปลัดกระทรวงการคลัง ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปลัดกระทรวงคมนาคม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสองคน และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินสามคน ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และให้ผู้ว่าการเป็นกรรมการ และเลขานุการ

กรรมการผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสองคนตามวรรคหนึ่ง ต้องไม่ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ในมาตรา ๔ ในกลุ่มเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกับประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ ผู้แทนนั้นจะอยู่ในสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือไม่ก็ได้

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งตามวรรคหนึ่ง ให้แต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิในสถาบันอุดมศึกษาที่มีความรู้ในวิชาเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม สื่อสารมวลชน หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง

มาตรา ๑๘/๑ ประธานกรรมการและกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้ง นอกจากต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายว่าด้วยคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและพนักงานรัฐวิสาหกิจแล้ว ยังต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความรู้ความสามารถโดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๒) ไม่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในสัญญา กับ ททท. หรือในกิจการที่กระทำให้แก่ ททท.

ทั้งนี้ ไม่ว่าโดยทางตรงหรือโดยทางอ้อม เว้นแต่เป็นเพียงผู้ถือหุ้นของบริษัท หรือเป็นหุ้นส่วน จำพวกจำกัดความรับผิดชอบในกิจการที่กระทำอันมีส่วนได้เสียเช่นว่านั้น หรือเป็นผู้ซึ่งคณะกรรมการมอบหมายให้เป็นประธานกรรมการ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้ดำเนินกิจการในบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัดที่ ททท. เป็นผู้ถือหุ้น

(๓) ไม่เป็นพนักงานหรือลูกจ้าง

มาตรา ๑๘ ให้ประธานกรรมการและกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งอยู่ในตำแหน่งคราวละสองปี

ในกรณีที่ประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระหรือในกรณีที่รัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการ ซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมี

วาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งได้แต่งตั้งไว้แล้ว

เมื่อครบกำหนดวาระตามวรรคหนึ่ง หากยังมิได้มีการแต่งตั้งประธานกรรมการ หรือ กรรมการขึ้นใหม่ ให้ประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไป จนกว่าประธานกรรมการหรือกรรมการ ซึ่งได้รับแต่งตั้งขึ้นใหม่จะเข้ารับหน้าที่

ประธานกรรมการหรือกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้แต่ต้องไม่เกินสองวาระติดต่อกัน

มาตรา ๒๐ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา ๑๕ ประธานกรรมการ และกรรมการ ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

- (๑) ตาย
- (๒) ลาออก
- (๓) รัฐมนตรีให้ออก
- (๔) เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๕) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (๖) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิด ละหุโทษ หรือความผิดอันได้กระทำโดยประมาท

(๗) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๑๘/๑

มาตรา ๒๑ เพื่อประโยชน์แห่งกิจการของ ททท. ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการเพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดของ ททท. ตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

มาตรา ๒๒ ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่วางนโยบายและควบคุมดูแล โดยทั่วไป ซึ่งกิจการของ ททท. อำนาจและหน้าที่เช่นว่านี้ให้รวมถึง

(๑) กำหนดนโยบายและอนุมัติแผนงานของ ททท. เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๒) ออกข้อบังคับหรือระเบียบเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามมาตรา ๘ และมาตรา ๙

(๓) ออกข้อบังคับว่าด้วยการประชุม และดำเนินการของคณะกรรมการและ

คณะอนุกรรมการ

(๔) ออกข้อบังคับหรือระเบียบเกี่ยวกับการบริหารงานต่าง ๆ

(๕) ออกข้อบังคับกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง และเงินอื่น ๆ ของพนักงาน และลูกจ้าง

(๖) ออกข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุ การแต่งตั้ง การถอดถอน การเลื่อนเงินเดือนหรือค่าจ้าง ระเบียบวินัย การลงโทษ และการอุทธรณ์การลงโทษของพนักงานและลูกจ้าง

(๗) ออกระเบียบว่าด้วยการร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง

(๘) ออกข้อบังคับว่าด้วยกองทุนสงเคราะห์หรือการสงเคราะห์อื่นเพื่อสวัสดิการของพนักงานและลูกจ้าง และครอบครัว โดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลัง

(๙) ออกข้อบังคับว่าด้วยการจ่ายค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยงเดินทาง ค่าเช่าที่พัก ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยประชุม และการจ่ายเงินอื่น ๆ

(๑๐) ออกระเบียบว่าด้วยระเบียบแบบพนักงานและลูกจ้าง

ข้อบังคับหรือระเบียบเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการเงินที่คณะกรรมการกำหนดขึ้นถ้ามีข้อความให้มีผลเป็นการจำกัดอำนาจผู้ว่าการหรือรองผู้ว่าการในการทำนิติกรรมกับบุคคลภายนอกไว้ประการใด ให้ประกาศข้อบังคับหรือระเบียบเช่นนั้นในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๒๓ ให้ประธานกรรมการและกรรมการได้รับประโยชน์ตอบแทนตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนดโดยความเห็นชอบของกระทรวงการคลัง

ประธานกรรมการ กรรมการ พนักงานและลูกจ้างอาจได้รับเงินรางวัลตามระเบียบที่รัฐมนตรี กำหนดโดยความเห็นชอบของกระทรวงการคลัง

มาตรา ๒๔ ให้คณะกรรมการเป็นผู้แต่งตั้งผู้ว่าการ

มาตรา ๒๕ ผู้ว่าการนอกจากต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายว่าด้วยคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการและพนักงานรัฐวิสาหกิจแล้ว ยังต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

(๑) ไม่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๒) ไม่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในสัญญา กับ ทพท. หรือในกิจการที่กระทำให้แก่ ทพท. ทั้งนี้ ไม่ว่าโดยทางตรงหรือโดยทางอ้อม เว้นแต่เป็นเพียงผู้ถือหุ้นของบริษัทหรือเป็นหุ้นส่วนจำพวกจำกัดความรับผิดชอบในกิจการที่กระทำการ อันมีส่วนได้เสียเช่นนั้น หรือเป็นผู้ซึ่งคณะกรรมการมอบหมายให้เป็นประธานกรรมการ กรรมการ ผู้จัดการ หรือผู้ดำเนินกิจการในบริษัท จำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัดที่ ทพท. เป็นผู้ถือหุ้น

มาตรา ๒๖ ผู้ว่าการพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๔) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๒๕

(๕) คณะกรรมการมีมติเห็นสมควรให้เลิกจ้าง

(๖) สัญญาจ้างสิ้นสุด

มติของคณะกรรมการให้เลิกจ้างตาม (๕) ต้องประกอบด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมดเท่าที่มีอยู่ นอกจากผู้ว่าการและต้องได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรี

มาตรา ๒๗ ให้ผู้ว่าการเป็นผู้ดำเนินกิจการของ ททท. ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของ ททท. และตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายที่คณะกรรมการกำหนด และให้มีอำนาจบังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างทุกตำแหน่ง

ผู้ว่าการต้องรับผิดชอบต่อคณะกรรมการในการดำเนินกิจการของ ททท.

มาตรา ๒๘ ให้ผู้ว่าการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) วางรูปการจัดองค์กร โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

(๒) บรรจุ แต่งตั้ง ถอดถอน เลื่อน ลด ตัดเงินเดือนหรือค่าจ้าง ลงโทษทางวินัยพนักงานและลูกจ้าง ตลอดจนให้พนักงานและลูกจ้างออกจากตำแหน่ง ตามข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด แต่ถ้าเป็นพนักงานหรือลูกจ้างชั้นที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ ผู้อำนวยการฝ่าย หรือผู้ดำรงตำแหน่งเทียบเท่าขึ้นไปจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อน

(๓) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของ ททท. โดยไม่ขัดหรือแย้งต่อระเบียบข้อบังคับ และนโยบายที่คณะกรรมการกำหนดไว้

(๔) แต่งตั้งคณะบุคคลเป็นกรรมการเฉพาะกิจเพื่อปฏิบัติการใด ๆ อันจะเป็นประโยชน์แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๕) ดำเนินการอื่นตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

มาตรา ๒๙ ให้รองผู้ว่าการมีอำนาจบังคับบัญชาพนักงานและลูกจ้างทุกตำแหน่งรองจากผู้ว่าการ และมีอำนาจและหน้าที่ดำเนินกิจการของ ททท. ตามที่ผู้ว่าการมอบหมาย

ในกรณีที่ผู้ว่าการไม่อยู่ หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้รองผู้ว่าการเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่แทน หากมีรองผู้ว่าการมากกว่าหนึ่งคนให้ผู้ว่าการกำหนดผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนตามลำดับไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่ตำแหน่งผู้ว่าการว่างลง ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งรองผู้ว่าการผู้หนึ่งเป็นผู้รักษาราชการแทนผู้ว่าการ

ในกรณีที่ผู้ว่าการและรองผู้ว่าการไม่อยู่ หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ หรือตำแหน่งผู้ว่าการและรองผู้ว่าการว่างลง ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการหรือพนักงาน ททท. ผู้หนึ่งเป็นผู้รักษาราชการแทนผู้ว่าการ

ในการปฏิบัติหน้าที่ของรองผู้ว่าการตามวรรคสอง หรือผู้รักษาการแทนผู้ว่าการตามวรรคสาม ให้รองผู้ว่าการหรือผู้รักษาการแทนผู้ว่าการมีอำนาจและหน้าที่เช่นเดียวกับผู้ว่าการ เว้นแต่อำนาจและหน้าที่ของผู้ว่าการในฐานะกรรมการ

มาตรา ๓๐ ในกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้ผู้ว่าการเป็นผู้กระทำในนามของ ททท. และเป็นผู้แทนของ ททท. และเพื่อการนี้ผู้ว่าการอาจมอบอำนาจให้รองผู้ว่าการหรือตัวแทนของ ททท. ตามมาตรา ๘ หรือบุคคล ปฏิบัติกิจการเฉพาะอย่างแทนได้ แต่ในกรณีเช่นว่านี้ ต้องเป็นไปตามข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด

นิติกรรมที่ผู้ว่าการกระทำโดยฝ่าฝืนข้อบังคับหรือระเบียบตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง ย่อมไม่ผูกพัน ททท. เว้นแต่คณะกรรมการจะให้สัตยาบัน

หมวด ๓

การร้องทุกข์และการสงเคราะห์

มาตรา ๓๑ ให้พนักงานและลูกจ้างมีสิทธิร้องทุกข์ได้ตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา ๓๒ ให้ ททท. จัดให้มีกองทุนสงเคราะห์หรือการสงเคราะห์อื่นเพื่อสวัสดิการของพนักงานและลูกจ้าง และครอบครัว ในกรณีพ้นจากตำแหน่ง ประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วย หรือกรณีอื่นอันควรแก่การสงเคราะห์

การจัดให้มีกองทุนสงเคราะห์หรือการสงเคราะห์อื่นตามวรรคหนึ่ง การออกเงินสมทบเข้ากองทุนสงเคราะห์ การกำหนดประเภทของผู้ที่พึงได้รับการสงเคราะห์จากกองทุนสงเคราะห์ การจ่ายเงินสงเคราะห์ และการจัดการกองทุนสงเคราะห์ให้เป็นไปตามข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด

หมวด ๔

การเงิน การบัญชีและการตรวจสอบ

มาตรา ๓๓ ให้ ททท. จัดทำงบประมาณประจำปีโดยจำแนกเงินที่จะได้รับในปีหนึ่ง ๆ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการให้แยกเป็นงบลงทุนและงบทำการ งบลงทุนนั้นให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ส่วนงบทำการให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ

มาตรา ๓๔ ให้ ททท. วางและรักษาไว้ซึ่งระบบการบัญชีอันถูกต้อง แยกตามประเภทงานส่วนที่สำคัญ มีการตรวจสอบบัญชีภายในเป็นประจำและมีสมุดบัญชีลงรายการ

(๑) รายรับและรายจ่ายเงิน

(๒) สินทรัพย์และหนี้สิน

ซึ่งแสดงการงานที่เป็นอยู่จริง และตามที่ควร ตามประเภทงาน พร้อมด้วยข้อความแสดงที่มาของรายการนั้น ๆ

มาตรา ๓๕ ให้ผู้ว่าการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีภายในคนหนึ่ง หรือหลายคนทำการตรวจสอบบัญชี และหลักฐานต่าง ๆ ของทุกหน่วยงานของ ททท. ได้ทุกเวลาในระหว่างเวลาทำการ แล้วรายงานโดยตรงต่อผู้ว่าการเป็นประจำทุกเดือน

มาตรา ๓๖ ทุกปี ททท. ต้องจัดทำงบดุล บัญชีทำการ และบัญชีกำไรขาดทุน ให้เสร็จภายในเก้าสิบวัน นับแต่วันสิ้นปีบัญชี

มาตรา ๓๗ ทุกปีให้สำนักงานตรวจเงินแผ่นดินเป็นผู้สอบบัญชีทำการตรวจสอบรับรองบัญชี และการเงินทุกประเภทของ ททท.

มาตรา ๓๘ ผู้สอบบัญชีมีอำนาจตรวจสอบสรรพสมุด บัญชีและเอกสารหลักฐานของ ททท. เพื่อการนี้ให้มีอำนาจสอบถามประธานกรรมการ กรรมการ ผู้ว่าการ รองผู้ว่าการ พนักงาน หรือลูกจ้างของ ททท.

มาตรา ๓๙ ผู้สอบบัญชีต้องทำรายงานผลการสอบบัญชี และการเงิน เสนอต่อคณะกรรมการภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวัน นับแต่วันสิ้นปีบัญชี

มาตรา ๔๐ ให้คณะกรรมการทำรายงานปีละครั้งเสนอต่อรัฐมนตรี รายงานนี้ให้กล่าวถึงผลงานของ ททท. ในปีที่ผ่านมาพร้อมทั้งคำชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายของคณะกรรมการ โครงการ และแผนงานที่จะจัดทำในภายหน้า

บทเฉพาะกาล

มาตรา ๔๑ ให้โอนบรรดากิจการ ทรัพย์สิน สิทธิ หนี้ และความรับผิดชอบขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว

พ.ศ. ๒๕๐๒ ที่มีอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ไปเป็นของ ททท. ทั้งนี้ ภายในเวลาไม่เกินเก้าสิบวัน นับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๔๒ ให้โอนงบประมาณรายจ่ายขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๐๒ ที่มีอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ไปเป็นของ ททท. ทั้งนี้ ภายในเวลาไม่เกินเก้าสิบวัน นับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๔๓ ให้ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ และบรรดาพนักงานหรือลูกจ้างของ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๐๒ ซึ่งมีอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นผู้ว่าการ รองผู้ว่าการ และพนักงานหรือลูกจ้างของ ททท. แล้วแต่กรณี กับให้ถือว่าเวลาการทำงานของบุคคลดังกล่าวในองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นเวลาการทำงานใน ททท. นับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา ๔๔ บรรดาข้อบังคับ ระเบียบ หรือคำสั่งขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งใช้บังคับอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา คงใช้บังคับต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับพระราชบัญญัตินี้ ทั้งนี้ จนกว่าจะได้มีการออกข้อบังคับ ระเบียบ หรือคำสั่งตามพระราชบัญญัตินี้

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

ส. โหตระกิตย์

รองนายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ : ในการประกาศใช้พระราชบัญญัตินี้ฉบับนี้ คือ เพื่อจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้นแทนองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว และให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมและดำเนินกิจการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้กว้างขวางยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้น

*พระราชกฤษฎีกาแก้ไขบทบัญญัติให้สอดคล้องกับการโอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕, พ.ศ. ๒๕๔๕

มาตรา ๑๘ ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ ให้แก้ไขคำว่า “นายกรัฐมนตรี” เป็น “รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา”

หมายเหตุ : เหตุผลในการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕ ได้บัญญัติให้จัดตั้งส่วนราชการขึ้นใหม่โดยมีภาคกิจใหม่ ซึ่งได้มีการตราพระราชกฤษฎีกาโอนกิจการบริหาร และอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม นั้นแล้ว และเนื่องจากพระราชบัญญัติดังกล่าวได้บัญญัติให้โอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ รัฐมนตรีผู้ดำรงตำแหน่งหรือผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในส่วนราชการเดิมมาเป็นของส่วนราชการใหม่ โดยให้มีการแก้ไขบทบัญญัติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ที่โอนไปด้วย ฉะนั้น เพื่อนำไปเป็นไปตามหลักการที่ปรากฏในพระราชบัญญัติและพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว จึงสมควรแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายให้สอดคล้องกับการโอนส่วนราชการ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมีความชัดเจนในการใช้กฎหมายโดยไม่ต้องไปค้นหาในกฎหมายโอนอำนาจหน้าที่ว่าตามกฎหมายใด ได้มีการโอนภารกิจของส่วนราชการหรือผู้รับผิดชอบตามกฎหมายนั้นไปเป็นของหน่วยงานใด หรือผู้ใดแล้ว โดยแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายให้มีการเปลี่ยนชื่อส่วนราชการ รัฐมนตรี ผู้ดำรงตำแหน่งหรือผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการให้ตรงกับภารกิจที่โอนอำนาจหน้าที่ และเพิ่มผู้แทนส่วนราชการในคณะกรรมการให้ตรงตามภารกิจที่มีการตัดโอนจากส่วนราชการเดิม มาเป็นส่วนราชการใหม่รวมทั้งตัดส่วนราชการเดิมที่มีการยุบเลิกแล้ว ซึ่งเป็นการแก้ไขให้ตรงตามพระราชบัญญัติและพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว จึงจำเป็นต้องตราพระราชกฤษฎีกานี้

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐

มาตรา ๑๔ ให้ผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ และกรรมการอยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ ประกาศในราชกิจจานุเบกษาคงอยู่ในตำแหน่งต่อไปจนกว่าจะมีการแต่งตั้งประธานกรรมการ และกรรมการขึ้นใหม่ ซึ่งต้องไม่เกินเก้าสิบวัน นับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

หมายเหตุ : เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติม องค์ประกอบของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และโดยที่ได้มีการแก้ไขกฎหมายว่าด้วยการปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม และกฎหมายว่าด้วยคุณสมบัติมาตรฐานสำหรับกรรมการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยกำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และกำหนดให้ผู้ว่าการมาจากการจ้าง สมควรแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๒ ให้

สอดคล้องกัน รวมทั้งสมควรแก้ไขบทบัญญัติบางประการเพื่อเป็นการลดปริมาณ เรื่องที่ต้องเสนอ
ต่อคณะรัฐมนตรี จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ภาคผนวก ข

นียบามปฏิบัติการของตัวแปรต้นแบบสอบถามของตัวชี้วัดตัวแปรต้น
ระบบเกณฑ์วัด และระบบให้น้ำหนัก

นิยามปฏิบัติการของตัวแปรต้นแบบสอบถามของตัวชี้วัดตัวแปรต้น ระบบเกณฑ์วัด และระบบให้น้ำหนัก

1.ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

Index	Operational definition	Indicators	Questionnaires	Scaling System	Scoring System
1.1 ข้อมูลส่วนตัว	สภาพส่วนบุคคลมีความแตกต่างกัน.ในด้านภูมิหลัง สภาพทางรายได้ สภาพทางการประกอบอาชีพ สภาพทางการศึกษา	1.1.1 ภูมิหลัง	1.เพศ	nominal	1 คือชาย 2 คือ หญิง
			2.อายุ	Ordinal	1 คือ ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี 2 คือ ช่วงอายุ 20-30 ปี 3. คือ ช่วงอายุ 31-40 ปี 4 คือ ช่วงอายุ 41-50 ปี 5 คือช่วงอายุ 51-60 ปี 6 คือ ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี
		1.1.2 สภาพทางรายได้	1.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Ordinal	1 คือ ต่ำกว่า 15,000 บาท 2 คือ 15,001-25,000 บาท 3 คือ 25,001-35,000 บาท 4 คือ 35,001 บาทขึ้นไป
		1.1.3 สภาพทางการประกอบอาชีพ	1.อาชีพ	nominal	1 คือ นักศึกษา 2 คือ ข้าราชการ 3 คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4 คือ ลูกจ้าง 5 คือ ธุรกิจส่วนตัว 6 คือ อื่นๆ
		1.1.4 สภาพการศึกษา	1.ระดับการศึกษา	nominal	1 คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี 2 คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3 คือ สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

Index	Operational definition	Indicators	Questionnaires	Scaling System	Scoring System
1.2 การท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม	การท่องเที่ยวตามชนบทนอกเมือง เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้สัมผัสกับทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในสภาพแวดล้อมที่ท้องถิ่นนั้นคงอยู่ โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม เน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ การพัฒนาศักยภาพและกำหนดขีดความสามารถ	1.2.1การมีส่วนร่วมของประชาชน	1. การพัฒนาแบบแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมตลอด รวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน ประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้า บริการ	Ordinal	1 คือ ไม่เกิน 5 ปี 2 คือ 5-10 ปี 3 คือ 11-15 ปี 4 คือ 15 ปีขึ้นไป
			2.จังหวัดควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
			3.จังหวัดควรให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้วัฒนธรรม ชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.2.2 การพัฒนาศักยภาพคน	1.จังหวัดควรสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคนโดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ การมีจิตสำนึกในด้านการจัดการพัฒนาการค้าเงินธุรกิจท่องเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.2.3การสนับสนุนองค์กรที่เกี่ยวข้อง	1.จังหวัดควรสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีอิสระสามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.2.4การ	1. การกำหนดขีดความสามารถ	Ordinal	1 คือ น้อยที่สุด

Index	Operational definition	Indicators	Questionnaires	Scaling System	Scoring System
		กำหนดขีดความสามารถในการท่องเที่ยว	ในการรองรับของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวในทุกมิติ(เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
1.3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	การท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งธรรมชาติ แต่ให้ความสำคัญทางสังคม วัฒนธรรม	1.3.1 การรักษาทรัพยากรให้คงเดิม	1. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดควรมีการควบคุมดูแลรักษา จัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหว ง่ายต่อการถูกกระทบพื้นที่ตัวได้ยาก	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.3.2 การตั้งองค์กรดูแลด้านสิ่งแวดล้อม	1. จังหวัดควรส่งเสริมการจัดตั้งองค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรประชาชน ที่ดูแลทางด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.3.3 การคำนึงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม ปรับให้สอดคล้องกับรูปแบบ กิจกรรม	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
			2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกันมากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ การมีรายได้เพียงอย่างเดียว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		3.3.4 การมีส่วนร่วมของประชาชน	1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		3.3.5 ความสำคัญในการ	1. จังหวัดควรให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิง	Ordinal น้อยที่สุดถึง	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย

Index	Operational definition	Indicators	Questionnaires	Scaling System	Scoring System
		จัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน	นิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร กำหนดวิธีการที่เหมาะสม	มากที่สุด	3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		3.3.6 แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1. จังหวัดควรมีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งการจัดสรร กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
1.4การ ประชาสัม พันธ์	การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ	1.4.1ความต่อเนื่อง	1. จังหวัดควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.4.2การพัฒนากระบวนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	1. จังหวัดควรมีการพัฒนาระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.4.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยว	1. จังหวัดควรมีการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.4.4 ป้ายแสดงข้อมูล	1. การติดตั้งป้ายแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.4.5 เส้นทางการท่องเที่ยว	1. การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานต่างๆ	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง

Index	Operational definition	Indicators	Questionnaires	Scaling System	Scoring System
					4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.4.6 เว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยว	1. การจัดการทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
1.5 กระบวนการติดต่อสื่อสาร	ขั้นตอนและความสะดวกในการติดต่อสื่อสารภายในหน่วยงาน ระหว่างบุคลากร หน่วยงานอื่นๆ กับนักท่องเที่ยว	1.5.1การมีส่วนร่วม	1. จังหวัดควรมีการประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดบริการการท่องเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.5.2การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว	1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
			2.ควรสร้างความเข้าใจแก่บุคลากรภาคบริการของจังหวัดให้เห็นความสำคัญของคุณภาพมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
			3.จังหวัดควรมีการดูแล ติดตาม ผลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทำการบริการด้านการท่องเที่ยวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.5.3 การกำหนดขั้นตอนในการสื่อสารกับ	1.จังหวัดควรกำหนดยกขั้นตอน ความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก

Index	Operational definition	Indicators	Questionnaires	Scaling System	Scoring System
		หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้ได้ข้อมูลย้อนหลังทันที		5 คือ มากที่สุด
1.6 มาตรการ และ กิจกรรม กระตุ้น	สิ่งที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้น การดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว การรักษาความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน	1.6.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก	1. จังหวัดควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.6.2 การสร้างบรรยากาศ	1. จังหวัดควรสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจปลอดภัยในการท่องเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.6.3การพัฒนาปรับปรุงการเดินทาง	1. จังหวัดควรพัฒนา ปรับปรุงให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย เช่น ถนน ยานพาหนะ	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.6.4 การจัดระเบียบ รักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	1. จังหวัดควรมีการจัดระเบียบธุรกิจ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบังคับการใช้กฎหมายกับธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่ฟักรวม ธุรกิจนำเที่ยว	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.6.5 การสนับสนุนการศึกษา วิจัย	1. จังหวัดควรมีการสนับสนุนการศึกษา วิจัย ประเมินผล การพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
		1.6.6 การบังคับใช้กฎหมายในการดูแลสภาพแวดล้อม	1. จังหวัดควรมีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแลรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดโดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน สร้างวินัยการ	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด

Index	Operational definition	Indicators	Questionnaires	Scaling System	Scoring System
			ท้องที่ควบคุมไปด้วย		
		1.6.7 กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว	1. การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด
			2. จังหวัดควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้ตระหนักในความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	Ordinal น้อยที่สุดถึงมากที่สุด	1 คือ น้อยที่สุด 2 คือ น้อย 3 คือ ปานกลาง 4 คือ มาก 5 คือ มากที่สุด

ภาคผนวก ค

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1. การท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
ข้อA1	19.8000	12.5103	.1817	.6962
ข้อA2	19.9000	12.0241	.6617	.5415
ข้อA3	19.8667	12.3264	.4098	.5975
ข้อA4	20.0667	13.8575	.0518	.7405
ข้อA5	19.8667	11.2230	.6305	.5257
ข้อA6	19.8333	9.9368	.6622	.4881

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .6491

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
ข้อB1	24.3667	10.9989	.3351	.4823
ข้อB2	24.3333	10.4368	.2959	.4861
ข้อB3	24.7000	8.0103	.5117	.3661
ข้อB4	24.7000	8.2862	.5551	.3539
ข้อB5	24.4333	10.0471	.3701	.4572
ข้อB6	24.1333	13.1514	-.1170	.6172
ข้อB7	24.3333	11.9540	-.0060	.6113

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 7

Alpha = .5360

3. การประชาสัมพันธ์

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
ข้อC1	18.7000	13.0448	.0559	.5637
ข้อC2	19.3333	10.3678	.3332	.4581
ข้อC3	19.4667	9.4299	.3802	.4281
ข้อC4	19.3667	9.6885	.5631	.3615
ข้อC5	19.7333	8.6851	.5138	.3484
ข้อC6	19.5667	12.8057	-.0535	.6559

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .5308

4. กระบวนการติดต่อดีสาร

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
ข้อD1	17.3667	4.9989	.3480	.4133
ข้อD2	17.6667	6.5057	-.0639	.6356
ข้อD3	17.4333	5.0816	.2350	.4813
ข้อD4	17.4667	4.3264	.5786	.2671
ข้อD5	17.5333	4.0506	.3865	.3700

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

Alpha = .5084

5.มาตรการและกิจกรรมกระตุ้น

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
ข้อE1	32.9667	3.1368	.4873	.5788
ข้อE2	33.1000	3.1966	.2810	.6351
ข้อE3	33.0667	3.3057	.3033	.6247
ข้อE4	32.9000	3.4034	.3698	.6107
ข้อE5	33.0667	3.6506	.1004	.6759
ข้อE6	32.9667	3.2747	.3883	.6036
ข้อE7	32.9333	3.3747	.3570	.6135
ข้อE8	33.1333	2.8092	.4968	.5652

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 8

Alpha = .6464

ภาคผนวก ง

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความถามกับวัตถุประสงค์

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์

ดัชนีของตัวแปรต้นและตาม	Questionnaires /Interview คำถาม/การสัมภาษณ์	Congruence ความสอดคล้อง			$IVC = \frac{\sum R}{N}$
		สอดคล้อง (1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่ สอดคล้อง (-1)	
1.1 ข้อมูลส่วนตัว	1.เพศ				
	2.อายุ				
	3.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	4 .ระดับการศึกษา				
	5.อาชีพ				
1.2 การท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรม	1. การพัฒนาแบบแผนการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมตลอด รวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน ประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้า บริการ				
	2.จังหวัดควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ทัศนียภาพของ แหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น				
	3.จังหวัดควรให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วม ของประชาชน องค์กรท้องถิ่นในการจัดการ ทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว				
	4.จังหวัดควรสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคน โดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ การมีจิตสำนึกในด้าน การจัดการพัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว				
	5.จังหวัดควรสนับสนุนองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพ ในด้านการ จัดการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างมีอิสระ สามารถ จัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูการท่องเที่ยว ได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการ จัดการที่ถูกต้อง				
	6. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ ของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวในทุกมิติ(เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ				

ดัชนีของตัวแปรต้นและตาม	Questionnaires /Interview คำถาม/การสัมภาษณ์	Congruence ความสอดคล้อง			$IVC = \frac{\sum R}{N}$
		สอดคล้อง (1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่ สอดคล้อง (-1)	
1.3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัด ควรมีการควบคุมดูแลรักษา จัดการทรัพยากร ให้คงสภาพเดิมเอาไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยง หรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหวง่าย ต่อการถูกกระทบ พื้นที่ได้ยาก				
	2. จังหวัดควรส่งเสริมการจัดตั้งองค์การพัฒนา เอกชน องค์กรประชาชน ที่ดูแลทางด้าน สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				
	3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึง ศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรม ที่เหมาะสม ปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบ กิจกรรม				
	4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึง การพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้าง จิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ การ มีรายได้เพียงอย่างเดียว				
	5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ประชาชนมี ส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยให้ ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมใน ทุกระดับ				
	6. จังหวัดควรให้ความสำคัญกับการจัดการการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีการ จัดสรรงบประมาณ บุคลากร กำหนดวิธีการที่ เหมาะสม				
	7. จังหวัดควรนำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมี ความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้ง การจัดสรร กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง				

ดัชนีของตัวแปรต้นและตาม	Questionnaires /Interview คำถาม/การสัมภาษณ์	Congruence ความสอดคล้อง			$IVC = \frac{\sum R}{N}$
		สอดคล้อง (1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่ สอดคล้อง (-1)	
1.4การประชาสัมพันธ์	1. จังหวัดควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง				
	2. จังหวัดควรมีการพัฒนากระบวนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว				
	3. จังหวัดควรมีการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง				
	4. การคิดตั้งป้ายแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด				
	5. การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานต่างๆ				
	6. การจัดการทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน				
1.5 กระบวนการติดต่อสื่อสาร	1. จังหวัดควรมีการประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดบริการการท่องเที่ยว				
	2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว				
	3.ควรสร้างความเข้าใจแก่บุคลากรภาคบริการของจังหวัดให้เห็นความสำคัญของคุณภาพมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว				
	4.จังหวัดควรมีการดูแล ติดตามผลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทำการบริการด้านการท่องเที่ยวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น				
	5.จังหวัดควรกำหนดขั้นตอน ความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้ได้ข้อมูลย้อนหลังทันที				
1.6มาตรการและกิจกรรมกระตุ้น	1. จังหวัดควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกการบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร				

ดัชนีของตัวแปรต้นและตาม	Questionnaires /Interview คำถาม/การสัมภาษณ์	Congruence ความสอดคล้อง			$IVC = \frac{\sum R}{N}$
		สอดคล้อง (1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่ สอดคล้อง (-1)	
	2. จังหวัดควรสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจ ปลอดภัยในการท่องเที่ยว				
	3. จังหวัดควรพัฒนา ปรับปรุง ให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย เช่น ถนน ขนพาหนะ				
	4. จังหวัดควรมีการจัดระเบียบธุรกิจ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบังคับการใช้กฎหมายกับธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่פקแรม ธุรกิจนำเที่ยว				
	5. จังหวัดควรมีการสนับสนุนการศึกษา วิจัย ประเมินผล การพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน				
	6. จังหวัดควร มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดโดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน สร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย				
	7. การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น				
	8. จังหวัดควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้ตระหนักในสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ				

แบบสอบถาม

เรื่อง นโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

กรุณาใส่เครื่องหมาย/ ลงใน () ตามความเป็นจริง

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ (.....) ปี

3. รายได้ต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท

() 2. 15,001-25,000 บาท

() 3. 25,000-35,000 บาท

() 4. 35,001 บาทขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

() 3. สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

5. อาชีพ

() 1. นักศึกษา

() 2. ข้าราชการ

() 3. พนักงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ

() 4. ลูกจ้าง

() 5. ธุรกิจส่วนตัว

() อื่นๆ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านว่า

ด้าน/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม					
1. การพัฒนาแบบแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมตลอด รวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน ประชาชนทั่วไปในด้าน การลงทุน การผลิตสินค้า บริการ					
2. จังหวัดควรส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น					
3. จังหวัดควรสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคนโดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ การมีจิตสำนึกในด้านการจัดการพัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว					
4. จังหวัดควรให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้วัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว					
5. จังหวัดควรสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีอิสระ สามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง					
6. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวในทุกมิติ(เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ					

ด้าน/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ 7. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดควรมีการควบคุมดูแลรักษา จัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหว ง่ายต่อการถูกกระทบ พื้นที่ได้ยาก					
8. จังหวัดควรส่งเสริมการจัดตั้งองค์การพัฒนาเอกชน องค์กรประชาชน ที่ดูแลทางด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
9. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม ปรับให้เหมาะสมคู่กับรูปแบบ กิจกรรม					
10. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีการคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ การมีรายได้เพียงอย่างเดียว					
11. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ					
12. จังหวัดควรให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร กำหนดวิธีการที่เหมาะสม					
13. จังหวัดควรนำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งการจัดสรร กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง					

ด้าน/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การประชาสัมพันธ์					
14. จังหวัดควรมีการจัดทำข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
15. จังหวัดควรมีการพัฒนาระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว					
16. จังหวัดควรมีการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง					
17. การติดตั้งป้ายแสดงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด					
18. การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานต่างๆ					
19. การจัดการทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สมบูรณ์ เป็นปัจจุบัน					
กระบวนการติดต่อสื่อสาร					
20. จังหวัดควรมีการประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดบริการการท่องเที่ยว					
21. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญมาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว					
22. ควรสร้างความเข้าใจแก่บุคลากรภาคบริการของจังหวัดให้เห็นความสำคัญของคุณภาพ มาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยว					
23. จังหวัดควรมีการดูแล ติดตามผลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทำการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น					
24. จังหวัดควรกำหนดขั้นตอน ความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้ได้ข้อมูลย้อนหลังทันที					

ด้าน/ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มาตรการและกิจกรรมกระตุ้น					
25. จังหวัดควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากร					
26. จังหวัดควรสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจ ปลอดภัยในการท่องเที่ยว					
27. จังหวัดควรพัฒนา ปรับปรุง ให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบาย เช่น ถนน ขนพาหนะ					
28. จังหวัดควรมีการจัดระเบียบธุรกิจ เพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการบังคับการใช้กฎหมายกับธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว					
29. จังหวัดควรมีการสนับสนุนการศึกษา วิจัย ประเมินผล การพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน					
30. จังหวัดควร มีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแลรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดโดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน สร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย					
31. การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น					
32. จังหวัดควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้ตระหนักในความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

คำอธิบาย : ท่านคิดว่าจากการที่ท่านได้เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ ท่านมีข้อเสนอแนะในการที่จะนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์อย่างไร โดยการเขียนลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. ในการเข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรม อย่างไร

.....

.....

2. ในการเข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อย่างไร

.....

.....

3. ในการเข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างไร

.....

.....

4. ในการเข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร อย่างไร

.....

.....

5. ในการเข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านมาตรการและกิจกรรมกระตุ้น อย่างไร

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม