



การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี



โดย
นายอัฐพล โพธิพิพิธ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา แบบ 2.1

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา แบบ 2.1

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE CULTURAL TOURISM IN
KANCHANABURI PROVINCE



By
MR. Attaphol POTHIPIT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy RECREATION TOURISM AND SPORT MANAGEMENT

Department of Education Foundations

Academic Year 2023

Copyright of Silpakorn University

630630062 : การจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา แบบ 2.1

คำสำคัญ : การพัฒนากลยุทธ์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นาย อภิรัฐพล โปธิพิพิธ: การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี และ 3) เพื่อรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ใช้ระเบียบวิธีและพัฒนา (Research and Development) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ศึกษาการวิเคราะห์เอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จำนวน 16 คน การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ SWOT Analysis และ TOWs Matrix และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 14 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา ผลจากการศึกษาพบว่า

1. สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายตั้งอยู่ในพื้นที่ 5 อำเภอคือ อำเภอเมืองกาญจนบุรี ท่าม่วง ไทรโยค ทองผาภูมิ และสังขละบุรี มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดปี กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของผู้คน การประกอบอาชีพ ความเชื่อ ตลอดจนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ปัญหาที่พบคือ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังมีนักท่องเที่ยวน้อย ยังขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี และชุมชนยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว

2. ผลการสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีกลยุทธ์สำคัญ 4 กลยุทธ์คือ 1) กลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2) กลยุทธ์การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 3) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว และ 4) กลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. ผลการรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

630630062 : Major RECREATION TOURISM AND SPORT MANAGEMENT

Keyword : Strategy Development, Cultural Tourism, Sustainable Tourism

MR. Attaphol POTHIPIT : The development of sustainable cultural tourism in Kanchanaburi Province Thesis advisor : Professor Kanit Kheovichai, Ph.D.

The objectives of this research were to: study and analyse the context of cultural tourism in Kanchanaburi Province; 2) to develop sustainable cultural tourism strategies of Kanchanaburi Province; and 3) to certify sustainable cultural tourism strategies of Kanchanaburi Province. Research and Development were used. The data were collected by field study, documentary analysis, in depth-interview of 16 stakeholders, and Connoisseurship with 14 involved people. SWOT Analysis and TOWs Matrix were also used in this study. The collected data were analysed by arithmetic mean, standard deviation, and content analysis.

The research findings revealed that:

1. Context of cultural tourism in Kanchanaburi Province were found that there were several tourist attractions located in five districts of the Province: Muang, Tha Muang, Sai Yok, Thong Pha Phum, and Sangkhla Buri. Various tourism activities allowed the tourist visit Kanchana Buri throughout the year. Tourism activities were related to people' culture, traditions, way of life, career, belief, and historical stories. The problem found were a lack of tourist in some areas and a lack of good tourism management.

2. The result of the development of sustainable cultural tourism strategies in Kanchanaburi Province found 4 strategies: 1) strategy for managing cultural tourist attractions and creating awareness of participation of the community; 2) strategy for improving and developing marketing, tourism product and service; 3) strategy for linking tourism routes, and telling tourism stories; and 4) strategy to strengthen cooperation networks in cultural tourism.

3. The result of the certification of the sustainable cultural strategy of Kanchanaburi Province was found at the highest level of appropriateness.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีนี้ สำเร็จได้ด้วยดีเพราะความช่วยเหลือ และคำแนะนำอย่างดียิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร. วรณวีร์ บุญคุ้ม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โรม วงศ์ประเสริฐ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร. วิจิต อิ่มอารมย์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำ และข้อชี้แนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ หน่วยงานภาคเอกชน และผู้นำชุมชนที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย ตลอดจนให้ความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยดำเนินการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วง

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี และมีการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถต่อยอด ขยายผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีได้อย่างยั่งยืนได้ต่อไป

อัฐพล โพธิพิพิธ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	51
นโยบายด้านเศรษฐกิจและสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศ.....	53
แผนและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	57

ข้อมูลทั่วไปและบริบทเชิงพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี.....	64
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	68
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	80
พื้นที่ในการศึกษา.....	80
ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย	81
ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย	81
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	83
ขั้นตอนในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	83
การเก็บรวบรวมข้อมูล	84
การวิเคราะห์ข้อมูล	84
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี	86
ตอนที่ 2 ผลการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี.....	95
ตอนที่ 3 การรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี	99
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	103
สรุปผลการวิจัย.....	103
อภิปรายผล.....	105
ข้อเสนอแนะการวิจัย	111
รายการอ้างอิง	112
ภาคผนวก.....	119
ภาคผนวก ก แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี.....	120
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	136
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	141
ภาคผนวก ง บรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูล	144



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในพื้นที่ต่าง ๆ จำแนกตามอำเภอ ของจังหวัดกาญจนบุรี.....	88
ตารางที่ 2	การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในพื้นที่ จำแนกตามอำเภอของจังหวัดกาญจนบุรี.....	90
ตารางที่ 3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีจากการสัมมนาอิง ผู้เชี่ยวชาญ.....	99
ตารางที่ 4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 1.....	100
ตารางที่ 5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 2.....	100
ตารางที่ 6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 3.....	101
ตารางที่ 7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 4.....	102

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 องค์กรประกอบการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESPEL).....	39
แผนภาพที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT	40
แผนภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Matrix.....	41
แผนภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย	79
แผนภาพที่ 5 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของจังหวัดกาญจนบุรี	93
แผนภาพที่ 6 ผลการวิเคราะห์ TOWs Matrix.....	94



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 สะพานข้ามแม่น้ำแคว (Bridge of River Kwai).....	121
ภาพที่ 2 สุสานทหารสัมพันธมิตร (ดอนรัก) หรือ War Cemetery (Donruk)	122
ภาพที่ 3 ภายในสุสานทหารสัมพันธมิตร (ดอนรัก).....	122
ภาพที่ 4 บริเวณถนนประวัติศาสตร์ปากแพรก	123
ภาพที่ 5 ถนนนานาชาติ.....	123
ภาพที่ 6 พิพิธภัณฑ์รถไฟ	124
ภาพที่ 7 ภายในพิพิธภัณฑ์รถไฟ	124
ภาพที่ 8 โรงงานกระดาษไทย.....	125
ภาพที่ 9 วัดถ้ำเสือและทิวทัศน์โดยรอบ	126
ภาพที่ 10 ปราสาทเมืองสิงห์.....	127
ภาพที่ 11 ภายในบริเวณปราสาทเมืองสิงห์.....	128
ภาพที่ 12 เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124.....	128
ภาพที่ 13 สถานีถ้ำกระแซ	129
ภาพที่ 14 บริเวณถ้ำกระแซและทิวทัศน์โดยรอบ.....	130
ภาพที่ 15 เส้นทางเดินภายในพิพิธภัณฑ์ช่องเขาขาด.....	131
ภาพที่ 16 สภาพของไคตหินและบริเวณช่องเขาขาด.....	132
ภาพที่ 17 พระ ภปร. กาญจนธรรมพิทักษ์ วัดท่าขนุน.....	133
ภาพที่ 18 สะพานมอญ.....	134
ภาพที่ 19 วัดวังแก้วเวภาราม	135

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดยก่อนสถานการณ์โควิด-19 การท่องเที่ยวของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะกลไกหลักในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2560 การท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้กว่า 2.75 ล้านล้านบาท และมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index) อยู่ในอันดับที่ 34 จาก 136 ประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของไทย สามารถเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

สถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ปลายปี 2562 ได้ส่งผลกระทบต่อทุกประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยและการท่องเที่ยวของไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศในเดือนกรกฎาคม 2565 ประเทศไทยได้ผ่อนคลายมาตรการในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยตลอดปี 2565 จำนวนทั้งสิ้น 11,153,026 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 ของปี 2562 สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวประมาณ 589,833 ล้านบาท ของปี 2562 ก่อนโควิด-19 (Travel Magazine, 2022) อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 องค์การอนามัยโลกประกาศให้เป็นการระบาดใหญ่ (ราชกิจจานุเบกษา, 2563) และในช่วงระยะเวลา 3 ปีหลังจากการเริ่มต้นระบาดของโรค ทำให้สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยขยับตัวลดลงเป็นอย่างมาก ระบบเศรษฐกิจของประเทศได้รับผลกระทบ ทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศมีการชะลอตัวและลดลงจากข้อมูลกรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 38.01 โดยนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมีจำนวนมากที่สุด 3.73 ล้านคน แต่ก็เป็นภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในอัตราสูงสุดร้อยละ 46.12 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยสูง 3 อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวจีน มาเลเซีย และรัสเซีย ตามลำดับ และที่สร้างรายได้สูงสุดให้กับประเทศไทยยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจีน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนตามกรอบนโยบายของรัฐบาล ประเทศไทยได้กำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจที่ครอบคลุมถึงเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับจากการท่องเที่ยวไทยแต่เดิมนั้นจัดอยู่ในอันดับหนึ่งของภูมิภาคอาเซียน ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการสร้างสมดุลในการพัฒนาทุกมิติ ทิศทางการพัฒนาประเทศจึงได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คนไทยสามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างไม่ทันตั้งตัว ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์บนฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554; สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2554; สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยตามยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในกรอบนโยบายของรัฐบาลนั้น หากพิจารณาถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า ไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลาย ทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติซึ่งสร้างความประทับใจในเรื่องความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันแสดงถึงอารยธรรมของคนและท้องถิ่น มีขนบธรรมเนียม ประเพณี และกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นอย่างมาก โดยเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ความสำคัญในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว กลไกในการบริหารจัดการ และบุคลากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งควรเป็นไปอย่างสมดุลย์ นอกจากนั้น ความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Sustainable Resource) เป็นเรื่องสำคัญในเบื้องต้นที่ควรคำนึงถึง ซึ่งที่ผ่านมาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากของไทยมีการปล่อยปละละเลย ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เกิดสภาพเสื่อมโทรม เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เกิดผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน รวมถึงไม่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอย่างที่ชัดเจนเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในจังหวัดราชบุรี

ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการบางรายนำเรือยนต์มาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อันเป็นการทำลายสภาพธรรมชาติและก่อให้เกิดมลภาวะในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่แออัดจนเกินไปของตลาดอัมพวา ก็เช่นเดียวกัน ในเรื่องนี้ จึงควรมีการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และสร้างการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนและท้องถิ่น (พจนา บุญคุ้ม, 2550)

เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของไทยให้ได้มาตรฐาน ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2555-2559 จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน โดยกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 5 ยุทธศาสตร์ คือ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน 3) การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว 4) การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 5) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ต่อเนื่องมาจนถึงแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561-2580) ได้กำหนดแผนย่อยไว้ 6 แผน คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม 2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย 4) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ 5) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และ 6) การพัฒนาระบบการท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

นอกจากนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, 2003; สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2554) ระบุว่า การท่องเที่ยวของโลกในศตวรรษที่ 21 ใช้หลักของแผนแม่บทของโลก (Agenda 21) เป็นกรอบในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงหลัก 4 ประการคือ 1) การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตที่ชุมชนจะมีได้ ทั้งในเรื่องธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน 2) การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะมีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น 3) การมีส่วนร่วมของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) การรื้อยประสานความจำเป็นต่อการพัฒนาทางเลือกของชุมชนและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของชุมชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural resources) มากเป็นอันดับ 3 ของภูมิภาคเอเชีย มีศักยภาพในธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive, Convention และ Exhibition) เป็นอันดับ 4 ของเอเชีย มีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 18 ต่อปี ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของ

ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 10 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และอันดับที่ 41 ของโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2552; กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554; พจนานุกรม บัญญัติ และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2559)

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยของตนไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยจะพักค้างคืนหรือไม่ก็ตาม โดยมีวัตถุประสงค์ต่างกัน เช่น เพื่อการพักผ่อนเพื่อการผ่อนคลายความเครียด เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจในชีวิต เพื่อนันทนาการ เป็นต้น ทั้งนี้ องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 แบบ เพื่อตอบสนองความต้องการท่องเที่ยว คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture) นับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของผู้อยู่ในชุมชน วัฒนธรรมไทย และอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงในกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับเจ้าบ้าน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ได้ศึกษา เรียนรู้ เกิดความเข้าใจ เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ ซึมซับในคุณค่าจากการเรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์ และมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชน ตลอดจนมีการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Howell, 1989; World Tourism Organization, 1997; กระทรวงวัฒนธรรม, 2554)

กลยุทธ์ (Strategy) เป็นการกำหนดแผนการดำเนินงาน หรือแนวทางไปสู่การปฏิบัติ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ หรือให้ไปสู่ความสำเร็จ การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เกิดจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ ในแต่ละองค์กร ทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดเป้าหมายขององค์กรได้ ตลอดจนสามารถรู้ถึงทิศทางขององค์กรในอนาคต ผลจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) ซึ่งจะช่วยให้ขององค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การกำหนดกลยุทธ์ จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อจุดหมายปลายทางในอนาคต มีความสำคัญต่อการพัฒนาในทุกภาคส่วน ทั้งในภาครัฐ เอกชน แวดวงธุรกิจ รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีการวิจัยเกี่ยวกับท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วัฒนธรรม แต่ยังไม่พบการศึกษา กลยุทธ์การท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี พ.ศ. 2566-2570 ในประเด็น การท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เน้นคุณค่าและเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์คุณค่า ความประทับใจจาก

ทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการท่องเที่ยวจากประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วัฒนธรรม ความเป็นมิตร ความปลอดภัย การให้บริการ สินค้า อาหาร ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน การเข้าถึง แหล่งข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย การเดินทางสะดวกปลอดภัย ประหยัด ชุมชน มีส่วนร่วม มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตลอดทั้งปี แหล่งท่องเที่ยว และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว (จังหวัดกาญจนบุรี, 2565) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปขับเคลื่อนในพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ของจังหวัด ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน ยกระดับรายได้และเศรษฐกิจของคนในชุมชน ได้อย่างยั่งยืนต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นการส่งเสริม อัตลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว สร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของ จังหวัดกาญจนบุรีได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. พื้นที่ในการวิจัย

พื้นที่ในการวิจัยคือจังหวัดกาญจนบุรี ครอบคลุมพื้นที่ 13 อำเภอของจังหวัด ประกอบด้วย

ไปด้วย

- 1.1 อำเภอเมืองกาญจนบุรี
- 1.2 อำเภotáมะกา
- 1.3 อำเภotáม่วง
- 1.4 อำเภotáนมะขามเตี้ย
- 1.5 อำเภอพนมทวน
- 1.6 อำเภอห้วยกระเจา
- 1.7 อำเภอเลาขวัญ
- 1.8 อำเภอหนองปรือ
- 1.9 อำเภอบ่อพลอย
- 1.10 อำเภอศรีสวัสดิ์

- 1.11 อำเภอไทรโยค
- 1.12 อำเภอทองผาภูมิ
- 1.13 อำเภอสังขละบุรี

2. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชน และผู้นำชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี หรือผู้บริหารระดับสูงที่มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมทั้งนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวม 16 คน แบ่งออกเป็น

2.1.1 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 คน

2.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน วิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 คน

2.1.3 ผู้นำชุมชน นักปกครอง ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 คน

2.1.4 นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน

ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาสภาพการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview)

2.2 ผู้เชี่ยวชาญรับรองกลยุทธ์ ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ ตัวแทนจากผู้ประกอบการภาคเอกชน และผู้นำชุมชน รวมทั้งนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวม 14 คน ใช้ในการรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การสร้างและพัฒนากลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการในการกำหนดแนวทาง วิธีการที่เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสร้างการตัดสินใจสำหรับการบริหาร โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะเฉพาะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมไทย และอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงในกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับเจ้าบ้าน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ได้ศึกษา เรียนรู้ เกิดความเข้าใจ เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ ชิมช็อปในคุณค่าจากการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์และมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชน ตลอดจนมีการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. ได้ข้อมูลด้านสภาพการณ์และประเด็นปัญหาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี
2. ได้กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

ประโยชน์ในการนำไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติงานและดูแลรับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนที่เป็นเอกสารทางวิชาการ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี
2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการดำเนินงาน หรือพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์
5. แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน
6. นโยบายด้านเศรษฐกิจและสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศ
7. ข้อมูลทั่วไปและบริบทเชิงพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย ความสำคัญ และประเภทของการท่องเที่ยว จากเอกสารตำราที่เกี่ยวข้องดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

แมคอินทอชและโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1986) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง ผลของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO, 1997) ระบุว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว และต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ อีกทั้งต้องไม่ใช่การประกอบอาชีพ ณ จุดหมายปลายทางที่เดินทางไป ซึ่งเป็นเงื่อนไขสากล

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2544) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหลของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ แต่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส (2545) ระบุว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหลของการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง (นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยือน) ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

วิมล จิโรจพันธุ์ และคณะ (2548) นิยามว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การที่ผู้คนหรือ ประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจหมายรวมถึง การที่บุคคลเดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทาง วิชาการ ทางการเมือง การประชุมธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทาง ไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยด้วย

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2550) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติหรือถิ่นที่พำนักถาวรไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ และ เป็นการเดินทางชั่วคราว โดยใช้เวลาพำนัก ณ สถานที่นั้น ๆ ชั่วระยะเวลาหนึ่งตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

จุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2550) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว เป็นไปด้วยความสมัครใจของผู้เดินทางโดย ไม่คำนึงถึงระยะทางจะใกล้หรือไกล จะเป็นการเดินทางระยะสั้นหรือระยะยาว และการเดินทางนั้น จะมีการค้างแรมหรือไม่ก็ตาม แต่การเดินทางต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน ณ สถานที่นั้น และต้องไม่มีเรื่องการประกอบอาชีพหรือรายได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเดินทางนั้น ๆ

จากนิยามดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไป ยังอีกที่หนึ่ง หรือการเดินทางไปยังสถานที่หลายแห่งด้วยความสมัครใจ เป็นการเดินทางไป เพียงชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มิใช่การเดินทางไปเพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2544) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมทั้งด้านบวก และด้านลบ การที่ผู้คนเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ โดยในทุกขั้นตอนหรือกระบวนการการเดินทางของแต่ละบุคคลในแต่ละช่วงวัยย่อมต้องมีการใช้จ่าย เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้จ่ายก่อนการเดินทาง ซึ่งต้องมีการเตรียมอุปกรณ์หรือสัมภาระในการเดินทาง หรือค่าใช้จ่ายในระหว่างเดินทาง หรือแม้กระทั่งค่าใช้จ่ายภายหลังการเดินทาง กระบวนการของกิจกรรมดังกล่าว ทำให้ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวาง ทั้งธุรกิจที่ได้รับผลโดยตรงจากนักท่องเที่ยวและธุรกิจที่ได้รับผลโดยอ้อม เช่น ธุรกิจที่พักแรม เป็นธุรกิจที่ได้รับผลโดยตรงจากนักท่องเที่ยว ในขณะที่ธุรกิจที่พักแรมต้องอาศัยบริษัท ก่อสร้างในการสร้างที่พักแรมและบริษัทก่อสร้างต้องซื้ออุปกรณ์การก่อสร้างจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์ ก่อสร้าง และต้องใช้แรงงาน สถาปนิก และวิศวกรในการก่อสร้าง ดังนั้น ทั้งบริษัทก่อสร้างและร้านจำหน่ายอุปกรณ์ต่าง ๆ แรงงาน สถาปนิก วิศวกร ที่มีส่วนในการก่อสร้างที่พักแรม แม้จะไม่ได้ติดต่อ ธุรกิจกับนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็ได้รับผลพวงจากการท่องเที่ยวที่สร้างงานและสร้างรายได้ให้ในทางอ้อม

รชพร จันท์สว่าง (2546) ระบุว่า การท่องเที่ยวถูกพัฒนาให้กลายเป็นธุรกิจและขยายตัวใหญ่ขึ้นเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามลำดับ ความสำคัญของการท่องเที่ยวส่งผลต่อด้าน เศรษฐกิจและสังคมโดยในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างรายได้ในรูปแบบของเงินตรา ต่างประเทศและการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาค รวมถึงการจ้างงานในด้านการบริการ การท่องเที่ยว ในด้านสังคม การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น ทำให้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าใจถึงความแตกต่างของคนแต่ละท้องถิ่น

จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งต่อเศรษฐกิจ การจ้างงาน การให้บริการทั้ง ด้านสินค้าและบริการ ทั้งยังมีความสำคัญต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็น กิจกรรมที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ของแต่ละชุมชนและท้องถิ่น

3. ประเภทของการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายท่านได้กำหนดประเภทของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

มิลล์ (Mill, 1990) กล่าวว่า ในการประชุมที่จัดขึ้นโดยองค์การสหประชาชาติที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ได้มีการแบ่งชนิดหรือประเภทของการท่องเที่ยวไว้ 10 ประเภท ดังนี้ 1) การท่องเที่ยว เมื่อมีเวลาว่าง 2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน 3) การท่องเที่ยวในวันหยุด 4) การท่องเที่ยวเพื่อ

การกีฬา 5) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ 6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา 7) การท่องเที่ยวทางศาสนา 8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ 9) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ 10) การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร

วรรณ วรชวานิช (2546) แบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ (International Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น

ศรัณยา วรากุลวิทย์ (2546) แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเพื่อการกีฬา เพื่อการศึกษา หรือเพื่อสุขภาพ

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะย่อย ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ

2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ

2.3 การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัวและ

2.4 การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวระยะไกล การท่องเที่ยวระยะใกล้ ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าวมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่น การเยี่ยมญาติมิตร การประชุม การกีฬาหรือศึกษาดูงาน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้

2 รูปแบบคือ

1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)

1.2 การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism)

2. การท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 3

รูปแบบคือ

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism)

- 2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism)
- 2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)
- 3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ
 - 3.1 การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism: GIT)
 - 3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism: FIT)
- 4. การท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อยคือ
 - 4.1 การท่องเที่ยวตลาดหรูหรา (Elite Market Tourism)
 - 4.2 การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism)
- 5. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบคือ
 - 5.1 การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional tourism)
 - 5.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นหลายประเภท และประเภทของการท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันดีคือ การท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความหมายของและทิศทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

พระราชบัญญัติวัฒนธรรม พ.ศ. 2485 ให้ความหมายของ “วัฒนธรรม” ไว้ว่าลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน ทางวิชาการ หมายถึง พฤติกรรมและสิ่งทีคนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่ของตน นอกจากนั้น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้อธิบาย “วัฒนธรรม” หมายถึง สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ขยายความเพิ่มเติมว่า “วัฒนธรรม” หมายถึง สิ่งที่ทำให้ความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มุ่งศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ความรู้และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม โบราณสถาน ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี (ชูเกียรติ นพเกตุ, 2542; วรรณภา วงษ์วานิช, 2546; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม นาฏศิลป์และดนตรี งานเทศกาล ประเพณี ตลอดจนการท่องเที่ยวชมมรดกทางประวัติศาสตร์ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน (ราณี อธิชัยกุล, 2546)

โฮเวลล์ (Howell, 1989) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า หมายถึง การที่ผู้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก็เพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์และความบันเทิง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมที่แปลกและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ความรู้และมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกล เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: 1997) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นการเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, 2003) กล่าวถึงทิศทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวของโลกในศตวรรษที่ 21 ใช้หลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda 21) เป็นกรอบในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงหลักการ 4 ประการ คือ

1. การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตที่ความสามารถรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนจะมีได้
2. ความตระหนักในกิจการการท่องเที่ยวที่จะมีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น
3. การมีส่วนร่วมของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนต่อกิจการการท่องเที่ยว
4. การเชื่อมร้อยประสานความจำเป็นต่อการพัฒนาทางเลือกของชุมชน และกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ในขณะที่ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Resources) มาก

เป็นอันดับ 3 ของภูมิภาคเอเชีย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) อีกทั้งนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้านการท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ ของไทยทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 นโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาด้านการท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559 และนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 8 (2555-2559) ล้วนให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม โดยเฉพาะนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลในปัจจุบันที่จัดให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็น 1 ใน 15 สาขาย่อยของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอนาคตได้เป็นอย่างดี ประกอบกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ เน้นความสุขในสุนทรียศาสตร์จากการเดินทางมากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมมากในอนาคตและเป็นจุดขายสำคัญของประเทศไทย

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2550) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และสัมผัสกับเอกลักษณ์ความงามของวัฒนธรรม คุณค่าทาง ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่และความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจคือ

1. หลักฐานและร่องรอยทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน
2. ศาสนาความเชื่อและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้อง
3. สถาปัตยกรรมดั้งเดิมในท้องถิ่น
4. งานศิลปหัตถกรรม เช่น เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา งานถักทอผ้า และการแกะสลัก เป็นต้น
5. ดนตรี การแสดง การละเล่น และกิจกรรมในท้องถิ่น
6. ภาษาและวรรณกรรม นิทาน ตำนาน เพลงพื้นบ้าน
7. การดำเนินชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การบริโภค การประกอบอาชีพ เช่น เกษตรกรรม ทำนา ทำไร่ ปศุสัตว์ การประมง เป็นต้น
8. ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้านที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ความเชื่อ สภาพแวดล้อม และวิถีชีวิต เช่น การบวชนาค ตักบาตร แห่เทียนพรรษา พิธีบุญบังไฟ งานสงกรานต์ และงานลอยกระทง เป็นต้น
9. ภูมิปัญญาเฉพาะถิ่นที่โดดเด่น เช่น การรักษาโรคด้วยกายภาพบำบัดโดยการบีบ นวด อบ ประคบ และนวดบำบัดด้วยสมุนไพร หรือการทำประมงพื้นบ้าน เป็นต้น

กระทรวงวัฒนธรรม (2554) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายใต้โครงการวัฒนธรรมสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่า

ของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคน ในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

จากการทบทวนวรรณกรรม จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ วัฒนธรรมอันดีงาม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่น โดยมีความเกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ภาษา และการแต่งกายแบบพื้นบ้านหรือในท้องถิ่น ซึ่งมีการสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น หรือเกี่ยวข้องกับศึกษาหาความรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น

2. หลักการของท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำไว้ 4 ประการดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจใน วัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองด้วย

3. ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ 9 ประการ ได้แก่ (อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง และคณะ, 2561)

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อสามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุกๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

4. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ระบุว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ มี 6 ด้านตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการคือ

- 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- 1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ
- 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้ง

ซากปรักหักพัง

- 1.4 ศิลปะ ทัศนกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก
- 1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา
- 1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ
- 1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทาน
- 1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ
- 1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการ

พัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

เบเคอร์ (Baker, 2001 อ้างถึงในธงชัย สมบูรณ์, 2549) และราชบัณฑิตยสถาน (2550) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์ (Identity) ไว้ว่า หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้

นัทรนัย ประสานนาม (2552) ให้ความหมายของอัตลักษณ์ไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า ตนเองคือใคร ซึ่งเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตนเองกับผู้อื่น ทำให้บอกได้ว่าตนเองมีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) ระบุว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอย ๆ ตามธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (Social Construct) ที่มีรูปแบบเป็นวงจรวัฒนธรรม (Circuit of Culture) ดังนั้น อัตลักษณ์จึงมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น ทั้งยังมีการสร้างความหมายต่าง ๆ (Creating Meanings) ผ่านระบบของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่มนุษย์เลือกใช้ หรือนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของตน

นักวิชาการ เช่น กาญจนา แก้วเทพ (2544 อ้างถึงในธงชัย สมบูรณ์ 2549) กล่าวถึงตัวแปรสำหรับวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมไว้ว่า ประกอบด้วย 1) โลกทัศน์ เป็นความเชื่อที่เกี่ยวกับธรรมชาติของเป้าหมายชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และสิ่งรอบ ๆ ตัว 2) แบบแผนของบรรทัดฐาน เป็นแนวทางในการปฏิบัติของกลุ่มสังคม 3) รูปแบบที่ใช้ในการสื่อสาร เช่น ภาษา และ 4) ความสัมพันธ์ที่บุคคลได้รับรู้ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องของตัวบ่งชี้ที่มีลักษณะเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม เช่น อาหารไทย รำไทย เป็นต้น

6. ผลกระทบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ในอดีตการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว เป็นตลาดย่อยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงและมีกำลังจ่ายสูง จึงไม่สร้างปัญหาให้แก่พื้นที่ท่องเที่ยวและผู้คนที่อาศัยในพื้นที่ ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวทั่วโลกเติบโตและขยายตัวขึ้น ผลกระทบของการท่องเที่ยวมีหลากหลายมากขึ้น แต่ความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกลับเพิ่มขึ้นกว่าเดิมจนเกิดปรากฏการณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเติบโตจากตลาดย่อยสู่ตลาดใหญ่ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านและการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐาน ของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไต้หวัน มุ่งสร้างความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน และเกิดความยั่งยืนด้วยการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เกิดคุณค่าจากการท่องเที่ยว และมูลค่าทางเศรษฐกิจ (อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง และคณะ, 2561)

เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว มีแรงจูงใจต่างกันในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องการการจัดการอย่างรับผิดชอบและต้องการการจัดการต่อผลกระทบเชิงลบที่รวดเร็ว การเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังโบราณสถาน แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ชุมชนท้องถิ่นและหมู่บ้านพื้นเมือง จึงมักเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวในหลายประเด็น ดังนี้

6.1 ผลกระทบด้านการรบกวนพื้นที่และวิถีชีวิต ในพื้นที่ที่ห่างไกลหรือเปราะบางอย่างมาก ซึ่งชุมชนท้องถิ่นอาศัยอยู่ด้วยกันในวิถีดั้งเดิมที่อบอุ่น ใกล้ชิดกันเสมือนเป็นครอบครัวใหญ่ การนำนักท่องเที่ยวแปลกหน้าเข้าไปในชุมชนอาจกลายเป็นการบุกรุกและแบ่งแยกชุมชนที่เคยกลมเกลียวเหนียวแน่นให้แตกแยกกันได้ ดังนั้น การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องได้รับการยินยอมหรืออนุญาตจากชุมชนท้องถิ่นที่จะกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวด้วย โดยการให้โอกาสชุมชนได้ตัดสินใจว่า จะเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนพื้นที่เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของเขาหรือไม่ เขาสบายใจหรือไม่ที่จะทำหน้าที่เจ้าบ้าน ในการสร้างความบันเทิง เป็นผู้แสดงศิลปวัฒนธรรม อดทนนักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงต้องจำกัดขอบเขตการขยายตัวของการท่องเที่ยว และควรควบคุมอย่างเข้มงวด

6.2 ผลกระทบจากการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมักจะเร่งพัฒนาด้านความพร้อมทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และผลกระทบการท่องเที่ยวเพื่อให้

สามารถรองรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้อย่างเหมาะสม โดยหวังว่าจะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และประเทศ ซึ่งการพัฒนาความพร้อมดังกล่าว มักจะคำนึงถึงแต่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดย ไม่ได้ใส่ใจกับมุมมองของคนในชุมชนว่า จะมีความรู้สึกหรือความคิดเห็นอย่างไร ทั้งที่การพัฒนาพื้นที่ เพื่อการท่องเที่ยวอาจทำให้ประชาชนถูกรบกวน หรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวได้

6.3 ผลกระทบด้านนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวอย่างยิ่ง การที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยมมากขึ้น และมุมมองการ บริโภควัฒนธรรมถูกขยายออกไปอย่างกว้างขวางและหลากหลายตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ การที่ไม่สามารถคัดเลือกหรือ คัดสรรนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ทำให้ไม่อาจทราบได้ว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มที่มา ท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีแรงจูงใจ หรือมีความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในลักษณะใดหรืออย่างไร มีความใส่ใจหรือให้ความสำคัญต่อการดูแล รักษาทรัพยากรการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ และจะสร้างปัญหาต่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หรือไม่

6.4 ผลกระทบด้านความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชนท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม เจ้าบ้านและโครงสร้างของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจากกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจทางวัฒนธรรมสูง มีการศึกษาสูง มีประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ขยายตัวไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่อาจไม่มีแรงจูงใจ ไม่ให้ความสนใจ ไม่ให้ความสำคัญกับ วัฒนธรรม จึงมักจะพบว่านักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแขกผู้มาเยี่ยมเยือนมักมีการแสดงออกหรือมีปฏิสัมพันธ์ ต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมในลักษณะที่สร้างความขุ่นเคืองใจให้กับประชาชนในชุมชนท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมซึ่งเป็นเจ้าของบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการเข้าไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์ การ เข้าร่วมพิธีกรรมที่จัดขึ้นเฉพาะกลุ่ม การปฏิบัติหรือแสดงพฤติกรรมที่ผิดจากจารีตประเพณี หรือวิถี ชีวิตในชุมชน ซึ่งเป็นประเด็นเหล่านี้ รัฐบาลหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจะต้องนำเสนอข้อมูลหรือให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความเข้าใจข้อห้าม หรือข้อควรปฏิบัติในพื้นที่หรือในชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.5 ผลกระทบต่อชุมชนตามวงจรการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บัทเลอร์ (R.W.Butler) ได้ศึกษาวงจรการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวในปี ค.ศ.1980 และพบว่า ช่วงเวลาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวมี 5 ช่วง ซึ่งแต่ละช่วงของการพัฒนามีผลกระทบต่อ สภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว แตกต่างกันดังนี้

1) ช่วงการสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยว ในช่วงนี้จำนวนนักท่องเที่ยวมีน้อย โครงสร้าง พื้นฐานเพื่อบริการนักท่องเที่ยวมีจำกัด และผลกระทบจากการท่องเที่ยวมีน้อย

2) ช่วงความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ในช่วงนี้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวถูกพัฒนาเพิ่มมากขึ้น และคนในพื้นที่ถูกดึงเข้ามาร่วมในกระบวนการพัฒนา

3) ช่วงการพัฒนาพื้นที่ ในช่วงนี้พื้นที่ที่มีความพร้อมเป็นแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวล้นไหลเข้ามาสู่พื้นที่ และมีองค์กรภายนอก ภาครัฐ ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่

4) ช่วงรวมทรัพยากรการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันและหยุดการพัฒนา ในช่วงนี้การพัฒนาพื้นที่ขยายขึ้นจนสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ พื้นที่มีศักยภาพในการบริการอย่างเต็มที่ แต่คุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเริ่มลดลง

5) ช่วงความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวถดถอยหรือฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง ในช่วงนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ถูกปล่อยให้เสื่อมโทรมลง ซึ่งหากยังมีโอกาสทางการตลาดอาจฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวให้พร้อมบริการนักท่องเที่ยวอีกครั้งในรอบวงจรต่อไป

จากการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมอันดีงาม อัตลักษณ์ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ประเพณีดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น รวมถึงการศึกษาหาความรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตภายในแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย แนวคิด และแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีได้ ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เกิดขึ้นในราวปี ค.ศ. 1960 ในยุคที่การท่องเที่ยวแบบมหาชนขยายตัวมากขึ้น และเกิดผลกระทบด้านลบต่อการท่องเที่ยว ทำให้องค์กรภาครัฐเริ่มเข้ามาจัดการการท่องเที่ยว เพื่อแก้ปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากเกินไป แต่ก็ยังเป็นการแก้ปัญหาในวงแคบ ต่อมาในปี ค.ศ. 1980 มีการใช้คำว่า Green Tourism ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Green Tourism มีความเกี่ยวข้องกับการลดต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม และการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวให้มากที่สุด

2. ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีการให้บริการที่มีคุณภาพ และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวและร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งหน่วยงานและนักวิชาการยังให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่รวมถึงการจัดการทั้งในปัจจุบันและอนาคตเกี่ยวกับขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว มีลักษณะของการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ได้เห็นถึงคุณค่า การมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชนการยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวให้หมดเปลืองหรือหมดไป โดยมีลักษณะของการท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้เห็นถึงคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว มีการรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ ได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม และเกิดผลตอบแทนต่อผู้ประกอบการและชุมชน เป็นการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด

3. แนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีการให้บริการที่มีคุณภาพ และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวและร่วมรับผลประโยชน์ นอกจากนี้หน่วยงานและนักวิชาการยังให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่รวมถึงการจัดการทั้งในปัจจุบันและอนาคตเกี่ยวกับขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว มีลักษณะของการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ได้เห็นถึงคุณค่า การมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชนการยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์

ทางเศรษฐกิจ รวมถึงการไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวให้หมดเปลืองหรือหมดไป โดยมีลักษณะของการท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้เห็นถึงคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว มีการรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ ได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม และเกิดผลตอบแทนต่อผู้ประกอบการ และชุมชน เป็นการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สุขภาพกายแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด

นภดล ภาคพรต (2546) ยังได้สรุปหลักการของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ ได้แก่ 1) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 2) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น 3) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม 4) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว 5) นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น 6) มีส่วนร่วม และสร้างเครือข่ายกับท้องถิ่น 7) ประชุมปรึกษาหารือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 8) พัฒนาบุคลากร 9) มีข้อมูล คู่มือ บริการข่าวสาร และ 10) ประเมิน ตรวจสอบและวิจัย

นอกจากนี้ ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้ระบุว่า ในศตวรรษที่ 21 ทั่วโลกมีแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในแนวทางของการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ (Eco Tourism/ Green Tourism) อย่างเป็นรูปธรรม หรือความพยายามที่จะพัฒนาในรูปแบบที่ยั่งยืน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมน้อยที่สุด โดยการนำปัจจัย 3s แบบใหม่ ได้แก่ S = Security หมายถึง ความปลอดภัยจากธรรมชาติทั้งหลาย และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน S = Sanitation หมายถึง ความสะอาดปราศจากโรคและมลพิษ ทั้งอากาศ น้ำดื่ม และสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ และ S = Satisfaction หมายถึง ความพึงพอใจในประสบการณ์และสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ การบริการในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวมาใช้เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

4. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในศตวรรษที่ 21 เพื่อปรับเปลี่ยนแนวคิดการจัดการจากสังคมบริโภคนิยมไปสู่สังคมที่คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ดังนั้นขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงต้องคำนึงถึงหลักปฏิบัติ 4 ประการคือ

1. การดำเนินกิจการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. ตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยผู้เกี่ยวข้องทั้งผู้เป็นพันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องประสานการจัดการร่วมกันเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

4. ประสานความต้องการและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ยังได้ระบุว่า นักวิชาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวได้กำหนดหลักการในการจัดการการท่องเที่ยวทุกรูปแบบอย่างยั่งยืนตามหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลกไว้ ดังนี้

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องมีวิธีการจัดการการใช้ทรัพยากร ทั้งมรดกทางธรรมชาติ และมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ดั้งเดิมอย่างเพียงพอ หรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ลดการบริโภคและการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น ลดการก่อของเสีย โดยการร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้องในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกันหรือใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น สิ่งก่อสร้างที่ใช้ไม้จากธรรมชาติ ส่วนการลดการก่อของเสีย เช่น ขยะ สิ่งปฏิกูล ซึ่งต้องหาวิธีการจัดการ

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม โดยการวางแผนขยายการท่องเที่ยวโดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มมูลค่าและมาตรฐานการบริการ

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวมากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรในท้องถิ่น

6. สร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วม ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม โดยเข้าร่วมทำงานในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นด้วย

7. ประชุมและปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานงานกับทุกภาค ได้แก่ ชุมชน หรือประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือ ทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการตลาด

8. พัฒนาบุคลากร การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. จัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขาย ซึ่งอาจจัดทำเป็นสื่อทัศนูปกรณ์แบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง สอบถามความเห็นจากแบบประเมินผล หรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการและแก้ไขการจัดการ เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า ปัจจุบันทั่วโลกมีแนวโน้มของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีการให้บริการที่มีคุณภาพ และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ

ซึ่งทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องให้ความสำคัญ และตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรอย่างแท้จริง เพื่อนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ไว้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความหมายของกลยุทธ์

นักวิชาการ หลายคนได้ให้ความหมายของกลยุทธ์ ไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมาย คำว่า กลยุทธ์ หมายถึง การรบที่มีเล่ห์เหลี่ยม วิธีการที่ต้องใช้กลอุบายต่าง ๆ เล่ห์เหลี่ยมในการต่อสู้ กลยุทธ์เป็นศัพท์ที่มีกำเนิดในทางทหารใช้เป็นยุทธวิธีรบทางการทหาร

วราภรณ์ ผลประเสริฐ (2554) ได้ให้ความหมายของ กลยุทธ์ มีความหมายเหมือนคำว่า ยุทธศาสตร์ เดิมใช้ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับการรบ มาจากภาษาอังกฤษว่า “Strategy” ใช้ครั้งแรกในวงการทหารและการทำสงคราม หมายถึง การวางแผนยุทธศาสตร์และการบัญชาการรบเพื่อเอาชนะศัตรู มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า “Strategos” หมายถึง การบัญชาการกองทัพ (Generalship) ด้วยจุดมุ่งหมายต้องการพิชิตศัตรู

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2564) ได้ให้ความหมาย คำว่า กลยุทธ์ (Strategy) หรือ ยุทธศาสตร์ เป็นศัพท์ที่มีกำหนดในทางทหาร หมายถึง แผนการปฏิบัติซึ่งวางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายจำเพาะ ส่วนกลยุทธ์ในสาขาอื่นนอกเหนือจากการทหาร หมายถึง การวางแผนงานสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมาย ภายใต้การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม หรือการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

สรุปได้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง การกำหนดแผนการดำเนินงาน หรือแนวทางไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ หรือให้ไปสู่ความสำเร็จ

2. ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์

เนื่องด้วยปัจจัยและเงื่อนไขต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ มากขึ้นทุกขณะ ในภาคธุรกิจพยายามทุกวิถีทางในการได้มาซึ่งความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนในภาครัฐต้องพยายามปรับปรุงการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อผู้รับบริการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตามเป้าหมายการดำเนินงานให้ได้มากที่สุด เป็นที่ยอมรับกับแล้วว่าการบริหารองค์กรในทุกวันนี้ผู้บริหารต่างก็ต้องประสบกับปัญหา

ยุ่งยากต่าง ๆ มากกว่าแต่ก่อน วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมได้ส่งผลกระทบทำให้ประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานขององค์กรต้องตกต่ำลงไปจากเดิมเป็นอันมาก ปัญหาสำคัญของผู้บริหารที่กำลังเผชิญอยู่ ก็คือ ปัญหาประสิทธิภาพทางการบริหาร โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวกับผลผลิต (Productivity) ที่ตกต่ำกว่าเดิม ดังนั้นหากผู้บริหารจะกำหนดกิจกรรมการบริหารตามกระบวนการบริหารแบบเดิมที่อยู่บนพื้นฐานของสมมติฐานที่ว่าอนาคตจะเหมือนกับอดีตที่ผ่านมาหลักคิดดังกล่าวจะทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้เนื่องจากในสภาวะการณ์ปัจจุบันสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีความสลับซับซ้อน และมีทิศทางที่ไม่แน่นอน ดังนั้น ผู้บริหารในฐานะผู้นำขององค์กรต้องมีข้อมูลและทำความเข้าใจต่อพลวัตที่เกิดขึ้นสามารถประเมินผลกระทบเพื่อกำหนดเป้าหมายและนำองค์กรไปสู่จุดหมายที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วรางคณา ผลประเสริฐ (2554)

ผู้บริหารองค์กรในปัจจุบันต้องหันมาทบทวนถึงกลยุทธ์หรือวิธีการที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีประสิทธิภาพและความเหมาะสมต่อสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงใด ผู้บริหารขององค์กรก็จะต้องเพิ่มพูนทักษะและความสามารถในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางด้านกลยุทธ์อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร ทำให้ปัจจุบันแนวคิดทางด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการรวบรวมเอาความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาหล่อหลอมและรวมเข้าไว้ด้วยกันและทำให้มองเห็นถึงภาพรวมของวิชาต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์การตัดสินใจ เพื่อให้้องค์กรบรรลุผลตามเป้าหมายทั้งในระดับวิสัยทัศน์กลยุทธ์ และวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในที่สุด (วรางคณา ผลประเสริฐ (2554)

โดยนักวิชาหลายท่านได้ให้ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ไว้ดังนี้

วรางคณา ผลประเสริฐ (2554) กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำ และอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน โดยผ่านการตัดสินใจและการประเมินแล้วว่าเหมาะสมกับองค์กร และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง อันจะนำความสำเร็จมาสู่องค์กรได้

Pearce และ Robinson (2009 อ้างถึงใน วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554) การจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ ชุดของการตัดสินใจ และการกระทำที่ส่งผลให้เกิดการจัดทำแผนและการปฏิบัติตามแผน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

Robbin และ Coulter (2002 อ้างถึงในวรางคณา ผลประเสริฐ, 2554) ได้ให้ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ว่าหมายถึง กลุ่มของการตัดสินใจและการดำเนินการเพื่อป้องกันผลการดำเนินงานในระยะยาวขององค์กร

Schermerhorn (2002 อ้างถึงในวราภรณ์, 2554) กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการที่มีความสำคัญสำหรับองค์กร เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทาง การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายและเกิดประโยชน์ในการแข่งขัน

พอจะสรุปได้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง ระบบการบริหาร อย่างเป็นขั้นตอน โดยวางแผนและกำหนดทิศทาง การดำเนินงาน สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ทั้งนี้อาจเป็นไปรูปแบบที่มีการสร้างความได้เปรียบระหว่างคู่แข่งทางธุรกิจ

สำหรับในภาคธุรกิจแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้เริ่มเข้ามา ค.ศ.1910 ที่โรงเรียนธุรกิจของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard Graduate School of Business Administration) โดยในระยะเริ่มแรกนั้นเป็นวิชาเลือกสำหรับนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจในปีสุดท้าย โดยใช้ชื่อว่า “นโยบายธุรกิจ” (Business Policy) ต่อในปี ค.ศ. 1920 วิชานี้ก็ได้กลายเป็นวิชาบังคับสำหรับนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจ ผู้ที่เปรียบเสมือนเป็นครูและผู้พัฒนาวิชานี้เป็นคนแรก ได้แก่ Arch W. Shaw ผู้ซึ่งได้รับการแต่งตั้งเป็น “Lecturer on Business Policy” วัตถุประสงค์เริ่มแรกของการสอนวิชานโยบายธุรกิจที่ฮาร์วาร์ดนี้ก็เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสศึกษาถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริงในธุรกิจ โดยที่ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้เมื่อได้ผ่านการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบแล้วสามารถนำไปสู่การดำเนินการเป็นนโยบายทางธุรกิจที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานได้ในอนาคต ซึ่งก็ได้นำไปสู่การตั้งชื่อวิชานี้ว่า นโยบายธุรกิจ

การจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาครัฐเริ่มปรากฏบทบาทอย่างจริงจังในช่วงทศวรรษที่ 1950 โดย World Bank และ USAID ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับวางแผนระยะยาวเพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับประเทศสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่องและมีทิศทางที่ชัดเจน และได้มีพัฒนาการในช่วงทศวรรษที่ 1960 ซึ่งได้มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างแผนระยะยาว และแผนประจำปี เนื่องจากในทศวรรษที่ผ่านมาแผนปฏิบัติงานจริงซึ่งเป็นแผนระยะสั้นของแต่ละประเทศไม่สอดคล้องกับแผนระยะยาวที่วางไว้ และในช่วงทศวรรษ 1970 เป็นต้นมาก็เป็นช่วงที่มุ่งเน้นในการจัดการกระบวนการดำเนินงาน (Operation Management) เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามแผน ส่วนในภาคธุรกิจนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์เติบโตอย่างคู่ขนานกับภาครัฐ ในปี พ.ศ. 2502 (ค.ศ. 1959) Ford Foundation and Carnegie Corporation ได้วิพากษ์วิจารณ์มหาวิทยาลัยที่สอนด้านบริหารธุรกิจอยู่ในขณะนั้นว่า ควรจะจัดให้มีวิชาที่เป็นที่รวมของเนื้อหาหรือทักษะจากวิชาต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท (Capstone Integrating Course) ตามรายงานของ Ford-Carnegie นั้นได้นำเสนอไว้ว่า “วิชานโยบายธุรกิจนี้จะเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้หล่อหลอมและรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ที่ได้เรียนมาจากสาขาวิชาต่าง ๆ และใช้ประโยชน์จากความรู้ที่นั่นในการวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจที่สลับซับซ้อน ซึ่งวิชานโยบายธุรกิจนี้สามารถให้สิ่งที่นักศึกษาไม่สามารถได้จากวิชาอื่นใน

หลักสูตร” สำหรับในระดับปริญญาโทนั้น จากรายงานของ Ford-Carnegie ได้กล่าวไว้ว่า “ความจำเป็นของวิชาในลักษณะนี้เป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นได้อย่างเด่นชัดโดยไม่ต้องอธิบายซ้ำ ซึ่งเป้าหมายของวิชานี้ คือ การรวบรวมสิ่งที่นักศึกษาได้เรียนรู้และได้กระทำ (Abbass, 2003 อ้างถึงใน วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

3. ความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์

ในการบริหารองค์การในปัจจุบันเป็นที่ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง แนวคิดหรือวิธีการในการบริหารแบบเดิมๆ ไม่สามารถนำพาองค์การไปสู่ความสำเร็จได้เหมือนในอดีต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางขององค์การ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์การ เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์การได้ กลยุทธ์การบริหารที่ทรงประสิทธิภาพนี้ จะต้องดีพร้อมสมบูรณ์ตามความหมายของการบริหารทั้งสองอย่าง คือ การมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) ที่สามารถกำหนดเป้าหมายที่ดี และสามารถบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมายนั้น ๆ ได้ และการมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ที่สามารถทำสำเร็จในเป้าหมายเหล่านั้น โดยมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุดด้วย หรือ ถ้ากล่าวอย่างสรุป กลยุทธ์การบริหารที่ทรงประสิทธิภาพนั้น จะต้องสร้างประสิทธิผล และประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นได้ทุกแง่มุม คือ ทั้งในแง่ของรายบุคคล กลุ่ม (ทีมงาน) และตลอดทั้งองค์การด้วย ทั้งนี้ไม่จำกัดเฉพาะแต่องค์การภาครัฐ หรือภาคเอกชนแต่อย่างใด กลยุทธ์ของการจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การได้ การทำความเข้าใจและการพยายามศึกษาองค์การที่ประสบผลสำเร็จในการใช้กลยุทธ์ เพื่อการจัดการจะทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึงความสำคัญของกลยุทธ์ที่จะช่วยสนับสนุนองค์การให้ประสบความสำเร็จ และจะต้องมีการพิจารณาเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์การ การจัดการเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์การ ดังนี้ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

1. ช่วยให้องค์การมีกรอบและทิศทางที่ชัดเจน โดยกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างเป็นระบบ ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางขององค์การ จะเป็นแนวทางในการกำกับใช้ทรัพยากรขององค์การได้อย่างเหมาะสม
2. ช่วยให้ผู้บริหารคิดอย่างเป็นระบบ โดยการพิจารณาถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ ทำให้ผู้บริหารสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การ

ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงนั้น ทำให้นักบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับสภาวะความเปลี่ยนแปลงได้

3. ช่วยสร้างความพร้อมในองค์กร ในการกำหนดวิธีการหรือแนวทางในการดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร องค์กรจะต้องทำการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อคิดค้นแนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมที่สุดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ นำไปสู่การจัดการความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ทำให้องค์กรที่เตรียมความพร้อมในการรับกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลง รวมทั้งช่วยเตรียมความพร้อมและพัฒนาบุคลากรที่อยู่ภายในองค์กร เนื่องจากการพัฒนาเชิงกลยุทธ์จะต้องมีการสร้างความเข้าใจและแนวทางในการเตรียมพร้อมเพื่อรับกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของสภาพแวดล้อมและคู่แข่ง

4. ช่วยสร้างประสิทธิภาพในการแข่งขัน ความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้สามารถเกิดขึ้นจากการนำเสนอสินค้า และบริการที่มีคุณภาพ การนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าเหมาะสมกับราคา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นความพยายามในการแข่งขันกับศักยภาพของตนเอง หรือในเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นๆ เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายตามความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะช่วยสร้างประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันให้แก่องค์กร และเสริมสร้างการพัฒนาขีดความสามารถทางการบริหารของนักบริหาร

5. ช่วยให้การดำเนินงานเกิดความสอดคล้องในการปฏิบัติหน้าที่ เนื่องจากการกำหนดกลยุทธ์การประยุกต์ใช้ และการตรวจสอบควบคุมไว้อย่างชัดเจน ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันและเกิดความร่วมมือ โดยเฉพาะความเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์กร อีกทั้งจะช่วยให้มีการจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับการบริหารองค์กรในส่วนต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วการจัดการเชิงกลยุทธ์ยังช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรเข้าใจในภาพรวมโดยเฉพาะเป้าหมายในการดำเนินงานทำให้สามารถจัดลำดับการดำเนินงานตามลำดับความสำคัญเร่งด่วนได้

6. ช่วยให้องค์กรมีมุมมองที่ครอบคลุม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นวิธีการบริหารที่คำนึงถึงปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งหมายความรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เช่น เจ้าหน้าที่ ประชาชน ผู้รับบริการ และคู่แข่ง ซึ่งบุคคลเหล่านี้ล้วนมีความคาดหวังต่อองค์กรแตกต่างกัน หากองค์กรสามารถตอบสนองความคาดหวังดังกล่าวได้ก็จะทำให้บุคคลเหล่านั้นให้การสนับสนุนหรือให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน ในทางกลับกันหากองค์กรละเลยความคาดหวังดังกล่าว อาจเกิดความเคลื่อนไหวที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร เช่น การฟ้องร้อง หรือการหยุดงาน เป็นต้น

4. ลักษณะสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์

ในการบริหารหรือการจัดการทั่วไป หน้าที่ของผู้บริหารจะประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การชี้นำ (Leading) และการควบคุมประเมินผล (Evaluating and Controlling) หน้าที่ดังกล่าวจะคล้ายคลึงกับหน้าที่การบริหารตามแนวคิดของการจัดการเชิงกลยุทธ์ แต่ความแตกต่างจะอยู่ที่การจัดการเชิงกลยุทธ์ จะพิจารณาและคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยภายนอกองค์การ เช่น สภาวะแวดล้อมภายนอก สภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย และกฎระเบียบต่าง ๆ คู่แข่งขัน และการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นต้น การบริหารโดยทั่วไปจะเน้นหนักที่การบริหารภายในองค์การมากกว่า ในขณะที่การจัดการเชิงกลยุทธ์จะเน้นหนักที่การแข่งขันระหว่างองค์การต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในระยะยาว ส่วนการบริหารงานโดยทั่วไปจะมุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในระยะสั้น โดยให้ความสำคัญต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน และการจัดการองค์การภายในเป็นหลัก การจัดการเชิงกลยุทธ์จะทำให้ผู้บริหารตระหนักถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมซึ่งอาจก่อให้เกิดโอกาสหรือข้อจำกัด รวมทั้งมีส่วนช่วยให้ผู้บริหารสามารถสร้างแนวคิดในการปรับปรุงทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์การให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้น การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือสำคัญของนักบริหารสมัยใหม่ เพราะการจัดการเชิงกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับอนาคตในระยะยาวขององค์การทั้งหมด จะนำไปสู่การเพิ่มโอกาสของความสำเร็จ และความล้มเหลวขององค์การได้ เสน่ห์และความท้าทายของการจัดการเชิงกลยุทธ์อยู่ที่ การศึกษา วิเคราะห์และประเมินสภาพการณ์ เพื่อการวางแผนและผลักดันกลยุทธ์ไปสู่เป้าหมาย ลักษณะสำคัญของการจัดการเชิง กลยุทธ์ มีดังนี้ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

1. เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นถึงอนาคต (Future – Oriented) การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นอนาคต โดยการสร้างหรือกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างเป็นระบบ โดยการคาดการณ์แนวโน้มองค์การเปลี่ยนแปลงที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และนำมาปรับทิศทางการดำเนินงาน เพื่อให้องค์การมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งจะแตกต่างจากการบริหารวันต่อวัน อันเป็นการมุ่งแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้นั้น ไม่จำเป็นต้องมีลักษณะที่คงที่เสมอไป สามารถปรับเปลี่ยนได้เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

2. เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นการจัดการต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์การ (Change – Oriented) การจัดการเชิงกลยุทธ์มุ่งเน้นความสำคัญต่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงขององค์การทั้งระบบ ซึ่งครอบคลุมโครงสร้างขององค์การ เทคโนโลยี บุคลากรและทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นเพื่อให้สอดคล้องและเกื้อหนุนต่อยุทธศาสตร์ขององค์การและสามารถผลักดันให้้องค์การบรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้

3. เป็นการบริหารองค์การแบบองค์รวม (Holistic – Approach) การจัดการเชิงกลยุทธ์ มุ่งเน้นที่ภาพรวมทั้งหมดขององค์การ มากกว่าการพิจารณาองค์การแบบแยกส่วน เป็นการบริหารที่ มุ่งเน้นการบรรลุถึงเป้าหมายโดยรวมขององค์การทั้งหมด และยังมีการถ่ายทอดวินัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์จากระดับบนลงสู่ระดับล่าง เพื่อให้ทิศทางการดำเนินการของ องค์การเป็นไปในทิศทางที่นำไปสู่จุดหมายเดียวกัน ในการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้น การถ่ายทอด เจตนารมณ์เชิงกลยุทธ์ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดการบรรลุเป้าหมายโดยรวมขององค์การ

4. เป็นการบริหารองค์การที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการดำเนินงาน (Result – Based Focus) การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์การดำเนินงาน โดยมีการ ระบุเป้าหมาย วัตถุประสงค์ รวมทั้งตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน มีการประสานและ หล่อ หลอมทรัพยากรการไปใช้ในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามยุทธศาสตร์และประสบ ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การที่ตั้งไว้โดยเป็นวัตถุประสงค์ที่ตอบสนองต่อสภาวะแวดล้อม ทั้งภายนอกและภายในองค์การ

5. เป็นการบริหารที่ให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์การ (Stakeholder – Oriented) การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นและคำนึงถึงความต้องการขององค์การ และ ความสำเร็จของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์การหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มลูกค้าชุมชน หน่วยงานของรัฐที่ ควบคุม เป็นต้น ผู้บริหารมีความจำเป็นต้องวิเคราะห์ความต้องการของฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันต้องคำนึงถึงและสามารถจัดลำดับความสำคัญที่เหมาะสมในการสนองตอบต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การทั้งหมดอีกด้วย

6. เป็นการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการวางแผนระยะยาว (Long – Rang Planning) การ จัดการเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจทางด้านกลยุทธ์ มักจะมีความเกี่ยวข้องหรือมีผลต่อทิศทางการ ดำเนินงานในระยะยาวขององค์การ

5. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) เป็นกระบวนการเริ่มแรกที่สำคัญของการ จัดการเชิงกลยุทธ์ ในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์การ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ คือ การ วิเคราะห์ถึงปัจจัยและสภาวะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การและกลยุทธ์ขององค์การ เพื่อที่จะได้มี ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ รวมทั้งสถานะของตัวองค์กรได้อย่างชัดเจน ยิ่งขึ้น การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะบอกให้ทราบว่าปัจจัยหรือสภาวะแวดล้อมภายนอกมีลักษณะ อย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใด และก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดต่อองค์การได้อย่างไรบ้าง นอกจากนี้การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะช่วยให้องค์การทราบถึงทรัพยากร (Resources) และ ความสามารถ (Capabilities) ต่าง ๆ ที่มีอยู่ภายในองค์การว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไร

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์ต้องเข้าใจความสัมพันธ์ และแนวโน้มความเป็นไปของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ทั้งสภาพแวดล้อมทั่วไป และสภาพแวดล้อมในระบอบสุขภาพ วัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์เพื่อคาดการณ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ซึ่งอาจเป็นปัจจัยบวกที่ก่อโอกาส หรือเป็นปัจจัยลบที่สร้างข้อจำกัดให้กับองค์กร ผลลัพธ์ที่จะได้รับจากการวิเคราะห์ทางกลยุทธ์นั้น ประกอบด้วย โอกาส ข้อจำกัด ที่เกิดจากปัจจัยภายนอก จุดแข็ง และจุดอ่อน ที่เกิดจากปัจจัยภายใน หรือที่นิยมเรียกกันว่า การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis : Strengths Weaknesses Opportunities and Threats) รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ถ้าองค์กรทำการกำหนดกลยุทธ์โดยขาดการวิเคราะห์ ปัจจัยแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในแล้ว กลยุทธ์ขององค์กรก็จะมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จต่ำ เพราะแผนกลยุทธ์ขาดความสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง ในทางกลับกันถ้าหากองค์กรใดสามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ ก็จะทำให้องค์กรสามารถสร้างโอกาสในการดำเนินงานซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ดังนั้นผู้บริหารต้องสามารถกำหนดได้อย่างชัดเจนว่าในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์นั้นควรจะทำอะไร สามารถทำอะไร และต้องการทำอะไร การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ดังนี้ วราจคณา ผลประเสริฐ (2554)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environmental Analysis)

สามารถให้ผลลัพธ์แก่องค์กรเป็นโอกาส (Opportunities) หรือข้อจำกัด (Threats) สภาพแวดล้อมภายนอกจะอยู่นอกเขตองค์กร ดังนั้นผู้บริหารจะไม่สามารถควบคุมสภาพแวดล้อมได้โดยตรง แต่พลังเหล่านี้จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินการและการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงหรือไม่ ย่อมส่งผลให้เกิดโอกาสหรือข้อจำกัดต่อองค์กร รวมทั้งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกนั้น ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง และที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ดังนี้ (วราจคณา ผลประเสริฐ, 2554)

1.1 ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยตรงเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กรมากกว่าสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง

1.2 ปัจจัยภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง แต่ก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดแก่องค์กรนั้น ได้แก่ อิทธิพลทางการเมืองการปกครอง อิทธิพลทางเศรษฐกิจ อิทธิพลทางเทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคมวัฒนธรรม และอิทธิพลจากนานาชาติ

เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะควบคุมเพื่อกำหนดทิศทางขององค์กรได้อย่างเหมาะสมตามพลวัตการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนั้น ดังนั้นในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามขั้นตอนจะช่วยให้ผู้บริหารตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งสามารถนำแจกขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ (วราภรณ์ ผลประเสริฐ 2554)

1) การตรวจสอบ (Scanning) เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรในประเด็นต่าง ๆ โดยใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น การสังเกต ข้อมูลจากประสบการณ์ รายงาน การสัมภาษณ์ การประชุม รวมถึงการสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง

2) การติดตามและตรวจสอบ (Monitoring) เป็นการติดตามการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น มีแนวโน้มที่จะมีผลกระทบอย่างไรต่อองค์กร

3) การพยากรณ์ (Forecasting) เป็นการคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นโดยใช้ข้อมูลจากการติดตามและตรวจสอบ ซึ่งทำให้ทราบถึงแนวโน้มในอนาคต

4) การประเมิน (Assessing) เป็นการประเมินถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น อิทธิพลของผลกระทบนั้น และระยะเวลาของการเกิดผลกระทบ

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environmental Analysis)

สภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลต่อองค์กรอย่างมากก็จริง แต่ผู้บริหารต้องมีความเข้าใจ และสามารถจัดการปัจจัยภายในองค์กรด้วยการดำเนินงานจึงจะบรรลุเป้าหมาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะได้ผลการวิเคราะห์เป็นจุดแข็ง (Strengths) หรือจุดอ่อน (Weakness) ขององค์กร สำหรับปัจจัยภายในขององค์กรนั้นมีวิธีที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์หลายวิธีด้วยกัน อาทิ เช่น การวิเคราะห์สายงาน (Functional Analysis) การวิเคราะห์ตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) การวิเคราะห์ตามตัวแบบ 7-S หรือการวิเคราะห์ทรัพยากรและความสามารถภายใน (Resources and Capabilities Analysis) ถึงแม้จะมีการวิเคราะห์ได้หลายวิธี แต่ผลลัพธ์ที่จะได้รับนั้น ได้แก่ การทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งจะช่วยในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยปัจจัยสำคัญภายในองค์กรที่ผู้บริหารควรวิเคราะห์จะครอบคลุมทั้งส่วนประกอบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ขององค์กร เช่น การเงิน การตลาด การดำเนินงาน ทรัพยากรมนุษย์ ประวัติศาสตร์ขององค์กร ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น โดยปัจจัยภายในองค์กรจะเป็นเครื่องบ่งชี้ความพร้อมในการแข่งขันและความพร้อมในการดำเนินงานขององค์กร

โดยปกติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรสามารถทำได้โดยการศึกษาทรัพยากรพื้นฐานขององค์กรเพื่อใช้ในการกำหนดจุดแข็งหรือจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งสามารถทำได้ ดังนี้

2.1 การระบุและการแยกแยะประเภทของทรัพยากร เป็นปัจจัยภายในขององค์กรในด้านจุดแข็งและจุดอ่อนโดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

2.2 การระบุความสามารถขององค์กร เป็นการรวมทรัพยากรขององค์กรที่เป็นความสามารถเฉพาะหรือเป็นจุดเด่นขององค์กร

2.3 การประเมินศักยภาพ โดยประเมินความสามารถในด้านการสร้างกำไรขององค์กรจากทรัพยากรที่เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และความเหมาะสมของผลตอบแทน

2.4 การเลือกกลยุทธ์ขององค์กร เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและความสามารถขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งต้องตัดสินใจจากโอกาสจากภายนอก

2.5 การระบุช่องว่างทรัพยากร เป็นการพิจารณาเปรียบเทียบศักยภาพทรัพยากรและการใช้ทรัพยากรว่ามีการใช้เต็มที่หรือไม่ จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มในประเด็นเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่

6. การกำหนดกลยุทธ์

การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ในแต่ละองค์กร ทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดเป้าหมายขององค์กรได้ ตลอดจนสามารถรู้ถึงทิศทางขององค์กรในอนาคต โดยการนำข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ มาจัดทำเป็นกลยุทธ์ในระดับและรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งประเมินและคัดเลือกกว่ากลยุทธ์ใดมีความเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด ผลจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) การกำหนดกลยุทธ์จะเริ่มต้นจากการกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์กร ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์

การกำหนดกลยุทธ์ จึงมีความสำคัญมากต่อจุดหมายปลายทางในอนาคต การประมวลข้อมูลทั้งหมดจากการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Portfolio Approach) โดยเฉพาะการวิเคราะห์ SWOT จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในระดับองค์กรโดยรวม (Corporate-level Strategy) ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หลัก (Grand Strategy) ที่ผู้บริหารระดับสูงจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าควรนำกลยุทธ์ใดไปดำเนินการ โดยมีบรรทัดฐานในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ ดังนี้

- 1) กลยุทธ์ต้องตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก
- 2) กลยุทธ์ที่ดีต้องคำนึงถึงการรักษาสถานภาพ และความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 3) กลยุทธ์แต่ละด้านต้องมีความสอดคล้องกัน

- 4) กลยุทธ์ที่ดีต้องคำนึงถึงความยืดหยุ่น
- 5) กลยุทธ์ต้องสอดคล้องกับพันธกิจและเป้าประสงค์
- 6) กลยุทธ์ที่ดีต้องมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน

ทั้งนี้ ในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ควรต้องพิจารณาเงื่อนไขต่าง ๆ ประกอบด้วย เช่น ความเพียงพอของทรัพยากร การเผชิญกับความเสี่ยง สมรรถนะขององค์การโดยรวม ความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการจัดทรวัตถุดิบ การติดต่อผู้รับบริการ และความรวดเร็วในการปรับต่อสถานการณ์ที่นอกเหนือความคาดหมาย เป็นต้น

7. เทคนิคที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์

การกำหนดกลยุทธ์เป็นงานสำคัญของผู้บริหารระดับสูงและทีมงาน เพราะงานที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินงานและการดำรงอยู่ขององค์การ โดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจในสภาพเป็นไปของปัจจัยแวดล้อม ในการกำหนดกลยุทธ์นั้นจะต้องพิจารณาว่าเป็นการกำหนดกลยุทธ์ในระดับใด ได้แก่ กลยุทธ์ในระดับองค์การ กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ ซึ่งจะมีรายละเอียดและขอบเขตการดำเนินงานแตกต่างกัน โดยขั้นตอนในการกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละระดับจะเหมือนกัน คือ 1) พิจารณาปัจจัยนำเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก 2) การจับคู่ปัจจัยเพื่อใช้เพื่อนำไปใช้เป็นทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ สำหรับเทคนิคในการกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละระดับนั้นมีความแตกต่างกัน ผู้บริหารจะต้องพิจารณาเทคนิคต่าง ๆ อย่างเหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่ โดยเทคนิคที่นิยมใช้ มีดังนี้ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

7.1 เทคนิคที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์การ หลังจากได้วิเคราะห์ลักษณะโดยทั่วไปขององค์การแล้ว และได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในรูปของ SWOT analysis แล้ว มีเทคนิคที่นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ระดับองค์การ ดังนี้

7.1.1 แมททริกซ์ทาวส์ (TOWS Matrix) เป็นเทคนิคที่สามารถนำมาใช้ในการสร้างทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ที่กว้างและค่อนข้างง่ายต่อการเข้าใจมากที่สุด เพราะเป็นการพิจารณาจากการนำผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ SWOT มาใช้ประกอบการตัดสินใจ

7.1.2 แมททริกซ์ประเมินกลยุทธ์และตำแหน่ง (The Strategic Position and Action Evaluation Matrix: SPACE Matrix) เป็นเทคนิคในการสร้างทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ที่ผู้วิเคราะห์ต้องการให้ความสำคัญต่อสถานการณ์ทางการเงิน การได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถของธุรกิจในอนาคตและความมั่นคงของสภาพแวดล้อม

7.1.3 แมทริกซ์กลุ่มปฏิบัติการยาบอสตัน (BCG Matrix) เป็นเทคนิคในการวิเคราะห์เพื่อสร้างทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมจากนักวิเคราะห์กลยุทธ์ การใช้เทคนิคนี้จะต้องทราบถึงส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งวัดจากยอดขายของธุรกิจเทียบกับยอดขายรวมของกลุ่มแข่งขัน และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถนำอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจมาใช้

7.1.4 แมทริกซ์กลยุทธ์หลัก (The Grand Strategy Matrix) ในการนำเทคนิคนี้มาใช้ต้องทราบปัจจัยการเจริญเติบโตของตลาด และปัจจัยในการแข่งขัน

7.2 เทคนิคที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ การนำเทคนิคต่าง ๆ มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจนี้ เน้นการนำปัจจัยทางธุรกิจมาพิจารณา ซึ่งประกอบด้วย เทคนิคต่าง ๆ ดังนี้

7.2.1 แมทริกซ์การเจริญเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด (Growth-Share Matrix) เป็นวิธีการที่พัฒนามาจาก BCG Matrix จะใช้เทคนิคนี้เมื่อองค์กรมีเป้าหมายที่มุ่งเน้นทางด้านกำไร และการเจริญเติบโตของบริษัท

7.2.2 แมทริกซ์ความดึงดูดทางอุตสาหกรรม-จุดแข็งของธุรกิจ (Industry Attractiveness- Business Strength Matrix) เป็นวิธีการที่ General Electric ได้คิดค้นในบางครั้ง เรียก GE Matrix เนื่องจาก GE เห็นว่าการนำส่วนแบ่งทางการตลาดและอัตราการเติบโตของตลาดมาวิเคราะห์ยังไม่เพียงพอและเหมาะสม ในการใช้เทคนิคนี้จะเน้นที่การวิเคราะห์ความดึงดูดทางอุตสาหกรรมและจุดแข็งของธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจภายนอก (Critical External Factors: CEF) ซึ่งเป็นสิ่งที่ธุรกิจควบคุมไม่ได้ และปัจจัยภายในที่ธุรกิจควรดำเนินการเพื่อที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ (Critical Success Factors: CSF)

7.2.3 แมทริกซ์วงจรชีวิตตลาด-จุดแข็งในการแข่งขัน (The Market Life Cycle-Competitive Strength Matrix) เป็นการสร้างทางเลือกโดยพิจารณาจากวงจรชีวิตตลาดโดยพิจารณาขนาดของปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราการเจริญเติบโตของตลาด ได้แก่ ยอดขายและกำไร และพิจารณาระดับของจุดแข็งในการแข่งขัน

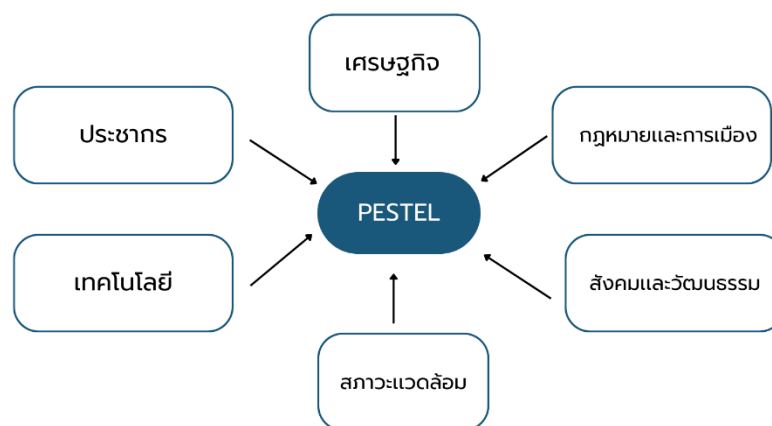
7.3 เทคนิคที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ เป็นวิธีการที่ยึดหลักการสร้างคุณค่าของบริษัทและธุรกิจในสายตาลูกค้า (Customer Value) ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของลูกค้า มี 3 ประการ คือ ต้องการสินค้า หรือบริการที่ดีกว่า ถูกกว่า และรวดเร็วกว่า ทั้งนี้การที่จะผลิตสินค้าหรือบริการให้ได้คุณค่าตามที่ลูกค้าต้องการนั้น จะเป็นผลมาจากห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) คือ คุณค่าของสินค้าหรือบริการเป็นผลมาจากกิจกรรมย่อย ๆ หลายกิจกรรม ทั้งกิจกรรมพื้นฐานในการผลิตและกิจกรรมสนับสนุนการผลิต ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับนี้จะต้องพิจารณาในส่วนของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยพิจารณาว่าลูกค้ามีความต้องการอย่างไร ทั้งนี้ต้องทำการจำแนกว่าในแต่ละหน้าที่ ปัจจัยใดบ้างที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งเมื่อประเมินแล้วจะต้องพิจารณาร่วมกับกลยุทธ์ในระดับองค์กรและระดับธุรกิจ

การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป้าหมายการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพื่อองค์กรจะได้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ซึ่งการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารองค์กรทราบถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่องค์กรต้องเผชิญ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์และหาทางลดหรือหลีกเลี่ยงภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร รวมทั้งต่อการนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เหมาะสม เพื่อให้้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (Wheelen & Hunger, 2010) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมี 2 ส่วน ได้แก่ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อประเมินโอกาสและภัยคุกคาม และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน

นอกจากนี้ กลยุทธ์ยังเป็นวิธีในการปฏิบัติที่องค์กรเลือกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้้องค์กรสามารถบรรลุยังเป้าหมายที่กำหนดไว้ในอนาคตจากสภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่ (สุมาลี จิระจรัส, 2548) เป็นรูปแบบเฉพาะของการตัดสินใจและการปฏิบัติที่ผู้บริหารให้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของ้องค์กร รวมถึงแนวคิด และแผนงานต่าง ๆ ที่้องค์กรนำมาใช้เพื่อให้เกิดความสำเร็จเหนือคู่แข่ง กลยุทธ์จะถูกออกแบบเพื่อช่วยให้้องค์กรบรรลุผลสำเร็จ โดยมีความได้เปรียบและมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง (Pitts and Lei, 2000) และยังเป็นแผนงานสำคัญที่้องค์กรจะใช้เป็นแนวทางในการบรรลุเป้าหมายหลักของ้องค์กร ยังครอบคลุมถึงแผนแม่บททุกกระบวนการปฏิบัติงานของ้องค์กร เป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินงานในระยะยาว และเป็นแนวทางการใช้ทรัพยากรที่มีให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืนและได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสามารถสรุปความหมายของกลยุทธ์ ได้ดังนี้ กลยุทธ์ คือ แผนงาน หรือแนวคิด เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติของ้องค์กร เพื่อให้้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด (ประพนธ์ เล็กสุมา, 2559)

โดยแนวทางในการสร้างรูปแบบกลยุทธ์ จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจภาพรวมของสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบได้แก่ ประชากร (People), เศรษฐกิจ (Economic), สังคมและ วัฒนธรรม (Sociocultural) เทคโนโลยี (Technological), สภาพแวดล้อม (Environment), และกฎหมายและการเมือง (Legal) ดังภาพ (Thomson et al., 2012)



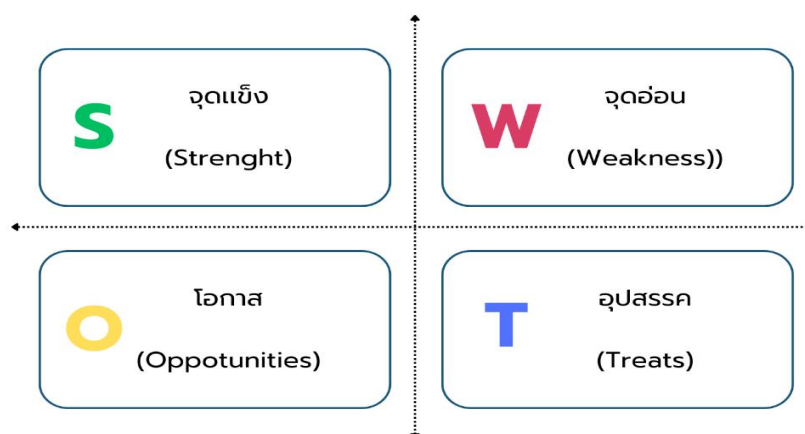
แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL)

ที่มา : Thomson and Others (2012)

จากแผนภาพที่ 1 ปัจจัยแรกคือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นการวิเคราะห์ถึงจำนวนและอัตราการเพิ่มประชากร รวมถึงการจำแนกกลุ่มช่วงอายุ การกระจายตัวทางด้านภูมิศาสตร์ การกระจายตัวของรายได้ เพื่อทำความเข้าใจลักษณะของกลุ่มลูกค้า ในส่วนของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบองค์การ ทั้งในด้านของคู่แข่งชั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า รวมถึงปัจจัยทางด้านสภาพอากาศ ภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ระบบนิเวศน์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ (Thomson et al., 2012) นอกจากนี้ กรณีที่สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงองค์การจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสม และในส่วนของปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย คุณค่าทางสังคม ทักษะคนดี สิ่งที่ยึดถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ และการดำเนินชีวิตซึ่งมีผลต่อธุรกิจ แรงกดดันทางสังคมค่อนข้างมีความหลากหลาย และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นการวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาเทคโนโลยี ระบบการติดต่อสื่อสาร ระบบโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงกิจกรรมสร้างความรู้ใหม่ และวิจัยและพัฒนาของอุตสาหกรรมต่างๆ อีกทั้งปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เป็นการวิเคราะห์ถึงเศรษฐกิจระดับมหภาค และจุลภาค ทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์การ ได้แก่ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราการจ้างงาน อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และสุดท้ายปัจจัยทางด้านกฎหมาย และการเมือง เป็นสิ่งที่องค์การธุรกิจต้องปฏิบัติตาม ทั้งกฎหมายแรงงาน กฎหมายต่อต้านการผูกขาด นโยบายทางภาษี สภาวะทางการเมือง (Thomson et al., 2012) โดย การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ช่วยในด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรผลเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานหรือกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นอกจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร การวิเคราะห์ SWOT ถือเป็นสิ่งจำเป็นต่อองค์กรเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์สำหรับสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม การวิเคราะห์ SWOT ถือว่าเป็นเครื่องมือสำหรับการประเมินองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ (Evans, 2013) ดังแผนภาพ



แผนภาพที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT

ที่มา : Vaughan Evans (2013)

จากแผนภาพที่ 2 สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยภายในประกอบด้วย 2 องค์ประกอบได้แก่ จุดแข็งจุดอ่อน โดยเป็นการพิจารณาถึง การบริหาร การตลาด การเงิน การบัญชี สินค้าและการดำเนินงาน และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วยโอกาสและอุปสรรค เป็นการพิจารณาที่เกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประชากร สภาพแวดล้อม กฎหมาย การเมือง เทคโนโลยี และแนวโน้มการแข่งขัน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจุดแข็ง (Strengths: S) เป็นการพิจารณาข้อดีเด่นหรือจุดแข็งของผลิตภัณฑ์หรือการดำเนินงานของบริษัท ถึงประสบการณ์ ความเข้าใจในอุตสาหกรรม ความสร้างสรรค์ในการออกแบบสินค้าและบริการ รวมถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจ ในส่วนของจุดอ่อน (Weakness: W) เป็นการวิเคราะห์ข้อเสียหรือปัญหาองค์กร ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากตัวสินค้าหรือการดำเนินงาน เช่น ความยากในการพัฒนาสินค้าและบริการ การขาดแหล่งเงินทุนในธุรกิจ หรือขาดการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นต้น ในส่วนของโอกาส (Opportunities: O) เป็นการวิเคราะห์ข้อได้เปรียบหรือปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้แก่บริษัท โดยวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความเติบโตในอุตสาหกรรม ต้นทุนการผลิตต่ำลงเนื่องจากผลทางเศรษฐกิจ ผลประโยชน์จากการ

เติบโตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุปสรรค (Threats: T) เป็นการวิเคราะห์ข้อจำกัดอันเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ศักยภาพของคู่แข่ง เศรษฐกิจตกต่ำ เป็นต้น (Kotler, 2012)

แมทริกซ์ทาวส์ (TOWS Matrix)

TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยของเครื่องมือทางธุรกิจที่สอดคล้องคลาสิกเป็นการวิเคราะห์โดยมองจากคนภายนอกเข้ามา เป็นการสำรวจถามความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ และเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์โดยรวมของบริษัท เช่น อาจจะเป็นการสำรวจความต้องการของลูกค้าว่า ลูกค้ามีความคาดหวังอะไรจากองค์กร แล้วจึงนำความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการนั้นมาวางแผนเป็นกลยุทธ์

TOWS Matrix เป็นการต่อยอดจากการวิเคราะห์ SWOT ทำให้ผู้บริหารสามารถทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กรแล้ว ผู้บริหารยังสามารถนำแนวคิดไปต่อยอดในการกำหนดกลยุทธ์ รูปแบบ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์เชิงสถานการณ์ได้อีกด้วย การกำหนดกลยุทธ์แบบ TOWS Matrix สามารถทำได้หลังจากการวิเคราะห์ SWOT ขององค์กรแล้ว โดยเป็นการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์เพื่อกำหนดมาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่าง ๆ (Formisano, 2004) ดังแผนภาพ



แผนภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Matrix

ที่มา : Formisano (2004)

จากแผนภาพที่ 3 สามารถแบ่งเป็น 4 กลยุทธ์ได้คือ กลยุทธ์ SO เป็นการใช้ข้อดีจากจุดแข็งในโอกาส เพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในส่วนของกลยุทธ์ ST เป็นการใช้จุดแข็งเพื่อลดอุปสรรคให้เหลือน้อยที่สุด องค์การอาจใช้จุดแข็งด้านเทคโนโลยี การเงิน การบริการจัดการ หรือการตลาด เพื่อขจัดอุปสรรคจากผู้แข่งขัน เป็นต้น ในส่วนของกลยุทธ์ WO เป็นการปรับปรุงจุดอ่อนผ่านการใช้อุปสรรค และกลยุทธ์ WT เป็นการประเมินจุดอ่อนเพื่อลดอุปสรรคให้น้อยที่สุด (Formisano, 2004) เช่น บริษัทอาจใช้วิธีการร่วมลงทุนการลดค่าใช้จ่าย การเลิกผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกำไร

โดยกลยุทธ์สามารถเป็นออกเป็น 3 ระดับได้แก่ กลยุทธ์ระดับองค์การ (Corporate Strategy) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) โดยกลยุทธ์ระดับองค์การหมายถึง แผนแม่บทขององค์การที่จัดทำขึ้น ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานทั้งหมดขององค์การเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยการนำความได้เปรียบทางการแข่งขันมาใช้ให้มากที่สุด และลดความเสียเปรียบทางการแข่งขันให้เหลือน้อยที่สุด กลยุทธ์ระดับองค์การสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์หลักได้แก่ กลยุทธ์การเจริญเติบโต กลยุทธ์ความคงที่ และกลยุทธ์การตัดทอน (Wheelen and Hunger, 2012)

ขั้นตอนและวิธีการจัดทำ TOWS Matrix

วิธีการจัดทำ TOWS Matrix เป็นการจัดทำ ตาราง 9 ช่อง คือปัจจัยหลักสำคัญ 4 ช่อง กลยุทธ์ 4 ช่องกับอีก 1 ช่อง บอกที่มาของปัจจัยว่า เป็นปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายใน ช่องกลยุทธ์ 4 ช่อง ให้ชื่อว่ากลยุทธ์ SO กลยุทธ์ WO กลยุทธ์ ST และกลยุทธ์ WT ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังจากการใส่ปัจจัยหลักสำคัญทั้ง 4 ช่องแล้วดำเนินการดังนี้ (Patthan Seete, 2014, ออนไลน์; นิตยา จันทร์ทุ่งใหญ่, 2566)

1. เขียนปัจจัย ภายนอกที่เป็นโอกาส (O) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจ
2. เขียนปัจจัยภายนอกที่เป็น อุปสรรค (T) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันหรืออนาคต
3. เขียน ปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็ง (S) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจ
4. เขียนปัจจัยภายในที่เป็น จุดอ่อน (W) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือ หน่วยธุรกิจ
5. จับคู่ จุดแข็งภายใน (S) กับ โอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ SO
6. จับคู่ จุดอ่อนภายใน (W) กับ โอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็น กลยุทธ์ WO
7. จับคู่ จุดแข็งภายใน (S) กับ อุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็น กลยุทธ์ ST
8. จับคู่ จุดอ่อน ภายใน (W) กับ อุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็น กลยุทธ์ WT หลังจากที่มี การประเมินสภาพแวดล้อม โดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด

จากนั้นนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบแมทริกซ์ โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่าง ๆ

ขั้นตอนการวิเคราะห์สำคัญ 2 ขั้นตอน

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด โดยการประเมินสภาพแวดล้อมที่ระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อน เป็นการประเมินภายในองค์กร ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัด เป็นการประเมินภายนอกองค์กร กล่าวได้ว่า ประสิทธิภาพของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดที่ละเอียดในทุกแง่มุม เพราะถ้าวิเคราะห์ที่ไม่ละเอียดหรือมองไม่ทุกแง่มุม จะส่งผลทำให้การกำหนดกลยุทธ์ที่ออกมาจะขาดความแหลมคม

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

2.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้ มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก ตัวอย่าง กรมธนารักษ์มีจุดแข็ง คือ ความสามารถในการผลิตเหรียญ และมีโรงกษาปณ์ ที่ทันสมัย มีโอกาส คือ สามารถหารายได้จากการผลิตเหรียญได้ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์ ในเชิงรุก คือ ยุทธศาสตร์การรับจ้างผลิตเหรียญทุกประเภททั้งในและต่างประเทศ

2.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้ มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิง ป้องกัน ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัด จากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้แต่ องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มา จากภายนอกได้ ตัวอย่าง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีจุดแข็ง คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดโอกาส การศึกษาให้แก่ประชาชนทั่วประเทศ ขณะ เดียวกันมีข้อจำกัด คือ งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน จากภาครัฐมีไม่เพียงพอที่จะสามารถจัดตั้งหน่วย งานของตนเองอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศได้ทั้งหมด สามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน คือ ยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนใน พื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ

2.3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้ มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรมีโอกาสนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่

ตัวอย่างเช่น ระบบราชการมักมีจุดอ่อนคือ มีขั้นตอนการทำงานที่ยาว ใช้เวลามาก ขณะเดียวกันก็มีโอกาสคือ โอกาสของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ทั้งหมด สามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข คือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการและในกระบวนการทำงานของราชการให้มากขึ้น (e-Administration)

2.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้ มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็น จุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้ เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น ประเทศไทยมีจุดอ่อนคือ ต้องนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ ประกอบกับพบข้อจำกัดคือ ราคาน้ำมันในตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทั้งหมดนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรับ คือ ยุทธศาสตร์ การรณรงค์ประหยัดพลังงานทั่วประเทศอย่างจริงจัง และยุทธศาสตร์การหาพลังงานทดแทนที่นำทรัพยากรธรรมชาติในประเทศที่มีอยู่มาใช้ให้มากขึ้น

โดยสรุป มีการวิเคราะห์ใน 4 ส่วนคือ

1. จุดแข็งและโอกาส (SO)
2. จุดแข็งและอุปสรรค (ST)
3. จุดอ่อนและโอกาส (WO)
4. จุดอ่อนและอุปสรรค (WT)

8. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นจากขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์เป็นเพียงแนวความคิดที่ต้องได้รับการทดสอบหรือการนำไปใช้งานจริง การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการกำหนดกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการดำเนินงาน เพื่อให้กลยุทธ์เกิดประโยชน์แก่องค์การอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติเป็นการดำเนินการในขั้นตอนที่ 3 ของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุด และเป็นขั้นตอนที่มีโอกาสประสบความสำเร็จล้มเหลวมากที่สุดในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ รวมทั้งยังเป็นขั้นตอนที่ถือได้ว่ามีความแตกต่างในด้านจุดมุ่งหมายที่ผิดไปจากสองขั้นตอนแรก โดยในสองขั้นตอนแรกซึ่งเป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์การจัดทำกลยุทธ์ จะเป็นการมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสามารถทางการแข่งขันและมุ่งเน้นไปที่การตลาดเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ขั้นตอนของการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจะเป็นการมุ่งเน้นไปที่การดำเนินงานภายใน หรือระบบการปฏิบัติงานภายในองค์การ (Operation Management) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในด้านการบริหารงานบุคคล การเงิน และกระบวนการอื่น ๆ ในการควบคุมระบบปฏิบัติงานภายในเป็นสำคัญ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความสามารถของผู้นำองค์การในการกระตุ้นและ

อำนาจการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร สามารถสร้างแรงจูงใจผู้ปฏิบัติงานในการพัฒนา ศักยภาพของตน มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างสรรค์วัฒนธรรม องค์กร สนับสนุนกลยุทธ์ เพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้ การนำกลยุทธ์ไปสู่การ ปฏิบัติเป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยมีผู้บริหารแต่ละหน่วยงานเป็นผู้นำไปการ ประยุกต์ใช้และบุคลากรทุกคนต้องให้ความร่วมมือ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติถือว่าเป็นขั้นตอนที่มีความยากลำบากมากกว่าการจัดทำ กลยุทธ์ ในขั้นตอนนี้เป็นการถ่ายทอดกลยุทธ์ในระดับองค์กร (Corporate Strategy) ที่อยู่ในแผน กลยุทธ์ไปสู่กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ (Business Strategy) และกลยุทธ์ระดับปฏิบัติ (Functional Strategy) โดยการกำหนดเป็นโครงการ แผนปฏิบัติการ และงบประมาณเพื่อรองรับ ในขั้นตอนนี้ ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ความเป็นผู้นำ การจูงใจผู้ปฏิบัติงาน และความสามารถในการเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลงองค์กร ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับทักษะทางการบริหารหลายอย่าง เพราะกลยุทธ์ใหม่ ที่ได้มาไม่ได้หมายความว่าผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดจะเชื่อฟังและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตาม กลยุทธ์นั้น

1. องค์ประกอบของการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

กระบวนการที่ผู้บริหารแปลงกลยุทธ์ และนโยบายไปสู่แผนการดำเนินงาน กำหนด รายละเอียดต่าง ๆ เช่น งบประมาณ หรือวิธีการดำเนินงาน ซึ่งกระบวนการนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการ เปลี่ยนแปลงภายในด้านวัฒนธรรม โครงสร้าง หรือระบบการบริหาร เพื่อให้สามารถดำเนินการตาม กลยุทธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

1.1 การจัดสรรทรัพยากร (Resources Allocation) เป็นขั้นตอนของการวางแผนการ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุสู่กลยุทธ์ โดยการจัดสรรทรัพยากรต้องคำนึงถึงการ เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่จะกระทบกับการใช้ทรัพยากรและการบริหารทรัพยากร

1.2 การปรับโครงสร้างองค์กร (Organization Restructure) เพื่อรองรับการ เปลี่ยนแปลงของการใช้กลยุทธ์ และการใช้ทรัพยากร โครงสร้างองค์กรอาจจำแนกได้หลายแบบ เช่น โครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ โครงสร้างองค์กรตามผลิตภัณฑ์ โครงสร้างองค์กรแบบเมตริกซ์ ซึ่ง การปรับโครงสร้างองค์กรให้เป็นแบบใดนั้นจะต้องพิจารณาความเป็นไปได้ และความคุ้มค่า

1.3 การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนองระบบและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Organization Change and Human Resource Development) เป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่จะใช้ในการบรรลุสู่แผน และทิศทางขององค์กร โดยต้องคำนึงถึงประเด็น ต่าง ๆ เช่น ระบบข้อมูลข่าวสาร ระบบบริหารบุคคล (การให้การศึกษา การให้การอบรม การกระตุ้น

ส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ) การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในองค์กร เป็นต้น

1.4 การกระจายกลยุทธ์ (Strategic Deployment) หากองค์กรมีการสร้างวิสัยทัศน์ สร้างพันธกิจขึ้นมาแล้ว แต่ไม่ได้มีการดำเนินการก็จะทำให้เกิดการสูญเปล่าได้ เพราะแม้ว่าแผนเหล่านั้นจะเป็นแผนงานที่ถูกจัดมาอย่างดี ผ่านการระดมความคิดมาอย่างเข้มข้นเพียงใดก็ตาม หากไม่ลงมือปฏิบัติก็ย่อมไม่เกิดผลเป็นรูปธรรม ดังนั้นเพื่อให้เกิดผลจึงจำเป็นต้องมีการกระจายแผนไปยั้งทุก ๆ ส่วนทั่วทั้งองค์กร โดยต้องสอดคล้องประสานกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน และเข้าใจได้ ซึ่งจากเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goals) อาจถูกแปลงเป็นเป้าหมายย่อย (Sub-goals) กำหนดเป็นเป้าหมายประจำปี (Annual Goals) จากนั้นจะแตกไปเป็นเป้าหมายของแต่ละกลุ่ม แต่ละโครงการเพื่อให้ทราบว่าเป้าหมายของตนเองที่ชัดเจนนั้นคืออะไร และควรจะทำโครงการที่เรื่องใดก่อน ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานในระดับล่างสุดช่วยให้เข้าใจเป้าหมายที่ไม่คลาดเคลื่อนแล้ว ยังมีประโยชน์ต่อกระบวนการในการวัดผลที่เหมาะสมด้วย ทั้งยังช่วยให้มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมพอดี เพียงพอเพื่อให้บรรลุผลในแต่ละกลุ่มหรือแต่ละโครงการ

2. ประเด็นสำคัญในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

ในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ มีสาระที่สำคัญ 5 ประการ คือ

2.1 การวิเคราะห์โครงสร้างองค์กร โครงสร้างองค์กร (Organization Structure) หมายถึง การจัดกลุ่มงานเข้าด้วยกันตามหน้าที่ความรับผิดชอบ มีสายการบังคับบัญชา และมีเอกภาพในการบังคับบัญชาตามลำดับชั้น การจัดโครงสร้างองค์กรที่ไม่เหมาะสมจะทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน เพราะไม่สามารถตอบสนองต่อความสำเร็จของการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติได้ ดังนั้นการวิเคราะห์โครงสร้างองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้กลยุทธ์ที่กำหนดมีองค์การหรือหน่วยงานรองรับในการปฏิบัติการที่จะเกิดขึ้นทั้งในส่วนที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การประเมินช่องว่างระหว่างความสามารถขององค์กรที่มีอยู่กับความสามารถและทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินตามกลยุทธ์ ซึ่งองค์กรอาจจะพิจารณาประเมินในประเด็นต่างๆ ตามโครงสร้าง 7-S ของ Mckinsey (Mckinsey 7-S Framework) ประกอบไปด้วย การประเมินโครงสร้าง (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) ระบบบริหาร (System) เทคนิคการบริหาร (Style) ลักษณะและส่วนประกอบของผู้ปฏิบัติงาน (Staff) ทักษะและความชำนาญของผู้ปฏิบัติงาน (Skills) และค่านิยมร่วมของสมาชิกในองค์กร (Shared Value) หากองค์กรยังมีสมรรถนะและความสามารถไม่เพียงพอที่จะดำเนินกลยุทธ์ตามที่ได้กำหนดไว้ ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ความเป็นผู้นำปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความพร้อม หากไม่สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ก็อาจมีความจำเป็นต้องทบทวนกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งอาจนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ก็ได้ โดยมีแนวทางการพิจารณา ดังนี้

2.1.1 โครงสร้างองค์การในปัจจุบัน สามารถรองรับการดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดได้หรือไม่

2.1.2 ผู้บริหารและบุคลากรระดับใด กลุ่มใดบ้างที่จะต้องมีความรับผิดชอบในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

2.1.3 เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติการ มีกรณีใดบ้างที่จะปล่อยให้โครงสร้างองค์การเป็นไปในรูปที่ไม่เป็นทางการได้บ้าง

2.2 การวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์การ ทุกองค์การมีวัฒนธรรมและค่านิยมร่วมกัน การผลักดันให้คนในองค์การเห็นคุณค่าหรือมีค่านิยมร่วม (Shared values) จึงจำเป็นต้องใช้กลไกในการพัฒนาวัฒนธรรมมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและผลักดันกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับขององค์การ

2.3 การเลือกแนวทางในการตัดสินใจ ในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัตินั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมและสถานการณ์ภายในองค์การ แนะนำแนวทางการปฏิบัติไว้ 5 แนวทาง คือ (วรารัณดา ผลประเสริฐ, 2554)

2.3.1 แนวทางการสั่งการ องค์การที่มีลักษณะเป็นการสั่งการจากระดับบน (Top Down) การมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์การมีน้อยแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์จึงโน้มเอียงไปในด้านการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ ในองค์การบางประเภทการสั่งการจะเป็นประโยชน์ต่อการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ ทั้งนี้ผู้บริหารต้องมีอำนาจในการสั่งการเต็มที่ หรือกลยุทธ์ ต้องไม่ขัดแย้งกับสภาพเดิมของบุคลากร มิเช่นนั้นแล้วจะได้รับการต่อต้าน ข้อเสียที่สำคัญของแนวทางนี้คือ ทำให้บุคลากรในระดับปฏิบัติการขาดแรงจูงใจและขาดการมีส่วนร่วม

2.3.2 แนวทางในการปรับเปลี่ยน องค์การที่มีลักษณะเป็นการสั่งการจากระดับบน แต่ผู้บริหารมีการคำนึงถึงแง่มุมในเชิงพฤติกรรมด้วย ปัจจัยในการพิจารณากลยุทธ์จึงครอบคลุมทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง แม้ว่าการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์การในชั้นการวางแผนจะน้อย แต่ขั้นตอนของการปฏิบัติการจะเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมค่อนข้างสูง ข้อดีของแนวทางนี้คือการเปิดทางให้บุคลากรมีโอกาสทำความเข้าใจ ปรับตัวปฏิบัติงาน และปรับสภาพทางความคิด และความพร้อมต่างๆ ที่จะทำให้สามารถเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง

2.3.3 แนวทางในการให้ความร่วมมือ เป็นลักษณะขององค์การที่มีลักษณะร่วมคิดร่วมกันทำระหว่างผู้บริหารระดับต่างๆ ผู้บริหารที่มีความคิดแตกต่างกัน ได้รับการเกื้อกูล เกื้อหนุนให้มีโอกาสเสนอความคิดเห็น ผู้บริหารระดับสูงกระทำการในฐานะผู้ประสานงานข้อดีของกลยุทธ์นี้ที่สำคัญคือการรับข้อมูลจากผู้บริหารระดับต้นที่มีความใกล้ชิดกับระดับปฏิบัติเป็นการเปิดเวทีทางความคิดอย่างกว้างขวาง ที่อาจเป็นผลดีต่อการกลั่นกรองข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ขณะเดียวกันก็จะส่งผลต่อการสร้างความผูกพันกับกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่กำหนดมากยิ่งขึ้น

2.3.4 แนวทางวัฒนธรรม องค์การลักษณะนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับแนวทางการร่วมมือ โดยนอกจากจะเป็นการร่วมมือของผู้บริหารแล้ว ยังมีการดึงเอาเจ้าหน้าที่ในระดับปฏิบัติการหรือในระดับล่างเข้ามามีส่วนร่วมด้วย แต่แนวทางนี้มีข้อจำกัด คือ การตัดสินใจต้องใช้เวลา

2.3.5 แนวทางในการเพิ่มพูนความเห็น เป็นการรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากระดับล่าง (Bottom Up) คือ ข้อมูลส่งจากผู้ปฏิบัติขึ้นมาที่หัวหน้างาน ส่งต่อมายังผู้บริหารระดับกลาง ในการจัดทำข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ และผู้บริหารระดับสูงใช้ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับมาประกอบและประเมินทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้อิทธิพลของตนเองน้อยที่สุด ข้อดีที่ชัดเจนของแนวทางนี้คือ การมีอิสระในทุกๆระดับ ย่อมเป็นแรงจูงใจให้เกิดความร่วมมือและผลักดันให้การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติมีความสำเร็จมากขึ้น

2.4 การวางกำหนดการเชิงกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ หมายถึงความสามารถในการแปลงกลยุทธ์ไปสู่การดำเนินการในรูปของโครงสร้างตามลำดับขั้นของแผน (Plan) แผนงาน (Programs) โครงการ (Projects) และงบประมาณ (Budgets)

2.5 การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ การนำกลยุทธ์ ไปสู่การปฏิบัติโดยใช้แนวทางการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผันผวน ดังนั้น การรักษาความได้เปรียบต้องมีการสร้างองค์การให้มีพื้นฐานแห่งการเรียนรู้ โดยสามารถนำความรู้ที่ค้นพบมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์การอย่างแท้จริง

9. การประเมินและควบคุมกลยุทธ์

การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ (Evaluation and Control) มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับหน้าที่หลักในการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยทั่วไปองค์การจะมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลแผนกลยุทธ์โดยเฉพาะ ซึ่งจะต้องมีบุคลากรที่มีความรับผิดชอบเต็มเวลาที่สามารถทุ่มเทให้กับ การติดตามและประเมินผลได้อย่างเต็มที่ หน่วยงานนี้ควรอยู่กับฝ่ายวางแผน อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินกลยุทธ์นั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือที่ดีจากทุกฝ่ายตลอดเวลา จึงอาจมีความจำเป็นในการตั้งเป็นคณะกรรมการติดตามและประเมินผลแผนกลยุทธ์ที่ประกอบด้วยผู้แทนระดับบริหารจากฝ่ายต่าง ๆ ขึ้นร่วมด้วย

การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ คือ กระบวนการซึ่งผู้บริหารได้ติดตามกิจกรรมและ ผู้ปฏิบัติงานขององค์การอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินว่ากิจกรรมนั้น ๆ ได้รับการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือไม่ เพื่อประโยชน์ในการแก้ไขและปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานในองค์การ การประเมินและควบคุมกลยุทธ์จะเป็นกลไกที่สำคัญที่เป็นเสมือนตัวกลางที่จะ เชื่อมโยงองค์การและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เป็นกิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการติดตาม ตรวจสอบวิธีการขององค์การในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติว่ามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือไม่

เพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์นั้นจะก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ตรงตามแผนที่ได้ตั้งไว้ โดยจะมีการวัดผลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีการกำหนดเกณฑ์และมาตรฐาน ทั้งนี้การกำหนดมาตรฐานควรมีความระมัดระวังเพื่อให้สามารถสะท้อนผลการทำงานได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการประเมินและควบคุมกลยุทธ์ คือ

1. เพื่อติดตามว่าการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้หรือไม่
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมของแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ และประเมินความสอดคล้องกับโครงสร้างขององค์การ
3. เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่สำคัญและสัมพันธ์กับกิจกรรม
4. เพื่อทราบผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้น บรรลุตามที่กำหนดไว้หรือไม่ มีความแตกต่างไปจากแผนเดิมมากน้อยเพียงใด สาเหตุของการแตกต่างคืออะไร
5. เพื่อให้สามารถจัดรางวัลหรือผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่ผู้ปฏิบัติงานที่สามารถปฏิบัติได้ตามแผนกลยุทธ์นั้นอย่างเหมาะสม

11. กระบวนการประเมินผลและควบคุมกลยุทธ์

การควบคุมกลยุทธ์เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ผู้ควบคุมกลยุทธ์ต้องกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติให้ประสานกับระบบกลยุทธ์ขององค์การ โดยการควบคุมกลยุทธ์ประกอบด้วย

1. การกำหนดวัตถุประสงค์และสิ่งที่ต้องการควบคุม ผู้บริหารจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการควบคุมว่ามีวัตถุประสงค์หลักเพื่ออะไร โดยทั่วไปการควบคุมจะมีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์การมีการดำเนินกลยุทธ์ไปตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้จะต้องกำหนดว่าสิ่งที่ต้องการควบคุมได้แก่เรื่องใดบ้าง เช่น งบประมาณ เวลา ผลผลิต
2. การกำหนดเกณฑ์และมาตรฐาน การที่ผู้บริหารจะสามารถตรวจสอบและประเมินความสำเร็จของกลยุทธ์ขององค์การได้ จะต้องมียุทธวิธีและมาตรวัดการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ว่าเป็นไปในทิศทางและคุณสมบัติตามที่ต้องการ เพื่อเปรียบเทียบสำหรับตัวชี้วัดความสำเร็จแต่ละตัว เช่น ผลการดำเนินงานขององค์การ
3. การวัดผลการปฏิบัติงาน ในการวัดผลการปฏิบัติงาน จะวัดตามช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้สำหรับการปฏิบัติงานแต่ละงานโดยใช้สารสนเทศจากแหล่งต่างๆ เช่น ข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลด้านการให้บริการ ข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นต้น
4. การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน เป็นการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการปฏิบัติงานกับเกณฑ์มาตรฐานที่องค์การกำหนดไว้ว่าตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ ในกรณีที่แตกต่างกันอาจหาวิธีแก้ไขปรับปรุง อาจเป็นการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ การปรับกระบวนการทำงาน ปรับโครงสร้างองค์การ หรือการปรับคณะผู้บริหารองค์การ

5. การปรับปรุงแก้ไข ผู้ควบคุมกลยุทธ์จะทำการวิเคราะห์สาเหตุของความแตกต่างระหว่างผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไขหรือปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อให้กลยุทธ์นั้นบรรลุเป้าหมาย เช่น การปรับราคา การเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน การปรับแผนการดำเนินงาน

กระบวนการควบคุมกลยุทธ์ เป็นการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร เพื่อนำไปใช้ประเมินผลงานทางด้านกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ ระบบการควบคุมกลยุทธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพจะมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554)

1. มีความยืดหยุ่น เพื่อให้ผู้บริหารสามารถตอบสนองต่อระบบการควบคุมภายในได้ทุกสถานการณ์
2. ระบบการตรวจสอบและประเมินผลควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน เพื่อช่วยให้เห็นภาพการปฏิบัติงานขององค์กรได้อย่างแท้จริง
3. การค้นหาข้อมูลเพื่อการประเมินของผู้บริหารควรจะเป็นวิธีการที่ไม่ยุ่งยาก สามารถจัดหาข้อมูลได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องบนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

12. องค์ประกอบในการควบคุมกลยุทธ์

สำหรับกระบวนการประเมินและควบคุมกลยุทธ์ จะประกอบด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ (วรางคณา ผลประเสริฐ (2554)

1. การติดตามผลการดำเนินงาน (Track Status) การติดตามผลการดำเนินงานเป็นเครื่องมือ สำคัญของผู้บริหารที่จะสร้างความมั่นใจได้ว่าการปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และสามารถสร้างผลงานที่สอดคล้องตามเป้าประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การติดตามผลการดำเนินงานจะช่วยให้ผู้บริหารทราบข้อมูลที่เป็นตัวบ่งชี้ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นซึ่งจะเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การติดตามผลการดำเนินงานนี้หมายถึงการรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาของกิจกรรมงาน โครงการต่างๆ ที่สอดคล้องตามตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแต่ละระดับที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานประจำปี

2. การรายงานความก้าวหน้า (Communicate Progress) การรายงานความก้าวหน้าเป็นกระบวนการหลังจากที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ภายใต้กรอบของตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาแล้ว ผู้มีหน้าที่ในการกำกับติดตามผล จะต้องจัดทำรายงานสรุปเสนอต่อผู้บริหารให้ได้รับทราบความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานเป็นระยะ

รวมทั้งควรส่งข้อมูลย้อนกลับให้แก่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะช่วยให้ผู้รับผิดชอบแต่ละระดับ ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแนวทางที่เหมาะสม

3. การวัดและประเมินผล (Measurement and Evaluation) การวัดและประเมินผลจะ ประกอบด้วย กระบวนการย่อย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และ ประเมินผลข้อมูล และการนำเสนอผลการประเมิน การวัดและประเมินผลจะเป็นการประเมินผล สำเร็จของการปฏิบัติงานตามแผนในแต่ละรอบเวลาที่กำหนด ซึ่งผลที่ได้จากการประเมินจะเป็นข้อมูล พื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์ในรอบเวลาต่อไปขององค์การ

ในระหว่างที่นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในแต่ละช่วงเวลาควรต้องจัดทำรายงานผลการ ปฏิบัติงาน และจะต้องมีการควบคุม กำกับ ติดตามความก้าวหน้าของงาน หากพบปัญหา/อุปสรรค ต่างๆ จะได้แก้ไขได้ทันที่ที่ ตลอดจนมีการประเมินผลสำเร็จของแผนกลยุทธ์เป็นระยะๆ ด้วย อาจ เป็น 3 หรือ 5 ปี เพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ไปยังขั้นการวางแผนกลยุทธ์และการนำ กลยุทธ์ไปปฏิบัติ การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ที่ดีมิใช่การประเมินผลด้วยความรู้สึก (Subjective) แต่จะต้องประเมินผลด้วยการวัดที่เชื่อถือได้ (Objective) โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จจากการ ดำเนินงาน (KPI)

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมายและรูปแบบของการมีส่วนร่วมไว้ สรุปได้ดังนี้

1. ความหมายของการมีส่วนร่วม

โคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff, 1977) ผู้ริเริ่มทฤษฎีการมีส่วนร่วม ได้ให้ ความหมายของการมีส่วนร่วม ต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการ 4 กระบวนการ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision – Making) ซึ่งอาจเป็นการตัดสินใจตั้งแต่ใน ระยะเริ่ม การตัดสินใจในช่วงของกิจกรรม และการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรม

2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (Implementation) ซึ่งอาจเป็นไปในรูปของการ เข้าร่วมโดยการให้มีการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหารและการร่วมมือ รวมทั้งการเข้าร่วมในการร่วมแรงร่วมใจ

3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ทางวัตถุ ทางสังคมหรือโดยส่วนตัว

4. การมีส่วนร่วมในการประเมิน (Evaluation) ซึ่งนับเป็นการควบคุมและตรวจสอบการ ดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวการมีส่วนร่วมต่อไป

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การที่ปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง ร่วมมือ ร่วมรับผิดชอบในกิจกรรมการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ในขั้นตอนต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ โดยมีกลุ่มหรือองค์กรรองรับบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมการพัฒนาภูมิปัญญา การรับรู้ สามารถคิดวิเคราะห์ และตัดสินใจ เพื่อกำหนดการดำเนินชีวิตได้ด้วยตนเอง

บำรุง แสณณรงค์ (2550) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มคนได้มีโอกาสร่วมเกี่ยวข้องกันโดยการรับผิดชอบกิจกรรม โครงการ ผูกพันทางจิตใจ อารมณ์ในสถานการณ์เพื่อรับผิดชอบในทุกขั้นตอน กล่าวคือ ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ปฏิบัติ ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ด้วยความสมัครใจ เสียสละ เกี่ยวข้องผูกพันตามข้อตกลงร่วมกัน

คณิต เขียววิชัย และวรรณภา แสงวัฒนะกุล (2557) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมคือ การเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคมเล็กหรือสังคมขนาดใหญ่ได้มีส่วนร่วมช่วยเหลืออย่างเต็มที่ต่อสังคมนั้น ๆ อันได้แก่ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น การพิจารณาปัญหา การตั้งนโยบาย การตัดสินใจประเด็นสำคัญต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาประชาชาติ และการประเมินความต้องการของสังคมนั้น ๆ

เก่งกาจ เกลี้ยงแก้ว (2561) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบในกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ขององค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าร่วมของกลุ่มบุคคลในกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ด้วยความสมัครใจ เต็มใจเข้าร่วม และมีความเสียสละ โดยมีส่วนร่วมในการคิด การรับผิดชอบ การวางแผน การดำเนินงาน การปฏิบัติ การตัดสินใจ การประเมินผล และการสรุปผลของกิจกรรมนั้น ๆ ในชุมชน ท้องถิ่น สังคม องค์กร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. รูปแบบการมีส่วนร่วม

วรรณภา วงษ์วานิช (2549) ได้กำหนดรูปแบบของการมีส่วนร่วมของบุคคลไว้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง คือ รูปแบบที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือเข้ามาเกี่ยวข้องตัดสินใจในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนจนกว่าการดำเนินงานจะบรรลุผลเสร็จสมบูรณ์
2. การมีส่วนร่วมที่ไม่แท้จริง คือ รูปแบบที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือเข้ามาเกี่ยวข้องในลักษณะหนึ่งลักษณะใดหรือในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งเท่านั้น โดยแท้จริงแล้วกระบวนการมีส่วนร่วมไม่อาจสามารถกระทำได้ในทุกประเด็น แต่การมีส่วนร่วมของบุคคลจะมีอยู่ในเกือบทุก

กิจกรรมของสังคม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและประเด็นการพิจารณาที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขพื้นฐานการมีส่วนร่วมว่าจะต้องมีอิสรภาพ มีความเสมอภาค และมีความสามารถในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อให้การมีส่วนร่วมดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

World Health Organization (WHO, 1978) ได้เสนอกระบวนการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผน ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับ ความสำคัญ ตั้งเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีติดตามประเมินผล และประการสำคัญ คือ ต้องตัดสินใจด้วยตนเอง

2. การดำเนินกิจการ ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการและบริหารการใช้ทรัพยากร มีความรับผิดชอบในการจัดสรรควบคุมทางการเงิน

3. การใช้ประโยชน์ ประชาชนต้องมีความสามารถในการนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มการพึ่งตนเองและควบคุมทางสังคม

4. การได้รับประโยชน์ ประชาชนต้องได้รับผลประโยชน์ในชุมชนในพื้นที่เท่าเทียมกัน ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ส่วนตัว สังคม หรือในรูปวัตถุก็ได้

เก่งกาจ เกลี้ยงแก้ว (2561) ได้กล่าวถึง รูปแบบการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยมีการวางแผนในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ เป็นลำดับขั้นตอน มีการกระจายอำนาจในการบริหารงานในรูปแบบอื่น ๆ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้เข้ามามีส่วนร่วมปรึกษาหารือ รับฟังข้อเสนอแนะ วิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของส่วนร่วม ดังนั้นในการมีส่วนร่วมจัดกิจกรรมนั้นบทบาทการ

พอจะสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่กลุ่มบุคคลร่วมกันดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาชุมชน ส่วนร่วม และสังคม

นโยบายด้านเศรษฐกิจและสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศ

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์การพัฒนาและทิศทางการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับส่วนที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันสู่การปฏิบัติ

การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้า

การลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึงอันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดย

1. เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1.1) พัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง เช่น การท่องเที่ยว บริการขนส่งและโลจิสติกส์ การค้าส่งค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์ บริการก่อสร้าง ต่อเรือและซ่อมเรือ และบริการสาธารณสุขภาคธุรกิจด้านการกีฬา บริการทางการเงิน บริการสุขภาพ การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นต้น โดยส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานและกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล ยกย่องคุณภาพให้สนองต่อความต้องการของตลาด และพัฒนายกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจ รวมทั้งสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ

1.2) ยกย่องฐานธุรกิจบริการใหม่ที่มีแนวโน้มขยายตัวและมีศักยภาพในการเติบโต อาทิ ธุรกิจบริการดิจิทัล การศึกษานานาชาติ ธุรกิจบันเทิงและคอนเทนต์ และบริการวิชาชีพให้ก้าวไปสู่บริการที่ทันสมัยมากขึ้นโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ เช่น กิจการ Cloud Service แอปพลิเคชันทางการเงิน การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น รวมทั้งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างบูรณาการและส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันบนฐานการพัฒนาเชิงธุรกิจและกระจายผลประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

1.3) สร้างกลไกการขับเคลื่อนภาคบริการที่เป็นเอกภาพ โดยกำหนดให้มีหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภาคบริการของประเทศทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อร่วมกันสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการทั้งระบบ ควบคู่กับการกำกับ ดูแล และติดตามประเมินผลการพัฒนาให้เป็นไปตามกรอบทิศทางและเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ รวมทั้งจัดตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนาภาคบริการในภาพรวมและธุรกิจบริการรายสาขาที่มีศักยภาพ

2. พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.1) ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยดำเนินการ (1) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศเพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ตลอดจนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก (2) พัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวตามศักยภาพของพื้นที่ เชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวสีเขียว การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม (3) พัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยในสายตาโลก (4) ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดศักยภาพเดิมและตลาดใหม่ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดความคุ้มค่าต่อประสบการณ์มากกว่าการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน รวมทั้งสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเพื่อลดการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ (5) พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากรในภาคบริการและการท่องเที่ยว จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศทั่วประเทศ และ (6) พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่ายทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2.2) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย จัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว โดย (1) เร่งปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการสำหรับอนาคต โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการหลักการและการบังคับใช้กฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้สามารถนำไปสู่การอำนวยความสะดวกและการพัฒนาภาคการผลิตและบริการได้ตรงตามทิศทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ (2) ทบทวน ปรับปรุง และพัฒนากฎหมาย กฎ ระเบียบ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬา ธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และการจัดทำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่สากล และ (3) ส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ตามสิทธิที่พึงมีพึงได้ของบุคคล

2.3) ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นกลไกในการบริหารจัดการและกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนสถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน รวมทั้งกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
แนวทางการพัฒนา ในการพัฒนาภาคเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กระจายตัวอย่างทั่วถึง

ภาคกลาง พัฒนาเป็นฐานเศรษฐกิจชั้นนำ ปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มศักยภาพของภาคกลางให้เป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวของเอเชียที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลนานาชาติในจังหวัดชลบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นฐานการกระจายรายได้และการสร้างงาน โดยยกระดับคุณภาพของธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานระดับนานาชาติและเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

2) พัฒนาและปรับปรุงการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี จันทบุรี และตราด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตรเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล

3) สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี ชัยนาท และกาญจนบุรีให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเกษตร โดยปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม มีความหลากหลาย และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอย่างยั่งยืน

4) พัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรีและสระแก้วให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอม โดยฟื้นฟูบูรณะโบราณสถานและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งปรับปรุงและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและควบคุมการใช้ที่ดินอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

โดยสรุป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยังมีการขยายตัวสูง และเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการจ้างงานไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

แผนและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแผนและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ได้มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเริ่มต้นตั้งแต่การประเมินผลแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) การศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ การทบทวนทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต้นแบบรายสำคัญ การ ทบทวนนโยบายและ แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการรับฟังและระดม ความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาค วิชาการ และภาคประชาชน ผ่านการสัมภาษณ์ เชิงลึกผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การจัดประชุมกลุ่มย่อยและ การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟัง ความคิดเห็นต่อร่างแผนฯ และการประชุมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ต่อแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

สาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ให้ ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ และ พร้อมทั้งจะ เติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งส่งเสริมการ ท่องเที่ยว ภายในประเทศ พัฒนา การท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม การยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เข้าใจและสามารถ ปรับตัวให้เข้ากับบริบทของ การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นตัวจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกัน ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน โดยมี คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อน และพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย เพื่อให้สามารถใช้เป็นกรอบการดำเนินงานในการพัฒนา การท่องเที่ยวสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

ซึ่งในบริบทของการสนับสนุนพัฒนาศักยภาพด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่ให้มีความ เข้มแข็งและมีอัตลักษณ์ ตรงกับยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience) ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 3.1: สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอันน่าประทับใจที่มีคุณค่าเพื่อ ตอบสนอง ความต้องการของ

นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Value - Based Tourism) กลยุทธ์ที่ 3.2: ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยว ศักยภาพสูงที่หลากหลายและสร้างสรรค์ ของไทย (High-Potential and Creative Tourism) โดย แนวทางที่ 3.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมาย ปลายทางที่น่าสนใจของ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่พำนักตั้งแต่ในระยะสั้นถึงระยะยาว ผ่านจำหน่าย สินค้า การจัดกิจกรรม นันทนาการและการแข่งขันกีฬาระดับประเทศและนานาชาติ กลยุทธ์ที่ 3.3: ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ (Quality - Based Marketing) โดยแนวทางที่ 3.2.3 : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมาย ปลายทางที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ พำนักตั้งแต่ในระยะสั้นถึงระยะยาว ผ่านการ จำหน่ายสินค้า การจัดกิจกรรมนันทนาการและการ แข่งขันกีฬาระดับประเทศและนานาชาติ

2. กรอบแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 พ.ศ. 2566 – 2570

กรอบแผนพัฒนาภาคกลาง พ.ศ. 2566 – 2570

2.1 เป้าหมายรวม มีดังนี้

2.1.1 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคกลางขยายตัวเพิ่มขึ้น

2.1.2 สัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini Coefficient) ในการกระจาย

รายได้ของภาคกลางลดลง

2.2 แนวทางการพัฒนา

2.2.1 พัฒนาและยกระดับภาคกลางไปสู่การเป็นแหล่งเกษตรสมัยใหม่และ

ศูนย์รวบรวมนและ กระจายสินค้าเกษตรของประเทศโดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้ 2.2.1.1 เพิ่มผลิตภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปรวมทั้ง วัสดุเหลือใช้ทาง การเกษตรในพื้นที่แหล่งผลิตสำคัญของภาค เพื่อยกระดับรายได้ให้แก่เกษตรกรจะได้สร้าง แรงจูงใจ ให้คนรุ่นใหม่หันมาสืบทอดอาชีพเกษตรกร และลดการเผาวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่จะสร้าง ปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อม อาทิ ข้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา ชัยนาท ลพบุรี อ่างทอง ปทุมธานี สิงห์บุรี และนครปฐม อ้อย ในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีลพบุรี และสุพรรณบุรี พืชผักในเขตพื้นที่ จังหวัดราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี และนครปฐม โคนม-โคนเนื้อ ในเขตพื้นที่ จังหวัดสระบุรี ลพบุรี กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และราชบุรี สุกรในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี และ นครปฐม สัตว์ปีก ในเขตพื้นที่ จังหวัดลพบุรี สระบุรีกาญจนบุรี และสุพรรณบุรี และสัตว์น้ำในเขต พื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และสมุทรปราการ ผ่านการวิจัยพัฒนา และ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เข้มข้น 2.2.1.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการทำการเกษตรรูปแบบใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ ที่มีความแม่นยำสูงมาใช้ในการทำการเกษตร เพื่อพัฒนาไปสู่เกษตรกรอัจฉริยะ

(Smart Farm หรือ Intelligent Farm) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด 2.2.1.3 ส่งเสริมการทำการเกษตรที่ยั่งยืน อาทิ การทำเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาคุณภาพการทำการเกษตรไปสู่มาตรฐานความปลอดภัย 2.2.1.4 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่คุณค่าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาฐานข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดอย่างเป็นระบบและเป็นประโยชน์ ต่อการวางแผนการผลิตของเกษตรกร และพัฒนาตลาดค้าส่งค้าปลีกสินค้าเกษตรที่สำคัญในพื้นที่ไปสู่การเป็นศูนย์ รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรของประเทศรองรับการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce

2.2.2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เข้าสู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้ 2.2.2.1 สร้างมูลค่าการท่องเที่ยวและปรับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง กับความต้องการ โดยส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในเขตจังหวัดที่มีแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ อาทิ จังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สระบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม เชียงประวัติศาสตร์ อาทิ พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี และนครปฐม เชียงอาหารและวัฒนธรรม อาทิพระนครศรีอยุธยา ชัยนาท ราชบุรี และเพชรบุรีเชิงกีฬา อาทิ จังหวัดสุพรรณบุรี เชียงการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพ อาทิ นครปฐม พระนครศรีอยุธยา เพชรบุรีกาญจนบุรี และสระบุรี 2.2.2.2 ส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถบริหารจัดการดูแลเรื่องความสะอาด สุขอนามัย และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2.2.2.3 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยใช้จุดเด่น และความคิดสร้างสรรค์ศิลปะ วัฒนธรรม และองค์ความรู้ท้องถิ่นมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการ ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นให้มีคุณค่าตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลายมากขึ้น 2.2.2.4 พัฒนาการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติและมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมาก อาทิ จังหวัด กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และพระนครศรีอยุธยา

2.2.3 พัฒนาภาคกลางเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้ 2.2.3.1 ยกระดับบริการการแพทย์แบบครบวงจร (Medical Hub) และเป็นเครือข่าย รองรับ การขยายตัวจากกรุงเทพฯ ในเขตพื้นที่นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ 2.2.3.2 ส่งเสริมการวิจัยทางการแพทย์และรักษาโรคเฉพาะทาง โดยภาคกลางมีศักยภาพและความเป็นเลิศทางการรักษาเกี่ยวกับโรคติดต่อและโรคติดเชื้อ โรคทรวงอก และโรค

จิตเวช 2.2.3.3 เพิ่มประสิทธิภาพการรักษาพยาบาลและพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการ ทาง การแพทย์และการดูแลสุขภาพ 2.2.3.4 ส่งเสริมการแพทย์ทางเลือก โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ในการพัฒนาเป็นเมือง สมุนไพรและมีภูมิปัญญาตำรายาสมุนไพรและแพทย์แผนไทย อาทนครปฐม นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา เพชรบุรี กาญจนบุรี สระบุรี และชัยนาท

2.3.4 พัฒนาการผลิตกำลังคนให้มีทักษะรองรับอุตสาหกรรมและบริการแห่ง อนาคต โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้ 2.3.4.1 ยกย่องคุณภาพมาตรฐานการเรียนการสอน ในทุกพื้นที่ให้มีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล ทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน โดยเฉพาะ จังหวัดที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ เพื่อให้ทุกพื้นที่สามารถผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ และลดพฤติกรรมเลือกเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษา ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลโดยไม่ได้ คำนึงถึงเรื่องระยะทางในการเดินทาง ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการ เดินทางและค่าที่พัก รวมทั้งทำ ให้เกิดความแออัดในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2.3.4.2 พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้ ทันสมัยเพื่อให้สามารถผลิตบุคลากรหรือ แรงงาน ได้ตรงตามความต้องการของพื้นที่อาทียานยนต์ ไฟฟ้า ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2.3.4.3 สนับสนุนเทคโนโลยีทางการศึกษาให้แก่สถานศึกษาที่ อยู่ห่างไกลความเจริญและมีความขาดแคลน อาทิจังหวัดชัยนาท และกาญจนบุรี 2.3.2.4.4 ส่งเสริม และสนับสนุนการสร้างทักษะใหม่ที่เกิดขึ้นในการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการ (ReSkill) ควบคู่กับการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้นรองรับการเติบโตในอนาคต (UpSkill) เพื่อพัฒนา ผลิตภาพแรงงานให้สูงขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดที่มีความต้องการแรงงานที่ทักษะฝีมือสูง อาทิ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการ และปทุมธานี

2.3.5 พัฒนาเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนและเมืองชายแดน รวมทั้งพื้นที่ ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคกลาง-ตะวันตก ให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต โดยมี แนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้ 2.3.5.1 เร่งดำเนินการวางแผนพัฒนารูปแบบเมืองเพื่อรองรับการ ขยายตัวของเมืองในอนาคต โดยคำนึงถึงหลักการสถาปัตยกรรม(Universal Design) เพื่อคนทุกกลุ่ม 2.3.5.2 วางแผนบริหารจัดการพื้นที่ให้เอื้อต่อการพัฒนาในอนาคต โดยคำนึงถึงความยั่งยืน ทางภูมิ นิเวศ ภูมิสังคม และภูมิวัฒนธรรม บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม 2.3.5.3 เร่ง พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบขนส่งมวลชนและระบบขนส่งสาธารณะทั้งทาง บก ทางน้ำ และทาง อากาศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการคมนาคมขนส่งสินค้า โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบ ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบที่มุ่งเน้นการพัฒนาระบบเชื่อมต่อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน การคมนาคมขนส่ง ให้เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจบริการโลจิสติกส์โดยเฉพาะการรวบรวมและกระจาย สินค้าที่จะเติบโตควบคู่กับธุรกิจ e-Commerce 2.3.5.4 เร่งดำเนินการพัฒนาตามแผนพัฒนาระเบียง เศรษฐกิจพิเศษภาคกลาง-ตะวันตก (CWEC) ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีสุพรรณบุรีพระนครศรีอยุธยา และนครปฐม

โดยสรุป จากทิศทางการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีประเด็นพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและยกระดับภาคกลางไปสู่การเป็นแหล่งเกษตรสมัยใหม่ เป็นศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรของประเทศโดย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เข้าสู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ การพัฒนาภาคกลางเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ และพัฒนาเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนและเมืองชายแดน ซึ่งนับเป็นโอกาสสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

3. แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี พ.ศ. 2566–2570

ทิศทางการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) กำหนดสาระสำคัญไว้ ดังนี้ (จังหวัดกาญจนบุรี, 2565)

1. การพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ น่าเที่ยว ประชาชน ชุมชนที่อยู่อาศัยทั้ง ในเขตเมืองและชนบทมีสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยในการดำรงชีวิตและทรัพย์สิน บริการสาธารณสุขและบริการสาธารณะอื่นที่เพียงพอและสะดวก คดีอาชญากรรม คดียาเสพติด จำนวนน้อย ประชาชนได้รับการศึกษาพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถอย่างกว้างขวาง มีงานทำ เศรษฐกิจเติบโตอย่าง ต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ การคมนาคมขนส่งสะดวก ปลอดภัยไม่สิ้นเปลือง มีระบบบำบัดน้ำเสียและกำจัดขยะอย่างเหมาะสม การควบคุมมลภาวะทางน้ำ อากาศ ดิน ควันอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน พื้นที่สีเขียว มีความ อุดมสมบูรณ์ ประชาชนภูมิใจและร่วมมือบำรุงรักษามรดกทางประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม วัฒนธรรมท้องถิ่น การให้บริการภาครัฐโปร่งใส และ ยุติธรรม

2. การพัฒนาการเกษตรแปรรูปและอุตสาหกรรมสีเขียว เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร องค์กร การเกษตร และอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตร ร่วมมือผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ ปลอดภัยได้ มาตรฐาน มีการรวมกลุ่มวางแผนการผลิตตามความต้องการของตลาด การขอการรับรอง มาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ช่วยเหลือจัดหาตลาดรองรับ ผลผลิต ทั้งตลาดภายใน จังหวัดและตลาดภายนอก และใช้กลไกสหกรณ์สนับสนุนขับเคลื่อนรูปแบบ การผลิตผลผลิตทางการเกษตร ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่นสามารถส่งเสริมให้มีการยกระดับเป็น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้

3. การพัฒนาการเกษตรแปรรูปและอุตสาหกรรมสีเขียว เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร องค์กร การเกษตร และอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตร ร่วมมือผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ ปลอดภัยได้ มาตรฐาน มีการรวมกลุ่มวางแผนการผลิตตามความต้องการของตลาด การขอการรับรอง มาตรฐาน สะดวก รวดเร็ว รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ช่วยเหลือจัดหาตลาดรองรับ ผลผลิตทั้งตลาดภายในจังหวัดและตลาดภายนอก และใช้กลไกสหกรณ์สนับสนุนขับเคลื่อนรูปแบบ

การผลิตผลผลิตทางการเกษตร ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถส่งเสริมให้มีการยกระดับเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ภาคอุตสาหกรรมผู้ประกอบการให้ความสำคัญและยึดมั่นต่อการประกอบกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตในทุกห่วงโซ่คุณค่า ตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ในแผนทุกระดับ รวมถึงมีพร้อมต่อการบริหารจัดการความเสี่ยง และมีความเข้มแข็งทางการเงิน เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของโลกและการพัฒนาของประเทศอย่างต่อเนื่อง

4. การพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีให้เป็นประตูสู่เมืองทวาย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก กฎระเบียบ ได้รับการพัฒนา ปรับปรุง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและเขตพื้นที่อื่นในจังหวัด ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพของภาคเอกชนในจังหวัดรองรับการเข้ามาลงทุนของนักลงทุน และมีความพร้อมต่อการขยายตัวของการค้าชายแดน รวมถึงมีความพร้อมในการเข้าไปลงทุนในเมืองทวาย ประเทศสาธารณรัฐ แห่งสหภาพเมียนมาและเมืองใกล้เคียง บุคลากรในทุกระดับการศึกษาทุกสาขาวิชาชีพ ได้รับการพัฒนา เพื่อเป็นทรัพยากรที่สำคัญของกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมเป้าหมาย อุตสาหกรรมสนับสนุน และสาขา บริการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบริการอื่น ๆ ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประชาชนและชุมชนเดิมในพื้นที่ เขตเศรษฐกิจพิเศษได้รับการดูแลและได้ประโยชน์จากการพัฒนาตามความเหมาะสม

วิสัยทัศน์ ตามทิศทางการพัฒนาดังกล่าวข้างต้น จึงกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของจังหวัดกาญจนบุรีในช่วงปี พ.ศ. 2566 – 2570 ว่า “ประชาชนมีคุณภาพ สภาพแวดล้อมดี สินค้าเกษตรมีมาตรฐาน การท่องเที่ยวอัตลักษณ์เมืองกาญจน์ ย่านอุตสาหกรรมสีเขียว และประตูสู่ทวาย”

พันธกิจ หมายถึง สิ่งที่จังหวัดต้องดำเนินการเพื่อนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนด มีดังนี้

1. พัฒนาทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม และคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง รวมถึงพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม ส่งเสริมอาชีพชุมชน ประชาชนทุกช่วงวัยมีรายได้ที่เหมาะสม สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ
2. อนุรักษ์และเพิ่มพูนทรัพยากรธรรมชาติทั้งในด้านปริมาณและความหลากหลาย ควบคุมมลภาวะ และดูแลสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานสากล
3. พัฒนาศักยภาพการประกอบอาชีพทั้งด้านการเกษตร ด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านการค้า และด้านอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าผลผลิต

4. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง เติบโตอย่างยั่งยืน เพิ่มศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพในระดับสากล

5. พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ โครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์ที่ได้มาตรฐาน เพิ่มมูลค่า การค้าภายใน อำนวยความสะดวกให้กับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศบนพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เป็นมิตรที่ดีต่อกัน

เป้าประสงค์รวมของการพัฒนาจังหวัด

1. ประชาชนชาวกาญจนบุรีมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีงานทำ มีรายได้ มีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข

2. จังหวัดกาญจนบุรีมีสภาพแวดล้อมน่าอยู่ ประชาชนทุกภาคส่วนร่วมใจปกป้อง รักษาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ

3. จังหวัดกาญจนบุรีมีเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับคนทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน โดยอาศัยการเติบโต อย่างมีคุณภาพและเชื่อมโยงระหว่างภาคเศรษฐกิจการเกษตร ภาคการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ภาคการค้า ทั้งในและระหว่างประเทศ และภาคอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ประเด็นการพัฒนา เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางการพัฒนา

เพื่อให้การขับเคลื่อนแผนพัฒนาจังหวัดบรรลุเป้าประสงค์และวิสัยทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถกำหนดแผนงาน โครงการได้อย่างชัดเจน จังหวัดจึงกำหนดประเด็นการพัฒนา เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางการพัฒนา ดังนี้

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 การพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในทุกมิติ

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 การพัฒนาระบบเกษตรกรรมอย่างครบวงจร

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวอัตลักษณ์คุณภาพสูงและเติบโตอย่างยั่งยืน

ประเด็นการพัฒนาที่ 5 การพัฒนาการค้า การลงทุน อุตสาหกรรม และเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ประเด็นที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่

3.1.2.1 การเกษตรสร้างมูลค่า ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการผลิต ทั้งเชิงปริมาณ และมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร ประกอบด้วย (1) เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น (2) เกษตรปลอดภัย (3) เกษตรชีวภาพ (4) เกษตรแปรรูป และ (5) เกษตรอัจฉริยะ

3.1.1.2.2 อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต โดยสร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและ เทคโนโลยีแห่งอนาคต ประกอบด้วย

3.1.1.2.3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยการรักษาการเป็น จุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ประกอบด้วย (1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (2) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (4) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และ (5) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

3.1.1.2.4 โครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงไทยเชื่อมโลกครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐาน ทางกายภาพ ในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจน โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ โดย (1) เชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ (2) สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ (3) เพิ่มพื้นที่และเมือง เศรษฐกิจ (4) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่

ข้อมูลทั่วไปและบริบทเชิงพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริบทของจังหวัดกาญจนบุรี (เดชพล ฐิตยารัตน์, 2555; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556; จังหวัดกาญจนบุรี, 2566) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สภาพทั่วไปของจังหวัด

จังหวัดกาญจนบุรีมีเนื้อที่ประมาณ 12 ล้านไร่ หรือ 19,483 ตารางกิโลเมตร นับเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ รองจากจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดเชียงใหม่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าและเทือกเขาสูง โดยมีแม่น้ำสายหลัก 2 สาย คือ แม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อยที่ไหลขนานลงมาบรรจบกันเป็นแม่น้ำแม่กลองที่ตัวเมืองกาญจนบุรี ความเป็นมาของกาญจนบุรีเท่าที่มีการค้นพบหลักฐานนั้น ย้อนไปได้ถึงสมัยก่อนประวัติศาสตร์ เมื่อมีการค้นพบเครื่องมือหินในบริเวณบ้านเก่า อำเภอเมืองมาจนถึงสมัยทวารวดี ซึ่งมีหลักฐานคือซากโบราณสถานที่ตำบลปรางค์พล อำเภอสังขละบุรี เป็นเจดีย์ลักษณะเดียวกับจุลประโทนเจดีย์ที่จังหวัดนครปฐม บ้านคูบัว จังหวัดราชบุรี และเมืองอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งค้นพบโบราณวัตถุ เช่น พระพิมพ์สมัยทวารวดีจำนวนมาก สืบเนื่องต่อมาถึงสมัยพุทธศตวรรษที่ 16-18 หลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ค้นพบคือปราสาทเมืองสิงห์ ซึ่งมีรูปแบบศิลปะแบบขอม ความเป็นมาของกาญจนบุรียังปรากฏในพงศาวดารเหนือที่ระบุว่า กาญจนบุรีเป็นเมืองขึ้นของสุพรรณบุรีในสมัยสุโขทัย ครั้นมาถึงสมัยอยุธยา กาญจนบุรีก็มีฐานะเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญจนกระทั่งถึงสมัยกรุงธนบุรีและรัตนโกสินทร์ต่อมา ในสมัยรัชกาลที่

5 เมื่อมีการจัดรูปแบบการปกครองเป็นมณฑลเทศาภิบาล กาญจนบุรีถูกโอนมาขึ้นกับมณฑลราชบุรี และยกฐานะเป็นจังหวัดกาญจนบุรีในปี พ.ศ. 2467 เหตุการณ์ที่ทำให้กาญจนบุรีมีชื่อเสียงไปทั่วโลก คือ ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อญี่ปุ่นตัดสินใจสร้างทางรถไฟสายยุทธศาสตร์ จากชุมทางหนองปลาดุกในประเทศไทย ไปยังเมืองทันปือซาฮัตในพม่า โดยเกณฑ์เชลยศึกและแรงงานจำนวนมากมาเร่งสร้างทางรถไฟอย่างหามรุ่งหามค่ำ จนทำให้มีผู้คนล้มตายเป็นจำนวนมาก ทั้งจากความเป็นอยู่ที่ยากแค้นและโรคภัยไข้เจ็บที่รุมเร้า ซึ่งภาพและเรื่องราวของความโหดร้ายในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ปรากฏอยู่ในพิพิธภัณฑ์หลายแห่งในกาญจนบุรี

ที่ตั้ง จังหวัดกาญจนบุรีตั้งอยู่ภาคกลางของประเทศไทยห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศตะวันตก ประมาณ 129 กม. มีเนื้อที่ประมาณ 19,483.148 ตร.กม. หรือประมาณ 12,176,967.5 ไร่ ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้ทั้งป่าโปร่งและป่าดงดิบ มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อยซึ่งไหลมาบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลองที่บริเวณอำเภอเมืองกาญจนบุรี โดยเฉพาะชายแดนที่ติดกับพม่า ยังมีสภาพเป็นป่าดงดิบ ซึ่งมีสัตว์ป่านานาชนิด อาศัยอยู่ เป็นจำนวนมาก มีอาณาเขตทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดตาก และจังหวัดอุทัยธานี และสหภาพเมียนมาร์ ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดราชบุรีและจังหวัดนครปฐม ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดสุพรรณบุรี และทิศตะวันตก ติดต่อกับ สหภาพเมียนมาร์

ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบไปด้วย ทิวเขาหุบเขาและที่ราบลุ่มแม่น้ำ โดยพื้นที่ทางทิศเหนือและทิศตะวันตกของจังหวัดมีลักษณะเป็นป่าไม้และภูเขา ทิศตะวันออกเฉียงเหนือและทิศเหนือบางส่วนเป็นที่ราบกว้างใหญ่สลับกับเนินเขาเตี้ย ๆ ที่มีลักษณะแห้งแล้ง พื้นที่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้และตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบมีความอุดมสมบูรณ์ และด้านตะวันออกสามารถแบ่งออกเป็น 3 เขตใหญ่ ๆ ดังนี้คือ 1) เขตภูเขาและที่สูง ได้แก่ พื้นที่ทางด้านทิศเหนือของจังหวัดมีลักษณะเป็นเทือกเขาต่อเนื่องจากเทือกเขาถนนธงชัย 2) ด้านตะวันตกของจังหวัด เป็นเทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งกั้นพรมแดนระหว่างไทยกับประเทศเมียนมาร์ทอดยาวลงไปทางด้านใต้บริเวณนี้จะเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำที่สำคัญของจังหวัด และ 3) เขตที่ราบลูกฟูก ได้แก่พื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดมีลักษณะเป็นที่ราบเชิงเขาสลับกับเนินเขาเตี้ย ๆ

ภูมิอากาศ ภูมิอากาศโดยทั่วไปของจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากสภาพพื้นที่ของจังหวัดที่กว้างขวางมาก ลักษณะภูมิอากาศจึงแตกต่างกันออกไป บริเวณที่ราบมีสภาพภูมิอากาศคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคกลางและภาคตะวันตก ส่วนบริเวณที่เป็นป่าและภูเขาจะแตกต่างกันคือ ในฤดูร้อนจะร้อนจัด ในฤดูหนาวจะหนาวจัด โดยฤดูฝนจะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมของทุกปี

เขตการปกครอง กาญจนบุรีแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองกาญจนบุรี อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังขละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา มีตำบลรวม 95 ตำบล 959 หมู่บ้าน มีองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 33 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 86 แห่ง

ด้านเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์จังหวัดของกาญจนบุรี รายได้ต่อหัว จำนวนประชากรระหว่างปี 2547-2551 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2551 ผลิตภัณฑ์จังหวัดของจังหวัดกาญจนบุรี ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 74,721 ล้านบาท และรายได้ต่อหัวเป็น 95,887 บาท

ด้านการพัฒนาจังหวัด กาญจนบุรีได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมประตุการค้าชายแดน และมุ่งพัฒนาสู่คุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน” โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดไว้ 8 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาประสิทธิภาพระบบการผลิตสินค้าเกษตร เกษตรอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมที่ปลอดภัย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการค้าชายแดน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

ยุทธศาสตร์ที่ 6 ส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ที่ 7 การรักษาความมั่นคงชายแดน

ยุทธศาสตร์ที่ 8 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า จังหวัดกาญจนบุรีให้ความสำคัญกับเรื่องการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2. บริบทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

ในด้านการท่องเที่ยว กาญจนบุรีคือดินแดนแห่งธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ด้วยผืนป่าพรรณไม้ โถงถ้ำ น้ำตก และประเพณีวัฒนธรรมอันหลากหลายของผู้คนหลากหลายเชื้อชาติที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างเอื้ออารี ทั้งไทย พม่า มอญ ปากะญอ (กะเหรี่ยง) เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566; จังหวัดกาญจนบุรี, 2565)

จังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น น้ำตก ป่าไม้ ภูเขา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มีกิจกรรมด้านนักท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและภายใน

ประเทศเข้ามาท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดเป็นจำนวนมาก แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกาญจนบุรี เช่น น้ำตกไทรโยค อุทยานแห่งชาติถ้ำธารลอด อุทยานแห่งชาติเขาแหลม อุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว ทางรถไฟสายมรณะ สุสานทหารสัมพันธมิตร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและเซลยศึก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติปราสาทเมืองสิงห์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเก่า วัดพระแท่นดงรังวรวิหาร วัดถ้ำเสือ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวในงานโอกาสและประเพณีสำคัญๆ เช่น งานสะพานข้ามแม่น้ำแควในเดือนพฤศจิกายน งานสงกรานต์วัฒนธรรมหมู่บ้านหนองขา งานสงกรานต์มอญในเดือนเมษายน ประเพณีพาดข้าวชาวกะเหรี่ยงที่อำเภอสังขละบุรี เป็นต้น

การเดินทางไปยังจังหวัดกาญจนบุรี สามารถเดินทางเข้าถึงได้หลายทาง ดังนี้

1. โดยรถยนต์ ตามเส้นทางถนนเพชรเกษม หรือถนนบรมราชชนนี ผ่านอำเภอนครชัยศรีจังหวัดนครนครปฐม ผ่านอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เข้าสู่อำเภอท่ามะกา ท่าม่วง ถึงจังหวัดกาญจนบุรี รวมระยะทาง 129 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 90 นาที

2. โดยรถโดยสารประจำทาง เริ่มต้นจากสถานีขนส่งสายใต้ โดยรถยนต์ปรับอากาศชั้นหนึ่ง ใช้เส้นทางถนนบรมราชชนนี-นครชัยศรี (ให้บริการทุก ๆ 20 นาที ตั้งแต่เวลา 05.00-22.30 น.) หรือรถปรับอากาศชั้นสอง มีการให้บริการ 2 เส้นทางคือ เส้นทางสายเก่า (ถนนเพชรเกษม-อ้อมใหญ่-นครชัยศรี) และเส้นทางสายใหม่ (ถนนบรมราชชนนี-นครชัยศรี) ตั้งแต่เวลา 05.10-21.00 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง

3. โดยรถไฟ เริ่มจากสถานีรถไฟบางกอกน้อย มีการให้บริการวันละ 2 เที่ยว ในเวลา 07.40 น. และ 13.50 น. แวะจอดที่สถานีกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว ท่ากิโล สถานีน้ำตกใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมงครึ่ง สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่สถานีรถไฟบางกอกน้อย โทร. 0 2411 3102 วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีรถไฟเที่ยวพิเศษ นำเที่ยวไปกลับภายในวันเดียว

โดยสรุป กาญจนบุรี เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญด้านการท่องเที่ยวมากจังหวัดหนึ่งของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง เนื่องจากมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น พื้นที่กาญจนบุรีมีการค้นพบหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น เครื่องมือหินในบริเวณบ้านเก่า อำเภอเมืองกาญจนบุรี ซากโบราณสถานที่ตำบลปรังเผล อำเภอสังขละบุรี หลักฐานทางประวัติศาสตร์สมัยพุทธศตวรรษที่ 16 - 18 ที่ค้นพบคือปราสาทเมืองสิงห์ ซึ่งมีรูปแบบศิลปะแบบขอม และเหตุการณ์ที่ทำให้กาญจนบุรีมีชื่อเสียงไปทั่วโลกคือช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อญี่ปุ่นตัดสินใจสร้างทางรถไฟสายยุทธศาสตร์ จากชุมทางหนองปลาดุกในประเทศไทย ไปยังเมืองทันปือชายัดไน ซึ่งภาพและเรื่องราวในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ยังปรากฏอยู่ในพิพิธภัณฑสถานหลายแห่งในกาญจนบุรี เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ดังนั้น การพัฒนากลยุทธ์

ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี จะเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดกาญจนบุรี เกิดความเข้มแข็งและพัฒนาไปสู่ประเทศได้อย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกลยุทธ์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กิตติทัช เขียวฉ้วน และคณะ (2565) ได้ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านริมน้ำโฮมสเตย์ ชุมชนตะคร้ำเอน จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทของบ้านริมน้ำโฮมสเตย์ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนบ้านริมน้ำโฮมสเตย์ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านริมน้ำโฮมสเตย์ ใช้การวิจัยแบบผสานวิธี โดยการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คนและนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ผลจากการศึกษาพบว่า 1) บริบทของชุมชนตะคร้ำเอนมีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและอุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและยังมีการทำกิจกรรมเสริมในชุมชน นอกจากนี้ ยังมีทรัพยากรที่หลากหลายและมีศักยภาพที่ดี 2) ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ โดยเฉพาะการจัดงานแสดงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นของดั้งเดิม นั่นก็คือประเพณีและวัฒนธรรมของศาสตร์ลาว กิจกรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาอุดหนุนอย่างมากในทุก ๆ ปี ทำให้ชุมชนตะคร้ำเอนเป็นที่รู้จักมากขึ้น 3) แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านริมน้ำโฮมสเตย์ได้มีการนำวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชุมชนตะคร้ำเอนที่เลือนหายไปกลับมาทำใหม่ให้อยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพร้อมสร้างโฮมสเตย์ควบคู่กันไป และเห็นว่าในการทำโฮมสเตย์ที่นำเสนอกิจกรรมที่เป็น เอกลักษณ์ของชุมชน โดยใช้วัฒนธรรมของชุมชนเป็นหลักทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบและได้รับความนิยม อีกทั้งยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนได้ อีกด้วย

สุกานดา ถิ่นฐาน (2565) ได้ศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษาเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวในพื้นที่พหุวัฒนธรรมเส้นทางรถไฟสายมรณะ 2) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษที่เดินทางมาเส้นทางรถไฟสายมรณะ และ 3) ออกแบบอัตลักษณ์และการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเชิง

สร้างสรรค์ ดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมวิธี เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มคนในพื้นที่ รวมถึงนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้อง และสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ร่วมกับการบูรณาการศิลปะการออกแบบและทฤษฎีต่าง ๆ ในรูปแบบที่เหมาะสมสู่การสร้างโมเดล กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลของการศึกษาพบว่า 1) บริบทการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีทุนทางทรัพยากรมิติทางประวัติศาสตร์ ในพื้นที่เป็นปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดคนนอกพื้นที่เข้ามากาญจนบุรีโดยถดถอยประกอบเป็น 3 ส่วนคือ พื้นที่ คน อัตลักษณ์ เพื่อคัดเลือกมาใช้ในการออกแบบให้การเล่าเรื่องอดีตในเวลาปัจจุบัน 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินคือ การพักผ่อน ชมประวัติศาสตร์และเรียนรู้วัฒนธรรม จัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทรักสนุกและพวกนิเวศนิยม 3) นำเสนอเสนอแนะเรื่องราวในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจผ่านการมีส่วนร่วมระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวนำไปสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำ และบอกต่อ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในพื้นที่ สามารถนำกลยุทธ์การท่องเที่ยว “MOST MODEL” ไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ได้ โดยผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป พบว่า ผู้นำ และคนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมและการสื่อความหมายเรื่องราวในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว เข้าใจแลกเปลี่ยนในวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และความประทับใจให้กับ นักท่องเที่ยว และในการทำกิจกรรมอาจขอความร่วมมือจากกลุ่มเอกชนของในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงแบบองค์รวมตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา (2564) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 2) เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 24 ท่าน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาผลการวิจัย พบว่า จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาทิโบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถานศิลปะการแสดงขนบธรรมเนียมประเพณีวิถีชีวิต กลุ่มชาติพันธุ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าทอลายโบราณและเครื่องเงิน นอกจากนี้ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องเข้ามาสนับสนุนในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการพัฒนา สร้างมรดกแห่งท้องถิ่น สร้างความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้ไปวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชีวิตและกลุ่มชาติพันธุ์ 2) การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการใช้สื่อออนไลน์ พัฒนาเครือข่ายภาคี

ท่องเที่ยว ยกกระดับคุณภาพของการบริการของบุคลากรท้องถิ่น 3) การวางแผนนโยบายที่มีเป้าหมาย และทิศทางเดียวกัน คนในพื้นที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 4) การส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีสิ่งแวดลอมในท้องถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าใน วัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน

วัชระ เวชประสิทธิ์ โสภภาพ กล่ำสกุล และ จริยา รัชตโสทธิ (2562) ได้ศึกษาการ พัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร เทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอนาทม จังหัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร 2) พัฒนาด้านแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร และ 3) ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบสื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร เทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอนาทม จังหัด กาญจนบุรี ใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิง คุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกตามแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับกลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่น ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการ ธุรกิจชุมชน จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่ม ตัวอย่างเป็นบุคลากรเทศบาลตำบลพระแท่น ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนและนักท่องเที่ยว จำนวน 150 คน เลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร ผลการวิจัยพบว่า วัดพระแท่นดงรังวรวิหารเป็นพระอาราม หลวงชั้นตรี ภายในมีพุทธสถานที่สำคัญคือ “พระแท่นดงรัง” สร้างขึ้นเมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัด สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยอยุธยา มีความเชื่อว่าเป็นที่ปรินิพพานของพระพุทธเจ้า ภายในบริเวณวัด มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น บ่อบัวพระโอษฐ์ เขาถวายพระเพลิง รอยพระพุทธบาทไม้ประดับมุก วิหารหินบดยา วิหารพระ อานนท์ หอพระธาตุ พระอุโบสถจัตุรมุข วิหารพระพุทรมงคล บันได นาคเจ็ดเศียร ต้นไม้ของพ่อ การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมีป้ายข้อความแบบง่าย ๆ และ ขนาดเล็กติดไว้เฉพาะจุดเพื่อบอกสถานที่สำคัญ แต่ไม่มีสื่อเพื่อนำภาพรวมของสถานที่สำคัญภายใน บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงร่วมกับชุมชนออกแบบและพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหารขึ้น ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหารอยู่ในระดับมากที่สุด ทำให้ชุมชนสามารถ นำไปใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหารต่อไป

รัฐันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน โดยทำการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับศักยภาพการรองรับ (Carrying Capacity) ภายใต้โครงการที่สำคัญของรัฐให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบิน (Hub) ของภูมิภาคเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีเวลาเหมาะสมกับแผนการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมและพัฒนาอุทยานดอยปุยในด้านอาชีพมีการทำธุรกิจในชุมชนอย่างมีความตระหนักรู้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นต้องให้การศึกษาโดยหน่วยงานและกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในด้านข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลในมิติของศักยภาพการรองรับทางการท่องเที่ยว การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์และหาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานในปัจจุบันทางสังคมเศรษฐกิจวิถีชีวิตประจำวัน วิถีความเป็นชุมชนและข้อมูลในมิติของศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน ซึ่งการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากประชากร ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ชาวชุมชนหมู่บ้านมังฆุนช่างเคียน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าจำนวน 150 ราย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและรวบรวมข้อมูลจากแบบบันทึกรายละเอียดสถิติในข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าชุมชนดอยปุยมีศักยภาพการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าในทุกด้าน ได้แก่ ความตั้งใจและความสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางกายภาพแนวคิดและประเพณีวัฒนธรรมการมีที่พักอาศัยหรือที่พักผ่อนหย่อนใจที่ดีพอสมควรการมีกิจกรรมที่ทำเป็นทั้งเชิงวัฒนธรรมและเป็นไปตามธรรมชาติของท้องถิ่นและความประทับใจทั้งทางด้านสถานที่พักและความประทับใจของธรรมชาติแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าอย่างยั่งยืนควรมุ่งเน้นดังนี้ 1) บริหารการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพในมิติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมและระบบนิเวศของชุมชน 2) ต้องให้ความรู้แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อผลในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3) การกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งปฏิกูลเพื่อดำรงไว้ของวัฒนธรรมชนเผ่า 4) การตลาดควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและสร้างผลิตภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์มีความโดดเด่นและสื่อถึงการสืบสานวัฒนธรรมชนเผ่า

วรรณวีร์ บุญคุ้ม และพวงา บุญคุ้ม (2559) ได้ศึกษา การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ 2) ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ 3) พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ และ 4) หาข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (R&D) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยววิถีไทยในเขตจังหวัดกาญจนบุรีบนเส้นทางสู่ทวาย

กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่จำนวน 400 คน รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลหลักคือนักวิชาการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้นำชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จำนวน 11 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถาม สัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่ม ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า 1) เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญ 2 เส้นทางคือ เส้นทางเมืองกาญจนบุรี-ช่องเขาขาด และเส้นทางอุทยานประวัติศาสตร์ - บ้านน้ำพุร้อน 2) กิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์บนเส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย พบว่า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์ในสมัยสงครามโลก และสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ของไทย รวมถึงการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเรื่องราวและวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต 3) รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์เส้นทางกาญจนบุรี-ทวายที่สร้างและพัฒนาขึ้นคือ Thai-Tavoy Mode และ 4) ข้อเสนอเชิงนโยบายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ที่สำคัญคือ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยววิถีไทย ส่งเสริมการเรียนรู้และการสืบทอดเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีอยู่ในท้องถิ่น

พจนาน บุญคุ้ม และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) สร้างและพัฒนาารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) หาข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R & D) พื้นที่ศึกษาคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทวัดวังในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบด้วย 4 จังหวัดคือ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม รวม 22 แห่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ 1) ประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ พระภิกษุ ประชาชน ผู้นำชุมชน ข้าราชการ นักวิชาการเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง รวม 44 คนเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม 2) นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม และจังหวัดสมุทรสาคร 248 คนเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถาม เครื่องมือที่ใช้คือประเด็นสัมภาษณ์ ประเด็นสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม-พฤษภาคม 2558 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลจากการศึกษาพบว่า 1) สภาพการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ทั้งด้านการรับรู้และช่องทางการรับรู้อยู่ในระดับน้อยช่องทางการสื่อสารที่สำคัญคือสื่ออินเทอร์เน็ต และการบอกต่อ ๆ กัน สภาพการสื่อสารทางการตลาดในด้านการโฆษณา

การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการขายทางตรงอยู่ในระดับน้อย ปัญหา สำคัญของการสื่อสารทางการตลาดคือ การประชาสัมพันธ์มีน้อย ไม่ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยว ขาดความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน 2) รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นคือ “LOWER C Model” โดยที่ L คือ Learning (การเรียนรู้) O คือ Ownership (ความรู้สึกเป็นเจ้าของ) W คือ Widen of Message (ความทั่วถึงครอบคลุมกลุ่มผู้รับสาร) E คือ Earn (การได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว) R คือ Reflection (การสะท้อนกลับ) และ C คือ Center of Cultural Tourism Resource (การเป็นศูนย์กลางของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) โดยช่องทางการสื่อสารที่พัฒนาขึ้นตามความต้องการของคนในชุมชนคือสื่อออนไลน์ (เว็บเพจ) ที่ผ่านการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน และ 3) ข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างที่สำคัญคือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทวัง การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น การสร้างเว็บเพจของวัดเพื่อให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ มีมีคฤเทศก์ให้คำแนะนำ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และมีป้ายประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น มีการตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่ชัดเจน

ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2554) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ตัวแทนชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ผลจากการศึกษาพบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านด่านซ้ายคือ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตน มีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่ เช่น พระธาตุศรีสองรัก วัดป่าเนรมิตวิปัสสนา วัดโพธิ์ชัย และพิพิธภัณฑสถาน มีวัฒนธรรมประเพณีที่ชาวบ้านปฏิบัติสืบต่อกันมา เช่น ประเพณีฮีตสิบสอง ประเพณีบุญหลวง ประเพณีสงกรานต์ และประเพณีแห่ผีตาโขน 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งบริการพื้นฐานทางการท่องเที่ยวมีเพียงพอแก่การรองรับนักท่องเที่ยว และ 3) ด้านการเข้าถึง มีระบบการคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางปลอดภัย

ดลฤทัย โกวรรณะกุล (2552) ได้ศึกษาการสื่อความหมายมรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านโนนเสลา อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเอกลักษณ์ของการทอผ้า เพื่อวิเคราะห์รูปแบบของการสื่อความหมายของมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลจากการศึกษาพบว่า มรดกผ้าทอของหมู่บ้านโนนเสลามีการพัฒนารูปแบบไปตามระยะเวลาของยุคสมัย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการสื่อความหมายที่แท้จริง สื่อต่าง ๆ ได้พยายามสื่อรูปแบบผ้าทอในรูปแบบที่

แตกต่างกันไปในแง่ของการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มที่สื่อความหมาย ด้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เสนอองค์ความรู้ใหม่ในการสืบสานมรดก วัฒนธรรมโดยการให้ความรู้แก่ชุมชน จัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาการท่องเที่ยว การให้การสนับสนุนจาก หน่วยงานต่าง ๆ การสร้างเครือข่ายสิ่งทอ และที่สำคัญที่สุดคือการสื่อความหมายที่ถูกต้องแท้จริงที่จะ สร้างคุณค่าให้กับมรดกวัฒนธรรมพื้นบ้านนี้ได้

มนสิชา อินทจักร (2552) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยสำหรับ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบคือ 1) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่น 3) องค์ประกอบด้านตลาดการท่องเที่ยว 4) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษา สิ่งแวดล้อม 5) องค์ประกอบด้านธุรกิจการท่องเที่ยว และ 6) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสรุปประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 5 ประเภทคือ 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท 3) การท่องเที่ยว งานวัฒนธรรมประเพณี 4) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวัฒนธรรม และ 5) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ

1.2 งานวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การท่องเที่ยว

ชญัญญ์ พงศ์ธราธิก และคณะ (2564) ได้ศึกษา การพัฒนา กลยุทธ์การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์สภาพบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อ สร้างและพัฒนา กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใช้พื้นที่การวิจัย คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พื้นที่การวิจัย 8 อำเภอ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่มคือ 1) กลุ่มผู้กำหนด นโยบายภาครัฐ 2) กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน 3) ผู้นำชุมชน หรือ วิสาหกิจชุมชน 4) กลุ่มผู้ให้ ข้อมูลสำคัญในระดับบริหาร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 ท่าน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วย วิธีการ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) ผลการศึกษา วิเคราะห์ และ สังเคราะห์สภาพบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการบริหารราชการ แบ่งโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความชัดเจน ชุมชนเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการในพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ควรมีการพัฒนาสินค้าการ ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง ทะเล ภูเขา เกษตร และการอนุรักษ์ เข้าด้วยกัน เน้นความหลากหลายของแต่ละ อำเภอ นโยบายรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทยเป็น จุดเด่นที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเจริญเติบโตสร้างรูปแบบพัฒนาบูรณาการภาครัฐ เอกชน และประชาชน อำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่มี ความชัดเจนในหลาย ภารกิจด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ผลสร้างและพัฒนา กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีวิสัยทัศน์ คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณภาพชั้นนำของเอเชีย มีความหลากหลาย เต็มโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน มุ่งองค์ความรู้ที่เป็นจุดเน้นที่สำคัญคือ “HPSKMTBB Inclusive Model ” เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Growth: SDG)

วิภาวรรณ จันทรประมุข (2564) ได้พัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียรา นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มและองค์ประกอบและพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียรา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการวิจัยเอกสาร ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ เนื้อหา และการวิเคราะห์ เนื้อหา การประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยทางอินเทอร์เน็ต ในการสังเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) การกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix) โดยดำเนินการวิจัยแบบปรากฏการณ์นิยม ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน จากนั้นดำเนินการคัดเลือกกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากค่าสัดส่วนความสอดคล้องของกลยุทธ์ (Consistency Ratio: CR) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) เพื่อนำไปสู่การจัดทำกลยุทธ์โดยการจัดประชุมเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทาง การท่องเที่ยว สำหรับจัดทำกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียรา ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขต การท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียรา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก 23 องค์ประกอบย่อย คือ 1) การขับเคลื่อนของชุมชน (Local Movement) 2) การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) 3) การสร้างความโดดเด่นของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว (Travel Destination) 4) การส่งเสริมอัตลักษณ์ (Identity Support) และ 5) การสื่อสารสังคมในการท่องเที่ยว (Social communication) โดยนำเสนอกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียรา ภายใต้แนวคิดที่ชื่อว่า “LoTTIS” ซึ่งงานวิจัยนี้ช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการกำหนดนโยบายการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปสู่การปฏิบัติในอนาคตของกลุ่มจังหวัดในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียราต่อไป

วิภาดา มุกดา และคณะ (2563) ศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดนของจังหวัดกาญจนบุรี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดกาญจนบุรี และ (2) เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ จำนวน 385 คน และสัมภาษณ์กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์เนื้อหาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในแล้วนำมาตีความ สรุปข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) จุดแข็ง มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จุดอ่อน การบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ดีพอและสถานที่ท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม โอกาส มีการเปิดเสรีทางการค้า และการลงทุน อุปสรรค มีงบประมาณในการพัฒนาที่จำกัด 2) แนวทางในการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดนนั้น ควรสร้างความร่วมมือทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชนและ สื่อมวลชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีนำไปสู่การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจด้านการค้า การลงทุน การขยายคมนาคมขนส่ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและขยายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ประภัสสร มีน้อย (2560) ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 4) ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นการวิจัยและพัฒนา และการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDR (Ethnographic Delphi Futures Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 30 คน ประเมินตรวจสอบความเหมาะสมของกลยุทธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ ผู้จัดกิจกรรมเห็นว่าภาครัฐควรกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน และควรสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว 2) ได้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เรียกว่า “SPORT- K Model” ประกอบด้วย S – Standard, P – Participation, O – Organizing, R – Responsibility, T - Technology and Innovation และ K – Knowledge 3) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคอนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 4) ผลการรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบาย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นอย่างฉันทามติว่ารูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์มีความเหมาะสมและเป็นไปได้

ปทุมทริกา ปลื้มมณู (2553) ศึกษาแนวทางการประยุกต์ศิลปะไทยเพื่อการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสนใจในกิจกรรมทางศิลปะของไทยและพฤติกรรมศิลปะไทยของผู้พักชาวต่างชาติโดยใช้แบบสอบถามกับผู้เข้าพักและสัมภาษณ์ผู้บริหารของโรงแรม ผลจากการศึกษาพบว่า การจัดการทางด้านศิลปะของโรงแรมแบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือ การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งก็คือการตกแต่งห้องพักและสถานที่ของโรงแรมเพื่อให้ผู้มาพักเกิดความประทับใจในความงามของศิลปะไทย รวมถึงการจัดกิจกรรมทางศิลปะไทยเช่น การแสดงนาฏศิลป์ การทำอาหาร อีกด้านหนึ่งคือการจัดการด้านการบริการ ซึ่งพนักงานได้รับการอบรมให้บริการแบบไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการอย่างอ่อนน้อมและมีการยกย่อง ซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของศิลปะไทย ผลจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า ทุกโรงแรมให้การยอมรับว่าศิลปะไทยเป็นเครื่องมือช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์โรงแรมที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง

วีรพล ทองมา (2552) ได้ศึกษากลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่โดยการศึกษาศักยภาพ (SWOT Analysis) ผลจากการศึกษาพบว่าชุมชนมีจุดแข็งในเรื่องการมีเอกลักษณ์ของตนเอง มีวัฒนธรรมสำคัญ มีวิถีชีวิตโดยเฉพาะเรื่องภาษา มีจุดอ่อนในเรื่องราคาของสินค้า คุณภาพและมาตรฐาน และขาดตราของสินค้า

1.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

กิตติยา แกะเฮ้า (2563) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี
- 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้แบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหมู่บ้านอีต่อง จำนวน 30 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ในช่วงเดือนกันยายน-ธันวาคม 2562 ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขต การท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียรา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก 23 องค์ประกอบย่อย คือ 1) การขับเคลื่อนของชุมชน (Local Movement) 2) การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) 3) การสร้างความโดดเด่นของจุดหมายปลายทางในการ

ท่องเที่ยว (Travel Destination) 4) การส่งเสริมอัตลักษณ์ (Identity Support) และ 5) การสื่อสารสังคมในการท่องเที่ยว (Social communication) โดยนำเสนอกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์ ริเวียร่า ภายใต้แนวคิดที่ชื่อว่า “LoTTIS” ซึ่งงานวิจัยนี้ช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการกำหนดนโยบายการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปสู่การปฏิบัติในอนาคต ของกลุ่มจังหวัดในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์ ริเวียร่าต่อไป

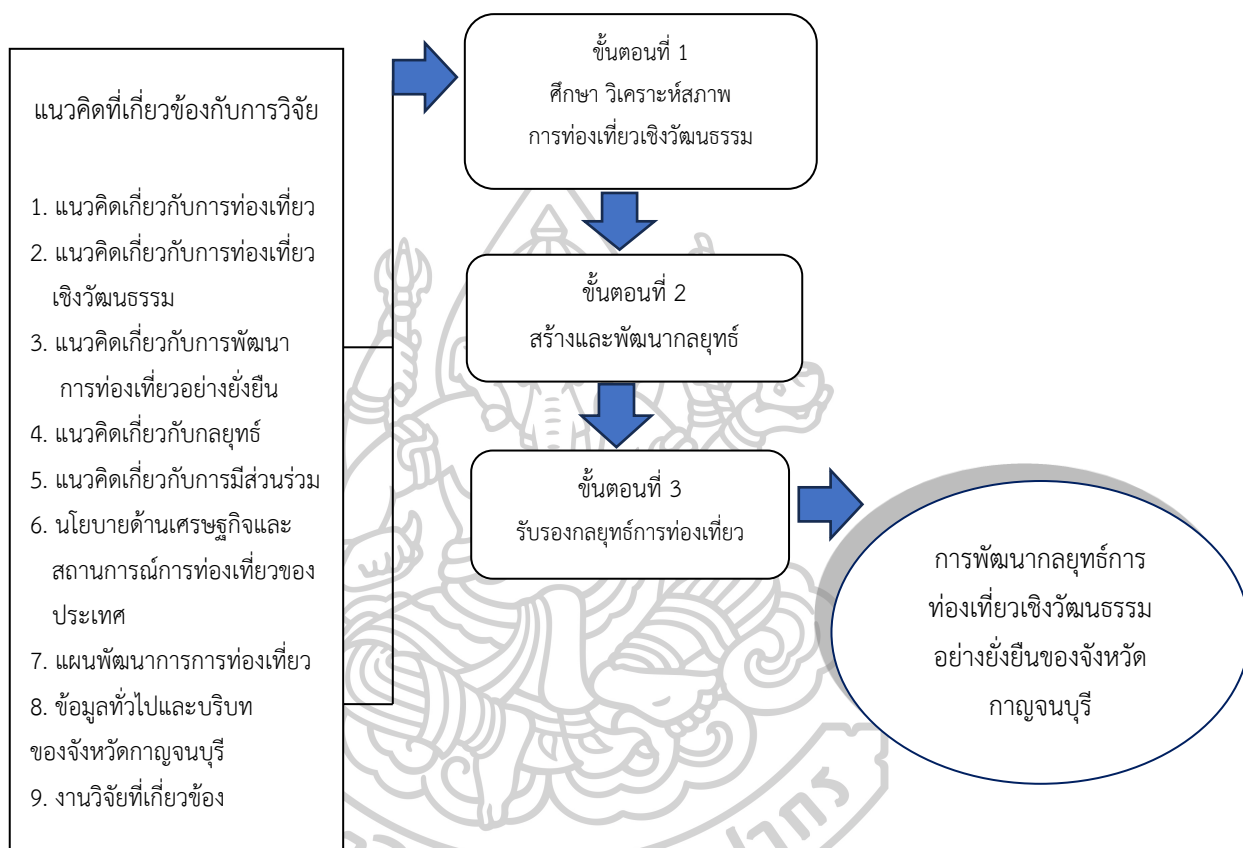
2. งานวิจัยจากต่างประเทศ

สตรอนซา (Stronza, 2007) ศึกษาการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศเปรู โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของแหล่งท่องเที่ยวต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในชุมชน และการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลจากครัวเรือนเปรูจำนวน 80 ครอบครัวย โดยการสังเกตและการสัมภาษณ์ ผลจากการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวให้ประโยชน์หลายประการต่อชุมชนและการดำรงชีวิตของประชาชนในชุมชน เช่น การเพิ่มผลผลิต การขยายตัวทางการค้า และการเพิ่มรายได้ของคนในชุมชน ผลจากการศึกษายังสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมิได้เป็นเพียง “เครื่องมือ” ในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นมูลเหตุของการสร้างคุณค่าใหม่ ๆ และสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน

เฮิร์น และซานโตส (Hearne and Santos, 2005) ศึกษาความขึ้นชอบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและประชาชนที่อาศัยอยู่โดยรอบบริเวณเขตอนุรักษชีวมายา (Maya Biosphere Reserve) ประเทศกัวเตมาลา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 499 คน ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 532 คน ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติและประชาชนมีความขึ้นชอบในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเด็นที่คล้ายคลึงกันคือ การพัฒนาและบริหารจัดการสวนสาธารณะ

พาร์คเกอร์ (Parker, 1999) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเมืองยองเกอร์ มลรัฐ นิวยอร์ก ที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น เยาวชนระหว่าง 12-20 ปี จำนวน 480 โดยใช้แบบสอบถามผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ผลจากการศึกษายังพบว่าเยาวชนที่มีความรู้ เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมใน สถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจะนำแนวคิดในเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อเสนอกลยุทธ์การท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี



แผนภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี และ 3) รับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R and D)

พื้นที่ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้พื้นที่การวิจัยเป็นจังหวัดกาญจนบุรี โดยกำหนดให้ประชาชนและผู้มีส่วนร่วมของแต่ละอำเภอและผู้รับผิดชอบในการท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 13 อำเภอ ดังนี้

- 1.1 อำเภอเมืองกาญจนบุรี
- 1.2 อำเภอท่ามะกา
- 1.3 อำเภอท่าม่วง
- 1.4 อำเภอด่านมะขามเตี้ย
- 1.5 อำเภอพนมทวน
- 1.6 อำเภอห้วยกระเจา
- 1.7 อำเภอเลาขวัญ
- 1.8 อำเภอหนองปรือ
- 1.9 อำเภอบ่อพลอย
- 1.10 อำเภอศรีสวัสดิ์
- 1.11 อำเภอไทรโยค
- 1.12 อำเภอทองผาภูมิ
- 1.13 อำเภอสังขละบุรี

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชน และผู้นำชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี หรือผู้บริหารระดับสูงที่มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมทั้งนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวม 16 คน แบ่งออกเป็น

1.1 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 คน

1.2 กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน วิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 คน

1.3 ผู้นำชุมชน นักปกครอง ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 คน

1.4 นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน

เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาสภาพการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview)

2. ผู้เชี่ยวชาญรับรองกลยุทธ์ ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ ตัวแทนจากผู้ประกอบการภาคเอกชน และผู้นำชุมชน รวมทั้งนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวม 14 คน ใช้ในการรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมวิธี (Mixed Methods) โดยการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) การเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการลงพื้นที่ศึกษา (Field Work) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์ TOWs Matrix และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) โดยมีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา วิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี มีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. วิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากเอกสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สื่อสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนทางสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
2. ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 16 คนที่ได้มาจากวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection)
3. ศึกษาสภาพแวดล้อมเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี โดยการวิเคราะห์ SWOT และ TOWs Matrix

ขั้นตอนที่ 2 สร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี มีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. นำข้อมูลสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี ที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์โดยร่างกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี
2. ตรวจสอบร่างการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จำนวน 14 คน

ขั้นตอนที่ 3 รับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยได้ร่างการพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ด้วยวิธีการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ที่มีความรู้และประสบการณ์ ด้านกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 14 คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. ภาครัฐ หมายถึง ผู้รับผิดชอบด้านการจัดทำกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี หรือ ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ หรือ ผู้ดำรงตำแหน่งที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์และพัฒนาไปสู่การปฏิบัติ จำนวน 4 คน
2. ภาคเอกชน หมายถึง ผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมและองค์กรท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวน 4 คน
3. ภาคประชาชน หมายถึง ผู้นำชุมชน หรือ ประชาชนที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 4 คน
4. นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยดำเนินการเสนอกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 โดยจัดประชุมเสวนาร่วมกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มผู้กำหนดกลยุทธ์ กลุ่มที่มีบทบาทสนับสนุน กลุ่มผู้รับประโยชน์ และกลุ่มนักวิชาการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีดังนี้

1. แบบสำรวจสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก
3. กรอบแนวทางการวิเคราะห์ SWOT และ TOWs Matrix
4. แบบสอบถามเพื่อรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัด

กาญจนบุรีที่พัฒนาขึ้นใช้ในการเสวนาอิงผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แบบสำรวจสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยมีขั้นตอนในการสร้างและพัฒนา ดังนี้

1.1 ศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดเป็นข้อคำถามเพื่อที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 นำแบบสำรวจที่สร้างขึ้นไปหาค่าความมั่นคง (Validity) โดยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง และความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence) IOC โดยพิจารณาความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยข้อคำถามที่สร้างขึ้นมีค่า IOC = 1.00 ทุกข้อ

1.3 นำแบบสำรวจข้อมูลสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ศึกษา ไปเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นข้อคำถามแบบกึ่งโครงสร้างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ โดยไปตรวจสอบความตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3. แบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้สร้างแบบประเมิน โดยมีวิธีการดังนี้

3.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.2 กำหนดกรอบแนวคิด ประเด็น ตัวชี้วัดในข้อคำถามการประเมิน

3.3 สร้างแบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จังหวัดกาญจนบุรี

3.4 นำแบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความ สอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence) IOC โดยพิจารณาความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยข้อคำถามทุกข้อมีความตรง และมีค่า IOC=.80 และ 1.00

3.5 นำเครื่องมือที่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบแล้วมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

3.7 นำแบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จังหวัดกาญจนบุรีไปเก็บข้อมูลจากผู้เข้าสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เป็นลักษณะของการลงภาคสนามเพื่อ ศึกษาข้อมูลในพื้นที่ และการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี รวมถึงแนวทางการพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืน เพื่อนำมากำหนด เป็นกลยุทธ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การ วิเคราะห์ SWOT และ TOWs Matrix จากนั้นนำมาพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่าง ยั่งยืน และรับรองกลยุทธ์ตามลำดับ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน ธันวาคม 2566- มีนาคม 2567

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมมนาอิง ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นรายประเด็น (Content Analysis) แล้วนำเสนอเป็นความเรียง

2. สำหรับข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างยั่งยืนใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์แปลผลคะแนนตามแนวคิด ของ เบสท์ (Best, 1981) ดังนี้

ความเหมาะสมของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	0.50-1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้คือ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี และ 3) เพื่อรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้เสนอผลจากการศึกษาไว้ 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผลการศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 3 ผลการรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

ในการศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดย 1) การลงพื้นที่ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งประกอบไปด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ รวมถึงนักวิชาการ ผู้นำชุมชน วิสาหกิจชุมชน 3) การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ 4) การวิเคราะห์ SWOT และ TOWs Metrix สรุปผลจากการศึกษาได้ดังนี้

1.1 ผลการศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

จากการลงพื้นที่ศึกษา พบว่า พื้นที่ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ประกอบไปด้วย 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองกาญจนบุรี ท่ามะกา ท่าม่วง เลาชวีญ บ่อพลอย ห้วยกระเจา ด่านมะขามเตี้ย หนองปรือ พนมทวน ไทรโยค ทองผาภูมิ ศรีสวัสดิ์ และสังขละบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอยู่ในพื้นที่ 5 อำเภอ ได้แก่

อำเภอเมืองกาญจนบุรี ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารสัมพันธมิตร ถนนประวัติศาสตร์ปากแพรก ถนนนานาชาติ สถานีรถไฟ และโรงงานกระดาษไทย

อำเภอท่าม่วง ได้แก่ วัดถ้ำเสือ

อำเภอไทรโยค ได้แก่ ปราสาทเมืองสิงห์ เมืองมัลลิกา สถานีรถไฟสะพาน ถ้ำกระแซ พิพิธภัณฑ์ช่องเขาขาด

อำเภอทองผาภูมิ ได้แก่ วัดท่าขนุน

อำเภอสังขละบุรี ได้แก่ สะพานมอญ วัดวังแก้วเวภาราม

1.2 ผลการศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

ผลการศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรีให้มีความยั่งยืนที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรีในปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ซึ่งยังมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวไม่มากนัก และไม่ต่อเนื่อง ซึ่งควรพัฒนาให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เพิ่มมากขึ้น ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

“จังหวัดเรามีงาน เทศกาลสำคัญ ๆ ที่เป็นรู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คืองานสะพานข้ามแม่น้ำแคว หรือการไปท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑ์ช่องเขาขาด หรือไปเที่ยวในท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ เรื่องวัฒนธรรม ประเพณี จะเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่า”

“กาญจนบุรีมีความโดดเด่นเรื่องธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชอบเดินทางมาเที่ยวหรือพักผ่อนที่เขื่อน น้ำตก มาปั่นจักรยาน รวมทั้งมาทำบุญไหว้พระด้วย”

“ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จริง ๆ แล้วยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักนักท่องเที่ยวมาก็จริงแต่ก็ในจำนวนไม่มากนัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งชุมชนเองต้องช่วยกันพัฒนา ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น”

1.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า กาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่เป็น “เมืองประวัติศาสตร์ ธรรมชาติอัศจรรย์ สวรรค์นักผจญภัย” มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสูงและเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สำคัญของภูมิภาคตะวันตก อุดมด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย ทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ สุสาน

ทหารสัมพันธมิตร โบราณสถานเจดีย์ยุทธหัตถี โบราณสถานพงตึก อนุสรณ์สถานช่องเขาขาด เป็นต้น นอกจากนี้ กาญจนบุรียังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น น้ำตกเอราวัณ น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น น้ำตกไทรโยคน้อย น้ำตกไทรโยคใหญ่ น้ำตกนางครวญ น้ำตกเกริงกระเวีย น้ำตกผาดาด ถ้ำธารลอด ถ้ำดาวดึงส์ ถ้ำพระธาตุ ถ้ำเสาหิน ถ้ำสวรรค์บันดาล น้ำพุร้อนหินดาด และเขาช้างเผือก นอกจากนี้ จังหวัดกาญจนบุรียังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ด้านเจดีย์สามองค์ สะพานอุตตมานุสรณ์ เขื่อนศรีนครินทร์ เขื่อนวชิราลงกรณ์

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดกาญจนบุรี เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านหนองขาว วัดถ้ำเสือ วัดเขาน้อย วัดทิพย์สุคนธาราม หอพระประวัติสมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช วัดวังگیเวการาม หมู่บ้านไทยทรงดำ และวัฒนธรรมชาวมอญที่อำเภอสังขละบุรี แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรวมถึงประวัติศาสตร์ที่สำคัญและเป็นรู้จักของนักท่องเที่ยวกระจายอยู่ในเขตอำเภอต่าง ๆ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในพื้นที่ต่าง ๆ จำแนกตามอำเภอของจังหวัดกาญจนบุรี

อำเภอ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ที่ตั้ง
เมืองกาญจนบุรี	สะพานข้ามแม่น้ำแคว	ประวัติศาสตร์	ตำบลท่ามะขาม
เมืองกาญจนบุรี	สุสานทหารสัมพันธมิตร	ประวัติศาสตร์	ตำบลบ้านใต้
เมืองกาญจนบุรี	ถนนประวัติศาสตร์ปากแพรก	ประวัติศาสตร์	ตำบลบ้านใต้
เมืองกาญจนบุรี	ถนนนานาชาติ	ประวัติศาสตร์	ตำบลบ้านใต้
เมืองกาญจนบุรี	สถานีรถไฟ	ประวัติศาสตร์	ตำบลบ้านใต้
เมืองกาญจนบุรี	โรงงานกระดาษไทย	ประวัติศาสตร์	ตำบลบ้านเหนือ
ท่าม่วง	วัดถ้ำเสือ	สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม	ตำบลม่วงชุม
ไทรโยค	ปราสาทเมืองสิงห์	ประวัติศาสตร์	ตำบลสิงห์
ไทรโยค	เมืองมัลลิกา	สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม	ตำบลสิงห์
ไทรโยค	สถานีรถไฟสะพานถ้ำกระแซ	ประวัติศาสตร์	ตำบลวังโพธิ์
ไทรโยค	พิพิธภัณฑสถานช่องเขาขาด	ประวัติศาสตร์	ตำบลท่าเสา

ตารางที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในพื้นที่ต่าง ๆ จำแนกตามอำเภอ
ของจังหวัดกาญจนบุรี (ต่อ)

อำเภอ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภท แหล่งท่องเที่ยว	ที่ตั้ง
ทองผาภูมิ	วัดท่าขนุน	สถาปัตยกรรม	ตำบลท่าขนุน
สังขละบุรี	สะพานมอญ	สถาปัตยกรรม	ตำบลหนองลู
สังขละบุรี	วัดวังแก้ว	สถาปัตยกรรม	ตำบลหนองลู
สังขละบุรี	วัดจมน้ำ	ประวัติศาสตร์	ตำบลหนองลู
สังขละบุรี	ด่านเจดีย์สามองค์	ประวัติศาสตร์	ตำบลหนองลู

จากตารางที่ 1 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ๆ ของ
จังหวัดตั้งอยู่ในพื้นที่ 5 อำเภอคือ เมืองกาญจนบุรี ท่าม่วง ไทรโยค ทองผาภูมิ และสังขละบุรี

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืนในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ตาม
ทิศทางการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี กำหนดให้การท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแหล่ง เน้นคุณค่าและ
เอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์
คุณค่า ความประทับใจจากทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการท่องเที่ยวจากประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ
วัฒนธรรม ความเป็นมิตร ความปลอดภัย การให้บริการ สินค้า อาหาร ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ ได้
มาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย การเดินทางสะดวกปลอดภัย ประหยัด
ชุมชน มีส่วนร่วม มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตลอด
ทั้งปี แหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและได้รับการยอมรับจาก
นักท่องเที่ยว

เพื่อให้จังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม ซึ่งจังหวัดกาญจนบุรีมีชุมชนที่ประสบความสำเร็จมาก ได้แก่ ตลาดมอญที่อำเภอสังขละบุรี
ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เพราะวิถีชีวิตของชาวมอญที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้นแตกต่างไปจากวิถี
ชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มาจากส่วนอื่น ๆ ของประเทศ และด้วยเหตุนี้ จังหวัดกาญจนบุรีจึงความ
พยายามพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จได้ดีเหมือนกับชุมชนตลาดมอญ
ด้านงานประเพณีหรือเทศกาลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แม้จังหวัดกาญจนบุรีจะมีประเพณีหรือเทศกาล
ที่เป็นอัตลักษณ์ แต่หลายงานยังไม่สามารถจัดและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของ
นักท่องเที่ยวจากจังหวัดต่างและภูมิภาคอื่นได้มากพอ

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอำเภอ เช่น สัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว นมัสการพระท่านดงรัง นมัสการหลวงพ่อดำ งานประเพณีปิดทองรอยพระพุทธรูปบาทสงกรานต์ไทยรามัญ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในพื้นที่
จำแนกตามอำเภอของจังหวัดกาญจนบุรี

อำเภอ	ชื่อเทศกาล/งาน	ช่วงเวลาการจัด
เมืองกาญจนบุรี	แผ่นดินสมเด็จพระนเรศวรมหาราช @ โรงกระต๊อ	มีนาคม
เมืองกาญจนบุรี	สายน้ำแห่งชีวิต	พฤษภาคม
เมืองกาญจนบุรี	สัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว	พฤศจิกายน
ท่าม่วง	ท่าม่วงบ้านฉัน ดีและงาม	กุมภาพันธ์
ท่ามะกา	นมัสการพระท่านดงรัง	มีนาคม
ท่ามะกา	นมัสการหลวงพ่อดำ	เมษายน
พนมทวน	เทิดพระเกียรติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช	เมษายน
เลาขวัญ	งานวันโคบาล	มกราคม
บ่อพลอย	เทศกาลเห็ดโคน อัญมณี ของดีบ่อพลอย	ตุลาคม-พฤศจิกายน
ทองผาภูมิ	งานประเพณีปิดทองรอยพระพุทธรูป	กุมภาพันธ์
ทองผาภูมิ	งานวันผลไม้และของดีทองผาภูมิ	พฤษภาคม
สังขละบุรี	หนานวุ้นที่ชะแล	กุมภาพันธ์
สังขละบุรี	สงกรานต์ไทยรามัญ	เมษายน
สังขละบุรี	ลอยเรือสะเดาะเคราะห์และถวายหม้อเงินหม้อทอง	พฤษภาคม
ศรีสวัสดิ์	งานประเพณี ชม - ฌอง	มกราคม
ศรีสวัสดิ์	เทศกาลความรัก ณ เขื่อนศรีนครินทร์	กุมภาพันธ์
ศรีสวัสดิ์	ผูกข้อมือด้ายเหลือง	มีนาคม
ศรีสวัสดิ์	สืบสานประเพณีขึ้นถ้ำอึ้ง	เมษายน

จากตารางที่ 2 พบว่า พื้นที่ในเขตอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดกาญจนบุรีมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ในช่วงเวลาต่างที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังจังหวัดกาญจนบุรีได้ตลอดปี และกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของผู้คน การประกอบอาชีพ ความเชื่อ ตลอดจนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์

1.4 ผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWs Metrix สรุปผลจากการศึกษาได้ดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT ของจังหวัดกาญจนบุรี ที่ได้จากการศึกษาเอกสาร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strength)

1. มีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ ที่เป็นที่ยุติ ในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
2. อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่ง มีประชากรรวมกันมากกว่าสิบล้านคน เพียงประมาณ 120 กม.
3. มีผู้ประกอบการรีสอร์ทและผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันทั้งในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
4. มีหมู่บ้านที่มีอัตลักษณ์ที่สามารถนำมา พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้ และมีเทศกาลและงานประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์

จุดอ่อน (Weakness)

1. แหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองไม่มีกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในช่วงกลางวันและช่วงกลางคืนอย่างเพียงพอ และไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการเป็นสถานที่ ประวัติศาสตร์ สงครามโลกครั้งที่สองได้อย่างเต็มศักยภาพ
2. ไม่มีระบบขนส่งมวลชนคุณภาพดีเหมาะกับการรองรับการท่องเที่ยวภายในตัวเมือง และเชื่อมโยงระหว่างตัวเมืองกับอำเภอท่องเที่ยว และการอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯมากนักทำให้ง่ายต่อการไปกลับ ในวันเดียวแทนที่จะพักค้างแรม
3. สถาบันการศึกษาเน้นผลิตบุคลากรระดับแรงงาน และยังขาดทักษะด้านภาษาในระดับที่สามารถสื่อสารได้ดี นอกจากนี้ ยังขาดการพัฒนาบุคลากรระดับบริหาร การท่องเที่ยว
4. สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีความสามารถในการรับนักท่องเที่ยวได้จำกัด ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในช่วงที่มีความต้องการท่องเที่ยวจำนวนมาก

5. จำนวนผู้ประกอบการที่สามารถทำของฝากที่มีคุณภาพขายให้นักท่องเที่ยวระดับสูงในปริมาณที่เพียงพอยังมีจำกัด

6. ยังไม่มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม

โอกาส (Opportunity)

1. ถนนเชื่อมระหว่างบ้านพุน้ำร้อนและทวายของเมียนมา จะทำให้กาญจนบุรีเป็นแหล่งพักของนักท่องเที่ยวจากส่วนอื่นของประเทศ และจากต่างประเทศที่ต้องการเดินทางไปทวาย

2. ถนนมอเตอร์เวย์บางใหญ่-กาญจนบุรี ทำให้การเดินทางมากาญจนบุรีสะดวกและรวดเร็วขึ้น

3. ค่านิยมของการท่องเที่ยวแบบทำงานไป เที่ยวไปของคนรุ่นใหม่

4. สังคมผู้สูงอายุทำให้จังหวัดกาญจนบุรีเป็นเป้าหมายการอยู่อาศัยระยะยาวของผู้สูงอายุจากเมืองใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อุปสรรค (Threat)

1. ปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองของเมียนมามีผลต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของทวาย และเมืองฝั่งตรงข้ามของจังหวัดกาญจนบุรีอื่น ๆ ในเมียนมา

2. สถานการณ์โรคระบาดทั้งในปัจจุบัน และอนาคตมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3. เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตช้าเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีกำลังซื้อน้อยลง

ผลการศึกษาศักยภาพ (SWOT Analysis) ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีจุดแข็งในเรื่อง มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ รวม 5 อำเภอ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ มีความโดดเด่นในด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ชนเผ่า ความเชื่อ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ นอกจากนั้น ยังมีการจัดงาน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดปี

สำหรับจุดอ่อนสำคัญที่พบคือ ยังขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน ยังขาดการเชื่อมโยงในเรื่องเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระหว่างผู้ประกอบการ การเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยว

โอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรีคือ จังหวัดมีนโยบายสนับสนุน ให้การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในเรื่องคุณค่า อัตลักษณ์ ความปลอดภัย มาตรฐานของสินค้าและบริการ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารโดยอาศัยเทคโนโลยี

อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรีคือ สถานการณ์โรคระบาดและข่าวลือเรื่องเขื่อนและการเกิดแผ่นดินไหว ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยเฉพาะการพักผ่อน

จากผลการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปศักยภาพในภาพของจังหวัดกาญจนบุรีที่ครอบคลุมถึงเรื่องการท่องเที่ยวได้ ดังแผนภาพที่ 1 โดย

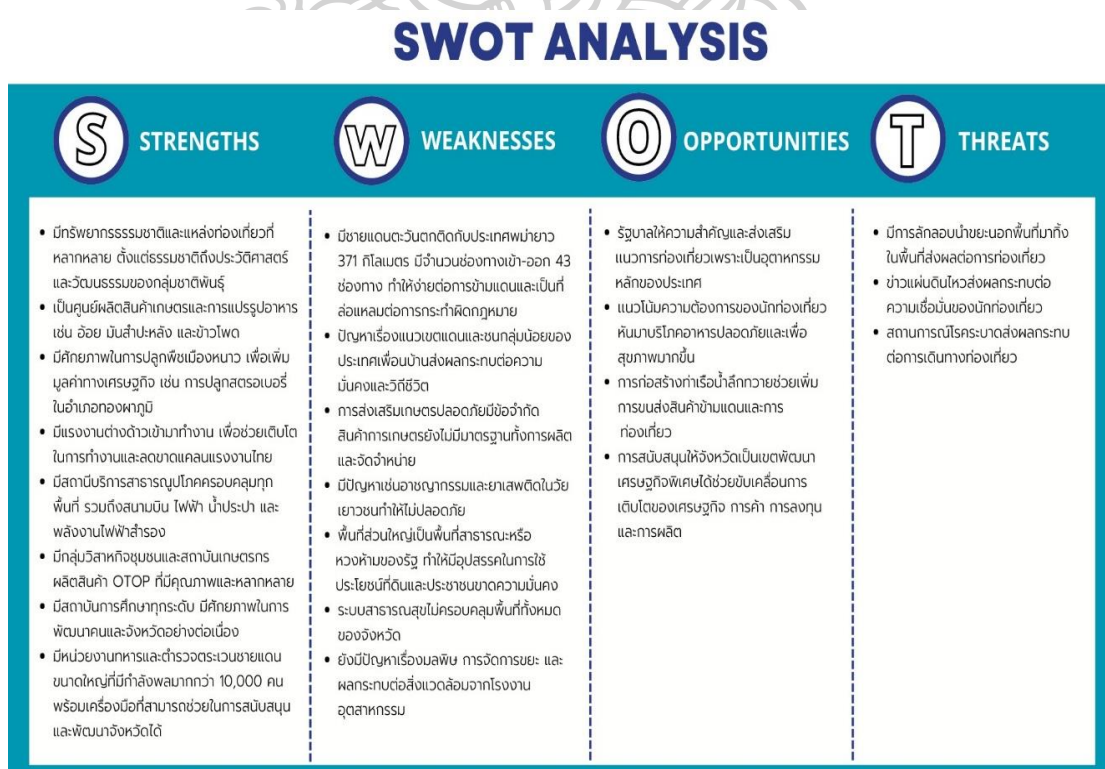
S (Strength) หมายถึง จุดแข็ง เป็นปัจจัยภายในที่บ่งบอกถึงศักยภาพในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

W (Weakness) หมายถึง จุดอ่อน เป็นปัจจัยภายในที่บ่งบอกถึงปัญหาในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

O (Opportunity) หมายถึง โอกาส เป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

T (Threat) หมายถึง อุปสรรค เป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อ

ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว (SWOT Analysis) ของจังหวัดกาญจนบุรี



แผนภาพที่ 5 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของจังหวัดกาญจนบุรี

จากนั้นผู้วิจัยได้นำจุดแข็งและโอกาสมาวิเคราะห์ เป็นกลยุทธ์เชิงรุก (SO) และนำจุดอ่อนกับอุปสรรค มาวิเคราะห์เป็นกลยุทธ์เชิงตั้งรับ ในรูปของ TOWs Matrix รายละเอียดดังแผนภาพ

TOWS	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	SO = กลยุทธ์เชิงรุก SO : การพัฒนาเส้นทาง กิจกรรม การจัดงานเทศกาล การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว	WO = กลยุทธ์เชิงพัฒนา WO : การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหามลพิษ อาชญากรรมในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาแนวชายแดน
THREATS	ST = กลยุทธ์ตั้งรับ ST : การสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาด	WT = กลยุทธ์แก้ปัญหา WT : การกำหนดมาตรการการใช้กฎหมายทางการท่องเที่ยว การผลิตสินค้าและอาหารปลอดภัย การผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน และปลอดภัย การจัดการปัญหาเรื่องข่าวลือที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด

แผนภาพที่ 6 ผลการวิเคราะห์ TOWs Matrix

จากแผนภาพที่ 6 พบว่า กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีคือ การพัฒนาเส้นทาง กิจกรรม การจัดงานเทศกาล การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) คือ การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหามลพิษ อาชญากรรมในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาแนวชายแดน กลยุทธ์ตั้งรับ (ST) คือ การสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาด มีกลยุทธ์แก้ปัญหาคือ (WT) การกำหนดมาตรการการใช้กฎหมายทางการท่องเที่ยว การผลิตสินค้าและอาหารปลอดภัย การผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน และปลอดภัย การจัดการปัญหาเรื่องข่าวลือที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชุมชนแหล่งท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีดังนี้

วิสัยทัศน์

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจของจังหวัด ตามทิศทางการพัฒนาในช่วงปี พ.ศ. 2566-2570 ที่กำหนดไว้คือ

“ประชาชนมีคุณภาพ สภาพแวดล้อมดี สินค้าเกษตรมีมาตรฐาน การท่องเที่ยวอัตลักษณ์เมืองกาญจน์ ย่านอุตสาหกรรมสีเขียว และประดู่สู่ทวาย”

พันธกิจ

1. พัฒนาทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม และคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง รวมถึงพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม ส่งเสริมอาชีพชุมชน ประชาชนทุกช่วงวัยมีรายได้ที่เหมาะสม สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ
2. อนุรักษ์และเพิ่มพูนทรัพยากรธรรมชาติทั้งในด้านปริมาณและความหลากหลาย ควบคุมมลภาวะ และดูแลสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานสากล
3. พัฒนาศักยภาพการประกอบอาชีพทั้งด้านการเกษตร ด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านการค้า และด้านอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าการผลิต
4. ส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวคุณค่าสูง เติบโตอย่างยั่งยืน เพิ่มศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพในระดับสากล
5. พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ โครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์ที่ได้มาตรฐาน เพิ่มมูลค่า การค้าภายใน อำนวยความสะดวกให้กับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศบนพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เป็นมิตรที่ติดต่อกัน

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจของจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้นำประเด็นวิสัยทัศน์และพันธกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 คือ การศึกษา วิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด จากการวิเคราะห์ SWOT และ TOWs Metrix รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มากำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีไว้ สรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

วิสัยทัศน์ : การท่องเที่ยวอัตลักษณ์เมืองกาญจน์ ย่านอุตสาหกรรมสีเขียว และประตูสู่ทวาย”

พันธกิจ: ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวคุณค่าสูง เติบโตอย่างยั่งยืน เพิ่มศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพในระดับสากล

1. กลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึก ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ของคนในชุมชน การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมถึงเยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว การรักษาสีเขียวเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด

1.1 ส่งเสริมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม

1.2 สร้างจิตสำนึกที่ดีทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การดูแลสิ่งแวดล้อม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ

1.3 ส่งเสริมให้เยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เช่น เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำเที่ยว

1.4 พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

2. กลยุทธ์การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพด้านการตลาด การส่งเสริมประชาสัมพันธ์ การพัฒนาคุณภาพและผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการ การพัฒนาสินค้าและบริการที่

เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การให้บริการ สินค้า อาหาร ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ การคำนึงถึงมาตรฐาน และความปลอดภัยของสินค้า รวมถึงความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.2 ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น รวมทั้งสินค้าและของที่ระลึกที่มีคุณภาพ

2.3 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น TikTok, Youtube, Website

2.4 ยกกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย เช่น ตามมาตรฐาน SHA ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการป้องกันมลพิษในแหล่งท่องเที่ยว

3. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว

เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด และกำหนดเส้นทาง การท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่

3.1 การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.2 ส่งเสริมเรื่องการคุณค่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจ

3.3 ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวในแหล่งท่องเที่ยว

4. กลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว โดยมี กลยุทธ์ย่อย ๆ ดังนี้

4.1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและพันธมิตรของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

4.2 สร้างความร่วมมือกับระหว่างชุมชน ภาคประชาชน โดยการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

วิสัยทัศน์ การท่องเที่ยวอัตลักษณ์เมืองกาญจน์ ย่านอุตสาหกรรมสีเขียว และประตูสู่ทวย		
พันธกิจ: ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวคุณค่าสูง เติบโตอย่างยั่งยืน เพิ่มศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพในระดับสากล		
กลยุทธ์การ	เป้าประสงค์	แนวทางดำเนินการ
1. กลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	การบริหารจัดการที่ดี การสร้างจิตสำนึก ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ของคนในชุมชน ต่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและกิจกรรมต่าง ๆ	1.1 ส่งเสริมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม 1.2 สร้างจิตสำนึกที่ดีทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การดูแลสิ่งแวดล้อม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ 1.3 ส่งเสริมให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เช่น เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำเที่ยว 1.4 พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ
2. กลยุทธ์การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	การพัฒนาคุณภาพด้านการตลาด มีช่องทางสื่อสาร การค้นหาข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่สะดวกรวดเร็ว มีสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานและมีความปลอดภัย ความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น	2.1 การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 2.2 ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ พื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น รวมทั้งสินค้าและของที่ระลึกที่มีคุณภาพ 2.3 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Tik Tok Youtube Website 2.4 ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย เช่น ตามมาตรฐาน SHA รวมทั้งความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการป้องกันมลพิษในแหล่งท่องเที่ยว
3. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว	การเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.1 การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2 ส่งเสริมเรื่องการสร้างคุณค่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจ 3.3 ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวในแหล่งท่องเที่ยว
4. กลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว	4.1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและพันธมิตรของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 4.2 สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายชุมชน ภาคประชาชน โดยการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตอนที่ 3 การรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี

ผลการรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี พบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ดังตารางที่ 3-7

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (n=14)

ความเหมาะสมของกลยุทธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. กลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	4.61	.46	มากที่สุด
2. กลยุทธ์การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	4.54	.47	มากที่สุด
3. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว	4.50	.48	มากที่สุด
4. กลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.48	.50	มาก
รวม	4.54	.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ในภาพรวม ความเหมาะสมของกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) เมื่อพิจารณารายยุทธศาสตร์ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ยุทธศาสตร์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยมีความร่วมมือจากทีมผู้เข้าร่วมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาคือ กลยุทธ์การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.54$) และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ โดยกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.48$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 1

(n=14)

ความเหมาะสมของกลยุทธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน			
1.1 ส่งเสริมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม	4.71	.47	มากที่สุด
1.2 สร้างจิตสำนึกที่ดีทางการท่องเที่ยว	4.64	.50	มากที่สุด
1.3 ส่งเสริมให้เยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว	4.57	.51	มากที่สุด
1.4 พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว	4.50	.52	มากที่สุด
รวม	4.61	.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ในภาพรวม ความเหมาะสมของกลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X} = 4.61$) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ
การส่งเสริมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมา คือ การสร้าง
จิตสำนึกที่ดีทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.64$) การส่งเสริมให้เยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการ
ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.57$) โดยการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.50$)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 2

(n=14)

ความเหมาะสมของกลยุทธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
กลยุทธ์ที่ 2 การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
2.1 การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ	4.57	.51	มากที่สุด
2.2 ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น	4.64	.50	มากที่สุด
2.3 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Tiktok, Youtube, Website	4.50	.52	มากที่สุด
2.4 ยกกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน ในเรื่องความปลอดภัย	4.43	.51	มาก
รวม	4.54	.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ในภาพรวม ความเหมาะสมของกลยุทธ์ที่ 2 การปรับปรุง พัฒนาการ ตลาดสำหรับบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมา คือ การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ ($\bar{X} = 4.57$) และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Tiktok ($\bar{X} = 4.50$) โดยที่การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 3

(n=14)

ความเหมาะสมของกลยุทธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว			
3.1 การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.57	.51	มากที่สุด
3.2 ส่งเสริมเรื่องการคุณค่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	4.43	.51	มาก
3.3 ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการบอกเล่าเรื่องราว	4.48	.50	มาก
รวม	4.51	.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า ในภาพรวม ความเหมาะสมของกลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.57$) และอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ คือ ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการบอกเล่าเรื่องราว ($\bar{X} = 4.48$) และการส่งเสริมเรื่องการคุณค่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรองความเหมาะสมของกลยุทธ์การ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ในกลยุทธ์ที่ 4

(n=14)

ความเหมาะสมของกลยุทธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
กลยุทธ์ที่ 4 การเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้าน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			
4.1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและพันธมิตรของ ผู้ประกอบการ	4.50	.52	มากที่สุด
4.2 สร้างความร่วมมือกับระหว่างชุมชน ภาคประชาชน โดยการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่	4.43	.51	มาก
รวม	4.48	.50	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ในภาพรวม ความเหมาะสมของกลยุทธ์ที่ 4 การเสริมสร้างเครือข่าย
ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) เมื่อพิจารณารายข้อ
พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและ
พันธมิตรของผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 4.50$) และอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ การสร้างความร่วมมือกับ
ระหว่างชุมชน ภาคประชาชนโดยการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.43$)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้คือ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี และ 3) เพื่อรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบ การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ศึกษา การวิเคราะห์เอกสาร การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ (SWOT Analysis) และ TOWs matrix และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่จำนวน 16 คน และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 14 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ วัดถ้ำเสือ เมืองมัลลิกา วัดท่าขนุน สะพานมอญ วัดวังกวิเวการาม ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ 5 อำเภอคือ อำเภอเมืองกาญจนบุรี ท่าม่วง ไทรโยค ทองผาภูมิ และสังขละบุรี พื้นที่ในเขตอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดกาญจนบุรีมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ในช่วงเวลาต่างที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังจังหวัดกาญจนบุรีได้ตลอดปี และกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของผู้คน การประกอบอาชีพ ความเชื่อ ตลอดจนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืนตามทิศทางการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี กำหนดให้การท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแหล่ง เน้นคุณค่าและเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ คุณค่า ความประทับใจจากการท่องเที่ยว รวมทั้งการบริการที่มีความเป็นมิตร ความปลอดภัย การให้บริการ สินค้า อาหาร ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย การเดินทางสะดวกปลอดภัย ประหยัด ชุมชน มีส่วนและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา ปัญหาที่พบคือ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังมีนักท่องเที่ยวน้อย ยังขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี และชุมชนยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว

2. ผลการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี พบว่ามีกลยุทธ์สำคัญ 4 กลยุทธ์คือ (1) กลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย 4 ประเด็นคือ 1.1) ส่งเสริมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม 1.2) สร้างจิตสำนึกที่ดีทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การดูแลสิ่งแวดล้อม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ 1.3) ส่งเสริมให้เยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เช่น เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำเที่ยว 1.4) พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (2) กลยุทธ์การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย 4 ประเด็นคือ 2.1) การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 2.2) ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น รวมทั้งสินค้าและของที่ระลึกที่มีคุณภาพ 2.3) ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น TikTok Youtube website 2.4) ยกย่องมาตรฐานสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย เช่น ตามมาตรฐาน SHA ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการป้องกันมลพิษในแหล่งท่องเที่ยว (3) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย 3 ประเด็นคือ 3.1) การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2) ส่งเสริมเรื่องการคุณค่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจ 3.3) ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวในแหล่งท่องเที่ยว และ (4) กลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย 2 ประเด็นคือ 4.1) การประสานความร่วมมือและสร้างเครือข่ายพันธมิตรของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 4.2) ร่วมมือกับชุมชน ภาคประชาชน โดยการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. ผลการรับรองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ที่พัฒนาขึ้น พบว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$)

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ วัดถ้ำเสือ เมืองมัลลิกา วัดท่าขนุน สะพานมอญ วัดวังแก้วเวภาราม ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ 5 อำเภอคือ อำเภอเมืองกาญจนบุรี ท่าม่วง ไทรโยค ทองผาภูมิ และสังขละบุรี พื้นที่ในเขตอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดกาญจนบุรีมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ในเวลาต่างที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังจังหวัดกาญจนบุรีได้ตลอดปี และกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของผู้คน การประกอบอาชีพ ความเชื่อ ตลอดจนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สำหรับการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืนตามทิศทางการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี กำหนดให้การท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแหล่ง เน้นคุณค่าและเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์คุณค่า ความประทับใจจากการท่องเที่ยว รวมทั้งการบริการที่มีความเป็นมิตร ความปลอดภัย การให้บริการสินค้า อาหาร ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย การเดินทางสะดวกปลอดภัย ประหยัด ชุมชน มีส่วนและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา ปัญหาที่พบคือ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังมีนักท่องเที่ยวน้อย ยังขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี และชุมชนยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรีพบว่า ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์ในสมัยสงครามโลก และสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ไทย รวมถึงการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงเรื่องราวและวิถีชีวิตของผู้คนในสมัยอดีตนั้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวจากการเที่ยวชม ได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์ตรงผ่านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งควรจะได้มีการสืบทอด บอกรับ สร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้คนและชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนได้สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวให้เกิดการบอกเล่าเรื่องราว (Telling a Story) บอกรับ (Word of Mouth) และกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ผลที่ได้จากการศึกษาในประเด็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีที่มีอยู่ในท้องถิ่น เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว นับเป็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ กิตติทัช เขียวฉ้ออัน และคณะ (2565) ที่ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านริมน้ำโฮมสเตย์ ชุมชนตะคร้ำเอน จังหวัดกาญจนบุรี และพบว่า ศักยภาพทางการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ โดยเฉพาะการจัดงานแสดงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นของดั้งเดิม กิจกรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มารอดูกันอย่างมากในทุก ๆ ปี ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และรัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส (2559) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน พบว่าชุมชนดอยปุยมีศักยภาพการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าในทุกด้าน ได้แก่ ความดึงดูดใจความสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางกายภาพแนวคิดและประเพณีวัฒนธรรมการที่มีที่พักอาศัยหรือที่พักผ่อนหย่อนใจที่ดีพอสมควร การมีกิจกรรมที่เป็นทั้งเชิงวัฒนธรรมและเป็นไปตามธรรมชาติของท้องถิ่นและความประทับใจทั้งทางด้านสถานที่พักและความประทับใจของธรรมชาติแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าอย่างยั่งยืนควรมุ่งเน้นดังนี้ 1) บริหารการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพในมิติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมและระบบนิเวศของชุมชน 2) ต้องให้ความรู้แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อผลในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3) การกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งปฏิกูลเพื่อดำรงไว้ของวัฒนธรรมชนเผ่า 4) การตลาดควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและสร้างผลิตภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์มีความโดดเด่นและสื่อถึงการสืบสานวัฒนธรรม ชนเผ่า สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2554) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ผลจากการศึกษาพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านด่านซ้ายคือ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่ เช่น พระธาตุศรีสองรัก วัดป่าเนรมิตวิปัสสนา วัดโพธิ์ชัย และพิพิธภัณฑสถาน มีวัฒนธรรมประเพณีที่ชาวบ้านปฏิบัติสืบต่อกันมา เช่น ประเพณีฮีตสิบสอง ประเพณีบุญหลวง ประเพณีสงกรานต์ และประเพณีแห่ผีตาโขน 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีสิ่งบริการพื้นฐานทางการท่องเที่ยว สิ่งบริการพื้นฐานทางการท่องเที่ยวมีเพียงพอแก่การรองรับนักท่องเที่ยว และ 3) ด้านการเข้าถึง มีระบบการคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางการเดินทางปลอดภัย และยังสอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ ชณัญฐ์ พงศ์ธราธิก และคณะ (2564) ที่ได้พัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ควรมีการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง ทะเล ภูเขา เกษตร และการอนุรักษ์เข้าด้วยกัน เน้นความหลากหลายของแต่ละอำเภอ

2. ผลจากการการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ที่พบว่า มีกลยุทธ์สำคัญ 4 กลยุทธ์คือ (1) กลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย 4 ประเด็นคือ 1.1) ส่งเสริมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม 1.2) สร้างจิตสำนึกที่ดีทางการ

ท่องเที่ยว ได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การดูแลสิ่งแวดล้อม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ

1.3) ส่งเสริมให้เยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เช่น เป็นมัคคุเทศก์น้อยนำเที่ยว

1.4) พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (2) กลยุทธ์

การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย 4 ประเด็นคือ 2.1) การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการให้

ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 2.2) ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น รวมทั้งสินค้าและของที่ระลึกที่มีคุณภาพ 2.3) ส่งเสริมการ

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น TikTok, Youtube, website 2.4) ยกย่องมาตรฐานสินค้าและ

บริการให้ได้มาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย เช่น ตามมาตรฐาน SHA ความปลอดภัยในแหล่ง

ท่องเที่ยว และการป้องกันมลพิษในแหล่งท่องเที่ยว (3) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย

3 ประเด็นคือ 3.1) การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3.2) ส่งเสริมเรื่อง

คุณค่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้

นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจ 3.3) ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวในแหล่ง

ท่องเที่ยว และ (4) กลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีประเด็นกลยุทธ์ย่อย 2 ประเด็นคือ 4.1) การประสานความร่วมมือและสร้างเครือข่ายพันธมิตรของ

ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

4.2) ร่วมมือกับชุมชน ภาคประชาชน โดยการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน

นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลที่ได้จากการศึกษาในกลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ

สร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทั้งในเรื่องการส่งเสริมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

แบบมีส่วนร่วม การสร้างจิตสำนึกที่ดีทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้เยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วม

ทางการท่องเที่ยว และพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ต่อการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพนี้สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ กิตติยา แกะเฮ้า (2563)

ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านอีดอง

อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรีที่พบว่า การขับเคลื่อนของชุมชน (Local Movement) และการ

สื่อสารสังคมในการท่องเที่ยว (Social Communication) มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม นอกจากนี้ การส่งเสริมให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวยังนับว่ามี

ความสำคัญที่จะช่วยให้มีการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีที่ดั้งเดิมของชุมชนไปสู่เยาวชนรุ่นหลัง

ผลที่ได้จากการศึกษาในประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ในแหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก ซึ่งให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีกิจกรรม มีสินค้า และบริการที่มีความหลากหลาย มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ที่สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ บุญเลิศ จิตต์ตั้งวัฒนา (2548) สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา (2564) ที่ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยกกระตือรือร้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชีวิตและกลุ่มชาติพันธุ์ 2) การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการใช้สื่อออนไลน์ พัฒนาเครือข่ายภาคีการท่องเที่ยว ยกกระตือรือร้นคุณภาพของการบริการของบุคลากรท้องถิ่น 3) การวางแผนนโยบายที่มีเป้าหมาย และทิศทางเดียวกัน คนในพื้นที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของที่ดี 4) การส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลที่ได้จากการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับผลที่ได้จากการศึกษาของ วัชร เวชประสิทธิ์ โสภภาพ กล่ำสกุล และ จริญญา รัชต์โสทธิ (2562) ที่พัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร เทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอดงระจก จังหวัดกาญจนบุรี ที่พบว่า ในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายข้อความแบบง่าย ๆ และขนาดเล็กติดไว้เฉพาะจุดเพื่อบอกสถานที่สำคัญ แต่ไม่มีสื่อเพื่อนำภาพรวมของสถานที่สำคัญภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว จึงได้ร่วมกับชุมชนออกแบบและพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหารขึ้นทำให้ชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร

ผลที่ได้จากการศึกษาในกลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว ซึ่งให้เห็นว่า การเข้าร่วมกิจกรรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม อันหมายรวมถึงการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของวรรณวีร์ บุญคุ้ม และพจนา บุญคุ้ม (2559) ที่พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย และพบข้อเสนอเชิงนโยบายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์ที่สำคัญคือ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยววิถีไทย ส่งเสริมการเรียนรู้และการสืบทอดเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีอยู่ในท้องถิ่น สอดคล้องกับผลจาก

การศึกษาของ พจนา บุญคุ้ม และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2559) ที่ศึกษาการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า สภาพการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างทั้งด้านการรับรู้และช่องทางการรับรู้อยู่ในระดับน้อยช่องทางการสื่อสารที่สำคัญคือสื่ออินเทอร์เน็ต และการบอกต่อ ๆ กัน สภาพการสื่อสารทางการตลาดในด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขาย โดยบุคคล และการขายทางตรงอยู่ในระดับน้อย ปัญหา สำคัญของการสื่อสารทางการตลาดคือ การประชาสัมพันธ์มีน้อย โดยมีข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทวัดวัง การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น การสร้างเว็บเพจของวัดเพื่อให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ มีมีคฤเทศก์ให้คำแนะนำ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และมีป้ายประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น มีการตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่ชัดเจน

ผลที่ได้จากการศึกษาในกลยุทธ์ที่ 4 การเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในประเด็น การประสานความร่วมมือและสร้างเครือข่ายพันธมิตรของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงและความร่วมมือกับชุมชน ภาคประชาชน โดยการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัย ผลที่ได้จากการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมที่เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคมเล็กหรือสังคมขนาดใหญ่ได้มีส่วนร่วมช่วยเหลืออย่างเต็มที่ต่อสังคมนั้น อันได้แก่ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น การพิจารณาปัญหา การตั้งนโยบาย การตัดสินใจประเด็นสำคัญต่าง ๆ (คณิต เขียววิชัย และวรรณภา แสงวัฒนะกุล (2557) สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของสุกานดา ถิ่นฐาน (2565) ที่ศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษาเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี ที่ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ผู้นำและคนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว เข้าใจแลกเปลี่ยนในวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และในการทำกิจกรรมอาจขอความร่วมมือจากกลุ่มเอกชนของในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงแบบองค์รวมตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลที่ได้จากการศึกษาทั้งในเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพนั้นยังสอดคล้องกับผลจากการศึกษาของนรินทร์ สังข์รักษา (2553) ที่ศึกษาสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม พบว่า ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยว การบริการ และการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ดังนั้น ชุมชนและหน่วยงานจึงควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนให้สามารถตอบสนองความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่มตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จึงน่าจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ และจำเป็นต้องให้ทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นต้องเข้ามามีส่วนร่วม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของและเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะประสบผลสำเร็จได้ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีบุคลากรที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม การมีผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การใช้เทคโนโลยีเพื่อประชาสัมพันธ์และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้ความสำคัญกับเรื่องการรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวละสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรีให้เกิดความยั่งยืน

3. ผลจากการการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรีที่พบว่า มีกลยุทธ์สำคัญ 4 กลยุทธ์และมีผลการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญในระดับมากที่สุดนี้ แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัด จึงควรผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรีอย่างจริงจัง ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยในปัจจุบันและตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี จึงน่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งชุมชนและท้องถิ่น การพัฒนามาตรฐานและคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เครือข่ายการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดได้อย่างยั่งยืน สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการพัฒนาประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี ยังขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี และชุมชนยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวมากนัก จึงควรมีการส่งเสริมความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยสนับสนุนให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดให้เพิ่มมากขึ้น

1.2 จากผลการวิจัยที่พบกลยุทธ์สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว และการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัดจึงควรนำผลที่จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

1.3 เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประสานความร่วมมือในการเผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเรื่องราว ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด

2.2 ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวของจังหวัด

2.3 ควรมีการวิจัยเพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์หรือบูรณาการกับศาสตร์อื่น เช่น กีฬา นันทนาการ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

รายการอ้างอิง

- Best, J. (1981). **Research in education**. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Cohen, J. and Uphoff, N. (1980). "Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity." **Elsevier**, vol. 8(3): 213-235.
- Evans, V. (2013). **Key strategy tool**. UK: VEP Limited.
- Formisano, R. (2004). **Manager guide to strategy**. New York: McGrawhill.
- Hearne, R. and Santos, A. (2005). "Tourists' and locals' preferences toward ecotourism development in the Maya Biosphere Reserve, Guatemala." **Journal of environmental, development and sustainability**. (6): 303-318.
- Howell, D. (1989). **Passport: An instruction to the travel and tourism industry**. Ohio: South-Western Publications.
- Kotler, P. (2012). **Marketing management**. 14th ed. USA: Prentice-Hall.
- McIntosh, R. and Goeldner, C. (1986). **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. 5th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Mill, R. (1990). **Tourism: The international business**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Parker, A. L. (1999). "Tourism behavior of youth in younger." **Dissertation Abstracts International** 85(12), July: 1118-1119A.
- Patthanant Seetee. (2014). **TOW'S Matrix**. From <https://www.gotoknow.org/posts/561449>.
- Pitts, R. and Lei, D. (2000). **Strategic management: Building and sustaining competitive advantage**. 2nd ed. USA: South-Western Publishing.
- Stronza, A. (2007). "The economic promise of ecotourism for conservation." **Journal of ecotourism**. 6 (3), 210-230.
- Thomson and Others. (2012). **Crafting and Executing Strategy**. 18th ed. New York: McGraw Hill.
- Travel Magazine. (2022). ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2566. สืบค้นจาก <https://tatreviewmagazine.com/article/situation2022-inter>.
- Vaughan Evans. (2013). **Key Strategy Tool**. UK: Vep Limited.

Wheelen, L. and Hunger, D. (2012). **Strategic management and and business policy: Toward global sustainability**. 13th ed. New Jersey: Pearson Education.

World Health Organization: WHO. (1978). **ALMA-ATA 1978 Primary Health Care**. Madrid: Report of the International Conference on Primary Health Care, USSR, 6-12 September 1978. WHO Geneva.

World Tourism Organization: WTO. (1997). **Tourism 2012 vision**. Madrid: WTO.

World Tourism Organization: WTO. (2003). **Sustainable tourism: Institutional of tourism industry**. Madrid: World Tourism Organization.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2546). **เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

_____. (2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

_____. (2565). **แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (5) ประเด็น การท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561-2580)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). **การส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2552). **การส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

_____. (2556). **ระบบภูมิสารสนเทศการลงทุนด้านการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กิตติทัช เขียวฉ้วน สินี เพชรเจริญสุขแสง และน้ำทิพย์ ศรีนิล. (2565). “แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านนริมนาโฮมสเตย์ ชุมชนตะคร้ำเอน จังหวัดกาญจนบุรี.” การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 7-8 กรกฎาคม 2565: 2557-2569.

กิตติยา แกะเฮ้า. (2563). “แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เก่งกาจ เกลี้ยงแก้ว. (2561). **การพัฒนาารูปแบบกิจกรรมนันทนาการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความ**

ฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

คณิต เขียววิชัย และวรรณภา แสงวิวัฒนะกุล. (2557). **การพัฒนารูปแบบกิจกรรมนันทนาการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนโดยใช้พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์**. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จังหวัดกาญจนบุรี. (2565). สืบค้นจาก <http://www.kanburi.go.th>. เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2565.

จุฑามาศ คงสวัสดิ์. (2550). “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอุทองจังหวัดสุพรรณบุรี.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2550). **อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง**. สืบค้นจาก <http://www.soc.cmu.ac.th> เมื่อ 12 กรกฎาคม 2556.

ชนัญญ์ พงศ์ธราธิก และคณะ. (2564). “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.” **วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทัศน์**. ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2564: 77-91.

ชูเกียรติ นพเกตุ. (2542). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. เชียงราย: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ดลฤทัย โกวรรณนะกุล. (2552). “การสื่อความหมายมรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่โนนเสลา อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดชัยภูมิ.” **วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. ปี 2552 ฉบับที่ 1: 1-13.

เตชพล ฐิตยารักษ์. (2555). **ทิศทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างและการพัฒนาเขตเศรษฐกิจชายแดน**. Power Point ประกอบการบรรยายเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2555 ณ โรงแรมโกลเด้นซิตี จังหวัดราชบุรี. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2550). **การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน... จุดเริ่มต้นของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ใน การประชุมเทศกาลการท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. In.

ธงชัย สมบูรณ์. (2549). **อัตลักษณ์ของชาติตามนโยบายการศึกษา**. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นภดล ภาคพรต. (2546). “ความหมาย ความสำคัญ และหลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.” ใน

เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นรินทร์ สังข์รักษา. (2553). “การศึกษาสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด นครปฐม.” วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย. ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม-ธันวาคม: 19-23.

นัทธนัย ประสานนาม. (2552). เพศชาติพันธุ์ และปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ในภาพยนตร์ เรื่อง Touch of Pink. สืบค้นจาก <http://www.midnightuniv.org> เมื่อ 10 พฤษภาคม 2554.

นิตยา จันทร์ทุ่งใหญ่. (2566). “กลยุทธ์การเสริมสร้างสมรรถนะของบุคลากรเพื่อรองรับยุคดิจิทัล ของ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.” วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา พัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บำรุง แสณณรงค์. (2550). “รูปแบบการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมแก่นักเรียนระดับประถมศึกษา สำนักงานเขตคลองสาน สังกัดกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ประพนธ์ เล็กสุมา. (2558). “การพัฒนาเกณฑ์การตัดสินใจเพื่อกำหนดกลยุทธ์การเข้าร่วมงานจัดแสดง สินค้าระดับนานาชาติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร.” วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎี บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. (2554). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาบ้านด่าน ซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ประภัสสร มีน้อย. (2560). “รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อ รองรับการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.” วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. ปทุมธานี: ไพว์แอนด์ไพร์ พรินต์ติ้ง จำกัด.

ปทุมทริกา ปลื้มมนู. (2553). “แนวทางการประยุกต์ศิลปะไทยเพื่อการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาวใน กรุงเทพมหานคร.” วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. ปี 2553, ฉบับที่ 3 : 1-18.

พจนา บุญคุ้ม. (2550). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง จังหวัด นครปฐม.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อ

- อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พจนาน บัญญัติ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2559). “การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง.” *Veridian-E Journal, Silpakorn University* 8(2): 2793-2808.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *กลยุทธ์ ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (ออนไลน์).
- มนสิชา อินทจักร. (2552). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่.” *วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. ปี 2552, ฉบับที่ 1: 1-10.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- รชพร จันทร์สว่าง. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส. (2559). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน.” *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน* 6(1): 42-60.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2563). *ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2550). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2550*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2545). *การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ประสานงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. In.
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม และพจนาน บัญญัติ. (2559). “การพัฒนารูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยววิถีไทยสร้างสรรค์เส้นทางกาญจนบุรี-ทวาย.” *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล* 3(2) 2016, 105-128.
- วรรณมา วงษ์วานิช. (2546). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2549). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรางคณา ผลประเสริฐ. *แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- _____. (2554). *แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- วัชร เวชประสิทธิ์ โสภภาพ กล่ำสกุล และ จริญญา รัชตโสทธิ. (2562). “การพัฒนาสื่อส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร เทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี.” การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6 ประจำปี พ.ศ. 2562, 30 มีนาคม 2562.: 54-64.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2564). กลยุทธ์. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki>. เมื่อ 10 ธันวาคม 2566.

วิภาดา มุกดา และคณะ. (2563). “การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนของจังหวัดกาญจนบุรี.” **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. ปีที่ 14 ฉบับที่ 1: 75-91.

วิภาวรรณ จันทร์ประชุม. (2564). “กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตการท่องเที่ยวไทยแลนด์รีเวียร์.” วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิมล จิโรจพันธ์และคณะ. (2548). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.

วีรพล ทองมา. (2552). “Upland community-based tourism business management strategies in Chiang Mai province, Thailand.” **วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. ปี 2552, ฉบับที่ 1: 1-11.

_____. (2552). **กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อชุมชนบ้านสบวิน ตำบลแมริม อำเภอแม่วง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

_____. (2554). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สามลดา.

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ และเสรี วงษ์มณฑา. (2564). “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน.” **วารสารสมาคมนักวิจัย** ปีที่ 26, ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม 2564: 244-256.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

_____. (2559). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

_____. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2554). **นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

สำนักงานจังหวัดกาญจนบุรี. (2562). **แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี 4 ปี (พ.ศ. 2561 – 2564) ฉบับ**

- ทบทวนใหม่ รอบปี พ.ศ. 2562.** สำนักงานจังหวัดกาญจนบุรี ศาลากลางจังหวัดกาญจนบุรี.
 สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **แผนการพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555 – 2559).** กรุงเทพฯ: คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2563). **แผนการพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2564 – 2565).** กรุงเทพฯ: คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุกานดา ถิ่นฐาน. (2565). “การออกแบบอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษาเส้นทางรถไฟสายมรณะ จังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา ศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุมาลี จิระจรัส. (2548). **การจัดการเชิงกลยุทธ์.** สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สุวัฒน์ จูธากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส. (2545). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อาชว์บาร์มี มณีตะกุกทอง และคณะ. (2561). “การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประเพณีและวิถีชีวิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในเส้นทางอารยธรรมล้านนา: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์.” สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี

ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดจากการลงพื้นที่ศึกษา มีดังนี้

1.1.1 สะพานข้ามแม่น้ำแคว

สะพานข้ามแม่น้ำแควสร้างขึ้นในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางรถไฟของกองทัพญี่ปุ่นจากสถานีชุมทางหนองปลาดุก อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ไปเมืองฉันทบุรายัต ประเทศพม่า ซึ่งการสร้างทางรถไฟเส้นทางนี้ บางแห่งต้องทำสะพานข้ามน้ำที่ลึกและเชี่ยวกราก กองทัพญี่ปุ่นเลือกสร้างสะพานข้ามน้ำแควใหญ่ที่บริเวณบ้านท่ามะขาม (สมัยนั้นเรียกว่าบ้านท่าม้าข้าม) ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมืองกาญจนบุรี เนื่องจากพื้นดินด้านล่างมีความหนาแน่น ระยะเวลาแรกสร้างเป็นสะพานไม้ชั่วคราวก่อน ห่างจากสะพานปัจจุบัน 100 เมตร ใช้เวลาในการก่อสร้าง 3 เดือน ต่อมา สร้างเป็นสะพานเหล็กถาวรโดยนำเหล็กจากมะลายูมาประกอบกัน วางรางโดยเชลยศึกชาวอังกฤษ สะพานมีความยาวทั้งหมด 300 เมตรแบ่งเป็น 11 ช่วงตอม่อคอนกรีต เปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2486 ต่อมาในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2487 ในระหว่างสงครามสะพานข้ามแม่น้ำแควถูกทหารสัมพันธมิตรโจมตีทางอากาศโดยการทิ้งระเบิดอย่างหนักจนสะพานหักท่อนกลาง ซึ่งต่อมาญี่ปุ่นยอมแพ้สงครามในวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ.2488



ภาพที่ 1 สะพานข้ามแม่น้ำแคว (Bridge of River Kwai)

1.1.2 สุสานทหารสัมพันธมิตร



ภาพที่ 2 สุสานทหารสัมพันธมิตร (ดอนรัก) หรือ War Cemetery (Donruk)



ภาพที่ 3 ภายในสุสานทหารสัมพันธมิตร (ดอนรัก)

1.1.3 ถนนประวัติศาสตร์ปากแพรก

ชุมชนปากแพรก และถนนสายปากแพรกเป็นชุมชนเก่าแก่ที่สุดของเมืองกาญจนบุรี คำว่าปากแพรก เพี้ยนมาจากภาษาจีนว่า ปากเผ็ก ซึ่งแปลว่าทางแยก อาคารบ้านเรือนที่ตั้งเรียงรายตามแนวกำแพงเมืองทอดยาวขนานไปกับแม่น้ำแควใหญ่ รูปแบบการก่อสร้างเป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับการก่อตั้งเมืองยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์และประวัติศาสตร์สากลที่ผูกพันใกล้ชิดกับสงครามโลกครั้งที่ 2 การกำเนิดของย่านการค้าเก่าแก่ที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำสายหลักของเมืองกาญจนบุรี รวมทั้งภูมิหลังของบุคคลสำคัญระดับประเทศ

หลายคน ในทุกวันเสาร์บริเวณชุมชนปากแพรกและถนนสายปากแพรก จะมีการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน และมีสินค้าจำหน่ายนักท่องเที่ยวและประชาชน



ภาพที่ 4 บริเวณถนนประวัติศาสตร์ปากแพรก

1.1.2 ถนนนานาชาติ

ถนนนานาชาติ กาญจนบุรี เป็นถนนเส้นเส้น ๆ ด้านหลังสุสานทหารสัมพันธมิตร (ดอนรัก) ที่มุ่งตรงไปยังสะพานข้ามแม่น้ำแคว หรือที่คนในพื้นที่เรียกว่า เส้นโค้งประปา เพราะมีสำนักงานประปาตั้งอยู่ในบริเวณนั้น โดยมีชื่อเรียกเป็นทางการว่า ถนน นานาชาติ



ภาพที่ 5 ถนนนานาชาติ

1.1.3 สถานีรถไฟ

พิพิธภัณฑ์รถไฟ ตั้งอยู่ติดกับสุสานสัมพันธมิตร (ดอนรัก) อำเภอกาญจนบุรี เป็นสถานที่จัดแสดงเรื่องราวของการสร้างทางรถไฟสายไทย-พม่า หรือที่รู้จักกันดีว่า “ทางรถไฟสายมรณะ” ที่มีจุดเริ่มต้นจากสถานีชุมทางหนองปลาดุก อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ไปยังสถานีฉันทบุรายัต ประเทศพม่า ไว้อย่างละเอียด ตั้งแต่การเดินทัพเข้ามาของกองทัพญี่ปุ่น การออกแบบและการสร้างทางรถไฟ สถาปัตยกรรมศาสตร์ของทางรถไฟ สภาพชีวิตอันน่าหดหู่ ภายในค่ายเชลยศึก เรื่องราวด้านการแพทย์ สงคราม ปฏิบัติการทางรถไฟ การทิ้งระเบิดและการทำลายทางรถไฟ ไปจนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากที่สงครามยุติลง



ภาพที่ 6 พิพิธภัณฑ์รถไฟ



ภาพที่ 7 ภายในพิพิธภัณฑ์รถไฟ

1.1.6 โรงงานกระดาษไทย

โรงงานกระดาษไทยกาญจนบุรี ตั้งอยู่ที่ ริมถนนแสงชูโต ตำบลบ้านเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ.2476 บนเนื้อที่กว่า 69 ไร่ โดยพระยาพหลพลพยุหเสนา เป็นผู้ริเริ่ม และเปิดดำเนินการในสองปีถัดมา เป็นโรงงานแห่งแรกในประเทศไทยที่ผลิตธนบัตรไทย โดยการใช้เยื่อไม้ไผ่ ตัวอาคารเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก รูปแบบสถาปัตยกรรมในสมัยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้รับอิทธิพลศิลปะแบบโมเดิร์นในยุคเริ่มแรกของประเทศไทย ซึ่งเน้นความเกลี้ยงเกลาเรียบง่าย และประโยชน์ใช้สอย มีปล่องไฟสูงใหญ่ซึ่งเป็นสิ่งโดดเด่นสะดุดตาของอาคารในสมัยนั้น



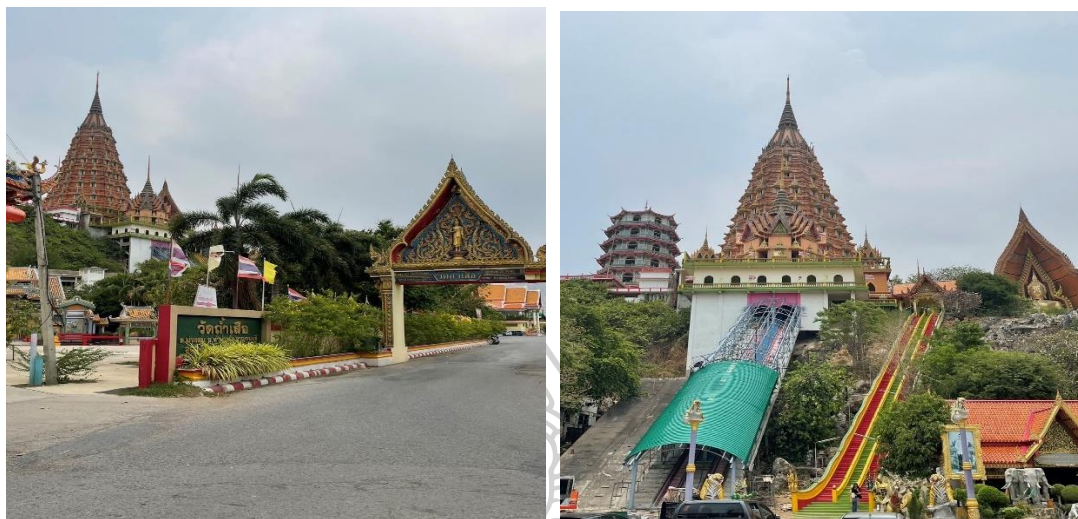
ภาพที่ 8 โรงงานกระดาษไทย

1.1.7 วัดถ้ำเสือ

วัดถ้ำเสือ ตั้งอยู่บนเนินเขาใน ตำบลท่าม่วงชุม อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ก่อนที่จะเข้าสู่ตัวเมืองกาญจนบุรี มีชื่อเสียงเลื่องลือในความสวยงามของพระรูปองค์ใหญ่หลวงพ่อชินันประทานพร องค์พระสูง 9 วา 9 นิ้ว หน้าตักกว้าง 5 วา 3 ศอก 9 นิ้ว สีทองอร่าม สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2516 และ “พระเจดีย์เกษแก้วมหาปราสาท” เป็นเจดีย์ทรงแปดเหลี่ยม สีส้ม สูง 69 เมตร กว้าง 29 เมตร สูงใหญ่โดดเด่น มีทั้งหมด 9 ชั้น ตรงกลางมีบันไดเวียนสามารถเดินขึ้นไปถึงชั้นบนสุด แต่ละชั้นมีภาพเขียนเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาและพระมหากษัตริย์ ชั้นบนสุดเป็นที่ประดิษฐานของพระบรมสารีริกธาตุที่อัญเชิญมาจากประเทศอินเดีย หากมองจากหน้าต่างของพระเจดีย์ซึ่งมีอยู่รอบทิศจะเห็นแม่น้ำแม่กลอง ภูเขา ท้องทุ่งนา และวัดถ้ำเขาน้อย ซึ่งเป็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม

การเดินทาง จากถนนแสงชูโต มุ่งหน้าอำเภอเมืองกาญจนบุรี สังเกตป้ายเลี้ยวซ้ายไปอำเภอท่าม่วง เพื่อเลี้ยวซ้ายไปเข้าเส้นแสงชูโตเก่า ผ่านโรงพยาบาลท่าม่วง ถึงหอฟึกาให้เลี้ยวซ้ายแล้ววิ่งเลียบถนนคลองชลประทาน ผ่านเขื่อนแม่กลองจนสุดทาง จะพบ 3 แยก ให้เลี้ยวขวา ไปตาม

ทางอีก 1 กิโลเมตร จะพบแยกซ้ายเข้าวัดม่วงชุม เลี้ยวซ้ายไปตามทาง มีป้ายบอก วัดถ้ำเสือจะอยู่ติดกับวัดถ้ำเขาน้อย



ภาพที่ 9 วัดถ้ำเสือและทิวทัศน์โดยรอบ

1.1.8 ปราสาทเมืองสิงห์

ปราสาทเมืองสิงห์ตั้งอยู่ในเขตตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี สามารถเดินทางโดยรถยนต์จากกรุงเทพฯ ระยะทางประมาณ 175 กิโลเมตร หรือเดินทางโดยรถไฟจากสถานีบางกอกน้อย เมืองสิงห์ตั้งอยู่บนที่ราบริมฝั่งแม่น้ำแควน้อย และมีเทือกเขาล้อมรอบ ทำให้พื้นที่ลาดเทลงมาทางแม่น้ำแควน้อย พื้นที่บริเวณนี้จึงมีความอุดมสมบูรณ์มาก เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม ความสมบูรณ์ของเมืองสิงห์ทำให้มีการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรมมาเป็นเวลานาน ดังปรากฏจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่ขุดพบในบริเวณริมแม่น้ำแควน้อยนอกกำแพงเมืองสิงห์ ด้านทิศใต้เป็นหลุมฝังศพมนุษย์และมีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ฝังร่วมกับศพ อาศัยอยู่ในตอนปลายของยุคโลหะสมัยก่อนประวัติศาสตร์ มีอายุประมาณ 2,000 ปี ในสมัยต่อมาคือสมัยที่มีการสร้างเมืองสิงห์ ปรากฏหลักฐานจำนวนมาก ได้แก่ ตัวเมืองรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาดใหญ่พื้นที่ประมาณ 1 ตารางกิโลเมตร มีคูเมือง คันดินและกำแพงเมืองที่เป็นศิลาแลงล้อมรอบ ที่กลางเมืองมีโบราณสถาน มีปราสาทที่สร้างขึ้นตามลักษณะศิลปะขอมแบบบายน

นอกจากตัวเมืองโบราณและโบราณสถานแล้ว ยังพบโบราณวัตถุที่เป็นประติมากรรมตามลักษณะศิลปะขอมแบบบายน ซึ่งสันนิษฐานว่าน่าจะสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 18 หรือตรงกับรัชสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 กษัตริย์ของขอม (ประเทศกัมพูชา) นอกจากความเชื่อที่ว่า ปราสาทเมืองสิงห์สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 18 ตามศิลปะของขอมแล้ว ยังมีแนวคิดอีก

แนวคิดหนึ่งซึ่งเชื่อว่า เมืองสิงห์และปราสาทเมืองสิงห์น่าจะเป็นการก่อสร้างเลียนแบบปราสาทขอมในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

ลักษณะของเมืองสิงห์เป็นเมืองที่มีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีเนื้อที่ประมาณ 651 ไร่ 1 งาน 53 ตารางวา ขนาดกว้างประมาณ 880 เมตร ความยาวจากแนวทิศเหนือ-ใต้จรดแม่น้ำ 1,400 เมตร กำแพงเมืองก่อด้วยศิลาแลงสูง 7 เมตร มีทางเข้า-ออกทั้ง 4 ด้าน กำแพงด้านในถมดินลาด ด้านทิศตะวันออก ทิศเหนือ และตะวันตกมีคูน้ำคันดินล้อมรอบ 7 ชั้น ส่วนด้านทิศใต้ กำแพงเมืองคดโค้งไปตามลำน้ำแควน้อยโดยใช้ลำแม่น้ำเป็นคูเมือง ภายในตัวเมืองมีสระน้ำ 6 สระ และสิ่งก่อสร้างที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนาอีก 4 แห่ง ประกอบด้วย

โบราณสถานหมายเลข 1 ปราสาทหลังใหญ่ ตรงกับประตูเมืองสิงห์ด้านตะวันออก

โบราณสถานหมายเลข 2 ปราสาทหลังที่อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ติดกับกำแพงแก้วของปราสาทหลังใหญ่

โบราณสถานหมายเลข 3 อาคารขนาดเล็กที่ก่อด้วยอิฐและศิลาแลง อยู่นอกกำแพงแก้ว ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของปราสาทหลังใหญ่ ห่างออกไป 150 เมตร

โบราณสถานหมายเลข 4 ฐานโบราณสถานที่มีลักษณะเป็นห้อง ๆ อยู่ห่างจากกำแพงแก้วด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของปราสาทหลังใหญ่ ประมาณ 236.50 เมตร



ภาพที่ 10 ปราสาทเมืองสิงห์



ภาพที่ 11 ภายในบริเวณปราสาทเมืองสิงห์

1.1.9 เมืองมัลลิกา

เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 เมืองที่พานักท่องเที่ยวย้อนกลับไปปลายสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งมีการประกาศเลิกทาส เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 ถูกเนรมิตรขึ้นด้วยงบประมาณถึง 200 ล้านบาท บนพื้นที่ 60 ไร่ ตั้งอยู่ในอำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อเดินผ่านประตูกำแพงสูงใหญ่ก็จะพบกับสถาปัตยกรรมในรัชสมัย ร. 5 สร้างได้สมจริง ได้เห็นภาพผู้คนชาวสยามเกือบ 400 คนที่แต่งกายและผู้จาทักทายด้วยรอยยิ้ม ได้เห็นถึงการค้าขายของชาวสยามในอดีต ชีวิตสังคม ศิลปะ ซึ่งรุ่งเรืองขึ้นมาในยุคหลังเลิกทาส ได้ลิ้มลองอาหารไทยแบบต้นตำรับหลากหลายเมนู เช่น ขนมเส้นหัวจันทร์ ขนมจ่ามงกุฎ ขนมทองเอก ขนมหยกมณี ขนมบุหลันดั้นเมฆ ขนมชั้น ขนมถ้วยฟู ขนมจีบไทย ขนมบัวดอกไม้ ขนมเรไร ขนมเปียกปูน ขนมไข่ปลา ขนมต้มขาว ขนมต้มแดง

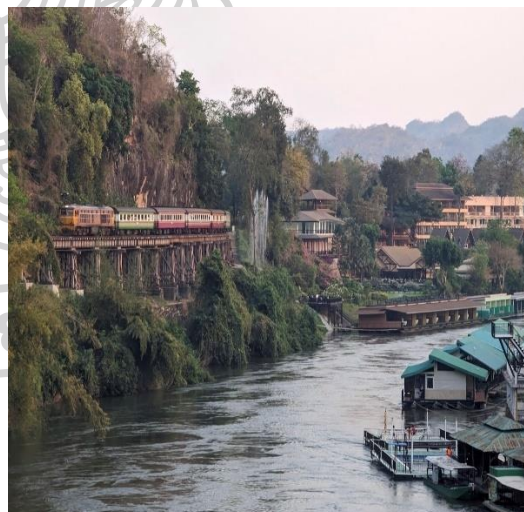


ภาพที่ 12 เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124

1.1.10 สถานีรถไฟสะพานถ้ำกระแซ

ป้ายหยุดรถไฟถ้ำกระแซ (Thamkrasae Railway Station) เดิมใช้ชื่อ "สะพานถ้ำกระแซ" อยู่ในเส้นทางรถไฟสายใต้ (ช่วงสถานีรถไฟชุมทางหนองปลาดุก - สถานีรถไฟน้ำตก) หรือทางรถไฟสายตะวันตก ป้ายหยุดรถไฟตั้งอยู่บริเวณสะพานถ้ำกระแซ ซึ่งเป็นสะพานไม้เลียบหน้าผาที่มีความยาวกว่า 450 เมตร เปิดใช้งานเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยว โดยปัจจุบันที่นี่เป็นจุดหนึ่ง ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในเส้นทางสายนี้ (ทางรถไฟสายมรณะ)

สายหยุดรถไฟถ้ำกระแซ เป็นป้ายหยุดรถไฟสร้างขึ้นมาหลังการเปิดเดินรถไฟช่วงที่ 2 (สถานีรถไฟกาญจนบุรี - สถานีรถไฟวังโพ) ของการฟื้นฟูเส้นทางรถไฟสายน้ำตก (หนองปลาดุก - น้ำตก) ระหว่าง ระยะทาง 61 กิโลเมตร โดยเปิดใช้งานครั้งแรกเมื่อ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2532 สำหรับการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับป้ายหยุดรถวิทยาลัยเกษตร ป้ายหยุดรถบ้านโป่งเสี้ยว และป้ายหยุดรถเกาะมหามงคล จากป้ายสถานีรถไฟ เดิมป้ายหยุดรถไฟนี้ใช้ชื่อว่า "สะพานถ้ำกระแซ" โดยปัจจุบันเหลือแค่ "ถ้ำกระแซ" จากหลักฐานของป้ายหยุดรถไฟถ้ำกระแซ (เดิม) ฝั่งกาญจนบุรี "Thamkrasae Bridge หรือสะพานถ้ำกระแซ



ภาพที่ 13 สถานีถ้ำกระแซ



ภาพที่ 14 บริเวณถ้ำกระแซและทิวทัศน์โดยรอบ

1.1.11 พิพิธภัณฑสถานช่องเขาขาด

ช่องเขาขาด พิพิธภัณฑสถานแห่งความทรงจำ ช่องเขาขาด หรือ Hellfire Pass Memorial ถูกสร้างขึ้นเพื่ออุทิศให้กับเชลยศึก (Prisoner of War: POWs) และแรงงานชาวเอเชียที่ได้รับความทุกข์ทรมานอย่างแสนสาหัสและเสียชีวิต ณ ช่องเขาขาด สถานที่แห่งนี้เกิดจากผลกระทบของสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่เริ่มขึ้นในปี 2488 เมื่อญี่ปุ่นเริ่มโจมตีสหรัฐอเมริกาที่เพิร์ล ฮาร์เบอร์ (Pearl Harbour) จากนั้นทหารญี่ปุ่นรุกเข้ามาเลเซีย และไทยในปี 2485 ทหารญี่ปุ่นสู้รบกับทหารอังกฤษในพม่าโดยมีวัตถุประสงค์สุดท้ายคือการรุกเข้าไปในประเทศอินเดีย แต่การดำรงกองทัพอยู่ในพม่านั้นญี่ปุ่นจำเป็นต้องใช้เส้นทางทางการส่งกำลังที่ปลอดภัยมากกว่าเส้นทางเดินเรือทางทะเลจากสิงคโปร์ไปยังย่างกุ้ง (Rangoon) ซึ่งอาจถูกโจมตีได้ ญี่ปุ่นจึงตัดสินใจสร้างทางรถไฟซึ่งมีความยาวประมาณ 415 กิโลเมตร ผ่านป่าและภูเขาจากอำเภอบ้านโป่ง (Ban Pong) จังหวัดราชบุรีไปยังต้นบูชายัต (Thanbyuzayat) ในประเทศพม่า

ในการสร้างทางรถไฟสายนี้ ญี่ปุ่นได้รวบรวมแรงงานหลายชาติ ประกอบด้วยแรงงานชาวเอเชียประมาณ 250,000 คน และเชลยศึกชาวออสเตรเลีย อังกฤษ ดัตช์ และอเมริกันรวมมากกว่า 60,000 คน ทำการก่อสร้างทางรถไฟโดยเริ่มในตอนใต้ของประเทศพม่าในเดือนตุลาคม 2485 ในขณะเดียวกันก็ได้เริ่มการก่อสร้างในประเทศไทย จรกระทั้งในวันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2486 ก็สามารถเชื่อมรางรถไฟได้ที่จุดแก่งคอยท่า (Kon Koita) ในประเทศไทย การก่อสร้างทางรถไฟสายนี้ปราศจากเครื่องมือที่ทันสมัย การขุดดินหรือกะเทาะหินใช้เพียงพลั่ว ชะแลง แล้วขนย้ายดินหรือหินด้วยกระบุงหรือกระสอบ การถมรางรถไฟก็ใช้แรงงานคนเป็นหลัก เครื่องตอกหรือค้อนใหญ่ถูกใช้เพื่อ

ตัดหิน เจาะรู และขุดหลุมเพื่อวางระเบิด สะพานตลอดแนวรางรถไฟถูกสร้างด้วยไม้ที่ตัดจากป่าในบริเวณนั้นแทบทั้งหมด การก่อสร้างกำหนดให้สิ้นสุดลงในเดือนสิงหาคม เอลยศึกตลอดจนแรงงานชาวเอเชียถูกลงโทษให้ทำงานหนักจนค่า บริเวณที่ตัดช่องเขาชาตินั้นแสงวาบ ๆ จากกองไฟส่องกระทรงของแรงงานที่ผอมโซ จึงเป็นที่มาของชื่อ “ช่องไฟนรก หรือ Hellfire Pass” ที่เป็นที่รู้จักของผู้คนทั่วโลกมาจนทุกวันนี้

ในที่สุดการก่อสร้างก็สำเร็จลง ในช่วงเดือนธันวาคม 2486 ถึงสิงหาคม 2488 รางรถไฟสายนี้ก็ได้ถูกใช้เพื่อลำเลียงอุปกรณ์ทางทหารประมาณ 20,000 ตัน ทั้ง ๆ ที่ฝ่ายพันธมิตรมีการโจมตีทางอากาศ แต่เส้นทางรถไฟสายนี้ก็ได้ถูกใช้เพื่อการขนย้ายยุทโธปกรณ์ให้กับฝ่ายทหารญี่ปุ่นได้อย่างต่อเนื่อง ความสูญเสียจากการก่อสร้างเส้นทางรถไฟสายไทย-พม่าทำให้เชลยฝ่ายพันธมิตรเสียชีวิตประมาณร้อยละ 20 หรือประมาณ 12,399 คน จากจำนวนเชลยศึกทั้งหมด และพลเรือนเสียชีวิตประมาณ 70,000-90,000 คน สาเหตุของการเสียชีวิตมาจากการขาดอาหารและถูกทรมาน อาหารหลักที่เชลยศึกได้รับประมาณมีเพียงข้าวและผักดองหรือปลาแห้งเท่านั้น ทำให้เกิดภาวะขาดแคลนอาหาร ประกอบกับโรคระบาดคือมาเลเรีย โรคบิด อหิวาตกโรค และแผลเน่าเปื่อย ทำให้ทหารเหล่านั้นเสียชีวิตลงเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 15 เส้นทางเดินภายในพิพิธภัณฑสถานช่องเขาชาติ



ภาพที่ 16 สภาพของโขดหินและบริเวณช่องเขาขาด

1.1.12 วัดท่าขนุน

วัดท่าขนุนตั้งชื่อตามท่าเรือ เป็นที่หมายสำคัญคือมีต้นขนุนอยู่หลายต้นจึงเรียกกันว่า "ท่าขนุน" ในนิราศท่าดินแดง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงพระราชนิพนธ์ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2329 ได้กล่าวถึงจังหวัดกาญจนบุรีในนามเดิมว่า เมืองปากแพรก ทรงยกทัพเรือขึ้นไปถึงเมืองไทรโยค แล้วจึงเปลี่ยนเป็นทัพบก ยกไปตั้งค่ายที่ด้านท่าขนุน แล้วบุกโจมตีกองทัพพม่าที่ท่าดินแดง เห็นได้ว่ามีท่าขนุนก็เป็นเมืองหน้าด่านอยู่แล้ว จึงสันนิษฐานว่ามีวัดท่าขนุนตั้งอยู่แล้ว แต่หลักฐานปรากฏชัดโดยได้กล่าวถึงวัดท่าขนุนเมื่อครั้งที่พระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าอรประพันธ์รำไพ และพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าอดิศัยสุริยาภา สองพระราชธิดาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวกับเจ้าจอมมารดาอ่อน เสด็จมาประพาสป่าทองผาภูมิ ในการเสด็จครั้งหลังนี้ ทั้งสองพระองค์ได้ทูลขอพระราชทานพระพุทธรูปรัชกาล ขนาดหน้าตักประมาณ 1 ศอก 2 องค์ และธรรมาส์ทรงบุษบกฝีมือช่างหลวง ถอดประกอบได้ทุกชิ้น จากในหลวงรัชกาลที่ 7 มาถวายแก่หลวงปู่พุก อุตตมปาโล อดีตเจ้าอาวาสวัดท่าขนุน เมื่อ พ.ศ. 2472

ถึงกระนั้นกรมการศาสนาระบุว่า วัดท่าขนุนตั้งเมื่อ พ.ศ. 2473 ชาวบ้านเรียกว่า วัดหลวงพ่อสาย เดิมเป็นที่ดินของตระกูลเล็กได้ถวายแก่หลวงปู่พุก อุตตมปาโล เพื่อสร้างวัด ต่อมาพระอาจารย์ไตนามซึ่งเป็นชาวกะเหรี่ยง เป็นเจ้าอาวาสและได้พัฒนาวัดโดยการสร้างมณฑปพระพุทธรูป ผู้ให้ความอุปถัมภ์คือ ผู้ใหญ่บ้านทม หงสาวดี เมื่อพระอาจารย์ไตนมมรณภาพลง วัดท่าขนุนได้กลายเป็นวัดร้างไปชั่วระยะหนึ่ง จนกระทั่งหลวงปู่สาย อคฺควโส (พระครูสุวรรณเสลาภรณ์) เติบรุติงคมาจากจังหวัดนครสวรรค์ และปักกลดพักที่วัดร้าง ชาวบ้านเกิดความเลื่อมใสจึงได้นิมนต์ท่านอยู่จำพรรษา และพัฒนาวัดสร้างเสนาสนะเพิ่มขึ้น จนกลายเป็นวัดประจำอำเภอทองผาภูมิมาจน

ทุกวันนี้ ต่อมา พ.ศ. 2535 หลวงปู่สาย อคควิโส ได้มรณภาพลง ทำให้เสนาสนะทั้งหลายได้ทรุดโทรมลง จนถึง พ.ศ. 2545 พระราชธรรมโสภณรักษาการเจ้าคณะจังหวัดกาญจนบุรีในขณะนั้นได้มีบัญชาให้พระครูวิลาศกาญจนธรรมมาพัฒนาวัดท่าขนุน จนมีเสนาสนะที่สมบูรณ์ขึ้นอีกครั้ง

พระ ภปร. กาญจนธรรมพิทักษ์ วัดทองผาภูมิ ตำบลท่าขนุน อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นพระพุทธรูปปางประทานพร ที่ประดิษฐานอย่างโดดเด่นอยู่ตรงข้ามกับสำนักงานเทศบาลตำบลทองผาภูมิ สร้างขึ้นโดยพระครูกาญจนประสิทธิ์ หรือหลวงพ่ออาบ ร่วมกับชาวอำเภอทองผาภูมิ ได้ร่วมกันบริจาคเงินก่อสร้างมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2508



ภาพที่ 17 พระ ภปร. กาญจนธรรมพิทักษ์ วัดท่าขนุน

1.1.13 สะพานมอญ

สะพานอุตตมานุสรณ์ หรือที่นิยมเรียกกันว่า สะพานมอญ เป็นสะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย มีความยาว 850 เมตร และเป็นสะพานไม้ที่ยาวเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากสะพานไม้อูเบ็ง ในประเทศพม่า เป็นสะพานที่ข้ามแม่น้ำซองกาเรีย ที่ตำบลหนองลู อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี สะพานนี้สร้างขึ้นโดยดำริของหลวงพ่ออุตตมะ เจ้าอาวาสวัดวังแก้วเวการาม ในปี พ.ศ. 2529 จนถึง พ.ศ. 2530 โดยใช้แรงงานของชาวมอญ เป็นสะพานไม้ที่ใช้

สัญจรไปมาของชาวมอญและชาวไทยที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ ปัจจุบันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัดกาญจนบุรี

ในวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 เวลา 18.30 น. สะพานอุตตมานุสรณ์ได้พังทลายขาดเป็น 2 ท่อนในช่วงกลางสะพาน ความยาวประมาณ 30 เมตร เนื่องจากเกิดเหตุฝนตกหนักติดต่อกันนานถึง 3 วัน ทำให้เกิดน้ำป่าไหลเชี่ยวกรากจากทุ่งใหญ่นเรศวร พัดขยะตอไม้ลงสู่แม่น้ำซองกาเลีย ปะทะกับเสาสะพานทำให้เกิดขาดกลาง และเสียหายเพิ่มเป็น 70 เมตร ในเที่ยงของวันต่อมา หลังจากผ่านไป 1 ปี การซ่อมแซมสะพานแห่งนี้ก็ยังไม่เสร็จ และเกินสัญญาว่าจ้าง 120 วัน เนื่องจากมีปัญหาด้านบริษัทผู้รับเหมาที่มีปัญหาไม่สามารถนำไม้ที่ต้องขนส่งมาจากภาคอีสานมาซ่อมแซมได้ เนื่องจากเกรงว่าจะผิดกฎหมาย และในที่สุดสะพานอุตตมานุสรณ์ก็ได้รับการซ่อมแซมจากทหารช่างจากกองพลทหารราบที่ 9 (พล.ร.9) ค่ายสุรสีห์ ร่วมกับชาวบ้านอำเภอสังขละบุรี ใช้เวลาเพียงแค่ 29 วัน และมีพิธีเปิดใช้อีกครั้งอย่างเป็นทางการในวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นวันครบรอบชาติกาล 104 ปี ของหลวงพ่อดุตตะ โดยมีการแสดงแสงสีเสียง



ภาพที่ 18 สะพานมอญ

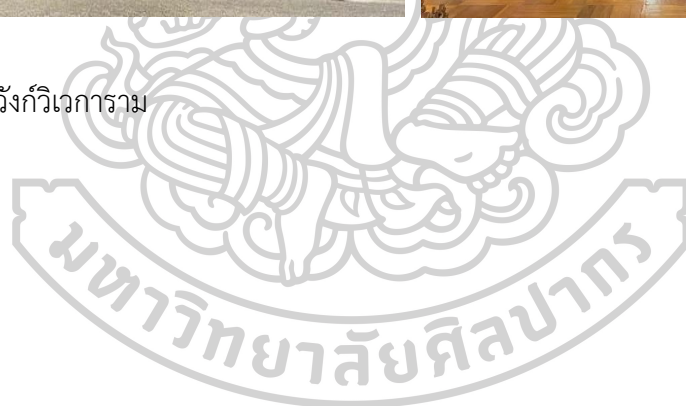
1.1.14 วัดวังแก้วเวการาม

วัดวังแก้วเวการาม สร้างโดยพระราชอุตมมงคล (หลวงพ่อดุตตะ) พระเกจิอาจารย์ชื่อดังเชื้อสายมอญได้รวบรวมชาวกะเหรี่ยง ชาวมอญ รวมทั้งคนไทยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอสังขละบุรีช่วยกันสร้างขึ้น ปัจจุบันหลวงพ่อดุตตะได้ละสังขารไปแล้ว (18 ตุลาคม 2549) แต่ศิษยานุศิษย์ยังเก็บสังขารของท่านไว้ให้คนทั่วไปเข้ามากราบสักการบูชา สถานที่สำคัญภายในวัดประกอบด้วย 1) ศาลาประดิษฐานสังขารหลวงพ่อดุตตะ ตั้งบรรจุสังขารของหลวงพ่อไว้ในปราสาทมอญสวยงาม 2) วิหารพระพุทธรูปหินอ่อน ประดิษฐานพระพุทธรูปหินอ่อน ปางมารวิชัย หน้า 9 ต้น

หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า “หลวงพ่อกขาว” หรือ “หลวงพ่อยกขาว” 3) เจดีย์พุทธคยา หลวงพ่อดุตตะมะ เป็นผู้คิดริเริ่มสร้างเมื่อปี พ.ศ.2521 โดยจำลองมาจาก เจดีย์พุทธคยาประเทศอินเดีย เป็นเจดีย์คอนกรีตเสริมเหล็กฐานรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส กว้าง ยาว 42 เมตร สูง 49 เมตร เสาเหล็ก 4 ทิศ จำนวน 16 ต้น ในปี พ.ศ.2532 สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร เสด็จพระราชดำเนินมาทรงประกอบพิธีอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุส่วนที่เป็นกระดูกนิ้วหัวแม่มือขวา 2 องค์ ขนาดเท่าเมล็ดข้าวสาร มีสีขาวใสอมเหลืองเป็นเงาบรรจุในผอบ 3 ชั้น ซึ่งหลวงพ่อดุตตะมะมาจากประเทศศรีลังกา และฉัตรทองคำหนัก 400 บาท ขึ้นไปประดิษฐานบนยอดเจดีย์



ภาพที่ 19 วัดวังแก้วเวการาม





ฉบับที่ 1
แบบสำรวจสภาพพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดกาญจนบุรี

.....

สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ประวัติความเป็นมาของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว สภาพทั่วไป
2. สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว
3. การประกอบอาชีพของสมาชิกในชุมชน
4. ข้อมูลผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้านในชุมชน
5. วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน



ฉบับที่ 2

ประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

.....

ประเด็นคำถามหลักในการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1. สภาพปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรค

สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรีเป็นอย่างไร

- 1.1 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของพื้นที่ได้แก่อะไรบ้าง และอยู่ในพื้นที่ / แหล่งท่องเที่ยวใด
- 1.2 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของพื้นที่ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร
- 1.3 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ผ่านมามีปัญหา อุปสรรค และความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่อะไรบ้าง
- 1.4 การมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างไร มีปัญหาอุปสรรคหรือไม่ อย่างไร
- 1.5 มีแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอย่างไรบ้าง

2. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี โปรดระบุ)

.....

.....

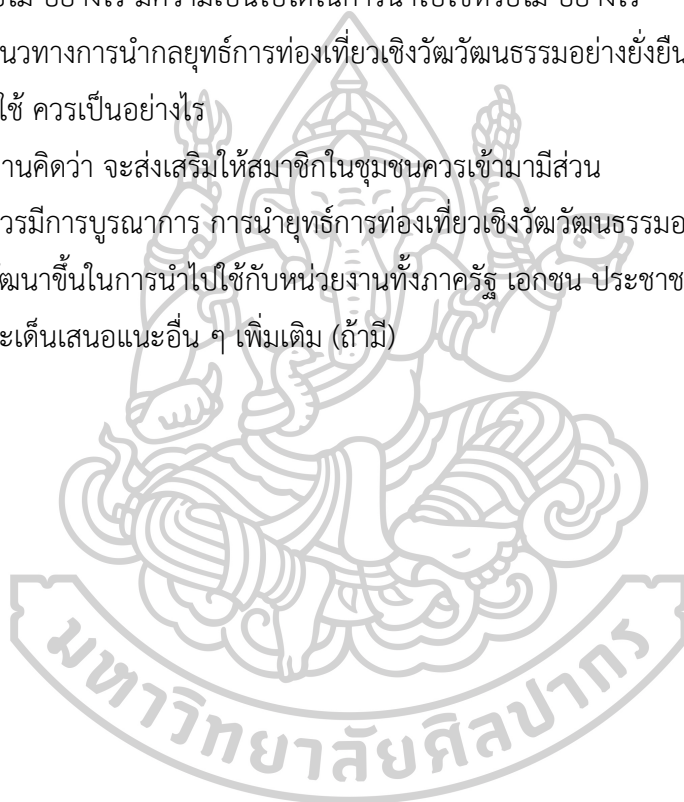
.....

.....

.....

ฉบับที่ 3
ประเด็นสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ
เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
จังหวัดกาญจนบุรี

1. กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจังหวัดกาญจนบุรีที่พัฒนาขึ้น มีความเหมาะสม หรือไม่ อย่างไร มีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้หรือไม่ อย่างไร
2. แนวทางการนำกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจังหวัดกาญจนบุรีที่พัฒนาขึ้นไปใช้ ควรเป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่า จะส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนควรเข้ามามีส่วน
4. ควรมีการบูรณาการ การนำกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจังหวัดกาญจนบุรีที่พัฒนาขึ้นในการนำไปใช้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน ชุมชนอย่างไร
5. ประเด็นเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม (ถ้ามี)



ฉบับที่ 4
แบบประเมินความเหมาะสมของ
กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจังหวัดกาญจนบุรี

ที่	รายการ	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
กลยุทธ์ที่ 1 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน						
1	การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่					
2	การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนในพื้นที่					
3	ความร่วมมือจากหน่วยงาน อังกรภาครัฐ ภาคเอกชน					
4	ความร่วมมือจากทีมผู้เข้าร่วมการแข่งขัน					
กลยุทธ์ที่ 2 การปรับปรุง พัฒนาการตลาดสำหรับการบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว						
5	การปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ					
6	ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น					
7	ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Tiktok Youtube Website					
8	ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานในเรื่องความปลอดภัย					
กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยว เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการบอกเล่าเรื่องราวทางการท่องเที่ยว						
9	การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
10	ส่งเสริมเรื่องการคุณค่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
11	ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวในแหล่งท่องเที่ยว					
กลยุทธ์ที่ 4 การเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม						
12	การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและพันธมิตรของผู้ประกอบการ					
13	การสร้างความร่วมมือกับระหว่างชุมชน ภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่					



ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา

วุฒิการศึกษา

1. ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
 2. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การประกอบการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
 3. วิศวกรรมศาสตรศาสตรบัณฑิต (วิทยาการและวิศวกรรมวัสดุ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
- หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

นครปฐม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พจนา บุญคุ้ม

วุฒิการศึกษา

1. ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชา อุดสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (พ.ศ. 2560)
2. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พ.ศ. 2550)
3. ประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (พ.ศ. 2545)
4. ปริญญาตรีนิเทศศาสตร์ สาขาประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (พ.ศ. 2535)
5. อนุปริญญา สาขาธุรกิจการท่องเที่ยว จากวิทยาลัยครูจันทระเกษม (พ.ศ. 2531)

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์/โทรสาร 02- 5226644 ต่อ 3178 Email: b_pojjana@hotmail.com

ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญรอด ชาตียนนท์

วุฒิการศึกษา

ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปริญญาโท การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต พระราชวัง

สนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 4

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสุดา เตียเจริญ

วุฒิการศึกษา

1. ปริญญาเอก สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2554
2. ปริญญาโท สาขาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2544
3. ปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2534

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้ ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต พระราชวังสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000 โทรศัพท์ 089-8113832 Email: saisuda.tiancharoen@gmail.com

ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 5

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาณี อนันตชัย

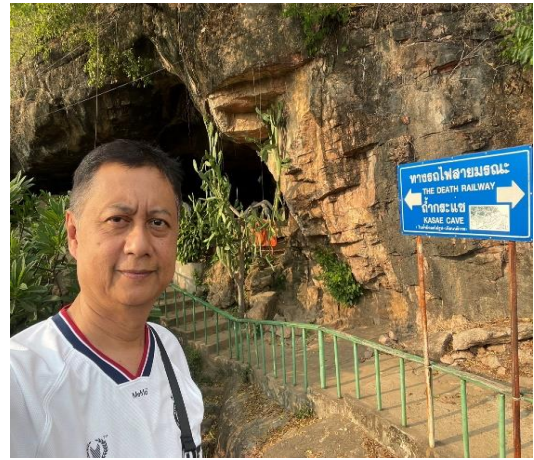
วุฒิการศึกษา

1. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. ศิลปศาสตรบัณฑิต (ประวัติศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000 โทรศัพท์/โทรสาร 034 261066, 086 7904307 email: panee_ant@hotmail.com



ภาคผนวก ง
บรรยายภาคการเก็บรวบรวมข้อมูล



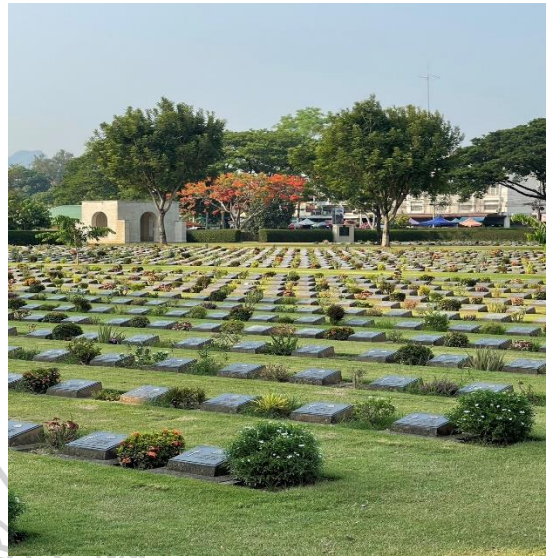
ลงพื้นที่ศึกษาเมืองมัลลิกา ถ้ำกระแซ และวัดถ้ำเสือ





ลงพื้นที่ศึกษา พิพิธภัณฑ์รถไฟ





ลงพื้นที่ศึกษา สุสานทหารสัมพันธมิตร ดอนรัก



ลงพื้นที่ศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์



ลงพื้นที่ศึกษา วัดวังแก้วเวการาม



สัมภาษณ์เชิงลึก รองผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี และนายอำเภอทองผาภูมิ



สัมภาษณ์เชิงลึก นายอำเภอไทรโยค

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายอัฐพล โพธิพิพิธ
วัน เดือน ปี เกิด	14 กรกฎาคม 2509
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปริญญาโท MBA Northrop University
ที่อยู่ปัจจุบัน	4/5 ถ.เวียงดนาม ต.ท่ามะขาม อ.เมืองกาญจนบุรี จ.กาญจนบุรี

