

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
ในจังหวัดระยอง ประเทศไทย



ภัทรปภา กวินฤทัยปรีดา

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

เมษายน 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยพะเยา

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
ในจังหวัดระยอง ประเทศไทย



ภัทรปภา กวินฤทัยปรีดา

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

เมษายน 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยพะเยา

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ เนื่องจากผู้มีอุปการะคุณทั้งหลายโดยได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรชัย จิวเจริญสกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย นิรัญทิว กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ช่วยแนะนำสั่งสอน พิจารณาตรวจและปรับแก้ไขวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อย ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ผู้มีพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประติษฐ วิจิตรภักดิ์ ดร.ศิริพร แพรศรี พร้อมทั้งอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ดร.สันติธร ภูริภักดิ์ ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล ดร.ธารินทร์ รสานนท์ ดร.ศิริพร แพรศรี และดร.ณัฐฐิรา หอพิบูลสุข พร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ที่สอนในหลักสูตรทุกท่าน เจ้าหน้าที่ทุกคนที่คอยอำนวยความสะดวกทุก ๆ ฝ่าย เพื่อให้การศึกษาเล่าเรียนสำเร็จได้ ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวนในจังหวัดระยอง ที่มีส่วนร่วมให้ความร่วมมืออย่างดีในการจัดทำข้อมูลวิจัยเล่มนี้ทุกท่าน และบุคคลที่สำคัญอีกกลุ่ม คือ เพื่อนรหัส 57 และรุ่นพี่ รุ่นน้อง มหาวิทยาลัยพะเยารวมถึงเพื่อน ๆ ร่วมงานทางด้านธุรกิจ ตลอดจนกลุ่มเพื่อนนักธุรกิจจากประเทศเกาหลีใต้ทุกท่านที่สนับสนุนช่วยเหลือและให้กำลังใจกันมาตลอดการศึกษานี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัว คือ มารดา บิดา ญาติมิตร และน้องชายของข้าพเจ้า คุณวันเฉลิม มั่นศักดิ์ ที่คอยช่วยเหลือในการค้นหาข้อมูลและเป็นกำลังใจในการศึกษานี้ เพราะทุกท่านล้วนเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนให้ข้าพเจ้าได้รับโอกาสทางการศึกษาในระดับดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ ณ มหาวิทยาลัยพะเยาแห่งนี้ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ภัทรภา กวินฤทัยปรีดา

เรื่อง: แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

ผู้วิจัย: ภัทรปรภา กวินฤทัยปรีดา วิทยานิพนธ์: ปร.ด. (การจัดการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2561

ประธานที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร, **กรรมการที่ปรึกษา:** รองศาสตราจารย์

ดร.สุรชัย จิวเจริญสกุล, รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย นิรัญทิว

คำสำคัญ: แผนยุทธศาสตร์, การพัฒนา, การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, คักยภาพ, ทรัพยากรการท่องเที่ยว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย 2) เพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย 3) ประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติการในโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ รายการตรวจสอบชุมชนศึกษา รายการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 32 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดระยองมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้านกิจกรรม การเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง มีวิสัยทัศน์ คือ จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ 1) เทียวระยองประตูสู่ทะเลระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) เทียวระยองสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ 3) เทียวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลกท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) 4) เทียวระยองเมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสมาธิ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ส่วนผลการประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไปปฏิบัติตามโครงการนำร่องในชุมชนปากน้ำประแสเป็นกรณีศึกษา พบว่าชุมชนได้พัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนยุทธศาสตร์ในระดับหนึ่ง ส่วนนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสินค้าและบริการการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสในระดับมาก

Title: Strategic Plan for Integrated Sustainable Tourism Development in Rayong Province, Thailand

Author: Patarapapha Kawinruthaipreeda, Thesis: Ph.D. (Tourism Management), University of Phayao, 2018

Advisor: Associate Professor Dr. Payom Dhamabutra, **Co–advisor:** Associate Professor

Dr. Suachai Jewcharoensakul, Associate Professor Dr. Sakchai Nirunthavee

Keywords: Strategic plan, Development, Integrated, Potential, and Resources Tourism

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study the potential of sustainable integrated tourism development in Rayong Province, Thailand, 2) develop the strategic plan for sustainable integrated tourism development in Rayong Province, Thailand. 3) evaluate the implementation of strategic plan for sustainable integrated tourism development in Pak Nam Prasae community, case study pilot project. There are totally 32 samples from 4 populations in this research representing public sector, private sector, local residents and tourists in Rayong Province. Research methodologies were qualitative and participatory action research (PAR), research instruments were: community study checklists, tourism resource audit, focus group and in–depth interview forms, used to collect data from public and private sectors, population and tourists. The 3–ways triangular verifications and content analysis were used. The results from this research revealed that Rayong had high potentials of tourism resources, sustainable tourism management, Stakeholders, Community and tourist participation in the development and educational activities to raise awareness. The research proposed the strategic plan which demonstrated 4 brand vision: 1) Rayong will be the gateway to Eastern Economic Corridor: EEC tourism with the strategy to protect the environment in the area, 2) Rayong will be the gateway to visit diverse ways of life to enhance social development. 3) Rayong will be the gateway of industrial, fruit and food innovative tourism and tourism in EEC's industrial areas to develop local economy and to enhance the income distribution. 4) Rayong will be the gateway to visit historical route, depicting King Taksin the Great's path for Thailand Independence to preserve culture and to develop the mind. The evaluation of the pilot project case study were: Pak Nam Prasae community were highly satisfied with their sustainable integrated tourism development and the tourists visiting the area were also satisfied with their trip in the community.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	12
ขอบเขตของการวิจัย	12
นิยามศัพท์เฉพาะ	13
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	14
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology Theory)	15
ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change Theory).....	25
ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ทุนนิยม (Capitalism Economics).....	31
ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ (Buddhist Economics)	37
ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์แบบพอเพียง (Sufficiency Economy Theory).....	45
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง	48
แนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน.....	51
แนวคิดการบูรณาการ.....	56
แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม.....	58
แนวคิดด้านการท่องเที่ยว	71
แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	96
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)	109
แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	114
แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์	123
แนวคิดด้านการตลาด.....	148
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)	166
แผน Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน	175
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560	185

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564).....	194
แผนพัฒนาจังหวัดระยอง (พ.ศ. 2561–2564)	202
แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560–2564).....	206
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	213
3 วิธีดำเนินการวิจัย	221
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	221
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	222
การเก็บรวบรวมข้อมูล	223
การวิเคราะห์ข้อมูล	223
4 ผลการวิจัย	227
ผลการศึกษาวัดภูประสังข์ข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองและวัดภูประสังข์ ข้อที่ 2 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดระยอง.....	227
ผลการศึกษาวัดภูประสังข์ข้อที่ 3 การนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาและประเมินผลการทำงาน.....	394
5 บทสรุป.....	462
สรุปผลการวิจัย	462
อภิปรายผลการวิจัย.....	489
ข้อเสนอแนะ	538
บรรณานุกรม	540

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก	562
ภาคผนวก ก แบบรายการตรวจสอบการศึกษารัฐธรรมนูญ	563
ภาคผนวก ข การตรวจสอบทรัพย์สินที่เกี่ยวเนื่อง.....	569
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์.....	574
ภาคผนวก ง แบบสอบถามแสดงความคิดเห็น	582
ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย	586
ประวัติผู้วิจัย	588



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงเป้าประสงค์หลักและตัวชี้วัดหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.....	195
2	แสดงสรุปจำนวนโครงการและวงเงินภายใต้แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจ ภาคตะวันออก (รายแผนงาน).....	211
3	แสดงข้อมูลสัตว์เลี้ยงจำแนกรายอำเภอ.....	232
4	แสดงจำนวนสัตว์น้ำจืดที่จับได้ จำแนกตามชนิดสัตว์น้ำจืดเป็นรายอำเภอ	233
5	แสดงจำนวนวัด สำนักสงฆ์ โบสถ์คริสต์ มัสยิด พระภิกษุและสามเณร จำแนก รายอำเภอ.....	240
6	แสดงที่พักโรงแรมในจังหวัดระยอง	261
7	แสดงข้อมูลปั้มน้ำมันในจังหวัดระยอง	265
8	แสดงข้อมูลร้านอาหารในจังหวัดระยอง	266
9	แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณา การอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง	358
10	แสดง TOWS Matrix ของจังหวัดระยอง.....	359
11	แสดงการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง	382
12	แสดงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวจังหวัดระยอง	384
13	แสดงศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง	385
14	แสดงวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยว ของจังหวัดระยอง.....	387
15	แสดงการใช้พื้นที่ในปัจจุบันของตำบลปากน้ำประแส	401
16	แสดงข้อมูลพื้นฐานของหมู่บ้านและชุมชนปากน้ำประแส	412
17	แสดง SWOT ของชุมชนปากน้ำประแส	419
18	แสดงตารางวิเคราะห์ TOWS Matrix ของชุมชนปากน้ำประแส	421
19	แสดงอัตราค่าบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส	437
20	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง	450

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
21	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน	452
22	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 1.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	505
23	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 1.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	507
24	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 2.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้	508
25	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 2.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้	509
26	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 3.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ.....	511
27	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 3.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ.....	512
28	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 3.3 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ.....	513
29	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 4.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ.....	514
30	แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 4.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ.....	516
31	แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ของชุมชนปากน้ำประแส	534
32	แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ของชุมชนปากน้ำประแส.....	535
33	แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 3 ของชุมชนปากน้ำประแส.....	536
34	แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 4 ของชุมชนปากน้ำประแส.....	537

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงองค์ประกอบของสังคมและวิถีการผลิตของมาร์กซ์	32
2 แสดงหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	46
3 แสดงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน.....	59
4 แสดงหลักในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม (PIC Planning Principles).....	61
5 แสดงผู้มีส่วนร่วม	62
6 แสดงการมีส่วนร่วม	71
7 แสดงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	76
8 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว	76
9 แสดงความคิดหลักของการจัดการจุดหมายปลายทาง	88
10 แสดง Butler's Tourism Life Cycle Model	95
11 แสดง Model ของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ก่อให้เกิดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม.....	97
12 แสดงคุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	112
13 แสดงรูปแบบกลยุทธ์การบริหารแบบ 7-S	128
14 แสดงกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว	131
15 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน	132
16 แสดงการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็น SWOT Matrix	135
17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ตัดสินใจ	136
18 แสดงความสัมพันธ์ของขั้นที่ 5 ของสังคม.....	144
19 แสดง 7P's หลักการตลาด	152
20 แสดงการพัฒนาที่สมดุล SEP for SDGs.....	181
21 แสดงการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก	181
22 แสดงการสอดรับกันระหว่างปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและ SDGs ใน Thailand 4.0.....	182
23 แสดงกลไกขับเคลื่อนการเติบโตชุดใหม่ใน Thailand 4.0	184

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
24	แสดงกรอบการวิจัย (Conceptual Framework).....	220
25	แสดงแผนที่แสดงอาณาเขตจังหวัดระยอง.....	229
26	แสดงผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภทท้ายกฎกระทรวง ให้ใช้บังคับผังเมืองรวม จังหวัดระยอง พ.ศ. 2560.....	250
27	แสดงเกาะเสม็ด	273
28	แสดงทะเลหาดแม่พิมพ์	275
29	แสดงหาดสวนสน	276
30	แสดงหาดแม่รำพึง.....	278
31	แสดงอ่าวมะขามป้อม	279
32	แสดงอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด	280
32	แสดงเกาะทะลุ	283
34	แสดงเกาะมันใน	284
35	แสดงอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง	286
36	แสดงป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง	287
37	แสดงป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม.....	289
38	แสดงสวนทุเรียน (สวนสุภัทราแลนด์).....	291
39	แสดงแม่น้ำระยอง	292
40	แสดงแม่น้ำประแส	293
41	แสดงอ่างเก็บน้ำดอกกราย	294
42	แสดงอ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล.....	296
43	แสดงน้ำตกเขาชะเมา	298
44	แสดงน้ำตกคลองปลาก้าง	299
45	แสดงถ้ำเขาวง	300
46	แสดงถ้ำเขาประทุน	302
47	แสดงพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำระยอง.....	303
48	แสดงอนุสาวรีย์สุนทรภู่.....	305

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
49 แสดงศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช.....	307
50 แสดงศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์.....	309
51 แสดงพิพิธภัณฑน์หนังใหญ่วัดบ้านดอน.....	310
52 แสดงวัดลุ่มมหาชัยชุมพล.....	311
53 แสดงวัดป่าประดู่.....	313
54 แสดงวัดราชบัลลังก์.....	314
55 แสดงวัดละหารไร่ (หลวงปู่ทิม อสิริโก).....	316
56 แสดงตลาดบ้านเพ.....	318
57 แสดงตลาดผลไม้ตะพง.....	319
58 แสดงศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP.....	321
59 แสดงวิถีชาวประมง (อ่าวบ้านเพ).....	323
60 แสดงวิถีริมแม่น้ำลำคลอง.....	324
61 แสดงวิถีชาวสวน (สวนลุงทองใบ).....	326
62 แสดงการแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ (สวนยายดา).....	327
63 แสดงงานวันสุนทรภู่.....	329
64 แสดงการทำบุญลาน.....	330
65 แสดงงานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ.....	331
66 แสดงทำบุญกลางทุ่ง.....	333
67 แสดงงานทอดผ้าป่ากลางน้ำ.....	334
68 แสดงประเพณีแข่งเรือยาว.....	335
69 แสดงงานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง.....	337
70 แสดงชิมผลไม้ในสวนละไม.....	338
71 แสดงชิมผลไม้ในสวนสุภัทราแลนด์.....	339
72 แสดงชิมผลไม้สวนบ้านเรา.....	341
73 แสดงล่องเรือชมหิ่งห้อย.....	342

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
74	แสดงจักรยานเสือภูเขา.....	343
75	แสดงตกปลาและตกหมึก	344
76	แสดงปลุกป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง.....	346
77	แสดงผังเมืองรวมชุมชนปากน้ำประแส.....	397
78	แสดงโครงสร้างของชมรมกลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยชุมชนปากน้ำประแส	432
79	แสดงกิจกรรมการปลุกป่าชายเลนบริเวณอนุสรณ์เรือรบประแส	443
80	แสดงกิจกรรมนั่งสามล้อชมวิถีชีวิตถนนบ้านเก่าริมแม่น้ำประแส	444
81	แสดงกิจกรรมไหว้ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์.....	445
82	แสดงกิจกรรมการทำสมุนไพรรักษาใบขลุ่ยของวิสาหกิจชุมชนปากน้ำประแส.....	446
83	แสดงกิจกรรมชมทุ่งโปรงทอง.....	447
84	แสดงกิจกรรมวัดตะเคียนงาม.....	448
85	แสดงแผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์โดยการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์	498
86	แสดงแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ 4 ขั้นตอน.....	499
87	แสดงแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดระยอง	500
88	แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.....	501
89	แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้.....	502
90	แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ.....	503
91	แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากสังคมแบบบูรณาการ	504
92	แสดงแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนากการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ชุมชนปากน้ำประแส	529

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
93 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน.....	530
94 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้	531
95 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ.....	532
96 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ	533



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน “การท่องเที่ยว” จัดเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของโลก มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ได้คาดการณ์ไว้ว่า ปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกถึง 1,600 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2573 จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น มีจำนวนมากถึง 1,800 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557, สื่อบนไลน์) สอดคล้องกับงานวิจัยล่าสุดประจำปี 2017 ของ World Travel&Tourism Council-WTTC แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยว ทำให้ GDP ของโลกสูงขึ้นกว่าเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2559 เป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน โดยเพิ่มขึ้นเป็น 10.2% ของ GDP โลก (7.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ) ก่อให้เกิดการจ้างงาน 284 ล้านตำแหน่ง หรือคิดเป็นอัตราส่วน 1:11 ของตำแหน่งงานต่าง ๆ ทั่วโลก แนวโน้มสำหรับภาคการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560 ยังคงเป็นระดับแนวหน้าในการสร้างความมั่งคั่งและการจ้างงานในเศรษฐกิจโลก แม้จะมีกระแสความท้าทายมากมายก็ตาม การคาดการณ์การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวในอีกสิบปีข้างหน้าอัตราการเติบโตที่คาดการณ์ไว้ที่ 3.9% ต่อปี (World Travel&Tourism Council, 2017, online) องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ มีการวิเคราะห์ว่านักท่องเที่ยวจะไปเที่ยวที่ประเทศ เกิดใหม่มากกว่าไปเที่ยวประเทศที่พัฒนาแล้ว ในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ที่นักท่องเที่ยวไปมากที่สุดและเป็นภูมิภาค ที่มีแนวโน้มที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่สุด คือ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557, สื่อบนไลน์)

ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก มีอัตราการเติบโตของ GDP ภาคการท่องเที่ยวมากที่สุดถึงร้อยละ 9.0% ในปีพ.ศ. 2559 คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 5.8% ในปี 2560 และเพิ่มขึ้น 5.7% ต่อปี เป็น 10.7% ในปี 2570 อินเดียเติบโตร้อยละ 9.8% ในปี 2559 คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 6.7% ในปี 2560 และเพิ่มขึ้น 6.7% ต่อปี 10.0% ในปี 2570 ส่วนจีนเติบโตร้อยละ 9.0% ในปี 2559 คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 7.1% ในปี 2560 และจะเพิ่มขึ้น 7.2% ต่อปีเป็น 11.0% ในปี 2570 ส่วนภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตในอัตราร้อยละ 4-6 ได้แก่ แคริบเบียนร้อยละ 14.9 เอเชียตะวันออกเฉียงใต้เฉลี่ยร้อยละ 11.8 ยุโรป ร้อยละ 9.9 เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 8.4 ตะวันออกกลางร้อยละ 9.1 และภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 4 คือ

ละตินอเมริกา เติบโตร้อยละ 8.8 อเมริกาเหนือร้อยละ 8.4 และแอฟริกาเติบโตเพียงร้อยละ 7.1 (World Travel&Tourism Council, 2017, online)

ในปีพ.ศ. 2563 ภูมิภาคเอเชียจะมีนักท่องเที่ยวมากถึง 416 ล้านคน หรือ 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557, สื่อออนไลน์) จากสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเอเชียกลายเป็นภาคพื้นที่ขยายตัวสูงในด้านการท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจีนโดยเฉพาะการขยายตัวของชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น อีกส่วนหนึ่งเป็นผลจากการรวมกลุ่มซึ่งนำไปสู่การขยายตัวของการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคม และประเทศที่เป็นจุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ประเทศไทย ซึ่งทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (World Travel&Tourism Council, 2017, online)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์สูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เมื่อพิจารณาภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ใน 2 ด้านคือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จากการท่องเที่ยวและการจ้างงานในประเทศ และรายได้จากการท่องเที่ยว มีสาระสำคัญดังนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยส่งผลถึงร้อยละ 14 ของ GDP ประเทศในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งถือว่า การท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในขณะที่เดียวกันอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทยยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างงาน มากกว่า 4.2 ล้านตำแหน่งหรือคิดเป็นร้อยละ 11 ของอัตราการว่างงานในประเทศ ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงกับ ประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยยังมีโอกาสในการเพิ่มอัตราการจ้างงานในอนาคตได้อีกในด้านรายได้จากนักท่องเที่ยว หากพิจารณาศักยภาพด้านอุปสงค์ของตลาดท่องเที่ยวไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของไทยนั้นมีอัตราการเติบโตสูงกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, สื่อออนไลน์)

สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทย ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ อาทิแนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวในตลาดโลก ภาวะการแข่งขัน ความเสี่ยง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ยังคงอยู่บนความไม่แน่นอนทั้งจากภัยธรรมชาติโรคระบาด ความไม่มั่นคง ด้านเศรษฐกิจและการเมืองของหลายประเทศทั่วโลก ประกอบกับการพัฒนาที่ผ่านมารถูกท่องเที่ยวไทยยังคงมีปัญหาและอุปสรรคอีกมากมาย ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโลก

และการท่องเที่ยวประเทศไทย แต่ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล ด้านการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามกระแสของโลกาภิวัตน์ ทำให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งจะเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์และสร้าง โอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ดังนั้น การศึกษาวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้จะชี้ให้เห็นถึงจุดแข็งจุดอ่อน ศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะต่อไป และเพื่อใช้ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งประเทศไทยมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดีทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศไทย มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้เติบโตได้อย่างมั่นคง เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และข้อเสนอแนวทางในการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, สื่อออนไลน์)

ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 มีการตื่นตัวเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบันโดยไม่บั่นทอนความต้องการของคนรุ่นต่อ ๆ ไป ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนของคนในปัจจุบันทางเลือกที่ไม่เบียดบังสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างโอกาสให้แก่คนรุ่นต่อไป โดยความคิดดังกล่าวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น หลังจากการประกาศปฏิญญาสหประชาชาติ ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และแผนการปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ณ กรุงริโอดีจาเนรู ประเทศบราซิล และต่อมาในปี พ.ศ. 2545 มีการประชุมสุดยอดระดับโลก ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (The World Summit on Sustainable Development: WSSD) ที่เมืองโจฮันเนสเบิร์กประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งสรุปในสาระสำคัญ คือ ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ 180 ประเทศ (รวมทั้งประเทศไทย) จะต้องร่วมกันในการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals: MDGs) ให้สำเร็จภายในปี พ.ศ. 2558 โดยประเทศสมาชิกจะต้องร่วมกันเป็นหุ้นส่วนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนภายในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ประเทศต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารการพัฒนาเริ่มต้นจากในสหรัฐอเมริกา (เมตต์ เมตต์การ์ณจิต, 2547, หน้า 124) ในสมัยของประธานาธิบดีแฟรงกลิน รูสเวลต์ ได้มีการดำเนินโครงการพัฒนาบริเวณลุ่มน้ำในหุบเขาเทนเนสซี TVA (Tennessee Valley Authority) มีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโดยการสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ และ

อ่างเก็บน้ำเป็นจำนวนมากเพื่อผันน้ำไปใช้ในพื้นที่การเกษตรให้ทั่วถึง อีกทั้งยังเกิดโครงการผลิตกระแสไฟฟ้าในราคาถูกลงเพื่อนำไปใช้ในบริเวณพื้นที่ของโครงการ นอกจากนี้ เขื่อนและอ่างเก็บน้ำสามารถป้องกันน้ำท่วมอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามมา คือ การลงทุนภาคการเกษตรอย่างเป็นระบบ การดำเนินโครงการดังกล่าว ได้คิดค้นวิธีการที่แตกต่างไปจากการบริหารรัฐกิจทั่วไป กล่าวคือ มีการนำองค์การภายนอกระบบราชการ ในรูปของรัฐวิสาหกิจและบริษัทเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา และที่สำคัญคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้าร่วมในการบริหารจัดการ ด้วยวิธีใหม่ที่นำแนวคิดการบริหารงานภายนอกมาใช้กับโครงการที่เป็นระบบค่อนข้างใหญ่ และประกอบด้วย แผนงานและโครงการย่อยจำนวนมาก ส่งผลให้การบริหารโครงการประสบความสำเร็จอย่างเกินคาด จึงเรียกการบริหารรูปแบบนี้ว่าการบริหารการพัฒนาในเวลาต่อมา ประเทศสหรัฐอเมริกาได้นำแนวทางการบูรณาการการพัฒนาของ TVA มาช่วยเหลือประเทศต่าง ๆ ในยุโรป ที่เป็นพันธมิตรหลังสงครามโลกครั้งที่สองโดยกำหนดเป็นแผนมาร์แชลล์ (Marshall Plan) ชี้น (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2556, หน้า 189) ได้มีการนำแผนนี้ไปสู่การปฏิบัติซึ่งปรากฏว่าได้ผลอย่างน่าพึงพอใจ จนทำให้มีนักพัฒนาจากทั่วโลกในการนำองค์ความรู้นี้ไปเผยแพร่ขยายผลในประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ เช่น แอฟริกา เอเชีย ลาตินอเมริกา เป็นต้น

ในประเทศไทยนั้นได้ริเริ่มมีการวางแผนเพื่อพัฒนาประเทศอย่างเป็นรูปธรรมในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) เน้นด้านพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อวางรากฐานการพัฒนาประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2-4 ยังคงยึดแนวทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 เน้นฟื้นฟูด้านเศรษฐกิจ แต่เมื่อพัฒนามาจนกระทั่งถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) เน้นด้านพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อวางรากฐานการพัฒนาประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2-4 ยังคงยึดแนวทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 เน้นฟื้นฟูด้านเศรษฐกิจ แต่เมื่อพัฒนามาจนกระทั่งถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ได้เน้นการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ ต่อมาแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เน้นการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการรักษาเสถียรภาพของการเงินการคลัง แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 เน้นการรักษาอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีเสถียรภาพ เน้นการกระจายรายได้ และการพัฒนาไปสู่ภูมิภาค และชนบท แผนพัฒนาฉบับต่อมาเดินมาถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) การวางแผนพัฒนาประเทศที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมและมุ่งให้ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” และใช้เศรษฐกิจเป็น

เครื่องมือช่วยพัฒนาให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) เป็นแผนที่ได้อัญเชิญแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนา และบริหารประเทศ ต่อมาแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) เน้นการเตรียมความพร้อมของคนและระบบให้มีภูมิคุ้มกัน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยยังคงอัญเชิญ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 และให้ความสำคัญต่อการรวมพลังสังคมจากทุกภาคส่วน ให้มีส่วนร่วมดำเนินการในทุกขั้นตอนของแผนฯ พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การปฏิบัติ รวมทั้งการติดตามตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผนอย่างต่อเนื่อง ส่วนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) มีสาระสำคัญ คือ ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็ว และซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะข้อผูกพันที่จะเป็นประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558, สื่อออนไลน์) และปัจจุบันประเทศไทยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยยึดกรอบแนวคิดและหลักการในการวางแผนที่มีความเกี่ยวข้องกับการณ์ น้อมนำ และประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม การสนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดการปฏิรูปประเทศ และการพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, สื่อออนไลน์)

จากสถานะของประเทศและบริบทการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ประเทศกำลังประสบอยู่ ทำให้การกำหนดวิสัยทัศน์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยังคงมีความต่อเนื่องจากวิสัยทัศน์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 และกรอบหลักการของการวางแผนที่น้อมนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม การพัฒนาที่ยึดหลักสมดุลและยั่งยืน โดยวิสัยทัศน์ของการพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทย จากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ระยะยาว “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ของประเทศ ซึ่งในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-

2564) ประเทศไทยจะยังคงประสบภาวะแวดล้อมและบริบทของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ อาทิ กระแสการเปิดเศรษฐกิจเสรี ความท้าทายของเทคโนโลยีใหม่ ๆ การเข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุ การเกิดภัยธรรมชาติที่รุนแรง ประกอบกับสภาพการณ์ด้านต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศในปัจจุบันที่ยังคงประสบปัญหาในหลายด้าน เช่น ปัญหาผลิตภาพการผลิต ความสามารถในการแข่งขัน คุณภาพการศึกษา ความเหลื่อมล้ำทางสังคม เป็นต้น ทำให้การพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) จึงจำเป็นต้องยึดกรอบแนวคิดและหลักการในการวางแผนที่สำคัญ ดังนี้ การน้อมนำ และประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม การสนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดการปฏิรูปประเทศ และการพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (นุชจรี วงษ์สันต์, 2559, สื่อออนไลน์)

อนึ่ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 นั้น ได้มีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยให้มีการส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การปรับปรุงกฎหมาย กับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย จัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะได้กำหนดยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันจะสอดคล้องกับวาระการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก หลังพ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกในอีก 15 ปีข้างหน้า (นุชจรี วงษ์สันต์, 2559, สื่อออนไลน์)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ตามที่กำหนดไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและกระจายรายได้ สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็นที่ครอบคลุมทุกมิติของการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์วิถีไทย ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวและสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวสำหรับประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างสมดุลในนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริม วิถีไทยและการสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม การมีส่วนร่วม และบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงความร่วมมือระหว่างประเทศ สำหรับกรอบระยะเวลา 5 ปี ช้างหน้า ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยไปในทิศทางที่เหมาะสมเพื่อให้บรรลุ วิสัยทัศน์และเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้โดยมีรายละเอียดเป้าประสงค์ข้อเสนอตัวชี้วัด มาตรการ และแนวทางการ ดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2560, สื่อออนไลน์)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2560 ไว้ดังนี้ สำหรับตลาดในประเทศมีการปรับแผนตลาดเพื่อกระตุ้นคนไทย ให้เดินทางมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ประมาณการเป็นเงิน 950,000 ล้านบาท ส่วนตลาดต่างประเทศ เน้นการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางแต่ละครั้ง มุ่งสู่กลุ่ม นักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยตั้งเป้าสร้างรายได้เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 10 เช่นกัน ประมาณการรายได้ เป็น 1.89 ล้านล้านบาท ส่งผลให้รายได้ภาพรวมของการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 หรือประมาณ 2.84 ล้านล้านบาท ซึ่งรัฐบาลได้ผลักดันนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) เพื่อสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ซึ่งการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่สามารถทำให้บรรลุเป้าประสงค์ของรัฐบาลได้ สำหรับทิศทางการทำการตลาดในภาพรวม ของปี พ.ศ. 2560 นั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำเสนอจุดแข็งของประเทศ คือ “วิถีไทย” อันเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นที่ยืนยงของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการสัมผัสความเป็นไทยแท้ ดังเดิม โดยต่อยอดนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่ผูกโยง กับวิถีไทยแต่ลงลึกมากขึ้น เพื่อนำรายได้และความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานราก ทำให้คนท้องถิ่น เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว นำไปสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคมและการ ท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งมีการนำเสนอ “วิถีไทย” ผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจ จากท้องถิ่นไทย (Local Experience) ซึ่งมีหลายระดับขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ ที่แตกต่างของ นักท่องเที่ยว โดยกำหนดกรอบประสบการณ์ที่ไม่จำกัดเพียงการท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เท่านั้น แต่หมายรวมถึงทุกพื้นที่ ทุกจังหวัด ทุกองค์ประกอบ ที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งแม้แต่กรุงเทพมหานคร ก็สามารถค้นหา ประสบการณ์ท้องถิ่นได้เช่นกัน ด้านการส่งเสริมตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การมุ่งสู่ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศและสร้าง ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวให้ประเทศไทย กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y: Gen Y) กลุ่มผู้หญิง (Women) และกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Age) โดยดำเนินโครงการ “ประกาศศักราชทำเที่ยวข้ามภาค” ให้เกิดการเดินทาง แลกเปลี่ยนพื้นที่ท่องเที่ยวและกระจายนักท่องเที่ยวไปทุกภูมิภาค ผ่านแคมเปญและกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา ด้วยแนวคิด “เที่ยวได้งาน” เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศการทำงาน ช่วยสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ อาทิ การเดินทางศึกษาดูงาน การประชุมนอกสถานที่ทำงาน เป็นต้น พร้อมต่อยอดโครงการ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด และ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด พลัส” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558, ลี้ออนไลน์)

ภาคตะวันออกของประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดีที่สุดของภูมิภาคอาเซียน สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศจีนและอินเดียที่มีประชากรจำนวนมากและมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง โดยสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ของภูมิภาคเอเชียและประเทศแถบแปซิฟิก คิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่า GDP ของโลก นอกจากนี้ 3 จังหวัดภาคตะวันออก (จังหวัดฉะเชิงเทรา, ชลบุรี, และระยอง) ยังเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วย ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง ท่าเรือ อุตสาหกรรมมาบตาพุด ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) รถไฟฟ้าคู่ และสนามบินอู่ตะเภา รวมทั้งยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม จึงสามารถพัฒนาต่อยอดสู่การเป็น “ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก” (Eastern Economic Corridor: EEC) เพื่อให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจชั้นนำของเอเชีย ที่จะสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, ลี้ออนไลน์) โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกนี้ ย่อมจะเอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวอย่างแน่นอน โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดระยองซึ่งอยู่ใกล้สนามบินแห่งชาติทั้ง 2 แห่ง คือ สุวรรณภูมิและอู่ตะเภา

จังหวัดระยองมีความมั่งคั่งและอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมีศักยภาพและความพร้อมทางการท่องเที่ยว มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อุทยานแห่งชาติ ภูเขา น้ำตก ชายหาดทะเลที่ยาวไกลและหมู่เกาะที่สวยงาม โดยเฉพาะเกาะเสม็ดที่มีหาดทรายขาวสวยงามเลื่องชื่อไปทั่วโลกมีสวนผลไม้ให้เยี่ยมชมและชิมรสชาติที่สดอร่อย Hi-Light ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมีมากมาย เช่น การมีชายหาดยาว 100 กม. มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและราคาไม่แพง (Value for Money) เป็นแหล่งรับประทานอาหารทะเลสดที่มีคุณภาพดีและราคาถูก แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด

ระยองที่โดดเด่น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เกาะเสม็ด หมู่เกาะมัน แหลมแม่พิมพ์ หาดแม่รำพึง น้ำตกเขาชะเมา น้ำตกคลองปลากำง แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น วัดลุ่ม วัดป่าประดู่ พระเจดีย์กลางน้ำ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน อนุสาวรีย์สุนทรภู่ แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้ เช่น ศูนย์สมุนไพรสมเด็จพระเทพ พิพิธภัณฑสถานใหญ่ วัดบ้านดอน สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ และแหล่งการค้า เช่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ตลาดน้ำเกาะลอย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามปัญหาที่จังหวัดจะต้องเร่งรัดในการแก้ไขเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การบุกรุกชายหาด และพื้นที่สาธารณะชายหาดที่มีความยาวประมาณ 100 กิโลเมตร ทำให้การดูแลทำได้ไม่ทั่วถึงชายหาดหลายแห่งประสบปัญหาการบุกรุกและจำเป็นต้องมีการจัดระเบียบ ปัญหาขยะและความสะอาดบริเวณชายหาดและเกาะแก่งเกือบทุกหาดของจังหวัดระยอง สร้างภาพลักษณ์ความสกปรกของบริเวณชายหาดของจังหวัดระยอง ปัญหาการเอารัตเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ คุณภาพและมาตรฐานของโรงแรมและที่พักไม่เหมาะสมกับระดับราคาโดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว การเอาเปรียบด้านที่พัก ราคาสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม การจำหน่ายสินค้าด้วยคุณภาพ โดยเฉพาะปัญหาด้านความเชื่อมั่นในมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการรักษาความปลอดภัยทางทะเลชายฝั่ง การรบกวนนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

ในขณะนี้จังหวัดระยองได้มุ่งเน้นการเชื่อมต่อด้านการท่องเที่ยวกับภาคอื่น ๆ เช่น ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร ภาควัฒนธรรม จังหวัดระยองเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวด้านอุตสาหกรรม การที่จังหวัดระยองเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรม และท่าเรือน้ำลึกจำนวนมาก อุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น ปิโตรเคมี เคมีภัณฑ์ มีเขตประกอบการอุตสาหกรรม ชุมชนอุตสาหกรรม สวนอุตสาหกรรมจำนวนมาก ดังนั้น จึงได้มีการพัฒนา Industria Tourism โดยมีการร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมในการเปิดให้ผู้สนใจเข้าศึกษาดูงาน และเรียนรู้การผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม การดูงานท่าเรือขนถ่ายสินค้า และโดยเฉพาะในด้าน Green Industry การเรียนรู้การจัดการสิ่งแวดล้อม การอยู่ร่วมกันของโรงงานกับชุมชน โดยหน่วยงานที่เปิดให้เข้าชม เช่น กลุ่มปิโตรเคมี ของ บริษัท ปตท. โดยสามารถดูงานได้ตั้งแต่การผลิตทางด้านต้นน้ำจนกระทั่งถึงปลายน้ำ ระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นต้น อย่างไรก็ตามจังหวัดระยองยังขาดแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน อนึ่ง จังหวัดยองเป็นแหล่งปลูกผลไม้เมืองร้อนขนาดใหญ่ และมีชื่อเสียงของประเทศ ผลไม้ที่นิยมปลูกในจังหวัดระยอง ได้แก่ ทุเรียน มะม่วง มังคุด สับปะรด เงาะ เป็นต้น โดยในช่วงฤดูผลไม้ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม สวนผลไม้ต่าง ๆ จะเปิด

ให้นักท่องเที่ยวเข้าชม พร้อมทั้งมีกิจกรรมการเรียนรู้การเพาะปลูกผลไม้ และการจัดการสวนผลไม้ รวมถึงสามารถเลือกชิมผลไม้สดจากสวน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว สวนผลไม้ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สวนสุภัทราแลนด์ สวนมังคุดไทยคุณปัญญา สวนประสมทรัพย์ สวนคุณไพบุลย์ สวนผู้ใหญ่สมควร สวนยายดา-ป่าบุญขึ้น สวนปาทัน สวนลุงทองใบ สวนผู้ใหญ่อายุวัฒนา แต่จังหวัดยังขาดแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และจังหวัดระยองมีทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ มีสำเนียงภาษาท้องถิ่นเป็นของตนเอง และมีอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น หมูชะมวง แกงส้มผักกระชับ มีศิลปะการแสดงท้องถิ่นของระยองที่มีชื่อเสียง ได้แก่ การแสดงหนังใหญ่วัดบ้านดอน การแสดงลำตัด การแสดงหนังตะลุงคนและการแสดงอื่น ๆ เช่น การรำโทน ลำตัด ลิเก นอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีแห่นางแมว การแข่งเรือยาว ประเพณีปักฉนวนหรือการบูชาแม่โพสพ การทำบุญลาน ประเพณีแห่เทียนพรรษา ประเพณีวิ่งควาย และประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำที่ปากน้ำประแส อำเภอแกลง ซึ่งมีที่เดียวในประเทศไทย และมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เสื้ออกก เสื้อกระจุต (สำนักงานจังหวัดระยอง, 2558, ม.ป.พ.) อย่างไรก็ตามจังหวัดระยองยังขาดการสร้างแบรนด์ตราสินค้า ด้านวัฒนธรรมในภาพรวมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ระดับโลก

จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดระยองในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 7,804,453 คน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด เช่น การจัดงานเทศกาลผลไม้ในพื้นที่จังหวัดระยอง ประจำปี 2559 ประกอบกับ เป็นจังหวัดที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ประกอบกับอัตราค่าน้ำมันที่ปรับตัวลดลงส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยรถยนต์มาจังหวัดระยองมากขึ้น ทำให้อัตราเข้าพักโรงแรมมีถึงร้อยละ 69.2 ในระยะต่อไปคาดว่าจังหวัดระยองจะมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัด และเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวตลาดจีน อินเดีย และมุสลิม หลังจากรัฐบาลเปิดสนามบินอู่ตะเภาเป็นสนามบินนานาชาติ แห่งที่ 3 ของประเทศไทย

ถึงแม้การท่องเที่ยวจะเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่าจังหวัดระยองยังไม่เป็นที่รู้จักในฐานะเมืองแห่งการท่องเที่ยวมากนัก แต่สำหรับนักท่องเที่ยวไทยยังมีการเติบโตได้อีกมาก ซึ่งจะต้องมีการเตรียมการในหลาย ๆ ด้าน ทั้งเรื่องสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรเพื่อรองรับ ทั้งนี้ เนื่องจากจังหวัดระยอง

ยังขาดแผนยุทธศาสตร์โดยเฉพาะด้านการตลาดยุคดิจิทัลของโลก ยุคเครือข่ายสังคมออนไลน์

การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วทำให้ชุมชนเมืองขยายตัว ความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินศักยภาพ การรองรับของระบบนิเวศ การเสื่อมโทรมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองและไม่ถูกวิธี ปัจจุบันทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลายและถูกนำไปใช้อย่างไม่คุ้มค่าทั้งทางบก ทางทะเลและป่าไม้ ซึ่งถือเป็นปัญหาเร่งด่วน การดำเนินการที่ผ่านมาเน้นการรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากรและการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดการพัฒนาจังหวัดระยอง จึงเป็นการดำเนินการเพื่อให้บรรลุภารกิจของจังหวัดโดยใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญานำทาง เศรษฐศาสตร์แนวพุทธและคำนึงถึงบริบทการเปลี่ยนแปลงที่จะเป็นทั้งโอกาสและข้อจำกัดเป็นแนวทางในการพัฒนาในอนาคตสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564) แม้จะมีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ ที่สนับสนุนการพัฒนาทางการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองไว้ในแผนการพัฒนาจังหวัดระยอง (พ.ศ. 2561-2564) หากแต่ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองนั้นยังไม่ปรากฏหรือกำหนดอย่างชัดเจน

จังหวัดระยองขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนซึ่งทำให้ขาดทิศทางและแผนที่นำทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนและจังหวัดระยองยังจำเป็นต้องนำแนวนโยบายของแผนพัฒนาประเทศไทย 20 ปี คือแผน Thailand 4.0 และแผนพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เข้ามาบูรณาการกับแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัด ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเพื่อสร้างรูปแบบของการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษเป็นโครงการนำร่องเพื่อนำไปขยายผลให้ภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทยต่อไป

ผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแผนที่นำทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดระยองในภาพรวมจึงเห็นสมควรทำการวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองประเทศไทย” เพื่อนำไปสู่การกำหนดรูปแบบและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ตลอดจนจนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตร สุขภาพและอาหารในจังหวัดระยองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง และจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดระยอง ตลอดจนชุมชน

ท้องถิ่นในภาคตะวันออกและภาคอื่น ๆ ของประเทศไทยทั้งด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวและใช้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นคานาดีคานาไปสู่การพัฒนาจังหวัดระยองในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจในแผนเดียวกัน ในภาพรวมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไปปฏิบัติการในโครงการนำร่องในชุมชนของกรณีศึกษา

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการเชิงคุณภาพ โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูลของการวิจัยในพื้นที่จังหวัดระยอง

ขอบเขตผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 32 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริง จึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากตัวแทนของทุกภาคส่วนทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติในพื้นที่นั้น ๆ

1. ภาครัฐ ผู้แทนจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง (ระยอง-จันทร์บุรี) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดระยอง องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง (อบจ.ระยอง) สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดระยอง สถานีตำรวจท่องเที่ยวระยอง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดระยอง จำนวน 8 คน

2. ภาคเอกชน ผู้แทนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ได้แก่ หอการค้าจังหวัดระยอง ผู้ประกอบกิจการท่องเที่ยว ผู้ประกอบกิจการร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ จำนวน 8 คน

3. ประชาชน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดระยอง รวมจำนวน 8 คน

4. นักท่องเที่ยวชาวไทย ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง จำนวน 8 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ประเทศไทย
2. ศึกษาการสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย
3. ศึกษาการประเมินผลการทำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และการปฏิบัติการของแผนยุทธศาสตร์โดยการนำร่องในงานวิจัยครั้งนี้ ระหว่าง พ.ศ. 2560-2561

นิยามศัพท์เฉพาะ

แผนยุทธศาสตร์ หมายถึง ทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติตามพันธกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ขององค์กร (Corporate Goal) ในการวิจัยครั้งนี้แผนยุทธศาสตร์หมายถึงแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการกระทำไปในทางที่ดีขึ้น หรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า เพื่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเจริญก้าวหน้า ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง

การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ หมายถึง การบูรณาการการวางแผนการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ ไว้ในแผนเดียวกันและยังหมายถึงการบูรณาการ แนวความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

ศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ในด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี เศรษฐกิจกระจายรายได้

สังคมมีการบูรณาการอย่างลงตัว วัฒนธรรมมีการอนุรักษ์และคงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ รวมถึงความน่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่ จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัด ระยอง

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัด ระยอง ตั้งแต่ระดับชุมชน ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้ โดยสิ่งเหล่านั้นจะต้องมีความงดงามแปลกตา มีความสำคัญ และมีคุณค่ารวมถึง วิธีการดำเนินชีวิตอันงดงามที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมอันทรงคุณค่า และมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ในการวิจัยนี้หมายถึงทรัพยากรท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ภาครัฐสามารถนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไปบูรณาการกับ แผนพัฒนาจังหวัดในภาพรวมตลอดจน บูรณาการกับแผนปฏิบัติการของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) แผนยุทธศาสตร์แห่งชาติ “Thailand 4.0” (พ.ศ. 2560-2570) และแผนพัฒนา ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC)

2. ภาคเอกชน สามารถนำแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณา การอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ไปบูรณาการกับการวางแผนการตลาดดิจิทัลและการพัฒนา สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ด้านการตลาดและกระแส ความนิยมของการท่องเที่ยวโลก

3. ประชาชน สามารถวางแผนพัฒนาพื้นที่ของชุมชนทุกแห่งในจังหวัดระยอง เพื่อปรับจุดยืนของชุมชน ให้สอดคล้องกับตลาดและกระแสการท่องเที่ยวโลก โดยสามารถ อนุรักษ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนา เศรษฐกิจท้องถิ่น

4. นักท่องเที่ยว สามารถวางแผนการเดินทางและมีส่วนร่วมในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อสร้างการพัฒนาท่องเที่ยวและพัฒนา สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

5. สถาบันการศึกษาในภาคตะวันออก สามารถนำเนื้อหาของแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดระยอง ไปปรับปรุงหลักสูตร และการผลิตบัณฑิตเพื่อสนองความต้องการของประเทศ AEC และอาเซียน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดระยอง ประเทศไทย” มีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology Theory)
2. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Mechanism of Change Theory)
3. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ทุนนิยม (Capitalism Economics)
 - 3.1 ประวัติความเป็นมา
 - 3.2 ลักษณะของสังคมทุนนิยม
 - 3.3 ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม
 - 3.4 ทุนนิยมเสรีสมัยใหม่
4. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ (Buddhist Economics)

การประยุกต์หลักคำสอนของพระพุทธศาสนากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ
5. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์แบบพอเพียง (Sufficiency Economy Theory)
 - 5.1 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
 - 5.2 ประโยชน์ของการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้
6. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเมือง
 - 6.1 องค์ประกอบพื้นฐานเกิดเมือง
 - 6.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการกลายเป็นเมือง
7. แนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
 - 7.1 ความหมายการพัฒนา
 - 7.2 แนวคิดหรือหลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืน
 - 7.3 แนวคิดของท่าน ป.อ.ประยุทธ์ ประยูตโต
 - 7.4 กระบวนการวางแผนพัฒนา
8. แนวคิดการบูรณาการ
9. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม
 - 9.1 แนวความคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 9.2 การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

9.3 เป้าหมายหลักของ PAR

10. แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

- 10.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
- 10.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
- 10.3 จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว
- 10.4 ความหมายของจุดหมายปลายทาง
- 10.5 องค์ประกอบ 5 ประการ ของการท่องเที่ยว
- 10.6 การประเมินวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง
- 10.7 ไม่สามารถแบ่งแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกัน
- 10.8 สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดหมายปลายทาง
- 10.9 องค์ประกอบที่หลากหลายของจุดหมายปลายทาง
- 10.10 สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดหมายปลายทางโดยธุรกิจขนาดกลาง

และขนาดเล็ก

- 10.11 ที่พักอาหาร เครื่องดื่มและการได้รับความรู้สึก
 - 10.12 การเข้าถึงจุดหมายปลายทาง
 - 10.13 บริการเบ็ดเสร็จ
 - 10.14 ระบบสาธารณูปโภคและระบบสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 10.15 ผู้มีส่วนได้เสียในจุดหมายปลายทาง
 - 10.16 จุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน
 - 10.17 การจัดการจุดหมายปลายทาง
 - 10.18 จุดหมายปลายทางที่สามารถแข่งขันได้
- #### 11. แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 11.1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 11.2 ลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
 - 11.3 หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
 - 11.4 ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
 - 11.5 ประเภทของการท่องเที่ยว
 - 11.6 ระบบการท่องเที่ยว
 - 11.7 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว

12. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
13. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 13.1 ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน
 - 13.2 องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 13.3 องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการเรียนรู้
 - 13.4 หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 13.5 รูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 13.6 การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว
14. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 14.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
 - 14.2 หลักการของแผนยุทธศาสตร์
 - 14.3 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 14.4 การศึกษาชุมชน
 - 14.5 การตรวจสอบศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 14.6 การกำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 14.7 ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจต่อสังคมและศีลธรรม
15. แนวคิดด้านการตลาด
 - 15.1 ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว
 - 15.2 การจัดการการตลาดท่องเที่ยว
 - 15.3 ส่วนผสมทางการตลาด
 - 15.4 แบรินด์ดิ้ง (Branding)
16. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)
17. แผนไทยแลนด์ 4.0
18. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560
19. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)
20. แผนพัฒนาจังหวัดระยอง พ.ศ. 2561-2564
21. แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564)
22. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology Theory)

ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ได้รูปแบบมาจากวิชามนุษยศาสตร์ ซึ่งเน้นภาพรวมและบริบทรอบด้านโดยอาศัยข้อมูลเชิงคุณภาพและการตีความ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์อย่างถ่องแท้ มีต้นความคิดมาจากนักปรัชญาชื่อ Edmund Husserl โดยมีนักปรัชญาอีกคนหนึ่ง คือ Alfred Schultz เป็นผู้ถ่ายทอด และแนวความคิดของ Max Weber เป็นทฤษฎีการกระทำระหว่างกันด้วยสัญลักษณ์ ตามแนวความคิดของพวกปรากฏการณ์นิยม นั้น มนุษย์จะเป็นผู้สร้างบริบทหรือสภาพการณ์ขึ้น โดยที่ตนเป็นส่วนหนึ่งของสภาพการณ์หรือระเบียบสังคม เมื่อเป็นดั่งนั้น มนุษย์จึงเป็นผู้สร้างสังคมขึ้น แล้วกำหนดความหมายสิ่งต่าง ๆ ในสังคมนั้นตามที่ตนเห็นสมควร (Social Order) ขึ้นได้อย่างไร นักปรากฏการณ์นิยมเน้นการศึกษากระบวนการเหล่านี้ ภายหลังจากในสังคมหรือจากความรู้สึกนึกคิดของสมาชิกสังคมนั้นที่เขาศึกษานั้น ส่วนใหญ่มักจะอาศัยเทคนิคการให้สมาชิกได้หยุดดำเนินชีวิตตามปกติชั่วคราว แล้วให้คิดว่าความจริงนี้ควรเป็นอย่างไร

Edmund Husserl (เอ็ดมันด์ ฮูสเซิร์ล ค.ศ. 2438-2481) นักทฤษฎีชาวเยอรมันเป็นผู้นำทางความคิดของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ได้กล่าวไว้ว่า เราจะสามารถรับรู้สิ่งที่เรามีประสบการณ์โดยผ่านการรับรู้และให้ความหมาย โดยเริ่มแรกความเข้าใจของเราต่อทุก ๆ สิ่ง จะมาจากประสบการณ์ต่าง ๆ แต่ประสบการณ์นั้นเราจะต้องอธิบายโดยละเอียดผ่านการพรรณนา (สุภางศ์ จันทวานิช, 2554, หน้า 118)

Alfred Schutz (อัลเฟรด ชูตต ค.ศ. 2442-2502) นักทฤษฎีชาวเยอรมันแต่ลี้ภัยไปอยู่ในสหรัฐอเมริกาเมื่อ พ.ศ. 2482 เป็นนักทฤษฎีคนสำคัญที่ทำให้ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมแพร่หลายในสหรัฐอเมริกา แนวความคิดที่สำคัญ คือ ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมที่อธิบายธรรมชาติของมนุษย์ ต่อปัญหาที่ว่ามนุษย์มีลักษณะสำคัญอย่างไร นักปรากฏการณ์นิยมตอบว่า มนุษย์เป็นนักสร้างสรรค์หรือเป็นผู้สร้าง คือ เป็นผู้มีความคิดความอ่าน เป็นผู้กระทำการสร้างสรรค์งานต่าง ๆ ขึ้นมา ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมที่อธิบายธรรมชาติของสังคม สังคมมนุษย์เกิดขึ้นอย่างไรและทำไมจึงดำรงอยู่ได้ ปัญหานี้ นักปรากฏการณ์นิยมตอบว่า มนุษย์เป็นผู้สร้างสังคมขึ้น โดยการที่มนุษย์มีการกระทำระหว่างกันในชีวิตประจำวัน ดังนั้นในปรากฏการณ์นิยม สังคมมนุษย์ก็คือกลุ่มสถาบันที่มนุษย์ที่มีการกระทำระหว่างกันให้ความหมายและสร้างสรรค์ขึ้น (สุภางศ์ จันทวานิช, 2554, หน้า 119)

Becker (1977) ได้กล่าวว่า ปรากฏการณ์วิทยาเป็นการศึกษาสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน ในทัศนะของผู้ที่ได้ประสบการณ์จากสถานการณ์นั้นโดยตรง ในขณะที่ Cohen (1988) สรุปทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ว่าการวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา มีไว้เพื่อตอบคำถาม

เกี่ยวกับความหมาย และการวิจัยแบบนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับทำความเข้าใจประสบการณ์ในชีวิตตามความเข้าใจของผู้ซึ่งได้ประสบมาด้วยตนเอง (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2554, หน้า 120)

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2542, หน้า 115) ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมในมุมมองที่แตกต่างออกไปว่า “แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม คือ ปรากฏการณ์ใด ๆ จะมีความหมายอย่างไรโดยอัตโนมัติคนจะมอง คนแต่ละชุมชนหรือชนเผ่าหรือสังคมจะสร้างโลกของตนขึ้นมาแล้วดำเนินชีวิตตามแนวที่ตนสร้างขึ้นนั้น ดังนั้น หากต้องการจะรู้ว่าสังคมใดมีลักษณะอย่างไร จะต้องมองสังคมนั้นด้วยสายตาของคนในสังคมนั้นหรืออาจกล่าวได้ว่าสังคมจะมีลักษณะอย่างไร มีองค์ประกอบอย่างไร ส่วนไหนสำคัญหรือไม่สำคัญ ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดความเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น”

สุภาวงศ์ จันทวานิช (2547, หน้า 5-6) ได้ให้ความหมายแนวคิดปรากฏการณ์นิยมมีลักษณะโน้มเอียงไปทางมนุษยศาสตร์ แต่มีลักษณะเฉพาะเพิ่มขึ้นอีก นักปรากฏการณ์นิยมคิดว่าความรู้มนุษย์ได้รับการถ่ายทอดมาจากผู้อื่นและจากสังคมนั้นอาจผิดพลาดได้ การรับรู้ อาจเกิดจากการถูกบังคับหรือยึดเยียด มนุษย์ควรศึกษาโลกและสังคมด้วยตัวเอง และสร้างระบบความรู้ “ที่เป็นส่วนตัว” ขึ้นมาจากมนุษย์ก็จะมีระบบความคิด วิจาร์ณญาณ โลกทัศน์ ค่านิยม อุดมการณ์เฉพาะของตน โดยการได้สัมผัสกับโลกโดยตรง พฤติกรรมของมนุษย์เป็นผลจากวิธีการที่มนุษย์ให้ความหมายแก่โลกของเรา ด้วยความเชื่อเช่นนี้นักปรากฏการณ์นิยมจะให้ความสำคัญแก่ข้อมูลที่เป็นความรู้สึกนึกคิด และคุณค่าของมนุษย์และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความหมาย ที่มนุษย์ให้ต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว นอกจากนี้นักปรากฏการณ์นิยมจะใช้วิธีการสกัดความเชื่อหรือระบบคิดเดิมของผู้วิจัยออกให้หมดสิ้น เพื่อรับรู้ความเชื่อ ระบบคิด และความหมายที่เป็นของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูล และใช้ความรู้สึกนึกคิดนั้นอธิบายพฤติกรรมของเขา

จะเห็นได้ว่าแนวคิดสองกระแสนี้มีความแตกต่างกันพอสมควร และผู้วิจัยที่มีความเชื่อพื้นฐานหรือปรัชญาที่อยู่เบื้องหลังแตกต่างกันพอสมควร และผู้วิจัยที่มีความเชื่อพื้นฐานหรือปรัชญาที่อยู่เบื้องหลังแตกต่างกันนี้ก็จะใช้วิธีการที่ต่างกันในการแสวงหาความรู้ นักวิจัยที่มีความเชื่อแบบปฏิฐานนิยม จะใช้วิธีการเชิงวิทยาศาสตร์ที่เน้นข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่วนนักวิจัยที่มีความเชื่อแบบปรากฏการณ์นิยมจะใช้วิธีการแสวงหาความรู้ใหม่และสร้างสมมติฐานใหม่โดยเน้นข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิด โลกทัศน์ และความหมายซึ่งอาจไม่ปรากฏออกมาเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ และไม่อาจจับต้องได้

ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์ (2554, หน้า 201) อย่างไรก็ตามทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยาไม่ใช่ทฤษฎีในความหมายที่เคร่งครัดของคำนี้เท่าใดนัก เนื่องจากไม่ใช่แนวคิดที่กำหนดกรอบ

สำหรับอธิบายสิ่งต่าง ๆ เหมือนกับทฤษฎีทั่ว ๆ ไป นักวิชาการบางคนมีความคิดว่า ปรากฏการณ์วิทยาเป็นเพียงปรัชญาและมีแนวคิดหลายแบบรวมอยู่ในทฤษฎีดังกล่าว

ชาย โปธิลิตา (2554, หน้า 80) โดยให้ความสำคัญต่อกระบวนการทางจิต หรือปัญญาของมนุษย์มากที่สุด ไม่ใช่สมมติฐานเกี่ยวกับสาเหตุหรือผลของกระบวนการทางจิต แต่อย่างใด คือ ศึกษาสาระสำคัญหรือความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์เป็นผู้ให้ปรากฏการณ์ นิยม ไม่ใช่ประจักษ์นิยมแต่เป็นกระบวนการพิจารณาหรือการศึกษาค้นคว้า ตามหลักเหตุผล ถือว่าจิตใจเป็นต้นกำเนิดของความคิดโดยไม่อาศัยสภาพแวดล้อมจากที่ได้กล่าวอ้างมาทั้งหมด ข้างต้น

สรุปหลักการของทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยาได้ว่า “การที่ผู้ศึกษาวิจัยจะสามารถเข้าใจ ประสบการณ์และความรู้สึกของผู้อื่นได้อย่างแท้จริง จำเป็นต้องเข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้น จำเป็นต้องใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ระดับลึกจึงจะทำให้นักวิจัยเข้าใจ ความรู้สึกของคนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น” (กิตติพัฒน์ นนทบุรีทะเลกุล, 2546, หน้า 70-71)

สาระสำคัญของปรากฏการณ์นิยม ตามแนวความคิดของพวกปรากฏการณ์นิยมนั้น มนุษย์จะเป็นผู้สร้างบริบทหรือสภาวะการณ์ขึ้นโดยที่ตนเป็นส่วนหนึ่งของสภาวะการณ์ หรือระเบียบสังคม เมื่อเป็นดังนั้น มนุษย์จึงเป็นผู้สร้างสังคมขึ้น แล้วกำหนดความหมายสิ่งต่าง ๆ ในสังคมนั้นตามที่ตนเห็นสมควร (Social Order) ขึ้นได้อย่างไร นักปรากฏการณ์นิยมเน้น การศึกษากระบวนการเหล่านี้ ภายหลังจากหรือจากความรู้สึกนึกคิดของสมาชิกสังคมที่เขาศึกษานั้น ส่วนใหญ่มักจะอาศัยเทคนิคการให้สมาชิกได้หยุดดำเนินชีวิตตามปกติชั่วคราว แล้วให้คิดว่าความจริงนี้ควรเป็นอย่างไร เช่น กำลังรับประทานอาหารอยู่ มีคนแปลกหน้า มาหยิบแก้วน้ำของท่านไปดื่มหน้าตาเฉย กรณีเช่นนี้จะทำให้ผู้ที่กำลังรับประทานอาหารอยู่ จุกคิดขึ้นมาว่าความเป็นจริงระเบียบการกินอาหารนี้เป็นอย่างไร ควรหรือถูกต้องหรือไม่ที่คนไม่รู้จักกันจะมาหยิบแก้วน้ำดื่มเฉย ๆ ดังนี้ ก็จะทำให้ได้ความจริงเกี่ยวกับระเบียบนั้นขึ้น

สาระสำคัญของปรากฏการณ์นิยม ที่เน้นเฉพาะการที่มนุษย์แต่ละคนและกลุ่มสร้าง หรือแสดงพฤติกรรมประจำวัน โดยวิธีให้การหยุดชะงักการดำเนินชีวิตสังคมไปชั่วคราว เรียกว่า Ethnomethodology (มานุษยวิธี) เพื่อให้ทราบเนื้อหาสาระของทฤษฎีนี้ พิจารณาหัวข้อต่อไปนี้เป็น ปรากฏการณ์นิยมได้กล่าวไว้อย่างไร คือ ธรรมชาติของมนุษย์ ธรรมชาติของสังคม หน้าที่ของ สังคมวิทยา และระเบียบวิธีวิจัยที่สังคมวิทยาควรใช้ธรรมชาติของมนุษย์

ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมได้กลายเป็นฐานหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพ กล่าวคือ ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมได้รูปแบบมาจากวิชามนุษยศาสตร์ ซึ่งเน้นภาพรวมและบริบทรอบด้าน โดยอาศัยข้อมูลเชิงคุณภาพและการตีความ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์อย่างถ่องแท้

ดังนั้น หากจะนำแนวคิดปรากฏการณ์วิทยามาประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ จำเป็นต้องมีการแยกแยะประเด็นเกี่ยวกับ “เนื้อหา” และ “วิธีการ” จากกัน เพราะเนื้อหาของปรากฏการณ์วิทยาให้ความสำคัญที่ว่าบุคคลนั้น ๆ ได้ประสบการณ์และการตีความเกี่ยวกับโลกอย่างไร ส่วนประเด็นเกี่ยวกับวิธีการ (Methodological) คือ การที่เราจะเรียนรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ของบุคคลอื่นได้จริงอย่างไร ซึ่งเราจะรู้ได้เราต้องไปอยู่ในประสบการณ์นั้น ๆ และนี่ก็คือที่มาของการใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) อันเป็นวิธีการสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพนั่นเอง (กิตติพัฒน์ นนทบุรีทะเลกุล, 2546 หน้า 69) นอกจากนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวปรากฏการณ์วิทยา ยังจะช่วยให้นักวิจัยเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มตัวอย่างที่ตลอดจนระบบสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ เพราะเป็นวิธีการศึกษารายละเอียดของสถานการณ์ตามความเป็นจริง ครอบคลุมทุกมิติที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์หรือสถานการณ์นั้น ตลอดจนพรรณนาให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์นั้นกับระบบสภาวะแวดล้อมในลักษณะของการอนุมาน (Inductive) ของข้อมูลที่ศึกษาโดยผู้วิจัยจะไม่นำความเชื่อหรือความคิดของผู้วิจัยเข้าไปครอบงำแนวความคิดในการศึกษาว่าจะยอมรับในความเชื่อหรือความคิดของผู้วิจัยเข้าไปครอบงำแนวความคิดในการศึกษาว่าจะยอมรับในความเชื่อและระบบคิดของตัวอย่างดังกล่าว ในสถานการณ์ที่ให้ข้อมูลและใช้ความรู้สึกนึกคิดนั้น (กิตติพัฒน์ นนทบุรีทะเลกุล, 2546)

ทั้งนี้ นิศา ชูโต (2540, หน้า 9) ได้อ้างถึงมุมมองของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมที่มีผลต่อการวิจัยเชิงคุณภาพ มีดังนี้

ในแง่ธรรมชาติกับความเป็นจริง ปรากฏการณ์นิยมเห็นว่า ความจริงมีหลายระดับ และส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นและมีตัวตนในความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ เป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ ดังนั้น วิธีศึกษาจึงต้องดูภาพรวมที่ผสมผสานกันทั้งหมด ต้องใช้หลายวิธีการจึงจะได้ความจริงทั้งหมด

ในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยกับสิ่งที่ศึกษา ปรากฏการณ์นิยมและนำไปใช้ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นโอกาสในการปรับวิธีการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนความเข้าใจและการตีความของผู้ศึกษาจนกระทั่งเกิดเข้าใจสิ่งที่ศึกษาอย่างกระจ่างชัด

การอธิบายเกี่ยวกับความจริงปรากฏการณ์นิยมจะค่อย ๆ พัฒนาเกี่ยวกับความจริงในระดับต่าง ๆ ขึ้นมา ตั้งแต่หน่วยย่อย ๆ โดยการสร้างสมมุติฐานชั่วคราวคร่าว ๆ เชื่อมโยงจากบริบทจนสภาพ “ความจริง” ปรากฏ จึงไม่สามารถนำไปสรุปอ้างอิงถึงความจริงในบริบทที่แตกต่างกันได้ เพียงแต่สร้างให้เกิดความเชื่อมโยง เกิดความเข้าใจในบริบทที่ใกล้เคียงกันเท่านั้น

เกี่ยวกับสาเหตุ ปราบกฎการณีนิยม เชื่อว่าความสัมพันธ์ของมนุษย์มีความซับซ้อนโยงใยซึ่งกันและกัน จนบางครั้งไม่สามารถแยกแยะได้ง่าย ๆ ว่าอะไรเป็นเหตุ และอะไรเป็นผลได้ จึงไม่ควรเสียเวลาในการศึกษาทดลอง สิ่งที่สามารถกระทำได้คือ พยายามสร้างรูปแบบของความคิดที่อาจมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน และใช้วิธีอธิบายแบบชักจูงให้เกิดความกระจ่างเข้าใจมากกว่าจะแสดงความเป็นเหตุและเป็นผลยืนยันอย่างจริงจัง

เกี่ยวกับค่านิยม ปราบกฎการณีนิยมยังเชื่อว่า ทุกวิธีล้วนแล้วแต่แปดเปื้อนด้วยคิต ค่านิยมและมีความเป็นอัตนัยทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิธีการในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสังคม นับตั้งแต่วิธีการเลือกปัญหาที่ทำการวิจัย การใช้ทฤษฎีและข้อตกลงพื้นฐานของทฤษฎีการเลือกใช้เครื่องมือวิจัย ตลอดจนวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและการตีความหมายผลของการวิจัย

จากคุณลักษณะข้างต้นของทฤษฎีปราบกฎการณีนิยม จึงมีอิทธิพลต่อวิธีการและแบบอย่างการปฏิบัติ (Approach) ในการวิจัย ดังนี้

ในด้านวิธีวิจัย ปราบกฎการณีนิยมใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะครอบคลุมรอบด้านและเหมาะสมกับการเก็บข้อมูลซึ่งมีมนุษย์เป็นผู้เก็บข้อมูล

ในด้านของที่มาของทฤษฎีในการวิจัย ปราบกฎการณีนิยมเชื่อว่าการใช้ทฤษฎีเป็นกรอบจะทำให้เกิดอคติในการทำวิจัย ดังนั้น จึงไม่ใช้ทฤษฎีนำทางการวิจัย แต่จะดูจากสภาพจริง และหลังจากเก็บข้อมูลไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง ก็จะเริ่มมองเห็นทฤษฎีก่อตัวจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรม (Approach)

ในด้านของประเภทความรู้ที่ใช้ ปราบกฎการณีนิยมซึ่งใช้มนุษย์เป็นเครื่องมือจะใช้ภาพสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ เป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งให้การหยั่งรู้ ความเข้าใจของผู้วิจัย รวมทั้งวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยเห็นว่าจะเกิดความรู้ได้

ในด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ปราบกฎการณีนิยมใช้มนุษย์เป็นเครื่องมือในการทำวิจัย เพราะมนุษย์ย่อมมีสติปัญญา ความคิด มีความเข้าใจ ปรับเปลี่ยน และตอบสนองสภาพการณ์ต่าง ๆ ได้ มีความสามารถมองเห็นมุมมองต่าง ๆ รู้จักกระตุ้น รู้จักตรวจสอบข้อมูลอันก่อให้เกิดความรู้ได้ด้วยตัวเอง

ในด้านการออกแบบการวิจัย ปราบกฎการณีนิยมใช้วิธีค่อยเป็นค่อยไป ด้วยการเข้าไปในสนามวิจัยก่อน โดยไม่มีทฤษฎีหรือสมมติฐานล่วงหน้า เมื่อเข้าไปในสนามชั่วระยะเวลาหนึ่งแล้วแนวทางการวิจัยก็จะบังเกิดขึ้น ปัญหาจะเริ่มคลี่คลายก่อตัวชัดเจนยิ่งขึ้น และวิธีการต่าง ๆ ก็จะได้เกิดติดตามติดต่อกันมา แม้นักวิจัยเชิงคุณภาพจะมีความรู้และได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับสภาพสนามวิจัยมาก่อนมากมาย แต่เขาก็จะไม่ยอมปล่อยให้สิ่งเหล่านั้นมาถ่วงขวางแนวทาง

การวิจัยตามสภาพที่เขาเห็นจริง เขาจะใช้วิธีการอนุมานของตนตัดสิน เพื่อให้รับกับสภาพและผลของข้อมูลที่อาจจะเกิดขึ้นได้ต่าง ๆ นานา

ในด้านสถานที่วิจัย ปราบกฎการณีนิยมและให้นักวิจัยเลือกสภาพปกติธรรมดาเพราะสภาพธรรมดาที่เป็นจริงเท่านั้นที่จะทำให้การค้นพบเกิดขึ้นได้จากของจริง

ในด้านความเชื่อถือได้ (Trustworthiness) ของข้อมูลในการวิจัย นักปรากฏการณีนิยมได้พัฒนาความเชื่อถือของข้อมูลใกล้เคียงกับการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลและการตีความของผู้วิจัยเกี่ยวกับความจริงระดับต่าง ๆ กับความคิดของผู้ให้ข้อมูลว่าสอดคล้องต้องกันหรือไม่ ซึ่งมีมาตรการให้นักวิจัยเพิ่มความเชื่อถือได้ของการวิจัยดังนี้ คือ

อยู่ในสนามเป็นช่วงระยะเวลาานาน จนสามารถจัดอคติและตรวจสอบความเข้าใจในประเด็นสำคัญ ๆ ให้ถูกต้อง

สังเกตอย่างจริงจัง เพื่อเข้าใจคุณลักษณะสำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งเข้าใจสิ่งที่ผิดปกติพร้อมทั้งเข้าใจความหมายนั้น ๆ

ถ่ายถอด เล่า ตรวจสอบ ระหว่างเพื่อนร่วมวิจัย เพื่อดูความแจ่มแจ้งและพัฒนาการของความเข้าใจ ปรึกษาหารือเกี่ยวกับแนวทางการวิจัย รวมทั้งบอกเล่าแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน ทั้งปัญหาส่วนตัวและปัญหาทางปัญญา

ตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) คือ การตรวจสอบแหล่งที่มาต่าง ๆ ของข้อมูลของผู้สืบสวนข้อมูลหลาย ๆ คนที่ต่างกันของมุมมองทางทฤษฎีหลาย ๆ ทฤษฎีตรวจสอบซึ่งกันและกัน

มีสารสนเทศต่าง ๆ ครอบคลุมเพียงพอ ทั้งเอกสาร รูปภาพ เทป วีดิทัศน์ฯลฯ สารสนเทศต่าง ๆ ที่ใช้จะต้องตรวจสอบความถูกต้องก่อนใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิจัยและการตีความเรื่องราวต่าง ๆ นั้นจะต้องผ่านการตรวจสอบเป็นระยะ ๆ โดยผู้เกี่ยวข้องทุกขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการศึกษา

การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น (Dependability) หมายถึง การใช้วิธีอื่น ๆ เข้าร่วมกัน ในการตรวจสอบความตรง (Validity) ของข้อมูล ของแนวคิดทฤษฎี ใช้นักวิจัยหลายคนร่วมสังเกตสิ่งเดียวกัน เพื่อดูว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะไปในทิศทางเดียวกัน สนับสนุนกัน ซึ่งก็เป็นลักษณะของการตรวจสอบแบบสามเส้านั่นเอง

การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) หมายถึง ความสามารถอ้างผลการวิจัยไปยังสภาพการณ์ในบริบทที่คล้ายคลึงกัน ได้มีการเสนอให้ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) ที่ครอบคลุมแนวคิดและมุมมองของทฤษฎีที่กำลังจะเกิดจากข้อมูล (Ground Theory)

หาข้อสนทนาคในทก ๆ ด้านอย่างครบถ้วน หาข้อมูลของแนวคิดในสมมติฐานที่สร้างขึ้น เพื่อสร้างแนวทางอันอาจทำให้เกิดการถ่ายโอนผลการวิจัยไปสู่บริบทอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกัน

การยืนยันผลการวิจัย (Confirm Ability) หมายถึง ความสามารถในการยืนยันผลอันเกิดจากข้อมูล ได้มีการเสนอแนะให้ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าต่าง ๆ เช่น ตรวจสอบแนวคิด สมมติฐานเปรียบเทียบกับงานของคนอื่นที่ทำเรื่องคล้ายคลึงกัน บันทึกสาเหตุและเหตุผล แนวทางในการมองปัญหาของผู้วิจัยอย่างชัดเจน รวมทั้งการตรวจสอบแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญ

กิตติพัฒน์ นนทบุรีมะดูล (2546, หน้า 72-73) ได้กล่าวว่าวิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพตามแนวปรากฏการณ์วิทยา จะเป็นการศึกษาอย่างมีระบบโดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ การค้นหาประเด็นปัญหาและคำถามการวิจัย ซึ่งเป็นประสบการณ์ตรงและการให้ความหมายของบุคคลผู้ให้ข้อมูล (Research Informant) หรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย (Research Participant) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมของบุคคล คำถามในการวิจัยมักเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับความรู้สึก ประสบการณ์ส่วนบุคคล และเป็นการค้นหาสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครตอบมาก่อนไม่ใช่เป็นการอธิบายสาเหตุหรือความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ

การรวบรวมความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่จะศึกษา หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา เพื่อนำไปกำหนดกรอบแนวคิดและเป็นการศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การสัมภาษณ์ครอบคลุมปัจจัยต่าง ๆ ได้

การสร้างคำถามเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ คำถามที่ใช้ควรจะเป็นคำถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างอธิบายประสบการณ์ การรับรู้ หรือความรู้สึกนึกคิดอย่างชัดเจน

การบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ต้องการศึกษา ในขณะที่สัมภาษณ์ นักวิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลควรมีการบันทึกเทป เพราะจะต้องนำมาทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล และในการบันทึกเทปจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ถูกสัมภาษณ์

การวิเคราะห์และการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อหาความหมายของสิ่งที่ค้นพบให้คำตอบในเรื่องที่ต้องการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัยตามแนวปรากฏการณ์วิทยา จะประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ 1) กำหนดหัวข้อและคำถามในการวิจัยที่เหมาะสมกับวิธีการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา 2) ทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษา 3) กำหนดเกณฑ์สำหรับเลือกบุคคลและปรากฏการณ์สำหรับศึกษา 4) ให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้ที่ถูกเลือกมาศึกษารวมทั้งการจัดการกับประเด็นที่เกี่ยวข้องจริยธรรม ในการวิจัย 5) กำหนดประเด็นหรือแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 6) ทำการสัมภาษณ์และบันทึกการสัมภาษณ์อย่างละเอียด อาจจำเป็นต้องทำการสัมภาษณ์ซ้ำ

หลายครั้ง และ 7) เตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และดำเนินการวิเคราะห์ (ชาย โพธิ์ลีตา, 2554, หน้า 181)

ดังนั้น จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงใช้ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม เพื่อจะมุ่งทำความเข้าใจหรือเข้าถึงความหมายของการท่องเที่ยวของคนในชุมชน โดยศึกษาจากสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน จากทัศนะของผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรง ผ่านกระบวนการ สังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีแบบแผนที่ดี ตั้งแต่กระบวนการค้นหาประเด็น และการตั้งคำถามการวิจัย รวบรวมความรู้ในสิ่งที่ศึกษา สร้างคำถามเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ การบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อเป็นการได้มาของข้อมูลที่ถูกต้องของบริบทชุมชนพื้นกลุ่มเป้าหมายของจังหวัดระยอง ที่ผู้วิจัยได้เข้าไปดำเนินการศึกษาและจะนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์แบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การวางแผนพัฒนายุทธศาสตร์ การปฏิบัติการตามแผน และการประเมินผลของแผน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change Theory)

ฟองพันธุ์ มณีรัตน์ (2521, หน้า 16) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดก็ตามที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับบทบาท สถาบัน หรือระเบียบแบบแผนต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นโครงสร้างของสังคมในขณะเดียวกันอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างหรือรูปแบบความสัมพันธ์และการปะทะสัมพันธ์กันทางสังคม ๆ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนมาก เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างกันของสิ่งต่าง ๆ ในโครงสร้างสังคมและปัจจัยที่ไม่ใช่ทางสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยา ประชากรและเทคโนโลยี ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีลักษณะสำคัญ คือ 1) เป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับกลุ่มคน นั่นคือเป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำต่อกันของมนุษย์ 2) เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหน้าที่ หรือกระบวนการต่าง ๆ ของความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่ง และ 3) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งอาจจะเป็นเรื่องใหญ่หรือเล็กก็ได้

นิเทศ ดินณะกุล (2544, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ไว้ว่า ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ อย่างที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนี้ อาจก้าวหน้าหรือถอยหลังก็ได้ เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวรหรือชั่วคราว เป็นการเปลี่ยนแปลงโดยมีการวางแผนการไว้หรือไม่มีแผนการ เป็นการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียว

หรือหลายทิศทางและอาจก่อให้เกิดประโยชน์หรือเกิดโทษก็ได้

พัชรินทร์ ลีรสุนทร (2556, หน้า 233) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ไว้ว่า การเปลี่ยนแปลง (Change) หมายถึง ความแตกต่างที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ และการดำรงอยู่ของหน่วยทางสังคม (Social Unite)

นักสังคมวิทยาให้ความหมายของ “การเปลี่ยนแปลงทางสังคม” (Social Change) หมายถึง สภาพความแตกต่างที่เกิดขึ้นกับพฤติกรรมของสังคม (Social Behavior) โครงสร้างทางสังคม (Social Structure) การจัดระเบียบทางสังคม (Social Organization) องค์กร (Organization) ตลอดจนระบบความสัมพันธ์ (Social Relationship) ของคนมากกว่า 2 คนที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างมีเป้าหมาย มีการจัดวางระเบียบ และด้วยความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ตามนัยดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงทางสังคมจึงครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) ความแตกต่างที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในสังคมหนึ่ง ๆ 2) ปัจจัยเรื่องเวลา และ 3) การดำรงอยู่ของสังคมนั้น (พัชรินทร์ ลีรสุนทร, 2556, หน้า 233)

เสถียร เขยประดับ (2531, หน้า13) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม จะมีขอบเขตกว้างกว่าและครอบคลุมการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมทุกสาขา เช่น ศิลปะ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีวิทยา ปรัชญา เป็นต้น หรืออาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งของหรือเรื่องราว เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นเรื่องของผลผลิตของกิจกรรมระหว่างมนุษย์ ส่วนสังคมเป็นตัวกระทำสิ่งนั้น

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2536, หน้า 126) ได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ไว้ว่า เป็นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สามารถพิจารณาได้จาก 1) จำนวนของการเปลี่ยนแปลง (The Amount of a Change) โดยการวัดจากผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่ามีปริมาณการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อย 2) ระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลง (The Duration of a Change) เน้นที่ระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ หรือโดยแบบพลัน 3) ธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลง (The Nature of a Change) ว่าเป็นแบบใด เช่น เป็นการเปลี่ยนแปลงแบบวิวัฒนาการ (Evolution) ที่เปลี่ยนแปลงอย่างเชื่องช้าทีละน้อย ๆ ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยไม่รู้ตัว ไม่ค่อยมีผลต่อความรู้สึกหรือวิถีชีวิตของประชาชนมากนัก หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบพัฒนา (Development) ที่มีแผนการดำเนินการที่แน่นอนและมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน เป็นการปฏิรูปวิถีชีวิตความเป็นอยู่

ของประชาชนให้ดีขึ้นกว่าเดิม ไม่ได้เปลี่ยนแปลงแบบล้มเลิกระบบ โครงสร้างทั้งหมดยังมีลักษณะเปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ และทำให้ประชาชนยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบปฏิวัติ (Revolution) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่จัดระเบียบโครงสร้างใหม่ และดำเนินการอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงแบบนี้มักจะกระทบกระเทือนความรู้สึกนึกคิด และจิตใจของประชาชนอย่างมาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

เสถียร เซยประทับ (2531, หน้า 14-16) ยังสามารถเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ด้าน ดังนี้

ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นหรือมีอยู่ในชุมชน และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น ระบบนิเวศวิทยาของชุมชน บุคลิกภาพของบุคคลหรือสมาชิกในชุมชน หรือความเป็นผู้นำของชุมชนที่มีความรู้ความสามารถ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นในลักษณะที่ระบบสังคมประดิษฐ์และเผยแพร่นวัตกรรมเอง โดยไม่ได้รับอิทธิพลจากภายนอก หรือคนภายนอกหรือแหล่งภายนอก ระบบสังคมจะขึ้นให้คนภายในสังคมเห็นปัญหาและความจำเป็นที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงจึงประดิษฐ์และเผยแพร่วัตกรรมให้คนภายในระบบสังคมยอมรับเพื่อแก้ปัญหานั้น

ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายนอกชุมชน แล้วมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น นโยบายรัฐ การแพร่กระจายของวัฒนธรรม เช่น แพร่กระจายวัฒนธรรมจากสังคมเมืองสู่ชนบท สื่อมวลชน เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นในลักษณะที่คนภายนอกมีอิทธิพลทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลง และเป็นปรากฏการณ์ระหว่างสังคม ซึ่งแบ่งเป็นประเภทย่อยได้เป็น 2 ประเภท คือ การเปลี่ยนแปลงที่มาจากแหล่งภายนอกโดยไม่ได้ตั้งใจ เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกภายในสังคมไปเห็นนวัตกรรมหรือได้รับอิทธิพลจากภายนอกระบบสังคม แล้วตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น โดยแหล่งภายนอกไม่ได้ตั้งใจให้เกิดอิทธิพลเช่นนั้น

สุพัทธรา สุภาพ (2541, หน้า 118) ได้ให้ความหมายการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ไว้ว่า เป็นผลมาจากกระบวนการของความคิด ความรู้ หรือสติปัญญาของมนุษย์ ดังนั้นจึงสามารถแยกกระบวนการ (Process) เปลี่ยนแปลงทางสังคมออกเป็น 4 ขั้นตอน

1. การค้นพบ (Discovery) หมายถึง การได้ค้นพบสิ่งที่มีอยู่แล้ว และสามารถนำสิ่งที่ได้ค้นพบนั้นมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ เช่น การค้นพบแหล่งน้ำมัน แร่ธาตุ ก๊าซ เป็นต้น รวมถึงการนำความรู้ใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้สิ่งที่ได้ค้นพบมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ประดิษฐ์ (Invention) เป็นการนำเอาความรู้ทางวิชาการ เทคนิค วิธีการ หรือความคิดที่มีอยู่ก่อน มาทำให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นมา ซึ่งอาจเป็นการประดิษฐ์ทางวัตถุ (Material

Inventions) เช่น การสร้างเครื่องจักรไอน้ำ เครื่องปรับอากาศ ดาวเทียม เป็นต้น และการประดิษฐ์ทางสังคม (Social Inventions) เช่น พิธีกรรมใหม่ ๆ ลัทธิใหม่ ๆ ระบบการปกครองแบบใหม่ ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงได้

3. การแพร่กระจาย (Diffusion) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่วนใหญ่อุบัติจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการกระจายตัวของวัฒนธรรมหนึ่งจากชนกลุ่มหนึ่งไปยังชนอีกกลุ่มหนึ่ง การแพร่กระจายแบบนี้เกิดขึ้นได้ทั้งภายในสังคมเดียวกันหรือระหว่างสังคมก็ได้

4. การรับเอาวัฒนธรรมใหม่ (Acculturation) จากการเผยแพร่นั้นจะเกิดลักษณะของกระบวนการแบบสองทางขึ้น คือจะมีการให้และการรับตามมา ส่วนใครจะได้หรือรับเพียงใดขึ้นอยู่กับความสามารถในการจูงใจให้คล้อยตาม และมีข้อสงสัยว่าสังคมแบบไม่ซับซ้อนหรือง่าย จะรับวัฒนธรรมจากสังคมที่ซับซ้อนกว่าและกลุ่มชนระดับต่ำกว่า มักจะรับวัฒนธรรมบางอย่างจากกลุ่มชนระดับสูงกว่ามาปฏิบัติ นอกจากนี้การรับเอาวัฒนธรรมดังกล่าวยังมีลักษณะเป็นกระบวนการเลือก (Selective Process) คือ อาจจะยอมรับวัฒนธรรมบางอย่างหรือละทิ้งวัฒนธรรมบางอย่างก็ได้

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับหรือการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

เสาวคนธ์ สุตสวาสดิ์ (2524, หน้า 48) มีอยู่ 6 ประการ คือ 1) หากบุคคลยังไม่ตระหนักหรือเห็นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงแล้ว การยอมรับย่อมจะช้า ดังนั้น จะต้องเป็นสิ่งทีบุคคลในสังคมเห็นว่ามิประโยชน์สามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของตนหรือสังคมก็ได้ 2) ผลของการยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้นต้องทำให้เกิดความพึงพอใจต่อบุคคลอย่างสูงทั้งด้านสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจและจะต้องชดเชยหรือสมน้ำสมเนื้อกับปัญหาและความยากลำบากในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงนั้น 3) การสาธิตให้เป็นประโยชน์อย่างมีคุณค่า จะทำให้การยอมรับการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้สะดวก จึงเป็นเกณฑ์สำคัญในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงทั้งในรูปของวัฒนธรรมและอวัตรธรรม 4) หากการเปลี่ยนแปลงไม่ขัดกับวัฒนธรรม วิถีประชาหรือกฎศีลธรรมของสังคมแล้ว การยอมรับย่อมเกิดขึ้นได้โดยปรับให้เข้ากันได้กับวัฒนธรรมเดิม 5) ต้นทุนของการเปลี่ยนแปลงหากเสียค่าใช้จ่ายมาก การยอมรับย่อมน้อยลงไป และ 6) หากผู้นำการเปลี่ยนแปลงมียุทธวิธีที่ดี เข้าใจชาวบ้าน รู้จักวิธีเสนอการเปลี่ยนแปลง รู้จักเนื้อหาของการเปลี่ยนแปลงได้ดีพอ ประกอบกับความชำนาญในการใช้เทคนิค วิธีการชวนหรือเสนอแนะ เพื่อให้เกิดความต้องการในการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งมีบุคลิกภาพและภูมิหลังที่ดีก็ย่อมทำให้การเปลี่ยนแปลงเป็นไปได้ง่ายขึ้น

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2547, หน้า 270-271) ได้ให้ความหมายการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมสามารถเกิดขึ้น

อย่างเป็นทางการเพราะกลไกทางสังคม ยังสามารถเกิดขึ้นด้วยความจริงใจ ได้เช่นกันจากบุคคล ที่เรียกว่าผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agents) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการรับนวัตกรรมของผู้อื่น ทิศทางที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องการ โดยปกติผู้นำการเปลี่ยนแปลงมักจะเป็นนักวิชาการที่มีความรู้ หรือความเชี่ยวชาญในสาขาของนวัตกรรมนั้น ๆ รวมทั้งครู บริษัทที่ปรึกษา หรือผู้ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาก็ได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือผู้ที่มีอิทธิพลต่อการชี้แนะการเปลี่ยนแปลง และสามารถกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกระบบสังคมได้

นิยพวรรณ วรณศิริ (2540, หน้า 285) ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) ไว้ว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ยุทธวิธีของการนำการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปใช้สร้าง (Creating) ชักจูง (Guiding) ชี้นำ (Directing) และการจัดการ (Managing) ในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคมชุมชนตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการนำการเปลี่ยนแปลง (Direct Change) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีนักวิชาการหรือผู้มีประสบการณ์ ผู้นำและให้ความรู้ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปอย่างค่อนข้างอิสระ แต่ถูกต้องตามขอบข่าย มีระบบระเบียบและกฎเกณฑ์ ประชาชนจะเป็นผู้ริเริ่มและกระทำการเปลี่ยนแปลงของนักวิชาการจะเป็นที่ปรึกษา เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างมีเหตุมีผล ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะต้องไม่เข้าไปยุ่งหรือก้าวล่วงงาน โดยปล่อยให้ประชาชนเลือกตัดสินใจ และการเปลี่ยนแปลงเอง โดยเทคนิคและยุทธวิธีในการนำการเปลี่ยนแปลง (Method of Planned Social Change) นั้น จะประกอบด้วยยุทธวิธีที่หลากหลายและแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะเลือกใช้วิธีการใดซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะประสบความสำเร็จด้วยดีหรือไม่นั้น ผู้นำการเปลี่ยนแปลงควรมีดุลยพินิจในการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และเป็นกลยุทธ์ที่มีผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องน้อยที่สุด

บุญใจ ศรีสถิตนรากร (2550, หน้า 333-335) ได้ให้ความหมายกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง (Strategic Change) หมายถึง แนวทางหรือกลวิธีที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงคิดค้นขึ้นเพื่อนำมาดำเนินการเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น นโยบาย ระเบียบและข้อกำหนด ทำให้ผู้เกี่ยวข้องยอมรับการเปลี่ยนแปลงและให้ความร่วมมือปฏิบัติตามแนวทางใหม่ ซึ่งอาจใช้กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง 5 วิธี ดังนี้

1. กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงโดยใช้อำนาจ (Strategic Change Thought Power) หมายถึง การที่ผู้บริหารใช้อำนาจโน้มน้าวให้ผู้ใต้บังคับบัญชายอมรับการเปลี่ยนแปลงประกอบด้วยอำนาจตามกฎหมาย อำนาจการให้รางวัล อำนาจจากความเชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีความรู้ความสามารถอำนาจจากการอ้างถึงผู้มีบารมีและอำนาจในการข่มขู่และบังคับ

2. กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงโดยอธิบายเหตุผล (Strategic Change Though Reason) โดยอธิบายและชี้แจงความจำเป็นที่ต้องเปลี่ยนแปลง ผลเสียที่เกิดขึ้นหากไม่มีการเปลี่ยนแปลง ผลดีและประโยชน์ที่ผู้เกี่ยวข้องจะได้รับการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนยกตัวอย่างองค์การที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและมีความก้าวหน้า

3. กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงโดยให้ความรู้ (Strategic Change Though Knowledge) โดยจัดโครงการบริการวิชาการเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้องที่เปลี่ยนแปลง ควรเชิญนักวิชาการภายนอกหน่วยงานที่มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับจากสังคมมาร่วมบรรยายและให้ความรู้ นอกจากนี้ ควรจัดโครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่เพื่อให้หัวหน้างานและผู้แทนของหน่วยงานได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์จากองค์การที่มีชื่อเสียง รวมทั้งเรียนรู้แนวทางพัฒนาองค์การ เพื่อนำประสบการณ์มาคิดค้นกลยุทธ์การพัฒนาองค์การ

4. กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงโดยให้มีส่วนร่วม (Strategic Change Thought Participation) โดยเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการวางแผน และตัดสินใจเพื่อร่วมกันกำหนดข้อตกลงและแนวทางปฏิบัติใหม่ ซึ่งจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องยอมรับการเปลี่ยนแปลง

5. กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงโดยการเจรจาต่อรองและกำหนดข้อตกลง (Strategic Change Thought Negotiation and Agreement) เป็นกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงในลักษณะ ประนีประนอม (Compromise) โดยรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องและกำหนดข้อตกลงร่วมกัน

ในขณะเดียวกัน Vago (1980) ได้อ้างถึงกระบวนการนำการเปลี่ยนแปลงที่มียุทธวิธีการนำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ยุทธวิธี ได้แก่

1. ยุทธวิธีอำนวยความสะดวก (Facilitative Strategies) ซึ่งมักจะเป็นผลได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มเป้าหมายต้องรู้ปัญหาของตนเองเสียก่อน ต้องเห็นความสำคัญของการแก้ปัญหาและต้องเปิดต่อความช่วยเหลือภายนอกและพร้อมที่จะลงมือช่วยตนเองให้มากอย่างที่สุด

2. ยุทธวิธีให้การศึกษแบบตอกย้ำ (Reductive Strategies) ซึ่งใช้ในกรณีไม่เร่งรีบเพื่อเปลี่ยนเจตคติและพฤติกรรม

3. ยุทธวิธีชักชวน (Persuasive Strategies) ซึ่งเป็นยุทธวิธีที่ใช้ในการโน้มน้าวจิตใจและความคิดของบุคคลเป้าหมายให้คล้อยตาม วิธีนี้จะใช้ได้ผลดีสำหรับผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หวังผลกำไรตอบแทน เช่น โครงการวางแผนครอบครัว เป็นต้น

4. ยุทธวิธีใช้พลัง (Power Strategies) การใช้อำนาจบังคับนี้ จะได้ผลมากแค่ไหนขึ้นอยู่กับระดับความต้องการพึ่งพาผู้นำการเปลี่ยนแปลงของบุคคลเป้าหมาย การใช้อำนาจ

ในการนำการเปลี่ยนแปลงมาใช้จะใช้อำนาจอยู่ในขอบเขตของกฎหมายเท่านั้น แต่จะเกิดในกรณีนอกกฎหมายได้เช่นกัน คือ

การใช้ความรุนแรงเพื่อนำการเปลี่ยนแปลง (Violence as a Strategy of Social Change) เช่น การก่อจลาจล สงคราม กองโจร การใช้อำนาจกดขี่ของรัฐ การก่อกบฏ การปฏิวัติ เป็นต้น

การใช้วิธีอหิงสาเพื่อนำการเปลี่ยนแปลง (Non-Violence as Strategy of Social Change) เช่น การประท้วง เดินขบวน หยุดงาน เพื่อเรียกร้องสิทธิมนุษยชน เป็นต้น วิธีอหิงสานี้ อาจเป็นวิธีเข้าเผชิญหน้า (Direct Approach) เช่น การต่อสู้โดยใช้ศีลธรรมเพื่อให้คู่ต่อสู้เกิดความละอายใจ เป็นต้น (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550, หน้า 333-335)

กล่าวโดยสรุปทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เป็นทฤษฎีสำคัญในกระบวนการวิจัยที่ผู้วิจัยจะใช้เป็นกรอบในการดำเนินการแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยอง โดยใช้กลไกการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและวิทยาการเพื่อให้เกิดพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่โดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เช่น การฝึกอบรม และการฝึกปฏิบัติทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากนักวิชาการ เพื่อให้ชุมชนมีความรู้และทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ทุนนิยม (Capitalism Economics)

ประวัติความเป็นมา

Karl Mark (คาร์ล มาร์กซ์ ค.ศ. 1818-1883) เป็นเสาหลักสำคัญของการสร้างแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ทุนนิยม คาร์ล มาร์กซ์ เสนอว่าสังคม คือ คนที่ต่างมาอยู่ร่วมกันด้วยเหตุผลทางวัตถุ เป็นการอยู่ด้วยกันในกระบวนการแห่งประวัติศาสตร์ของความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลง มาร์กซ์ อธิบายว่า สังคมทุนนิยมเกิดขึ้นหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม มาร์กซ์ แบ่งการพัฒนาสังคมมนุษย์เป็น 4 แบบตามวิธีการผลิต

1. วิธีการผลิตแบบเอเชีย (Asiatic) มีคนในสังคม 2 กลุ่ม คือ ประชาชนและรัฐ ประชาชนเป็นผู้ถูกเอาเปรียบจึงไม่พอใจ ขัดแย้งกับรัฐ ซึ่งเป็นชนชั้นปกครอง
2. วิธีการผลิตแบบโบราณ (Ancient) คือ สังคมกรีกโรมันมีคน 2 พวก คือ เสรีชนผู้มีอำนาจกับทาส การจะมีความขัดแย้งและพยายามต่อสู้เพื่อได้อิสรภาพ
3. วิธีการผลิตแบบฟิวดัล (Feudal) คือ ยุโรปสมัยกลาง มีขุนนาง คือ เจ้าของที่ดินกับชาวนาซึ่งถูกเอาเปรียบจึงต่อสู้ไต่เน่ล้มขุนนาง
4. วิธีการผลิตแบบทุนนิยม (Capital) มีนายจ้าง คือ นายทุนกับลูกจ้างคือกรรมกร

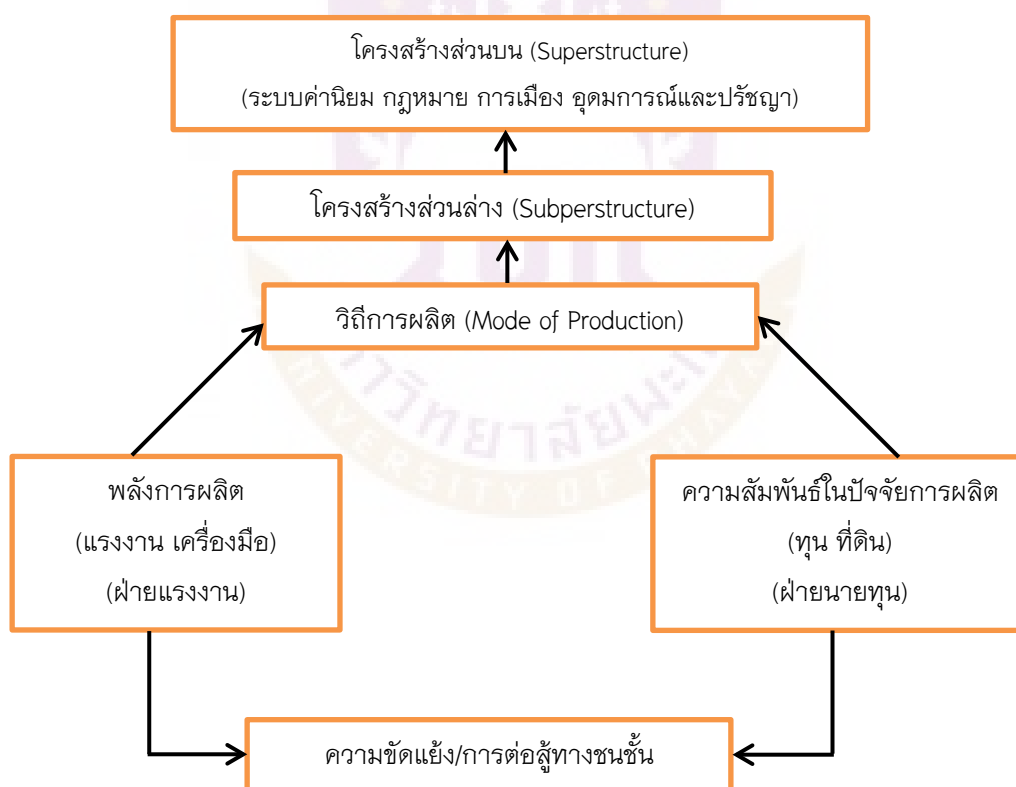
ซึ่งมีความขัดแย้งเช่นกัน

มาร์กซ์ จึงตั้งแนวคิดวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ว่า เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่บนวิธีการผลิต ซึ่งนำไปสู่ความขัดแย้งและมีกฎของการเปลี่ยนแปลงของสังคมในเชิงวัตถุ คือ การตีความประวัติศาสตร์สังคม ด้วยแนวคิดเศรษฐศาสตร์ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554 หน้า 78-80)

ลักษณะของสังคมทุนนิยม

สุภางค์ จันทวานิช (2554, หน้า 81) ได้กล่าวถึงลักษณะของสังคมทุนนิยม ไว้ดังนี้

มาร์กซ์ ได้แบ่งสังคมทุนนิยมออกเป็น 2 ส่วน คือ โครงสร้างส่วนบนและโครงสร้างส่วนล่าง โครงสร้างส่วนบนเป็นส่วนที่เกี่ยวกับเรื่องของความคิด ปรัชญา ค่านิยม อุดมการณ์ และกฎหมาย โครงสร้างส่วนล่างเป็นการผลิตในทางเศรษฐกิจ โครงสร้างส่วนล่างก็คือ วิธีการผลิตในวิธีการผลิตมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ 1) พลังการผลิตประกอบด้วยแรงงานและเครื่องมือในการผลิต 2) ความสัมพันธ์ในการผลิตประกอบด้วยทุนและที่ดิน รายละเอียดของโครงสร้างต่าง ๆ แสดงดังภาพ 1



ภาพ 1 แสดงองค์ประกอบของสังคมและวิธีการผลิตของมาร์กซ์

ที่มา: สุภางค์ จันทวานิช, 2554

ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม (Capitalist economy)

เป็นระบบเศรษฐกิจที่ให้เสรีภาพแก่ภาคเอกชนได้แสดงบทบาทการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากกว่าภาครัฐเอกชนจะมีกรรมสิทธิ์ในด้านทรัพย์สินและเป็นเจ้าของปัจจัยในการผลิตที่ตนเองหามาได้อย่างเสรีภาพเต็มตัวกล่าวคือเอกชนมีเสรีภาพในการเลือกตัดสินใจดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามที่ตนเองมีความถนัดเพราะว่าเสรีภาพนั้นยังคงอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย โดยกล่าวคือ ไม่ว่าจะการดำเนินกิจการใด ๆ ก็ตามจะต้องไม่ละเมิดสิทธิและเสรีภาพพื้นฐานของบุคคลอื่นระบบเศรษฐกิจทุนนิยมนั้นใช้กลไกแบบการแข่งขันราคาโดยระบบตลาดเป็นกลไกหลักสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรโดยรัฐบาลแต่รัฐจะไม่เกี่ยวข้องในกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภาคเอกชนมีบทบาทเพียงการรักษาความสงบเรียบร้อยและให้ความยุติธรรม

Adam Smith (อดัม สมิท ค.ศ. 1723-1790) หนึ่งในนักคิดคนสำคัญในแนวคิดเศรษฐกิจทุนนิยม อดัม สมิท มองว่า โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์มีความเห็นแก่ตัวและมีความต้องการแสวงหาผลประโยชน์หาความสุขส่วนตนจากความเห็นแก่ตัวและการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนนั้นจะนำมาซึ่งการแข่งขัน ซึ่งการแข่งขันดังกล่าวนี้จะนำมาซึ่งสังคมได้รับผลประโยชน์ไปด้วยโดย อดัม สมิท เชื่อมมั่นในมือที่มองไม่เห็นหรือกลไกราคานั้นเอง

รัฐในมุมมองของ อดัม สมิท มองว่าควรที่มีบทบาทที่จำกัดและครอบคลุมเพียง 3 เรื่องเท่านั้น คือ 1) การรักษาความสงบภายใน 2) ปกป้องประเทศจากการโดนรุกรานจากภายนอก 3) บริหารจัดการบริการสาธารณะที่จำเป็นแก่ประเทศ

และนอกจากนี้ยังได้กล่าวไว้ว่า ในความเป็นจริงแล้วการที่ประเทศจะมีความเจริญรุ่งเรืองนั้น มีหลักสำคัญอยู่ 2 ประการ ประการแรก คือ การที่บุคคลแต่ละคนให้ความให้ความสนใจในผลประโยชน์ของตนเองและระบบตลาดที่เสรีเป็นกลไกอุปสงค์ อุปทาน ประการที่สอง คือ นอกจากความพึงพอใจของแต่ละบุคคลสูงสุดแล้วสวัสดิการและสังคมก็จะต้องสูงสุดด้วยซึ่ง 2 ประการนี้ อดัม สมิท เชื่อว่าจะเป็นการนำไปสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสวัสดิการทางสังคมภายในประเทศและที่ปล่อยให้เศรษฐกิจดำเนินไปโดยที่รัฐไม่เข้ามายุ่งเกี่ยว จะทำให้ประสิทธิภาพของระบบเศรษฐกิจของสังคมโดยรวมดีขึ้น

John Stuart Mill (จอห์น สจิวต มิลล์ ค.ศ. 1806-1873) นักคิดที่สำคัญอีกคน ในสำนักเสรีนิยม ซึ่ง จอห์น สจิวต มิลล์ มองว่าการที่ปล่อยให้กลไกตลาดดำเนินไปอย่างเสรี โดยไม่มีมาตรการควบคุมเลย อาจส่งผลกระทบต่อตลาด กล่าวคือ อาจสร้างความล้มเหลวของตลาดได้ ดังนั้น รัฐควรเข้าไปแทรกแซงหรือมีการควบคุม แต่กระนั้นก็มีขอบเขตจำกัดเท่าที่จำเป็นและยังเป็นการเติมเต็มการทำงานของกลไกตลาด เพื่อที่จะลดผลกระทบของตลาดที่มีความเป็นอิสระมากเกินไปได้ ซึ่งจากการที่รัฐเข้ามามีบทบาทนั้นก็เพื่อที่จะป้องกันและแก้ไข

ผลกระทบได้

โรเบิร์ต คอกซ์ ได้ให้ความเห็นว่าองค์ประกอบของภาคการผลิตและภาคการเงินนั้นขัดกันในการผลิตระดับโลกซึ่งต้องการในด้านเสถียรภาพทางการเงินและการเงินเพื่อการเจริญเติบโต แต่ในขณะที่ภาคการเงินระดับโลกนั้น มีอำนาจเหนือกว่าจากการควบคุมสินเชื่อ ซึ่งเป็นตัวสำคัญในการกำหนดขนาดของภาคการผลิต ซึ่งถ้าหากอยู่ในสภาวะที่เปราะบาง อาจนำไปสู่การล่มสลายได้ รวมถึงชักดึงระบบภาคการผลิตให้พังทลายลงไปด้วย จากความคิดเห็นของคอกซ์ เกี่ยวกับการเจริญเติบโตของภาคการผลิต ซึ่งมีความเจริญมากขอให้ว่าเป็นสิ่งที่ดีที่จะสร้างความมั่นคงให้แก่รัฐแต่กระนั้นหากภาคการเงินเติบโต แต่ขาดความสมดุลกับภาคการผลิต อาจกลายเป็นส่วนหนึ่งของการเก็งกำไรจากภาคการเงินไป ความสับสนยุ่งยากดังกล่าว อยู่บนพื้นฐานของความไม่แน่นอน เหตุดังกล่าวนี้อาจสร้างปัญหาให้กับระบบการผลิตได้ ซึ่งลักษณะสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจย่อมมีหลักการอยู่ภายใต้ลักษณะที่มีความเปราะบางอยู่ตลอดเวลา หากพลาดพลั้งนำไปสู่เหตุการณ์วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งส่งผลที่รุนแรงต่อภาคการผลิตอาจล่มสลายได้ จากความเห็นดังกล่าวซึ่งต้องพยายามสื่อให้เห็นความเป็นจริงของแนวคิดเสรีนิยมที่เข้าสู่รัฐหรือประเทศใด ๆ ก็ตามที่ได้รับเอาแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาประเทศจากการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจมหภาคต่าง ๆ ได้สอดคล้องไปกับระบบทุนนิยมที่เคลื่อนย้ายเข้าทำงานในรัฐได้โดยสะดวก โดยเฉพาะการดำเนินมาตรการการเปิดเสรีทางด้านการเงินแปรรูปรัฐวิสาหกิจ รวมถึงการลดกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อที่จะเอื้อต่อการเปิดเสรีทางด้านการเงินและสร้างความมั่นคงต่อการคลัง ด้วยการควบคุมการใช้จ่ายของภาครัฐ ปรับภาษีใหม่ เพื่อที่จะรับรองทุนที่จะเคลื่อนย้ายเข้ามาทั้งในด้านของภาคการผลิตและภาคการเงิน ได้สะดวกและมีความเป็นเสรี

ลักษณะความเป็นสากลของทุน จิม กลาสแมน ได้เสนอความเห็นไว้ว่า ระบบทุนนิยมโลกจะดึงชนชั้นต่าง ๆ ของภายในรัฐเข้ามาสู่กระบวนการสะสมทุนระดับสากล มีการขูดรีดต่อชนชั้นที่ด้อยกว่า ซึ่ง จิม กลาสแมน พยายามที่จะชี้ให้เห็นว่ากลุ่มทุนภายในประเทศและกลุ่มทุนข้ามชาตินั้น มีความว่องไวต่อการปรับตัวโดยเฉพาะการขยายทุนระหว่างประเทศ โดยผ่านทางลักษณะการร่วมทุนและการเคลื่อนย้ายทุนข้ามชาติ ออกไปสู่ภายนอกประเทศของตน ซึ่งความเป็นทุนสากลนี้ ทุนมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของการขยายการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคม เพื่อก้าวทันต่อความเป็นสากลของการใช้ทุน (อดินันท์ บัวภักดี, 2552, สืบออนไลน์)

ทุนนิยมเสรีสมัยใหม่

ทุนนิยมแบบเสรีใหม่มีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 2 ประการ คือ ทุนถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อนแนวทางเศรษฐกิจที่สำคัญแนวคิดเสรีนิยมใหม่เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญในตลาดที่

ต้องการให้ดำเนินไปอย่างเสรี โดยปราศจากการแทรกแซงของรัฐ แนวคิดทุนนิยมเสรีใหม่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับทุนว่าทุนเคลื่อนย้ายโดยเสรีปราศจากอำนาจรัฐของมาแทรกแซง โดยเฉพาะตลาดซึ่งเป็นพื้นที่หัวใจหลักของการค้าการแสวงหาผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคลได้อย่างเสรี

แนวคิดเสรีนิยมใหม่พัฒนาขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1970 จากหลังแนวคิดของ Keynesian ได้เสื่อมลงความนิยมลงเพราะไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสภาวะเงินเฟ้อและการว่างงานลงได้ แนวคิด Keynesian รัฐสามารถเข้าไปแทรกแซงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กล่าวคือเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจและการเมือง

แนวความคิดเสรีนิยมใหม่ เริ่มมีบทบาทสำคัญอย่างจริงจัง คือ จากการที่ Margaret Thatcher ได้รับชัยชนะของการเลือกตั้งเป็นนายกรัฐมนตรีของอังกฤษ ในปี 1979 และได้มีนโยบายทางเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมใหม่ Margaret Thatcher ดำเนินนโยบายตามระบบทุนแบบเสรีนิยมใหม่โดยการผลักดันของอเมริกาและสหราชอาณาจักรเอง คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างแปรรูปหน่วยงานรัฐแปรเปลี่ยนไปเป็นรัฐวิสาหกิจและมีนโยบายส่งเสริมระบบเศรษฐกิจที่มีเสรีกับภาคการเงินเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจภายใต้เงื่อนไขอย่างเสรีตามประชาธิปไตย

แนวความคิดเสรีนิยมใหม่มีหลักแนวคิดที่สำคัญ คือ การกินดีอยู่ดีของมวลมนุษยชาติ มีสิทธิเสรีภาพของปัจเจกบุคคลคุ้มครองเสรีภาพของปัจเจกชนและการสนับสนุนการแข่งขันตลาดให้เป็นไปโดยเสรีภาพปราศจากการแทรกแซงของรัฐ แนวคิดเสรีนิยมใหม่เกิดขึ้นเพื่อมุ่งหวังการที่แก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาที่กำลังเผชิญชะตากรรมทางเศรษฐกิจอยู่ในห้วงเวลาดังกล่าวนั้นการที่เปิดตลาดกลไกเสรีในการดำเนินนโยบายทางการเงินสถาบันหลักที่มีบทบาทสำคัญดังกล่าวที่ไม่สามารถมองข้ามไปได้และถือได้ว่าเป็นสถาบันที่น้อยประเทศที่ไม่เกี่ยวข้อง คือ สถาบันธนาคารโลกกองทุนเงินระหว่างประเทศทั้งสองสถาบันดังกล่าวนี้มีอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่อย่างชัดเจนเรามักจะเห็นได้จากการชูนโยบาย 3 ประการ คือ

1. นโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจเปลี่ยนเป็นเอกชน กล่าวคือเพื่อกำจัดความไร้เสถียรภาพและการไม่มีประสิทธิภาพ ลดการใช้จ่ายของภาครัฐ
2. นโยบายเข้มงวดทางการคลังเพื่อลดการใช้จ่ายที่สิ้นเปลืองของภาครัฐและยกเลิกนโยบายแบบผ่อนปรน ที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดสภาวะเงินเฟ้อ
3. สนับสนุนนโยบายเปิดการค้าเสรียกเลิกกำแพงการค้าเพื่อที่สอดคล้องกับองค์การการค้าโลก กล่าวคือ เพื่อไม่ให้รัฐเข้าไปมีบทบาทและแทรกแซงตลาด

ซึ่งจะเห็นได้ว่าทุนนิยมเสรีนิยมใหม่นั้น มีกลไกหลักอยู่ที่ตลาดและมีใจความหลักอยู่ที่ทุนสามารถเคลื่อนย้ายอย่างเสรี มีผลประโยชน์ต่อภาคเอกชนเป็นหลักมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจแบบแปรรูปจากรัฐเป็นเอกชนและนอกจากนี้ทุนนิยมเสรีนิยมใหม่ ยังเป็นแนวคิดที่เป็นกลไกที่สามารถเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์จากรัฐต่าง ๆ โดยปราศจากการต่อต้านจากอำนาจรัฐแต่ประการใด ดังเช่นผลประโยชน์ในรูปแบบลักษณะการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจจากรัฐ แนวคิดดังกล่าวยังเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่พร้อมจะเคลื่อนย้ายทุนไปยังตลาดใหม่

นักคิดที่สำคัญ คือ Miller Fredman เป็นนักคิดที่สนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรี มองว่าระบบเศรษฐกิจควรเป็นเสรีนิยมให้ได้มากที่สุดและรัฐควรที่จะปล่อยให้ระบบกลไกตลาดเป็นผู้กำหนด รัฐไม่ควรที่จะเข้ามายุ่งเกี่ยวแต่อย่างใดหรือยุ่งเกี่ยวให้น้อยที่สุดในปี 1962 Friedman ได้เขียนหนังสือชื่อว่า “Capitalism and Freedom” ใจความว่า “เสรีภาพทางการเมืองนั้นค่อนข้างเปราะบางจะต้องทะนุถนอม ระบบทุนนิยมก็เช่นกันหากต้องการที่จะดำเนินไปด้วยดีจำเป็นต้องแยกแยะระหว่างอำนาจทางการเมือง และอำนาจทางเศรษฐกิจออกจากกันอย่างชัดเจนถึงจะคานอำนาจซึ่งกันและกันได้”

ประเทศไทยได้มีการปรับตัวมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ของการก้าวเข้ามาของทุน ที่มีทั้งกลุ่มผู้ที่ได้รับประโยชน์และสูญเสียประโยชน์ปะปนกันไป แต่กระนั้นกระบวนการของทุนนิยมในประเทศไทยจะต้องมีความเข้าใจยุทธศาสตร์ในเชิงมิติทางด้านการเมืองและมิติของเศรษฐกิจศูนย์กลางของระบบทุนนิยมนั้นก็คือสหรัฐอเมริกาด้วย กล่าวคือ ผลประโยชน์ที่สำคัญทางเศรษฐกิจที่อยู่ภายใต้อำนาจศูนย์กลางอย่างสหรัฐอเมริกา ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจอเมริกาให้มีความสนใจทั้งในแง่ของทรัพยากร แรงงาน โดยเฉพาะแรงงานเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีราคาถูกมากกว่า เมื่อการเคลื่อนย้ายทุนมีโอกาสสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเคลื่อนย้ายทุนอย่างเสรีด้วยการเปิดเสรีทางตลาดการเงิน ด้วยมีแรงผลักดันที่สำคัญ คือ แนวทางในฉันทามติวอชิงตัน ที่เห็นพ้องต้องกันว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิรูประบบเศรษฐกิจและแนวทางการแก้ไขการเงินในตลาดอเมริกา ที่กำลังเผชิญอยู่ในหัวเวลานั้น จากการเปิดเสรีทางด้านการเงินและการเคลื่อนเงินทุนที่เป็นไปโดยเสรี ทำให้เอกชนและต่างชาติเข้ามาดำเนินการในประเทศและท้องถิ่นได้อย่างเสรีโดยปราศจากข้อจำกัดที่น้อยมาก (อดิพันธ์ บัวภักดี, 2552, สื่อออนไลน์)

สำหรับสถานการณ์ปัจจุบันผู้วิจัยเห็นว่าทุนนิยมยังคงเติบโตขึ้นเป็นลำดับโดยเฉพาะสังคมเมืองที่ปัจเจกบุคคลยินยอมที่จะรับทุนนิยมด้วยความเต็มใจและจากสังคมเมืองทุนนิยมก็ได้รุกคืบเข้าสู่ชนบทจนกลายเป็นการประสมประสานกันระหว่างเศรษฐกิจทุนนิยมและเศรษฐกิจชุมชนที่มีความทับซ้อนกันอยู่ระหว่างสองระบบนี้โดยระบบเศรษฐกิจทุนนิยมได้

หลุดออกจากวงจรทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นระบบที่สร้างจากข้างบนลงมาข้างล่างต่างจากระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เป็นระบบที่สร้างจากข้างล่างสู่ข้างบนในขณะที่ทุนนิยมอ้างว่าเป็นระบบเสรีนิยมแต่ในทางปฏิบัติจริงแล้วก็ยังไม่ได้เป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างเสรีหากแต่เป็นระบบการผูกขาดของทุนมากกว่าโดยผู้ที่ได้รับประโยชน์ก็คือผู้ที่ผูกขาดหรือนายทุนเป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ตามจะเห็นว่าชุมชนในสังคมไทยยังมีการพึ่งพาระบบเศรษฐกิจทุนนิยมควบคู่กับเศรษฐกิจชุมชนเพื่อให้มีการเกื้อหนุนซึ่งกันและกันจนเกิดเป็นความสมดุลที่ลงตัวและยากที่จะแยกออกจากกันได้จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นระบบที่สามารถพึ่งพากันได้ในส่วนที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยผู้วิจัยจะนำแนวคิดด้านเศรษฐกิจทุนนิยมมาปรับผสมผสานเข้ากับเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ เพื่อแสวงหาทางสายกลางที่สมดุลในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ (Buddhist Economics)

เศรษฐศาสตร์ (Economics) เป็นวิชาทางสังคมศาสตร์ ที่ศึกษาเกี่ยวกับการผลิตการกระจายการบริโภคสินค้าและบริการ ตามคำจำกัดความของนักเศรษฐศาสตร์และนักการเมือง เรย์มอนด์ บาร์ “เศรษฐศาสตร์คือศาสตร์แห่งการจัดการทรัพยากรอันมีจำกัด เศรษฐศาสตร์พิจารณาถึงรูปแบบที่พฤติกรรมมนุษย์ได้เลือกในการบริหารทรัพยากรเหล่านี้ อีกทั้งวิเคราะห์และอธิบายวิธีที่บุคคลหรือบริษัททำการจัดสรรทรัพยากรอันจำกัดเพื่อตอบสนองความต้องการมากมายและไม่จำกัด”

คำว่า “เศรษฐศาสตร์” มาจากคำภาษากรีก Oikonomia ซึ่งแปลว่าการจัดการครัวเรือน Oikos แปลว่าบ้านและ Nomos แปลว่า จารีตประเพณีหรือกฎหมาย ซึ่งรวมกันหมายความว่ากฎเกณฑ์ของครัวเรือน แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ปัจจุบันแยกออกมาจากขอบเขตที่กว้างของวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง เมื่อปลายศตวรรษที่ 19

การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ถูกประยุกต์ใช้ครอบคลุมทั้งสังคมในด้านการเงินและรัฐบาล แม้แต่ทั้งด้านอาชญากรรมการศึกษาครอบครัวสุขภาพกฎหมายการเมือง ศาสนาสถาบันสังคม สงครามและวิทยาศาสตร์

พระเทพเวที (ป.อ. ปยุตโต) (2548, หน้า 1) ได้ให้ความหมายของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ (Buddhist Economics) ดังนี้ เศรษฐศาสตร์แนวพุทธเป็นการประยุกต์คำสอนทางพระพุทธศาสนาเข้ากับหลักเศรษฐศาสตร์ เพื่อแสวงหาแนวทางที่มนุษย์จะควบคุมความต้องการที่เป็นโทษและทำลายคุณภาพชีวิตลงให้เหลือน้อยที่สุดและใช้หลักมัชฌิมา มุ่งความพอดีหรือสมดุลในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยไม่เบียดเบียนสังคมและธรรมชาติ

แวดล้อม ทำให้มนุษย์สามารถดำรงอยู่ร่วมกับสังคมและธรรมชาติได้อย่างประสมกลมกลืน และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เศรษฐศาสตร์แนวพุทธนั้น ต้องสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัย อย่างครบวงจร การที่จะสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจร ก็ต้องเป็นไปโดยสัมพันธ์ด้วยดี กับองค์ประกอบทุกอย่างในระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์ องค์ประกอบทั้งสามในการดำรงอยู่ของมนุษย์นั้นจะต้องประสานเกื้อกูลกัน หมายความว่า องค์ประกอบเหล่านี้ประสานกันด้วย และเกื้อกูลต่อกันด้วย ในการดำรงอยู่ร่วมกันและก็เดินไปด้วยกัน ฉะนั้น พฤติกรรมในทางเศรษฐกิจของมนุษย์ จะต้องเป็นไปในทางที่ไม่เบียดเบียนตน คือ ไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตนเอง แต่ให้เป็นไปในทางที่พัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมคุณภาพชีวิต นั้น เป็นการไม่เบียดเบียนตน และไม่เบียดเบียนผู้อื่น คือ ไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคม และไม่ทำให้เสียคุณภาพของ Eco-Systems หรือระบบธรรมชาติแวดล้อม

อภิชัย พันธเสน (2547, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ หมายถึง การนำคำสอนของพระพุทธเจ้ามาประยุกต์เข้ากับแนวคิดในวิชาเศรษฐศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นมา จากอารยธรรมตะวันตก ในส่วนที่เป็นพุทธธรรมที่นำมาประยุกต์กับวิชาเศรษฐศาสตร์ พัฒนา มาจากตะวันตกเป็นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของตัวมนุษย์ และความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ หลักสำคัญของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธปรัชญา พระพุทธศาสนาจะสอนให้มนุษย์ไม่ยึดติดในความต้องการทางวัตถุ จนทำให้คนทั่วไปเข้าใจว่า หลักธรรมนั้นเป็นสิ่งขัดขวางการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งหลาย แต่โดยแท้จริงแล้วมี คำสอนหรือหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามากมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมทาง เศรษฐกิจ โดยพื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างหลักคำสอนของพุทธศาสนากับการดำเนินกิจกรรม ทางเศรษฐกิจนั้นเกิดขึ้นเพราะบุคคลธรรมดาทั่วไป (คฤหัสถ์) ยังมีความต้องการทางวัตถุอยู่ เพราะพัฒนาจิตใจไปไม่มากเพียงพอ จึงหาความสงบทางจิตได้น้อยและต้องพึ่งความสุขจาก วัตถุอยู่มาก นอกจากนั้นก็ยังต้องมีภาระที่ต้องอาศัยวัตถุและทรัพย์สินเงินทอง ทั้งนี้เพื่อการ ดำรงชีวิตและเลี้ยงดูผู้ที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น คนในครอบครัว ตลอดจนจนเพื่อช่วยเหลือ สังคมอีกด้วย คฤหัสถ์จึงมีภาระทางเศรษฐกิจในการที่จะแสวงหาทรัพย์สินมากขึ้น การมี หลักธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติจึงมีความสำคัญช่วยให้เกิดการปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ

การวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับหลักปฏิบัติ ตามคำสอนทางพระพุทธศาสนา หลักสำคัญของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธได้ดังนี้ คือ

1. หลักความเป็นสายกลาง (หลักมัชฌิมาปฏิปทา) ในการดำเนินกิจกรรมทาง เศรษฐกิจทุกชนิด โดยยึดถือความพอดี ความสมดุลระหว่างความพอใจกับคุณภาพชีวิต เป็นหลัก เช่น ในการบริโภคนั้นต้องรู้จักประมาณ รู้จักพอดี ไม่ใช่จ่ายเกินตัว ซึ่งผู้บริโภคต้อง

พิจารณาเหตุผลหรือความมุ่งหมายในการบริโภคให้ถี่ถ้วนว่ามีใช่เป็นการบริโภคด้วยความ
 ลุ่มหลง มัวเมา หรือเพื่ออวดความโก้หรูฟุ่มเฟือยโดยไม่เกิดประโยชน์ แต่เป็นการบริโภค
 เพื่อการดำรงอยู่ของชีวิต ร่างกาย และเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีเพื่อการอยู่อย่างผาสุก

2. หลักการไม่เบียดเบียน ซึ่งหมายถึง การทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจใด ๆ นั้นจะต้อง
 ไม่เบียดเบียนทั้งตนเองและไม่เบียดเบียนผู้อื่น โดยการไม่เบียดเบียนตนเองก็คือไม่ทำลาย
 คุณภาพชีวิตของตนเอง เช่น ไม่บริโภคสิ่งที่ทำลายสุขภาพ ไม่ทำสิ่งผิดกฎหมายและศีลธรรม
 เป็นต้น ส่วนการไม่เบียดเบียนผู้อื่นนั้นก็คือ การไม่เบียดเบียนสังคมและสภาพแวดล้อม โดยไม่
 ทำความเดือดร้อนให้แก่สังคมและไม่ทำให้ระบบธรรมชาติ แวดล้อมหรือระบบนิเวศ
 เสื่อมโทรมลง เช่น ในการผลิตใด ๆ ต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสภาพแวดล้อม
 ตามหลักการไม่เบียดเบียนนี้ มนุษย์ ธรรมชาติและสังคมจึงเป็นองค์ประกอบของระบบที่
 อิงอาศัยกันและประสานเกี่ยวเนื่องกัน อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. หลักปฏิบัติเพื่อให้บรรลุประโยชน์สุข (ทฤษฎีธัมมิกัตถะ) เป็นคำสอนเพื่อให้คฤหัสถ์
 รู้วิธีการเพื่อบรรลุประโยชน์สุขในปัจจุบัน อันได้แก่ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมี
 หลักสำคัญ 4 ประการ คือ 1) การถึงพร้อมด้วยความขยันหมั่นเพียร (อุฏฐานสัมปทา) รู้จักใช้
 ปัญญาไตร่ตรองพิจารณาหาวิธีการที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพในการทำงาน มีความคิดริเริ่ม
 สร้างสรรค์ รู้จักจัด รู้จักทำ ประกอบอาชีพได้ผลดี 2) สามารถปกป้อง (อารักขสัมปทา)
 คุ้มครองรักษาทรัพย์สินที่หามาได้ไม่ให้อสูญหายหรือพินาศไปด้วยภัยต่าง ๆ 3) การรู้จักคบคนดี
 (กัลป์ยาณมิตรตา) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญให้เจริญก้าวหน้าในอาชีพอย่างยั่งยืน และ 4) การ
 มีความเป็นอยู่พอดี (สมชีวิตา) เลี้ยงชีพแต่พอดี ไม่ฟุ่มเฟือยแต่ก็ไม่ลดเคืองและมีเหลือเก็บ

ลักษณะสำคัญของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ

พระเทพเวที ป.อ. ปยุตโต (2548, หน้า 9) ได้กล่าวถึงลักษณะของเศรษฐศาสตร์
 แนวพุทธ ดังนี้

1. เศรษฐศาสตร์มัชฌิมา การได้คุณภาพชีวิต เมื่อมีความเข้าใจในเรื่องธรรมชาติของ
 มนุษย์แล้ว ก็จะขอชี้ถึงลักษณะสำคัญของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ กล่าวคือ เศรษฐศาสตร์แนว
 พุทธนี้มีลักษณะเป็นสายกลาง อาจเรียกรวมว่าเศรษฐศาสตร์สายกลาง หรือ เศรษฐศาสตร์
 มัชฌิมาปฏิปทา เพราะว่ารระบบชีวิตของพุทธศาสนาที่เรียกว่ามรรคนั้น ก็มีชื่ออยู่แล้วว่า
 มัชฌิมาปฏิปทา องค์ของมรรคนั้นแต่ละข้อเป็นสัมมา เช่น สัมมาอาชีวะ การที่เป็นสัมมานั้นก็คือ
 โดยถูกต้อง โดยถูกต้องก็คือทำให้เกิดความพอดี ความเป็นมัชฌิมาหรือสายกลางนั้นก็คือ
 ความพอดีนั่นเอง

2. ชูมาเกอร์ บอกว่า เมื่อมีสัมมาอาชีวะก็ต้องมี Buddhist Economics ต้องมี เศรษฐศาสตร์แบบพุทธ ขอบเขตต่อไปว่า เมื่อมีสัมมาอาชีวะก็ต้องมีมิจฉาอาชีวะด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อมีสัมมาอาชีวะ คือ พฤติกรรมทางเศรษฐกิจที่ถูกต้อง ก็ต้องมีมิจฉาอาชีวะคือพฤติกรรม ทางเศรษฐกิจที่ผิดพลาดด้วย ที่นี้เศรษฐกิจถูกต้องที่เป็นสัมมาก็คือ เศรษฐกิจแบบ ทางสายกลางหรือเศรษฐกิจแบบมัชฌิมาปฏิปทา

ในทางพุทธศาสนามีข้อปฏิบัติที่เต็มไปด้วยเรื่องมัชฌิมา ความเป็นสายกลาง ความ พอดี มัตตัญญูตา ความรู้จักประมาณ รู้จักพอดี เต็มไปหมด ตลอดจนสมตา เทียบกับที่เราใช้ คำว่า สมดุลหรือดุลยภาพ คำเหล่านี้เป็นคำสำคัญในทางพุทธศาสนา ที่ว่าเป็นสายกลาง เป็นมัชฌิมา มีความพอดี พอประมาณ ได้ดุลยภาพ อันนี้เป็นอย่างไร ความพอดีหรือทางสาย กลางอยู่ที่ไหน ความพอดี คือ จุดที่คุณภาพชีวิตกับความพึงพอใจมาบรรจบกัน หมายความว่า เป็นการได้รับความพึงพอใจด้วยการตอบสนองความต้องการคุณภาพชีวิต เมื่อถึงจุดนี้ ก็จึงโยง กลับไปหาการบริโภค ที่พูดมาเมื่อก็นี้ว่า การบริโภคเป็นจุดยอดของเศรษฐกิจ (พระเทพเวที (ป.อ. ปยุตโต) 2548, หน้า 9)

การประยุกต์หลักคำสอนของพระพุทธศาสนากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

พระเทพเวที ป.อ. ปยุตโต (2548) หลักธรรมของพระพุทธศาสนานั้นมีกว้างขวาง เพื่อเป็นแนวทางให้มนุษย์ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และดำรงชีวิตได้อย่างเป็นปกติสุขในสังคม ซึ่งหลักธรรมนี้ได้ครอบคลุมถึงแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วย ทำให้สามารถ นำมาวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตได้ ดังนี้

การบริโภค เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อสนองหรือบำบัดความต้องการ (Want) ซึ่งตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปนั้น ความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด และการบริโภคจะมี ผลให้เกิดความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ (Utility) ขึ้น ผู้บริโภคที่มีเหตุผลก็จะมีจุดมุ่งหมาย ให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากการบริโภคเสมอ

ตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปนั้นการบริโภคเป็นเพื่อสนองความต้องการเท่านั้น โดยไม่ มีการแยกแยะว่าเป็นความต้องการในลักษณะใด แต่เมื่อพิจารณาตามหลักพระพุทธศาสนา ได้มีการแยกความต้องการออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ความต้องการสิ่งปรนเปรอตน หรือ “ตัณหา” ความพึงพอใจที่จะได้จากการสนองความต้องการนี้ก็คือความพอใจที่ได้เสพรส เช่น ได้บริโภคอาหารชั้นเลิศได้สวมใส่เสื้อผ้าโก้หรู ได้ดื่มไวน์ราคาแพง และ 2) ความต้องการ สิ่งที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิต หรือ “ฉันทะ” ความพึงพอใจที่จะได้จากการสนองความต้องการนี้ อยู่อยู่ที่การได้คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปนั้น จะพิจารณาเพียงว่าเมื่อเกิดความต้องการขึ้นแล้ว จะทำอย่างไรจึงจะสามารถสนองความต้องการดังกล่าวได้ ในขณะที่ตามหลักพุทธศาสนา จะต้องพิจารณาต่อด้วยว่าเป็นความต้องการประเภทใด ถ้าเป็นความต้องการที่เป็นโทษ และทำลายคุณภาพชีวิต เปียคเบียนตนเองหรือเปียคเบียนผู้อื่น ก็จะสอนให้ระงับความต้องการ เหล่านี้ลงเสีย

แม้ว่ามนุษย์โดยทั่วไปจะบริโภคเพื่อสนองความต้องการประเภทแรก แต่มนุษย์มี ศักยภาพที่จะพัฒนาปัญญา การเรียนรู้ การนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจจึงจะนำไปสู่ความเข้าใจว่าอะไรเป็นคุณภาพชีวิตของตนมากขึ้น ทำให้เกิดการบริโภคเพื่อสนองตัณหาให้อยู่ในขอบเขตที่ไม่เป็นโทษ คือ แม้จะยังคงมีอยู่แต่ก็ไม่เป็นโทษ เช่น ในการบริโภคอาหารก็จะเลือกอาหารที่มีคุณค่า ไม่ใช่ที่ราคาหรือการปรุงแต่งมากเกินไป เพียงเพื่อให้อร่อยขึ้น และไม่บริโภคมากเกินไปจนเป็นผลเสียต่อร่างกาย เป็นต้น

การผลิต แม้ว่าความหมายของการผลิตจะหมายถึง การทำให้เกิดผลผลิตใหม่ ๆ ขึ้น แต่ในกระบวนการผลิตนั้น มีการแปรสภาพของปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบต่าง ๆ ด้วย ดังนั้น ในขณะที่ด้านหนึ่งของการผลิตเป็นการสร้างสิ่งใหม่ แต่ในอีกด้านหนึ่งการผลิตก็เป็นการทำลาย สิ่งอื่นลงไปพร้อมกัน ดังนั้น การผลิตจึงมาพร้อมกับการทำลายเกือบเสมอไป ซึ่งปัญหาก็คือการทำลายนั้นเป็นการกระทำที่พึงประสงค์หรือไม่ หรือยอมรับได้เพียงใด

การใช้หลักธรรมทางพุทธศาสนามาร่วมในการตัดสินใจทางการผลิต จะทำให้ต้องพิจารณาประกอบว่าการดำเนินการผลิตนั้น มีผลในการเปียคเบียนสังคมและธรรมชาติ แวดล้อมหรือไม่ ซึ่งความพยายามหลีกเลี่ยงการเปียคเบียนดังกล่าวจะนำไปสู่กระบวนการผลิตที่ไม่สร้างปัญหา หรือทำลายคุณภาพของระบบนิเวศและสภาวะแวดล้อม

การปฏิบัติเกี่ยวกับทรัพย์สิน ได้แก่ การแสวงหาทรัพย์สิน การใช้จ่าย และการเก็บออม ซึ่งตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปการแสวงหาทรัพย์สินเป็นกระบวนการสะสมความมั่งคั่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริโภคและความมั่นคงในชีวิต ตลอดจนเพื่อยกระดับความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้นต่อไป แต่ในกระบวนการดังกล่าวนี้หลักเศรษฐศาสตร์มิได้ให้ความสนใจต่อความชอบธรรมของการปฏิบัติ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคม แต่อย่างใด

ในด้านการแสวงหาทรัพย์สินนั้น ตามหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธจะต้องคำนึงถึงเสมอว่า ทรัพย์สินนั้นได้มาโดยชอบธรรมหรือไม่ มีการกดขี่ข่มเหงเปียคเบียนผู้อื่น หรือเปียคเบียนสังคมและธรรมชาติแวดล้อมหรือไม่ นอกจากนี้ยังเน้นความสำคัญด้วยว่าการแสวงหาทรัพย์สินนั้น จะต้องเป็นไปด้วยความขยันหมั่นเพียรและใช้ปัญญาในการจัดสรรดำเนินการด้วย

ส่วนในด้านของการใช้จ่ายและการเก็บออม หลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปเห็นว่าบุคคลควร จะแบ่งทรัพย์สินส่วนหนึ่งไว้สำหรับการบริโภค เพื่อเลี้ยงตัวเองและครอบครัวตลอดจนผู้ที่อยู่ใน ความดูแลให้เป็นสุข ส่วนหนึ่งเก็บออมไว้เพื่อเป็นหลักประกันของชีวิตในยามจำเป็นเช่นเมื่อ เจ็บป่วยเกิดอุบัติเหตุ หรือมีเหตุทำให้ต้องตกงาน เป็นต้น และอีกส่วนหนึ่งเป็นการสะสมทุนไว้ เพื่อเสริมสร้างความมั่งคั่งให้มากยิ่งขึ้นไป แต่หลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ (หลักโภควิภาค 4) นั้นเห็นว่าทรัพย์สินส่วนหนึ่งควรมีการเผื่อแผ่แบ่งปันเพื่อบำเพ็ญคุณประโยชน์ให้แก่สังคมด้วย อันจะนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในฐานะเป็นเพื่อนมนุษย์ นอกจากนี้ก็ยังไม่เห็นด้วย ถ้าหากการเก็บออมทรัพย์สินนั้นเพื่อเก็งกำไร ซึ่งมีลักษณะเดียวกับการเล่นการพนัน อันเป็น อบายมุขที่พึงหลีกเลี่ยง

นอกจากนี้หลักพุทธเศรษฐศาสตร์ยังสอนไม่ให้นำกลุ่มหลงมัวเมาในการสะสมความมั่งคั่ง จากทรัพย์สินจนมากเกินไปจนเป็นเหตุให้เกิดความทุกข์เพราะความโลภและความห่วงกังวล ในทรัพย์สินนั้นอีกด้วย

การแสวงหาความพอใจสูงสุด หลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปพยายามวัดความพอใจออกมา ในเชิงปริมาณ โดยเทียบจากหน่วยของสินค้าและบริการที่ได้มาเพื่อสนองความต้องการนั้น และได้กำหนดเป็นข้อสมมุติเบื้องต้นว่า บุคคลทั่วไปที่เป็นผู้มีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ จะพยายามแสวงหาความพอใจสูงสุดเสมอ แต่เศรษฐศาสตร์แนวพุทธวิเคราะห์ความพอใจ ได้ลึกซึ้งกว่านั้น โดยมองในแง่ของความสุข ซึ่งหลักพระพุทธศาสนากล่าวถึงสุขที่คฤหัสถ์ ควรเข้าถึงว่ามีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ 1) สุขอันเกิดจากการมีทรัพย์สิน (อัตถิสุข) เพราะทำให้มี หลักประกันของชีวิต เป็นความอุ่นใจและปลาบปลื้มภูมิใจว่ามีทรัพย์สินที่หามาได้ด้วย ความ ขยันหมั่นเพียรและโดยชอบธรรม 2) สุขอันเกิดจากการบริโภคหรือการใช้จ่ายทรัพย์สิน (โภคสุข) คือมิใช่มีทรัพย์สินแล้วเอามาเก็บไว้เฉย ๆ โดยไม่ใช้จ่ายอะไร ซึ่งจะทำให้เกิดทุกข์เพราะความ เสียหายและกลัวจะสูญเสียทรัพย์สินนั้นไป บุคคลจึงควรรู้จักใช้จ่ายทรัพย์สินนั้นให้เกิดประโยชน์แก่ ชีวิตของตน เพื่อที่ตนเองจะได้เป็นสุข นอกจากนี้ก็ควรเลี้ยงดูผู้ที่อยู่ในความรับผิดชอบ และทำ ประโยชน์ให้แก่สังคมด้วยการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์อีกด้วย 3) สุขอันเกิดจากการไม่เป็นหนี้ (อนนสุข) เพราะไม่ต้องทุกข์ใจ หรือเป็นกังวลจากการมีหนี้สินติดค้าง และ 4) สุขจากการ ประพฤติที่ปราศจากโทษ (อนวัชชสุข) อันได้แก่ การมีความสุจริตทั้งทางกาย วาจา และใจ ทำให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินชีวิต ไม่ต้องกังวลว่าจะมีผู้วิจารณ์และติเตียน

เศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง ตามหลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปนั้น โครงสร้างของระบบ เศรษฐกิจจะต้องพัฒนาจากระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง (Subsistence Economy) ซึ่งมีพื้นฐาน ทางด้านเกษตรกรรม ไปสู่เศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรมจึงจะถือว่าระบบเศรษฐกิจมี

ความก้าวหน้าและรุ่งเรืองยิ่งขึ้น โดยหลักการกว้าง ๆ นี้ทำให้ประเทศที่ยังไม่สามารถก้าวขึ้นมา มีฐานะเป็นประเทศอุตสาหกรรมได้ จะต้องถูกจัดให้เป็นประเทศด้อยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา และความพยายามเร่งปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อมุ่งสู่การเป็นประเทศ อุตสาหกรรมเร็วเกินไปได้ก่อให้เกิดปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจมาแล้วในประเทศต่าง ๆ จำนวน มากทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพราะการเร่งรัดพัฒนาอุตสาหกรรมโดยทั้งภาคการเกษตร อย่างสิ้นเชิงอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมาได้มาก (พระเทพเวที ป.อ. ปยุตโต, 2548)

อย่างไรก็ตาม แนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์แนวพุทธนั้นยังให้ความสำคัญ ต่อเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองอยู่ โดยไม่ปรักปรำว่าเป็นลักษณะของการด้อยพัฒนา และมองเห็น ข้อดีของระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองนี้ว่า มีวิธีการผลิตที่สามารถสนองความต้องการขั้น พื้นฐานของมนุษย์ และประสานสัมพันธ์กับธรรมชาติได้ดี ก่อให้เกิดวิถีการดำรงชีวิตที่ร่มเย็น และมีความสุข ไม่ต้องถูกความผันผวนจากปัจจัยภายนอกเช่นภาวะราคาในตลาดโลกมาสร้าง ความทุกข์

แม้จะเห็นความสำคัญของเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง แต่เศรษฐศาสตร์แนวพุทธก็ได้ ปฏิเสธการพัฒนาอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม เพียงแต่เห็นว่าการพัฒนาจากเศรษฐกิจ การเกษตรไปสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมนั้นจะต้องไม่เป็นการทำลายพื้นฐาน เดิมซึ่งเป็นด้านเกษตรกรรม แต่ควรจะช่วยส่งเสริมพื้นฐานเดิมนี้ให้มั่นคงยิ่งขึ้น คือ เป็นการ พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมในลักษณะที่ไม่ทำลายธรรมชาติ แต่จะ ส่งเสริมเกื้อกูลประสานประโยชน์กับธรรมชาติแวดล้อมด้วยดี

การแข่งขัน แนวคิดเศรษฐศาสตร์กระแสหลักโดยทั่วไปจะเป็นแนวคิดที่ต้องการ ส่งเสริมให้มีการแข่งขันโดยเสรี เพราะเห็นว่าจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพในการผลิตและการ จัดสรรทรัพยากรอย่างแท้จริง แนวคิดเช่นนี้มีข้อสมมุติเบื้องหลังที่สำคัญอยู่ว่า ผู้แข่งขันทุกฝ่าย มีความเท่าเทียมกันและแข่งขันอย่างยุติธรรมและเสมอภาค ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงไม่มีการ แข่งขันในลักษณะเช่นนี้ ผลดีที่คาดว่าจะเกิดจากการแข่งขันจึงไม่มีหลักประกันใด ๆ นอกจากนั้นการแข่งขันในหลายด้านยังนำไปสู่ความขัดแย้ง ความเป็นศัตรู และการสิ้นเปลือง ทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์จากการโฆษณา ซึ่งต้นทุนโฆษณานี้ถูกนำไปบวกกับราคาสินค้าทำ ให้ผู้บริโภคต้องจ่ายซื้อแพงขึ้นโดยใช้เหตุอีกด้วย

ในทางตรงกันข้าม เศรษฐศาสตร์แนวพุทธเห็นว่า แม้ว่าการแข่งขันอาจนำไป สู่ความก้าวหน้า แต่เป็นความก้าวหน้าที่เกิดจากภาวะบีบคั้น กดดัน มีลักษณะตัวใครตัวมัน ใครดีใครได้เอากิเลสของมนุษย์มาเป็นตัวปลุกเร้า การแข่งขันเป็นไปเพื่อสนองกิเลส ทุกคน ดันรนเพื่อตัวเองไม่คำนึงถึงผู้อื่นและไม่คำนึงถึงธรรมชาติแวดล้อม นำไปสู่การเบียดเบียนกัน

เพื่อเอาชนะคู่แข่ง ด้วยเหตุนี้เศรษฐศาสตร์แนวพุทธจึงเห็นว่าควรส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือร่วมแรง ร่วมใจกันจะมีประโยชน์มากกว่า เพราะจะเป็นการประสานสัมพันธ์ในชุมชนให้อยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูล แต่ทั้งนี้ความร่วมมือนั้นจะต้องมีจุดมุ่งหมายที่ดีและชอบธรรมด้วย มิใช่เป็นการรวมหมู่เพื่อทำลายเบียดเบียนกลุ่มอื่น หรือเบียดเบียนธรรมชาติแวดล้อม

การดำเนินวิจัยแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดระยองผู้วิจัยได้นำหลักปรัชญาเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ มาเป็นส่วนหนึ่งของหลักนำทาง เพื่อช่วยให้มนุษย์ดำเนินกิจกรรมทางท่องเที่ยวใน 3 ข้อ คือ 1) ตามแนวทางสายกลาง 2) ไม่เบียดเบียนสังคม และ 3) หลักปฏิบัติเพื่อให้บรรลุประโยชน์สุข โดยในด้านของการบริโภค นั้นหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธจะไม่เน้นความพอใจสูงสุดตามหลักวัตถุนิยม แต่จะมุ่งสนองความต้องการ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตโดยไม่เบียดเบียนตนเองหรือผู้อื่น และในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นกระบวนการที่ไม่สร้างปัญหาหรือทำลายคุณภาพของระบบนิเวศและสภาวะแวดล้อม ส่วนในเรื่องของการแสวงหาทรัพย์สินหรือความมั่งคั่งจากการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว แม้ว่าหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธจะไม่ได้มีความเห็นขัดแย้ง แต่ก็เสนอว่าการแสวงหาทรัพย์สินจะต้องได้มาโดยชอบธรรมด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เบียดเบียนสังคม และไม่ควรถล่มลงมัวเมาในการสะสมทรัพย์สินที่ได้จากการท่องเที่ยวมากเกินไปอันจะนำไปสู่เกิดทุกข์

สรุปได้ว่า หลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ ซึ่งให้เห็นว่าการดำเนินวิถีชีวิตที่สร้างความสุขแบบยั่งยืนนั้นต้องยึดถือหลักอยู่ 3 ข้อ คือ 1) ตามทางสายกลาง 2) ไม่เบียดเบียนสังคม และ 3) หลักปฏิบัติเพื่อให้บรรลุประโยชน์สุข โดยในด้านของการบริโภคนั้นหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธจะไม่เน้นความพอใจสูงสุดตามหลักวัตถุนิยม แต่จะมุ่งสนองความต้องการ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น

ผู้วิจัยได้นำหลักเศรษฐศาสตร์แนวพุทธ มาเป็นเนื้อหาในการฝึกอบรมให้ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการบริหารจัดการ 3 ข้อ คือ การหารายได้ที่อยู่ในระดับพอดี ไม่มุ่งหวังผลประโยชน์มากเกินไป จนก่อให้เกิดการเบียดเบียน ไม่เอาर्डเอาเปรียบนักท่องเที่ยวหรือธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ยึดติดกับวัตถุนิยมมากเกินไป เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Theory)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ได้บัญญัติแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาและบริหารประเทศ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี ระบุว่าทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงนั้นมีความหมายที่กว้างกว่าทฤษฎีใหม่โดยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับบุคคลในทุกระดับชั้น ไม่ว่าจะเป็นระดับครอบครัว ระดับรัฐ หรือระดับชาติ โดยทุกคนสามารถนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวันไม่เพียงแต่เรื่องทางเกษตรกรรมเท่านั้น เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในทุกสาขาอาชีพ โดยยึดหลักประหยัด รู้จักอดออม ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่า รักษาสุขภาพแข็งแรงไม่เจ็บไข้ได้ป่วย และไม่ก่อหนี้สินเกินกำลัง โดยการพัฒนาไปข้างหน้าตามลำดับขั้นโดยไม่ก้าวกระโดดจะเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ถ้าทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงก็จะสามารถทำให้ชีวิตอยู่อย่างสงบ อยู่อย่างพอเพียง แม้กระทั่งเกิดปัญหาวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจก็จะสามารถปรับตัวและสามารถแก้ไขปัญหาอุปสรรคไปได้ด้วยดี “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร มีกระแสพระราชดำรัส ชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย มาตลอดเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 และเมื่อภายหลังพระองค์ได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้ประชาชนชาวไทยรอดพ้นจากปัญหาการดำรงชีวิต และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

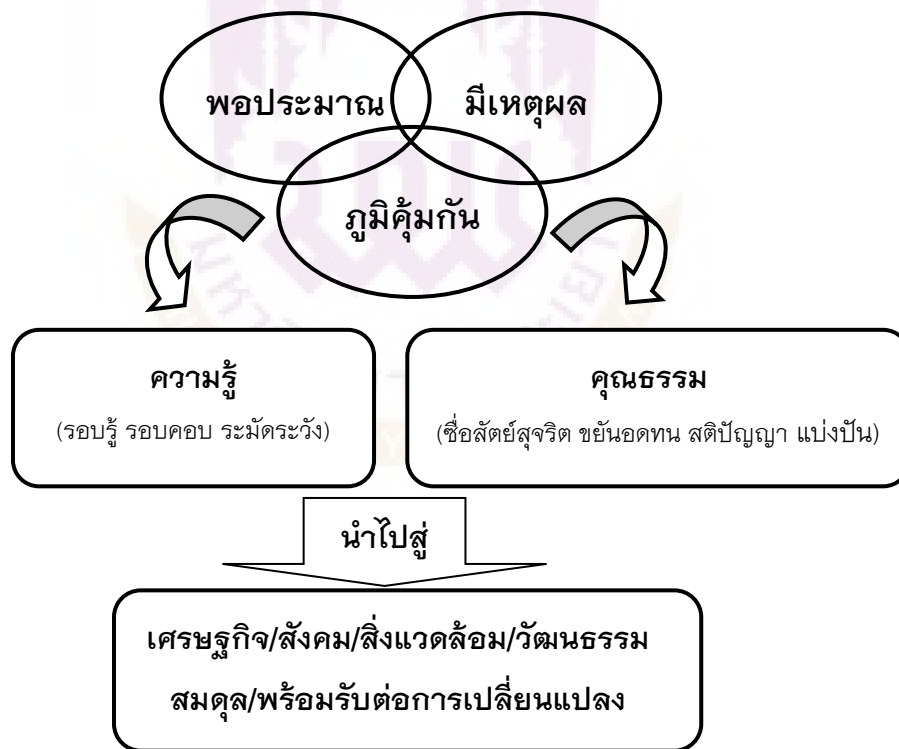
ประเวศ วะสี (2541, หน้า 1-5) เป็นศาสตราจารย์นายแพทย์และนักวิชาการที่มีชื่อเสียงมีผลงานทางวิชาการมากมาย ได้ให้ความหมายของทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า เศรษฐกิจพอเพียงหมายถึง พอเพียงสำหรับทุกคน ทุกสังคม ทุกระดับชั้น มีธรรมชาติเพียงพอ มีความรักที่เพียงพอ มีความรู้เพียงพอ เมื่อทุกอย่างเพียงพอ ก็จะเกิดความสมดุล ความยั่งยืน จะเรียกว่าเศรษฐกิจพอเพียงที่ยั่งยืน

คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า เป็นปรัชญาที่บอกแนวทางการดำรงชีวิตของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับรัฐ ในการพัฒนาประเทศนั้น ใช้วิถีทางสายกลางในการพัฒนาเศรษฐกิจให้ทันต่อเหตุการณ์โลกาภิวัตน์ของโลก และความเพียงพอ นั้น หมายถึงความรู้จักพอประมาณ โดยใช้เหตุผล และการที่สามารถจะแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่มาจากภายนอกได้ โดยจะต้องมีความรู้และความรอบคอบ และความระมัดระวังในการนำความรู้

ทางวิชาการมาใช้วางแผนดำเนินงาน ซึ่งในขณะเดียวกันต้องส่งเสริมให้ทุกคนมีคุณธรรม

สุเมธ ตันติเวชกุล (2542 อ้างอิงใน อุดมพร อมรรธรรม, 2549, หน้า 1) อดีตเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.) ได้ให้ความหมายของทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า เป็นระบบเศรษฐกิจจะดีได้นั้นจะต้องสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจภายในให้ดีเสียก่อน คือ ตั้งอยู่บนความพอเพียงพอใช้ ไม่เน้นการสร้างความสำเร็จอย่างรวดเร็วตามกระแสแบบทุนนิยม ถ้าพื้นฐานทางเศรษฐกิจยังไม่ดี เพราะผู้ที่มีเพียงพออยู่แล้วจะสามารถพึ่งพาตนเองได้ ย่อมสามารถที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของตนเองไปตามลำดับ

สรุป ความหมายของทฤษฎีแบบเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการพัฒนาที่ยืดหลักสายกลางในการดำรงชีวิต โดยเน้นการพัฒนาทางจิตใจ มากกว่าการพัฒนาทางด้านทุนนิยมหรือวัตถุนิยมที่เน้นแต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยมีได้นี้ถึงความยั่งยืนโดยเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืนและการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข



ภาพ 2 แสดงหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา: สำนักส่งเสริมการปลูกป่า กรมป่าไม้, 2560, สื่อบนออนไลน์

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy)

3 ท่วง คือ ทางสายกลาง (Middle Path) ประกอบด้วยดังนี้

ท่วงที่ 1 คือ พอประมาณ (Tolerable) หมายถึง พอประมาณในทุกอย่าง ความพอดีไม่มากหรือน้อยจนเกินไป โดยต้องไม่เบียดเบียนตนเองหรือผู้อื่นให้เดือดร้อน

ท่วงที่ 2 คือ มีเหตุผล (Rational) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอด

ท่วงที่ 3 คือ มีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวเอง (Self-Immunity) หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

2 เงื่อนไข ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่

เงื่อนไขที่ 1 เงื่อนไขความรู้ (Knowledge) คือ มีความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นตอนปฏิบัติ คุณธรรมประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม (Ethics) มีความซื่อสัตย์สุจริต (Honesty) และมีความอดทน (Patience) มีความเพียร (Perseverance) ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต (The Wisdom Of Life)

เงื่อนไขที่ 2 เงื่อนไขคุณธรรม (Ethics) คือ มีความตระหนักในคุณธรรม (Ethics) มีความซื่อสัตย์ (Honesty) และมีความอดทน (Patience) มีความเพียร (Perseverance) ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต (The Wisdom Of Life)

หลักการของทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงนั้นเป็นการยึดหลักตามพุทธศาสนาในการดำรงชีพคือไม่โลภให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างพอเพียง และเน้นการดำเนินชีวิตที่มีความสงบสุขไม่เดือดร้อน

ประโยชน์ของการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

คณะกรรมการการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวถึงหลักเศรษฐกิจพอเพียงไว้ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านจิตใจ ทำตนให้เป็นที่พึ่งตนเอง มีจิตสำนึกที่ดี สร้างสรรค์ให้ตนเองและชาติโดยรวม มีจิตใจเอื้ออาทร ประณีประนอม เห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว

2. ด้านสังคม แต่ละชุมชนต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เชื่อมโยงกัน เป็นเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้

3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ใช้และจัดการอย่างฉลาด พร้อมทั้งหาทางเพิ่มมูลค่า โดยให้ยึดอยู่บนหลักการของความยั่งยืนใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

4. ด้านเทคโนโลยี ต้องแยกแยะบนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้านและเลือกใช้เฉพาะที่สอดคล้องกับความต้องการ และควรพัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาของคนในชุมชน

ผู้วิจัยจึงสรุปว่า หลักของเศรษฐกิจพอเพียง คือ การรู้จักพอประมาณ มีเหตุผลในการเลือกและสามารถสร้างภูมิคุ้มกันในตัวเองได้ โดยสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยผู้วิจัยจะยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำรงชีพ สามารถนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ทุก ๆ งานหรือกิจกรรมในการทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง

วิวัฒนาการของเมืองเริ่มจากการเป็นชุมชนดั้งเดิมเริ่มจากที่มนุษย์ย้ายถิ่นฐานจากถ้าออกมาสร้างที่พักพิงนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นการเกิดเมืองและพัฒนาการมาเป็นเมืองสมัยโบราณด้วยเหตุผลทางภูมิศาสตร์สภาพความจำเป็นด้านเศรษฐกิจและสังคมการปลูกสร้างบ้านเรือนอยู่อาศัยมีร้านค้าที่ทำงานถนนหนทางไปมาหาสู่กันและแบ่งปันประโยชน์จากสิ่งที่ใช้ร่วมกันต่อมาจึงพัฒนาการเป็นชุมชนเมืองแบบยุคกลางที่ประชาชนเริ่มอพยพจากเขตเมืองออกไปอาศัยอยู่ในชนบทอีกครั้งหนึ่งเกิดรูปเมืองใหม่ที่เรียกว่าระบบพิวดัลเมื่อเกิดการรบกวนซึ่งอำนาจทำให้เกิดเมืองที่มีกำแพงคูคลองกันป้องกันศัตรูและมีการฟื้นฟูเมืองเก่าๆมีการค้าขายมีการผลิตภายใต้การปกครองของศักดินาจนมาถึงชุมชนเมืองแนวใหม่ในยุคกลางเกิดเป็นชุมชนเมืองขึ้นมากมายที่มีคนอาศัยอยู่ 100 คน จนถึง 50,000 คน มีการเดินทางถึงกันแต่ละเมืองด้วยการเดินเท้าต่อมาในศตวรรษที่ 14 เมืองต่าง ๆ ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นสืบเนื่องมาจากการเฟื่องฟูทางระบบการค้าและการเงินเริ่มมีน้ำประปาการสุขาภิบาลและได้วิวัฒนาการจนเกิดเป็นชุมชนเมืองยุคอุตสาหกรรมในราวศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของเครื่องจักรเกิดระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรมเกิดชนชั้นแรงงานและสภาพแรงงานทำให้ประชาชนอพยพไปอยู่ในเมืองก่อให้เกิดที่ดินมีราคาสูงขึ้นเกิดสวัสดิการความเป็นอยู่ของประชาชนเกิดระบบการให้บริการสาธารณะเกี่ยวกับระบบน้ำประปาไฟฟ้าโทรศัพท์โดยปัจจัยสำคัญที่เข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการเกิดเมืองได้แก่ประชากรการจัดระเบียบสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยีซึ่งปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้ก่อให้เกิดเมืองเมื่อมีประชากรขนาดใหญ่ขึ้นเกิดการจัดระเบียบสังคมเพื่อการอยู่ร่วมกันมากขึ้นตลอดจนมีการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการคมนาคมขนส่งและการสื่อสารเป็นผลให้เมืองขนาดเล็กเป็นเมืองขนาดใหญ่ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดเมืองที่สำคัญคือภูมิศาสตร์กายภาพการปกครองเศรษฐกิจและสังคมและเทคโนโลยี (กฤษ เพิ่มทันจิตต์, 2536, หน้า 29-34)

นอกจากนี้ กฤษ เพิ่มทันจิตต์ (2536, หน้า 72-76) ยังกล่าวอีกว่า กระบวนการเกิดเป็นเมืองนั้นเกี่ยวข้องกับคนและพฤติกรรมของคนตลอดจนวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และจากพฤติกรรมของคนเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นระบบ ดังนี้

1. กระบวนการทางเศรษฐกิจในการเกิดเป็นเมืองได้แก่การแลกเปลี่ยนและที่สิ่งอำนวยความสะดวกหรือสินค้าที่อาจจะวัดออกมาเป็นตัวเงินได้หรือวัดเป็นตัวเงินไม่ได้ นอกจากนี้ยังเกี่ยวเนื่องกับเรื่องอุปสงค์และอุปทานของสินค้าและบริการและยังเกี่ยวข้องกับระยะทางที่สื่อถึงความสัมพันธ์ของผู้ผลิตและผู้บริโภค

2. กระบวนการทางสังคมในการเกิดเป็นเมืองคือพฤติกรรมของคนมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานสังคมแห่งตนและถูกหล่อหลอมกลมกล่อมเกลาทางสังคมเข้าเป็นแบบแผนของชุมชนใหญ่รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์กันนอกจากนี้ต้องพิจารณาถึงสถานภาพของครอบครัวการกีดกันทางสังคมสถานภาพของกลุ่มชนชาติในการประกอบกันเข้าเป็นเมือง

3. กระบวนการทางการเมืองในการเกิดเป็นเมืองเป็นกระบวนการปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดระบบการเมืองและการรักษาความมั่นคงทางการเมืองไว้ต้องมีความเป็นบูรณาการลักษณะปัจเจกชนและกลุ่มต่าง ๆ เข้าไว้ในระบบการเมืองเดียวกันมีกฎเกณฑ์ในการแข่งขันกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ที่มีระดับแตกต่างกันไป

4. กระบวนการทางจิตวิทยาในเรื่องกระบวนการทางจิตวิทยาของคนเพื่อรับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและการเมืองผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เริ่มจากการรับทราบทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและการเมืองซึ่งผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เริ่มจากการรับทราบการรู้ความหมายการจดจำและการตัดสินใจ

Ferdinand Tonnies นักสังคมวิทยาชาวเยอรมันได้แบ่งสังคมออกเป็น 2 รูปแบบเรียกว่า Gemeinschaft กับ Cgesellschaft ดังนี้ (เรือนแก้ว ภัทรานุประวัติ, 2521, หน้า 64)

1. Gemeinschaft หมายถึง สังคมที่มีการดำรงชีวิตแบบงาย ๆ มักจะทำการเกษตรหรือจับปลาล่าสัตว์อยู่รวมกันเป็นหมู่บ้านสมาชิกในสังคมรู้จักกันคุ้นกันมีความสัมพันธ์ฉันญาติพี่น้องมีฐานะความเป็นอยู่คล้ายคลึงกันมีการยึดถือจารีตประเพณีเป็นกฎเกณฑ์สำคัญของการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมเป็นลักษณะของสังคมชาวชนบทหรือสังคมประเพณี

2. Gesellschaft เป็นสังคมที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับสังคมชาวชนบท คือ เป็นสังคมแบบชาวเมืองมีการประกอบอาชีพแตกต่างกันหลากหลายชนิดมีการแบ่งงานกันทำเฉพาะด้านอย่างซับซ้อนความสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นไปอย่างผิวเผินเน้นความสัมพันธ์ตามหน้าที่การงานโดยมุ่งผลประโยชน์เป็นสำคัญใช้กฎหมายหรือข้อตกลงเป็นสัญญาที่เป็นทางการสำหรับควบคุมความสัมพันธ์ต่อกันเป็นหลัก

จากความคิดของ Ferdinand Tonnies สามารถเทียบเคียงกับสังคมชนบทและสังคมเมืองในปัจจุบันโดยใช้ลักษณะการประกอบอาชีพและความสัมพันธ์เข้ามาเป็นเกณฑ์แบ่ง ซึ่งสังคมทั้งสองแบบล้วนมาจากกระบวนการกลายเป็นเมืองที่ส่งผลให้เห็นความแตกต่างที่เกิดขึ้น

องค์ประกอบพื้นฐานชุมชนเมือง

พัฒนาการของชุมชนเมืองจะเกิดขึ้นได้ต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ ดังนี้

1. ประชากร (Population) ได้แก่ กลุ่มคนแต่ละชาติพันธุ์ โดยจะมีอาณาเขตของตนเอง อยู่อย่างแน่ชัด มีกิจกรรมส่วนตัว และกิจกรรมกลุ่มที่หลากหลายตามโครงสร้างอายุ และเพศนั่นเอง

2. ธรรมชาติแวดล้อม (Physical and Biotic Environment) โดยแต่ละธรรมชาติแวดล้อมที่แตกต่างกัน ความเหมาะสมของพื้นที่ที่แตกต่างกัน เช่น สภาพทางภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพนิเวศวิทยาอื่น ๆ จะเป็นตัวกำหนดว่าธรรมชาติแวดล้อมสามารถรองรับมนุษย์ และกิจกรรมของมนุษย์ได้มากน้อยเพียงใด

3. กิจกรรม (Activity) รูปแบบกิจกรรมที่มีพัฒนาการหลากหลายตามระยะเวลา นับตั้งแต่กิจกรรมพื้นฐานที่จำเป็นในการดำรงชีวิตมนุษย์ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม การเมืองและอื่น ๆ ทั้งในรูปแบบกิจกรรมเดี่ยวหรือรวมกลุ่ม จะมีรูปแบบแตกต่างกันไปตามปัจจัยและอิทธิพลควบคุม

จากองค์ประกอบพื้นฐานข้างต้นจะมีปัจจัยที่สำคัญ คือ องค์การของมนุษย์ทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ซึ่งจะกลายมาเป็นกรอบในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ หรือที่เรียกกันว่า วัฒนธรรมประเพณี และเทคนิควิทยา โดยมนุษย์ดำเนินขบวนการในการดำรงชีพที่มีธรรมชาติแวดล้อมเป็นองค์ประกอบรองรับ และมนุษย์สร้างความสัมพันธ์กับธรรมชาติแวดล้อมด้วยการสร้างบ้านเมือง (Human Niche) ขึ้นมา ดังนั้นปัจจัยทั้งสามประการจึงเป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ของกระบวนการเกิดเป็นเมือง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการกลายเป็นเมือง

Spencer Thomas กล่าวว่า กระบวนการเกิดเป็นเมืองว่า อยู่บนพื้นฐานที่แตกต่างกันในแต่ละเมือง เนื่องจากมนุษย์แต่ละชนชาติมีพฤติกรรมต่อสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป เนื่องมาจากขอบเขตพื้นที่ การประกอบกิจกรรม วิถีชีวิตในการดำรงชีพ ที่ไม่เหมือนกัน แต่พัฒนาการของรูปแบบการดำรงชีวิตจะถูกจัดให้เป็นระบบขึ้นมาในแต่ละสังคม เกิดการ

แลกเปลี่ยนกัน เมื่อมีระบบการติดต่อสื่อสารเข้ามา ดังนั้น กระบวนการเกิดเป็นเมือง จึงขึ้นอยู่กับรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. การค้นพบ (Discovery) เมื่อมนุษย์เริ่มค้นพบสรรพสิ่งจากสภาพแวดล้อมที่แปลกใหม่ จะทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น ต้องการค้นหาคำตอบ กลายมาเป็นการค้นพบ เช่น การค้นพบไฟ ถ่านหิน เชื้อโรคและอื่น ๆ นับเป็นขั้นตอนแรกของการเรียนรู้จากธรรมชาติ

2. การประดิษฐ์คิดค้น (Inventory) หลังจากค้นพบแล้ว มนุษย์จะเริ่มคิดค้นประดิษฐ์ สิ่งที่ไม่ได้อยู่ในธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการ ทางวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ เช่น การทำ อิฐ กระดาษ เครื่องจักรไอน้ำ เป็นต้น หรือแม้แต่การสร้างรูปแบบการดำรงชีวิตทางสังคม ของตนเองขึ้น มีการจัดระบบทางสังคม เศรษฐกิจ การปกครอง ที่ทำให้การดำรงชีพแตกต่างกันออกไป

3. การพัฒนาการและวิวัฒนาการ (Evolution) การเปลี่ยนแปลงการประดิษฐ์คิดค้น อย่างค่อยเป็นค่อยไป เป็นขบวนการที่ต่อเนื่องมาจาก การประดิษฐ์คิดค้น เพื่อปรับปรุงงานนั้น ให้ดียิ่งขึ้น สลับซับซ้อนขึ้น เช่น วิวัฒนาการของการก่อสร้างอุตสาหกรรม เป็นต้น

4. การเผยแพร่ (Diffusion) ด้วยการดำรงชีพที่พัฒนามากขึ้นและด้วยการ ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน มนุษย์จะเริ่มเผยแพร่วัฒนธรรมกลุ่มของตนเอง ไปยังกลุ่มอื่น ๆ เช่น การใช้เครื่องมือเครื่องจักร การจัดระบบชุมชน การปกครอง ตลอดจนเผยแพร่เทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งค่อนข้างจะรวดเร็วขึ้น

กล่าวโดยสรุปแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมืองเกี่ยวข้องกับคนและ พฤติกรรมของคนตลอดจนวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และพฤติกรรมของคนเกี่ยวข้องกับ กระบวนการความสัมพันธ์กันเป็นระบบ การพัฒนาของชุมชนเมืองจะเกิดขึ้นได้ต้องมีองค์ประกอบ พื้นฐาน คือ ประชากร ธรรมชาติแวดล้อม กิจกรรมและในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำความคิด ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมือง (Urban Tourism) โดยเฉพาะ การท่องเที่ยวในจังหวัดระยองซึ่งเป็นเมืองที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว

แนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ความหมายการพัฒนา

คำว่าพัฒนาใช้ในภาษาอังกฤษว่า Development นำมาใช้เป็นคำเฉพาะและใช้ ประกอบคำอื่นก็ได้ เช่นการพัฒนาประเทศการพัฒนาชนบท การพัฒนาเมืองและการพัฒนา ข้าราชการ เป็นต้น การพัฒนาจึงถูกนำไปใช้กันโดยทั่วไปและมีความหมายแตกต่างกันออกไป

ดังกล่าวแล้ว เกี่ยวกับความหมายของการพัฒนานั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมายทั้งความหมายที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันซึ่งอาจจำแนกออกได้ดังนี้

ปกรณ์ ปริยากร (2558, หน้า 5) ได้ให้ความหมายการพัฒนาจากรูปศัพท์โดยรูปศัพท์การพัฒนาจากคำภาษาอังกฤษว่า Development แปลว่า การเปลี่ยนแปลงที่ละเล็กละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้นมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมกว่าเดิมหรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ ส่วนความหมายจากรูปศัพท์ในภาษาไทยนั้นหมายถึง การทำความเจริญการเปลี่ยนแปลงในทางที่เจริญขึ้น การคลี่คลายไปในทางที่ดีถ้าเป็นกริยาใช้คำว่า พัฒนาหมายความว่าทำให้เจริญ คือ ทำให้เติบโตได้ งามงอกงามทำให้งอกงามและมากขึ้น เช่น เจริญทางไมตรี

ราชบัณฑิตยสถาน (2538, หน้า 238) การพัฒนาโดยความหมายจากรูปศัพท์จึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดความเจริญเติบโตงอกงามและดีขึ้นจนเป็นที่พึงพอใจ ความหมายดังกล่าวนี้ เป็นที่มาของความหมายในภาษาไทยและเป็นแนวทางในการกำหนดความหมายอื่น ๆ

สนธยา พลศรี (2547, หน้า 2) ความหมายโดยทั่วไปการพัฒหน้าที่เข้าใจโดยทั่วไปมีความหมายใกล้เคียงกับความหมายจากรูปศัพท์ คือ หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการทำให้ดีขึ้นกว่าสภาพเดิมที่เป็นอยู่อย่างเป็นระบบ (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี, 2526, หน้า 1) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบทางด้านคุณภาพระหว่างสภาพการณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน กล่าวคือถ้าในปัจจุบันสภาพการณ์ของสิ่งนั้นดีกว่า สมบูรณ์กว่าก็แสดงว่าเป็นการพัฒนา (ปกรณ์ ปริยากร, 2538, หน้า 5) การพัฒนา ในความหมายโดยทั่วไปจึงหมายถึงการเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดคุณภาพดีขึ้นกว่าเดิม ความหมายนี้นับว่าเป็นความหมายที่รู้จักกันโดยทั่วไป เพราะนำมาใช้มากกว่าความหมายอื่น ๆ แม้ว่าจะไม่เป็นที่ยอมรับของนักวิชาการก็ตาม (สนธยา พลศรี, 2547, หน้า 2)

แนวคิดหรือหลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืน

แผนปฏิบัติการ 21 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ AGENDA 21 เป็นแนวทางเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) เอกสารที่มีความสำคัญมากที่สุดฉบับหนึ่งของสหประชาชาติได้ถูกกำหนดขึ้นมาแล้ว ซึ่งได้รับการกล่าวอ้างอิงอยู่เสมอในวงการระหว่างประเทศปัจจุบัน เนื่องจากแผนปฏิบัติการดังกล่าวนี้เปรียบเสมือนแผนแม่บทของโลก ในการสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนา เพื่อที่จะบรรลุถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันจะทำให้คนทั้งรุ่นปัจจุบันและอนาคต มีทรัพยากรธรรมชาติอย่าง

พอเพียงที่จะตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตเพื่อความอยู่ดีกินดีที่มีแนวทางปฏิบัติสำหรับกำหนดนโยบายของภาครัฐบาลและเอกชน สำหรับทางเลือกของบุคคลในศตวรรษหน้า โดยได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development: UNCED) ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2535 ซึ่งเป็นการประชุมที่มีผู้นำโลกเข้าร่วมมากที่สุดเป็นประวัติการณ์มีประมุขของรัฐ หัวหน้ารัฐบาลและเจ้าหน้าที่ระดับสูงจาก 179 ประเทศเข้าร่วมในการประชุมครั้งนี้ นับเป็นการประชุมโลกที่ยิ่งใหญ่เท่าที่มีมาแล้ว อันได้อนุมัติแผนปฏิบัติการที่ 21 เพื่อเป็นแนวทางให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกนำไปปรับใช้ตามลำดับความสำคัญก่อนหลังเพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาและความจำเป็นของแต่ละท้องถิ่น แนวทางการดำเนินงานต่าง ๆ ตามที่ระบุไว้ในแผนปฏิบัติการ 21 ได้กำหนดไว้สำหรับทั้งในปัจจุบัน จนกระทั่งถึงศตวรรษที่ 21

แนวความคิดพื้นฐานที่สำคัญของแผนปฏิบัติการ 21 มีดังนี้

1. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นภัยคุกคามต่อมวลมนุษยชาติจึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบและสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกัน
2. ให้ความรู้กับคนในสังคมโดยทั่วไปเพื่อให้เกิดมีความเข้าใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
3. ประเทศอุตสาหกรรมที่เป็นประเทศพัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนามีส่วนทำให้เกิดมลพิษทางอากาศ ชยะและของเสียที่เป็นอันตราย และการใช้ตลอดจนการทำลายทรัพยากรธรรมชาติให้ร่อยหรอลงพอ ๆ กัน
4. ความยากจนของประชากรในประเทศที่กำลังพัฒนามีส่วนสำคัญเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม จึงมีแนวทางกำจัดความยากจนด้วยการร่วมมือกันรับผิดชอบแก้ปัญหาความยากจน
5. ประชากรที่เพิ่มขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาทำให้ธรรมชาติไม่สามารถรองรับความต้องการเหล่านั้นได้อย่างพอเพียง จำเป็นต้องใช้มาตรการควบคุมประชากร
6. ประเทศต่าง ๆ ต้องเร่งสร้างกลยุทธในการพัฒนาที่ผสมผสานการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมให้เข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้เกิดวิถีทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง
7. วิเคราะห์คุณค่าทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมลงโดยถือเป็นต้นทุนทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย

แนวคิดของท่าน ป.อ.ประยุทธ์ ประยุตโต ได้ให้แนวคิด ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคนและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน “แนวคิดที่ว่า ได้แก่ การปลูกฝังความรัก ความห่วงหา ในสภาพแวดล้อมที่องถนอมช่วยให้ทุกคนมีความรับผิดชอบและมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มจากบ้านโรงเรียนและชุมชนการสร้าง จิตสำนึก และคุณธรรมในการดำเนินชีวิตให้อุปโภคบริโภคอย่างเหมาะสมมีความพอดีและพอเพียงตามความต้องการ”

แนวคิดในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน “ความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมที่สัมพันธ์กันทั้งระบบจนพัฒนาควบคู่ก้าวหน้าทาง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมได้โดยไม่ว่างให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างประหยัดและใช้อย่างถูกต้องเหมาะสมเป็นการพัฒนาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน”

การพัฒนาที่สมบูรณ์แบบนั้นท่านได้เสนอแนวทางที่องค์กรได้ปฏิบัติอยู่ผนวกเข้ากับแนวทางการพัฒนาแบบพุทธ ซึ่งเน้นการพัฒนาคนเป็นหลักจากภูมิปัญญา อันละเอียดลึกซึ้งของท่าน ถือเป็นคุณูปการแก่ชาวโลกในปัจจุบันและอนาคตด้วย การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นระบบที่เอื้อต่อความยั่งยืนทางสภาพแวดล้อม กล่าวคือ ระบบดังกล่าวประชากรมีขนาดคงที่และสมดุลกับการเกื้อหนุนของธรรมชาติมีระบบการ ผลิตพลังงานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผลกระทบสร้างความเสียหายต่อสภาพภูมิอากาศโลก มีระดับความต้องการการดำรงชีพในระดับที่ไม่เกินกำลังการผลิตที่ยั่งยืนของระบบนิเวศรวมทั้งไม่ก่อให้เกิดการทำลายล้างสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ที่เป็นเพื่อนร่วมโลกของเรา

การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นคำที่รู้จักกันดีและใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบันนี้ แต่น้อยนักที่เข้าใจความหมายอย่างแท้จริง รัฐบาลนานาชาติและหน่วยงานพัฒนาระดับนานาชาติต่างยังคงมุ่งเน้นการประเมิน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของโครงการพัฒนาต่าง ๆ แทนที่จะมามองกรอบยุทธวิธีการพัฒนาอันจะนำมาซึ่งระบบเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิด สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน นับเป็นการทำทนายอย่างยิ่งที่จะก้าวไปได้ไกลแต่ ปัญหาที่ว่าปัญหาด้านเศรษฐศาสตร์และสิ่งแวดล้อมเป็นคนละเรื่องหรือประเด็น เพราะว่าความเป็นจริงปัญหาสิ่งแวดล้อมก็เชื่อมโยงกับปัญหาอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นที่จะต้องปฏิรูปด้านแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์และสังคมเสีย ใหม่ เพื่อให้เป็นแนวทางที่เอื้อต่อการพัฒนาที่คำนึงการอยู่ดีกินดีของมนุษย์ควบคู่กับการดำรงอยู่ของสภาพแวดล้อมที่สมดุล หรืออีกนัยหนึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนนั่นเอง

กระบวนการวางแผนพัฒนา

อภิธรรมย์ พรหมจรรยา (2544) กล่าวไว้ว่าการวางแผนเป็นเรื่องของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตโดยมีการกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์วิธีการสำหรับผู้ปฏิบัติไว้ล่วงหน้าโดยอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ในปัจจุบันเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจกำหนดแนวทางเลือกที่เหมาะสมและถูกหลักการมากที่สุดเพื่อให้กิจกรรมบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในกระแสโลกมาปรับใช้ในกระบวนการวางแผนพัฒนาประเทศด้วยเช่นกันโดยแนวทางการพัฒนาประเทศในระยะกว่า 20 ปีที่ผ่านมา ได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดการพัฒนาศูความยั่งยืนมากขึ้นจากที่เน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวเป็นหลักก็ได้ให้ความสำคัญกับเป้าหมายด้านอื่น ๆ อาทิ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) เป็นต้นมาซึ่งได้นำไปสู่การผลักดันให้มีการออกกฎหมายดูแลในเรื่องสิ่งแวดล้อมและจัดตั้งกลไกดูแลงานด้านสิ่งแวดล้อมขึ้นในระยะต่อมาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) ได้มุ่งให้การพัฒนามีคุณภาพและยั่งยืนโดยเพิ่มมิติด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการรักษาการเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจการกระจายรายได้และการพัฒนาคุณภาพชีวิต

สำหรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) นับเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดที่มุ่งเน้น “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” โดยใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือพัฒนาคนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและเปลี่ยนวิธีการพัฒนาเป็นองค์รวมพร้อมทั้งมีกระบวนการพัฒนาที่เชื่อมโยงมิติด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกันอย่างสมดุลส่วนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ซึ่งได้ใช้เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศในปัจจุบันนั้นได้ัญเชิญหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นปรัชญาในการพัฒนาและบริหารประเทศโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่สมดุลทั้งด้านคนสังคมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งยึดหลักทางสายกลางเพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากวิกฤตสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลมีคุณภาพและยั่งยืน

การดำเนินงานตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ดังกล่าวนับเป็นตัวอย่างของการดำเนินงานพัฒนาประเทศอย่างเป็นองค์รวมโดยคนไทยทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมมุ่งสู่เป้าหมายและจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทยทุกคน

นอกจากนี้ยังมีการจัดทำ “วาระแห่งชาติ” และยุทธศาสตร์สำคัญตามนโยบายของรัฐบาลชุดปัจจุบันซึ่งได้กำหนดให้การแก้ไขปัญหาความยากจนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศการพัฒนาทุนทางสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเรื่องเร่งด่วนที่

ประเทศชาติจะต้องดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จซึ่งกรอบแนวคิดและการดำเนินงานต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีบริบทของการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแกนกลางของความคิดทั้งสิ้น

กล่าวโดยสรุปแนวคิดด้านการพัฒนาจากความหมายในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าการพัฒนามีความหมายที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันออกไปบ้าง ซึ่งถ้าหากพิจารณาจากความหมายเหล่านี้ อาจสรุปได้ว่า การพัฒนาหมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ดีขึ้น ทั้งทางด้านคุณภาพปริมาณและสิ่งแวดล้อม ด้วยการวางแผนโครงการและดำเนินงานโดยมนุษย์ เพื่อประโยชน์แก่ตัวของมนุษย์เอง ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดด้านการพัฒนามาประยุกต์ใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยอง ประเทศไทยต่อไป

แนวคิดการบูรณาการ

ราชบัณฑิตยสถาน (2538) ให้ความหมาย บูรณาการ รวมหน่วย คือ การนำหน่วยที่แยกกันมารวมเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

พระธรรมปิฎก ป.อ.ปยุตโต (2539) ได้นิยามคำว่า “บูรณาการ” ไว้ว่า “...การทำให้หน่วยงานย่อย ๆ ทั้งหลายที่สัมพันธ์อิงอาศัยซึ่งกันและกันเข้ามารวมทำหน้าที่ประสานกลมกลืนเป็นองค์รวมหนึ่งเดียว ที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ในตัว” และได้กล่าวถึงลักษณะและองค์ประกอบของการบูรณาการว่า ในการบูรณาการนั้นจะเอาหน่วยย่อยหน่วยหนึ่งมารวมเข้าในองค์รวมที่มีหน่วยย่อยหน่วยอื่นแล้วก็ได้ หรือจะเอาหน่วยย่อยทั้งหลายที่ต่างกันแยกกันอยู่ มารวมเข้าด้วยกันเป็นองค์รวมก็ได้ อันนี้เรียกว่า บูรณาการทั้งสิ้นแต่ข้อสำคัญจะต้องมีตัวเป็นหลักอยู่ 3 อย่างในเรื่องบูรณาการ คือ

1. มีหน่วยย่อยองค์ประกอบชิ้นส่วนหรือชั้นระดับด้านที่จะเอามาประมวลเข้าด้วยกัน อันนี้คือสิ่งที่เอามาประมวลเข้าด้วยกันคือสิ่งย่อยส่วนย่อย

2. หน่วยย่อยเป็นต้นนั้นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงอิงอาศัยซึ่งกันและกันอันนี้อาจจะเลยไปถึงลักษณะที่ว่ายึดหยุ่นปรับตัวได้มีความเคลื่อนไหวตลอดเวลาด้วย

3. เมื่อรวมเข้าด้วยกันแล้วก็จะมีความครบถ้วนเต็มบริบูรณ์โดยมีความประสานกลมกลืนเกิดภาวะได้ที่พอดีหรือสมดุลพอดีที่หรือพอดีสมดุลแล้วองค์รวมนั้นมีชีวิตชีวาดำรงอยู่และดำเนินไปด้วยดีอันเป็นภาวะของบูรณาการ โดยสรุปความของ “การบูรณาการ” คือ การจัดสรรและระดมสรรพกำลังขององค์การตั้งแต่วัตถุติบทรัพยากรบุคคลกิจกรรมงานและปัจจัยต่าง ๆ โดยทำให้เกิดการประสานร่วมกันอย่างสอดคล้องกลมกลืนกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เช่นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ

การนำคำ “บูรณาการ” ไปใช้นั้นมีหลากหลายลักษณะ ซึ่งก็แล้วแต่การตีความให้เหมาะสมกับการใช้งาน แต่โดยรวมแล้วมีจุดร่วมกัน คือ “การบูรณาการ” เป็นการผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่ นำมาบริหารจัดการร่วมกันเพื่อให้เกิดการพัฒนา หรือทำให้ดีขึ้นในวิชาด้านบริหารจัดการนับได้ว่าเป็นสาขาวิชาของการสร้างศัพท์บัญญัติที่หลากหลายแขนงหนึ่ง และมักใช้เป็นภาษาพูดโดยทั่วไป อาจเป็นเพราะผู้ที่อยู่ในแวดวงนักบริหารเป็นบุคคลสาธารณะที่ต้องมีการออกสู่สังคม คำพูดที่นำมาใช้เลยมักเป็นที่สนใจ และกลายเป็นประเด็นสาธารณะอย่างกรณี “รากหญ้า” ที่ถูกนำมาใช้เป็นสรรพนามเรียกกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มประชาชนในชนบทที่เป็นฐานรากของเศรษฐกิจประเทศไทย “บูรณาการ” ก็เป็นอีกคำหนึ่งที่ถูกนำมาใช้กันแพร่หลาย นับแต่ผู้นำรัฐบาลชุดก่อนได้มีแนวนโยบายปรับปรุงแบบการปฏิบัติงานของผู้บริหารราชการ โดยเฉพาะผู้ว่าราชการจังหวัดให้มีลักษณะของ “การบูรณาการ” มากขึ้น โดยให้ยึดแนวทางการปฏิบัติงานในลักษณะของ CEO (Chief Executive Officer) ซึ่งภาคเอกชนเค้ทำกันอยู่ เพราะมองว่าเป็นการปฏิบัติงานที่ผู้นำองค์กร จะต้องเป็นได้มากกว่า “ผู้ออกคำสั่ง” หรือ “ผู้บังคับบัญชาสูงสุด” ก็เลยมีศัพท์เรียกกลุ่มผู้ว่าราชการที่ปรับปรุงแบบการปฏิบัติงานว่า “ผู้ว่าฯ CEO” สาเหตุที่จุดประกายอยากจะอธิบายถึงคำว่า “บูรณาการ” ก็เพราะเคยคุยกับนักศึกษาว่าทุกวันนี้ทำอะไรก็ต้องรู้จัก “บูรณาการ” แม้แต่การดำส้มตำ ก็ต้องบูรณาการ แล้วนักศึกษาทราบหรือไม่ว่าบูรณาการนั้น คืออะไร ต้องทำอะไร ก็มีนักศึกษาคนหนึ่งตอบมาว่า บูรณาการ คือผู้ว่าฯ CEO นั้นไงครับอาจารย์ ซึ่งพอถามนักศึกษาอื่น ๆ ก็ยังไม่สามารถหาคำตอบที่ชัดเจนได้ แสดงให้เห็นว่าหลาย ๆ คนแม้จะรู้จักคำว่าบูรณาการ แต่ก็ยังไม่ค่อยจะเข้าใจนักว่าสิ่งนี้คืออะไร ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ไม่ปรากฏคำว่า “บูรณาการ” แต่มีคำที่ใกล้เคียงคือ “บูรณาภาพ” เป็นคำนาม หมายถึงความครบถ้วนบริบูรณ์ เช่นบูรณาภาพแห่งดินแดน บูรณาภาพแห่งอาณาเขตและคำว่า “บูรณาการรวมหน่วย” ซึ่งเป็นคำนาม หมายถึง การนำหน่วยที่แยก ๆ กันมารวมเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ส่วนอีกคำหนึ่งคือคำว่า “บูรณะ” เป็นคำกริยา หมายถึงซ่อมแซมให้กลับคืนดีเหมือนเดิมอย่างไรก็ตาม “บูรณาการ” ที่ใช้กันอยู่ในเชิงบริหารจัดการเป็นศัพท์ที่แปลมาจากภาษาอังกฤษ คือ “Integration” ที่หมายถึงการรวมตัวกันเป็นก้อนหรือเป็นกลุ่ม การผสมกัน การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม หรือ “Integrated” ซึ่งหมายถึงการรวมตัวกัน การประสานกัน เป็นการอธิบายปรากฏการณ์ที่ธุรกิจพยายามรวมตัวกันเพื่อเพิ่มพูนสรรพกำลังในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และอำนาจต่อรอง ขณะเดียวกันในระดับประเทศก็มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น AFTA NAFTA OPEC APEC ฯลฯ ทั้งนี้ล้วนมีเป้าประสงค์เดียวกัน คือ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มอำนาจต่อรอง

จะเห็นว่าการนำคำ “บูรณาการ” ไปใช้นั้นมีหลากหลายลักษณะ ซึ่งก็แล้วแต่การตีความให้เหมาะสมกับการใช้งาน แต่โดยรวมแล้วมีจุดร่วมกัน คือ “การบูรณาการ” เป็นการผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่ นำมาบริหารจัดการร่วมกันเพื่อให้เกิดการพัฒนา หรือทำให้ดีขึ้น นั่นหมายความว่า การบูรณาการนั้นไม่มีสูตรสำเร็จรูปตายตัว แต่ผลที่ได้รับออกมาต้องดีกว่าเดิม ถ้าผสมผสานทรัพยากรแล้วแยกกว่าเดิมก็ถือว่าไม่เกิดการบูรณาการ หากเปรียบเทียบการบริหารเป็นการดำล้มน้ำ ผู้บริหารแต่ละคนก็มีเครื่องปรุง วัตถุดิบอยู่ตรงหน้าผู้ที่สามารถผสมผสานได้ล้มน้ำออกมารสชาติอร่อย ก็ถือว่าเป็นล้มน้ำบูรณาการ ถ้าไม่อร่อยล้มน้ำนั้นก็ไม่ใช่บูรณาการ

ผู้วิจัยเห็นว่าการบูรณาการจึงต้องมีทั้งศาสตร์ คือ ความรู้มีภูมิปัญญา ความชำนาญ และมีศิลป์ คือ ความสามารถในการประสานความสัมพันธ์ของคนและทรัพยากรในหน่วยงานอย่างเหมาะสมให้สามารถปฏิบัติงานไปได้ด้วยความราบรื่น มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล เกิดการพัฒนาในทิศทางที่ดี รวมทั้งการประสานกลมกลืนกันของแผน กระบวนการ สารสนเทศ การจัดสรรทรัพยากร การปฏิบัติการ ผลลัพธ์ และการวิเคราะห์เพื่อสนับสนุนเป้าประสงค์ที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย โดยมีการบูรณาการยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และจิตใจ พร้อมทั้งการบูรณาการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการวางแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม

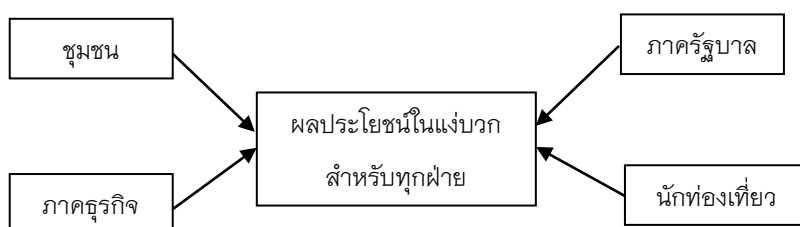
แนวความคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัจย์ (2553) แนวคิดเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน และองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญในด้านต่าง ๆ ที่ผู้เข้ามาพัฒนาและจัดการจำเป็นต้องตระหนักถึงเมื่อตัดสินใจดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนขึ้น คือ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมได้และหากไม่มีกระบวนการในการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนและกระจายผลประโยชน์แก่ชุมชน ก็ไม่สามารถถือว่ารูปร่างแบบการท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ดังนั้น เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขอกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องทราบถึงรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแบบชุมชนแบบมีส่วนร่วม 2) ใครคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของหลักในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน 3) อะไรคือปัจจัย

สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนแบบมีส่วนร่วม 4) รูปแบบของการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร และ 5) วิธีการจัดการกับข้อขัดแย้งเป็นอย่างไร ซึ่งมีสาระสำคัญโดยสรุป มีดังนี้

ดร.รชนี เอมพันธุ์ (2550) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม หมายถึง การท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยชุมชนเอง นับตั้งแต่การวางแผนการดำเนินการและการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว บรรลุเป้าหมายที่กำหนดบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้เป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้ 1) เป้าหมายทางเศรษฐกิจ คือ ต้องเกิดการหมุนเวียนรายได้ และสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นอย่างทั่วถึง 2) เป้าหมายทางสังคม คือ ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น นำมาซึ่งการพัฒนา ระบบสาธารณูปโภคที่เหมาะสมกับท้องถิ่น เกิดองค์ความรู้ และการแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรมระหว่างชุมชนด้วยกัน ชุมชนท้องถิ่นกับหน่วยงานภายนอก และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว 3) เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม คือ สามารถรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและไม่เสื่อมโทรม และที่สำคัญคือ เกิดแนวร่วมในการรักษาและป้องกันทรัพยากรการท่องเที่ยวขึ้นระหว่างประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หากองค์การท่องเที่ยวจากต้นทาง คือ นักท่องเที่ยวและปลายทาง คือ แหล่งท่องเที่ยวจากต้นทางถึงปลายทาง (มองในบริบทสากล) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่าง ๆ อย่างน้อย 4 ภาคส่วน ได้แก่ ชุมชน (Community) ผู้มีอำนาจตัดสินใจ เช่น ภาครัฐบาล (Decision Maker) ภาคธุรกิจ (Business Operator) และนักท่องเที่ยว (Visitor) โดยทุกภาคส่วนควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งร่วมคิดแนวทางแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาร่วมกัน ดังภาพ 3



ภาพ 3 แสดงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

พิมพระวี โจรนรุ่งลัตย์ (2553) กล่าวว่า ในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ควรระบุให้ชัดเจนว่าใครคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์กรทางด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม หรือองค์กรภาครัฐ ท้องถิ่น เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม

ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ (2550) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมว่า ชุมชนต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ สามารถเข้าถึง หรือได้รับความเห็นชอบให้เข้าไปดำเนินการจัดบริการท่องเที่ยวได้ ต้องมีตลาดการท่องเที่ยวอยู่ แล้วในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียงหรือมีโอกาสที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน ชุมชนต้องมี องค์กรรองรับสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน มีทักษะและความรู้ในการจัดการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเด็นต่าง ๆ เช่น การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว การจัดการระบบ การเงิน การบัญชี การให้บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ที่พัก อาหาร การตลาดและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ส่วนในการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ ได้กล่าวไว้ในลำดับต่อไป

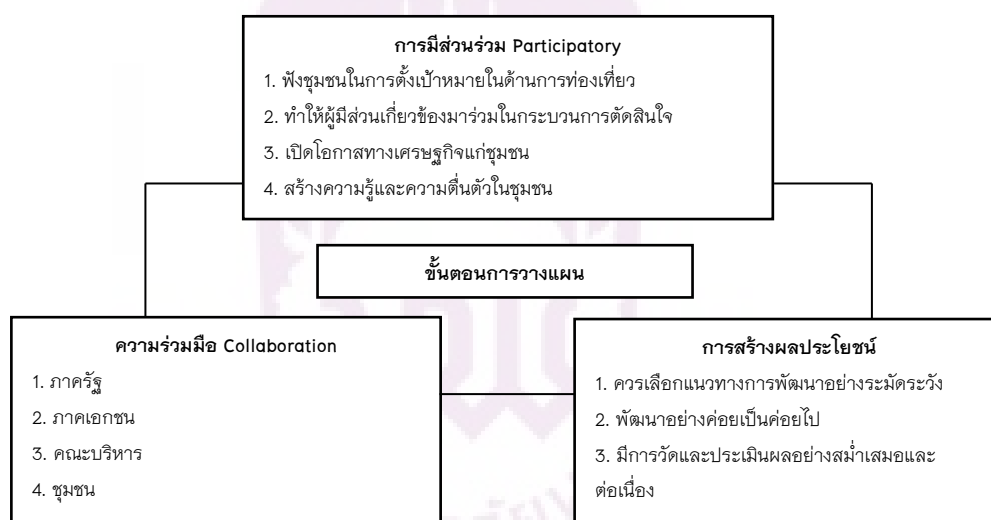
การวางแผนจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่กระทำต่อเนื่องเป็นกระบวนการเพื่อเสนอแนะแนวทางที่นำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้ การจัดการการท่องเที่ยวนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายเฉพาะที่วางไว้สำหรับชุมชน การวางแผนเป็นกิจกรรมที่มุ่งไปสู่อนาคต โดยทั่วไปจะมีการกำหนดระยะเวลาการดำเนินการ ตามแผนที่เสนอแนะไว้ การวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นการสร้างเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง ในการจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเป็นรูปแบบการวางแผนและการจัดการที่ ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

- 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยว
- 2) การสำรวจรวบรวมและวิเคราะห์ ข้อมูล
- 3) การกำหนดนโยบายและร่างแผนทางเลือก
- 4) การนำแผนไปปฏิบัติ และ
- 5) การประเมินและติดตามผลการดำเนินงาน

นอกจากนี้ การวางแผนที่ดีและชัดเจน เป็นสิ่งสำคัญ Timothy (2002) ได้กล่าวถึงหลักการในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (PIC Planning Principles) ซึ่งเป็นตัวอย่างหนึ่งในการเตรียมการวางแผนการดำเนินงาน การท่องเที่ยว โดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม โดยขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนที่ดีนั้น Timothy แนะนำว่าควรดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไป เช่น การหาเอกลักษณ์ จุดแข็ง จุดเด่นที่แท้จริง ของชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่เป็นจริงและสามารถที่จะจัดการกับข้อขัดแย้งต่าง ๆ จนสามารถบรรลุตามแผนที่วางไว้ได้ โดยรายละเอียดเกี่ยวกับข้อขัดแย้งนั้น ได้กล่าวไว้ในลำดับต่อไป

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553) แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมนั้นบางครั้งอาจจะไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ อาจมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยอาจเป็นปัญหาจากความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชนทั้งขณะดำเนินงานและภายหลังการทำงาน ซึ่งความขัดแย้งนั้นเป็นสิ่งที่ชุมชนหลีกเลี่ยงไม่ได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและถือเป็นสิ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวล้มเหลวได้ อย่างไรก็ตามการขัดแย้งดังกล่าวก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงโอกาสสำหรับการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกฎแฉสำคัญในการจัดการและแก้ไขข้อขัดแย้งดังกล่าวที่เกิดขึ้น ดังนี้

- 1) มีกระบวนการที่ทุกฝ่ายร่วมมือกันอย่างทั่วถึง
- 2) คงไว้ซึ่งการสื่อสารที่เปิดเผยและมีประสิทธิภาพ
- 3) ต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันและปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม ตามสถานการณ์
- 4) สร้างความคิดเห็นที่ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

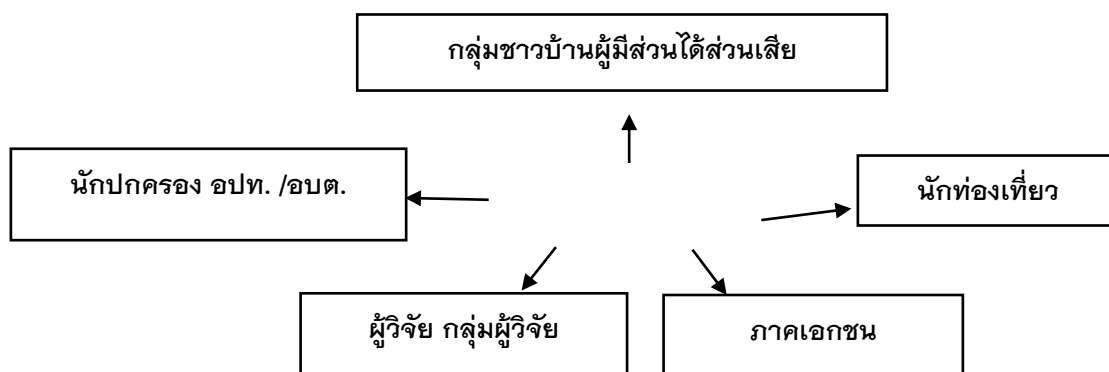


ภาพ 4 แสดงหลักในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม (PIC Planning Principles)

ที่มา: Timothy, 2002

การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

PAR หมายถึง การเรียนรู้และแสวงหาความรู้จากประสบการณ์ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย คือ กลุ่มชาวบ้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นักปกครอง อปท. องค์การบริหารส่วนตำบล ผู้วิจัย ภาคเอกชน นักท่องเที่ยว



ภาพ 5 แสดงผู้มีส่วนร่วม

ที่มา: พยอ ม ธรรมบุตร, 2557

เป้าหมายหลักของ PAR

1. มีการค้นหาความรู้พื้นบ้านที่ใช้กันแพร่หลาย
2. มีการส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างวัฒนธรรม
3. มีการสร้างดุลยภาพระหว่างวิทยาศาสตร์ ความรู้ของวิชาการและความรู้พื้นฐาน
4. ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องใน PAR ยอมรับในความไม่เท่าเทียมกันของภาวะเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย
5. ศึกษาแนวทางการแก้ปัญหา และการพัฒนาที่เน้นประโยชน์แก่ชุมชนด้วยการให้ชุมชนคิดเอง ตัดสินใจเอง ลงมือทำเอง ประเมินผลงานของตนเองอย่างเป็นรูปธรรม
6. สนับสนุนให้ชุมชนเข้มแข็ง (Empowerment) สามารถพึ่งพาตนเอง (self-Reliance) นำ Local wisdom มาสร้าง Body of Knowledge สามารถก้าวทันยุค Global Village-Globalization และความยั่งยืน

หลักการ 10 ประการของ PAR

เป็นการปรับปรุงการปฏิบัติในสังคม (Social Practice) ด้วยการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติในสังคม โดยเรียนรู้จากกระบวนการเปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญแก่การศึกษาชุมชน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประเมินปัญหาและความต้องการของชุมชน (Need Government) และการช่วยกันวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Audit) ว่ามีปัญหหรือต้องการแก้ไขหรือพัฒนาในเรื่องใดบ้าง

1. มีการสำรวจทรัพยากรในชุมชน (Resource Audit) ซึ่งรวมทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมนุษย์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันวางแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการกลุ่มโครงการในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. PAR เป็นการมีส่วนร่วมที่แท้จริง (Authentic Participation) เป็นการวางแผนที่ หมุนเวียนต่อเนื่องไม่รู้จบ (Continuing Special of Planning) มีการดำเนินการตามแผน (Action Implementing Plan) มีการสังเกตอย่างเป็นระบบ (Systematically Observing) มีการสะท้อนกลับ (Reflecting) มีการย้อนกลับไปทำการวางแผนอีก (Replanting) การเริ่มรอบหมุนเวียนใหม่อีกครั้ง (Re-Starts) จะเป็นการพัฒนา ซึ่งเป็นวิวัฒนาการ (Evolution)

3. PAR เป็นความร่วมมือและร่วมรับผิดชอบเพื่อเปลี่ยนแปลง เป็นการสร้างชุมชน แห่งการวิพากษ์วิจารณ์ตนเอง (Self-Gremial Community) เป็นการปลดปล่อยตนเองจากระบบ สถาบันและความบีบคั้นจากส่วนกลาง (ภาครัฐ) และมีอิสระที่จะเลือกค่านิยมของชุมชน (Social Value)

4. PAR เป็นการเรียนรู้อย่างมีระบบ (Systematic Learning) โดยชุมชนมีโอกาสเปิด กว้างที่จะใช้ปัญญาพัฒนาการเรียนรู้ชุมชน ต้องการเข้าใจ ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อม (Circumstance) การกระทำ (Action) และสิ่งที่เป็นผลตามมา (Congruence) ในสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนเอง

5. PAR เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชาชนทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติการ ผู้เข้าร่วมเห็นชัดจากประสบการณ์ ของตนเอง และของกลุ่ม

6. PAR เป็นกระบวนการทางการเมือง เพราะว่าเกี่ยวกับประชาชนที่ทำการ เปลี่ยนแปลง ที่จะกระทบตนเองด้วยเหตุผลที่อาจเป็นการสร้างแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ของผู้ที่มีส่วนร่วมและบุคคลอื่น ๆ

7. PAR อาจเริ่มต้นโดยปัจเจกทำงานเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยที่คน ๆ หนึ่ง หรือคนกลุ่มหนึ่งสามารถบริหารจัดการควบคุมได้ และมีรูปแบบที่ขยายเปลี่ยนแปลงใหญ่ ขึ้น ตลอดจนมีแนวความคิดวิพากษ์วิจารณ์สถาบันที่อาจนำไปสู่การปฏิรูปทั่วไป ของระบบที่ กว้างขวางยิ่งขึ้นในระดับนโยบาย

8. PAR ต้องการผู้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างบันทึกเกี่ยวกับการปรับปรุง การเปลี่ยนแปลงของกลุ่ม กิจกรรมต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคม รูปของการ จัดองค์กร

9. PAR นักวิจัยต้องให้ความสำคัญและเคารพต่อภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมทั้งการยอมรับต่อกระบวนการสั่งสมและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งแตกต่างจากกระบวนการเรียนรู้ของผู้วิจัย มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของชุมชน มุ่งให้ชุมชนสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และแก้สถานการณ์ปัญหาตนเองโดยนักวิจัยต้องเข้าใจบริบทของท้องถิ่น (Local Contest)

10. PAR เป็นรูปแบบการวิจัยที่ประกอบด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าทางสังคม (Social Investigation) ด้วยการให้การศึกษา (Education) และมีการกระทำ (Action) ที่จะให้กลุ่มผู้ถูกกดขี่หรือผู้ด้อยโอกาสในสังคมมีส่วนร่วม ในการสร้างองค์ความรู้ (Body of Knowledge) ของชุมชนหรือสังคมที่ตนอาศัยอยู่ องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจะช่วยเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างมีระบบ ส่งเสริมการพัฒนาจิตสำนึกของชาวบ้านให้มีการไตร่ตรอง วิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างมีวิจารณญาณ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง รวมทั้งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์และโครงสร้างพื้นฐานในสังคมด้วย

สถาบันพัฒนาการทองเทียวก่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ให้ความหมาย “แนวคิดการมีส่วนร่วม” ไว้ในมุมมองที่กว้างว่าเป็นการเข้าร่วมอย่างแข็งขันของประชาชนในการดำเนินการตัดสินใจในทุกระดับและทุกรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจสังคมและการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของกระบวนการวางแผนที่มีการกำหนดรูปแบบแนวคิดการมีส่วนร่วมสัมพันธ์กับการเข้าร่วมของมวลชนอย่างกว้างขวางในการเลือกการบริการ และการประเมินผลของแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่จะนำมาซึ่งการยกระดับความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น ซึ่งการมีส่วนร่วมจะประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

1. การมีส่วนร่วมเป็นอิทธิพลของประชาชนต่อการตัดสินใจนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรและการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรเพื่อการผลิต
2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนและการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ จะสร้างโอกาสด้านสังคมเศรษฐกิจเพื่อยกระดับรายได้การจ้างงานและเพิ่มการกินดีอยู่ดี
3. การมีส่วนร่วมเป็นการตัดสินใจของประชาชนที่สองต่อความต้องการในการที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนฉะนั้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจและสังคมเพราะการมีส่วนร่วมทางการเมืองนำมาซึ่งการกระจายอำนาจทางการบริหารและทรัพยากรสู่ท้องถิ่น

ลักษณะการมีส่วนร่วม ไพรัช เดชะรินทร์ (2516, หน้า 91-95) ได้สรุปหลักการและแนวทางการพัฒนาให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมไว้ว่า

1. ต้องยึดหลักความต้องการและปัญหาของประชาชนเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรม

2. กิจกรรมต้องดำเนินการในรูปกลุ่มเพื่อสร้างพลังกลุ่มในการรับผิดชอบร่วมกัน
3. ให้คำนึงถึงขีดความสามารถของประชาชนปลูกฝังให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ
4. กิจกรรมที่ต้องสอดคล้องกับสภาพสิ่งแวดล้อมทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชน
5. การเริ่มต้นควรอาศัยผู้นำชุมชนที่ชาวบ้านเคารพนับถือ
6. ขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น

ปกรณ์ ปรียากร (2527, หน้า 49-64) ได้ให้แนวคิดว่าลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา คือ การที่ประชาชนจะเข้ามามีบทบาทในการร่วมคิดร่วมทำร่วมแก้ไขและร่วมมีผลประโยชน์ซึ่งกระทำได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นพื้นฐานของชุมชน
2. เป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองของความจำเป็นพื้นฐาน
3. เป็นผู้ที่มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้าและบริการให้สมบูรณ์ขึ้น
4. เป็นผู้ที่ยึดพอใจและมีแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

จากคำนิยามการมีส่วนร่วมแสดงถึงความสอดคล้องของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่กล่าวถึงการสร้างความมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นที่จะพัฒนาท้องถิ่นของตนเองซึ่งได้ให้องค์กรการปกครองท้องถิ่นมีอำนาจในการกำหนดนโยบายและหาทุนได้เองและจัดสรรหน้าที่ให้ อนุรักษ์ศิลปประเพณีความรู้ท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมที่ดี พิทักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติและในการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติได้นั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนร่วมกับภาครัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของตนรวมถึงลดการบุกรุกพื้นที่ป่าหรือลักลอบทำลายทรัพยากรธรรมชาติโดยทั่วไปอย่างไรก็ตามการวางแผนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การวางแผนจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง (Top-Down Planning) หรือการวางแผนจากส่วนกลางกำหนดให้ส่วนท้องถิ่นหรือระดับล่างปฏิบัติและการวางแผนจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน (Bottom-Up Planning) ซึ่งเป็นกระบวนการที่สะท้อนความต้องการและปัญหาท้องถิ่นโดยสอดคล้องกับแผนของส่วนกลางแต่การวางแผนที่จะสมบูรณ์และเหมาะสมมีประสิทธิภาพควรเป็นแผนพัฒนาแบบ (Comprehensive Development Planning) หรือเป็นการวางแผนแบบผสมผสาน (Integrative Planning) ซึ่งคำนึงถึงการประสานแนวทางการพัฒนาจากเบื้องบนกับเบื้องล่างการประสานการพัฒนาระหว่างสาขาพัฒนาและประสานการพัฒนาระหว่างพื้นที่ ที่มีแผนพัฒนาที่ดินนอกจากต้องมีการประสานด้านต่าง ๆ ในการวางแผนแล้วจะต้องมีความเหมาะสม (Appropriated Plan) กับสภาพศักยภาพข้อจำกัดปัญหา

การเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่นปัญหาและความต้องการของประชาชน และสอดคล้องกับระบบและระเบียบการบริหารงานพัฒนาในปัจจุบันเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น พยอมน ธรรมบุตร (2557) ได้กำหนดบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมของการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ไว้ 4 ระดับดังนี้

1. การมีส่วนร่วมระดับการตัดสินใจ (Decision Making Level) ชุมชนท้องถิ่นควรมีโอกาสเข้าร่วมตัดสินใจก่อนเริ่มการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนโดยชุมชนควรได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนถ้ามีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนควรมีการประชุมแล้วลงความเห็นร่วมกันในการตัดสินใจว่าควรหรือไม่ควรพัฒนาการท่องเที่ยวและถ้าจะพัฒนาควรพัฒนาไปในลักษณะใด

2. การมีส่วนร่วมระดับการวางแผน (Planning Level) ชุมชนควรร่วมกับวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพราะชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรมีหน้าที่ดูแลรักษาทรัพยากร การร่วมวางแผนคือการร่วมรับผิดชอบในบทบาทและหน้าที่ต่าง ๆ ของการพัฒนา

3. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Implementation Level) ชุมชนควรเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยวเช่นที่พักแรม โฮมสเตย์ร้านอาหารท้องถิ่นร้านขายสินค้า OTOP บริการนำเที่ยวบริการเช่ารถเช่าเรือดำน้ำ และการเดินป่า

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน (Evaluation Level) ชุมชนควรร่วมประเมินผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการปรับปรุงแผนพัฒนาให้ยั่งยืนและระยะยาว การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้ง 4 ระดับดังกล่าวทำให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership) ของธุรกิจชุมชนทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้และเป็นชุมชนที่เข้มแข็งต่อไป

ชุมชนสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ PAR เป็นกระบวนการประชาธิปไตย ประชาชนเรียนรู้กระบวนการวิจัยด้วยตนเอง และใช้ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้เพื่อเปลี่ยนสภาพสังคมของชุมชนเอง โดยผ่านกระบวนการ

1. การสำรวจและศึกษาสังคม (Social Education)
2. การปฏิบัติการทางสังคม (Social Action)
3. เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปจัดการเปลี่ยนแปลงสังคม (Social Change)
4. เพื่อปรับปรุงสภาพโครงสร้างและสภาวะชีวิตความเป็นอยู่ (Social Structure)

5. เพื่อปรับปรุงสัมพันธ์พื้นฐาน (Fundamental Relationship)

หลักการ 10 ประการของ PAR

เป็นการปรับปรุงการปฏิบัติในสังคม (Social Practice) ด้วยการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติในสังคม โดยเรียนรู้จากกระบวนการเปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญแก่การศึกษาชุมชน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประเมินปัญหาและความต้องการของชุมชน (Need Government) และการช่วยกันวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Audit) ว่ามีปัญหาคือหรือต้องการแก้ไขหรือพัฒนาในเรื่องใดบ้าง

1. มีการสำรวจทรัพยากรในชุมชน (Resource Audit) ซึ่งรวมทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมนุษย์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันวางแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการกลุ่มโครงการในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. PAR เป็นการมีส่วนร่วมที่แท้จริง (Authentic Participation) เป็นการวางแผนที่หมุนเวียนต่อเนื่องไม่รู้จบ (Continuing Special of Planning) มีการดำเนินการตามแผน (Action Implementing Plan) มีการสังเกตอย่างเป็นระบบ (Systematically Observing) มีการสะท้อนกลับ (Reflecting) มีการย้อนกลับไปที่การวางแผนอีก (Replanting) มีการเริ่มรอบหมุนเวียนใหม่อีกครั้ง (Re-Starts) จะเป็นการพัฒนา ซึ่งเป็นวิวัฒนาการ (Evolution)

3. PAR เป็นความร่วมมือและร่วมรับผิดชอบเพื่อเปลี่ยนแปลง เป็นการสร้างชุมชนแห่งการวิพากษ์วิจารณ์ตนเอง (Self-Gremial Community) เป็นการปลดปล่อยตนเองจากระบบสถาบันและความบีบคั้นจากส่วนกลาง (ภาครัฐ) และมีอิสระที่จะเลือกค่านิยมของชุมชน (Social Value)

4. PAR เป็นการเรียนรู้อย่างมีระบบ (Systematic Learning) โดยชุมชนมีโอกาสเปิดกว้างที่จะใช้ปัญญาพัฒนาการเรียนรู้ชุมชน ต้องการเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อม (Circumstance) การกระทำ (Action) และสิ่งที่เป็นผลตามมา (Congruence) ในสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนเอง

5. PAR เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชาชนทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติการ ผู้เข้าร่วมเห็นชัดจากประสบการณ์ ของตนเอง และของกลุ่ม

6. PAR เป็นกระบวนการทางการเมือง เพราะว่าเกี่ยวข้องกับประชาชนที่ทำการเปลี่ยนแปลง ที่จะกระทบตนเองด้วยเหตุผลที่อาจเป็นการสร้างแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของผู้ที่มีส่วนร่วมและบุคคลอื่น ๆ

7. PAR อาจเริ่มต้นโดยปัจเจกทำงานเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยที่คน ๆ หนึ่งหรือคนกลุ่มหนึ่งสามารถบริหารจัดการควบคุมได้ และมีรูปแบบที่ขยายเปลี่ยนแปลงใหญ่ขึ้น ตลอดจนมีแนวความคิดวิพากษ์วิจารณ์สถาบันที่อาจนำไปสู่การปฏิรูปทั่วไปของระบบที่กว้างขวางยิ่งขึ้นในระดับนโยบาย

8. PAR ต้องการผู้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างบันทึกเกี่ยวกับการปรับปรุงการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคม รูปของการจัดองค์กร

9. PAR นักวิจัยต้องให้ความสำคัญและเคารพต่อภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมทั้งการยอมรับต่อกระบวนการสั่งสมและกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งแตกต่างจากกระบวนการเรียนรู้ของผู้วิจัย มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของชุมชน มุ่งให้ชุมชนสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์และแก้สถานการณ์ปัญหาตนเองโดยนักวิจัยต้องเข้าใจบริบทของท้องถิ่น (Local Contest)

10. PAR เป็นรูปแบบการวิจัยที่ประกอบด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าทางสังคม (Social Investigation) ด้วยการให้การศึกษา (Education) และมีการกระทำ (Action) ที่จะให้กลุ่มผู้ถูกกดขี่หรือผู้ด้อยโอกาสในสังคมมีส่วนร่วม ในการสร้างองค์ความรู้ (Body of Knowledge) ของชุมชนหรือสังคมที่ตนอาศัยอยู่ องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจะช่วยเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างมีระบบ ส่งเสริมการพัฒนาจิตสำนึกของชาวบ้านให้มีการไตร่ตรอง วิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างมีวิจารณ์ญาณ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง รวมทั้งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์และโครงสร้างพื้นฐานในสังคมด้วย

สถาบันพัฒนาการทองเทียวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ให้ความหมาย “แนวคิดการมีส่วนร่วม” ไว้ในมุมมองที่กว้างว่าเป็นการเข้าร่วมอย่างแข็งขันของประชาชนในการดำเนินการตัดสินใจในทุกระดับและทุกรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจสังคมและการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของกระบวนการวางแผนที่มีการกำหนดรูปแบบแนวคิดการมีส่วนร่วมสัมพันธ์กับการเข้าร่วมของมวลชนอย่างกว้างขวางในการเลือกการบริการ และการประเมินผลของแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่จะนำมาซึ่งการยกระดับความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น ซึ่งการมีส่วนร่วมจะประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

1. การมีส่วนร่วมเป็นอิทธิพลของประชาชนต่อการตัดสินใจนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรและการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรเพื่อการผลิต

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนและการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ จะสร้างโอกาสด้านสังคมเศรษฐกิจเพื่อยกระดับรายได้การจ้างงานและเพิ่มการกินคืออยู่ที่

3. การมีส่วนร่วมเป็นการตัดสินใจของประชาชนที่สนองต่อความต้องการในการที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนฉะนั้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจและสังคมเพราะการมีส่วนร่วมทางการเมืองนำมาซึ่งการกระจายอำนาจทางการบริหารและทรัพยากรสู่ท้องถิ่น

ลักษณะการมีส่วนร่วม ไพรัช เดชะรินทร์ (2516, หน้า 91-95) ได้สรุปหลักการและแนวทางการพัฒนาให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมไว้ว่า

1. ต้องยึดหลักความต้องการและปัญหาของประชาชนเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรม
2. กิจกรรมต้องดำเนินการในรูปกลุ่มเพื่อสร้างพลังกลุ่มในการรับผิดชอบร่วมกัน
3. ให้คำนึงถึงขีดความสามารถของประชาชนปลูกฝังให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ
4. กิจกรรมที่ทำต้องสอดคล้องกับสภาพสิ่งแวดล้อมทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชน
5. การเริ่มต้นควรอาศัยผู้นำชุมชนที่ชาวบ้านเคารพนับถือ
6. ขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น

ปกรณ์ ปรียากร (2527, หน้า 49-64) ได้ให้แนวคิดว่าลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา คือ การที่ประชาชนจะเข้ามามีบทบาทในการร่วมคิดร่วมทำร่วมแก้ไขและร่วมมีผลประโยชน์ซึ่งกระทำได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นพื้นฐานของชุมชน
2. เป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองของความจำเป็นพื้นฐาน
3. เป็นผู้ที่มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้าและบริการให้สมบูรณ์ขึ้น
4. เป็นผู้ที่พึงพอใจและมีแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

จากคำนิยามการมีส่วนร่วมแสดงถึงความสอดคล้องของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่กล่าวถึงการสร้างความมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นที่จะพัฒนาท้องถิ่นของตนเองซึ่งได้ให้องค์การปกครองท้องถิ่นมีอำนาจในการกำหนดนโยบายและหาทุนได้เองและจัดสรรหน้าที่ให้ อนุรักษ์ศิลปะประเพณีความรู้ท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมที่ดีพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติและในการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมแลทรัพยากรธรรมชาติได้นั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนร่วมกับภาครัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของตนรวมถึงลดการบุกรุกพื้นที่ที่ป่าหรือลักลอบทำลายทรัพยากรธรรมชาติโดยทั่วไปอย่างไรก็ตามการวางแผนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การวางแผนจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง (Top-Down Planning) หรือการวางแผนจากส่วนกลางกำหนดให้ส่วนท้องถิ่นหรือระดับล่างปฏิบัติและการวางแผนจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน (Bottom-

Up Planning) ซึ่งเป็นกระบวนการที่สะท้อนความต้องการและปัญหาท้องถิ่นโดยสอดคล้องกับแผนของส่วนกลางแต่การวางแผนที่จะสมบูรณ์และเหมาะสมมีประสิทธิภาพควรเป็นแผนพัฒนาแบบ (Comprehensive Development Planning) หรือเป็นการวางแผนแบบผสมผสาน (Integrative Planning) ซึ่งคำนึงถึงการประสานแนวทางการพัฒนาจากเบื้องบนกับเบื้องล่างการประสานการพัฒนาระหว่างสาขาพัฒนาและประสานการพัฒนาในพื้นที่ ที่มีแผนพัฒนาที่ดี นอกจากนี้ต้องมีการประสานด้านต่างๆในการวางแผนแล้วจะต้องมีความเหมาะสม (Appropriated Plan) กับสภาพศักยภาพข้อจำกัดปัญหาการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่นปัญหาและความต้องการของประชาชนและสอดคล้องกับระบบและระเบียบการบริหารงานพัฒนาในปัจจุบันเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

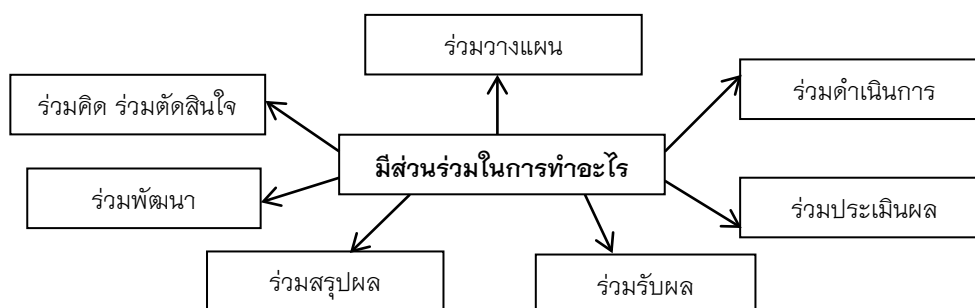
การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น พยอ ม ธรรมบุตร (2557) ได้กำหนดบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมของการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นไว้ 4 ระดับดังนี้

1. การมีส่วนร่วมระดับการตัดสินใจ (Decision Making Level) ชุมชนท้องถิ่นควรมีโอกาสเข้าร่วมตัดสินใจก่อนเริ่มการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนโดยชุมชนควรได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนถ้ามีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนควรมีการประชุมแล้วลงความเห็นร่วมกันในการตัดสินใจว่าควรหรือไม่ควรพัฒนาการท่องเที่ยวและถ้าจะพัฒนาควรพัฒนาไปในลักษณะใด

2. การมีส่วนร่วมระดับการวางแผน (Planning Level) ชุมชนควรร่วมกับวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพราะชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรมีหน้าที่ดูแลรักษาทรัพยากรการร่วมวางแผนคือการร่วมรับผิดชอบในบทบาทและหน้าที่ต่าง ๆ ของการพัฒนา

3. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Implementation Level) ชุมชนควรเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยวเช่นที่พักแรมโฮมสเตย์ร้านอาหารท้องถิ่นร้านขายสินค้า OTOP บริการนำเที่ยวบริการเช่ารถเช่าเรือดำน้ำและการเดินป่า

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน (Evaluation Level) ชุมชนควรร่วมประเมินผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อการปรับปรุงแผนพัฒนาให้ยั่งยืนและระยะยาว การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้ง 4 ระดับดังกล่าวทำให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership) ของธุรกิจชุมชนทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้และเป็นชุมชนที่เข้มแข็งต่อไป



ภาพ 6 แสดงการมีส่วนร่วม

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร, 2557

ผู้วิจัยสรุปว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นแนวทางและจุดมุ่งหมายปลายทางโดยตัวของมันเองในแง่ที่ว่าประชาชนทุกคนต่างมีจิตปรารถนาและเกิดความรู้สึกพึงพอใจในการที่จะได้เข้าไปมีบทบาทในการตัดสินใจและร่วมปฏิบัติงานที่เกื้อหนุนต่อการตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของตนจะช่วยให้ชุมชนสามารถวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาชุมชนในระยะยาวด้วยความเข้มแข็ง

แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism หรือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อเฝ้าหาสราญใจหรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น คำว่า "การท่องเที่ยว" จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นอาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วยความ

สมัครใจ และประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใด ๆ ก็ได้ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (วรรณ วลัยวานิช, 2539)

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรมประเทศอิตาลีและได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจเยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมแต่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพักผ่อนอยู่เป็นการถาวรส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวคือการเดินทางตามเงื่อนไข ที่กำหนดเป็นสากล 3 ประการคือการเดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราวการเดินทางโดยสมัครใจ การเดินทางที่ไม่ใช่ไปประกอบอาชีพหรือหารายได้และมีใช้เพื่อการศึกษาโดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อนหรือสนุกสนานรื่นเริงเท่านั้น รวมถึงเพื่อประชุมสัมมนาศึกษาหาความรู้เพื่อการกีฬาติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ (ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2545)

Stevens (1992) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยว (Tourism) กับการเดินทาง (Travel) สามารถใช้สลับเปลี่ยนกันได้จนบางครั้งดูเหมือนว่าจะเป็นความหมายเดียวกันแต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้วการเดินทางกับการท่องเที่ยวต่างกันในพจนานุกรมการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายการเดินทางว่า “การเดินทางจากสถานที่หนึ่งสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่าง ๆ กันหรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม”

Davidson (2013) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าหมายถึง การเดินทางออกจากที่พักในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เป็นการชั่วคราวเพื่อการเยี่ยมญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์ด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ เช่น การพักผ่อน การเล่นกีฬา การประชุม การสัมมนา

Alan (2004) ที่ให้ความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการที่มนุษย์ใช้วิถีชีวิตแตกต่างจากที่เคยเป็นหรือจากสิ่งแวดล้อมปกติในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีติดต่อกันโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้จากสถานที่ที่ไปเยือน

มหาวิทยาลัยศิลปากร กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการล้นทางการของมนุษย์ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างโดยผูกพันอยู่กับการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งส่วนมากเป็นบ้านของตนเองไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งนี้เพื่อเป็นการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจการงานต่าง ๆ เป็นการตอบสนองความต้องการในการเปลี่ยนบรรยากาศของสิ่งแวดล้อมมนุษย์

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2546, หน้า 5-6) ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึงอุตสาหกรรมบริการที่มีการดำเนินงานธุรกิจขนาดใหญ่ขอบเขตที่กว้างขวาง ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทที่ร่วมมือกันเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายไม่ว่าจะเป็นที่พักอาศัยหรือการขนส่งก็ตาม ทั้งอุตสาหกรรมทางตรงหรือทางอ้อมจะต้องใช้กลวิธีในการบริหารดำเนินการประเมินผลและการพัฒนาซึ่งต้องใช้งบประมาณมากพอสมควร ดังนั้นธุรกิจหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกก็ว่าได้

พยอม ธรรมบุตร (2549, หน้า 1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรมและกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่นนักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑสถานทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดกต่าง ๆ

การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท มีทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง ที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจด้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม คือ การผลิตสินค้าต่างๆ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี (วิกิพีเดีย, 2557, สืบออนไลน์) สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดเนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยวและมีแนวโน้มว่าจะมีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ เพราะหากพิจารณาถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยว นอกจากประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ คือ ทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงาน ประชากรมีรายได้ ธุรกิจการคมนาคมขนส่งดีขึ้น มีความทันสมัย ดุลการชำระเงินดี เงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการปรับปรุงทางด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา สาธารณูปโภคต่าง ๆ ตลอดจน การบริการด้านโรงแรม ศูนย์การค้าและภัตตาคาร เป็นต้น การท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนการดำรงชีวิตของประเทศอื่น ๆ ได้ดี การท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวางส่งผลให้ประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยอาศัยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่แต่ละประเทศมีอยู่ขึ้นอยู่กับว่าประเทศเหล่านั้นจะรู้จักใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ตนมีอยู่ให้เกิดประโยชน์มากน้อยเพียงใดบทบาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ยังประโยชน์ให้แก่ประเทศชาติมาก คือ ยิ่งการท่องเที่ยวทวีความสำคัญมากขึ้นก็ยิ่งจะเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม

และเกียรติภูมิของประเทศให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวโลก แสดงให้เห็นถึงความมีชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดี ให้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจนอกเหนือจากความสนุกสนานเพียงอย่างเดียว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558, สื่อออนไลน์) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรมเมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่าด้วยการท่องเที่ยวหมายถึงกิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการคือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทางจากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ที่ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อไปพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (เช่น การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษาการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมการขนส่งอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมนันทนาการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการข้างเคียงต่างๆซึ่งได้มีผู้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ดังนี้

พยอม ธรรมบุตร (2549, หน้า 1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมเช่นสนามบินระบบคมนาคมตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่งเช่นการขนส่งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร บาร์ สระว่ายน้ำฟิตเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทางเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอมหรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถานอนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศ เขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผาการดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเล ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำเนินการเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหารโรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

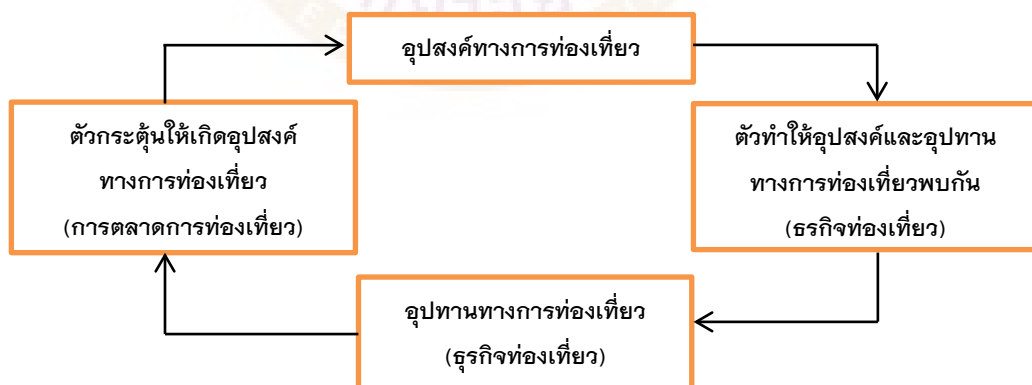
แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นจุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยว ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมผสานกัน Mill and Morrison (1992) เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด หรือบริการอื่น ๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี (Hospitality) ต่อนักท่องเที่ยว



ภาพ 7 แสดงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร, 2549

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549, หน้า 3-4) กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว มีดังภาพ 8



ภาพ 8 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549

จากภาพ 8 จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยววนั้นจะต้องมีอุปทานทางการท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวก่อน และจึงใช้การตลาดท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว หรือนักท่องเที่ยว จากนั้นนักท่องเที่ยวจะใช้ธุรกิจท่องเที่ยวอันประกอบด้วยธุรกิจขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหารและบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยใช้วิธีการขนส่งเป็นพาหนะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว และใช้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ระหว่างการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววนั้น ทำให้อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว และอุปทานทางการท่องเที่ยวได้พบกัน ถ้าไม่มีแหล่งท่องเที่ยว ก็จะไม่มีการเดินทางเข้ามาเที่ยวและก็ไม่มีการท่องเที่ยวตามมา

กุลวดี ละม้ายจีน (2552, หน้า 5-6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากมีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่าง ๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้หลากหลาย หรือความงามดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในภูเขา
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่าง ๆ
4. ที่พัก (Accommodation) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยววนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ คือ ที่พักแรม เนื่องจากในการเดินทางไปท่องเที่ยววนั้นบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวควรมีการจัดบริการที่พักแรมภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย
5. กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง หรือกิจกรรมการร่ำรำ การจัดงานรื่นเริง การบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น

องค์ประกอบที่กล่าวมาทั้ง 5 ประการดังกล่าว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มนักผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่ให้ความสนใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกนัก เนื่องจากกลุ่มบุคคลดังกล่าวต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิม

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวต้องมีแหล่งท่องเที่ยวก่อน และจึงใช้การตลาดท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยว 2) ความสามารถในการเข้าถึง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก 4) ที่พัก 5) กิจกรรม สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว

จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Tourism Destination)

ลักษณะของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ในการวิเคราะห์การท่องเที่ยว Destination นับเป็นหน่วยขั้นพื้นฐานของการวิเคราะห์ดังกล่าว Destination มีลักษณะดังนี้

1. Destination และภาพลักษณ์ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยความโดดเด่น เสน่ห์เฉพาะตัวและความเฉพาะทาง
2. Destination เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวและเป็นตัวเติมพลังและชีวิตให้กับการท่องเที่ยว
3. Destination จะได้รับทั้งผลประโยชน์และผลกระทบที่เป็นการทำลายจากคนที่มาท่องเที่ยว
4. Destination มีความร่ำรวยทรัพยากรและมีความหลากหลายของวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของตัวพื้นที่
5. เมื่อการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินยังขยายตัว Destination ก็ยิ่งแผ่กระจายไปทั่วทุกมุมโลก ในพื้นที่ห่างไกล แม้แต่บริเวณขั้วโลก
6. ในปัจจุบัน ความยั่งยืนเป็นความคิดหลักในการบริหารจัดการ Destination เมื่อการท่องเที่ยวสร้างผลกระทบทางบวกและทางลบ การบริหารจัดการ Destination จึงต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนการจัดการ Destination
7. Destination คือ การบริหารจัดการเครือข่ายขององค์กรที่หลากหลายที่กำลังร่วมกันนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่ลูกค้าใน Destination จะมีแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุน (Support Facilities)

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

9. การท่องเที่ยวจะทำลาย Destination หากปราศจากการวางแผนและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยจะต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยบูรณาการการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจของผู้เกี่ยวข้อง เข้าไว้ในแผนเดียวกัน เพื่อความยั่งยืน

10. การท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ทุกประเภทการท่องเที่ยวในภาพรวม การท่องเที่ยวบนพื้นโลก ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (All forms of Tourism Must be Sustainable) (พยอม ธรรมบุตร, 2015)

ความหมายของจุดหมายปลายทาง

“จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว” คือ พื้นที่ทางกายภาพซึ่งนักท่องเที่ยวพักค้างคืน รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) และบริการสนับสนุนตลอดจนทรัพยากรท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นการเดินทางท่องเที่ยววันเดียว (Day Trip) จุดหมายปลายทางจะมีขอบเขตด้านกายภาพและการปกครอง ซึ่งจะกำหนด การจัดการ ภาพลักษณ์ และมุมมองที่นักท่องเที่ยวพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันในเชิงการตลาดของ Destination จุดหมายปลายทางประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึง ชุมชน เจ้าบ้าน จุดหมายปลายทางอาจประกอบด้วยเครือข่ายต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดเป็นจุดหมายที่มีขนาดใหญ่ขึ้น จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอาจมีขนาดตั้งแต่ กลุ่มประเทศ เช่น (Asean, EU) ประเทศ ภูมิภาค หรือเกาะหนึ่งเกาะ เมืองใหญ่ เมือง หรือหมู่บ้านแห่งหนึ่ง หรือแม้แต่สถานที่ ๆ มีความสำคัญในตัวเองเพียงแห่งหนึ่ง UNWTO (2002 อ้างอิงใน พยอม ธรรมบุตร, 2558) ลักษณะร่วม 4 ประการของจุดหมายปลายทาง 1) จุดหมายปลายทางมีลักษณะเป็นการผสมผสานขององค์ประกอบต่าง ๆ (Amalgams) 2) จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเป็นการตรวจสอบทางวัฒนธรรม (Culture) 3) จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องบริโภค ณ สถานที่ที่ผลิต ไม่สามารถแบ่งแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกัน 4) จุดหมายปลายทางเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านและคนกลุ่มอื่น ๆ ใช้ร่วมกัน (Used by Tourists and Many Other Groups)

องค์ประกอบ 5 ประการของการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) Accessibility การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก 3) Attraction แหล่งท่องเที่ยว 4) Activities กิจกรรมการท่องเที่ยว 5) Ancillary บริการต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว (พยอม ธรรมบุตร, 2558) อธิบายได้ดังนี้

Accessibility คือ การเข้าถึงจุดหมายปลายทางตลอดจนการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวรอบ ๆ ได้โดยสะดวก ทางอากาศ ทางบก และทางทะเล

Amenities รวมถึง Accommodation ที่พักรวม Food and Beverage อาหารและเครื่องดื่ม ภัตตาคาร บ้านเช่า การค้าปลีกและบริการต่าง ๆ

Attraction แหล่งท่องเที่ยวภายใน Destination ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว อาจแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวของมหกรรม Events

กิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอบริการต่าง ๆ

บริการต่าง ๆ (Ancillary Service) การหลอมรวมขององค์ประกอบต่าง ๆ ในจุดหมายปลายทางทั่วโลก เช่น Coastal Resorts, Mountain Resorts, Historical and Cities ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างเดี่ยว เช่น ดิสนีย์แลนด์ ปารีส โตเกียว แหล่งท่องเที่ยวในจุดหมายเฉพาะที่สร้างขึ้นเพื่อ MICE Tourism (M=Meeting, I=Identity, C=Conference, E=Exhibition/Exporting) ในอุดมคติ ความหลากหลายของสินค้าและบริการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางแต่ละแห่งนั้นควรที่จะสร้างวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) คือ ร่วมกันให้บริการที่ดีที่สุดแก่นักท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริง เป็นการยากอย่างยิ่ง สำหรับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในอันที่จะควบคุมและสร้างคุณภาพของทุกองค์ประกอบเพื่อชื่อเสียงของ Destination

การประเมินวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง (Cultural Appraisals)

โดยนักท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ มีคุณค่าทางวัฒนธรรม สมควรที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่ แต่ผู้จัดการ Destination ก็ควรจะต้องระมัดระวังในการพัฒนาจุดหมายปลายทางและความโดดเด่น ภาพลักษณ์ เพราะรสนิยมและความนิยม ค่านิยมแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ผู้คนซึ่งเคยกลัวการไปท่องเที่ยวที่ภูเขา หรือนักท่องเที่ยวบางพวกก็นิยมไปท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางที่ต้องผจญภัย เสี่ยงอันตราย เช่น ไปท่องเที่ยวที่ทวีปแอนตาร์กติกา จุดหมายปลายทางทุกแห่งต้องตระหนักถึงโอกาสและภัยคุกคาม (Opportunities and Threats) ของตนเอง ในการเปลี่ยนแปลงของรสนิยมด้านการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางดั้งเดิมอาจจะล้าสมัย จึงต้อง

ควรปรับปรุง ปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าในบางส่วน สิ่งสำคัญ คือ ต้องมีความแตกต่างระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและบ้านเกิดเมืองนอนของนักท่องเที่ยว ต้องพยายามหลีกเลี่ยงการพัฒนาจุดหมายปลายทางและแหล่งท่องเที่ยวให้พัฒนาลักษณะเหมือน ๆ กันไปหมดทุกแห่ง เพราะการท่องเที่ยวขายความต่างและหลีกเลี่ยงความเหมือน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาจุดหมายปลายทางในประเทศไทยมีความบกร่องร้ายแรงเพราะแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่เกือบจะทุกแห่ง มุ่งพัฒนาตามรูปแบบ Pattage Model คือ แพ้ชั้นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแบบมาตรฐานสากลและทำลาย หรือไม่เชิดชูความเด่นของวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่น เช่น ภูเก็ต สมุย กระบี่ หลีเป๊ะ ก็จะทำตาม Pattaya Model ไปทั้งหมด และขาดความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นที่ไหนก็จะพบสิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานสากล ชายหาดที่มีภัตตาคาร ถนนคนเดิน แหล่งช้อปปิ้งกีฬาปลอม เสื้อ T-shirt ฯลฯ บาร์เบียร์ บาร์อาโกโก้ โสเภณี สปา นวด ฯลฯ ถนนที่เรียบใกล้ชิดชายหาดเกินไป คอนโดมิเนียมสูงตระหง่านที่จกรวากับดอกเห็ดยักษ์ตามความโค้งของชายหาด หลังจากทำลาย ป่าชายหาด ป่าชายเลนจนหมดสิ้นของ Pattaya Model ยุค 1970 ก็ระบาดไปทั่ว ได้แก่หาดในเกาะสมุย เกาะภูเก็ต ชะอำ เขาตะเกียบหัวหิน เช่นเดียวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ Boos Terism Pattaya Model ในภาคใต้ของสเปน ฝรั่งเศส อิตาลี ฯลฯ (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมและยุคสมัยที่เปลี่ยนไปกับการปรับตัวของการผสมผสานหล่อหลอมทรัพยากรและวัฒนธรรมของ Destination นั้น ๆ ควรได้พิจารณากรณีของจังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งเดิมเคยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบเส้นปราสาทหินศิลปะเขมรและศิลปะลพบุรี นักท่องเที่ยวเดินทางมาชมความงามของปราสาทหินเขาพนมรุ้ง ที่ทำด้วยหินทรายสีชมพูที่สง่างาม อยู่บนยอดภูเขาไฟที่ดับแล้ว และเดินทางลงมาชมปราสาทหินเมืองต่ำข้างล่าง แต่ในปัจจุบัน จังหวัดบุรีรัมย์ในสถานะ Destination ก็ได้เพิ่มความโดดเด่นให้กับตนเอง โดยการสร้างสนามแข่งฟุตบอลและสนามแข่งรถจักรยานยนต์ มาตรฐานระดับโลก ซึ่งเมื่อพักการแข่งขันฟุตบอล Premier League หรือการแข่งขันจักรยานยนต์ระดับโลก การท่องเที่ยวรูปแบบมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) ก็จะมีนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นโอกาสของ Destination และเป็นโอกาสของที่พักแรมในจังหวัดรอบๆบุรีรัมย์ ซึ่งจะมีการจองห้องพักเต็มทุกแห่ง จึงอาจสรุปได้ว่าเมื่อพูดถึงลักษณะ Amalgams ควรจะต้องมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมเก่าแก่ที่โดดเด่นตลอด จนมีวิสัยทัศน์จะมองไปข้างหน้าและแสวงหาลักษณะเด่นเพิ่มเติม ตามรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและแตกต่างไปพร้อม ๆ กัน (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

ไม่สามารถแบ่งแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกัน (Inseparability)

ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เราไม่สามารถแบ่งแยกแหล่งผลิตสินค้าในที่ ๆ ผู้บริโภคสินค้า เพราะสินค้าท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเกาะภูเก็ต ผู้ซื้อสินค้าต้องเดินทางมาบริโภคเกาะภูเก็ตที่เกาะภูเก็ตและการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในช่วงเวลาเดียวกันในสถานที่แห่งเดียวกันพร้อม ๆ กัน จำนวนมาก จะทำให้เกิดผลกระทบต่อ Destination โดยเฉพาะแหล่งที่มีความเปราะบางอยู่แล้วการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ในสถานที่ยอดนิยม คือ มีการเที่ยวกระจุกอยู่เฉพาะ Destination บางแห่งเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้จัดการ Destination ว่าจะใช้เทคนิคการจัดการนักท่องเที่ยวและการจัดการ Destination ในรูปแบบใด จึงจะสามารถกระจายนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวไปรอบ ๆ เพื่อลดผลกระทบทางลบ (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

Seasonality หรือปัญหาจากการที่ไม่สามารถมีการท่องเที่ยวได้บนพื้นที่ทั้งปี คือ 12 เดือน แต่จะมีนักท่องเที่ยวมากในช่วงที่เป็น Peak หรือ High Season และไม่มีหรือเกือบจะไม่มีนักท่องเที่ยวเลยในช่วง Low Season ซึ่งอาจสืบเนื่องมาจากสภาพดินฟ้าอากาศหรือสถานที่เล่นสกีฤดูหนาว ฤดูร้อนอาจต้องหากิจกรรมเสริม เช่น การเดินเล่นบนเขา ดูดอกไม้ฤดูร้อน ต้นสน สำหรับประเทศไทยภาคใต้เป็นแหลมคาบสมุทรที่ยื่นลงไป 2 มหาสมุทร คือ ทะเลจีนใต้ฝั่งอ่าวไทยและทะเลอันดามันของมหาสมุทรอินเดีย ทางฝั่งภูเก็ต นับเป็น Destination ที่โชคดี เพราะในช่วงฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทะเลอันดามันมีคลื่นลมแรงไม่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว เป็น Low Season สำหรับเกาะภูเก็ต เกาะตะรุเตา เกาะลันตา เกาะสุรินทร์ แต่ยังสามารถใช้ทะเลทางฝั่งอ่าวไทยได้ คือ เกาะสมุย พังงา หมู่เกาะอ่างทอง ในขณะที่ เมื่อลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดมาสู่ประเทศไทย ก็จะกลับเป็น High Season ของเกาะภูเก็ตและทะเลอันดามัน ในช่วงเดือนตุลาคมจนถึงมีนาคม จึงเรียกภาคใต้ของประเทศไทยว่า “Two in One” หมายถึง การสามารถเที่ยวได้ 2 มหาสมุทรได้ในประเทศไทย ซึ่งจะมีความหลากหลายของชีวภาพทางทะเลที่สวยงามต่างกันทั้งสองทะเลดังกล่าว (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

การใช้จุดหมายปลายทางร่วมกัน (Multiple Use)

สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดหมายปลายทางอาจเป็นสิ่งที่เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวใช้ร่วมกัน ในบางครั้งอาจมีความขัดแย้งเกิดขึ้น การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุกฝ่ายจะต้องมีเทคนิค ได้แก่ การแบ่งเวลาของการใช้ เช่น ช่วงใดเป็นเวลาของนักท่องเที่ยว ตัวอย่าง เช่น บัตรโดยสาร One Day Pass ในลอนดอนหรือปารีส สำหรับนักท่องเที่ยวจะเริ่มใช้ได้หลัง Rush Hours ซึ่งเป็นช่วง 6-9 โมงเช้า ซึ่งเป็นเวลาชาวลอนดอน ใช้รถใต้ดินไปทำงานหนาแน่นมาก หรือการแบ่งโซนพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว พยายามเข้าใจความจำเป็นของ

ทุกฝ่ายที่ใช้บริการ พยายามสร้างการท่องเที่ยวที่กลมกลืนกับเจ้าบ้าน พยายามทำความเข้าใจถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ตลอดจนรณรงค์ให้ข้อมูลและขอรับรองให้นักท่องเที่ยวมีจรรยาบรรณในการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกับเจ้าบ้าน (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

องค์ประกอบที่หลากหลายของจุดหมายปลายทาง (Components of the Destination Amalgam)

Attraction แหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยมีสิ่งอำนวยความสะดวก (แหล่งท่องเที่ยว) สนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทมักจะไม่ได้รับการดูแลใส่ใจจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สืบเนื่องมาจากความหลากหลายและการมีเจ้าของที่หลากหลาย แต่ในปัจจุบันจะมีการให้ความสนใจในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น โดยผู้มีความเชี่ยวชาญและมีการจับคู่แหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีการใช้การตลาดในการขายแหล่งท่องเที่ยว มีการฝึกอบรมบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวดีขึ้น มีการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ มีการใช้ผู้เชี่ยวชาญจัดการมหกรรมขนาดใหญ่ด้านการท่องเที่ยว (Mega Events) ในภาพรวมมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยผู้เชี่ยวชาญมากขึ้น

สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดหมายปลายทางโดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวกในจุดหมายปลายทางมักจะดำเนินการโดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMES) ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวกระจายไปในเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่ในขณะเดียวกัน การมีเจ้าของที่หลากหลายทำให้ขาดการดำเนินธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน SMEs ขาดเงินลงทุน ขาดความชำนาญการ ซึ่งจำเป็นมากขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เราอาจคำนวณความต้องการ Amenities จากจำนวนเตียงที่มีอยู่ในจุดหมายปลายทาง เช่น มี 1,000 เตียง ต้องมีร้านค้าปลีก 6 แห่ง ในขณะที่ 4,000 เตียง ต้องมีร้านทำผม ภัตตาคาร ที่จอดรถ สถานบันเทิง สระว่ายน้ำ ฯลฯ

ที่พักอาหาร เครื่องดื่มและการได้รับความรู้สึก

ที่พักอาหารและเครื่องดื่มจะให้ที่พักและดูแลอาหารให้นักท่องเที่ยว ทั้งยังให้ความรู้สึกที่ได้รับการดูแลต้อนรับอย่างอบอุ่น อาหารพื้นบ้านจะประทับใจนักท่องเที่ยว ที่พักจะมีแนวโน้มที่มีรูปแบบหลากหลายขึ้น เช่น Serviced Appartment, Timeshareing Second Home ร้านค้าปลีก บริการด้านความปลอดภัย บริการอื่น ๆ เช่น ร้านทำผม ภัตตาคาร บูทแลกเงิน การประกันการเดินทาง ควรรวมอยู่ในย่านเดียวกัน

การเข้าถึงจุดหมายปลายทาง (Access)

การเข้าถึงจุดหมายปลายทางมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของพื้นที่อย่างยิ่ง ประเทศที่อยู่ห่างไกลจากประเทศที่ส่งออกนักท่องเที่ยวจะมีปัญหาเรื่องนี้ Catchment Area หมายถึง บริเวณกว้างขวางมากน้อยที่จุดหมายปลายทางสามารถไปดึงดูดลูกค้ามาเที่ยวได้ จะมีขนาดกว้างแคไหนขึ้นอยู่กับความสามารถในการดึงดูดลูกค้าของ Destination ซึ่งถ้าเป็นพื้นที่เล็ก ๆ ที่ดึงดูดเฉพาะลูกค้าที่อยู่ในบริเวณภูมิศาสตร์ใกล้เคียง ๆ ก็จะมีเพียงรีสอร์ทเล็ก ๆ เท่านั้น ในขณะที่จุดหมายปลายทางที่มีอำนาจดึงดูดลูกค้าสูง ก็จะมี Catchment Area กว้างทั่วโลก เช่น ดิสนีย์แลนด์ ทัชมาฮัลในอินเดีย อนึ่ง การขนส่งภายใน Destination ก็มีความสำคัญเช่นกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการจัดการให้มีเส้นทางชมทัศนียภาพบริเวณจุดพักรถ บริเวณ Shuttle Bus สำหรับนักท่องเที่ยว ที่เดินเล่น ทางจักรยาน รถบัสสำหรับผู้พิการสำรวจธรรมชาติ ฯลฯ

Ancillary Service (บริการเบ็ดเสร็จ)

จุดหมายปลายทางให้บริการต่าง ๆ โดยมี Destination Management Organization (DMO) องค์กรจัดการจุดหมายปลายทาง ซึ่งมีหน้าที่จัดการบริการทั้งหมดภายในจุดหมายปลายทาง หน้าที่หลักของ DMOs ได้แก่ การทำการตลาดสนับสนุนการขาย Destination (Promotion) การประสานงานบริการทั้งหมดและการควบคุมการพัฒนา (Coordination and Control of Development) ให้บริการข้อมูลข่าวสาร บริการของทุกรูปแบบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ให้คำแนะนำและประสานงานธุรกิจท้องถิ่น จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัด Event และมหกรรม เช่น จัดอาหารและมหกรรมด้านกีฬา (Spot Event Tourism) สร้างภาวะความเป็นผู้นำและความเป็นหุ้นส่วนในพื้นที่ DMO มีหน้าที่ประสานงานกับ NTB และ RTB (Regional and National Tourist Board)

ระบบสาธารณูปโภคและระบบสิ่งอำนวยความสะดวก (Infrastructure and Superstructure)

Infrastructure and Superstructure เป็นโครงสร้างหลักของ Destination Infrastructure คือ ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ การก่อสร้างพื้นฐานทุกอย่างเหนือหรือภายใต้พื้นดินซึ่งจำเป็นเพื่อให้ผู้คนสามารถมาอยู่อาศัยได้ พร้อมทั้งการเอื้ออำนวยอย่างทั่วถึงให้มีการติดต่อสื่อสารกับโลกภายนอก กับขั้นพื้นฐานที่จำเป็นของจุดหมายปลายทาง Infrastructure ได้แก่ ระบบขนส่ง ระบบถนน รถไฟ สนามบิน ที่จอดรถ Utilities ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา โทรคมนาคมและบริการอื่น ๆ เช่น การดูแลสุขภาพ ระบบความปลอดภัย

ระบบสาธารณูปโภคเป็นความรับผิดชอบของภาครัฐ (Public Sector) มีความสำคัญต่อการพัฒนา Destination เช่น ไม่ควรมีภาวะการขาดแคลนน้ำจืด เพราะทำให้ต้องขนน้ำมาจากไกล ๆ เช่น พัทยา ระบบสาธารณูปโภคจะไม่สร้างรายได้ (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

เมื่อภาครัฐสร้าง Infrastructure แล้วภาคเอกชนจะเข้ามาสร้าง Superstructure ซึ่งหมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหมดที่จะสามารถสร้างรายได้และกำไรแก่การลงทุน ได้แก่ โรงแรม ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยวมนุษยส์สร้าง ร้านค้าปลีกและบริการต่าง ๆ ภาครัฐควรสนับสนุนการให้กู้ยืมเงินมาทำ Superstructure การลดภาษี

ผู้มีส่วนได้เสียในจุดหมายปลายทาง (Destination Stakeholders)

จุดหมายปลายทางประกอบด้วย Stakeholders คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก Destination ที่ยั่งยืนจะต้องสร้างความพอใจให้กับทุกฝ่าย ซึ่งการนี้จำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยมุ่งสร้างแผนการตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยวและสนองความต้องการของชุมชน เจ้าของพื้นที่ไปพร้อม ๆ กัน โดยสร้างความพอใจกับ Stakeholders เช่นกัน

The Host Community เป็น Stakeholders หมายเลขหนึ่ง เพราะเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและหาเลี้ยงชีพบนพื้นที่และเป็นคนจัดหาทรัพยากรให้นักท่องเที่ยว ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด ได้แก่ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าจะพัฒนาการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา มีส่วนร่วมในการปฏิบัติการพัฒนาและมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนา ที่สำคัญที่สุด คือ การพัฒนาต้องไม่มาทำลายชุมชนและทรัพยากรหรือมาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชนจนเกินไป (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

Tourist แสวงหาประสบการณ์ที่มีคุณภาพโดยได้รับบริการและสินค้าหลากหลายที่มีมาตรฐาน มีคุณภาพ มีการจัดการที่ดีและการบริการ Destination ที่เป็นระเบียบ

The Tourist Industry เป็นผู้รับผิดชอบการพัฒนาและการส่งมอบสินค้าและบริการแก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นกำไร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นทั้งภาพรวมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเจ้าเล็กเจ้าน้อย ในภาพรวมเป็นบริษัทข้ามชาติหลายฝ่ายซึ่งมีทุนสูง มีความเชี่ยวชาญและพลังอำนาจในการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยมักไม่มีใครสนใจและอยากจะร่วมรับผิดชอบกับพื้นที่เท่าไรนัก ในขณะที่เจ้าเล็กเจ้าน้อยมักเป็น SMEs ในชุมชน ธุรกิจครอบครัวทุนน้อย ขาดความชำนาญด้านการท่องเที่ยว ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ ขาดอิทธิพลต่อพื้นที่

The Public Sector ภาครัฐมองการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นช่องทางเพื่อหารายได้เข้าประเทศ และช่องทางในการพัฒนาพื้นที่และการก่อให้เกิดการจ้างงาน ภาครัฐมีความสำคัญในการพัฒนา มีบทบาทเป็นผู้นำและมีบทบาทเป็นผู้ประสานงานฝ่ายต่าง ๆ

Other Stakeholders รวมกลุ่มกดดันหอการค้าจังหวัดและชุมชนระดับชาติ ท้องถิ่น และภูมิภาคทุกภาคส่วนดังกล่าวจะต้องร่วมกัน พัฒนาและมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับความคิดที่จะพัฒนาโดยดูแลรักษา Destination ให้ยั่งยืน เพื่อส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่

จุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน (The Sustainable Destination)

จุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนจะเกิดได้ก็เมื่อ Destination มีแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว และต้องมั่นใจว่า การบริโภคทรัพยากร ของการท่องเที่ยวจะต้องไม่เกินความสามารถในการรองรับของพื้นที่ เพื่อสงวนทรัพยากรไว้ให้คนในชุมชนต่อไปได้ใช้ด้วยเช่นกัน มันคือการค้นหาสมดุลที่เหมาะสมระหว่าง ความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันกับคนรุ่นต่อไปในอนาคต เรื่องของความยั่งยืนนั้นได้เคยได้รับความสนใจอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกันกับการขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวไปในการแสวงหาผลกำไรให้มากที่สุดในระยะสั้น แต่ทว่ากลุ่มมักกดดัน ซึ่งมีมากขึ้น ๆ ก็บีบบังคับมากขึ้น ๆ ให้อุตสาหกรรมมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบของตนเองในระยะยาว การมุ่งหากำไรระยะสั้นเป็นสิ่งที่มิอาจทำต่อไปอีกในระยะยาว เพราะมันไม่ยั่งยืน จะเกิดความยั่งยืนใน Destination เราจำเป็นต้องพิจารณา 4 หัวข้อ ซึ่งขีดความสามารถในการรองรับใน Destination (Carrying Capacity) หมายถึง ความสามารถของพื้นที่ในการรองรับการท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรของการท่องเที่ยว โดยไม่ทำลายหรือทำให้เสื่อมโทรมลง ความคิดหลักของ Carrying Capacity คือ ความคิดเดียวกับความยั่งยืนนั่นก็คือ การจัดการทรัพยากร โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ก็กำลังถูกกดดันอย่างยิ่งจากผู้บริโภค Carrying Capacity หมายถึง “จำนวนคนมากที่สุดที่สามารถเข้ามาใช้พื้นที่ โดยไม่สร้างความเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับกันไม่ได้ของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่และโดยไม่ก่อให้เกิดการลดลงที่ยอมรับไม่ได้ของคุณภาพของประสบการณ์ของผู้มาเยือน” โดยแบ่งประเภทของขีดความสามารถในการรองรับ (Types of Carrying Capacity) ที่ต้องพิจารณา มีดังนี้ (Mathieson and Well, 1982)

1. ขีดความสามารถ ในการรองรับทางกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ของ Destination ซึ่งเกี่ยวข้องกับปริมาณของพื้นที่ที่เหมาะสม ที่มีอยู่เพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมถึงขีดความสามารถที่มีอยู่อย่างจำกัดของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พื้นที่จอดรถ ภัตตาคาร และจำนวนเตียงของที่พักที่มีอยู่ในพื้นที่ ควรมีการวัดขีดความสามารถอย่างตรงไปตรงมามากที่สุดที่จะสามารถนำมาใช้ในการวางแผนและการจัดการพื้นที่โดยมีการควบคุมที่เข้มงวด เช่นกำหนดพื้นที่จอดรถอย่างจำกัดและมีขอบเขตในพื้นที่เปราะบาง และควรมีการวางแผนการใช้ที่ดิน (Landscape Planning)

2. ชีตความสามารถในการรองรับในเชิงจิตวิทยา (Psychological Carrying Capacity) จะเลยขีดที่สามารถรับได้ เมื่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความรู้สึกว่าเสียหาย อย่างเห็นได้ชัด คนบางคนอาจชอบและขาดความรู้สึกว่ามีคนมากเกินไปจนแออัด หรือเป็นคนชอบที่ ๆ มีผู้คนมาก ในขณะที่คนบางคนก็ไม่ชอบความแออัดของฝูงชน ดังนั้น ชีตความสามารถในการรองรับเชิงจิตวิทยา จึงเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลและมักจะเป็นหัวข้อที่ผู้วางแผนและการจัดการพื้นที่ไม่ค่อยรู้สึกว่าเป็นปัญหาเท่าไรนัก ถึงแม้ว่าในบางครั้งการจัดการจัดภูมิทัศน์อาจถูกนำมาใช้เพื่อลดความรู้สึกว่าแออัด

3. ชีตความสามารถในการรองรับเชิงชีววิทยา (Biological Carrying Capacity) จะถูกมองว่าเกินเลยขีดไปแล้ว ก็ต่อเมื่อการรบกวน หรือทำลายสภาพแวดล้อมของพื้นที่เกินขอบเขตที่จะเป็นที่ยอมรับกันได้ ซึ่งจะเกี่ยวกับความเสื่อมโทรมของพืชและสัตว์ เช่น บริเวณปศุสัตว์ตามความยาวของของเนินทรายจะมีระบบนิเวศที่ถูกทำลาย มีงานวิจัยมากขึ้นเริ่มพิจารณากรณีของชีตความสามารถในการยอมรับเกี่ยวกับสัตว์และนก เช่น สถานที่ดูปลาวาฬ ความสำคัญอยู่ตรงจุดที่ว่าจะต้องพิจารณาระบบนิเวศในภาพรวมของพื้นที่ Destination มากกว่าการมองดูรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ของระบบนิเวศ

4. ชีตความสามารถในการรองรับด้านสังคม (Social Carrying Capacity) เกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากความคิดเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งจะต้องมีการวางแผนเพื่อความยั่งยืน มีความพยายามที่จะกำหนดระดับการพัฒนา ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยเจ้าบ้านที่อยู่อาศัยในพื้นที่ ปัญหาของ Carrying Capacity อยู่ที่ว่า เป็นการง่ายที่จะคิดคำนวณเรื่องชีตความสามารถในการยอมรับของ Destination แต่เป็นสิ่งที่ยากยิ่งที่จะนำ Carrying Capacity ที่คำนวณ แล้วมาสู่การลงมือปฏิบัติ เพราะการปฏิบัติให้เป็นจริงนั้นขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้จัดการพื้นที่และตัวนักท่องเที่ยวเอง ว่าจุดไหนเป็นจุดที่ “รับไม่ได้แล้ว” เกินชีตความสามารถแล้ว นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณภาพของประสบการณ์ของตนเองตกต่ำลง ดังนั้น Carrying Capacity จึงถูกกำหนดโดยการจัดการและโดยลักษณะเฉพาะตัวของพื้นที่ของทรัพยากรของ Destination ตลอดจนวัฒนธรรมของ Destination

การจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management)

การจัดการจุดหมายปลายทาง คือ การจัดพื้นที่เพื่อให้สามารถนำประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงให้กับผู้มาเยือนและคือการจัดการผลกระทบที่การมาเยือนของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดกับพื้นที่ การจัดการจำเป็นต้องมีเครื่องมือซึ่งก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและที่สามารถแข่งขันได้บนพื้นที่การจัดการ Destination ในเชิงการตลาด จำเป็นต้องใช้แนวทางการจัดการซึ่งเป็นการจัดการในภาพรวม และการบูรณาการจัดการด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

อย่างเหมาะสม การจัดการ Destination เป็นหน้าที่ของ Destination Management Organization (DMO) องค์กรจัดการจุดหมายปลายทางโดยเป็นฝ่ายกำหนดนโยบาย การวางแผน การออกกฎระเบียบและการทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายมากลายเป็นหุ้นส่วนกัน โดยมีความคิดในปัจจุบันว่า จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สุดเพื่อร่วมกันทำการตลาด ร่วมกันทำการพัฒนาพื้นที่ และให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนร่วมรับผิดชอบและมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน คือ ความสำเร็จของ Destination UNWTO ให้คำจำกัดความของการจัดการจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว คือ การจัดการที่มีการประสานงานของทุกภาคส่วนที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นจุดหมายปลายทาง จำเป็นต้องมีแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อที่จะเชื่อมโยงงานบริการ และการจัดการทุกภาคส่วนที่แยกกันอยู่ให้เกิดการจัดการที่ดีขึ้น การร่วมมือกันจัดการทำให้สามารถหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนของการแยกกันจัดการต่างคนต่างทำในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา บริการลูกค้า การฝึกอบรมบุคคล การสนับสนุนทางธุรกิจและการร่วมกันอุดหนุนหัวใจของการจัดการ (UNWTO, 200, online)



ภาพ 9 แสดงความคิดหลักของการจัดการจุดหมายปลายทาง

การจัดการจุดหมายปลายทางประกอบด้วย 1) การวางแผนพัฒนา ซึ่งรวมถึงการประเมินศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนา การปรึกษาหารือกับทุกภาคส่วน และผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะ การมีการลงทุนเพื่อพัฒนา 2) การตลาด รวมถึงการศึกษาวิจัยทำแผนการตลาด เชิงยุทธศาสตร์ การกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย การทำส่วนประสมทางการตลาด การสร้างแบรนด์ของ Destination การสร้างกำไรสูงสุดแก่พื้นที่ 3) การจัดการซึ่งเน้นความสำคัญของการปกป้องทรัพยากรและพื้นที่การท่องเที่ยวไว้ให้ได้ดีที่สุด ในขณะที่เดียวกันการใช้ทรัพยากรดังกล่าวเพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงสุดแก่ผู้มาเยือน ทั้งสองประสบการณ์นำมาซึ่งการเติบโตอย่างยั่งยืนของ Destination

กุญแจสำคัญที่นำไปสู่การจัดการจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผล คือ การสนับสนุนให้มีการทำงานร่วมกันและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฝายต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันและความแข็งแกร่งของความเป็นหุ้นส่วน ของจุดหมายปลายทาง ซึ่งจะก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วมของทุกฝาย และเป็นแนวทางการจัดการพื้นที่ในภาพรวมแบบบูรณาการ

ข้อดีของการจัดการจุดหมายปลายทาง ได้แก่ 1) Destination สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ 2) Destination จะคงอยู่ยั่งยืน ระยะเวลา 3) Destination จะสามารถสร้างรายได้สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น 4) Destination จะสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว 5) Destination จะมีวิสัยทัศน์ร่วมของทุกฝายเพื่อพัฒนาพื้นที่ในภาพรวม 6) Destination จะมีการปรับปรุงให้มีคุณภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จุดหมายปลายทางที่สามารถแข่งขันได้ (The Competitions Destination)

สิ่งที่สำคัญมากที่สุด สำหรับจุดหมายปลายทาง ทุกแห่ง คือ ต้องสามารถแข่งขันได้ เพื่อที่จะได้แปรผันกำไร ให้ทุนส่วนต่าง ๆ ในภาพรวม สื่อที่กำลังแข่งขันกันนั้นไม่ใช่ธุรกิจ แต่ละธุรกิจจำนวนมากในพื้นที่ ตามแต่เป็นขีดความสามารถในการแข่งขันของ Destination ซึ่งจะแข่งขันกับแหล่งอื่น ๆ นั้น Destination จะต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าพื้นที่ของตนเองนั้นมีส่วนเป็นของลูกค้านี้อะไรเมื่อเทียบกับข้างเคียง ซึ่งก็กำลังนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่นเดียวกัน และกำลังทำการตลาดขายสินค้าอย่างเชิงรุกเช่นกัน นั่นก็คือ Destination แต่ละแห่ง จำเป็นต้องทำการวิจัยก็การพัฒนา สินค้าและบริการ และการตลาดทั้งของตนเองและของคู่แข่ง

Ritchie and Crouch (2003) ได้กำหนดกรอบและรูปแบบขององค์ประกอบของการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ของจุดหมายปลายทางไว้ 7 ประการ ได้แก่

1. ทรัพยากรสำคัญและแหล่งท่องเที่ยว (Core Resources and Attraction) ทรัพยากรสำคัญและแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมา Destination ได้แก่ ภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม กิจกรรมที่หลากหลาย เทศกาลงานประเพณีมหกรรม Event การให้ความบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านต่าง ๆ ความสัมพันธ์ทางการตลาด

2. องค์ประกอบสนับสนุนและทรัพยากร (Supporting Factors and Resource) องค์ประกอบสนับสนุนและทรัพยากร ได้แก่ ทรัพยากร สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจะได้ความสะดวกสบาย ความสุขแก่นักท่องเที่ยวถึงแม้จะไม่ใช่องค์ประกอบหลักก็มีความสำคัญในการดึงดูดลูกค้าเช่นกัน ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค การเข้าถึง Destination ได้โดยสะดวก ทรัพยากรอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริการต่าง ๆ ที่พักแรมต่าง ๆ อุตสาหกรรมบริการ บริษัทห้างร้านต่าง ๆ ความตั้งใจจากภาครัฐในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอาหารและเครื่องดื่ม ภัตตาคาร บริการด้านสุขอนามัย

3. ปัจจัยที่มาเป็นอุปสรรค (Analifying and Amplifying Determinants or Sustainable Conditioners) ปัจจัยที่มาเป็นอุปสรรค หรือมาส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของ Destination ซึ่งรวมถึงปัจจัยเกี่ยวกับขนาดและระดับของ Destination ระดับของความปลอดภัย ซึ่งรวมถึงที่ตั้งของ Destination ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาถึง คุณค่าของทรัพยากรว่าคุ้มที่จะมาหรือไม่ ความเชี่ยวชาญเรื่องพื้นที่ Destination พื้นที่อื่น ๆ นักท่องเที่ยวรู้สึก รู้จักหรือตระหนักว่ามี Destination แห่งนั้นอยู่หรือไม่ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง ตลอดจนขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ด้วยความเกี่ยวข้องกับพื้นที่อื่น ๆ นั้น ๆ และเป็นองค์ประกอบ Destination ไม่สามารถไปควบคุมได้ เช่น สงครามและการสู้รบในตะวันออกกลาง อาจทำให้ Destination ที่ผู้คนออกเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็น Destination ที่ไม่ควรไปอย่างยิ่ง

4. นโยบายของจุดหมายปลายทาง การวางแผน และการพัฒนา (Destination Policy, Planning and Development) นโยบายของจุดหมายปลายทาง การวางแผน และการพัฒนา ได้แก่ การกำหนด ระบบการพัฒนาการท่องเที่ยวใน Destination ปรัชญา แนวคิดในการพัฒนาระบบคุณค่า วิสัยทัศน์ ส่วนแบ่งของการตลาด ตำแหน่งของ Destination ในตลาดทั้งหมด การสร้างแบรนด์ของ Destination การพัฒนาการวิเคราะห์ด้านการแข่งขัน และความร่วมมือการตรวจสอบและการประเมินผล อื่นๆ ภาพรวมและการประสานงานของทุกภาคส่วนที่มีประสิทธิภาพ จะมีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของ Destination ในทางตรงกันข้าม Destination ที่มีการวางแผน และการจัดการที่เลวร้ายไม่มีระบบจะไม่สามารถแข่งขันกับใคร

5. การจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management) การจัดการจุดหมายปลายทาง ได้แก่ การจัดการ การตลาด คุณภาพบริการ คุณภาพประสบการณ์ การให้ข้อมูล ข่าวสาร การวิจัย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการเงิน กองทุนข้ามชาติ การจัดการนักท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากร การจัดการภาวะวิกฤติ อนึ่ง การจัดการจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผลจะนำไปสู่การเสนอประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวใน Destination และก่อให้เกิดการจัดการที่มีคุณภาพและบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นหัวใจในการนำไปสู่ความล้มเหลวหรือความสำเร็จของ Destination

6. ข้อดีสำหรับเปรียบเทียบ VS ข้อดีของการแข่งขัน (Comparative Versus Competitive Advantage) ข้อดีของการเปรียบเทียบ ได้แก่ ทูททางทรัพยากรของ Destination ได้แก่ ทูททางทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรองค์ความรู้ ทูททางการเงิน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ทูททรัพยากรด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ขนาดของระบบเศรษฐกิจของพื้นที่ ข้อดีของการแข่งขัน ได้แก่ การใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิผล เช่น การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวและการเขียนรายการทรัพยากร การดูแลรักษาทรัพยากร การเติบโตและการพัฒนา การพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาอย่างมีประสิทธิผล สรุปคือ ข้อดีสำหรับเปรียบเทียบมาจากทูททางทรัพยากร ได้แก่ ความงามของธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการที่ว่า Destination สามารถใช้ทรัพยากรเพื่อเปรียบเทียบนั้นอย่างมีประสิทธิภาพในระดับใด ซึ่งจะขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ Destination

7. สิ่งแวดล้อมมหภาคและสิ่งแวดล้อมจุลภาค (Global: Macro VS Competitive: Micro Environment) Destination ทุกแห่งตั้งอยู่ในปริมาณสิ่งแวดล้อมในภาพรวมและจะต้องรับผลกระทบจากปัจจัยพลังต่าง ๆ ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของตนเอง เช่น ปัจจัยด้านประชากรหรือวงจรเศรษฐกิจในภาพรวม แต่ทุกแห่งจะมีอิทธิพลระดับภายย่อยมากระทบซึ่งอาจมาจากระบบการท่องเที่ยวของตนเอง เช่น การเปลี่ยนแปลงวิธีจัดจำหน่ายสินค้า การเปลี่ยนระบบขนส่งเพื่อเข้าถึงพื้นที่ ซึ่งปัจจัยทั้งคู่อิทธิพลต่อขีดความสามารถในการรองรับของ Destination (พยอม ธรรมบุตร, 2557) จุดหมายปลายทางที่กำลังวิวัฒน์ (The Evolving Destination) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวจะมีผลกระทบที่สำคัญต่อวิวัฒนาการของจุดหมายปลายทางและวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับวิวัฒนาการของจุดหมายปลายทางซึ่งก็เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวซึ่งก็เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เหล่านี้ ได้รับการนำเสนออย่างเป็นระบบโดย Bulter (1980) Tourist Area Life-Cycle (TALC) ซึ่งให้คำอธิบายว่า Destination จะมีชีวิต

วิวัฒนาการโดยผ่านวงจรซึ่งเหมือนกับวงจรชีวิตของสินค้า (เมื่อสินค้าถูกนำมาขาย: การเริ่มนำสินค้ามาขาย การพัฒนาเข้าสู่สภาวะของการอิ่มตัว) และการเสื่อมถอยของ Bullter เพียงนำนักท่องเที่ยวเข้าไปแทนสินค้านั้นรูปแบบของ TALC จะเปลี่ยนไปแต่จะขึ้นอยู่กับ 1) Rate of Development อัตรา/จังหวะของการพัฒนา 2) Access การเข้าถึง 3) Government Policy นโยบายภาครัฐ 4) Market Trends แนวโน้มการตลาด 5) Compelling destination ความสามารถแข่งขัน

วงจรชีวิตของพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยว (The Tourist area life-Cycle)(TALC)

1. ช่วงการสำรวจ (Exploration Stage) ในช่วงนี้ Destination จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นประเภทนักท่องเที่ยว ซึ่งหลีกเลี่ยงการไปเที่ยวสถานที่ ๆ มีการจัดการและเคยไปแล้วในช่วงสำรวจ ความงามธรรมชาติ ขนาดของพื้นที่วัฒนธรรมของจุดหมายปลายทางจะเป็นจุดดึงดูดสำคัญ แต่จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย สืบเนื่องมาจากการเข้าถึงได้ยากและขาดสิ่งอำนวยความสะดวก ในช่วงสำรวจนี้เสน่ห์ของ Destination จะอยู่ตรงจุดที่ว่าพื้นที่ยังคงเป็นธรรมชาติ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากโดยการพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีความใกล้ชิดกับเจ้าบ้านท้องถิ่น ตัวอย่างของ Destination ยุคสำรวจ ได้แก่ บางส่วนของลาตินอเมริกาและบางส่วนของอาร์คติกของแคนาดา

2. ช่วงเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง (Involvement Stage) กับการท่องเที่ยวในช่วงนี้ชุมชนท้องถิ่นจะต้องตัดสินใจว่าจะต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นที่ของตนหรือไม่ ถ้าต้องการ ชุมชนต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทไหน ในระดับใด จะเริ่มมีการริเริ่มโดยชุมชนในอันที่จะจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และเริ่มทำการโฆษณา Destination ซึ่งจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอในฤดูกาลใด ฤดูกาลหนึ่งและลูกค้าของ Destination จะปรากฏชัดเจนขึ้นและอันจะแรงกดดันภาครัฐของพื้นที่ที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการสาธารณูปโภคและจัดให้มีองค์กรบริหารจัดการและกระบวนการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการเข้ามาเกี่ยวข้องของชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดนี้ควรก่อให้เกิดความมั่นใจว่า มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของ Destination ตลอดจนการตั้งกฎระเบียบ หลักการของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับ Destination ตัวอย่างของการท่องเที่ยวรูปแบบช่วงเริ่มต้น ได้แก่ เกาะเล็ก ๆ ที่ยังไม่พัฒนามากในแปซิฟิกแคริเบียนและในประเทศเยเมน

3. ช่วงการพัฒนาการท่องเที่ยว (Development Stage) ในช่วงนี้จะมีการท่องเที่ยวจำนวนมากไหลเข้ามาใน Destination โดยเฉพาะในช่วง Peak หรือ High Season อาจจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับจำนวนประชากรในพื้นที่หรือมากกว่า องค์กรจัดการการท่องเที่ยวอาจจะ

เปลี่ยนมือ ออกจากการควบคุมของชุมชนท้องถิ่นและบริษัทภายนอกพื้นที่ที่จะเคลื่อนเข้ามา เพื่อจัดหาสินค้าและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว บริการเหล่านี้จะมีเป้าหมายที่แตกต่างและมีตารางเวลาที่ไม่เหมือนชุมชนท้องถิ่น ในส่วนที่เกี่ยวกับความยั่งยืนของการพัฒนาและปัญหาที่จะเกิดขึ้นในช่วงนี้ ถ้าชุมชนท้องถิ่นอ่อนแอในการตัดสินใจ การควบคุมของภาครัฐก็อาจมีผลกระทบ การวางแผนระดับภูมิภาคและระดับชาติจะมีความจำเป็นต้องเกิดขึ้นในบางส่วนเพื่อแก้ปัญหาและเพื่อทำการตลาดจุดหมายปลายทางไปยังประเทศที่ส่งออกนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ช่วงนี้เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญเพราะสิ่งอำนวยความสะดวกและธรรมชาติการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป จะทำให้ Destination เปลี่ยนแปลงไป และปัญหาการใช้พื้นที่มากเกินไปอาจเกิดขึ้นแม้แต่สิ่งอำนวยความสะดวกก็จะเสื่อมลง ตัวอย่างช่วงดังกล่าว เช่น บางส่วนของแมกซิโกและชายฝั่งทะเลอเมริกาเหนือ

4. ช่วงการพัฒนาที่หนักแน่นมากขึ้น (Consideration Stage) ในช่วงนี้อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลง ถึงแม้ว่าจำนวนในภาพรวมจะยังคงเพิ่มขึ้นและมากกว่าจำนวนเจ้าบ้าน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเติบโตเต็มที่ในพื้นที่พร้อมด้วยขนาดธุรกิจ นันทนาการที่เห็นได้ชัดเจน จุดหมายปลายทางในทะเลแคริบเบียนและทะเลเมดิเตอร์เรเนียนเป็นตัวอย่างของช่วงนี้

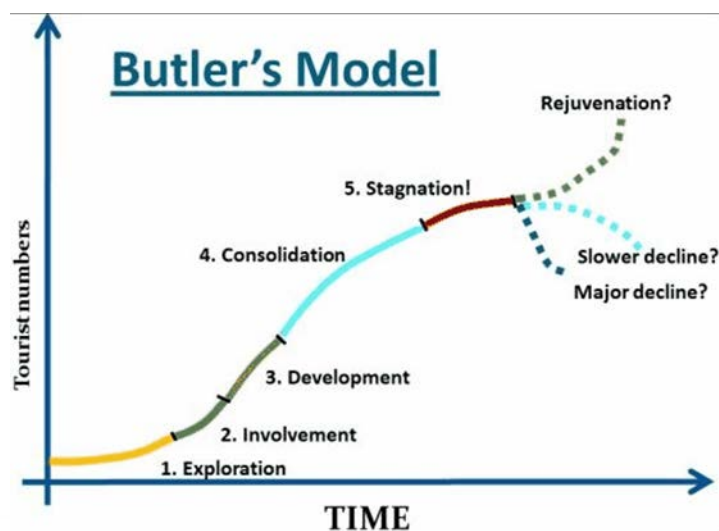
5. ช่วงการพัฒนาการท่องเที่ยวถึงจุดอิมตัว (Stagnation Stage) ในช่วงนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวมากได้มาถึงจุดสูงสุด Destination ก็ไม่เป็นที่นิยมอีกต่อไปแล้ว ยังคงมีลมหายใจอยู่ต่อไปได้โดยพึ่งนักท่องเที่ยวที่มาซ้ำจำนวนน้อย การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกด้านท่องเที่ยวใน Destination ก็ลดลงอย่างฮวบฮาบ โดยทั่วไปในช่วงนี้ และจำเป็นต้องพัฒนาพื้นที่มากขึ้นเพื่อที่จะรักษานักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่ยังพอมีเหลืออยู่บ้าง ในช่วงนี้ Destination จะเต็มไปด้วยปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ พร้อม ๆ กัน ในขณะเดียวกัน การแข่งขันกับ Destination ที่มั่นคงอยู่ตัวแล้วจำนวนหนึ่งอีกด้วย Costa Brava เป็นตัวอย่าง

6. ช่วงเสื่อมกลางของจุดหมายปลายทาง (Decline Stage) ในช่วงนี้ Destination จะสูญเสียลูกค้าให้กับ Destination สด ๆ ใหม่ ๆ ที่น่าเที่ยวมากกว่า จะมีลูกค้าจากพื้นที่ภูมิภาครอบ ๆ ซึ่งเดินทางมาแบบเข้าไปเยือนกลับหรืออาจมาเฉพาะช่วงสุดสัปดาห์ อย่างไรก็ตาม Destination ไม่ควรถอดใจและปล่อยตัวยอมรับชะตากรรมของช่วงเสื่อมกลางนี้ว่าเป็นสิ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ควรแสวงหาแนวทางที่จะฟื้นฟู Destination ให้กลับคึกคักขึ้นมาใหม่ โดยอาจหาลูกค้าใหม่ ค้นหาลักษณะของ Destination ใหม่หรือหาทางใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในบทบาทใหม่ ๆ

7. ช่วงฟื้นฟูจุดหมายปลายทาง (Rejuvenation State) ผู้จัดการ Destination อาจตัดสินใจปรับปรุงฟื้นฟูพื้นที่ให้กลับมามีชีวิตชีวามากขึ้น โดยอาจมองลูกค้าใหม่ ๆ หรือสร้างสินค้าใหม่ ๆ การคิดนำสิ่งอำนวยความสะดวกรูปแบบใหม่เข้ามาติดตั้งเช่น คาสิโนก็เป็นสิ่งที่ทำกันมาก Destination ต้องพยายามรักษาลูกค้าเก่าไว้ให้ได้ โดยพยายามพาลูกค้าใหม่ สินค้าตัวใหม่ เช่น อาจหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวการจัดการประชุมในรูปแบบ MICE Tourism หรือการท่องเที่ยวความสนใจเฉพาะด้าน ทั้งหมดนี้เพื่อพยายามให้ยังคงมีการเข้าพักที่อยู่ตัวบ้าง อาจจะมีการหาแนวทางจัดการท่องเที่ยวเฉพาะฤดูกาล และพยายามลดการพึ่งพาลูกค้าที่ไม่กลับมา

อย่างไรก็ตาม ยุทธศาสตร์ฟื้นฟู Destination เป็นสิ่งที่ทำได้ยากเพราะผู้จัดการ Destination กำลังต้องปรับปรุงอาคารสถานที่ด้านการท่องเที่ยวมากกว่าจัดการกับตัวสินค้าท่องเที่ยวสำหรับลูกค้า ในความเป็นจริง ก็จะทำให้เกิดการล่มสลายทั้งของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์และวงจรชีวิตของ Destination เหมือน ๆ กัน ก็เพราะว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นผูกติดกับวิถีชีวิตของ Destination และงานสนับสนุนทั้งหมดให้แก่บริการและงานขนส่งต่าง ๆ ตัวอย่างช่วงนี้ได้แก่ Destination ในสเปน (พยอม ธรรมบุตร, 2557) TALC วงจรชีวิตของ Destination เป็นกรอบที่ทำให้เราเข้าใจวิวัฒนาการของพื้นที่และของลูกค้านั้น TALC จะเปลี่ยนแปลงและหลากหลายไปตามปัจจัยด้าน Supply-Side เช่น การลงทุน ขีดจำกัดด้านการรองรับ ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวและการมีการวางแผน อย่างไรก็ตาม Destination มีการเผชิญกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งก็จะเข้ากับวิวัฒนาการด้านลูกค้าทั้งด้านคุณภาพและปริมาณคลื่นของลูกค้านั้นซึ่งมีจำนวนมากขึ้นน้อยต่าง ๆ กัน ประเภทลูกค้าที่หลากหลายซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน มีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน มีความต้องการที่หลากหลาย ลูกค้าเหล่านี้เป็นผู้เข้ามาพักใน Destination ในทุกช่วงของวงจรชีวิตของ Destination TALC เป็นเครื่องมือนำไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ Destination หรือการพยากรณ์ แต่อาจมีปัญหา ดังนี้

- 1) เป็นการที่จะกำหนดขั้นตอนและช่วงต่าง ๆ โดยเฉพาะช่วงที่จะมีการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งสู่อีกช่วงหนึ่ง
- 2) เป็นการที่จะหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ในระยะยาวเพื่อหา Curve ของ TALC
- 3) อันตราย จากการที่ผู้วางแผนอาจได้ตอบกับสัญญาณเตือนภัยที่ไม่เป็นจริง ซึ่งก็อาจจะได้รับอิทธิพลจากการเข้าไปจัดการเช่นกัน
- 4) อันตรายจากยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นเองในแต่ละช่วง
- 5) จากความเป็นจริงที่ว่า ข้อมูลถูกรวบรวมมาจากการสะสมทีละเล็กทีละน้อย ทำให้เกิดการตีความได้หลากหลาย อย่างไรก็ตามวงจรชีวิตของ Destination ที่มีอยู่ชัดเจน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ทและภูมิภาค และ Curve สำหรับการแบ่งตลาดประเภทต่าง ๆ หมายถึง ลูกค้าประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลาย



ภาพ 10 แสดง Butler's Tourism Life Cycle Model

ที่มา: พยอ ม ธรรมบุตร, 2557

Butler (1980) เป็นคนแรกที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีอิทธิพลต่อวงการท่องเที่ยวอย่างยิ่งย่น โดยโมเดลนี้ได้เสนอแนวคิดต่าง ๆ ไว้ว่าในแต่ละขั้นของวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อเรื่องต่อไปนี้ 1) จำนวนและประเภทของนักท่องเที่ยว 2) ระดับการมีปฏิสัมพันธ์และรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว 3) อัตราการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว และ 4) ผู้มีอำนาจควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดย Butler ได้เสนอแผนภูมิหรือโมเดลเกี่ยวกับวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว

Butler เชื่อว่าในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวมีกาพัฒนาและดำเนินไป ปัญหาต่าง ๆ จะเกิดขึ้นตามมา เนื่องจากคนนอกพื้นที่เริ่มเข้าไปควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนกับผู้มาเยี่ยมเยือนก็จะเปลี่ยนแปลงไปเป็นในลักษณะที่เป็นทางการมากขึ้น ในหลักของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เราจะต้องพยายามชะลอหรือป้องกัน ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าวขึ้น ในขณะที่เดียวกันจะเห็นได้ว่าในวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจะมีช่วงหนึ่งที่แหล่งท่องเที่ยวจะนำไปสู่สิ่งที่ไม่พึงปรารถนา ได้แก่ รายได้ของแหล่งท่องเที่ยวลดลง ภาวการณ์มึงานทำของคนในแหล่งลดลง โครงสร้างพื้นฐานไม่มีการใช้ให้คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป อาคารสถานที่ถูกปล่อยทิ้งร้างหรือใช้ประโยชน์น้อยกว่าที่ควร รวมถึงขวัญและกำลังใจของคนในท้องถิ่นเสียไป

ในแง่ของความยั่งยืนจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมีวงจรชีวิตที่สั้นลงเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมักจะหาแหล่งท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมีวงจรชีวิตที่สั้นลงเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมักจะหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไปเรื่อย ๆ อีกสาเหตุอีกประการหนึ่งก็คือ มีการแข่งขันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีมากขึ้นและมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่เกิดขึ้นมากด้วย

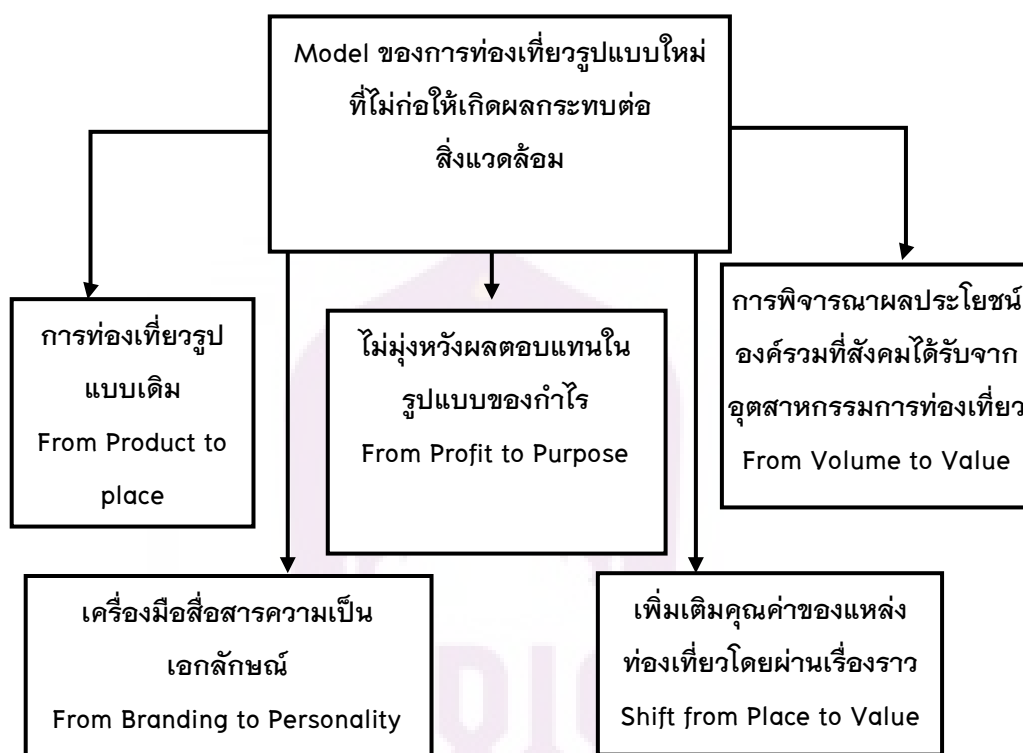
แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีการชะลอตัวและการหดตัว อันเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ นั้น จะทำให้มีวงจรชีวิตสั้นลง ก็จะเป็นอันตรายสำหรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากทฤษฎีของ Butler พบว่า ความจริงแล้วเส้นโค้งวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเส้นโค้งปรกติ แต่จะเป็นเส้นโค้งที่ขึ้น ๆ ลง ๆ ตามปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีนักท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น เมื่อประเทศไทยประสบปัญหาลดค่าเงินบาทในช่วงปี พ.ศ. 2540 ทำให้กระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นและหดตัวลงเมื่อเกิดการประท้วงหรือเกิดโรคระบาด เป็นต้น จึงทำให้เส้นโค้งวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละประเทศไม่ใช่เส้นโค้งที่ปรกติ อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีของ Butler ก็ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจมีความเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันจึงทำให้ขึ้นวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังนั้น ทฤษฎีวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เทคนิคที่มีความแม่นยำที่เที่ยงตรงที่จะนำไปใช้ได้กับการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพียงแต่ทฤษฎีนี้จะมีประโยชน์ที่จะบอกให้ทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีขั้นตอนแห่งวิวัฒนาการอย่างไรเท่านั้น (เลิศพร ภาระสกุล, 2556)

อย่างไรก็ตาม เราอาจสรุปได้ว่า TALC ยังเป็นกรอบเพื่อที่พิจารณาการพัฒนา Destination ที่ใช้งานได้ดี ถึงแม้ว่าจะเกิดความเข้าใจในภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงไปแล้ว และเป็นแนวทางเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง Destination และวิวัฒนาการด้านการตลาด (พยอม ธรรมบุตร, 2557)

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสูง และสร้างผลกระทบทางลบต่ำ Ms. Anna Pollock ประธานบริษัท DestiCorp ประเทศอังกฤษ ได้นำเสนอปรากฏาพิเศษแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่า และสร้างมลภาวะต่ำโดยได้นำเสนอการคาดการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายการดำเนินงาน กำลังจะก้าวไปสู่ช่วงภาวะถดถอย ตามกฎวงจรชีวิตของสินค้า (Product Life Cycle) ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบอุตสาหกรรมขณะนี้เติบโตจนถึงจุดสูงสุด และกำลังเผชิญกับกฎการลดลงของผลผลิต จึงควรต้องมีการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว เพื่อช่วยรักษาอัตราการเติบโต

ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จะอยู่รอดและประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังได้นำเสนอ Model ของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ไม่ง้อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก, 2558, สื่อออนไลน์) ดังนี้



ภาพ 11 แสดง Model ของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ไม่ง้อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ที่มา: สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก, 2558, สื่อออนไลน์

1. การท่องเที่ยวรูปแบบเดิม (From Product to Place) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมักจะทำตลาดเพื่อขายสินค้าเฉพาะอย่าง ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น โรงแรม และกิจกรรมนำเที่ยว โดยไม่ได้คำนึงถึงการนำเสนอคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของสินค้าเหล่านั้นรวมเข้าไปด้วย ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว โดยพ่วงการนำเสนอความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูเขาน้ำร้อน แวนคูเวอร์ และซามัว เป็นต้น ซึ่งแต่ละแห่งต่างมีลักษณะความ

แตกต่างของแต่ละพื้นที่ มีความเก่าแก่ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งเรื่องราวประวัติศาสตร์ รากของชุมชนแต่ละแห่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจะเป็นเรื่องราวที่ดึงดูดสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนได้มากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และรู้สึกเกิดความภาคภูมิใจในประสบการณ์จากการได้เดินทางมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพิเศษเหล่านั้นทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง สามารถเปรียบได้กับผู้ผลิตที่สามารถผูกขาดการผลิตได้แต่เพียงรายเดียว ตามหลักการกฎของราคา เมื่อสินค้ามีปริมาณน้อยหายาก สินค้านั้นย่อมมีราคาสูง ดังนั้นในเมื่อสินค้าการท่องเที่ยวมีปริมาณน้อย จึงไม่สมเหตุผลในการลดราคา หรือขายการท่องเที่ยวในราคาถูกลงแต่อย่างใด

2. จากการสร้างแบรนด์สู่ลักษณะเฉพาะ (From Branding to Personality) ในการทำงานด้านการตลาดต่างประเทศต่าง ๆ มักมีการนำเสนอตราสัญลักษณ์ (Brand) เป็นเครื่องมือสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ และตัวตนด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้อื่น ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ จดจำได้ โดยให้ความสำคัญในลำดับต้น ๆ ว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเยี่ยมเยือน แต่ในความเป็นจริงแล้วนักท่องเที่ยวหลาย ๆ คนแทบจะไม่สังเกตเห็น ตราสัญลักษณ์ที่ประเทศต่าง ๆ จัดทำขึ้นเลย ขณะเดียวกันการให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับวิถีชีวิตที่แท้จริง และรู้ได้ถึงเอกลักษณ์ความแตกต่างกันของแต่ละประเทศ แม้ว่าประเทศเหล่านั้นจะมีลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน ตัวอย่างเช่น ทิเบต เนปาล ลิกซิม เป็นต้น

3. จากผลกำไรสู่จุดมุ่งหมาย (From Profit to Purpose) เป้าประสงค์ของการท่องเที่ยวไม่ควรมุ่งหวังผลตอบแทนในรูปแบบของกำไร หรือเม็ดเงินที่จะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว เป้าหมายที่แท้จริงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เกี่ยวข้องโดยรวม ตัวชี้วัดประการหนึ่งที่น่านำมาพิจารณาความสำเร็จขององค์กร ซึ่งวัดได้ด้วยดัชนีความสุขมวลรวม (Gross Happiness Index) ทั้งนี้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว อาทิ ผู้ประกอบการด้านโรงแรม ผู้ประกอบการนำเที่ยว ผู้ประกอบการให้เช่ารถยนต์ ควรเป็นผู้นำในการดำเนินงาน โดยนำเสนอว่าธุรกิจของพวกเขาจะนำสิ่งที่ดีกลับคืนมาสู่สิ่งแวดล้อม และสังคมอย่างไร

4. จากสถานที่สู่คุณค่า (Shift from Place to Value) นอกจากการนำเสนอความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การเพิ่มเติมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านเรื่องราวความเป็นมาของเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ จะยิ่งเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะถ้าการนำเสนอเรื่องราวเหล่านั้นให้ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม ทั้งนี้การเรียนรู้ความเป็นมาของชุมชนอาจทำได้ผ่านบทกวี หนังสือนิทาน เพลง การแสดงพื้นเมือง อาหารและศิลปหัตถกรรม

เป็นต้น แล้วให้เจ้าของท้องถิ่นนั้นเป็นผู้ถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงการมีประสบการณ์ร่วมกับสิ่งดังกล่าวจะยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ มากขึ้น

5. จากจำนวนสู่คุณค่า จากปริมาณสู่คุณภาพ (From Volume to Value From Quantity to Quality) มีการให้คำนิยามความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเสียใหม่ จากการมุ่งเน้นอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ไปสู่การพิจารณาผลประโยชน์องค์รวมที่สังคมได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยในเบื้องต้นอาจพิจารณาจากการนับอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยว การควบคุมการออกใบอนุญาตประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว เช่น สถานประกอบการโรงแรมและบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น เพื่อจำกัดปริมาณทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ให้มีปริมาณมากเกินไปจนกระทบต่อระดับราคาการท่องเที่ยวโดยรวม

Buckley (1993) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง “การท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและการทำนุบำรุงรักษาทั้งด้านกิจกรรมและกระบวนการภายใต้บริบทของชุมชนและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความสถาพรของระดับคุณค่าและไม่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียต่อสภาพทางกายภาพและการดำรงชีวิตของมนุษย์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต”

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยต้องเป็นการจัดการที่ยั่งยืนและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อสนองตอบความต้องการของคนยุคปัจจุบันและมีทรัพยากรเหลือไว้ใช้ในยุคต่อไปได้ใช้เพื่อสนองตอบความต้องการได้เช่นกัน จากกระแสความคิดในการที่จะปรับกระบวนการและวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวรวมทั้งมีการเรียกร้องให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ทวีความรุนแรงและต่อเนื่องมากขึ้นมีการโจมตีการท่องเที่ยวมากขึ้นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อมทั้งของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและชุมชนเป็นเหตุให้มีการจัดประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาแบบยั่งยืนขึ้นที่เมืองแวนคูเวอร์ประเทศแคนาดา หรือที่เรียกกันว่า Globe' 90 Conference การประชุมในครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาแบบยั่งยืนที่จะเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากผลการประชุมในครั้งนี้ได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า “เป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันในขณะที่เดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังจึงมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและสุนทรียภาพพร้อมทั้งรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สุดอย่างยั่งยืนยาว

ลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการดังนี้ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้อกับ ธรรมชาติและวัฒนธรรม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์, 2545)

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว
2. การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย
3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

6. เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว

7. การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา

8. เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติ ในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุก ๆ ระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

10. การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล, 2545)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติและ ความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถอบประสพการณ์นันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึงการเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึงความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548, สื่อออนไลน์) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรทั้งหมดในลักษณะ

ที่สามารถตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจสังคมและสุนทรียภาพในขณะเดียวกันก็สามารถรักษาความสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมกระบวนการที่จำเป็นความหลากหลายทางชีววิทยาและระบบสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งในด้านสังคมเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม โดยการคำนึงถึงความสมดุลอย่างยั่งยืนระหว่างการบริโภคประชากรและความสามารถในการรองรับของพื้นที่นั้น ๆ รวมถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมและมีรายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นแต่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีไว้ได้มีการศึกษาและวางแผนเพื่อส่งเสริมให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างคุ้มค่าและยาวนานที่สุด

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้กล่าวถึงหลักการที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ ดังนี้

1. มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติ (Carrying Capacity) ในการทดแทนฟื้นฟูให้สามารถผลิตและให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดไปโดยไม่ลดทอนหรือเสื่อมโทรมลงตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Local Participation) และความต้องการของชุมชน (Local needs)
2. มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น (Equity)
3. ให้ประสบการณ์ันทนาการที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว (Quality of Experience)
4. ให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ที่ทรัพยากรและวิถีชีวิต (Education and Understanding)
5. เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและใช้วัสดุในท้องถิ่น (Local architecture and local material)
6. เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนาระดับท้องถิ่นภูมิภาคและระดับประเทศ (Integration of sustainable tourism to local, regional and national plans)
7. เน้นข้อมูลพื้นฐานที่ฐานเพื่อเป็นฐานการตัดสินใจและการติดตามตรวจสอบ (Information and monitoring)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558, สื่อออนไลน์) ได้กำหนดถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับหลักการขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ดังนี้

- 1) คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับสภาพทางกายภาพชุมชน
- 2) ต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ต้องก่อให้เกิดการกระจายรายได้ (ผลประโยชน์)

อย่างเท่าเทียมกัน 4) การจัดการพื้นที่ที่ต้องเป็นไปด้วยความยินดีของประชาชนในชุมชนในพื้นที่นั้น

Gerald and Robert (1993) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ว่า “เป็นการยากที่สุดที่จะแยกสิ่งมีชีวิตออกจากสิ่งไม่มีชีวิตระหว่างสรรพสิ่งทั้งหลายบนผิวโลกต้องอาศัยพึ่งพากันและกันเกี่ยวข้อยกกันอย่างลึกซึ้งซึ่งแยกออกจากกันไม่ได้ดังนั้นระบบนิเวศซึ่งรวมสิ่งมีชีวิตได้แก่มนุษย์สัตว์พืชสิ่งแวดล้อมรวมทั้งเปลือกโลกต่างเป็นสิ่งมีชีวิตไม่รูปใดก็รูปหนึ่งและมีความเป็นไปได้ว่าโลกนี้มีชีวิตได้จริงรับรู้เรื่องที่เกิดขึ้นกับมันได้โลกแก้ไขและปรับตนเองได้ มีวิวัฒนาการได้สามารถจัดองค์การตนเองด้านสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้มนุษย์เป็นเพียงส่วนย่อยในระบบนิเวศแต่มีอิทธิพลสำคัญในการสร้างผลกระทบอย่างมหาดศาล”

จึงเห็นได้ว่าการบูรณาการอย่างยั่งยืนต้องมีการจัดระเบียบที่ดีทรัพยากรปัจจุบันจึงจะอยู่ได้ถึงลูกหลานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงหมายถึงแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธรรมชาติและพัฒนากิจการส่วนคำว่ายั่งยืนเป็นกลยุทธ์นำไปสู่การจัดกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมคำนึงถึงระบบนิเวศพัฒนาอย่างต่อเนื่องรักษาธรรมชาติให้อยู่ได้ในระยะยาว

ประเภทของการท่องเที่ยว

ศรัณญา วรากุลวิทย์ (2546, หน้า 15-20) แบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการประชุมขององค์การสหประชาชาติ เกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวที่ได้จัดตั้งขึ้นในกรุงโรมประเทศอิตาลี ในปี ค.ศ. 2506 ในที่ประชุมได้สรุปว่าการเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากเหตุผลของนักท่องเที่ยว ดังนี้ การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation) การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study) การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relatives หรือ VFR) การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mission)

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากลมีลักษณะดังต่อไปนี้ การท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการมีรูปแบบ ดังนี้ กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism)

กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long-Haul) กับการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short-Haul) กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติมิตร การประชุม เพื่อสุขภาพ กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืนกับการพักเยี่ยม (Staying Visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวแบบ Home stay และ Long stay ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวได้รับความนิยมสูงและเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนำเที่ยวทั่วโลก กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทาง อาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียวหรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel and Visits)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 15-18) แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้ 5 ประเภท

1. แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ

1.2 การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้น ๆ

2. การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางสามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 3 รูปแบบ คือ

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วันแรกให้ไปท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสมอ ลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของสังคม 3) การท่องเที่ยว

เชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อนสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจ การออกกำลังกายโดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม 4) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention) เป็นการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มี การศึกษาดูงานและทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนาก็อาจเดินทางไปดูงานหรือทัศนศึกษาเองก็ได้

3. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

3.1 การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism-GIT หรือ ALL Inclusive Tourism-AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับ ยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวโดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวก เต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism-FIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง หรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

4. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ

4.1 การท่องเที่ยวตลาดหรูหร่า (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหร่า

4.2 การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาที่ถูกลง โดยให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อย แต่ปริมาณมาก

5. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

5.1 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวมุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรมและให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว

อย่างสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นพร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวคู่วิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 15-18)

ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System)

ศาสตร์ต่าง ๆ ต่างมีแนวทางวิธีศึกษาวิจัยการท่องเที่ยวในรูปแบบเฉพาะของศาสตร์นั้น ๆ เช่น อาจวิจัยการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจหรือเชิงพื้นที่ภูมิศาสตร์กายภาพ ทางเลือกใหม่ของการศึกษาวิจัยการท่องเที่ยวคือแนวทางวิจัยรูปแบบ Post Disciplinary Approache ดังเช่น Fig.1.1 ซึ่งแสดงถึงการพยายามที่จะบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่หลากหลายโดยให้ทุกศาสตร์พุ่งไปที่การท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นศูนย์การของการศึกษาวิจัยและศาสตร์ต่าง ๆ จะถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาวิจัยการท่องเที่ยวไม่ใช่เพื่อศึกษาวิจัยศาสตร์นั้น ๆ เพื่อตั้งศาสตร์ตัวเอง

ระบบการท่องเที่ยว ซึ่ง Leiper (1979 อ้างอิงใน สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ, 2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวไม่ใช่เป็นอุตสาหกรรม แต่เป็นระบบเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยว มีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลและแรงกระตุ้นแตกต่างกันไป จากนั้นจึงเริ่มหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แล้วจึงตัดสินใจเดินทางจากที่อยู่เดิม โดยอาศัยการคมนาคมรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งไปยังจุดหมายปลายทาง และ ณ จุดหมายปลายทางแห่งนั้นนักท่องเที่ยวก็เกี่ยวข้องประสบการณ์จากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย

ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่ง Leiper กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็น “Partial Industrialization” มี 2 ส่วน คือ

1. เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน โดยนักท่องเที่ยวซื้อบริการจากภาคเอกชน
2. ไม่มีการแลกเปลี่ยน ไม่ได้มีไว้เพื่อขาย แต่หากเป็นสาธารณสมบัติ เช่น ชายหาดที่สวยงามคนไทยที่มีความเอื้ออาทร วัฒนธรรมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ สิ่งเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของภาคเอกชน และเป็นส่วนที่ต้องแบ่งปันและใช้ร่วมกันระหว่าง

นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน ซึ่งส่วนนี้ทำให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีลักษณะแตกต่างจากการขายสินค้าอื่น ๆ เพราะจะต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน ต้องอาศัยความร่วมมืออย่างใกล้ชิด การท่องเที่ยวจึงจะน่า ประโยชน์ไปสู่ทุกฝ่ายอย่างแท้จริง (จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ, 2554, หน้า 13)

ระบบการท่องเที่ยว (The Tourism Sector) ได้แก่ ของพื้นที่จุดหมายปลายทางซึ่งรวมถึงการจัดการธุรกิจทุกประเภท เพื่อนำส่งสินค้าทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึง เช่น บริษัททัวร์ บริษัทจัดทัวร์ แหล่งท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ การโรงแรม ภัตตาคาร ฯลฯ การขนส่ง องค์ประกอบทุกส่วนร่วมกันประสานงานกัน เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวในบริบทที่การท่องเที่ยวกำลังเกิดขึ้น ความขัดแย้งอาจจะอยู่ตรงจุดที่ว่า ภาคอุปสงค์หรือ Demand คือ ลูกค้าตัวนักท่องเที่ยวต้องการบริการที่ดีที่สุด ในขณะที่ Supply Side คือ ธุรกิจที่หลากหลายบนพื้นที่จุดหมายปลายทางเป็นธุรกิจที่แยกเป็นส่วนเล็กส่วนน้อย ซึ่งขาดความยืดหยุ่นและอยู่ภายใต้การลงทุนที่มีต้นทุน มุ่งแสวงหากำไร เนื่องจากมักมีความไม่มั่นคงด้านการเงินในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Model ของ Leiper มีความเรียบง่ายและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้เพื่อพิจารณาการท่องเที่ยว ในประเด็นต่อไปนี้

1. Model นี้สามารถนำแนวทางระหว่างศาสตร์มาผสานกันเพื่อศึกษาวิจัยการท่องเที่ยว เพราะไม่ได้ลุ่มลึกลงไปศาสตร์เดียว แต่นำเสนอกรอบของการศึกษาวิจัยโดยใช้แนวทางศึกษาของศาสตร์ต่าง ๆ ไปด้วยกัน

2. มีความเป็นไปได้ที่จะใช้ Model นี้ในการวิจัยระดับและขนาดต่าง ๆ หรือระดับทั่วไป ตั้งแต่วิจัยริสอร์ทท้องถิ่น ถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนานาชาติ

3. Model มีความยืดหยุ่นและสามารถนำรูปแบบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว พาหุลอมรวมเข้าด้วยกัน โดยแสดงให้เห็นถึงลักษณะร่วมขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่น เราอาจวิเคราะห์มรดกวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไปด้วยกัน ไม่ใช่ว่าจะต้องหาแนวทางใหม่เพื่อศึกษา EcoTourism เพียงแต่จะต้องมีการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะขององค์ประกอบของ EcoTourism System ในการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เพราะการท่องเที่ยวทุกประเภทต้องเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ EcoTourism จึงจะเกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

4. Model นี้แสดงถึงหลักการสำคัญอย่างยั่งยืนของการศึกษาการท่องเที่ยว ทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันลึก ๆ จริง ๆ เรากำลังศึกษาระบบของลูกค้านับ Suppliers ผู้กำลัง Demand และ Supply สินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการ ระบบที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์เท่านั้นจะทำให้เข้าใจระบบท่องเที่ยว (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว

เมื่อเรากล่าวถึงสิ่งแวดล้อม หมายถึงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้าง แหล่งประวัติศาสตร์โบราณคดี ตลอดจนภูมิสถาปัตยกรรมของ Destination ซึ่งหมายถึงระบบนิเวศในภาพรวมของพื้นที่ ซึ่งเป็นระบบที่จำเป็นสำหรับการมีชีวิตอยู่รอดของมนุษย์ชาติ แต่เราก็มีความรู้ค่อนข้างมากเกี่ยวกับว่าระบบนิเวศของโลกนั้นจะสามารถทนต่อความกดดันไปได้ อีกนานเท่าใด และในความถูกต้องนั้นเราก็ไม่รู้ว่า ผลรวมของการกดดันทำลายระบบนิเวศทั่วโลกมีเท่าไร การท่องเที่ยวสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโลก แต่ก็ยังรู้สึกว่ามีส่วนน้อยจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่มีเงินพอจะท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ที่กำลังดำเนินไประหว่างการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเริ่มต้นเป็นหัวข้อที่มีผู้คนให้ความสนใจตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. 2513 ซึ่งแท้ที่จริงการอภิปรายเรื่องนี้มีมานานแล้ว ก่อนหน้านั้นการท่องเที่ยวหลายประเทศขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมและคุณภาพของทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเทือกเขาร็อกกีในแคนาดา หรือท่องเที่ยวซาฟารีดูสัตว์ในแอฟริกา

การท่องเที่ยวนอกจากจะสร้างการลงทุนเพื่อดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของโลกแล้วยังเป็นช่องทางในการให้การศึกษาและปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ สถานที่ที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวบนผืนโลกมักจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนและระบบนิเวศในสถานที่เหล่านี้จะมีความเปราะบางและอ่อนแอเป็นที่สุดต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การมาเยือนจะเกิดขึ้น “บนพื้นที่” (space) และในช่วงเวลาซึ่งจะนำมาซึ่งความกดดันต่อแหล่งท่องเที่ยวและ Destination ความเป็นจริงอีกประเภทหนึ่ง Cooper (1958) สรุปว่า เราไม่เคยคิดราคาต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเลย และความตึงเครียดเกิดขึ้นเสมอระหว่างจุดหมายที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในระยะยาวกับความต้องการที่จะพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวระยะสั้นเพียงเพื่อสร้างกำไรของนายทุนและภาครัฐที่มุ่งแสวงหากำไรจากการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ความตึงเครียดจะเกิดจากการอภิปรายกันทั่วโลกว่าเราจะจัดการกับปัญหาได้อย่างไร และในหัวข้อที่การท่องเที่ยวและการเคลื่อนย้ายของผู้คนทั่วโลกก็เป็นหัวข้อย่อยที่สำคัญ (พยอม ธรรมบุตร, 2557)

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวสามารถใช้ในการแบ่งตามเกณฑ์ต่าง ๆ ออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามการตลาด และการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามการจัดการ

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้ การทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของ UNESCO (2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่โดยผ่านประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ การเติบโตของการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นในทุก ๆ ปีนักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ โดยบริโภคทรัพยากรต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ยิ่งจะได้รับผลกระทบมากเป็นพิเศษ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามา หากไม่ได้วางแผนการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างเป็นระบบ อาจจะทำให้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นตกต่ำลงส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้เกิดผลทางด้านลบ และสุดท้ายทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นหมดคุณค่าในที่สุด (Russo, 1995) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีตัวตนจับต้องได้ (Tangible Product) จึงมีโอกาที่จะสูญสลายและหมดไป หากมีการใช้ทรัพยากรไปอย่างต่อเนื่อง แนวคิดของ Prentice and Andersen การขยายประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเป็นดังสินค้าเป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ เนื่องด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างใหม่ขึ้นได้เรื่อย ๆ เสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นคำที่ใช้เรียก รูปแบบการท่องเที่ยวที่นำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เป็นโอกาสที่ผู้มาเยือนจะได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ กับประชาชนจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นทักษะการเรียนรู้ที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมของประเทศหรือชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนานักท่องเที่ยวให้มีศักยภาพที่จะเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงสภาพสังคมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมและเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่นักท่องเที่ยวไปเยือน นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง มีความยืดหยุ่นในการเดินทางและสามารถสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวได้

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” สร้างโดยริชาร์ดและเรย์มอนด์ (Richard and Raymond) ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากประสบการณ์การท่องเที่ยวในเอเชีย คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย

และออสเตรเลีย ในช่วงปี 2542-2543 ของลูกสาวเรเมนต์ ที่ได้เขียนเล่าถึงประสบการณ์ ที่ได้เล่าถึงประสบการณ์อันน่าประทับใจที่เดินทางท่องเที่ยว โดยได้มีโอกาสเข้าเรียนนวดแผนไทยที่จังหวัดเชียงใหม่หลายสัปดาห์ ก่อนจะเข้าไปเรียนรู้การทำอาหารมังสวิรัตที่บาห์ลี อินโดนีเซีย และไปอบรมช่วงสั้น ๆ เกี่ยวกับการดูแลฝูงแกะและปศุสัตว์ในออสเตรเลีย จึงทำให้ริชาร์ดและเรเมนต์ ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะพื้นที่เป้าหมายที่ได้ไปท่องเที่ยว เป็นการเรียนรู้เพื่อศึกษาและไปเป็นส่วนส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมในประเทศหรือชุมชนที่ได้ไปท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556)

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นทักษะในการเรียนรู้ที่จะเข้าใจถึงวัฒนธรรมของประเทศหรือชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นการพัฒนานักท่องเที่ยวให้มีศักยภาพที่จะเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงสภาพสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนที่นักท่องเที่ยวไปเยือน

นอกจากนี้ ยูเนสโก (UNESCO, 2006) ยังได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีพัฒนาการแบ่งออกเป็น 3 ยุคด้วยกัน คือ

ยุคแรก การท่องเที่ยวยุคใหม่ จากอดีตที่เป็นเพียงการเดินทางไปท่องเที่ยวทะเลและชายหาดเพื่อการพักผ่อน และการใช้เวลาว่างในวันหยุด

ยุคที่สอง ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบของการไปท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและการไปศึกษาศิลปวัฒนธรรมทั้งในด้านการศึกษา อารมณ์ ความรู้สึก สังคมและการปฏิสัมพันธ์ร่วมกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น เปรียบเสมือนนักท่องเที่ยวเป็นคนในท้องถิ่น

ยุคที่สาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต้องการให้มีผู้ที่สามารถบริหารจัดการและสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่แตกต่างจากที่อยู่เดิม ซึ่งหากเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีความหมายที่ลึกและกว้างกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี

Larson and Ankomah (2004) ได้กล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี 5 ลักษณะที่สำคัญไว้ว่า

1. การสร้างสรรค์ จะมีศักยภาพและสามารถเพิ่มมูลค่าได้ง่าย แต่มักจะไม่ค่อยเกิดขึ้น จะต้องผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ประเพณีทางวัฒนธรรมนั้นด้วย

2. การสร้างสรรค์ จะต้องมีการนำนวัตกรรมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

3. เนื่องจากการสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการดังนั้น ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์จะต้องมีความคงอยู่อย่างยั่งยืน มากกว่าการเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ เช่น พิพิธภัณฑสถาน ออนุสาวรีย์ อนุสาวรีย์ อากาศยุคสมัยและลดคุณค่าลง แต่ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ จะคงอยู่ตลอดไปไม่สิ้นสุด

4. การสร้างสรรค์ สามารถเคลื่อนไปอย่าง เป็นพลวัตหรือไม่หยุดนิ่ง มากกว่าที่จะเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้เท่านั้น การสร้างสรรค์ที่ไม่หยุดนิ่ง เช่น ศิลปะ งานฝีมือ ซึ่งมีชีวิตอยู่ตลอดเวลาและไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เหล่านี้ถือเป็นความท้าทายสำคัญ และเป็นจุดหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5. การสร้างสรรค์ ไม่เพียงแต่จะเกี่ยวพันกับความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับคุณค่าอีกด้วย ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์จะต้องสร้างคุณค่าใหม่ ๆ ให้กับยุคปัจจุบันนี้ให้เกิดอย่างรวดเร็ว เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

จากนิยามหรือความหมายอันหลากหลายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ความรู้ใหม่ที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสในช่วงเวลาการพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นการเพิ่มคุณค่าแห่งการท่องเที่ยวส่งเสริมให้ท้องถิ่นเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสธรรมชาติ สภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมในท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมที่จะสามารถสร้างเสริมประสบการณ์ร่วมกัน

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงองค์ประกอบของคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 6 ประการ ได้แก่



ภาพ 12 แสดงคุณลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา: ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทำศิลปะคอมพิวเตอร์ล้านนาจังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถสร้างทักษะด้านการประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ที่เป็นศิลปะพื้นบ้านให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะเพิ่มเติมจากการมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือทำในกิจกรรมดังกล่าว

2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้าโดยที่ไม่เบียดเบียนทรัพยากรจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อมาเป็นสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป

3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นสินค้าทดแทนที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย ชุมชนสามารถใช้วิถีชุมชน

ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันนำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่นโดยที่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งเป็นวิถีประจำวัน หรือวัฒนธรรมของชุมชนซึ่งสามารถแบ่งปันและสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ทั้งชุมชน และตัวนักท่องเที่ยวเอง

6. ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นับได้ว่าเป็นกระบวนการทัศน์และทิศทางใหม่ ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนหย่อนใจ มาสู่การท่องเที่ยวเพื่อให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม ใส่ใจผลกระทบสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว จนนำมาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ถูกท่องเที่ยว ผ่านประสบการณ์จริงที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมปฏิบัติได้ เกิดประสบการณ์และเกิดการเปลี่ยนแปลงผสมผสานทางวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน โดยเกิดประโยชน์ทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556) ในมิติต่าง ๆ ดังนี้

- 6.1 นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน
- 6.2 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
- 6.3 มีความเข้าใจลึกซึ้งทางวัฒนธรรม
- 6.4 มีประสบการณ์การมีส่วนร่วม
- 6.5 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์
- 6.6 เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้เข้าชม
- 6.7 นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 6.8 ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ จากประสบการณ์จริง
- 6.9 จดจำ ประทับใจและเข้าใจ
- 6.10 การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นประโยชน์ในเชิงโครงสร้างที่มีความสำคัญต่อการขยายตัวทางด้านสังคม เศรษฐกิจของชุมชนและประเทศ เป็นการสร้างสรรค์สังคมให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีได้ อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ดีที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดการเรียนรู้ เข้าใจถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมที่ชุมชนมีอยู่

ให้เกิดความรัก ความหวงแหนและความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรมของชุมชน เป็นวิธีการสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อรายได้ของชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพของมรดกทางวัฒนธรรม จัดหาทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนให้สามารถนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพิ่มศักยภาพความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ของชาติและโลกได้

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีเป้าหมายอยู่ที่การร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติ อย่างยั่งยืนภายใต้เงื่อนไขการบีบคั้นจากนโยบาย ที่ทำให้มีการแย่งชิงทรัพยากร (ความรู้ อำนาจ กฎหมายอยู่ในมือของภาครัฐ) โดยกระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว หากชุมชนมีความพร้อมมีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการเข้ามามีบทบาทจัดการการท่องเที่ยวแล้วนั้น ผู้นำชุมชนและแกนนำที่หลากหลาย ตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรีกลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เป็นต้น ร่วมกันประชุมสัมมนาเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการผนึกกำลังความคิดสร้างสรรค์ ประสานแนวคิดของทุกคนให้เห็นเป็นภาพเดียวกัน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำวิสัยทัศน์ที่ได้มากำหนดเป็นเป้าหมาย เป็นทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป

ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

ธนาคารโลก (World Bank) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน ไว้ว่าการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ของชุมชน ผู้ซึ่งต้องได้รับประโยชน์และรายได้อย่างยุติธรรมจากการท่องเที่ยว จากงาน จากการทำจิตความยากจน และไม่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างความภาคภูมิใจในชุมชน และเกิดการรักษาและพัฒนาสมบัติของชุมชน

พจนานุกรม (2546) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยวชุมชนไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

วีระพล ทองมา และประเจต อำนวย (2547) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชนว่า “เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษา

ทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน”

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งส์ตย์ (2553) ได้กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชนต้องทราบถึงหัวใจของการท่องเที่ยวชุมชนก่อน ว่าหากจะดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่สมบูรณ์นั้น ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการพัฒนาการท่องเที่ยว สำหรับความหมายของชุมชนในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชน คือ

1. กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกัน ร่วมเป็นเจ้าของในพื้นที่หนึ่งร่วมกัน และเกิดกระบวนการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคนนั้นขึ้น

2. มีปฏิสัมพันธ์ในสังคมของคนแต่ละคน จนรวมเป็นการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนและองค์กรในพื้นที่เฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามผู้มีส่วนร่วมหลักที่ควรนำมาพิจารณาในกระบวนการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวชุมชนด้วย นอกจากส่วนของชุมชนแล้ว คือ ผู้มีอำนาจตัดสินใจ เช่น ภาครัฐ (Decision Maker) ภาคธุรกิจ (Business Operator) และไมควรรลิมนักท่องเที่ยว (Visitor) ที่ควรสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาในชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2557, สื่อออนไลน์) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT มีอยู่ 4 ด้าน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2557, สื่อออนไลน์) ได้แก่

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

1.1 ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

1.2 ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน

2.1 ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน

2.2 มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย

2.3 ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. ด้านการจัดการ

3.1 มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

3.2 มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้

3.3 มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

3.4 มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้

4.1 ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจ ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง

4.2 มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

4.3 สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการเรียนรู้ มีดังนี้

1. ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้

2. ศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวคิด พื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

3. การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้น ชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community-Based Tourism: CBT ได้ ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน ทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างไร ควรจะมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจาย จัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วมอันหมายรวมถึงร่วมในทุก ๆ สิ่งทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

4. มีส่วนร่วม มีได้อย่างไร การสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อความคิดเห็น การถกปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัย ต้องถึนพบว่าชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่าง ๆ เพื่อให้คนในชุมชนรวมถึง ผู้มาเยือนปฏิบัติตาม โดยคำนึงถึงหลักการทำงานของทุกภาคส่วนในชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

หลักการงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วีรพล ทองมา (2551, หน้า 15-17) จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเองโดยดำเนินการพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวกับกลุ่มคนต่าง ๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการวินิจฉัยวิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านแล้ว ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน

3. ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์การ หรือจะเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่งและดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน

4. รูปแบบเนื้อหากิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ

5. มีกฎกติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้

6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีการบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงาน การท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีความมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณา ร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ

8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาลิงแวดล้อม

9. การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อาชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

10. องค์การชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยสามารถนำรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชนมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับชุมชนตนเองตามความเหมาะสม

รูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

รายการนำเที่ยวมีการออกแบบเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ในวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น แลกผู้มาเยือนและสมาชิกในชุมชนมีโอกาสที่จะพบและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การนำเที่ยวและบริการต่าง ๆ ดำเนินการโดยกลุ่มองค์กรชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ อาทิ ผู้ประสานงาน ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นครอบครัวโฮมสเตย์ ฝ้ายอาหาร ยานพาหนะ เป็นต้น (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2557, สื่อออนไลน์) ได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่

1. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวปกติของชุมชน
2. ศึกษาดูงาน เป็นการจัดการกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งมีทั้งการบรรยาย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้ผู้มาศึกษาดูงานได้เข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทหรือวัตถุประสงค์ของการศึกษาดูงาน
3. จิตอาสา เป็นกิจกรรมเพิ่มเติมสำหรับอาสาสมัครที่ต้องการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำยาก ที่ว่ายากนั้นก็เพราะ การท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองกระแสบริโภคนิยม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนหลุดออกจากฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตร สู่อุตสาหกรรมบริการ กำลั้งซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวจึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการ ทำให้สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกครอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยว เป็นดาบสองคมและมีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้อง “รู้ตัว” เข้าใจและตระหนักต่อการท่องเที่ยวนี้ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชน ซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงาน (พจนานุกรม, 2546 หน้า 189-190) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มสนใจ

ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม เป็นการดึงเอากลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ และผู้นำที่เป็นทางการและผู้นำทางธรรมชาติมาพูดคุยเรื่องผลดี-ผลเสีย อีกครั้ง เพื่อให้เขาเหล่านั้นได้ร่วมกันตัดสินใจเรื่องนี้ร่วมกัน

ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษาในหัวข้อ ดังนี้

1. การสำรวจทางกายภาพ

1.1 ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน)

1.2 แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนสร้าง และทรัพยากรธรรมชาติ)

2. ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน

3. ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว

4. ศึกษากลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งผลการศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพ ข้อจำกัดของชุมชน และปัญหาของชุมชนร่วมกัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง ในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นได้ด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการ

พัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และอาจพบว่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงจุด อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องการท่องเที่ยวเลยก็ได้

ขั้นที่ 5 ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน อาทิ รวบรวมองค์ความรู้ ซึ่งแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันออกไปมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนเด่นระบบการจัดการนิเวศที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ ให้เห็นร่วมกันก่อนนำสู่การเผยแพร่ออกไป ผูกอบรมบุคคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น นักสื่อความหมาย การสร้างเวที เรียนรู้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเห็นความสามารถของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวทั้งความพร้อมจำนวนบุคคลากร และขีดความสามารถในการรองรับทั้งพื้นที่ทางธรรมชาติและรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

ขั้นที่ 6 วางรูปแบบการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน หรืออาจใช้องค์การที่ชุมชนมีอยู่เดิมแต่เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว โปรแกรมและราคาการจัดสรรผลประโยชน์สู่ชาวบ้านและชุมชน และมาตรการในการป้องกันผลกระทบ โดยอาจจะเป็นการสร้างกฎ-กติกาก เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 7 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจ

ขั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดท่องเที่ยวนำร่องเพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ให้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นทิศทางต่อไปในอนาคต

ขั้นที่ 9 ประเมินผล ในขั้นตอนประเมินผล อาจแยกออกมาเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วง ๆ ทุก ๆ 3-6 เดือน เป็นต้นซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร มีดังนี้

1. การฝึกอบรม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย เป็นต้น

2. การศึกษาดูงาน สำหรับแกนนำองค์กรชุมชนเพื่อจัดการท่องเที่ยว เพื่อเสริมโลกทัศน์ พัฒนาทักษะการบริหาร การจัดการในชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน เพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการป้องกันไว้แต่แรกเริ่ม

กระบวนการทั้ง 10 ขั้นตอน จะเหมือนการทำงานพัฒนาปกติมันเอง แต่สิ่งที่ยากก็คือ เรื่องท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ชาวบ้านไม่ค่อยเคยมาก่อน และไม่มั่นใจว่าตนเองจะทำได้ แต่ละคำถาม ในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการเตรียมชุมชน จะต้องเป็นการปลุกกระตมสำนึกของท้องถิ่นให้คน ท้องถิ่นอยากรู้จักตนเอง และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง การท่องเที่ยวก็จะเกิดความชัดเจน มากขึ้นว่า เป็นการเข้ามาเพื่อให้ชุมชนได้นำเสนอตัวอย่างต่อสาธารณะ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากปลุกสำนึกของชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างจิตสำนึก ของนักท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ได้เข้ามา เยี่ยมเยือน

หากชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง และเป็น ระบบ ตลอดจนทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ชุมชนจะ ได้รับประโยชน์ที่ได้จากการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ศูนย์ประสานงานเครือข่าย การท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2554, สื่อออนไลน์) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยชุมชน ดังนั้น ความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นมีความเชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า อีกทั้งการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทั้งการ สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร สื่อสาร ปัญหาความขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรให้คนภายนอกได้รับทราบ สร้างสรรค์กิจกรรมการ ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวสนับสนุน กิจกรรมการพัฒนาชุมชน สร้างความร่วมมือของหน่วยงานใน การทำงานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น กล่าวคือ “วิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็ง ของชุมชนจะทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคม โดยที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและปรับ ประยุกต์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง” CBT เป็น เครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับชาวบ้านในการนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คน ภายนอกได้รับรู้ ทำให้เกิดการสืบค้น ถิ่นทอดและฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการ บริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ชุมชนพร้อมในการ นำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว การที่มีนักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นตัวกระตุ้นอีกทาง

หนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือนและทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง

3. เที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน “ความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่น หรือชาติพันธุ์ของตน ความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน การมีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการยอมรับจากคนภายนอก เป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน” CBT ช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการความรู้ภายในชุมชน มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนภายนอก มีความเชื่อมั่นให้คนในชุมชนในการนำเสนอ “ปัญหาและความต้องการ” กับหน่วยงานภายนอก นำเสนอประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนากับคนและหน่วยงานที่มาศึกษาดูงาน นอกจากเป็นการพัฒนา “คนใน” แล้วยังให้การศึกษาให้กับ “คนนอก” ด้วย

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่น “การท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนคือ วิถีชีวิตที่แตกต่างและวัฒนธรรมดั้งเดิม จุดดึงดูดคือวิถีที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริมที่สามารถนำรายได้นั้นไปปรับปรุงที่อยู่อาศัย การออมทรัพย์ไว้ใช้จ่ายยามขาดแคลน เจ็บป่วย หรือเป็นทุนการศึกษาให้กับลูกหลาน โดยที่ชาวบ้านยังคงดำเนินวิถีดั้งเดิมหรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ให้กับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างงานให้กับคนในชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเรื่องความสะอาด และสุขอนามัย นอกจากนี้ เมื่อชุมชนเริ่มเป็นที่รู้จักก็จะมีหน่วยงานลงไปสนับสนุนเรื่องอุปโภคบริโภค การที่การท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริม ทำให้ชาวบ้านไม่คิดพึ่งพารายได้หลักจากการท่องเที่ยว และสามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติต่อเนื่องไม่ว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวหรือไม่ก็ตาม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เห็นความสำคัญและความจำเป็นต่อการปรับใช้ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยหลักการดังกล่าวเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของชุมชน ซึ่งแนวคิดนี้เหมาะสมกับเนื้อหาของผู้วิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) เป็นการวางแผนที่นำมาใช้เพื่อกำหนดแผนการทำงานด้านต่าง ๆ ในระยะยาวอย่างสอดคล้องกับสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมโดยให้ความสำคัญกับการก้าวไปในอนาคตที่มีการพิจารณาความสามารถขององค์กรและวิเคราะห์ปัจจัยที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อองค์กรในอนาคตเพื่อบอกทิศทาง การดำเนินงานและแนวทางปฏิบัติที่จะบรรลุตามเป้าหมายต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้

การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดพันธกิจ (Mission) เป้าหมาย (Goals) และแผนงาน (Plans) เพื่อให้องค์กรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่ประสงค์ดังนั้นกระบวนการวางแผนจึงประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การกำหนดพันธกิจ 2) การกำหนดเป้าหมายและ 3) การกำหนดแผนงาน (Bartol and Martin, 1991) ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องดำเนินการให้ครบถ้วนทั้งสามขั้นตอนจากนั้นจึงนำแผนงานไปสื่อสารให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจในทิศทางเดียวกันอย่างไรก็ตามในการบริหารจัดการทั่วไปผู้บริหารอาจมุ่งที่การปฏิบัติตามแผนงานจนละเลยเป้าหมายขององค์กรซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายหลักที่กำหนดไว้ได้จึงถือว่าการบริหารจัดการลักษณะนี้ไม่ได้ดำเนินการครบถ้วนตามกระบวนการวางแผน (สาคร สุขศรีวงศ์, 2550, หน้า 99)

แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์จึงมีความจำเป็นในการศึกษาวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย โดยพิจารณาได้จากความสำคัญข้างต้นตลอดจนนิยามและขั้นตอนต่าง ๆ ของการวางแผนยุทธศาสตร์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานปี พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546, หน้า 73) ให้คำจำกัดความของกลยุทธ์ว่าหมายถึงการรบที่มีเล่ห์เหลี่ยมและวิธีการต่อสู้ที่ต้องใช้อุบายต่าง ๆ หรือมีเล่ห์เหลี่ยมในการต่อสู้ส่วนกลยุทธ์ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Strategy มีที่มาจากรากศัพท์ภาษากรีกว่า Strategic มีความหมายว่าศาสตร์และศิลป์ในการบังคับบัญชากองทัพหรือความเป็นแม่ทัพซึ่งปัจจุบันการดำเนินธุรกิจก็ไม่ได้ต่างไปจากการทำสงครามที่ผู้บริหารระดับสูงเปรียบเสมือนแม่ทัพที่ต้องเข้าใจสถานการณ์สงครามและข้อมูลต่าง ๆ ของศัตรูและสามารถวางแผนและนำกองทัพให้ได้ชัยชนะในการรบหรือการแข่งขันทางธุรกิจแต่ละครั้ง (จินตนา บุญบงการ และณัฐพันธ์ เขจรันท์, 2544, หน้า 12-13)

Hellriegel and Slocum (1996 อ้างอิงใน วิโรจน์ สารรัตน์, 2543, หน้า 6-10) กล่าวถึงแผนยุทธศาสตร์ว่าเป็นกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระบุธรรมชาติขององค์การกำหนดจุดหมายและจำแนกประเมินและเลือกแนวการปฏิบัติสำหรับองค์การส่วนในด้านกรวางแผนยุทธศาสตร์นั้นเป็นกิจกรรมที่มีขั้นตอนที่เชื่อมโยงและสัมพันธ์กับการจัดทำแผนปฏิบัติการโดยเริ่มจากการประเมินจุดหมายพื้นฐานและธรรมชาติขององค์การด้วยการศึกษาอนาคตและกำหนดความคาดหวังโดยใช้หลักการ SWOT ต่อไปจึงสร้างยุทธศาสตร์ทางเลือกด้วยการประเมินคัดเลือกและกำหนดพื้นที่ของผลลัพธ์ที่สำคัญเพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดซึ่งอาจมากกว่าหนึ่งทางเลือก

บุญเลิศ เย็นคงคา และคณะ (2546, หน้า 22-24) ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ว่าเป็นการพัฒนาแผนระยะยาวขององค์การบนรากฐานของโอกาสและอุปสรรคจากการประเมินสภาวะแวดล้อมในกลุ่มบริษัทการวางแผนกลยุทธ์จะประกอบด้วยการตัดสินใจกำหนดวัตถุประสงค์การระบุทิศทางหรือภารกิจหลักการกำหนดเป้าหมายการพัฒนากลยุทธ์และการกำหนดนโยบายขององค์การ

เฉลียว บุรีภักดี (2548, หน้า 2) กล่าวถึงยุทธศาสตร์ว่าหมายถึงแผนการหรือวิธีการอันชาญฉลาดเพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างหนึ่งอย่างใดซึ่งเป็นเป้าหมายที่ยากเป็นพิเศษไม่อาจบรรลุได้ด้วยวิธีธรรมดาที่คนทั่วไปรู้อยู่แล้วโดยต้องประกอบขึ้นจากศาสตร์ย่อย ๆ มาประกอบกันเป็นศาสตร์อีกข้อหนึ่งด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อยืนยันได้ว่าสามารถบรรลุจุดหมายของงานได้จริงส่วนคำว่ายุทธศาสตร์การพัฒนามาหมายถึงแผนการอันชาญฉลาดสำหรับใช้ทำงานพัฒนาเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่มีความยากเป็นพิเศษซึ่งไม่อาจทำให้บรรลุได้ด้วยวิธีปกติธรรมดาที่รู้จักกันโดยทั่วไปเป็นแผนการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักวิชาทฤษฎีแนวความคิดและข้อมูลสภาพจริงที่ถูกต้องเหมาะสมกับเรื่องที่จะทำการพัฒนาในครั้งนั้นโดยแผนการดังกล่าวประกอบด้วยเป้าหมายปลายทางที่ดีวิธีการที่ดีและระบบทำงานที่ดี

สำหรับขั้นตอนในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ อาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค
2. การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อระบุสภาพในอนาคตและการดำเนินงานที่ต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในอนาคตซึ่งจะบอกความคาดหวังและความปรารถนาที่อยากให้เกิดอะไรขึ้นตามเจตนารมณ์ที่มุ่งมั่นไว้
3. พันธกิจ (Mission) ที่แสดงถึงขอบข่ายหรือวิธีการในการดำเนินงานของหน่วยงานที่จะปฏิบัติให้สำเร็จตามวิสัยทัศน์

4. ยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการกำหนดทิศทางขององค์กร

5. การกำหนดกลยุทธ์ (Tactic) เป็นแนวทางหรือวิธีการต่าง ๆ ที่จะนำองค์กรไปสู่การบรรลุผลตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

6. การแปลงกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติต้องอาศัยแผนปฏิบัติการเป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นแนวปฏิบัติสำหรับส่วนงานต่าง ๆ ที่เป็นไปอย่างสอดคล้องประสานกันทั้งในด้านทิศทางและจังหวะเวลา โดยมีองค์ประกอบดังนี้คือชื่อกลยุทธ์/แผนงานวัตถุประสงค์ที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จชื่อโครงการ/งาน/กิจกรรมต่าง ๆ เป้าหมายหรือตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการระยะเวลาในการดำเนินการผู้รับผิดชอบในการดำเนินโครงการให้บรรลุผลสำเร็จและงบประมาณ (ดำรง วัฒนา, 2548, สืบออนไลน์)

การจัดทำแผนกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ จึงมีความเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก กล่าวคือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเป็นการประเมิน จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร จากทรัพยากรภายในและสมรรถนะในการใช้ทรัพยากรหรือจากการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์กรโดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ (Critical Success Factor) ความเชื่อมโยงของคุณค่าหรือค่านิยม (Value Chains) และกระบวนการหลักหรือระบบธุรกิจขององค์กร (Value Chain) เพื่อประโยชน์ต่อองค์กรทั้งที่เป็นผลดีหรือความได้เปรียบในการแข่งขันและที่เป็นผลเสียหรือความเสียเปรียบในการแข่งขัน ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการประเมินโอกาสและอุปสรรคขององค์กรจากสภาวะภายนอกทั้งที่เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) เช่นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมของตัวงานจากภายนอก (Task Environment) ที่เอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งระยะสั้นและระยะยาว (ปกรณัม ปรียาภรณ์, 2542, หน้า 85)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสามารถใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ ได้แก่ เทคนิค SWOT Analysis ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก รูปแบบ McKinsey's 7-S Model ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรและรูปแบบสภาพแวดล้อมมหภาค (Macro Environment) เป็นรูปแบบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วยเทคนิค SWOT Analysis ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้วยการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรจากทรัพยากรภายในและสมรรถนะในการใช้ทรัพยากรและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้วยการประเมินโอกาสและอุปสรรคขององค์กรจากสภาวะภายนอก

ทั้งที่เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมของตัวงานจากภายนอกที่เอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จขององค์การสำหรับรายละเอียดและขอบเขตของคำว่า SWOT นั้นสถาบันตำราวิชาการและสถาบันที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพได้ให้ความหมายของแต่ละคำไว้ ดังนี้ (จตุพล ชูจันทร์, 2553, หน้า 144-145)

จุดแข็งหรือจุดเด่น (Strengths: S) หมายถึง สภาพการณ์ที่เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยภายในองค์กรที่สร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันหรือเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานให้สูงกว่าองค์กรอื่น ๆ ซึ่งทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีแนวโน้มบรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

จุดอ่อนหรือจุดด้อย (Weaknesses: W) หมายถึง สภาพการณ์ที่องค์กรหรือปัจจัยภายในองค์กรที่สร้างความเสียเปรียบในเชิงแข่งขันหรือทำให้ศักยภาพในการดำเนินงานด้อยกว่าองค์กรอื่น ๆ ซึ่งทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีแนวโน้มไม่บรรลุผลตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

โอกาส (Opportunities: O) หมายถึง ผลกระทบหรือผลที่เกิดขึ้นเมื่อสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ การมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน การเพิ่มขึ้นของลูกค้าหรือผู้รับบริการหรือความต้องการบริโภคสินค้าและบริการ

อุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threats: T) หมายถึง ผลกระทบหรือผลที่เกิดขึ้นเมื่อสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานขององค์กรหรือเป็นสิ่งคุกคาม ที่ก่อให้เกิดความเสียเปรียบในเชิงแข่งขัน

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วยเทคนิค SWOT Analysis แล้วจึงประมวลข้อมูลทั้งสองด้านเข้าด้วยกัน เพื่อสรุปความสัมพันธ์แบบแมทริกส์ของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกด้วยการประมวล SWOT Matrix นำไปสู่การวางกลยุทธ์ 4 แนวทาง ได้แก่

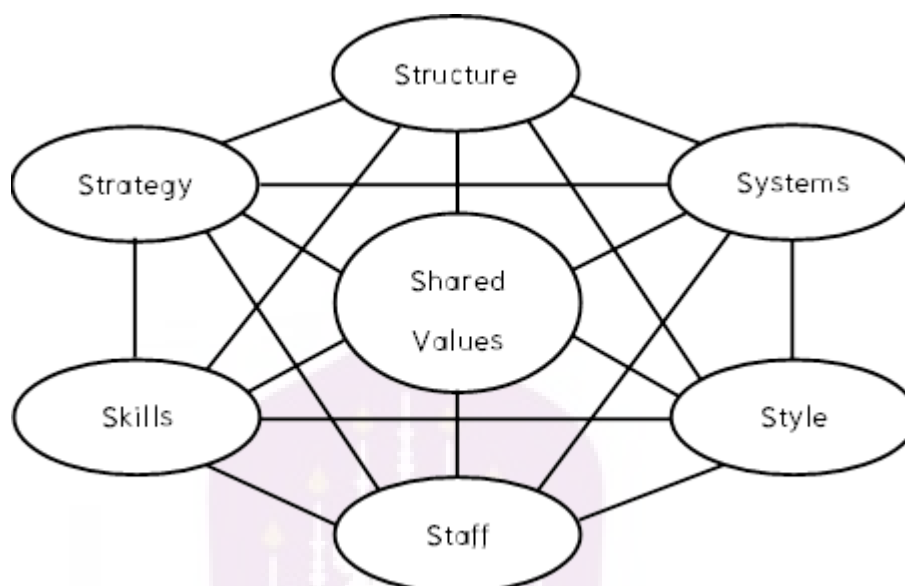
1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strategies) เป็นการกำหนดเป้าหมายโดยใช้จุดแข็งประสานกับความได้เปรียบในโอกาส
2. กลยุทธ์เชิงแก้ไขหรือพัฒนา (WO: Strategies) เป็นการกำหนดเป้าหมายโดยใช้ความได้เปรียบในโอกาสมาปิดจุดอ่อน
3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strategies) เป็นการกำหนดเป้าหมายโดยใช้จุดแข็งหลบหลีกข้อจำกัด

4. กลยุทธ์เชิงรับหรือหลีกเลี่ยงข้อจำกัด (WT: Strategies) เป็นการกำหนดเป้าหมายโดยระมัดระวังจุดอ่อนและหลบหลีกข้อจำกัด (ปกรณ์ ปรียากรณ์, 2542, หน้า 131)

สำหรับรูปแบบ McKinsey's 7-S Model เป็นกรอบปัจจัยการบริหาร 7 ด้านที่ใช้ในการประเมินสถานการณ์ภายในองค์กรเพื่อสร้างความสมดุลของปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้านที่มีผลต่อการบรรลุความสำเร็จขององค์กรซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (สมยศ นาวิการ, 2541, หน้า 109) โดยการตรวจดูปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กรอย่างละเอียดว่ามีการประสานความสอดคล้องภายในองค์กร (Organizational Alignment) หรือไม่ ซึ่งถ้าปัจจัยส่วนใดส่วนหนึ่งขององค์กรไม่ประสานสอดคล้องหรือไม่สนับสนุนการดำเนินการของส่วนอื่น ๆ หรือมีความบกพร่องย่อมส่งผลให้การดำเนินการในส่วนอื่น ๆ สะดุดตืดขัดและไม่สามารถดำเนินการส่วนต่าง ๆ ตามกลยุทธ์ที่กำหนด (สาคร สุขศรีวงศ์, 2550, หน้า 244) ซึ่งตามแนวคิด 7-S นี้มิได้ให้กลยุทธ์องค์กรเน้นหนักเฉพาะกลยุทธ์ทางธุรกิจหรือเน้นด้านโครงสร้างมากเกินไปแต่ให้เน้นถึงปัจจัยด้านบุคคลหรือทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นผู้ปฏิบัติงานให้มีคุณภาพระหว่างกันโดยกรอบแนวทางการบริหารองค์กรนี้ Anthony Athos แห่งมหาวิทยาลัย Harvard ได้ริเริ่มคิดค้นขึ้นและต่อมาบริษัทที่ปรึกษาทางด้านการจัดการชื่อว่า McKinsey ได้ดัดแปลงเป็นรูปแบบการบริหารแบบหนึ่งที่เรียกว่า 7-S ซึ่งเป็นการเน้นการบริหารในปัจจัยต่าง ๆ 7 ด้านพร้อมกัน ได้แก่ 1) กลยุทธ์ (Strategy) 2) โครงสร้าง (Structure) 3) แบบการบริหาร (Style) 4) ระบบงาน (System) 5) พนักงาน (Staff) 6) ทักษะ (Skill) 7) ค่านิยมร่วม (Shared Value) ซึ่งทั้ง 7-S เหล่านี้เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การบริหารที่สามารถปรับให้มีคุณภาพโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็น Hardware ได้แก่ กลยุทธ์ (Strategy) และโครงสร้าง (Structure) กลุ่มที่ 2 คือ Software ได้แก่ แบบการบริหาร (Style) ระบบงาน (System) พนักงาน (Staff) ทักษะ (Skill) และค่านิยมร่วม (Shared Value) ซึ่งหากองค์กรใดเน้นกลยุทธ์การบริหารที่มุ่งเน้นคนและกระบวนการปฏิบัติงานหรือวัฒนธรรมขององค์กรก็จะให้ความสำคัญกับปัจจัยใน Software มากกว่า Hardware นั่นเอง (Richard and Anthony, 1981)

ตามรูปแบบกลยุทธ์การบริหารแบบ 7-S นี้ ชี้ให้เห็นว่าการบริหารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรหรือที่เป็นความรู้สึกและบรรยากาศในการปฏิบัติงานทั่วไปนั้น คือ การให้ความสำคัญกับส่วนที่เป็นความคิดหรือดุลพินิจของผู้ปฏิบัติรวมทั้งความนึกคิดทางอารมณ์ที่เป็นส่วนสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งหากมีการกระตุ้นให้ตื่นตัวเกิดความพึงพอใจและมีความคล่องตัวตลอดเวลาแล้วจะทำให้สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ง่ายผลที่ตามมาก็คือ การปรับตัวให้สอดคล้องและทันกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ก็จะกระทำได้อย่างรวดเร็วไปด้วย ดังนั้น การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ผู้ปฏิบัติมีอิสระและคล่องตัวที่สุด จึงเป็นหนทางที่จะช่วยให้

บริษัทประสบผลสำเร็จจากประสิทธิภาพงานผลผลิตคุณภาพบริการรวมทั้งมีผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดขึ้นได้เสมอ (ธงชัย สันติวงษ์, 2533, หน้า 48-49)



ภาพ 13 แสดงรูปแบบกลยุทธ์การบริหารแบบ 7-S

ที่มา: ธงชัย สันติวงษ์, 2533

ในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรจึงมีความจำเป็นต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรอย่างละเอียด ซึ่งรูปแบบ McKinsey's 7-S Model จะใช้ในการตรวจสอบปัจจัยการบริหาร 7 ด้าน ได้แก่ 1) กลยุทธ์ (Strategy) 2) โครงสร้าง (Structure) 3) แบบการบริหาร (Style) 4) ระบบงาน (System) 5) พนักงาน (Staff) 6) ทักษะ (Skill) 7) ค่านิยมร่วม (Shared Value) ให้มีการประสานความสอดคล้องกันภายในองค์กรซึ่งจะช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์การบริหารมีการดำเนินถึงคุณภาพในการบริหารงานที่เหมาะสมกับองค์กรและนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

ฉะนั้น การวางแผนกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์จึงมีความสำคัญในการเป็นรูปแบบการวางแผนที่ช่วยให้หน่วยงานพัฒนาตนเองได้ทันกับสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับการกระจายอำนาจในการบริหารงานภาครัฐในปัจจุบันรวมทั้งยังเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance Base Budgeting) ที่สำคัญ

งบประมาณกำหนดให้ส่วนราชการและหน่วยงานในสังกัดจัดทำก่อนที่จะกระจายอำนาจ
ด้านงบประมาณเป็นเงินก้อนลงไปให้หน่วยงานต่าง ๆ

ในการศึกษาเพื่อการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนที่จังหวัด
ระยองนี้มีแนวคิดด้านการวางแผนกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์โดยสรุปได้จาก David and Davis
(1997 อ้างอิงในชินินทร์ ชุณหพันธ์ุรักษ์, 2544) ซึ่งได้กำหนดกระบวนการวางแผน
กลยุทธ์ไว้ดังนี้ คือ

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยพิจารณาและตรวจสอบสภาพแวดล้อม
ขององค์กรทั้งภายในและภายนอกอย่างรอบคอบ เพื่อค้นหาจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและ
อุปสรรค

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ เป็นการกำหนดเป้าหมายกว้าง ๆ ในสิ่งที่ต้องการ
ในอนาคตขององค์กร

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดภารกิจ เพื่อกำหนดขอบเขตการดำเนินงานขององค์กร

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าหมายเป็นการกำหนดผลลัพธ์ที่องค์กรคาดหวัง

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดวัตถุประสงค์เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการบรรลุ

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดนโยบายเป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานของ
องค์กร

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวข้องกับแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรบรรลุ
ตามวัตถุประสงค์ซึ่งมี 3 ระดับ คือ 1) กลยุทธ์ระดับองค์กรกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อ
บรรลุเป้าหมายโดยรวมขององค์กร 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจเป็นการค้นหาวิธีการแข่งขันให้กับ
แต่ละธุรกิจที่องค์กรดำเนินการอยู่เพื่อให้กลยุทธ์ระดับองค์กรบรรลุผล 3) กลยุทธ์ระดับ
หน้าที่ทางธุรกิจถูกกำหนดขึ้นตามหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตาม
กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

พยอม ธรรมบุตร (2549, หน้า 1-3) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการวางแผนยุทธศาสตร์
ด้านการท่องเที่ยวไว้ว่า แนวคิดด้านการวางแผนการท่องเที่ยว มี 5 แนวคิด ดังนี้

1. การวางแผนการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างเงิน (Boosterism) นักพัฒนา คือ ผู้คิด
สร้างกำไร โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่น โดยปราศจากความคิดเรื่องอนุรักษ์ชุมชนชาวบ้านไม่มี
ส่วนร่วมในการพัฒนา นักพัฒนาต้องการสร้างโรงแรมเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า
โดยไม่คำนึงถึงการทำลายสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและวัฒนธรรม

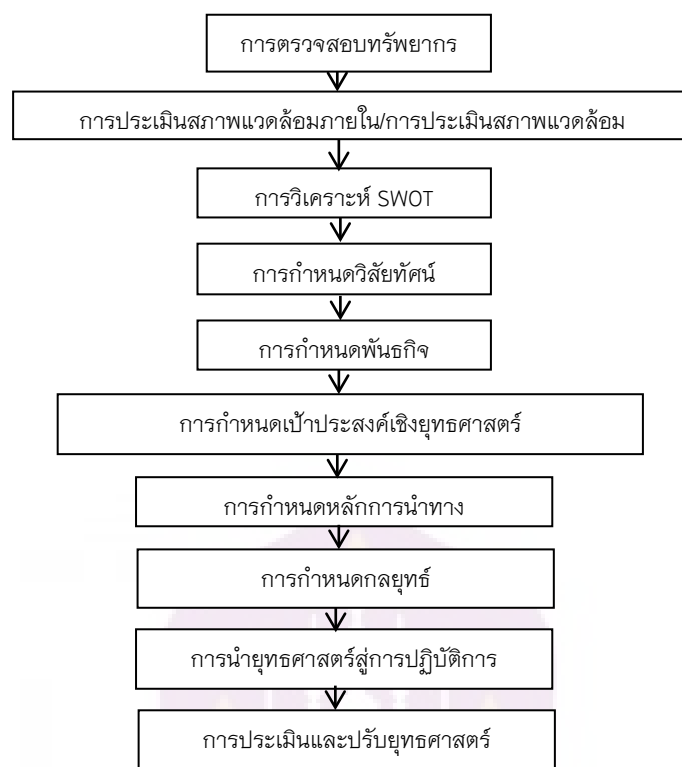
2. การวางแผนการท่องเที่ยวแนวเศรษฐศาสตร์ (Economic Based) นักพัฒนา คือ
นักเศรษฐกร ซึ่งพิจารณาว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ ใช้การ

ท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ เพื่อการเติบโต และฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติ เป็นการสร้างงาน สร้างเงิน และการพัฒนาภูมิภาคต่าง ๆ โดยยังไม่มีความคิดด้านอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

3. การวางแผนการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Based) นักพัฒนา คือ นักวางแผนการใช้ที่ดินและนักวางผังเมือง ซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying Capacity: CC) การกำหนดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Limit of Acceptable Change: LAC) การจัดการผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (Visitor Impact Management: VIM) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการกระจายการท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อพื้นที่

4. การวางแผนการท่องเที่ยวโดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community Based) นักพัฒนา คือ ผู้ประสานงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชน โดยให้ชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยว แทนการเป็นแรงงานราคาถูกมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม การท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือ เพื่อพัฒนาชุมชน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

5. การวางแผนท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) นักพัฒนา คือ นักวางแผนบูรณาการ มีการวางแผนการท่องเที่ยวบูรณาการเข้ากับการวางแผนพัฒนาชุมชนในภาพรวมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการพัฒนาด้านจิตสำนึกไปในแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นการกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ตั้งไว้ แนวคิดในแนวคิดนี้ คือ แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเอง การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร ดังนี้



ภาพ 14 แสดงกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร, 2549

หลักการของแผนยุทธศาสตร์

1. แผนระยะยาว
2. มีวิสัยทัศน์
3. มีเป้าหมายที่ชัดเจนและวัดได้
4. แปลเป้าหมายเป็น Action
5. มีแผนงานหลักยุทธศาสตร์กลยุทธ์ (Action Plan) กลุ่มโครงการและโครงสร้างที่เชื่อมโยงกัน
6. ยืดหยุ่นปรับได้ (flexible/Adjustable)
7. บูรณาการแผนด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ
8. มีส่วนร่วมจากทุกภาคฝ่ายโดยเฉพาะชุมชน
9. Top Down+Bottom up

10. มีการประเมิน S E A (Strategic Environment agreement) Mega Project

11. มีการวางแผนเตรียมความพร้อม เพื่อรับภาวะความเสี่ยงจากภัยพิบัติ

กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์

1. การศึกษาชุมชน (Community Study)

2. การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษา (Tourism Resource Audit)+ การตรวจสอบผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรม และจิตใจ+การท่องเที่ยวของชุมชนในด้านการตลาด ย้อนหลังประมาณ 3-5 ปี

3. นำผลการศึกษาชุมชนและผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ในขั้นต่อไป

4. การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในของชุมชน (Internal Environment) เพื่อกำหนดจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อนของชุมชน (Weakness) ในปัจจุบัน

5. การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรในอนาคตองค์กรหรือชุมชนจะมีโอกาส (Opportunities) ที่จะพัฒนาให้โดดเด่นได้อย่างไร โดยจะมีใคร/อะไร/สถานการณ์/โอกาสอะไรมาเอื้ออำนวยให้ชุมชนได้พัฒนาก้าวหน้าไปในอนาคต หรือใคร/อะไร/สถานการณ์ใด/จะนำภัยคุกคามมาขัดขวาง การพัฒนาของชุมชนในลักษณะใดในอนาคต (Threats) จากภายนอกชุมชนโดยรวมและโดยรวม (External Environment)

Strength จุดแข็ง	Weakness จุดอ่อน
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
Opportunities โอกาส	Threat อุปสรรค
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.

ภาพ 15 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

การศึกษาชุมชน การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength) เช่น ที่ตั้งการเข้าถึงการเชื่อมโยง Location/Accessibility มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มหกรรมประเพณีกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่น พร้อมระบบการสื่อความหมาย ที่มีมาตรฐาน มีชื่อเสียงระดับจังหวัด ภาค ภูมิภาค Asian Asia นานาชาติ มรดกโลก มีทรัพยากรบริการด้านที่พัก ภัตตาคารห้องสุขาศูนย์ข้อมูล ประชาชนเจ้าบ้าน (Host) มีน้ำใจความเป็นมิตร และ Service Min มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานนานาชาติ มีแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีคณะกรรมการที่งานที่เข้มแข็งที่มีทักษะในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประชาชนอยากร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภาคเอกชนกลุ่มชาวบ้าน NGO โดยร่วมมือกันทุกฝ่าย มีเงินลงทุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจากการระดมทุนภายในชุมชน มีหลักการในการพัฒนาโดยมุ่งพัฒนาตามทฤษฎีเศรษฐกิจแบบพอเพียงของพุทธเศรษฐศาสตร์ ชุมชนมีความพอเพียงเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเอง

จุดอ่อน (weakness) เช่น 1) ที่ตั้งห่างไกลไม่เชื่อมโยงเข้าถึงลำบาก 2) ไม่มีทรัพยากรที่โดดเด่นขาดการดูแลรักษาทรัพยากรอย่างมีมาตรฐานสากล 3) ขาดทรัพยากรบริการด้านที่พักภัตตาคารห้องสุขาสินค้าและบริการขาดมาตรฐาน 4) ประชาชนขาดรอยยิ้ม ความมีน้ำใจความเป็นมิตรต่อผู้มาเยือนและไม่ร่วมมือวางแผนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดความร่วมมือแรงร่วมใจ 5) ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีทักษะขาดวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 6) ขาดทุนเพื่อพัฒนา ยังคงพัฒนาตามแนวแสวงหากำไรเชิงพาณิชย์ ตามเศรษฐกิจทุนนิยม 7) ชุมชนไม่เข้มแข็งพึ่งพาตนเองไม่ได้ยังต้องใช้วัสดุดิบ ด้านการท่องเที่ยวจากภายนอก 8) มีปัญหาด้าน Seasonality ไม่สามารถเที่ยวได้ตลอดปี ช่วง Low-season ขาดลูกค้าขาดเงินขาดงานไม่มี Tourism Marketing Board คณะกรรมการการตลาดและแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว 9) ชุมชนมีปัญหาสังคมยาเสพติด เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว 10) ไม่มี DMS: Destination Management System, DMO: Destination Management Organization

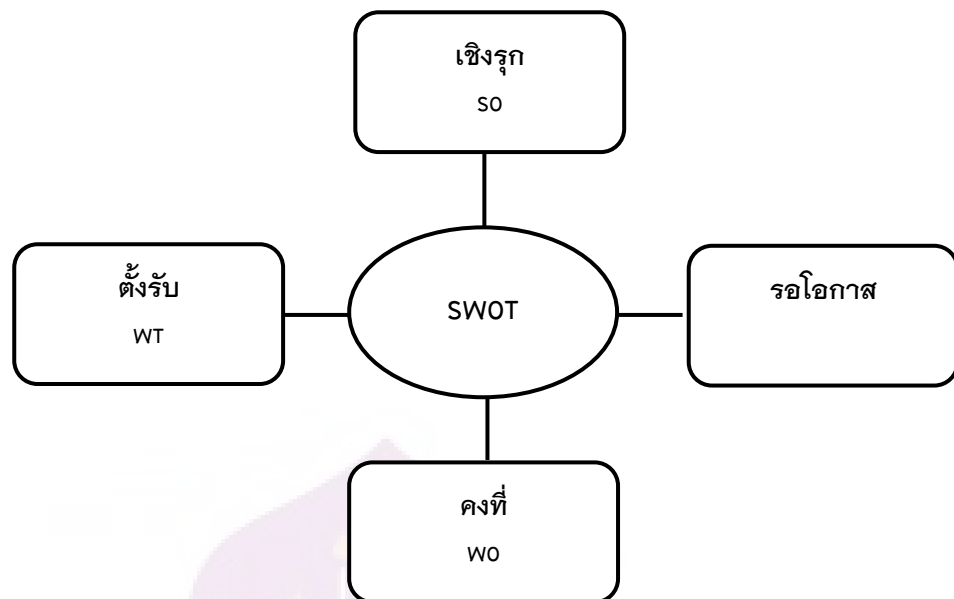
โอกาส (Opportunities) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น 1) โอกาสด้านการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีนมีประชากร 1,300 ล้านคน ตลาดอินเดียมีประชากร 1,500 ล้านคน ตลาด Asian มีประชากร 600 ล้านคน 2) โอกาสด้านเส้นทางขนส่งคมนาคมในอาเซียนและทวีปเอเชียที่เชื่อมโยงจากเหนือลงใต้ตะวันออกมุ่งตะวันตก ทางอากาศบ่อน้ำร้อนไฟความเร็วสูง+ นโยบายจีนมุ่งลงใต้ 3) อินเดียมุ่งตะวันออกประเทศไทยเป็นสี่แยกอินโดจีนอย่างแท้จริงของเส้นทางท่องเที่ยว 4) โอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะทางซึ่งเป็นกระแสโลก ได้แก่

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นแบรนด์ระดับนานาชาติ เทคโนโลยีด้าน ICT เปิดโอกาสให้ประเทศไทย จุดหมายปลายทาง จังหวัดชุมชน ประชาคม ทำการ Branding Destination ในระดับนานาชาติโดยการสร้าง Brand Image เปิดตัวบนเว็บไซต์ เมื่อมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ในใจกลางของทวีป ภูมิภาคจึงมีโอกาสในการเป็น ศูนย์กลาง (HUB) และเป็น Gateway (ประตู) สู่การท่องเที่ยวที่กระจายออกไปทุกทิศทุกทาง ของเครือข่ายด้านโลจิสติกส์ 5) มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดนในภูมิภาค (Borderless Tourism) 6) โอกาสในการเป็นศูนย์กลางของ One Destination-Ten Culture ของ Asian ในรูปของ Product แบบ One Stop Service ทำ Package เริ่มเที่ยวที่ไทยแลนด์เที่ยว มรดกโลก ทั้งเอเชีย อาเซียน เริ่มเที่ยวที่ไทยแลนด์เที่ยว GMS Culture ประเทศกลุ่มอนุภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (Great Maeklong Sub Regional Culture) 7) โอกาสในการใช้ ความล้มเหลว (Failure) และความยังไม่พร้อมด้าน Facilities/Amenities/Superstructure/Infrestructure ของ คู่แข่ง และเพื่อนบ้านประเทศไทยซึ่งมีที่ตั้งอยู่ตรงกลางอาเซียน Facilities จึงเหมาะที่จะเป็นจุดเริ่มต้น และเป็น Accommodation ของการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เป็นศูนย์กลางดำน้ำ และนำนักท่องเที่ยวจากภูเก็ต กรุงเทพมหานคร เกาะเต่า ไปดำน้ำในพม่า เวียดนาม หรือการดูแล การช้อปปิ้งขึ้น 8) มีโอกาสสร้างแบรนด์ในระดับต่าง ๆ และและสร้างการท่องเที่ยวเฉพาะด้าน เช่น Branding Thailand as a Destination/Brand Health and Wellness in Thailand/Branding “Thainess” as a Product

อุปสรรค (Threats) เช่น 1) มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีทรัพยากรโดดเด่นกว่าราคา ถูกกว่าคู่แข่งมีสินค้าและบริการอุตสาหกรรมเหนือกว่า 2) กลุ่มตลาดเป้าหมายหลักมีปัญหา เศรษฐกิจการเมืองสังคม 3) ลูกค้ามีรูปแบบและรสนิยมด้านการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากภาครัฐภาคเอกชนจากต่างประเทศ 4) เศรษฐกิจโลก และประเทศ G.7 ถดถอยขาลงวิกฤตการณ์เปลี่ยนแปลงประชากรโลก 5) กฎหมายและระเบียบ ที่ใช้โบราณไม่ทันสมัยกับกระแสโลกาภิวัตน์ 6) มีปัญหาสังคมด้านอาชญากรรมข้ามชาติ ความไม่สงบภายในประเทศ การประกาศกฎอัยการศึกการก่อการร้าย 7) มีภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคระบาด HIV ไข้หวัดนก

		สภาพแวดล้อมภายในปัจจุบัน	
		จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
		1. 2. 3.	1. 2. 3.
		ยุทธศาสตร์ (SO) 1. ยุทธศาสตร์เชิงรุก 2. Offensive 3. นาฬิกาทอง Strategy	ยุทธศาสตร์ (WO) มีจุดอ่อน แต่มีโอกาส 1. ตรึงกำลังแล้วรบ 2. แก้จุดอ่อนแล้ว 3. ค่อยเดินหน้าฉวยโอกาส หรือลุยแก้ไป ฉวยโอกาสไป
สภาพแวดล้อม ภายนอก (อนาคต)	โอกาส (O)	1. ตลาด 2. Logistic 3. Asean	ยุทธศาสตร์ (ST) 1. ประคองตัวเองและจุดแข็งไว้.. 2. รอโอกาสพลิกผัน 3. สร้างโอกาสเองเลย
	อุปสรรค (T)	1. 2. 3.	ยุทธศาสตร์ (WT) 1. มีจุดอ่อน มีอุปสรรค 2. ตั้งรับ ถอย ไม่ตั้งรับ 3. Regressive Strategy

ภาพ 16 แสดงการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็น SWOT Matrix



ภาพ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ตัดสินใจ

การตรวจสอบศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. นำข้อมูลต่อไปนี้มาสังเคราะห์เพื่อหาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนจังหวัด ได้แก่ 1) ข้อมูลชุมชนศึกษา 2) การตรวจสอบทรัพยากร 3) ข้อมูลท่องเที่ยวในอดีตของชุมชน 4) ข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT และสรุป SWOT Matrix 5) แผนยุทธศาสตร์จังหวัด กลุ่มจังหวัด ชุมชน เพื่อพัฒนา พัฒนาการท่องเที่ยว 6) แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาท่องเที่ยวแห่งชาติ (2015–2016) 7) แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 และร่างฉบับที่ 12 (ถ้ามี)

2. ในระดับ PAR (Participatory Action Research) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพมีการสัมภาษณ์เชิงลึก ระดับนโยบายเช่นยุทธศาสตร์จังหวัด ททท. จังหวัด กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หอการค้าจังหวัด มีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ระดับสมอง ระดับอำเภอตำบลหมู่บ้านโดยทำการตรวจสอบทรัพยากรของพื้นที่เพื่อพัฒนาท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในหัวข้อต่อไปนี้ คือ พื้นที่ที่มีศักยภาพด้าน 1) ที่ตั้งและทรัพยากรท่องเที่ยว 2) การจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนผู้นำและทีมงาน 3) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การแบ่งผลประโยชน์อย่างเที่ยงธรรม 4) การให้การศึกษา ปลุกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์และการพัฒนาด้านจิตใจ

3. การตรวจสอบศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว คือ 1) เริ่มทำด้วย Secondary Source 2) เริ่มทำจากเครื่องมือเชิงคุณภาพการประชุมกลุ่มการสัมภาษณ์เชิงลึกการสังเกตเวทีชาวบ้าน และทำการสรุปข้อมูลเชิงคุณภาพ 3) นำข้อมูลเชิงคุณภาพมาสร้างเครื่องมือเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามเพื่อตรวจสอบศักยภาพของพื้นที่ศึกษาเพื่อจะได้ข้อมูลเชิงปริมาณอีกครั้งหนึ่ง

4. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงยุทธศาสตร์ 3 ขั้นตอนที่สำคัญ (The 3 Key Step)

4.1 การวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) 1) ขณะนี้เราอยู่ที่ไหน: ทำ SWOT 2) เราจะไปที่ไหนต้องการไปที่ไหนใน 5 ถึง 10 ปี กำหนด Vision 3) เอาสายตาไปจับสิ่งที่เราต้องการในอนาคต

4.2 การนำแผนไปปฏิบัติ Execution (Implementation of the Plan)

4.3 การควบคุมและประเมินผล 1) Monitoring and Evaluation of Implementation Strategic and Action Plan 2) Adjusting the Strategic and Operational Plans

5. การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงรุก

5.1 ตอนนี้อยู่ที่ไหน (Where are we now?)

5.2 ที่ไหนที่ต้องการไปในอีก 5-10 ปี (Where do we want to go in 5-10 years)

5.3 วางแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan)

การกำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

วิสัยทัศน์ของชุมชนองค์กร คือ ความใฝ่ฝันความปรารถนาที่จะพัฒนาไปในทิศทางที่มีจุดหมายในอนาคตมีแผนที่นำทางไปสู่จุดหมายนั้นอย่างชัดเจน ดังนั้น ชุมชนจึงจะต้องมุ่งมั่นใช้ทรัพยากรและวางแผนยุทธศาสตร์ หมายถึง เพื่อหาวิธีที่ดีที่สุดที่จะไปที่จุดนั้นในอนาคตให้สำเร็จภายในกรอบเวลาที่กำหนดให้จงได้

วิธีเขียนวิสัยทัศน์ที่ถูกต้อง

ต้องเขียนเป็น Future Tense ถ้าเป็นภาษาอังกฤษ ถ้าเป็นภาษาไทยต้องมีคำว่า “จะ” เช่นจังหวัดจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางและประตูสู่การท่องเที่ยวมรดกโลกในอาเซียน ต้องเขียนสั้นกะทัดรัดชัดเจนให้ทุกคนในองค์กรอาจรู้เรื่องว่าจะไปที่ไหนในการพัฒนา

ต้องเขียนเป็น Super Leisure คือ The Best เราจะเป็นที่ดีที่สุดเช่นจะให้บริการที่มีคุณภาพ ผู้นำด้านการท่องเที่ยวและมาตรฐานระดับโลก เราจะเป็นที่หนึ่งด้าน...ระดับโลก...

ต้องเขียนให้ท้าทายแต่เป็นสิ่งที่สามารถทำให้เป็นจริงได้

ต้องเขียนให้สูงส่งมีคุณค่าน่ายกย่องในเชิงจรรยาบรรณหรือศีลธรรมแต่เป็นสิ่งที่จับต้องได้เห็นได้ชัดเจน

ต้องเขียนให้อ่านแล้วฟังแล้วกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวเร้าใจน่าทำ สร้างแรงบันดาลใจให้เข้าร่วมทำ

ต้องเขียนรวมวัตถุประสงค์มุ่งหมายทั้งหมดเข้าเป็นหนึ่งเดียวในภาพรวม

ต้องไม่เขียนเกี่ยวกับจำนวนตัวเลข

ต้องกำหนดกรอบเวลาของการเดินทางไปสู่เป้าหมายในวิสัยทัศน์ไว้ชัดเจน

ต้องเขียนให้เห็นภาพรวมว่าชุมชนองค์กรต้องการจะไปอยู่ตรงไหนจะไปเป็นอะไร ในอนาคตอย่างชัดเจนที่ทุกคนในองค์กร ที่จะร่วมแรงร่วมใจกันทำ “เข้าใจ” ได้

วิสัยทัศน์ไม่ใช่นโยบาย เราจะไปที่ไหน เราจะทำอะไร เราต้องการเป็นอะไรในอนาคต Vision Statement การกำหนดวิสัยทัศน์ของชุมชนองค์กรต้องกำหนดโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั่วทั้งองค์กรวิสัยทัศน์นี้เป็นเรื่องระดับองค์กรจะกำหนดอะไรต้องมั่นใจว่าคนส่วนใหญ่เห็นด้วย

ต้องทำงานเป็นทีมซึ่งมีบุคลากรทุกภาคทุกฝ่ายและระดมสมองเพื่อให้ได้วิสัยทัศน์ที่ดีที่สุดห้ามลอกวิสัยทัศน์ของคนอื่นชุมชนอื่น แต่เลือกดูวิสัยทัศน์ของระดับชาติ เอเชีย กลุ่มจังหวัด ภาค องค์กรแม่

ต้องประกาศวิสัยทัศน์ออกไปให้ทุกคนรับรู้ข่าวยามตลอดเวลาเราจะไปที่ไหนเราจะไปอย่างไร ตัวคุณต้องร่วมทำอะไร

ต้องจัดทำรายละเอียดของยุทธศาสตร์หลักด้านต่าง ๆ ยุทธศาสตร์ คือ แผนงานหลักที่สำคัญด้าน 1) สิ่งแวดล้อม 2) เศรษฐกิจ 3) สังคม 4) วัฒนธรรมและจิตใจ

กำหนดแนวทางปฏิบัติงานและโครงการรองรับ ต้องเฝ้าติดตามวิสัยทัศน์ตลอดเวลาเป็นระยะ ๆ กับบริบททางสังคมสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจการเมืองเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อย่าให้วิสัยทัศน์หยุดนิ่ง=ตายแล้ว ต้องมีการปรับเมื่อถึงเวลา/จำเป็นปรับเพราะ 1) ปริมาณเปลี่ยน 2) องค์กรชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้แล้ว (ต้องกำหนดความฝันที่ทะเยอทะยาน) 3) การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นวงจรไม่ใช่จุดเริ่มต้น-จุดจุดจุด

การประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment: SEA)

เรวัต ไรจนกันนท์ (2552) เครื่องมือในการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นที่ยอมรับ และถูกใช้อย่างกว้างขวางในประเทศต่าง ๆ มิได้มีแต่เพียงการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) เท่านั้น แต่ในปัจจุบันการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment: SEA) กำลังถูกนำมาใช้ในประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งองค์กรพัฒนาระหว่างประเทศ เพื่อเป้าหมายให้เกิดความยั่งยืนในทางสิ่งแวดล้อมตามที่ปรากฏในเป้าหมายในการพัฒนาแห่งศตวรรษ (Millennium Development

Goals: MDGs) โดยให้มีการรวมหลักการของการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้าอยู่ในนโยบายและแผนระดับประเทศ (OECD, 2006)

สำหรับแนวคิดของ SEA ได้เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2513 ในประเทศสหรัฐอเมริกาโดยได้มีการนำแนวคิดของ SEA เข้าสู่กระบวนการตัดสินใจโดยมีปรากฏใน National Environmental Policy Act (NEPA) (Mitsubishi Research Institute) หลังจากนั้นเมื่อประเทศต่าง ๆ เช่น ประเทศแคนาดา ออสเตรเลียและฝรั่งเศสได้เห็นความสำคัญ จึงเริ่มนำแนวความคิดของ SEA มาประยุกต์ใช้ แต่จุดสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นที่ยอมรับของ SEA นั้นเกิดในยุโรป โดยในปี พ.ศ. 2534 จากการประชุมที่เมืองเอสบู ประเทศฟินแลนด์ ได้มีการบรรลุข้อตกลงใน “อนุสัญญาว่าด้วยการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ข้ามเขตแดน” (Convention on Environmental Impact Assessment in a Transboundary Context) หรือ “อนุสัญญาเอสบู” (Espoo Convention) ซึ่งเป็นพันธกรณี ที่วางรากฐานในการนำ SEA มาใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อม และต่อมาในปี พ.ศ. 2546 ที่เมืองเคียฟ ประเทศยูเครน เกิดพิธีสารที่เกี่ยวข้องกับ SEA (Protocol on Strategic Environmental Assessment) เพิ่มเติมในอนุสัญญาเอสบู (Sadler 2003; Fischer, 2007) แม้ว่า SEA จะเกิดขึ้นมา 40 ปีแล้วแต่แนวคิด แนวทางในการดำเนินการตลอดจนการนำไปประยุกต์ใช้ในประเทศต่าง ๆ ยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โดยภาพกว้าง ๆ แล้ว SEA เป็นกระบวนการวิเคราะห์เชิงระบบเพื่อการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินระดับนโยบาย แผน และโปรแกรม (Policy, Plan and Programme: PPP) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำให้ความยั่งยืนในทางสิ่งแวดล้อม (Dalal and Sadler 2005) ดังนั้น การดำเนินการ SEA จึงเป็นต้องทำตั้งแต่เริ่มก่อนการทำนโยบาย แผน และโปรแกรม โดยมีกระบวนการของการประเมินผลกระทบทั้งในแง่บวก และแง่ลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ สำหรับทางเลือกต่าง ๆ ตลอดจนทางเลือกของการไม่มีนโยบาย แผน และโปรแกรม (No Action Alternative) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในขั้นตอนต่าง ๆ จึงมีความสำคัญอย่างมากในกระบวนการ SEA ภาพรวมทั้งหมดต้องถูกใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้สร้างและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจให้ใช้นโยบาย แผน และโปรแกรม

ขั้นตอนในการดำเนินการ SEA ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก จะไม่ได้มีการกำหนดเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน มีเพียงแนวทางหรือกรอบกว้าง ๆ ที่ควรดำเนินการซึ่งต้องมีการประยุกต์ให้เหมาะสมกับระดับและประเภทของนโยบาย แผน และโปรแกรม ที่จะถูกประเมิน โดยทั่วไปในการดำเนินการ SEA เริ่มจากการกลั่นกรอง (Screening) เป็นการพิจารณาในขั้นต้นว่านโยบาย แผนและโปรแกรม มีความจำเป็นในการทำ SEA หรือไม่ การกลั่นกรอง โดยทั่วไปก็

มักจะทำโดยอาศัยแนวทางของการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ประสบการณ์จากการปฏิบัติ พื้นฐานของกฎหมายที่มีการกำหนดไว้หรือไม่ การกำหนดขอบเขต (Scoping) เป็นการระบุประเด็นที่สำคัญทางเลือก วัตถุประสงค์และกรอบในการดำเนินการพัฒนาทางเลือก (Scenario/Alternative Development) เป็นการสร้าง การวิเคราะห์และการเปรียบเทียบของทางเลือก (รวมทางเลือกของการไม่มีนโยบาย แผน และโปรแกรม (No Action Alternative) ที่มีสำคัญต่อการสร้าง การดำเนินการเชิงรุก และการตัดสินใจที่มีความเกี่ยวข้องกับการประเมิน การวิเคราะห์และประเมินผลกระทบ (Analysis and Evaluation of the Impacts) เป็นการประเมินผลกระทบที่สำคัญที่เกิดจากทางเลือกที่ได้ถูกเลือก รวมทั้งการกำหนดมาตรการในการลดผลกระทบ รวมทั้งการติดตามเฝ้าระวัง การจัดทำรายงาน เพื่อให้ข้อมูลซึ่งมีความจำเป็นต่อผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ และ/หรือ เป็นไปตามที่ความต้องการทางกฎหมาย การมีส่วนร่วมของชุมชน (Public Participation) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวลใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมนี้สามารถดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ ตามที่ผู้ดำเนินการศึกษา SEA เห็นว่ามีความจำเป็น

สำหรับในประเทศไทย แม้ว่าได้มีการดำเนินการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม สำหรับประเภทและขนาดของโครงการพัฒนามาเป็นเวลาเกือบ 30 ปีแล้ว (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524) แต่คุณภาพสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของคนในบริเวณใกล้เคียงโครงการพัฒนาต่าง ๆ กลับยังคงเสื่อมโทรมลง จึงเป็นที่มาของประเด็นของความขัดแย้งระหว่างชุมชนโดยรอบโครงการพัฒนา และผู้ประกอบการเจ้าของโครงการ กรณีความขัดแย้งดังกล่าวนี้นับวันจะทวีความรุนแรงและแพร่ขยายในพื้นที่ต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วมีความยุ่งยาก ซับซ้อน ตลอดจนมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก เมื่อแนวความคิดของ SEA เข้ามาในประเทศไทยเมื่อเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา จึงเป็นแนวทางที่ถูกมองว่าจะเป็นเครื่องมือที่จะเป็นประโยชน์อย่างมากที่ทำให้นโยบาย แผน และโปรแกรมที่จะเกิดขึ้นเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการดำเนินการ SEA ด้วยความสำคัญดังกล่าวมาแล้วภาครัฐโดยคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ (ชื่อเดิมคณะกรรมการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงพื้นที่) เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2548 โดยคณะกรรมการฯ มีมติเห็นควรที่จะนำ SEA มาใช้ในประเทศไทย เพื่อให้มีการประเมินศักยภาพและข้อจำกัดของสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ขั้นการจัดทำนโยบาย แผน โปรแกรม และโครงการขนาดใหญ่ เพื่อบูรณาการมิติสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีอย่างสมดุล ตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และคณะกรรมการฯ มีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำรายละเอียดแนวทาง

การประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2549 โดยมีหน้าที่ที่สำคัญในการจัดทำรายละเอียดและตัวอย่างแนวทางการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ (SEA Guideline) ซึ่งก็ยังคงอยู่ในระหว่างการดำเนินการและการทบทวน (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2553)

จากการที่หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนสำคัญในการวางนโยบายให้ความสำคัญกับ SEA ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะนำมาสู่การบูรณาการทั้งความคิดและการปฏิบัติการร่วมกันของหลายฝ่าย ทำให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และมีกระบวนการตัดสินใจจากหลายฝ่ายอย่างมีส่วนร่วม โดยมุ่งเป้าประสงค์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน บนศักยภาพและเงื่อนไขของการพัฒนาในระยะยาว ดังปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 และแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2550-2554 ที่มีข้อเสนอการพัฒนาสรุปได้ดังนี้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ และการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม กล่าวถึงบทบาทภาครัฐในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี เพื่อยกระดับคุณภาพและการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพื่อลดมลพิษและควบคุมกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต โดยผลักดันให้เกิดระบบประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ ตั้งแต่ขั้นตอนของการกำหนดนโยบาย แผน และการพัฒนาระดับพื้นที่อย่างสอดคล้องกับศักยภาพในการรองรับ และการบริหารจัดการมลพิษของพื้นที่

แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2550-2554 ได้กล่าวถึง แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมใน 5 ปีข้างหน้า จะใช้หลักการจัดการ ข้อ 3 การระวังไว้ก่อน (Precautionary Principle) ซึ่งเป็นหลักการจัดการเชิงรุกที่เน้นหลักการป้องกันผลกระทบล่วงหน้า มีการสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้กับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีระบบนิเวศที่เปราะบาง โดยให้มีการคุ้มครองรวมทั้งมีการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ ในขั้นการกำหนดนโยบาย โดยเฉพาะในกลยุทธ์ที่ 2 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของทุกภาคี ได้กำหนดมาตรการให้มีการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ทุกระดับ โดยผลักดันให้มีการใช้กระบวนการการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ ในทุกระดับและเลือกนโยบายหรือพื้นที่นำร่องในการจัดทำประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ เช่น การบริหารจัดการลุ่มน้ำทั้งระบบ หรือครัวของโลก และการขนส่งมวลชน เป็นต้น และที่มีความสำคัญอย่างมาก คือ คำแถลงนโยบายของรัฐบาล ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี (นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) เมื่อวันที่

26 ธันวาคม พ.ศ. 2551 นโยบายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ข้อ 5.6 ระบุว่า “จะดำเนินการปรับปรุงกลไกการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ โดยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน ประชาชน และภาคีที่เกี่ยวข้อง ในรูปของสมัชชาสิ่งแวดล้อมมีส่วนร่วมบริหารจัดการ และจัดให้มีการใช้ระบบประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นกลไกกำกับให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน” (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2553)

การดำเนินการเพื่อพัฒนากระบวนการ SEA ในประเทศไทยได้มีการดำเนินการในภาคส่วนต่าง ๆ บ้างแล้ว การประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ในประเทศไทยได้รับการยอมรับ และมีการดำเนินการในภาคส่วนต่าง ๆ เช่น กรณีศึกษาโครงการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมระดับพื้นที่กรณีศึกษาเขตเศรษฐกิจชายแดนพิเศษ จังหวัดเชียงราย (โครงการได้รับการสนับสนุนโดย สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม) กรณีศึกษาโครงการการจัดการน้ำในลุ่มน้ำยม (โครงการได้รับการสนับสนุนโดย แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ) และกรณีศึกษาในพื้นที่ 5 จังหวัดชายฝั่งทะเลภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช กระบี่ พังงา และภูเก็ต (โครงการได้รับการสนับสนุนโดย สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม) เป็นต้น และในปัจจุบันโครงการขนาดใหญ่ของหลายหน่วยงานได้เริ่มทำ SEA ในขั้นตอนการศึกษาเพื่อวางแผนโครงการ

ดังนั้น สำหรับประเทศไทย SEA มีแนวโน้มอย่างสูงในการนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งเพื่อลดผลกระทบและความขัดแย้ง และเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังเช่นประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งในภูมิภาค ได้แก่ ประเทศจีนและเวียดนาม

ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคมและศีลธรรม

ขั้นที่ 5 ของสังคมไทยอ่อนแอ สาเหตุของวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจสังคมไทย มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ในที่นี้จะพูดถึงปัจจัยภายใน เพราะเป็นส่วนที่เราแก้ไขได้ด้วยตัวเอง และจำเป็นต้องแก้ไข

สังคมไทยมีความอ่อนแอในเรื่องใหญ่ ๆ ถึง 5 ประการ คือ

1. ความอ่อนแอทางศีลธรรม ศีลธรรมเป็นเรื่องสำคัญที่กำหนดความสำเร็จในเรื่องอื่น ๆ แต่ถ้าศีลธรรมอ่อนแอแล้วย่อมนำไปสู่สภาวะวิกฤตในทุกเรื่อง ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธก็จริง แต่มีปัญหาศีลธรรมมาก การลักขโมยมีอยู่ทั่วถึงทั่วประเทศ การคอร์รัปชั่นระดับทั่วประเทศ ร่ำรวยกันตายเคยมีอัตราสูงเป็นที่สองในโลก รวมทั้งการละเมิดสิทธิเด็กและสตรี การทำลายสิ่งแวดล้อม และการเห็นประโยชน์ส่วนตนหรือพรรคพวกมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม

จนเชื่อถือไม่ได้ การขาดความเชื่อถือ (Trust) กระทบเศรษฐกิจ เพราะความเชื่อถือได้เป็นทุนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ คนไทยยังขาดจิตสาธารณะ หรือ Public Mind ยังมีจิตคับแคบ เห็นแก่ตัว เห็นแก่พรรคพวก ทำให้ไม่สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสมดุล การขาดการสมดุลก็คือการป่วย ซึ่งจะต่อไปเป็นวิกฤต

2. ความอ่อนแอทางปัญญา สังคมไทยมีวัฒนธรรมอำนาจมากกว่าวัฒนธรรมปัญญา นิยมใช้ความเห็นมากกว่าการสร้างความรู้ การศึกษาก็เน้นการท่องจำมากกว่าการทำ การคิด การสร้างความรู้ สื่อมวลชนก็ถูกใช้ไปในทางกระตุ้นกิเลสตัณหาทางวัตถุนิยมมากกว่าการสร้างปัญญา การค้นคว้าวิจัยเพื่อสร้างความรู้ เพื่อเอาความรู้ไปใช้ประโยชน์มีน้อยมาก สังคมทั้งสังคมจึงอ่อนแอทางปัญญาจะว่าเป็นวิกฤตการณ์ทางปัญญาก็ได้ ความอ่อนแอทางปัญญาทำให้ไม่สามารถประคองตัวอยู่ในสมดุลได้ จึงเจ็บป่วยและวิกฤต

3. ความอ่อนแอของระบบเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจของเราเป็นระบบที่ทอดทิ้งและทำลายเศรษฐกิจของฐานล่างให้อ่อนแอ มุ่งส่งเสริมคนส่วนน้อยข้างบนให้มีเงินมาก แต่เศรษฐกิจข้างบนก็ไม่ใช้เศรษฐกิจจริง ๆ มีความฉ้อฉน คดโกง เอาเปรียบสูง ปราศจากการค้นคว้าวิจัยให้เข้มแข็งทางปัญญา และพัฒนาคนอย่างต่อเนื่อง ในเมื่อระบบเศรษฐกิจมีลักษณะเช่นนี้ คือ ฐานล่างอ่อนแอ ข้างบนมีความเทียมและฉ้อฉน ระบบทั้งระบบจึงอ่อนแอจนพังทลายลง เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ในปัจจุบัน

4. ความอ่อนแอของระบบรัฐ ระบบรัฐซึ่งประกอบด้วยระบบการเมืองและระบบราชการอ่อนแอยิ่งเพราะขาดความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ ขาดปัญญาและมีการคอร์รัปชันสูง อำนาจรัฐนั้นปกคลุมไปทั่วทุกปริมณฑลของสังคม ในเมื่ออำนาจรัฐไม่ถูกต้องย่อมส่งผลเสียอย่างทั่วถึงทุก ๆ มิติ ทั้งเรื่องศีลธรรม เรื่องปัญญา เรื่องเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความอ่อนแอของระบบรัฐจึงเป็นต้นเหตุสำคัญของวิกฤตการณ์

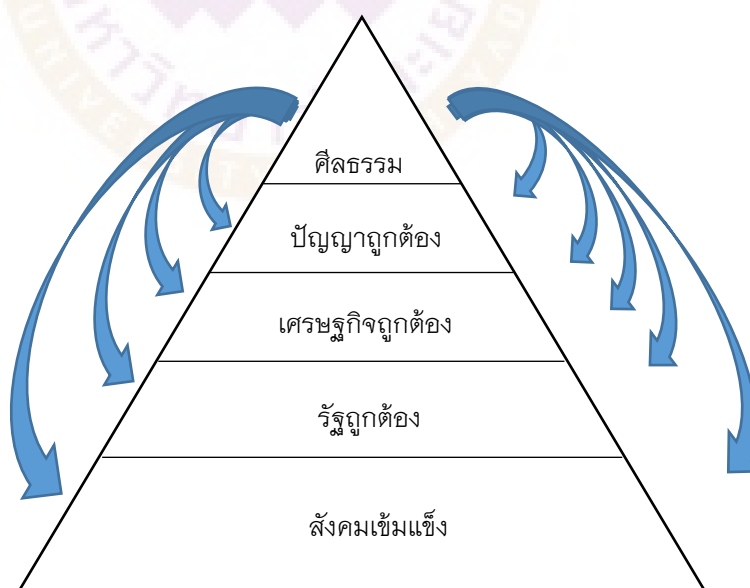
5. ความอ่อนแอของสังคม โครงสร้างทางสังคมไทย เป็นโครงสร้างทางดิ่ง คือเป็นความสัมพันธ์กันเชิงอำนาจ ระหว่างคนข้างบน ที่มีอำนาจกับคนข้างล่างที่ไม่มีอำนาจ เป็นนายกับไพร่ หรือเป็นเจ้านายกับลูกน้อง คนมีอำนาจข้างบนจะดึงสิ่งต่าง ๆ จากคนข้างล่างไปเข้าตัว ทั้งเศรษฐกิจและเกียรติยศ คนข้างล่างจะไม่มีเกียรติและยากจน เมื่อคนข้างล่างถูกบีบคั้นเอาเปรียบก็จะเก เช่น หนึ่งงาน ขโมยของหลวงและแสวงหาผู้อุปถัมภ์ กลายเป็นสังคมอุปถัมภ์ ผู้คนคิดพึ่งผู้อื่น ไม่คิดพึ่งตัวเอง สังคมที่มีความสัมพันธ์ทางดิ่งเช่นนี้จะอ่อนแอ อ่อนแอทั้งทางศีลธรรม ทางปัญญา ทางเศรษฐกิจ ทางอำนาจรัฐที่ไม่ถูกต้อง เพราะผู้คนไม่รู้สิทธิเกียรติแห่งความเป็นคนที่เท่าเทียมกัน (ไม่ใช่สัมพันธ์แบบเจ้านายกับลูกน้อง) เรียนรู้ร่วมกัน ในรูปของการเป็นกลุ่ม ชมรม สมาคม มูลนิธิ สหกรณ์ ชุมชนหรือประชาคม สังคมที่มีการ

รวมกลุ่มเช่นนี้มาก ๆ เป็นสังคมที่มีความสัมพันธ์ทางราบ เรียกว่าเป็น ประชาสังคม (Civil Society) หรือสังคมประชาธรรม หรือ สังคมเข้มแข็ง หรือสังคมสันติประชาธรรมความเป็นประชาสังคมเป็นตัวกำหนดให้เศรษฐกิจดี การเมืองดี และศีลธรรมดี สังคมใดที่เป็นสังคมอ่อนแอ คือ ขาดความเป็นประชาสังคม เศรษฐกิจจะไม่ดี การเมืองจะไม่ดี และศีลธรรมจะไม่ดี แม้เครื่องศาสนาศีลธรรมก็ไม่เกิด หากขาดความเป็นประชาสังคม ถ้าเข้าใจความจริงข้อนี้ จะเข้าใจสังคมไทย ว่าทั้ง ๆ ที่เป็นเมืองพุทธและพุทธศาสนาเป็นข้อดีแต่ศีลธรรมเสื่อม เพราะพุทธศาสนาเข้ามาอยู่ในสังคมที่มีโครงสร้างทางตั้งและโครงสร้างทางตั้งได้เข้าครอบงำพุทธศาสนาด้วย โครงสร้างทางตั้งจึงเป็นโครงสร้างที่ทำให้สังคมไทยอ่อนแอ

ความอ่อนแอทั้ง 5 ประการ คือ อ่อนแอทางศีลธรรมอ่อนแอทางปัญญาอ่อนแอทางระบบเศรษฐกิจอ่อนแอทางระบบอำนาจรัฐอ่อนแอทางสังคมองค์ประกอบดังกล่าว มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และทำให้สังคมไทยทั้งสังคมอ่อนแอ มีภูมิคุ้มกันต่ำ เจ็บป่วย และวิกฤติง่าย เนื่องจากองค์ประกอบของความอ่อนแอทั้ง 5 ประการไม่ได้ทรงตัวอยู่โดด ๆ แต่มีความสัมพันธ์กัน ก่อนที่จะพูดถึงมรรควิธีหรือยุทธศาสตร์ในการแก้ไข จึงควรทำความเข้าใจถึงสัมพันธ์ภาพของเหตุปัจจัยโดยเฉพาะวิธีคิด

ความสัมพันธ์ของชั้น 5 ทางสังคม

สังคมที่จะสมประกอบต้องประกอบด้วยชั้นทั้ง 5 ถ้าขาดไปอย่างใดอย่างหนึ่งก็ไม่สมประกอบ ชั้นแต่ละชั้นเป็นทั้งเหตุและผลของอีก 4 ชั้น กล่าวคือ



ภาพ 18 แสดงความสัมพันธ์ของชั้น 5 ของสังคม

ทั้งขาขึ้นและขาลง ศิลธรรมเปรียบเทียบกับประดุจจิตหรือวิญญาณที่ผุดบังเกิดเกิดจากการมีชั้นอีก 4 ชั้น และเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็มีผลอันยิ่งใหญ่ต่อชั้นอีก 4 ชั้น

1. ศิลธรรม เหมือนจิต หรือวิญญาณของสังคม ศิลธรรมย่อมเกิด ความสำคัญของชั้น 5 ทางสังคม จากสังคมมีปัญหาถูกต้อง เศรษฐกิจถูกต้อง รัฐถูกต้อง และสังคมเข้มแข็ง แต่ขณะเดียวกันศิลปะธรรมมีผลอย่างยิ่งใหญ่ที่ทำให้ปัญหาถูกต้อง เศรษฐกิจถูกต้อง รัฐถูกต้อง และสังคมเข้มแข็ง

2. ปัญญา สังคมต้องมีปัญญาถูกต้อง คือ รู้ตัวเอง รู้สิ่งแวดล้อมที่จะทำให้เกาะกุมองคาพยพของสังคมไว้ด้วยกัน ถ้าสังคมปัญญาลดลงชั้นอื่น ๆ ของสังคมย่อมอ่อนหมด เสื่อมศุลและวิกฤตได้ง่าย ปัญญาถูกต้องทำให้เศรษฐกิจถูกต้อง รัฐถูกต้อง สังคมเข้มแข็ง และมีศิลปะธรรม

3. เศรษฐกิจถูกต้อง เศรษฐกิจถูกต้องหมายถึงเศรษฐกิจที่เป็นไป เพื่อความเข้มแข็งของชั้นอื่น ๆ ทัวพร้อม ไม่ใช่เศรษฐกิจแยกส่วน เป็นเศรษฐกิจเพื่อเศรษฐกิจ หรือเศรษฐกิจเพื่อเงิน อันทำให้ชั้นอื่น ๆ ร้อนหมดอย่างที่กำลังเป็นไปทั่วโลก ถ้าเศรษฐกิจไม่ถูกต้องหรือไม่เป็นธรรมเศรษฐกิจ ศิลธรรมก็ไม่เกิด

4. รัฐถูกต้อง ถ้าระบบรัฐ ทั้งระบบการเมืองและระบบราชการขาดความถูกต้อง คือ ไม่โปร่งใส ขาดการคานอำนาจ ขาดการตรวจสอบ ขาดปัญญา มีคอร์รัปชั่นสูง ชั้นอีก 4 ชั้นของสังคมย่อมกระทบกระเทือน มีความเสื่อมทางศิลปะธรรม ไม่ว่าจะอบรมจิตใจเท่าใด ๆ หากรัฐไม่ถูกต้องแล้วศิลปะธรรมก็ไม่เกิดขึ้น

5. สังคมเข้มแข็ง ย้อนกลับไปดูความหมายของสังคมอ่อนแอและสังคมเข้มแข็ง สังคมเข้มแข็งหรือสังคมประชาธิปไตย หรือประชาสังคมเป็นปัจจัยให้การเมืองดี เศรษฐกิจดี และศิลปะธรรมดี สังคมเข้มแข็งจึงเปรียบประดุจเป็นฐานหรือเป็นโครงกระดูกของสังคม ที่ตั้งองคาพยพของสังคมไว้ด้วยกัน เปรียบเหมือนสังขารของสังคม ถ้าสังคมอ่อนแอเย่อมเหมือนสังขารแตก เมื่อสังขารแตก วิญญาณก็แตก นั่นคือศิลปะธรรมไม่เกิด หากชั้นอื่น ๆ ทั้งชั้นสังคมเข้มแข็ง กล่าวคือ รัฐไม่ส่งเสริมให้สังคมเข้มแข็งก็ดี หรือทำลายให้สังคมอ่อนแอก็ดี เศรษฐกิจทำลายให้สังคมอ่อนแอก็ดี ปัญญาไม่เข้าใจความสำคัญของสังคมเข้มแข็งก็ดี การพัฒนาศิลปะธรรมไม่รวมถึงการพัฒนาให้สังคมเข้มแข็ง ชั้น 5 ของสังคมย่อมรวมหมดและสังคมวิกฤตอย่างยิ่ง อย่างที่เป็นอยู่ จะเห็นได้ว่าการที่จะเกิดความเป็นปกติของสังคม อยู่ที่การประกอบชั้น 5 ทางสังคมเข้าด้วยกัน การเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นเอกเทศ เช่น พัฒนาเศรษฐกิจอย่างเดียว หรือพัฒนาจิตใจอย่างเดียว ย่อมไม่ก่อให้เกิดความเป็นปกติของสังคม การพัฒนาจิตใจเป็นของดี ควรจะทำให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่การพัฒนาเฉพาะจิตใจเพียงอย่างเดียว

โดยไม่คำนึงถึงขั้นอื่น ๆ ของสังคมย่อมไม่ก่อให้เกิดความเป็นปกติขึ้นได้ เพราะจิตใจไม่ได้อยู่โดด ๆ แต่เชื่อมโยงกับสังขาร ดังคาถาในปฎิจจสมุปบาท ที่กล่าวไว้ “สังขาร เป็นปัจจัยให้เกิดวิญญาน” ในประเทศไทยมีผู้ส่งเสริมการพัฒนาจิตใจกันอยู่มาก แต่ไม่สำเร็จประโยชน์แก่สังคมทั้งหมด มีพระอรหันต์เกิดขึ้นเหมือนกัน แต่มีไม่กี่รูป สังคมที่เหลือเหมือนนรก เพราะขาดความเข้าใจสังขารของสังคมทั้งหมด แต่ที่จริงพุทธศาสนามีหลักคิดที่ดี คือ หลักอิทัปปัจจยตา หรือ ความเป็นเหตุปัจจัยให้สิ่งใดเกิดสิ่งใดไม่เกิด ทำนอง “เพราะสิ่งนี้ มี สิ่งนี้จึงมี เพราะสิ่งนี้ไม่มี สิ่งนี้จึงไม่มี” เป็น Dependent Origination ไม่มีอะไรเกิดขึ้นหรือดำรงอยู่โดด ๆ โดยตัวของตัวเอง โดยไม่ได้มาจากเหตุและเป็นเหตุของสิ่งอื่นต่อไป โดยหลักแห่งความเป็นกระแสของเหตุปัจจัยหรืออิทัปปัจจยตานี้ จะตามไปเข้าใจทุกสิ่งทุกอย่าง รวมทั้งความเป็นระบบ ความเป็นโครงสร้าง รวมทั้งการผุดบังเกิดใหม่ (Emergence) ด้วย แต่ชาวพุทธมักคิดแยกส่วน คือ คิดแต่เรื่องจิตโดด ๆ ซึ่งก็ตรงข้ามหรือเป็นคนละซีกกันกับพวกที่คิดเรื่องวัตถุโดยไม่มีจิต ทั้งสองส่วนขาดความสมบูรณ์ จึงไปไม่ถึงที่สุดแห่งความจริง ศีลธรรมเป็นเรื่องสำคัญสุดยอด การพัฒนาที่แท้จริงคือการพัฒนาทางจิตวิญญาณ (Spiritual Development) การพัฒนาไม่ใช่การมีเงินมากขึ้น ๆ แต่หมายถึงการมีจิตวิญญาณที่สูงขึ้น ๆ แต่ศีลธรรมก็เหมือนจิต หรือวิญญาณที่ผุดบังเกิดขึ้นเพราะความมีสังขาร การที่พยายามพัฒนาศีลธรรมเหมือนพยายามเช่นให้ศีลธรรมเกิด หรือสกัดเอาศีลธรรมออกมาจากความเป็นทั้งหมด ย่อมไม่ได้ผล แต่ที่จริงศีลธรรมก็คือความเป็นทั้งหมด (Whole) นั่นเอง ดูเรื่องความเป็นทั้งหมดในตอนที่ 4 และรูปที่ 3

การพัฒนาจึงต้องพัฒนาขั้นทั้ง 5 ของสังคมพร้อมกัน ให้เป็นสังคมที่สมประกอบ หรือผนึกกันเหนียวแน่นเป็นอินทรีย์ จะได้มีพลังหรือพลัง สำหรับผู้ที่สนใจธรรมะ ก็คงจะทราบว่ามีหมวดธรรมที่เรียกว่า อินทรีย์ 5 และพลัง 5 คือ มีข้อธรรมะ 5 ข้อ ได้แก่ ศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา ซึ่งเป็นชุดหรือ Package ต้องใช้ทั้งชุดไม่ใช่ข้อใดข้อเดียว เมื่อใช้ทั้งชุดก็ผนึกกันเป็น อินทรีย์ และพัฒนาให้กล้าแข็งขึ้นเป็น พลังก็มาพอดีตรงกัน ว่าในทางสังคมควรจะมีองค์ประกอบ 5 ประการ อาจเรียกว่า เป็นอินทรีย์ 5 พลัง 5 ทางสังคม หรือเป็นอินทรีย์พลัง โดยสรุป ควรเข้าใจสังคมให้ครบทั้ง 5 ขั้น ที่เชื่อมโยงและผนึกกัน ไม่คิดแบบแยกส่วน และพัฒนาแบบแยกส่วน

ยุทธศาสตร์พุ่งเป้าที่สังคมเข้มแข็ง

เนื่องจากสังคมเข้มแข็ง หรือประชาสังคม (Civil Society) เป็นรากฐานให้เศรษฐกิจดี การเมืองดีและศีลธรรมดี ยุทธศาสตร์ชาติจึงควรพุ่งเป้าหรือโฟกัสไปที่การสร้างความเป็นประชาสังคม คำที่ใช้เกี่ยวข้องในเรื่องนี้มีหลายคำ เช่น สังคมเข้มแข็ง ประชาสังคม สังคม ประชาธรรม สังคมสันติประชาธรรม ความเป็นชุมชนประชาคม

ทุนทางสังคม (Social Capital) คำดังกล่าวเอามาใช้ในแง่มุมและในลีลาการพูดต่าง ๆ กัน ข้อสำคัญเราจะต้องทำความเข้าใจเรื่องทุนกันก่อน ว่าทุนไม่ได้มีแต่ทุนที่เป็นเงินเท่านั้น แต่มีทุนทางอื่น ๆ อีกด้วย เช่นทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสิ่งแวดล้อม

ในการพัฒนาเศรษฐกิจที่แล้วมา เราไปเค้นทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสิ่งแวดล้อม ให้แปรสภาพเป็นเงินก้อนใหญ่ เข้าสู่มือคนจำนวนน้อย ทุนถ้าอยู่ในสภาพเป็นเงินย่อมถูกขโมย หรือระเหิดไปได้ง่ายแต่ถ้าทุนนั้นอยู่ในรูปทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสิ่งแวดล้อมแล้วก็จะยังเป็นของเราจริง ๆ ไม่มีใครขโมยไปได้ และยังเป็นฐานให้โภคทรัพย์เพิ่มพูนขึ้นด้วยความมั่นคง

ทุนทางสังคม หมายถึง ความเป็นกลุ่มก้อนทางสังคม การมีการศึกษาดี การมีวัฒนธรรม การมีความซื่อสัตย์สุจริต การมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม การมีประสิทธิภาพในการทำงาน การมีการเมืองและและระบบราชการที่ดี ทุนทางสังคมดังกล่าว เป็นฐานให้เศรษฐกิจดี ประเทศใดมีทุนทางสังคมดังกล่าวมากเศรษฐกิจย่อมดี ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ เป็นตัวอย่างของประเทศที่มีลักษณะใกล้เคียงกับที่กล่าวขึ้นข้างต้น จึงมีเศรษฐกิจดีกว่าประเทศที่ด้อยในทุนทางสังคม คำว่าทุนทางสังคมนี้ใกล้เคียงหรือตรงกับสังคมเข้มแข็ง ลักษณะที่สำคัญของสังคมเข้มแข็งคือ มีการรวมกลุ่ม หรือความเป็นกลุ่มก้อนทางสังคม ที่จริงการรวมกลุ่มหรือความเป็นกลุ่มก้อนเป็นธรรมชาติของสรรพสิ่ง ทั้งสิ่งมีชีวิต และสิ่งไม่มีชีวิต โปรดอน นิวตรอน และอิเล็กตรอน เมื่อมารวมกลุ่มกันก็จะเกิดเป็นธาตุต่าง ๆ อะตอมของธาตุต่าง ๆ เมื่อรวมกลุ่มกันจะเกิดเป็นโมเลกุลหรืออนุของสารต่าง ๆ อนุของสารต่าง ๆ เมื่อมารวมกลุ่มกันก็จะเกิดเป็นก้อนเมฆ เกล็ดหิมะ ภูเขา หรือเป็นสิ่งมีชีวิต เช่น ต้นไม้ สัตว์ สิ่งมีชีวิตมารวมกลุ่มกัน เช่น ผึ้งปลา ผึ้งนก ผึ้งผึ้ง และในครั้งโบราณมนุษย์ก็อยู่รวมกลุ่มกัน ไม่ว่าจะในสังคมมนุษย์ดีก็ตามบรรพที่ทำการล่าสัตว์ หรือสังคมเกษตรกรรม เพราะการรวมกลุ่มกันทำให้เกิดความมั่นคง (Stable)

ในปัจจุบันได้มีการรื้อฟื้นความสนใจเรื่องความเป็นชุมชนหรือความเป็นประชาคมกันขึ้นใหม่ จนกระทั่งเรื่องประชาสังคม (Civil Society) เป็นกระแสใหญ่ของโลกอย่างหนึ่ง และจะใหญ่มากขึ้น จนในศตวรรษที่ 21 จะเป็นกระแสใหญ่ที่สุด และมองกันว่าโลกในอนาคตจะเป็นโลกของความเป็นชุมชน ซึ่งเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกันทั่วโลก ขณะนี้ก็ตระหนักกันมากขึ้นเรื่อยๆ ว่าจะสนใจเฉพาะทุนที่เป็นเงินเท่านั้นไม่ได้ แต่ทุนทางสังคม (Social Capital) มีความสำคัญอย่างยิ่งยวด ที่จะต้องทะนุบำรุงให้เข้มแข็ง เพราะจะเป็นฐานให้เศรษฐกิจดี การเมืองดี และศีลธรรมดีดังกล่าวแล้ว ในเมื่อสังคมเข้มแข็ง ทุนทางสังคมก็จะเป็นฐานของการพัฒนาอื่น ๆ ยุทธศาสตร์ชาติจึงควรพุ่งเป้าไปที่การสร้างสังคมเข้มแข็ง หรือสร้างทุนทางสังคม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ในการสร้างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองประเทศไทยจึงมีขั้นตอนตามหลักการวางแผนยุทธศาสตร์โดยใช้กระบวนการศึกษาวิจัยจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยเครื่องมือในการวิจัยร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยเทคนิค SWOT Analysis และรูปแบบสภาพแวดล้อมมหภาค (Macro Environment) รวมทั้งการประชุมอภิปรายกลุ่ม (Focus Group Discussion) และผลการประเมินร่างยุทธศาสตร์จากผู้ทรงคุณวุฒิทำให้ยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์เป้าประสงค์ตัวชี้วัดกลยุทธ์

แนวคิดด้านการตลาด

ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว

Jones (1994) กล่าวว่า ตลาดการบริการและการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการทางการจัดการและทางสังคมซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลจะได้รับสิ่งจำเป็นและสิ่งที่พวกเขาต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์รวมทั้งคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับบุคคลอื่น

วินิจ วีรยางกูร (2532, หน้า 15) กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการวิจัยตลาดการพยากรณ์การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 29) กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้ขายมาทำการติดต่อเพื่อต่อรองซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การหรือธุรกิจท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546, หน้า 4) กล่าวว่า ปรัชญาของการจัดการตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยการวิจัยการพยากรณ์และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาดโดยบรรลุวัตถุประสงค์และให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549, หน้า 55) กล่าวว่า การตลาดบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ (2556, หน้า 1) กล่าวว่า การตลาดเป็นกระบวนการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยการแลกเปลี่ยนสิ่งที่มีค่าซึ่งกันและกัน

สรุปได้ว่าการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การวิจัยการวิเคราะห์การพยากรณ์ และการเลือกสรรส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การจัดการการตลาดท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2544, หน้า 54-55) กล่าวว่า การจัดการการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อมการกำหนดแนวทาง มาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการตลาดท่องเที่ยวจำแนกได้ 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็น จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ สวนสัตว์เปิด และทรัพยากรที่มนุษย์ สร้างขึ้น ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว โดยการให้บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการ ที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิงรวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market to Tourist) เป็นความพยายามที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทาง การท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววันั้น

4. การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทาง การท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการ การท่องเที่ยว เป็นต้น

5. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การให้สื่อข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จุดหมาย เป็นต้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ของตน

สุวีณา ตังโพธิสุวรรณ (2556, หน้า 1) ได้กล่าวว่า การตลาดจะเกิดขึ้นได้ต้องประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

1. ความต้องการสินค้าหรือบริการ
2. มีอำนาจในการซื้อ
3. มีความเต็มใจที่จะซื้อ

แนวคิดการตลาดในยุคก่อน ๆ จะเน้นเรื่องการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ แล้วจึงมาหาวิธีการขาย แต่ในปัจจุบันจะเน้นเรื่องลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้าเป็นลำดับแรกก่อน แล้วจึงมาผลิตสินค้าหรือ บริการ

Customer Segmentation การแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มเป็นส่วนหนึ่งในแผนธุรกิจ ซึ่งมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์องค์กร และแผนการตลาด

Customer Segmentation คือ การแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีคุณลักษณะคล้าย ๆ กัน เพื่อให้กิจการ องค์กร ค้นหาความต้องการของลูกค้าลงไปรายละเอียดได้มากขึ้น ในการแบ่งส่วนตลาดมีเครื่องมือที่ช่วยในการแบ่งส่วนตลาด คือ หลัก STP

S=Segmentation (การจัดกลุ่มลูกค้า)

T=Targeting (การเลือกลูกค้า/ตลาดเป้าหมาย)

P=Position (การกำหนดจุดยืนหรือตำแหน่ง)

1. Segmentation (การจัดกลุ่มลูกค้า) เราสามารถจัดกลุ่มได้ดังนี้ 1) ตามลักษณะภูมิศาสตร์ เช่น ภูมิภาค เมือง 2) ตามลักษณะประชากร จำแนกตาม อายุ เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ 3) ตามลักษณะจิตพิสัย เช่น ชั้นทางสังคม รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ 4) ตามลักษณะพฤติกรรม เช่น การแสวงหาประโยชน์ที่ได้รับ อัตราการใช้ ความภักดี

เกณฑ์ที่ใช้ในการจัดกลุ่ม มีดังนี้ 1) สามารถวัดได้ 2) สามารถเข้าถึงได้ 3) มีความแตกต่างกันในแต่ละส่วนการตลาด 4) สามารถปฏิบัติได้ 5) มีขนาดใหญ่พอ

2. Targeting (การเลือกลูกค้า/ตลาดเป้าหมาย) เราสามารถกำหนดได้ดังนี้

2.1 Mass Market การตลาดมวลชน: เข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

2.2 Differentiated Market การตลาดแตกต่าง: มีสินค้าที่แตกต่างกันในการเข้าถึงลูกค้า

2.3 Niche Market การตลาดมุ่งเฉพาะส่วน: กลุ่มตลาดเล็กแต่สามารถทำกำไรได้

3. Positioning (การกำหนดจุดยืนหรือตำแหน่ง) การกำหนดคุณลักษณะพิเศษหรือภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค สามารถกำหนดได้ตามคุณลักษณะ ดังนี้

3.1 ลักษณะของสินค้า (Attribute Positioning) เช่น ดิสनीแลนด์ เป็นสวนสนุกที่ใหญ่ที่สุดในโลก หนองโพน เป็นนมโคแท้ 100 %

3.2 คุณประโยชน์ของสินค้า (Benefit Positioning) เช่น คอลเกต ป้องกันฟันผุ โดฟ ทำให้ผิวนุ่มชุ่มชื้น

3.3 การนำไปใช้ (Use/Application Positioning) เช่น ยูโรคัสตาร์ด แก้วหิวได้ทุกเมื่อ

3.4 ผู้ใช้ บุคลิกของผู้ใช้ (Use Positioning) เช่น โออิชิกรีนที สำหรับวัยรุ่น สดใส แบล็กเลเบิ้ล สำหรับบุรุษ สุขุม มีมาด

3.5 เปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Competitor Positioning) เช่น ของขึ้นเดียวกัน “ตั้งฮั่วเลี้ยง ถูกกว่า”

3.6 ประเภทของกลุ่มสินค้า (Product Categories Position) เช่น 7up เป็น non-cola

3.7 คุณภาพกับราคา (Quality/Price Positioning) เช่น Every Day Low Price ของห้างโลตัส

3.8 ถิ่นกำเนิดของสินค้า (Country of Origin Positioning) เช่น เบ็ค เป็นเบียร์ของเยอรมัน

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546, หน้า 59-60) กล่าวว่าส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหมายถึงองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุม หรือพัฒนาได้และปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวประสบความสำเร็จประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสนอขาย เช่นรายการทัวร์เหมา (Package Tour) เรือสำราญ (Cruise)

2. ราคา (Price) คือ ราคาของสินค้าและบริการและการกำหนดราคา เช่น ราคาทัวร์ยุโรป 9 วัน 3 ประเทศ 46,900 บาท

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Process of Delivery) เป็นกระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการไปให้ถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวกที่สุดเช่นจัดจำหน่ายโดยบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงวิธีการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้นซึ่งจำนวนมากขึ้นเช่นการโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

5. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ได้แก่บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการ และขณะที่ลูกค้าบริโภคสินค้าซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที เช่น การขายทัวร์ที่เคาน์เตอร์ของพนักงานขายกับลูกค้าการพักในห้องพักของโรงแรม

6. กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) คือ การศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวและการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

7. การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวหลาย ๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดเป้าหมายธุรกิจ เช่น รายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (All-Inclusive Tour)

8. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership/Participation) หมายถึง การประสานงาน ร่วมมือกันทางธุรกิจระหว่างผู้ซื้อ (Buyers) และผู้ขาย (Sellers) ในธุรกิจท่องเที่ยวการร่วมมือกันเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และได้รับความพอใจสูงสุดโดยรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการและระดับราคาที่เหมาะสม



ภาพ 19 แสดง 7P's หลักการตลาด

ที่มา: ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549

ส่วนประสมทางการตลาด โดยพื้นฐานจะประกอบด้วย 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดแต่ส่วนผสมทางการตลาดของตลาดบริการ

จะแตกต่างจากส่วนผสมทางการตลาดโดยทั่วไป (Zeithaml and Bitne, 2000) ได้เสนอแนวคิดใหม่ในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ โดยเฉพาะส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการดังกล่าวประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม หรือ 4P's ได้แก่ Product, Price, Place และ Promotion รวมกับส่วนประสมอีก 3 ส่วน ได้แก่ People Process และ Physical Evidence ดังนั้น ส่วนประสมสำหรับการตลาดบริการจึงประกอบด้วย 7P's (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549, หน้า 63) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product: P1)
2. ราคา (Price: P2)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place: P3)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion: P4)
5. พนักงาน (People: P5)
6. กระบวนการให้บริการ (Process: P6)
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence: P7)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 35) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดไว้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การบริหารบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์มีมูลค่าในสายตาของลูกค้าจึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดมาถัดจากผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Product Value) ในสายตาของผู้บริโภคซึ่งต้องพิจารณาว่าผู้บริโภคยอมรับในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ว่าสูงกว่าราผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขันของคู่แข่งในที่มีอยู่ในตลาด

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจาย

สินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ช่องทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานที่สำคัญ ดังนี้ 1) การขนส่ง (Transportation) 2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า 3) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารหลายประการ ซึ่งอาจจะเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้าผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง โดยบรรจุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือสำคัญ ต่อไปนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์โฆษณาเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์การโฆษณา (Creative Strategy) และกลยุทธ์การโฆษณา (Advertising) 2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยบุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) 2) การจัดการหน่วยขาย (Sales Force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการขายและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นตอนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขายที่มี 3 รูปแบบ คือ 1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค 2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง 3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งพนักงาน

4.4 การให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ (Publicly and Public Relation) การข่าวสารเป็นการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response) และการตลาดเชื่อมตรง (Online Marketing) เป็นวิธีการติดต่อสื่อสารกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดให้ส่งเสริมการตลาด ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ 2) การขายโดยใช้จดหมายตรง 3) การขายโดยแคตตาล็อก 4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 25-26)

5. พนักงานขาย (People) พนักงานขายจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของร้าน ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพสภาพแวดล้อมการออกแบบภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่ของตัวผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือสวยงามเพียงใด สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารที่ประกอบธุรกิจ เครื่องมืออุปกรณ์ การตกแต่งสถานที่ เคาน์เตอร์ให้บริการ และอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการก็ย่อมจะมี ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพดูดีและสวยงามเพียงใดบริการก็ย่อมจะมีคุณภาพตามด้วย (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549, หน้า 74-79)

นอกจากส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ ๆ (นวัตกรรม) ได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจุดประสงค์หลักก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปสาเหตุมาจากโครงสร้างอายุของประชากรส่วนใหญ่ที่มีแนวโน้มเป็นสังคมของผู้สูงอายุสัดส่วนผู้มียายได้ระดับปานกลางเพิ่มขึ้นมาก รสนิยมและค่านิยมที่มีการเปลี่ยนแปลงและให้ความสำคัญกับสุขภาพและความงามตลอดจนกฎกติกาที่กลายมาเป็นสิ่งที่

หลายประเทศจะต้องยึดถือปฏิบัติเพื่อให้สามารถเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและการเมือง

ปัจจัยเหล่านี้เป็นเหตุให้การแข่งขันในการผลิตสินค้าและบริการมีความรุนแรงมากขึ้น การแข่งขันโดยอาศัยความได้เปรียบจากการใช้ทรัพยากรการผลิตดำเนินการได้ภายในวงจำกัด หลายประเทศต้องหันมาหากกลยุทธ์และแนวทางใหม่ ๆ ที่จะสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันกลยุทธ์หนึ่งที่หลายประเทศไม่ปฏิเสธว่าเป็นเรื่องที่กำลังได้รับความนิยมว่าเป็นกลยุทธ์ในการนำกิจการสู่ความสำเร็จและนำมาเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายประเทศกันในระยะนี้ คือ การสร้างตราสินค้า (Branding) จนมีการกล่าวกันว่าหากกิจการใดครอบครองตราสินค้าที่มีชื่อเสียงติดตลาดเป็นที่รู้จักภักดีของผู้บริโภคแล้วโอกาสที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จก็มีมากขึ้น

เหตุผลที่ทำให้ Branding เป็นกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันเนื่องจาก Branding ไม่เป็นเพียงการนำเสนอสินค้าและบริการให้ผู้บริโภคเท่านั้นแต่ Branding ยังเป็นการเชื่อมสายสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และผู้บริโภคด้วยคุณค่าที่ผู้บริโภคให้ความไว้วางใจจงรักภักดี และคาดหวังได้ทั้งด้านอรรถประโยชน์ อารมณ์และความรู้สึก ช่วยลดระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อจากตัวเลือกที่มีอยู่ในตลาดมากมาย

แบรนด์ดีดิง (Branding)

ความหมายของคำว่า “Branding” มีการนิยามที่หลากหลายกันไปแต่พอจะสรุปได้ว่าเป็น การสร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่รู้จักและนิยมชมชอบไว้วางใจในหมู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คำว่า “ตราสินค้า” (Brand) คือ เครื่องหมายที่แสดงความเป็นเจ้าของซึ่งอาจออกมาในรูปของชื่อคำเฉพาะรูปแบบหรือสัญลักษณ์ตราสินค้าที่มีพลังสามารถนำไปสู่ความสำเร็จทางการแข่งขันในตลาดและอาจกลายเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์กรได้

“Brand” ก่อกำเนิดขึ้นในศตวรรษที่ 19 จากสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อ ดังเช่น สบู่ เป็นต้น และจำเป็นต้องมีการขนส่งเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งจึงต้องมีการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ไว้ที่ภาชนะบรรจุสินค้านอกจากนั้นการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ยังจะช่วยสร้างให้เกิดความคุ้นเคยและไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ผลิตในท้องถิ่นตนให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งต่อมาชื่อผลิตภัณฑ์ได้ถูกนำมาใช้ในการโฆษณาด้วยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและอธิบายผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นแต่กลับกลายเป็นการสร้างให้ผู้บริโภคคุ้นเคยกับชื่อผลิตภัณฑ์และชื่อ “Brand” มากกว่าชื่อ “ตัวผลิตภัณฑ์” ที่ในปัจจุบันเรียกว่า “Branding” นั้นเอง

ดังนั้น หลายคนจึงมอง “Branding” ว่าไม่ใช่เรื่องของ การสร้างส่วนแบ่งทางการตลาด เพียงอย่างเดียวแต่เป็นการสร้างส่วนแบ่งทางอารมณ์และจิตใจของผู้บริโภคซึ่งหมายถึง ความสามารถในการเป็นเจ้าของ “Position of Privilege” หรือตำแหน่งอันมีศักดิ์ศรีในใจผู้บริโภค อย่างถาวรและยาวนาน (พยอม ธรรมบุตร, 2553, หน้า 5-10)

รูปแบบที่หลากหลายของ “Branding” การทำ “Branding” มีได้หลายรูปแบบและไม่ได้ มีเฉพาะ “ผลิตภัณฑ์” เท่านั้น แต่ยังสามารถดำเนินการได้กับปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องซึ่งจาก การรวบรวมข้อมูลในเบื้องต้นพอจะสรุปได้ถึงรูปแบบของ “Branding” ที่มีการกล่าวถึงกัน ในปัจจุบัน ดังนี้

1. Corporate Branding ริเริ่มขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาของการที่มีธุรกิจทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่เกิดขึ้นมากมายและแข่งขันกันประจักษ์กันประโยชน์โฆษณาทางการตลาดจนทำให้ ยากต่อการสร้างจุดสังเกตที่แตกต่างกันของผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้ประกอบกับ ต้นทุนของการสร้างความพร้อมของผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจ หลายแห่งหันมาให้ความสนใจกับการทำ “Branding” ให้กับองค์กร (Corporate Branding) มากกว่าตัวผลิตภัณฑ์เนื่องจากการมี Corporate Brand ที่เข้มแข็งจะช่วยเพิ่มเติมคุณค่าให้กับ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ของธุรกิจแต่ละครั้งได้เป็นอย่างดีนอกจากนั้นยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ทางด้านงบประมาณให้กับองค์กรที่ปัจจุบันส่วนใหญ่มักจะประสบปัญหาต้นทุนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้นในขณะที่วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลงการที่ธุรกิจใดจะหลีกเลี่ยงปัญหานี้ได้ คงไม่พ้นกับการที่จะต้องลดคุณภาพและบริการลงแต่ถ้าธุรกิจมี Corporate Brand ที่ดีจะช่วยให้ กิจกรรมการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่มีค่าใช้จ่ายสูงสามารถ ดำเนินการได้

ความสำเร็จของ Corporate Brand จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรมีการจัดทำวิสัยทัศน์ ระยะเวลาขององค์กรและเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้รวมทั้งต้องเปลี่ยนความคิด (โดยเฉพาะกับ CEO ขององค์กร) ที่ว่า “Branding” เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องเฉพาะทางด้านการตลาดเท่านั้นเพราะในความเป็นจริง ยังรวมถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้ลงทุนสื่อต่าง ๆ คู่แข่งขันและรัฐบาล เป็นต้น ตัวอย่างของ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในเรื่องนี้ อาทิ Microsoft, Intel, Singapore Airlines, Disney, CNN Samsung, Mercedes-Benz, HSBC Bank และสำหรับประเทศไทย เช่น บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) และบริษัท ซี.พี.อินเตอร์เนชั่นแนลจำกัด เป็นต้น

2. Live Branding เป็นวิธีการสร้างแบรนด์ที่ประหยัดเพราะสามารถเลือก กลุ่มเป้าหมายได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า หรือเป็นการสร้างแบรนด์โดยการนำแบรนด์มาใกล้

กลุ่มเป้าหมายมากกว่าการใช้ Mass Media ที่อาจจะสัมผัสแบรนด์ได้เพียงด้วยตาหูฟัง Live Branding จึงเป็นการสร้างแบรนด์แบบที่สามารถสัมผัสได้ด้วยสัมผัสทั้งห้าได้แก่รูปกลิ่นเสียง และสัมผัสซึ่งเน้นการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักโดยเลือกเอาเครื่องมือ บางส่วนของ Integrated Marketing Communication (IMC) ที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ตรงไปยัง กลุ่มเป้าหมายเฉพาะไม่ว่าจะเป็น Customer Relation Management (CRM)/Direct Marketing Point of Purchases (POP)/Public Relation/Event Marketing มาผสมผสานกับสื่อรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งมีวิธีการ ดังนี้

2.1 เมื่อถึงเวลาจะทำแบรนด์ให้เป็นรูปธรรมจะใช้รูปแบบของอีเวนท์โดยจะถูก นำเสนอด้วยการตกแต่งเวทีบรรยากาศของอีเวนท์ให้สะท้อนแบรนด์นั้น ๆ ออกมาให้สายตา ของกลุ่มเป้าหมายสัมผัสได้

2.2 รสแบรนด์จะมีรสชาติแบบไหนสามารถนำเสนอออกมาในรูปของเครื่องดื่ม หรือชนิดของอาหารซึ่งสามารถบอกได้ว่าแบรนด์นั้นมีรสชาติเป็นอย่างไร

2.3 กลิ่นความชัดเจนของกลิ่นที่จะสะท้อนความเป็นแบรนด์ได้นั้นขึ้นอยู่กับว่าเป็น สินค้าประเภทไหนเช่นถ้าเป็นพวกเครื่องสำอาง (Cosmetic) หรือสินค้าแฟชั่น (Fashion) คงจะมี เห็นได้ชัดเจน

2.4 เสียงอีกสัมผัสในการรับรู้แบรนด์ คือ ผ่านทางเสียงในรูปของเสียงดนตรี เป็นหลักตั้งแต่ชนิดของเครื่องดนตรีสไตล์ที่เล่นซึ่งจะบ่งบอกความเป็นแบรนด์ได้อย่างชัดเจน

2.5 สัมผัสรสสัมผัสของแบรนด์จะเป็นอย่างไรอ่อนนุ่มหรือหยาบกระด้างเสนอผ่าน ได้ตั้งแต่การเลือกพิธีกรบรรดาพนักงานต้อนรับเสื้อผ้าของนักแสดงที่ใส่แม้กระทั่งยูนิฟอร์ม ของพนักงานซึ่งสามารถนำเสนอสัมผัสได้อย่างชัดเจน (พยอม ธรรมบุตร, 2553, หน้า 5-10)

3. Emotional Branding ในปัจจุบันการแข่งขันที่เกิดขึ้นในการบริหารตราสินค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่นทำได้ยากขึ้นทางออกหนึ่งที่นักการตลาดใช้ คือ การหันมาให้ความสนใจกับเรื่องของอารมณ์สำหรับเป็นจุดสร้างสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนอง ต่ออารมณ์ของผู้บริโภค การตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการของผู้บริโภคบางครั้งไม่ได้อยู่บนพื้นฐานหลักเหตุและผลแต่อาจเกิดขึ้นจากการสั่งการของสมองด้านขวาด้วยอารมณ์ และความรู้สึกบ่อยครั้งที่ผู้บริโภคจะซื้อของที่ทำให้เขารู้สึกได้มากกว่ายึดถือหลักเกณฑ์ หรือเงื่อนไขในเรื่องของความถูกต้องเหมาะสมหรือแม้แต่ประโยชน์สูงสุดที่จะได้รับสินค้าแฟชั่น ดูจะเป็นตัวอย่างที่ดีถ้าผู้บริโภคต่างสนใจเฉพาะในเรื่องของความสบายในการสวมใส่และราคา ยี่ห้อยี่ห้อต่าง ๆ คงขายไม่ได้แต่เป็นเพราะผู้บริโภคส่วนหนึ่งจะรู้สึกภูมิใจถ้าได้ใส่เสื้อผ้าของ Armani สวมเสื้อแจ๊คเก็ตของ Boss หรือหัวกระเป๋ของ Fendi แต่สมองของคนเรามี 2 ซีก คือ ซีกขวาที่

รับรู้ด้วยอารมณ์และความรู้สึกส่วนซีกซ้ายตัดสินใจทุกอย่างโดยเหตุและผลสินค้า Brand ดังที่เป็นที่นิยมส่วนใหญ่จะสามารถตอบสนองมองทั้ง 2 ซีกเพื่อให้ได้ประโยชน์ทั้งด้านอารมณ์และเหตุผลการวิจัยตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคบางครั้งไม่สามารถตอบคำถามหรือแสดงข้อมูลเกี่ยวกับอารมณ์ที่แท้จริงของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น ๆ ได้ ดังนั้น การพัฒนา Brand และการวางตำแหน่งของ Brand โดยไม่นำเอาความรู้สึกของผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยมักจะไม่ใช่ประสบความสำเร็จ Branding จึงเป็นเรื่องที่ต้องผสมผสานกันของศิลปะและวิทยาศาสตร์ อารมณ์และเหตุผล สิ่งที่ต้องได้และสิ่งที่ไม่ได้ (พยอม ธรรมบุตร, 2553, หน้า 5-10)

รูปแบบอารมณ์และความรู้สึกที่นักกลยุทธ์และผู้บริหารตราสินค้านิยมใช้กัน

3.1 อารมณ์และความรู้สึกที่เร้าร้อนและตื่นเต้น (Excitement) ต้องกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์และประสบการณ์ที่พิเศษเหนือตราสินค้าอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกที่อึดอัดอึดใจหรือปลื้มปิติยินดีกับชีวิตที่เป็นอยู่โดยประสบการณ์ที่ตื่นเต้นเร้าใจที่ผู้บริโภคได้รับนั้นจะเชื่อมโยงความรู้สึกดังกล่าวเข้าไปยังตราสินค้าในที่สุด

3.2 อารมณ์และความรู้สึกที่เกิดจากความรักความอบอุ่น (Warmth) ต้องทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่สงบร่มเย็นมีสันติภาพไร้สิ่งรบกวนจนเกิดการรำลึกถึงในโมเมนต์จิตอันแสนจะอบอุ่นที่เกิดจากการใช้สินค้าและบริการจากตราสินค้านี้ดังกล่าว

3.3 อารมณ์และความรู้สึกที่สนุกสนาน (Fun) เป็นอารมณ์ที่แสนจะสนุกสนานเพลิดเพลินขบขันเบิกบานและร่าเริงในชีวิตที่ผู้บริโภครู้สึกได้จากการเข้าไปพัวพันกับตราสินค้า

3.4 อารมณ์และความรู้สึกที่ปลอดภัย (Security) ตราสินค้าต้องสื่อถึงความปลอดภัยไม่เกรงกลัวไร้ซึ่งความกังวลใจมีความอบอุ่นและมั่นใจซึ่งธุรกิจประเภทประกันชีวิตและประกันภัยมักจะใช้อารมณ์และความรู้สึกเหล่านี้ในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

3.5 อารมณ์และความรู้สึกที่เคารพตนเอง (Self-Respect) ตราสินค้าต้องสร้างอารมณ์ที่เกี่ยวกับความภาคภูมิใจความสมบูรณ์แบบความสำเร็จและความทะนงตนหลังจากการใช้สินค้าและบริการให้เกิดขึ้นในความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างสินค้าประเภทเครื่องสำอางร่างกายที่แม่บ้านภาคภูมิใจที่ดูแลสมาชิกในครอบครัวเป็นอย่างดี

3.6 อารมณ์และความรู้สึกในการถูกยอมรับจากสังคม (Social Approval) เมื่อใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ แล้วกลุ่มเป้าหมายจะรู้สึกถึงการยอมรับนับถือจากคนรอบข้างอย่างรถยนต์ยี่ห้อดัง ๆ ที่สังคมยอมรับขับไปไหนคนก็รู้จักและชื่นชมซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดจากผลพวงของคุณค่าตราสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายเลือกใช้นั่นเอง (พยอม ธรรมบุตร, 2553, หน้า 11)

4. Co-Branding กลยุทธ์ Co-Branding หรือบางองค์การอาจจะเรียกว่า Dual Branding มีจุดเริ่มต้นมาจากประเทศแถบตะวันตกโดยบริษัทที่นำกลยุทธ์นี้มาใช้และเป็นที่ยอมรับเป็นอย่างดี คือ กลุ่ม Tricon ซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจพิซซ่าฮัท เคเอฟซี และทาโก้เบลล์ โดยกลุ่ม Tricon ได้มีการนำเอาร้านอาหารภายในเครือทั้ง 3 ร้านมารวมกันและจัดจำหน่ายสินค้าภายในสถานที่เดียวกัน ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรร่วมกันและสามารถทำให้เกิดการขายข้ามสายธุรกิจได้อีกด้วย

จากความหมายที่กำหนดไว้ในพจนานุกรมของต่างประเทศ (Co-Branding) คือ การร่วมมือกันของ 2 องค์การหรือมากกว่าในการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างสรรค์และรวมพลังทางการตลาดจากความเชี่ยวชาญเฉพาะเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุดซึ่งการรวมตัวกันอาจจะอยู่ในรูปของการมีโลโก้ร่วมกันการใช้สีร่วมกันหรือการมีตราสินค้าที่ออกแบบสำหรับสินค้าและบริการเฉพาะกิจ การร่วมมือกันในลักษณะ Co-Branding สามารถเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบ เช่น Ingredient Co-Branding เป็นการสร้างตราสินค้าสำหรับวัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่บรรจุอยู่ในผลิตภัณฑ์อื่นยกตัวอย่างเช่น Intel Processors ร่วมมือกับ Dell Computers เป็นต้น Same-Company Co-Branding กรณีนี้เกิดขึ้นเมื่อบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์มากกว่าหนึ่งรายการต้องการส่งเสริมการขายสินค้าร่วมกัน Joint Venture Co-Branding เป็นความร่วมมือกันระหว่าง 2 บริษัทหรือมากกว่าในการกำหนดกลยุทธ์การนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายร่วมกันยกตัวอย่าง เช่น สายการบินบริติชแอร์เวย์และซิตีแบงก์ เสนอเครดิตการ์ดที่ผู้ถือจะได้สิทธิการเป็นสมาชิก Executive Club ของสายการบินบริติชแอร์เวย์ได้โดยอัตโนมัติ Multiple Sponsor Co-Branding เป็นความร่วมมือระหว่าง 2 บริษัทหรือมากกว่าในการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างพันธมิตรสำหรับกำหนดกลยุทธ์ร่วมกันด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านเทคโนโลยีด้านส่งเสริมการขายและอื่น ๆ ยกตัวอย่าง เช่น กรณีของซิตีแบงก์ อเมริกันแอร์ไลน์ และวีซ่าเครดิตการ์ด (พยอม ธรรมบุตร, 2553, หน้า 12)

5. Re-Branding ผู้เชี่ยวชาญทางด้านส่งเสริมแบรนด์หลายท่านต่างเห็นพ้องต้องกันว่าแบรนด์เป็นสิ่งที่อยู่ เเฉยไม่ได้การสร้างแบรนด์เป็นเรื่องที่ไม่ Static แต่มีพลวัตร (Dynamic) โดยเฉพาะในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงสูงและข้อมูลข่าวสารรวมทั้งรสนิยมของผู้บริโภคเชื่อมโยงกันไปได้โดยปราศจากพรมแดนประกอบกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นจากการให้ความสำคัญกับเรื่องของนวัตกรรม (Innovation) และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจการทำ Re-Banding จึงเป็นประเด็นสำคัญที่องค์กรต้องหันมาดูแลอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่เปรียบเสมือนการประเมินสถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลต่อการยอมรับในสินค้าและบริการของบริษัทเพื่อนำมาสู่การปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น

การทำ Re-Branding ไม่ใช่เป็นเพียงการโฆษณาประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด แต่ว่จะรวมถึงการยกเครื่องหรือปรับปรุงในตัวสินค้าและบริการด้วยภายใต้การยึดหลักจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ หรือจุดขายของผลิตภัณฑ์ที่สร้างให้เกิดการยอมรับแบบรนต์มาอย่างช้านาน ยกตัวอย่าง เช่น กรณีของยาสีฟันตราดอกบัวคู่ที่เริ่มมองเห็นถึงภาวะการแข่งขันของยาสีฟันสมุนไพรที่มีความรุนแรงมากขึ้น เพื่อต้องการเก็บลูกค้าเดิมไว้ให้นานในขณะเดียวกันจะกระตุ้นความสนใจในลูกค้ากลุ่มใหม่จึงได้นำกลยุทธ์ Re-Branding มาใช้โดยเริ่มจากการปรับบรรจุภัณฑ์ให้มีรายละเอียดที่ทันสมัยแต่ยังคงใช้โทนสีเดิมการออกยาสีฟันตัวใหม่ที่มีสีสันจางลง บรรจุแค้มเปญโฆษณาที่สร้างจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ให้เป็นจุดเด่นรวมถึงเพิ่มการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตเพิ่มขึ้น

อีกตัวอย่างหนึ่งของต่างประเทศ คือ บริษัท Lego ซึ่งได้ทำการ Re-Branding ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในเครือข่ายและแนะนำสโลแกนใหม่ “Play on” ที่ช่วยสื่อความเป็น Lego (การสร้างสรรค์จินตนาการการเรียนรู้ความสนุกสนานและคุณภาพ) ได้มากขึ้นการทำ Re-Branding เกิดขึ้นจากการประเมินสถานการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมามีเกิดความสับสนจากแบรนด์ย่อยของบริษัทที่ตั้งขึ้นหลายชื่อเช่น Lego Technic, Duplo, Primo เป็นต้น โดยที่ไม่ยอมรับว่าแบรนด์เหล่านี้คือส่วนหนึ่งของ Lego นั่นเอง ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่แยกออกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ได้แก่ Explore, Make&Create, Stories&Action, Next ซึ่งจะจำแนกออกตามชุดสีที่ต่างกันและตามอายุของกลุ่มเป้าหมาย (พยอม ธรรมบุตร, 2553)

6. Digital Branding เป็นการนำ “Branding” ผ่านทางสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์โทรศัพท์เคลื่อนที่อีเมลโทรศัพท์ PDA และ WAP เป็นต้น ซึ่งเป็นสื่อที่หลายฝ่ายออกมายอมรับและคาดการณ์ว่าจะเป็นสื่อที่มีผู้คนในโลกหันมาใช้มากขึ้นกว่าสื่ออื่น ๆ อาทิ หนังสือและวารสารหรือแม้แต่วิทยุโทรทัศน์โดยมีข้อคำนึงถึงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ที่น่าสนใจ ดังนี้

6.1 ต้องยอมรับและเข้าใจว่าถ้าแบรนด์ประสบความสำเร็จภาพพจน์หรือความทรงจำที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจะติดไปอีกยาวนานยกตัวอย่างเช่น Amazon.com ซึ่งถึงแม้ปัจจุบันไม่ได้ทำธุรกิจเฉพาะเจาะจงในเรื่องของการขายหนังสือและสิ่งพิมพ์ตามที่ปรากฏในช่วงแรก ๆ ของการโฆษณาผ่านเว็บไซต์แต่ภาพของเขาที่ยังคงเป็นที่จดจำของคนทั่วไปก็คือเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เสมือนร้านขายหนังสือนั่นเอง

6.2 ให้ความสำคัญกับการนำเสนอคำสัญญาแทนการส่งเสริมในตัวสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจรวมทั้งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความแน่นอนในสิ่งที่ผู้บริโภคจะได้รับจริง ๆ จากแบรนด์นั้น

6.3 ต้องมองไปข้างหน้าโดยทำการวิจัยผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้จะยังคงอยู่ต่อไปอีก 5 ปี ในขณะเดียวกันต้องดูว่าใครคือกลุ่มที่จะนิยมสื่อดิจิทัลประเภทไหนในอนาคต

6.4 มองหาสิ่งที่เป็นจุดยืนในระดับที่สูงขึ้นและหันมาสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภค (Emotional Bond) ในประเด็นที่นอกเหนือจากคุณประโยชน์ที่ได้รับจากเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของราคาและความสะดวกสบาย ยกตัวอย่างเช่น ยางมิชลินที่ขายยางโดยการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องของเด็กเล็ก ๆ แต่ไม่ได้คุยเรื่องยางรถยนต์

6.5 ให้ความสำคัญกับวิธีที่จะช่วยให้เกิดการสนทนาระหว่างผู้ชายกับผู้บริโภค หรือระหว่างผู้บริโภคด้วยกันมากกว่าที่จะใช้วิธีการสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) เหมือนสื่อทีวีและป้ายโฆษณา

6.6 คำนึงถึงทางเลือกอื่น ๆ ในการสร้างแบรนด์เพื่อเตรียมพร้อมหนทางแก้ไขในกรณีที่เกิดความล้มเหลวและหันมาลงทุนในทางเลือกที่จะช่วยกู้สถานการณ์หรือเสริมศักยภาพสูงสุดของการสร้างแบรนด์ให้เกิดขึ้นได้ซึ่งควรคัดเลือกโดยมีการประเมินผลการค้าผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่ผ่านมาเป็นปัจจัยประกอบกุญแจสำคัญอยู่ที่การหยุดตั้งข้อสมมุติฐานว่าความล้มเหลวของแบรนด์จะเกิดขึ้นตลอดไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดและต้องมีการกำหนดจุดยืนของแบรนด์อย่างระมัดระวังไม่ให้ขัดแย้งกับความเป็นไปได้ในอนาคต

ปัจจุบันร้อยละ 99 ของเว็บไซต์ธุรกิจมักจะมี “Branding” ด้วยการติดโลโก้บนสินค้าที่ระลึกหรือไม่ก็เป็น Mascot ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์หรืออยู่ในรูปของแจกฟริบนเว็บไซต์ตั้งแต่वलเปเปอร์สกรีนเซฟเวอร์ ซึ่งบางส่วนไม่ได้อยู่บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ แต่จะอยู่ในสื่อดิจิทัลอื่น ๆ เช่น ริงโทนในมือถือที่สามารถดาวน์โหลดได้ฟรี เป็นต้น (พยอม ธรรมบุตร, 2553, หน้า 14)

วิธีการสร้างแบรนด์ “Branding” วิธีการสร้างแบรนด์ตามทฤษฎีทั่วไปมีขั้นตอน ดังนี้

1. สร้างสัญลักษณ์ตัวแทนสินค้าบริการสถานที่คนองค์กรหรือแม้แต่ความรู้สึกไม่ว่าจะเป็นชื่อสัญลักษณ์ (Logo) คำพูดกินใจสั้น ๆ (Slogan) หรือแม้กระทั่งสีและการสัมผัสต่าง ๆ ตัวแทนเหล่านี้จะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกตามไปกับสินค้า หรือบริการและสามารถจดจำแบรนด์ได้ง่ายขึ้นโดยสิ่งเหล่านี้ต้องจดลิขสิทธิ์เพื่อให้มีผลบังคับทางกฎหมายตั้งแต่เริ่มต้น

ไม่อย่างนั้นอาจจะเกิดปัญหาการลอกเลียนแบบหรือขโมยแบรนด์หรือสัญลักษณ์ของสินค้าและบริการไป

2. สร้างคุณค่าความประทับใจให้กับสัญลักษณ์ควรจะกำหนดเป้าหมาย (Positioning) ของแบรนด์ว่าต้องการจะสื่อความหมายอะไรกับผู้บริโภคอะไรที่ผู้บริโภคจะนึกถึงเมื่อรับรู้ถึงสินค้าและบริการสินค้าและบริการจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างให้แบรนด์นั้นส่งผลกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีบางแบรนด์มี Logo ที่ไม่สวยเท่าไรหรือเรียบง่ายแต่ทำให้รู้สึกว่าเป็นสินค้าคุณภาพ

3. ทำการตลาดสินค้าโดยผ่านแบรนด์แต่ต้องมีหลักการทำการตลาด (Brand Strategy) เพื่อสนับสนุนแบรนด์ในเรื่องต่าง ๆ อาทิ การกำหนดคุณภาพสินคาราคาของสินค้าของทางการจำหน่ายสินค้าหรือแม้แต่การสร้างให้เกิดความรู้สึกเป็นคนสำคัญที่ได้ใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ คุณค่าทางด้านจิตใจของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีค่าอย่างยิ่งสำหรับแบรนด์ ดังนั้นการทำการตลาดทุกครั้งต้องนึกถึงว่าเรากำลังสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าหรือบริการนั้นได้ตรงกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ หรือว่าเราสร้างให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ในสิ่งที่เราอยากให้เขารับรู้หรือรู้สึกอย่างที่ต้องการได้หรือไม่ อย่างเช่น ปากการราคาแพงยี่ห้อต่าง ๆ ก็จะใช้กลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้แตกต่างออกไปการโฆษณาจะจับกับสื่อที่กลุ่มระดับบนนิยม อาทิ หนังสือบนเครื่องบินสนามบิน เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความรู้สึกที่ดีและยิ่งกลุ่มคนระดับสูงใช้มากเท่าใดความรู้สึกที่ได้มาครอบครองก็จะทำให้รู้สึกว่าตนนั้นเป็นบุคคลพิเศษกว่าคนอื่น ๆ

4. ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมในทางที่ดีในตำแหน่งที่ดีเหมาะสมที่สุดกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อแบรนด์ออกสู่ตลาดย่อมหนีไม่พ้นกับการสื่อสารให้ตรงกับแบรนด์ต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงการรับประกัน หรือสัญญาที่ให้ไว้กับแบรนด์ว่ากลุ่มเป้าหมาย หรือลูกค้านั้นจะได้รับตามที่แบรนด์ได้สัญญาทางจิตใจหรือแม้แต่คำกล่าวอ้างต่าง ๆ เพื่อเสริมให้ความรู้สึกที่มีต่อแบรนด์นั้นแนบแน่นมากยิ่งขึ้นเช่นหากโฆษณาไปว่า “ราคาที่ถูกกว่า...” ก็ต้องพยายามทำให้คำเหล่านี้เป็นจริงขึ้นมาหากไม่สามารถทำได้ก็จะทำให้ความรู้สึกที่มีต่อแบรนด์นั้น ๆ มีความรู้สึกที่ลดค่าลงไปเรื่อย ๆ ตามลำดับจนไม่มีใครเชื่อถือกับภาพลักษณ์ก็เป็นได้แต่ที่เหนือที่สุดก็คือ แบรนด์ที่ใช้กับการบริการเพราะแบรนด์นั้นจะฝังความรู้สึกส่วนใหญ่นิ่งไปกับแบรนด์ดีหรือไม่ดีจะมีการบอกต่ออย่างรวดเร็ว อย่างเช่นงานบริการนวดสมุนไพรที่เป็นชื่อของดาราก็ทำให้รู้สึกว่าเมื่อทำการนวดอบสมุนไพรของแบรนด์นั้นแล้วจะทำให้ผิวขาวนวลผ่องซึ่งมันก็เป็นเพียงความรู้สึกทางอ้อม

5. ตอกย้ำความรู้สึกที่ดีให้กับแบรนด์สร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ไม่ว่าจะเป็นคำสัญญาที่ให้กับบุคลากรที่ดีเยี่ยมภาพลักษณ์ของธุรกิจซึ่งการสื่อสารหรือโฆษณาประชาสัมพันธ์จะมีผลกับการตอกย้ำความรู้สึกของแบรนด์ทั้งสิ้น จึงต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ดังนั้น การสร้างชื่ออาจจะยากแต่การรักษาชื่อเสียงและความรู้สึกที่มีต่อแบรนด์นั้น ๆ ยากกว่าซึ่งต้องอาศัยเงินและปัจจัยต่าง ๆ เป็นองค์ประกอบ

6. ตรวจสอบวัดความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายกับแบรนด์ที่สร้างขึ้นเป็นประจำการจะตอกย้ำความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายให้ถูกจุดนั้นเราควรจะต้องศึกษาพฤติกรรมและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายที่มีกับแบรนด์นั้น ๆ ด้วยอย่าใช้ความรู้สึกของตนเองเป็นตัวตัดสินว่าคนอื่นคิดอย่างไรเพราะว่าความรู้สึกของเจ้าของกิจการมักจะเข้าข้างสินค้าและบริการของตนเองอยู่เสมอ ดังนั้น การตรวจสอบวัดความรู้สึกต่าง ๆ จึงควรใช้งานวิจัยเพื่อทดสอบความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายว่ามีความรู้สึกเช่นใดกับแบรนด์ของเราจริง ๆ

7. ควรมีการสร้างส่วนขยายของแบรนด์รูปแบบใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นเพื่อสร้างความรู้สึกไม่จำเจกับแบรนด์เดิม ๆ หรือภาพลักษณ์เดิม ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายและต้องตรวจสอบวัดความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายกับส่วนขยายของแบรนด์ว่ามีผลกับกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใดแบรนด์บางแบรนด์จะกลายเป็นคุณลักษณะหลัก ๆ ของสินค้าหรือบ่งบอกถึงคุณลักษณะขององค์กร ดังนั้น การสร้างส่วนขยายของแบรนด์จึงจำเป็นต้องมีเพื่อสร้างให้เกิดคุณค่าทางจิตใจอีกมุมหนึ่งหรือเน้นในด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะอย่างเช่นเวลาพูดถึง “โตโยต้า” จะนึกถึงรถยนต์และรถกระบะทันทีแต่เวลาพูดถึง “โตโยต้าแคมรี่” ก็จะมีความรู้สึกว่าเป็นรถเก๋งที่ใหญ่กว่า “โตโยต้าโคโรน่า” หรือใกล้เคียงกันและจะรู้สึกว่าเป็นรถเก๋งที่ใหญ่กว่า “โตโยต้าวิอลัส” ซึ่งชื่อที่มาเสริมเหล่านี้คือชื่อส่วนขยายของแบรนด์โดยตัวมันเองก็อาจจะกลายมาเป็นแบรนด์ได้ด้วย

8. ป้องกันไม่ให้แบรนด์มีชื่อเสียงในทางที่ไม่ดีและปรับปรุงให้แบรนด์มีการตอกย้ำคุณค่าในรูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอโดยใช้การตลาดในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ทันสมัยสินค้าบางสินค้ากว่าจะสร้างแบรนด์มาได้ใช้เวลานานหลายปีแต่เมื่อมีเหตุการณ์ที่ผันผวนความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้ามันอาจจะเปลี่ยนแปลงไปในทันทีซึ่งพฤติกรรมเช่นนี้มีให้เห็นมากมายคนเราจะจดจำสิ่งที่ไม่ดีได้รวดเร็วกว่าการจดจำในสิ่งที่ดี ๆ ดังนั้น เมื่อมีเหตุเกิดขึ้นกับแบรนด์ต้องแก้เกมสืออย่างรวดเร็ว (Re-Branding) แต่หากไม่มีเรื่องอะไรมากระทบกับแบรนด์ก็ต้องปรับปรุงและตอกย้ำแบรนด์อยู่เป็นประจำ เพื่อให้เขารู้สึกว่าแบรนด์นี้ทันสมัยและเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายควรที่จะหาซื้อไว้

9. เมื่อมีสินค้าใหม่บริการใหม่ต้องพยายามทำให้สินค้าใหม่หรือบริการใหม่นั้นมีความรู้สึกหรือสามารถผสมผสานความรู้สึกที่กลมกลืนกับแบรนด์เดิมให้ได้เมื่อมีสินค้าใหม่ ๆ หรือบริการใหม่ ๆ และยังใช้แบรนด์เดิม ๆ ต้องพยายามผสมผสานความรู้สึกเดิม ๆ ของลูกค้ากับคุณสมบัติของสินค้าใหม่หรือบริการใหม่ให้มีความรู้สึกที่ใกล้เคียงกันอย่าแตกต่างกันมาก ซึ่งหากจะต้องการสร้างให้แตกต่างกันก็ควรสร้างเป็นแบรนด์ใหม่ เพื่อใช้ในการขยายตลาดอื่น ๆ ไปได้อีก

10. นำแบรนด์เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่หรือตลาดใหม่ ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายใหม่รู้จัก โดยใช้ฐานเก่าเป็นตัวสนับสนุนแบรนด์ใด ๆ ย่อมมีกลุ่มเป้าหมายของตนเองแต่ในบางครั้งกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์อาจจะสามารถขยายออกไปได้อย่างเช่นกระทิงแดงที่ขยายกลุ่มเป้าหมายของตนเองออกไปสู่ตลาดใหม่ที่เป็นตลาดต่างประเทศแต่ก็ยังมีตลาดในเมืองไทยและไม่ได้ทิ้งลูกค้าเก่าเพราะเป็นฐานลูกค้าที่ดีและรายได้ส่วนใหญ่ก็ยังคงมาจากลูกค้าในเมืองไทยทำอย่างไรถึงจะให้ “แบรนด์” ประสบความสำเร็จ (พยอม ธรรมบุตร, 2553)

การรักษาแบรนด์ให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน การสร้างแบรนด์เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาและความเอาใจจริงเอาใจใส่จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายบริหารและพนักงานในองค์กร อย่างไรก็ตามเมื่อแบรนด์เกิดขึ้นแล้วสิ่งที่สำคัญ และอาจจะยากกว่าการสร้างให้เกิดขึ้น คือการรักษาไว้ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ซึ่งในการรักษาไว้ นั้นจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของ

1. การปรับปรุงแบรนด์อย่างสม่ำเสมอให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน (Re-Branding) ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงการต่อยอดและขยายแบรนด์เดิมหรือแม้แต่การสร้างแบรนด์ใหม่ขึ้นมาก็ตาม

2. การหาผู้บริโภคใหม่ ๆ ก็เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องทำควบคู่กับการรักษาฐานลูกค้าเก่าไว้โดยการทำวิจัยตลาดและผู้บริโภคเพื่อให้รู้ว่าผู้บริโภคคิดอย่างไรสินค้าและบริการของเรายังตอบโจทย์ได้ไหมถ้าเขามีความต้องการเพิ่มขึ้นก็หาทางเสนอสินค้าใหม่ที่สามารถตอบโจทย์เหล่านั้นได้

3. การสร้างกิจกรรมที่ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันระหว่างสินค้าและบริการกับตัวลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (Emotional Bond) เพื่อให้ลูกค้าจดจำสินค้าและบริการของเราเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

การสร้างแบรนด์เป็นเรื่องที่ต้องใช้ระยะเวลาเพราะมีขั้นตอนมากมายและต้องมีพื้นฐานที่มั่นคงด้วยรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยต่างมองเห็นความสำคัญในเรื่องนี้โดยเฉพาะกับ SMEs ซึ่งมีเงินทุนไม่มากนักสินค้าและบริการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถสร้างแบรนด์ให้ติดตาตรึงใจกับผู้บริโภคได้การทำ “Branding” จึงต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเป็นหลักสำนักงานส่งเสริม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้จัดให้มีโครงการและกิจกรรมสนับสนุนการทำ “Branding” ได้แก่ SMEs ที่สำคัญ คือ โครงการสร้างตราสินค้าให้กับ SMEs โดยสสว. ดำเนินการร่วมกับสำนักพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) ในการที่จะเลือกผู้ประกอบการ SMEs ทั้งที่มีตราสินค้าอยู่แล้วและยังไม่มีแต่มีศักยภาพทางการตลาดเข้าร่วมโครงการพัฒนาตราสินค้าให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภคคนนอก จากนั้น สสว. ยังสนับสนุนในรูปแบบของเงินทุน คือ เงินทุน IP Fund (Intellectual Property Fund) เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปจดสิทธิบัตรซึ่งก่อให้เกิดความคุ้มครองสิทธิอันชอบธรรมของนักวิจัย นักประดิษฐ์ นักนวัตกรรม และนักออกแบบรวมทั้งการซื้อสิทธิบัตรทั้งในและต่างประเทศ มาพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ (พยอม ธรรมบุตร, 2553, หน้า 15-16)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะได้นำแนวคิดเรื่องของการสร้างแบรนด์มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยอง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเด่นชัดมากยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดระยอง พ.ศ. 2561-2564 “เมื่อนานาชาติมาตรฐานโลกนำอยู่ที่สุดในอาเซียนเมืองธุรกิจอุตสาหกรรมที่ทันสมัยเน้นการวิจัยด้านอาหารไบโออีโคโนมีและปิโตรเคมีเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้จัดทำขึ้นในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดกันมากขึ้นโดยได้นำหมอตีตราหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงเกิดภูมิคุ้มกันและมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสมส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน

ในการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ครั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำบนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ นอกจากนี้ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในระดับกลุ่มอาชีพระดับภาคและระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนฯ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่องเพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศรวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”

การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญในการเชื่อมต่อกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีในลักษณะการแปลงยุทธศาสตร์ระยะยาวสู่การปฏิบัติ โดยในแต่ละยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดประเด็นการพัฒนาพร้อมทั้งแผนงาน โครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรมในช่วง 4 ปีแรกของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติเพื่อเตรียมความพร้อมคนสังคมและระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมขณะเดียวกันยังได้กำหนดแนวคิดและกลไกการขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลที่ชัดเจนเพื่อกำกับให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีทิศทางและเกิดประสิทธิภพนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย ภายใต้ข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนาประเทศไทยในทุกด้านดังกล่าวท่ามกลางแนวโน้มโลกที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและประเทศต่าง ๆ กำลังเร่งพัฒนานวัตกรรมและนำมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตเพื่อเป็นอาวุธสำคัญในการต่อสู้ในสนามแข่งขันของโลกและการใช้ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทยที่จะต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานทางยุทธศาสตร์ทุกด้าน ได้แก่ การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาวិทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ให้เป็นระบบโครงข่ายที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพการพัฒนาทุนมนุษย์และการปฏิรูปให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพโปร่งใสและมีความรับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงด้านกฎระเบียบและระบบการบริหารราชการแผ่นดิน โดยที่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมทั้งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถอนรากถอนโคนและการพัฒนาต่อยอดรวมถึงการใช้นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูงซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง ดังนั้น การพัฒนาในช่วง 5 ปี ต่อจากนี้ไปจะเป็นช่วงที่มุ่งเน้นการพัฒนาบนฐานภูมิปัญญาที่เกิดจากการใช้ความรู้และทักษะการใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาและการพัฒนานวัตกรรมนำมาใช้ในทุกด้านของการพัฒนาการพัฒนา มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ขยายและสร้างฐานรายได้ใหม่ที่ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้น ควบคู่ไปกับการต่อยอดฐานรายได้สังคมไทย มีคุณภาพและมีความเป็นธรรม โดยมีที่ยืนสำหรับทุกคนในสังคมและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง เป็นการพัฒนาที่เกิดจากการผนึกกำลังในการผลักดันขับเคลื่อนร่วมกันของทุกภาคส่วน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดีมีจิตสาธารณะและมีความสุข โดยมีสุขภาวะและสุขภาพที่ดีครอบคลุมรอบด้าน ตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต
2. เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้
3. เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้น มากขึ้น สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และสร้างความมั่นคงทางพลังงาน อาหาร และน้ำ
4. เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้สามารถสนับสนุน การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน
5. เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันท่วงที และมีการทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา
6. เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคโดยการพัฒนาภาคและเมืองเพื่อรองรับ การพัฒนายกระดับฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่
7. เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมีความเชื่อมโยง (Connectivity) กับประเทศต่าง ๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และนานาชาติได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ ประเทศไทยมีบทบาทและสร้างสรรค์ในด้านการค้า การบริการ และการลงทุนภายใต้กรอบความร่วมมือต่าง ๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาคภูมิภาคและโลก

เป้าหมายรวม

1. คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีความเป็นพลเมืองตื่นรู้ มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีความรับผิดชอบและหาประโยชน์ต่อส่วนรวม มีสุขภาพกายและใจที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณมีวิถีชีวิตที่พอเพียง และมีความเป็นไทย
2. ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง เศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็งประชาชนทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร การประกอบอาชีพ และบริการทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม กลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ 40 มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 15

3. ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โครงสร้างเศรษฐกิจปรับสู่เศรษฐกิจฐาน บริการและดิจิทัล มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่และเป็นสังคมผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการขนาดกลางและ ขนาดเล็กที่เข้มแข็งสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ มีระบบการผลิตและให้บริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และมีการลงทุนในการผลิตและบริการฐานความรู้ชั้นสูงใหม่ ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และชุมชน รวมทั้งกระจายฐานการผลิตและการให้บริการสู่ภูมิภาคเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยเศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพและมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปีและมีปัจจัยสนับสนุน เช่น ระบบโลจิสติกส์ พลังงาน และการลงทุนวิจัยและพัฒนาที่เอื้อต่อการขยายตัวของภาคการผลิตและบริการ

4. ทูทางธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมสามารถสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงทางอาหาร พลังงาน และน้ำ โดยเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ให้ได้ร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศเพื่อรักษาความสมดุลของระบบนิเวศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคพลังงานและขนส่งไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 ภายในปี 2563 เทียบกับการปล่อยในกรณีปกติ มีปริมาณหรือสัดส่วนของขยะมูลฝอยที่ได้รับการจัดการอย่างถูกหลักสุขาภิบาลเพิ่มขึ้น และรักษาคุณภาพน้ำและคุณภาพอากาศในพื้นที่วิกฤตให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

5. มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย สังคมปลอดภัย สามัคคี สร้างภาพลักษณ์ดี และเพิ่มความเชื่อมั่นของนานาชาติต่อประเทศไทย ความขัดแย้งทางอุดมการณ์และความคิดในสังคมลดลงปัญหาอาชญากรรมลดลง ปริมาณความสูญเสียชีวิตจากภัยโจรสลัดและการลักลอบขนส่งสินค้าและค่านมนุษย์ลดลง มีความพร้อมที่ปกป้องประชาชนจากการก่อการร้ายและภัยพิบัติทางธรรมชาติ ประเทศไทยมีส่วนร่วมในการกำหนดบรรทัดฐานระหว่างประเทศ เกิดความเชื่อมโยงการขนส่ง โลจิสติกส์ ห่วงโซ่มูลค่า เป็นหุ้นส่วนการพัฒนาที่สำคัญในอนุภูมิภาค ภูมิภาคและโลก และอัตราการเติบโตของมูลค่าการลงทุนและการส่งออกของไทยในอนุภูมิภาค ภูมิภาคและอาเซียนสูงขึ้น

6. มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย โปร่งใส ตรวจสอบได้ กระจายอำนาจและมีส่วนร่วมจากประชาชน บทบาทภาครัฐในการให้บริการ ซึ่งภาคเอกชนดำเนินการแทนได้ดีกว่าลดลง เพิ่มการใช้ระบบดิจิทัลในการให้บริการ ปัญหาคอร์รัปชันลดลง และการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระมากขึ้น โดยอันดับประสิทธิภาพภาครัฐที่จัดทำโดยสถาบันการศึกษานานาชาติและอันดับความยากง่ายในการดำเนินธุรกิจในประเทศดีขึ้น การใช้จ่ายภาครัฐและระบบงบประมาณมีประสิทธิภาพสูง รวมถึงมีบุคลากรภาครัฐที่มีความรู้ความสามารถและปรับตัวได้ทันกับยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไทยที่จะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนา การพัฒนาในระยะต่อไปจึงต้องให้ความสำคัญกับการวางรากฐานการพัฒนาคน ให้มีความสมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่กลุ่มเด็กปฐมวัยที่ต้องพัฒนาให้มีสุขภาพกายและใจที่ดี มีทักษะทางสมอง ทักษะการเรียนรู้ และทักษะชีวิต เพื่อให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ ควบคู่กับการพัฒนาคนไทยในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดีมีสุขภาพที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคมสำหรับยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในช่วง 5 ปี ต่อจากนี้ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินการยกระดับคุณภาพบริการทางสังคมให้ทั่วถึงโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการศึกษาและสาธารณสุข รวมทั้งการปิดช่องว่างการคุ้มครองทางสังคมในประเทศไทย ซึ่งเป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากที่ได้ขับเคลื่อนและผลักดันในช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 และมุ่งเน้นมากขึ้นในเรื่องการเพิ่มทักษะแรงงานและการใช้นโยบายแรงงานที่สนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพแรงงานและเสริมสร้างรายได้สูงขึ้น และการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนในเรื่องการสร้างอาชีพ รายได้ และให้ความช่วยเหลือที่เชื่อมโยงการเพิ่มผลิตภาพสำหรับประชากรกลุ่มร้อยละ 40 รายได้ต่ำสุด ผู้ด้อยโอกาส สตรี และผู้สูงอายุ ตัวอย่างเช่น การสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจ เพื่อสังคมการพัฒนาองค์การการเงินฐานรากและการเข้าถึงเงินทุนเพื่อสร้างอาชีพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 12 จะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิม รวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิมโดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ นอกจากนี้ จะให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของทรัพยากรชีวภาพ การส่งเสริมการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่และการพัฒนาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ การผสมผสานภาคบริการเข้ากับการค้าและการเตรียมความพร้อมของภาคบริการให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีขึ้น การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ ขายเป็น โดยพิจารณาการ

เปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้นรวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งพัฒนาระบบและกลไก ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชนและท้องถิ่นและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปัจจุบันสภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นปัญหาและเป็นจุดอ่อนของการรักษาฐานการผลิตและให้บริการ รวมทั้งการค้าเสรีที่ยั่งยืน ฐานทรัพยากรธรรมชาติถูกนำไปใช้ในการพัฒนาจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ป่าไม้ลดลง ทรัพยากรดินเสื่อมโทรม ความหลากหลายทางชีวภาพถูกคุกคาม รวมทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและชุมชนเมือง ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและต้นทุนทางเศรษฐกิจ ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ มีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้นโดยเฉพาะอุทกภัยและภัยแล้ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจและห่วงโซ่การผลิตภายในประเทศ และข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งทวีความเข้มข้น ทำให้ประเทศไทยต้องเตรียมพร้อมรับภาระในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายใต้กระแสการแข่งขันทางการค้า ขณะที่วาระการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกหลัง ค.ศ. 2015 ซึ่งเป็นการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ในอีก 15 ปี ข้างหน้า (ค.ศ. 2016-2030) จะส่งผลกระทบต่อแนวทางการพัฒนาประเทศในอนาคต ดังนั้น ประเด็นท้าทายที่ต้องเร่งดำเนินการในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้แก่ การสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของประชาชน เร่งแก้ไขปัญหาริक्तสิ่งแวดล้อม เพื่อลดมลพิษที่เกิดจากการผลิตและการบริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมืองอันเกิดจากกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและเสถียรภาพของประเทศไทยในหลายมิติ ทั้งภัยคุกคามภายนอก ได้แก่ การขยายอิทธิพลและการเพิ่มบทบาทของประเทศมหาอำนาจในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก ความขัดแย้งด้านอาณาเขตแบบรัฐต่อรัฐ อาชญากรรมข้ามชาติและการก่อการร้าย และภัยคุกคามภายในประเทศ ได้แก่ สถาบันหลักของชาติได้รับผลกระทบจากความเห็นต่างทางความคิดและอุดมการณ์ของคน ในชาติ การสร้างสถานการณ์ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ และการคุกคามทางเศรษฐกิจ โดยอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ ในระยะ 5 ปีต่อไป ซึ่งเป็นช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่

12 จึงให้ความสำคัญต่อการฟื้นฟูพื้นฐานด้านความมั่นคง ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประทุมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย ระบบการบริหารจัดการในภาครัฐที่ขาดประสิทธิภาพเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศที่สำคัญประการหนึ่งมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องการขับเคลื่อนการบริหารจัดการภาครัฐให้บรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้ การบังคับใช้กฎหมายที่ขาดประสิทธิภาพ การบริหารจัดการและการให้บริการของท้องถิ่นที่ยังขาดประสิทธิภาพและความโปร่งใส กระบวนการที่เปิดให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจการใช้งบประมาณยังไม่เพียงพอ ระบบและกระบวนการยุติธรรมไม่สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างเสมอภาคและเป็นธรรม รวมทั้งการขาดธรรมาภิบาลในสังคมไทยทำให้การทุจริตประทุมิชอบยังเป็นปัญหาสำคัญของประเทศ ในช่วง 5 ปีต่อจากนี้ไปจึงเป็นช่วงเวลาสำคัญที่ต้องเร่งปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างจริงจัง เพื่อให้เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาประเทศในทุกด้านให้ประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ทั้งการบริหารจัดการภาครัฐ ให้โปร่งใส มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบตรวจสอบได้อย่างเป็นธรรม และประชาชนมีส่วนร่วม มีการกระจายอำนาจ และแบ่งภารกิจรับผิดชอบที่เหมาะสม ระหว่างส่วนกลาง ภูมิภาค และท้องถิ่นและวางพื้นฐานเพื่อให้บรรลุตามกรอบเป้าหมายอนาคตในปี พ.ศ. 2579

ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์เป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจและสังคมการกระจายความเจริญ และการพัฒนาเมืองและพื้นที่ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ของประเทศประสบปัญหาความต่อเนื่องในการดำเนินการและปัญหาเชิงปริมาณ คุณภาพ และการบริหารจัดการการให้บริการที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทำให้มีข้อจำกัดในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ของประเทศในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 มุ่งเน้นการขยายขีดความสามารถและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจหลัก และส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกกลุ่มในสังคม สนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคและในอาเซียนอย่างเป็นระบบ โดยมีโครงข่ายเชื่อมโยงภายในประเทศที่สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจต่าง ๆ การพัฒนาระบบการบริหารจัดการและการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

การดำเนินการ สร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการพื้นฐาน และการคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ และการพัฒนาผู้ประกอบการในสาขาโลจิสติกส์และหน่วยงานที่มีศักยภาพเพื่อไปทางธุรกิจในต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรมเพื่อให้ประเทศไทยพัฒนาเข้าสู่สังคมนวัตกรรมและเตรียมการก้าวสู่ประเทศรายได้สูงในอนาคต แนวทางการพัฒนาในช่วงระยะเวลา 5 ปี จะต้องให้ความสำคัญกับการใช้องค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ผลงานวิจัยและพัฒนา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์อย่างเข้มข้นทั้งในภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาสังคม รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาสถานะ ที่เอื้ออำนวยทั้งการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาบุคลากร วิจัย โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการบริหารจัดการเพื่อช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้ก้าวสู่เป้าหมายดังกล่าว

ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ มุ่งเน้นการพัฒนาและเร่งดำเนินการในประเด็นท้าทาย ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิม และขยายฐานการผลิตและบริการใหม่ที่สร้างรายได้สำหรับประชาชนในภาค การพัฒนาเมืองให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ การพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ให้รองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคตอย่างมีสมดุล และการบริหารจัดการพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนให้เจริญเติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคและเมืองให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 10 ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศของไทยในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ยึดหลัก คิดเสรี เปิดเสรีและเปิดโอกาส โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและขยายความร่วมมือทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง และอื่น ๆ กับมิตรประเทศ และขณะเดียวกันก็เป็นการขับเคลื่อนต่อเนื่องจากการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ การเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคและภูมิภาคภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 โดยกำหนดเป็นแนวทางการดำเนินนโยบายการค้าและการลงทุนที่เสรี เปิดกว้าง และเป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศในการประกอบธุรกิจดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนในต่างประเทศ และส่งเสริมความร่วมมือเพื่อการพัฒนากับประเทศในอนุภูมิภาคและภูมิภาครวมทั้งประเทศนอกภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมจากการเรียนรู้ภายใต้กรอบความร่วมมือต่าง ๆ อาทิ ภาวะเป็ยบ ภาครัฐที่โปร่งใสมีประสิทธิภาพ และการปฏิรูปภาคบริการภายใต้กรอบความร่วมมือเศรษฐกิจเอเปค

การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานตามมาตรฐานสากล มาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดด้านการพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาทุนมนุษย์ เป็นต้น

ระยะเวลา 5 ปี ต่อจากนี้ไปนับเป็นช่วงเวลาสำคัญที่จะผลักดันให้ความเชื่อมโยงด้านกฎระเบียบและในเชิงสถาบันในระดับอนุภูมิภาคและภูมิภาคมีความคืบหน้าชัดเจนในระดับปฏิบัติ และในแต่ละจุดพื้นที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศภายใต้กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาคและภูมิภาค รวมทั้งความร่วมมือในการลดการใช้มาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษี (Non-Tariff Barriers: NTBs) ควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงกายภาพตามแผนการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทั้งโครงข่ายภายในประเทศและการต่อเชื่อมกันไปเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาคนี้ มั่งคั่งมั่นคงและยั่งยืน (Thailand 4.0) ในประวัติศาสตร์ประเทศไทยมีการปฏิรูปขนานใหญ่อย่างเป็นระบบเพียงครั้งเดียวในสมัยรัชกาลที่ 5 ราชอาณาจักรสยามหรือประเทศไทยในสมัยรัชกาลที่ 4 สืบเนื่องถึงรัชกาลที่ 5 เป็นช่วงเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะวิกฤตท่ามกลางกระแส ภัยคุกคามจากภายนอก ได้แก่ การล่าอาณานิคมของประเทศตะวันตกด้วยเหตุนี้พระมหากษัตริย์ไทยทั้งสองรัชกาลจึงต้องทรงดำเนินการปฏิรูปปรับเปลี่ยนประเทศให้เกิดความทันสมัยและทัดเทียมนานาชาติอารยประเทศ เพื่อป้องกันมิให้ประเทศไทยต้องถูกยึดครองเป็นดินแดนอาณานิคมการดำเนินนโยบายดังกล่าวได้เริ่มต้นขึ้นในแผ่นดินรัชกาลที่ 4 และได้รับการสานต่ออย่างเป็นรูปธรรมในสมัยรัชกาลที่ 5 ผ่านการปฏิรูประบบการปกครองและระบบราชการของไทยครั้งสำคัญ โดยเปลี่ยนจากเดิมที่เคยปกครองในรูปแบบอาณาจักรโบราณและนครรัฐซึ่งปราศจากศูนย์อำนาจที่ชัดเจนและขาดความเป็นเอกภาพอันไม่ส่งเสริมต่อความมั่นคงของชาติให้เป็นการปกครองรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะเป็น “รัฐชาติ” โดยการรวมศูนย์อำนาจเข้าสู่ส่วนกลางหรือเมืองหลวงเพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีเสถียรภาพเกิดความชัดเจนส่งเสริมให้เกิดความเป็นปึกแผ่นและความมั่นคงของประเทศได้เป็นอย่างดี ณ ขณะนี้ประเทศไทยอยู่ในระยะ “เปลี่ยนผ่าน” วิกฤตทางเศรษฐกิจและการเมืองหลายต่อหลายครั้งควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของโลกในศตวรรษที่ 21 หากประเทศไทยไม่มีการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ตลอดจนไม่ดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนประเทศผ่านการปฏิรูปและการปรับเปลี่ยนอย่างจริงจังประเทศไทยอาจจะประสบกับสถานะเสื่อมถอยจากประเทศในโลกที่สองในปัจจุบันเป็นประเทศในโลกที่สามในอนาคตก็เป็นได้แต่หากดำเนินการปฏิรูปสำเร็จจะทำให้ประเทศไทยสามารถก้าวไปสู่ “ประเทศในโลกที่หนึ่ง”

แผนThailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง ยั่งยืน

วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

“ความมั่นคง” หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศในทุกกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครัวเรือน และปัจเจกบุคคล และมีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติทางการทหาร เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง เช่น ประเทศมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุขสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลางและเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน มีระบบการเมืองที่มั่นคงเป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหารประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล สังคมมีความปรองดองและความสามัคคี สามารถผนึกกำลังเพื่อพัฒนาประเทศ ชุมชนมีความเข้มแข็งครอบครัวมีความอบอุ่นประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงานและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต ความมั่นคงของอาหารพลังงานและน้ำ มีที่อยู่อาศัยและความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน มีการออมสำหรับวัยเกษียณ

“ความมั่งคั่ง” หมายถึง ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืนจนเข้าสู่ กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน (Inclusive Growth) มีคุณภาพชีวิตตามมาตรฐานขององค์การสหประชาชาติ ไม่มีประชาชนที่อยู่ใต้เส้นความยากจน เศรษฐกิจในประเทศมีความเข้มแข็ง ขณะเดียวกันต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ทั้งในตลาดโลกและตลาดภายในประเทศเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ตลอดจนมีการสร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงไป และประเทศไทยมีบทบาทที่สำคัญในเวทีโลก และมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าอย่างแน่นแฟ้นกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย เป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาคทั้งการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจ เพื่อให้เป็นพลังในการพัฒนา นอกจากนี้ยังมีความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาต่อเนื่องไปได้ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงิน ทุนที่เป็นเครื่องมือเครื่องจักร ทุนทางสังคม และทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

“ความยั่งยืน” หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชน ให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่

บนหลักการ ใช้ การรักษาและการฟื้นฟู ฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม จนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศน์ การผลิตและการบริโภคเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือและปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาในระดับอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน

โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศคือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศใน หลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่งและมีคุณภาพ สร้างโอกาส และความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทย และสังคมไทย 2) ชีตความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ 4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ

ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ

เพื่อให้ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และเป้าหมายการพัฒนาประเทศข้างต้น จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาว ที่จะทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศในทุกมิติทุกรูปแบบ และทุกระดับ ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการของประเทศได้รับการพัฒนา ยกระดับไปสู่การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนากลไกที่สำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ที่จะสร้างและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ เพื่อยกระดับฐานรายได้ของประชาชนในภาพรวมและกระจายผลประโยชน์ไปสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม คนไทยได้รับการพัฒนาให้เป็นคนดีเก่ง มีวินัย ดำเนินถึงผลประโยชน์ส่วนรวม

และมีศักยภาพในการคิดวิเคราะห์สามารถ “รู้รับ ปรับใช้” เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงบริการพื้นฐาน ระบบสวัสดิการ และกระบวนการยุติธรรมได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีใครถูกทิ้ง ไว้ข้างหลัง การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติจะมุ่งเน้น การสร้างสมดุลระหว่าง การพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” โดยประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง

มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประชาชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสภาวะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติสังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยีและระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคาม และภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการ ทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน และมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำเนินการ ของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่น ๆ ให้สามารถขับเคลื่อนไปได้ตามทิศทางและเป้าหมายที่กำหนด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

มีเป้าหมายการพัฒนา ที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่

1. “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ ในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของ เศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่

2. “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานของประเทศ ในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต

3. “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคู่มือใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่

ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดี อยู่ดีรวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราว เดียวกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากร มนุษย์

มีเป้าหมาย การพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดีเก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทย มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ครอบคลุมและมี สุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มัธยัสถ์อดออม โอบอ้อม อารีมีวินัย รักาศิลลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติมีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็น ในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสาร ภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม และอนุรักษภาษาท้องถิ่น มีนิสัย รักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นักคิด ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่และอื่น ๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัด ของตนเอง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

มีเป้าหมาย การพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้ง ภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของ ประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำ เพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไก บริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการ ตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทย ทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และ สภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเอง และทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพ อย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม

มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ในทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือ ระหว่างกัน ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนด กลยุทธ์และแผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้โดยเป็น การดำเนินการบนพื้นฐานการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็แนวทาง

เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง 3 ด้าน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชน และประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาท หน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต ความมัธยัสถ์และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ กฎหมายต้องมีความ ชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากลมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำและเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติและการอำนวยความสะดวกตามหลักนิติธรรม

เป้าหมาย Thailand 4.0

1. การสร้างความเข้มแข็งจากภายในและการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก Thailand 4.0 เป็นโมเดลที่ได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาประเทศ ดังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานพระราชดำรัส หลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ครั้งแรกในงานพระราชทานปริญญาบัตร ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 ไว้ความตอนหนึ่งว่า

“การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้นต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมีพอกินพอใช้ของประชาชนเป็นเบื้องต้นก่อนโดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชาเมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอควรและปฏิบัติได้แล้วจึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไปหากมุ่งแต่จะทุ่มเทสร้างความเจริญ ยกฐานะทางเศรษฐกิจขั้นได้รวดเร็วแต่ประการเดียวโดยไม่ให้แผนปฏิบัติการสัมพันธ์กับสภาวะ

ของประเทศและของประชาชนโดยสอดคล้องด้วยจะเกิดความไม่สมดุลในเรื่องต่าง ๆ ได้ซึ่งอาจกลายเป็นความยุ่งยากล้มเหลวในที่สุด”

Thailand 4.0 น้อมนำพระราชดำรัสข้างต้นของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และถอดรหัสออกมาเป็น 2 ยุทธศาสตร์สำคัญ คือ 1) การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from Within) 2) การเชื่อมโยงกับประชาคมโลก (Connect to the World) หากการสร้าง ความเข้มแข็งจากภายใน คือ Competitiveness การเชื่อมโยงกับโลกภายนอก ก็คือ Connectivity ซึ่งทั้ง Competitiveness และ Connectivity เป็น 2 ปัจจัยที่จะต้องดำเนินควบคู่กันในการสร้าง ความมั่งคั่งมั่นคงและยั่งยืนให้กับประเทศ การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน Thailand 4.0 เน้น การปรับเปลี่ยนใน 4 ทิศทาง คือ 1) จากการพึ่งพาเศรษฐกิจโลกสู่การสร้าง ความเข้มแข็งของ เศรษฐกิจภายในประเทศ 2) จากการเน้นการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์สู่การผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม 3) จากการเน้นเงินทุนและทุนทางกายภาพสู่การเน้นทุนมนุษย์และเทคโนโลยี 4) จากการกระจุก ของความมั่งคั่งและโอกาสสู่การกระจายของความมั่งคั่งและโอกาส การปรับเปลี่ยนใน 4 ทิศทางดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องเน้น“การพัฒนาที่สมดุล” ใน 4 มิติอัน ประกอบด้วย 1) ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ (Economic Wealth) 2) ความอยู่ดีมีสุขของคนใน สังคม (Social Well-Beings) 3) การรักษาสีสิ่งแวดล้อม (Environmental Wellness) 4) การยกระดับ ศักยภาพและคุณค่าของมนุษย์ (Human Wisdom)

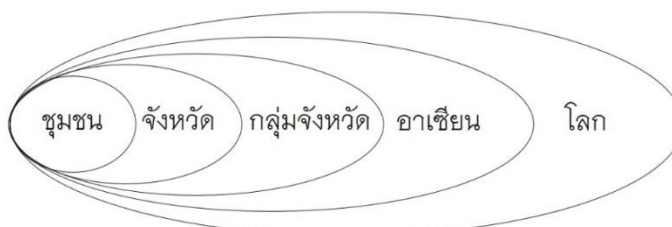
การพัฒนาที่สมดุลใน 4 มิติของ Thailand 4.0 ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงนี้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (17 Sustainable Development Goals) ของสหประชาชาติได้อย่างแนบแน่นและลงตัว ดังภาพ 20



ภาพ 20 แสดงการพัฒนาที่สมดุล SEP for SDGs

ที่มา: กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559

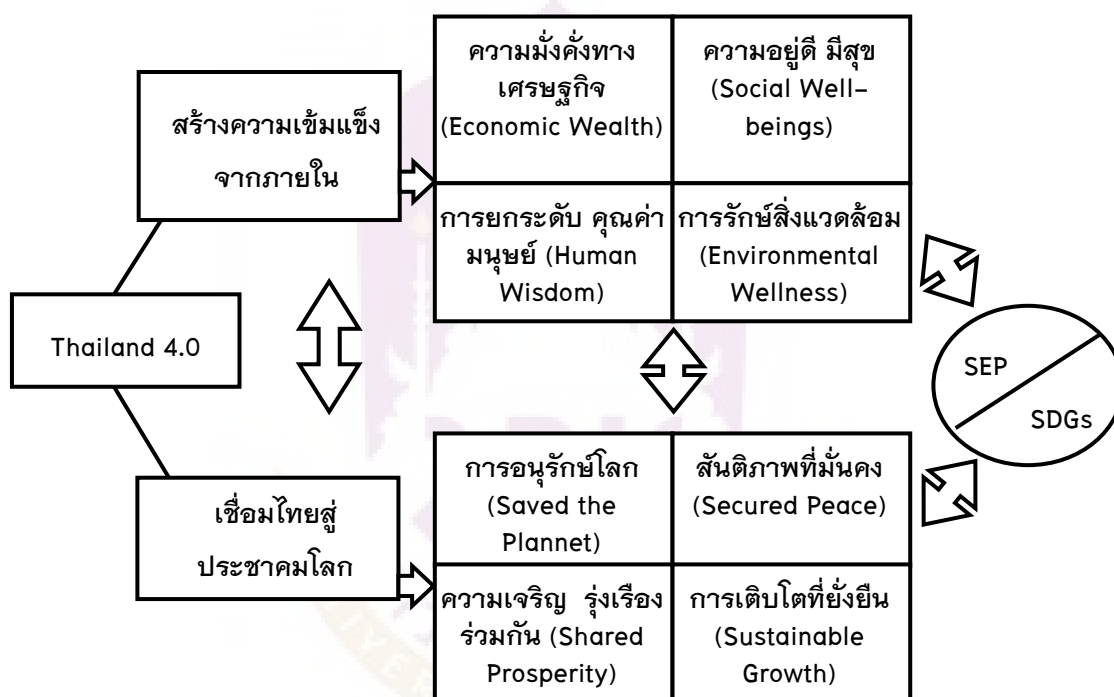
การเชื่อมโยงกับประชาคมโลก เมื่อโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศเกิดความเข้มแข็งก็จะเกิดการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถและมีภูมิคุ้มกันที่เพียงพอเมื่อเผชิญกับโอกาสและภัยคุกคามจากโลกภายนอก ในการเชื่อมโยงกับโลกภายในมี 3 ระดับ คือ การเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศ (จากชุมชนสู่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด) การเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภูมิภาค (อาเซียน) และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก



ภาพ 21 แสดงการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก

ที่มา: กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559, สื่อดอนไลน์

เพื่อให้อยู่กับประชาคมโลกอย่างเป็นปกติสุขในการขับเคลื่อน Thailand 4.0 รัฐบาลจึงได้น้อมนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก โดยเน้น 1) การอนุรักษ์โลก (Saved the Planet) 2) การสร้างสันติภาพที่มั่นคง (Secured Peace) 3) การเติบโตที่ยั่งยืน (Sustainable Growth) 4) การสร้างความเจริญรุ่งเรืองร่วมกัน (Shared Prosperity) อาจกล่าวได้ว่าแก่นยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 ว่าด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายในและการเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลกนั้นตั้งอยู่บนฐานความคิดจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่สอดคล้องกับ Sustainable Development Goals ของ UN



ภาพ 22 แสดงการสอดคล้องกันระหว่างปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและ SDGs ใน Thailand 4.0

ที่มา: กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559, สืบออนไลน์

2. กลไกขับเคลื่อนประเทศชุดใหม่ภายใต้ Thailand 4.0

Thailand 4.0 มีเป้าหมายเพื่อหลุดพ้น 3 กักตักโดยปรับเปลี่ยนกลไกการขับเคลื่อนการเติบโตชุดใหม่ (New Growth Engines) เพื่อเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ “ประเทศในโลกที่หนึ่ง” ภายในปี พ.ศ.2575 ดังนี้

2.1. หลุดพ้นจากกักตักประเทศรายได้ปานกลางด้วยการสร้างความมั่งคั่งผ่านกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ (Competitive Growth Engines) เพื่อก้าวสู่ประเทศที่มีรายได้สูงโดยเปลี่ยนจาก “ทำมากได้น้อย” เป็น “ทำน้อยได้มาก” ซึ่งประกอบไปด้วย การยกระดับขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมการประมวลผลธุรกิจด้านเทคโนโลยีการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม การพัฒนาทักษะและงานใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ การบริหารจัดการสมัยใหม่ที่พร้อมดำเนินการทั้งใน Physical และ Digital Platforms กิจการร่วมทุนรัฐและเอกชนในโครงการขนาดใหญ่

2.2 หลุดพ้นจากกักตักความเหลื่อมล้ำด้วยการสร้างความมั่นคงผ่านกลไกการกระจายรายได้โอกาสและความมั่งคั่งอย่างเท่าเทียม (Inclusive Growth Engine) โดยเน้นการปรับเปลี่ยนจากความมั่งคั่งที่กระจุกเป็นความมั่งคั่งที่กระจายด้วยหลักคิดที่ว่า “เราจะเดินหน้าไปด้วยกันโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” ประกอบไปด้วย การยกระดับ Digital Skill Literacy, ICT Literacy, Information Literacy และ Media Literacy ของคนไทย การสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัดและจังหวัด การสร้างเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก การยกระดับขีดความสามารถการเสริมสร้างทักษะและการเติมเต็มศักยภาพของประชาชนให้ทันกับพลวัตจากภายนอก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ การถ่ายทอดให้แก่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแบบมีเงื่อนไข

2.3 หลุดพ้นจากกักตักความไม่สมดุลด้วยการสร้างความยั่งยืนผ่านกลไกการพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Growth Engine) ปรับเปลี่ยนจากการพัฒนาที่ไม่สมดุลสู่ “การพัฒนาที่สมดุล” ประกอบไปด้วย การมุ่งเน้นธุรกิจการผลิตและการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน การปรับแนวคิดจากเดิมที่คำนึงถึงความได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลักมาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเป็นองค์กรที่ “คิดดีทำดี” (Doing Good, Doing Well)

ประเทศไทยที่หนึ่ง ภายในปี 2575		
สร้างความมั่งคั่งผ่าน Competitive Growth Engine	สร้างความมั่งคั่งผ่าน Inclusive Growth Engine	สร้างความมั่งคั่งผ่าน Green Growth Engine
<ol style="list-style-type: none"> 1. การยกระดับขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา 2. การสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3. การปรับเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ 4. การพัฒนาวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม 5. การพัฒนาทักษะและงานใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต 6. การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ 7. การบริหารจัดการสมัยใหม่ ที่พร้อมดำเนินการ ทั้งใน Physical และ Digital Platforms 8. กิจการร่วมทุนรัฐและเอกชนในโครงการขนาดใหญ่ 9. ฯลฯ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การยกระดับ Digital Skill Literacy, ICT Literacy, Information Literacy และ Media Literacy ของคนไทย 2. การสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด และจังหวัด 3. การสร้างเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน 4. การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม 5. การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แข็งแรงและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก 6. การยกระดับขีดความสามารถ การเสริมสร้างทักษะและการเติมเต็มศักยภาพของประชาชนให้ทันกับพลวัตจากภายนอก 7. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ 8. การจ่ายภาษีให้แก่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแบบมีเงื่อนไข 9. ฯลฯ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การมุ่งเน้นธุรกิจ การผลิต และการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2. การมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน 3. การปรับแนวคิดจากเดิมที่คำนึงถึงความได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) 4. การส่งเสริมให้ภาคเอกชนเป็นองค์กรที่ “คิดดีทำดี” (Doing Good, Doing Well) 5. ฯลฯ
สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก		

ภาพ 23 แสดงกลไกขับเคลื่อนการเติบโตชุดใหม่ใน Thailand 4.0

ที่มา: กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559, สื่อดิจิทัล

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะที่ผ่านมา ได้สะท้อนให้เห็นความสำเร็จของการเติบโตในเชิงปริมาณ ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีปัญหาในเชิงคุณภาพที่เป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการรองรับการขยายตัวของสาขาการท่องเที่ยวใหม่ ๆ บุคลากรการท่องเที่ยว ยังขาดแคลนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ในขณะที่โอกาสทางการตลาดยังมีอีกมากจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวในตลาดโลก รวมถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกที่จะเป็นทั้งปัจจัยเสี่ยงและสร้างโอกาสให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น การกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปี ถัดจากนี้ไป จึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้องดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันไปทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการและด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์ “วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพอย่างมีดุลยภาพและยั่งยืน”

เป้าหมาย ในปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

1. สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้มแข็ง
2. ทุกภาคส่วนมีจิตสำนึกในการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืนพันธกิจ
3. กระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย
4. พัฒนาศักยภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน
5. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการทำงาน

เชิงบูรณาการ เชื่อมโยงระดับชาติ ภูมิภาคและท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ผลการพัฒนาที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะขาดสมดุล และมีความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเติบโตเป็นไปในลักษณะก้าวกระโดดจนเกิดปัญหาการรองรับไม่

เพียงพอ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดมาจาก 2 ตลาด คือ ตลาดจีนและรัสเซีย ดังนั้น การผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่งคั่ง และยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาลโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือนั้นจะต้องสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนเพื่อวางรากฐานการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว ในขณะที่เดียวกันจะต้องทำให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เพื่อฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศระยะสั้น เช่นกัน ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ Amazing Thailand (Rebranding) ยกกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และคุ้มค่า (Variety and Value for Money Destination) สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure Destination)

2. ปรับโครงสร้างตลาด (Market Restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ใช้จ่ายสูงมีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย สนใจเรียนรู้ และสร้างผลกระทบต่อประเทศไทยต่ำ ให้การเติบโตของรายได้ เกิดจากการเติบโตของการใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว

3. ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้ประชาชนไทยได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทย ตลอดจนเกิดความผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ กลยุทธ์การดำเนินงานประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวกในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้างเอกลักษณ์ และส่งมอบประสบการณ์ ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทย ภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบ ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็ง สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

และสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination และ มาตรการยกระดับคุณภาพ Value Chain ดังนี้

1.1 มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันและสื่อสารในทางเดียวกัน เพื่อสร้างการรับรู้ประเทศไทยเป็น “Quality Leisure Destination” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐานและสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ “วิถีไทย” เป็น Content ในการสื่อสาร สื่อสารภาพลักษณ์โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยให้นักท่องเที่ยวช่วยบอกต่อ (User Generated Content) รวมทั้งสร้างให้เกิดการเชื่อมโยง Content จากคนไทยสู่ต่างประเทศ (Inside-Out IMC) สร้าง Cluster Branding ทั้ง 8 Cluster ให้เชื่อมโยงกับ Quality Leisure Destination ร่วมมือกับพันธมิตรที่มีคุณภาพระดับโลก (Co-brand/Quality Alliance) เพื่อพ่วงยกระดับแบรนด์ประเทศไทย เช่น ส่งเสริม World Heritage Sites ร่วมกับ UNESCO ส่งเสริมการขายผู้ประกอบการที่มีคุณภาพร่วมกับบัตรเครดิต พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านบวกเพื่อกลบข้อมูลด้านลบ (Positive Negative Ratio) และสร้างเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต-บริหารจัดการ

1.2. มาตรการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ/ภาครัฐ/ชุมชน ส่งเสริม สนับสนุนสร้างกลไกในการหาผู้ประกอบการที่มีคุณภาพใน Value Chain เพื่อเป็นต้นแบบกับผู้ประกอบการอื่น ๆ สร้างความเข้มแข็งเชิงการตลาดให้กับชุมชนในพื้นที่โดยเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ชุมชนสามารถทำการตลาดได้ด้วยตนเอง จัดกลุ่มสินค้าคุณภาพ และสนับสนุนส่งเสริม ให้มีการจัดทำสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาด เพื่อให้สามารถนำไปเสนอขายได้อย่างเหมาะสมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และส่งเสริมให้เกิดการประกอบการอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม 2) ประชาชน สร้างกระแสให้คนไทยหันมาให้ความนิยมในการท่องเที่ยวเมืองไทย ภาคภูมิใจในความเป็นไทยทำให้วิถีไทยเกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมให้คนไทยเป็นเจ้าของที่ดี ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้าง Quality Experience ให้นักท่องเที่ยว

2. กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ทั้งกลุ่มระดับกลาง-บน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้า

และบริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทย และสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทยเป็นประตูสู่อาเซียน

3. กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม เน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ และเกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทยประกอบด้วย มาตรการสำคัญ คือ ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ขยายผลปรับแก้ไขข้อจำกัดของมาตรการคืนภาษีสำหรับนักท่องเที่ยวไทย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่าง ๆ เช่น แรงงาน ข้าราชการ เกษตรกร กลุ่ม Corporate/Expats ผู้มีรายได้กลาง-สูง กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของ เกษตรกร องค์กรบริการส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เกษตรกร เป็นต้น

4. กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ และมาตรการส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว ดังนี้

4.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ส่งเสริมการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม เช่น เมืองท่องเที่ยวหลัก กลุ่มจังหวัด 8 Cluster 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เมืองเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและ Creative Tourism ที่สอดคล้องกับ Thainess ที่กำหนดไว้ ชะลอการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่ที่อ่อนไหว และมีนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ

4.2 ส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ปรับทัศนคติของคนไทยให้ออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลและลาพักร้อนไปพักผ่อนในวันธรรมดาส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มวิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์ พยาบาล ทนาย นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ นักแสดง เป็นต้น ส่งเสริมการลาพักร้อนในวันธรรมดาเพื่อเดินทางท่องเที่ยว เช่น สร้างแรงจูงใจให้บริษัท/นายจ้างอนุญาตให้พนักงานสามารถลาพักร้อนไปท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศ

มาอย่างต่อเนื่อง แต่การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้การรวมกลุ่มเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ เกิดการลงทุนของเอกชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นความท้าทายของการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว คือ จะทำอย่างไรให้สินค้าและบริการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกรและท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน

ดังนั้น การจัดทำยุทธศาสตร์ในด้านนี้ จึงมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยในระยะเร่งด่วนนี้ จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทายด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว จึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร และการพัฒนา

อุตสาหกรรมกรรมการเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการ พัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้น การบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการ พัฒนาลินค้าและบริการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วน ดังนี้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเล ตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการ พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่สัปดาห์ระดับสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยง สู่กัมพูชาและเวียดนาม ผ่านมาตรการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการ ท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งมีแนว ทิศทางการพัฒนา โดยส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็น Tourism&Sport City พัฒนาคูณภาพแหล่ง ท่องเที่ยวลินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยง ลินค้าทางการเกษตรผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้า และบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2. กลยุทธ์การพัฒนา raysาขา โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนา raysาขา มุ่งเน้นการพัฒนาลินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการ ไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทย ที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วยและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบ ใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health&Wellness Tourism)

โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค ผ่านมาตรการ ยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนามาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการนำมาตรฐานสากล (ISO) มาตรฐานการบริการสปา เพื่อสุขภาพไปปรับใช้ เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง ตรวจสอบขึ้น ทะเบียน และจัดทำฐานข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการ สร้างสรรค์ลินค้าและบริการให้โดดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยว เพื่อสุขภาพผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพ

ผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาอุตสาหกรรมภาคบริการและกิจการบริการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ สร้างและผลักดันมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) โดยมุ่งสู่การยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการส่งเสริมการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการในประเทศในกลุ่มเมือง MICE City และจังหวัดรองที่มีศักยภาพ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ เสริมศักยภาพของไมซ์ซิตี้ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ให้อยู่ในระดับสากล พัฒนาศักยภาพด้านการจัดประชุมภายในประเทศในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า (D-Exhibition) ผ่าน 3 แนวทาง คือ สร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ (Invent) ยกระดับรูปแบบ มาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้านำระดับท้องถิ่นให้เป็นงานระดับภูมิภาค (Upgrade) และการกระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ประสบความสำเร็จไปจัดในภูมิภาคต่าง ๆ (Clone)

3. การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) โดยมุ่งสู่การพัฒนาสู่เมืองสีเขียวชุมชนเข้มแข็ง มั่งคั่ง มั่งคั่ง อย่างยั่งยืน ผ่านมาตรการพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาเพื่อสร้างความสมดุลต่อขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐประชาชน และเอกชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ผ่านมาตรการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Tourism มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ สร้างมูลค่ากีฬาที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ มวยไทย กอล์ฟ ดำน้ำ ส่งเสริมให้มีศูนย์ฝึก/โรงเรียน/สนามแข่งขันที่ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรม Sport Tourism ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ Cluster เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย โดยมีแผนงานที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานปรับปรุงสนามแข่งขันให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การเป็นเมืองเจ้าภาพ แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็น Sport Tourism Destination

แผนงานส่งเสริมการจัดงาน Sport Tourism Event ระดับนานาชาติ แผนงานเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

5. การท่องเที่ยวเรือสำราญ มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากลผ่านมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาการจัดการเส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในทะเลให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยวในระดับสากล มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนาและส่งเสริมการลงทุนสร้างพื้นที่ท่าเทียบเรือเพื่อรองรับเรือสำราญในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ท่าเทียบเรือภูเก็ต กระบี่ และเกาะสมุย ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อทางเรือสำราญไปยังประเทศอื่นในอาเซียน มาตรการจูงใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำรวมถึงการบริการด้านต่าง ๆ สู่มาตรฐานสากล และการประชาสัมพันธ์ความพร้อมในการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวข้องกับเรือสำราญ ตลอดจนสนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีของภาคเอกชน เช่น Yacht Show ปรับปรุงและทบทวนกฎระเบียบว่าด้วยเรือสำราญ ทั้งในเรื่องการประกอบธุรกิจและด้านการควบคุมบริหารจัดการ รวมถึงด้านความปลอดภัยของการเดินเรือ ด้านการสงวนรักษาลิงแวดล้อม และด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

6. การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติโดยมีมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐาน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม

6.1 กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของกลยุทธ์นี้ คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

6.2 กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย

6.3 กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการ

คมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศภายในประเทศรวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยว
สู่ประเทศอาเซียน

ยุทธศาสตร์ ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาด
ท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตที่จะยิ่ง
ทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการ
ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ
ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้า และบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ
และขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า การบริหาร
จัดการ ยังมีจุดอ่อน ข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการ
ประสานงานทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทาง
ที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูล
ในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทัน
ต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว จึงต้องมี
การกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ
ดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาคม ผ่านกลไกการ
ดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
ในทุกกระดับ พัฒนาระบบข้อมูลและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นับเป็นสิ่งสำคัญในการ
ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนา
ทั้งสามฝ่ายโดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น
เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด
ดังนั้น ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนา
เป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการ
บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น
รวมถึงกลไกการขับเคลื่อนงานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue Based) มีการบูรณาการของ
หน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบทั้งกลไกการทำงาน กลไกการสนับสนุนงบประมาณ
การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรและปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน

2. กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้
มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ เพื่อให้บุคลากรด้าน
การท่องเที่ยวภาครัฐมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเตรียมความพร้อมการบริหารจัดการ บุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

3. กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่อย่างกระจุกกระจาย มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บ ข้อมูลที่จำเป็น ขาดการบริหารจัดการและขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้อง พัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) โดยการนำ เทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบการบริหารจัดการและใช้ ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

4. กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจาก ปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายฉบับยังล้าสมัยไม่ ทันต่อสถานการณ์ จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อเสียเปรียบต่อประเทศ คู่แข่ง ในขณะที่บางฉบับหน่วยงานรับผิดชอบไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560 มีการกำหนด ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยที่เป็นประโยชน์เชิงโครงสร้างที่มีความสำคัญต่อการขยายตัว ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้องดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันไป ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านการพัฒนาสินค้า และบริการและด้านการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนา

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564)

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบน พื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุก ภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

ตาราง 1 แสดงเป้าประสงค์หลักและตัวชี้วัดหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

เป้าประสงค์หลัก	ตัวชี้วัดหลัก	เป้าหมายระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560– 2564)
1. การเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ	การใช้จ่ายต่อหัวต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อย่างน้อยร้อยละ 6 (เทียบกับร้อยละ 4.1 ในช่วงปี พ.ศ. 2554 ถึง พ.ศ. 2558)
2. การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อเตรียมพร้อมการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง	อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI)	อันดับของประเทศไทยขึ้นมาเป็นหนึ่งใน 3 อันดับสูงสุดของโลก (เทียบกับอันดับที่ 35 ของโลก และอันดับที่ 10 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากการจัดอันดับในปี พ.ศ. 2558)
3. การรักษามูลค่าทางเศรษฐกิจจากรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	รายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย	อัตราการเติบโตขึ้นโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อย่างน้อย ร้อยละ 10 (เทียบกับอัตราการโตร้อยละ 15.6 ระหว่างปี พ.ศ. 2554 และ 2558 และเป้าหมายของแผนฯ 1 ที่อยู่ที่ร้อยละ 5 ต่อปี)
4. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่	จำนวนจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวต่อปีเกิน 6,000 ล้านบาท	เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10 จังหวัด ภายในปี พ.ศ. 2564 (เทียบกับ 29 จังหวัดในปี พ.ศ. 2558 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมต่อปีเกิน 6,000 ล้านบาท)
5. การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	อันดับด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม	อันดับของประเทศไทยขึ้นมาเป็นหนึ่งใน 100 อันดับที่ดีที่สุดในโลก (เทียบกับอันดับที่ 116 ของโลกจากการจัดอันดับในปี พ.ศ. 2558)

ประเด็น 5 ยุทธศาสตร์

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ตามที่กำหนดไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” ได้มีการกำหนดประเด็น 5 ยุทธศาสตร์ สำหรับกรอบระยะเวลา 5 ปีข้างหน้าซึ่งจะช่วยขับเคลื่อน และพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยไปในทิศทางที่เหมาะสมเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีรายละเอียด เป้าประสงค์ ข้อเสนอตัวชี้วัด มาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและสินค้า บริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึง การส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์วิถีไทย เป้าประสงค์ ระดับยุทธศาสตร์

1. ประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย และมีคุณภาพสูงขึ้นเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากหลากหลายกลุ่มมีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และใช้จ่ายใช้สอยจ่ายมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นไปอย่างยั่งยืนผ่านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติ และอัตลักษณ์ของประเทศไทย
3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความแข็งแกร่งโดยการเพิ่มความสมดุลของการท่องเที่ยว ทั้งในเชิงพื้นที่เชิงเวลาหรือฤดูกาล และของทุกภาคส่วน
4. การท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำในชาติโดยการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและในพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่นิยม รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและอุตสาหกรรมในท้องถิ่น โดยเฉพาะภาคเกษตรกรรม

ข้อเสนอตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

1. ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นในช่วงระยะของแผนฯ (ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว)
2. เหตุผลหลักในการมาเยือนประเทศไทยหลากหลายขึ้น และนักท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งในสามมีเหตุผลหลักในการมาเยือนที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม หรือทะเล แสงแดด (ข้อมูลจาก การสำรวจนักท่องเที่ยวในแต่ละปี)
3. อันดับของประเทศไทยด้านความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Sustainability of T&T Development) เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับ เทียบกับอันดับที่ 61 ในปี พ.ศ. 2558 (สภาเศรษฐกิจโลก, 2561, สื่อดอนไลน์)

4. รายได้จากการท่องเที่ยวในทุกจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) มีอัตราการเติบโตขึ้นโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่เป็นบวก (ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว)

5. รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน มีอัตราการเติบโตในแต่ละปี อย่างน้อยร้อยละ 10 (ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว)

5.1 มาตรการที่ 1.1 การพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและสินค้า บริการ ในทุกรูปแบบการท่องเที่ยว

5.2 มาตรการที่ 1.2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าบริการอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5.3 มาตรการที่ 1.3 การสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวและสินค้า บริการ ทั้งในเชิงพื้นที่และเวลา

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม เป้าประสงค์ระดับยุทธศาสตร์

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2. นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคจังหวัดและพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในตัวเมืองและชนบทอย่างสะดวกสบายมากขึ้นซึ่งจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยในวงกว้างมากขึ้นเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ และกระจายรายได้ให้กับพื้นที่นอกเมืองหลัก

3. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีทั้งในด้านความปลอดภัย สุขอนามัย รวมไปถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อชักจูงให้กลับมาเยี่ยมเยียน และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

4. นักท่องเที่ยวอิสระ (Free and Independent Travelers) มีความสะดวกสบายมากขึ้นในการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อเสนอตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

1. ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นในช่วงระยะของแผนฯ (ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว)

2. เหตุผลหลักในการมาเยือนประเทศไทยหลากหลายขึ้น โดยภายใน 5 ปี นักท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งในสามมีเหตุผลหลักในการมาเยือนที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงทะเลหรือวัฒนธรรม

3. อันดับของประเทศไทยด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับ เทียบกับการจัดอันดับในปี พ.ศ. 2558

4. รายได้จากการท่องเที่ยวใน ทุกจังหวัดทั่วประเทศมีอัตราการเติบโตขึ้นโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่เป็นบวก (ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว)

5. รายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน มีอัตราการเติบโตในแต่ละปี อย่างน้อย ร้อยละ 10

มาตรการและแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

มาตรการที่ 2.1 การพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย

มาตรการที่ 2.2 การพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนการเดินทางภายในประเทศ

มาตรการที่ 2.3 การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

มาตรการที่ 2.4 การพัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมสุขอนามัย

ยุทธศาสตร์ ที่ 3 การพัฒนาขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์

ด้านการท่องเที่ยวและสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวสำหรับประชาชน เป้าประสงค์ระดับยุทธศาสตร์

1. แรงงานไทยมีศักยภาพสูงขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพ ความรู้ ความสามารถในทักษะทั่วไป ทักษะการบริหาร และทักษะเฉพาะทาง เพื่อรองรับความต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อน และหลากหลายมากขึ้น อันจะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว สนับสนุนการพัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ และเพิ่มจำนวนบุคลากรไทยในระดับสูงมากขึ้น

2. แรงงานไทยมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลดการพึ่งพาการจ้างแรงงานต่างชาติ

3. ประชาชนทุกภาคส่วนมีความรู้ความเข้าใจ ความต้องการและความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างแข็งขัน

ข้อเสนอตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

1. คะแนนความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ด้านความเพียงพอของแรงงานไทย เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี
2. คะแนนความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ด้านคุณภาพของแรงงานไทยเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ทั้งในทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร ทักษะด้าน Digital ทักษะด้านบริหาร และทักษะเฉพาะทาง
3. การจัดตั้งมาตรฐานทักษะวิชาชีพของบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยว
4. จำนวนและอัตราการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME: Small and Medium-Sized Enterprises) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วประเทศ และในพื้นที่นอกกรุงเทพฯ

มาตรการและแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

- มาตรการที่ 3.1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และสอดคล้องกับมาตรฐาน
- มาตรการที่ 3.2 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการ
- มาตรการที่ 3.3 การส่งเสริมให้ประชาชนมีโอกาสและความสามารถในการมีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ ที่ 4 การสร้างสมดุลในนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว เป้าประสงค์ ระดับยุทธศาสตร์

1. นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางมายังประเทศไทย
2. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
3. ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในหมู่ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยสูงในปัจจุบัน
4. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและนำมาเยือนมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche)
5. นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจเพิ่มมากขึ้นถึงอัตลักษณ์ของประเทศไทย และอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น
6. นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางในช่วง Green Season สูงขึ้น
7. นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางไปยังสถานที่ที่หลากหลายขึ้น
8. คนไทยนิยมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

ข้อเสนอตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

1. คะแนนโดยนักท่องเที่ยวด้านความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยของประเทศไทยเพิ่มขึ้นในทุกๆปี(ข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวในแต่ละปี)
2. ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI: Return on Investment) ของโครงการตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม สำหรับกลุ่มภูมิศาสตร์และกลุ่มความสนใจต่าง ๆ เพิ่มขึ้นในช่วงระยะของแผน
3. นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในจำนวนจังหวัดมากขึ้น
4. อันดับของประเทศไทยด้านประสิทธิภาพของโครงการการตลาดเป็นหนึ่งใน 15 อันดับแรกของโลก

มาตรการและแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

- มาตรการที่ 4.1 การเสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศ
- มาตรการที่ 4.2 การทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดและกระตุ้นการมาเที่ยวและการใช้จ่ายเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ
- มาตรการที่ 4.3 การส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและแต่ละท้องถิ่น
- มาตรการที่ 4.4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่ และเวลา
- มาตรการที่ 4.5 การพัฒนาความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการใช้เทคโนโลยีในการทางการตลาด

ยุทธศาสตร์ ที่ 5 การส่งเสริมการมีส่วนร่วม และบูรณาการของภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการร่วมมือระหว่างประเทศ เป้าประสงค์ระดับยุทธศาสตร์

1. การวางแผนและการดำเนินงานของทุกภาคส่วน อย่างมีการบูรณาการ มีความสอดคล้องและเป็นไปตามทิศทางและระยะเวลาการวางแผน ฯ มากขึ้น
2. ทุกภาคส่วนมีความร่วมมือกันมากขึ้นในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว
3. องค์กร ธุรกิจและประชาชนในระดับท้องถิ่นมีโอกาส และได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น
4. การดำเนินงานของภาครัฐมีประสิทธิภาพสูงขึ้นจากการวางแผน และจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับความต้องการ
5. การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพสูงขึ้นผ่านการพัฒนาระบบข้อมูลส่วนกลาง ช่องทางการแบ่งปันข้อมูล และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

6. ประเทศไทยมีการกำหนดและบังคับใช้กฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เพิ่มความปลอดภัยและส่งเสริมความยั่งยืน

7. การลงทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน

8. ประเทศไทยมีการร่วมมืออย่างแข็งขันและสม่ำเสมอกับประเทศในภูมิภาคเพื่อ ร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค โดยมีประเทศไทยเป็น Gateway ด้านการท่องเที่ยว

ข้อเสนอตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์

1. คะแนนความพึงพอใจในความบูรณาการของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

2. คะแนนความพึงพอใจในการได้รับการสนับสนุนต่าง ๆ จากส่วนกลางเพิ่มขึ้นทุกปี

3. คะแนนความพึงพอใจในการได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นทุกปี

4. คะแนนความพึงพอใจด้านกฎหมายและข้อบังคับเพิ่มขึ้นทุกปี (ข้อมูลจากการ สํารวจหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละปี)

5. การจัดตั้งมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยที่กำกับดูแลธุรกิจการ ท่องเที่ยว

6. การจัดตั้ง Tourism Intelligence Center (หน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการ ท่องเที่ยว) สําหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มาตรการและแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

มาตรการที่ 5.1 การส่งเสริมการกำกับดูแลที่ดีสำหรับการพัฒนาและบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรการที่ 5.2 การรวบรวมและปรับปรุงกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

มาตรการที่ 5.3 การสนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำ Tourism Intelligence Center

มาตรการที่ 5.4 การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยว

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564) สามารถช่วยปรับโครงสร้างการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐาน ของความเป็นไทยและสามารถพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ให้กระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาค ส่วนอย่างยั่งยืน

แผนพัฒนาจังหวัดระยอง (พ.ศ. 2561-2564)

วิสัยทัศน์จังหวัดระยอง “เมืองนวัตกรรมก้าวหน้า พัฒนาอย่างสมดุลบนพื้นฐานความพอเพียง”

พันธกิจ

1. พัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดระยองให้มีการเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและสมดุล
2. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแบบมีส่วนร่วมบนพื้นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืน
3. สร้างเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีความเข้มแข็ง มีความมั่นคง ปลอดภัยบนพื้นฐานหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
4. ส่งเสริมการค้า การลงทุน การผลิตสินค้าและการบริการ ตลอดจนพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งในและต่างประเทศ
5. ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม เพื่อรองรับนโยบายการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล

เป้าประสงค์รวม

1. เศรษฐกิจจังหวัดระยองมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตรกรรม ภาคการท่องเที่ยว เป็นไปอย่างสมดุล
2. ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีความความมั่นคงทางสังคมบนพื้นฐานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
3. ทรัพยากรธรรมชาติมีการใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด ทุกภาคส่วนดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานการมีส่วนร่วม
4. เป็นศูนย์กลางด้านอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานสำหรับรองรับการแข่งขันในระดับสากล

ยุทธศาสตร์การพัฒนา (Strategy)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาคูณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ควบคู่กับการพัฒนาไปสู่เกษตรอุตสาหกรรมและเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์

1. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานการผลิตสินค้า/ผลิตภัณฑ์เกษตร ประมง และปศุสัตว์ให้มีความปลอดภัย มีคุณภาพได้มาตรฐาน
2. สร้างและขยายเครือข่ายการตลาด ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร ประมง ปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง
3. สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
4. เสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่ม สหกรณ์ สถาบันเกษตรกร บริษัทประชารัฐรักสามัคคี
5. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นเพื่อให้การผลิตภาคเกษตร ประมง และปศุสัตว์ มีประสิทธิภาพมากขึ้น
6. ส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยวและภาคอุตสาหกรรม เพื่อนำไปสู่เกษตรอุตสาหกรรม และเกษตรท่องเที่ยว
7. พัฒนาทรัพยากรพื้นฐานด้านการเกษตร ประมงและปศุสัตว์โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้เติบโตควบคู่กับภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

กลยุทธ์

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเก่าและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม
2. พัฒนาลินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และหลากหลาย
3. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
4. สร้างจิตสำนึก กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น
6. เสริมสร้างการป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว
7. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมเข้าสู่อุตสาหกรรมเชิงนิเวศน์ ควบคู่กับการรับผิดชอบต่อสังคม

กลยุทธ์

1. ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมให้มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทุกระดับมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility-CSR) ที่ถูกต้อง นำไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมเชิงนิเวศน์

2. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความพร้อมในการรองรับนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล (ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก Thailand 4.0 Super Cluster)

3. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกัน กำกับดูแล และเตือนภัยจากการกระบวนการผลิต อุบัติเหตุ อุบัติภัย มลพิษ ของเสีย รวมทั้งการขนส่งสินค้าจากผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม

4. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)

5. ส่งเสริมนวัตกรรมเพื่อยกระดับการผลิต ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 อนุรักษ์ ป่าไม้และควบคุมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วม

กลยุทธ์

1. เพิ่มพื้นที่สีเขียวโดยการเพิ่มพื้นที่ทั้งป่าบก ป่าชายเลน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. อนุรักษ์ ป่าไม้ ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งและมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม เกิดสมดุลต่อระบบนิเวศน์

3. อนุรักษ์ ป่าไม้และพัฒนาทรัพยากรน้ำ รวมถึงการจัดการคุณภาพน้ำตามธรรมชาติให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

4. สนับสนุนการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียอันตรายจากแหล่งกำเนิด รวมทั้งมีระบบการจัดการที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล

5. เสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ ความเข้าใจ สร้างภาคเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแล รักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน

6. ตั้งรับ ปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

7. สนับสนุนการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ จากทุกภาคส่วน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และการมีส่วนร่วมของประชาชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

กลยุทธ์

1. เสริมสร้างความมั่นคง และความปลอดภัยจากการคุกคามต่าง ๆ ทั้งภายนอกภายใน
2. เสริมสร้างความเข้มแข็งสถาบันทางสังคม
3. ส่งเสริม สนับสนุนแนวทางการดำรงชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
4. สนับสนุนการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจฐานรากชุมชน
5. พัฒนาระบบโครงสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ
6. อนุรักษ์ สืบสาน ฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม ให้คงอยู่
7. เสริมสร้างมาตรฐานการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน และพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิตเพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความเข้มแข็ง และเพิ่มขีดความสามารถของภาคพาณิชยกรรม และภาคการบริการสู่การแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์

1. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของจังหวัดให้มีความนวัตกรรมและความทันสมัย สู่ระดับสากล
2. ส่งเสริมสถานประกอบการ สถานบริการให้มีมาตรฐานสากล
3. ส่งเสริมการผลิตบุคลากร และพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการ สถานบริการ
4. พัฒนาสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนา และความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ
5. พัฒนาเทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลด้านเศรษฐกิจ เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า แผนพัฒนาจังหวัดระยอง (พ.ศ. 2561-2564) สามารถช่วยเปลี่ยนแปลงทั้งระดับจังหวัด ในและนอกประเทศ โดยเฉพาะภาวะความเจริญเติบโต ทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัดระยองที่เป็นไปอย่างรวดเร็วจากนโยบายเร่งรัดของรัฐบาล และส่งผลกระทบอย่าง ชัดเจนต่อจังหวัดทั้งเชิงบวกและลบ โดยแผนพัฒนาจังหวัดระยองทำภายใต้แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ในประเด็นการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ

กำหนดการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่พื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกให้เป็นฐานการผลิต อุตสาหกรรมหลักของประเทศที่ขยายตัวอย่างมีสมดุล มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมและได้รับการยอมรับจากชุมชน

แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564)

วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กรต้นแบบในการขับเคลื่อนการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกอย่างบูรณาการ ยกกระดับเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้สำเร็จอย่างยั่งยืน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนา”

พันธกิจ

1. พัฒนา EEC ให้เป็นพื้นที่ต้นแบบที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีกฎหมาย องค์กรดำเนินการ และมีภารกิจชัดเจน ของการพัฒนาเชิงพื้นที่อื่น ๆ ในอนาคต
2. ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการสร้างรายได้ และสร้างพนักงานภาพชีวิตที่ดีให้กับสังคม
3. ดำเนินการเชิงรุกแบบบูรณาการอย่างเบ็ดเสร็จ ครบวงจร ภายใต้กรอบเวลา โดยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่าง ภาครัฐ-เอกชน-ประชาชน ทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประเทศ และประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ
4. ร่วมผลักดันแผนภาพรวม เพื่อการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้บรรลุตามเป้าหมายของประเทศ
5. จัดทำโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคที่มีประสิทธิภาพ มีความต่อเนื่อง ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบโดยสมบูรณ์
6. กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเหมาะสมกับสภาพ และศักยภาพของพื้นที่โดยสอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน
7. พัฒนาเมืองให้มีความทันสมัยระดับนานาชาติที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัยอย่างสะดวก ปลอดภัย เข้าถึงได้โดยถ้วนหน้า และส่งเสริมการประกอบกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2560, สืบออนไลน์)

ภาคตะวันออกของประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดีที่สุดของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศจีนและอินเดียที่มีประชากรจำนวนมากและมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง โดยสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ของภูมิภาคเอเชียและประเทศแถบแปซิฟิก คิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่า GDP ของโลก นอกจากนี้ 3 จังหวัดภาคตะวันออก (จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง) ยังเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วย ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) รถไฟฟ้าทางคู่ และสนามบินอู่ตะเภา มีเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมทั้งยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม จึงสามารถพัฒนาต่อยอดสู่การเป็น “ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก” (Eastern Economic Corridor: EEC) เพื่อให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจชั้นนำของเอเชีย ที่จะสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชน

สาระสำคัญของแผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564)

1. วัตถุประสงค์

1.1 ยกระดับพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของเอเชียรองรับการลงทุนอุตสาหกรรม Super Cluster และอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ซึ่งจะสนับสนุนการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

1.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงระบบคมนาคมขนส่งโลจิสติกส์ทางบก ทางราง ทางเรือ และทางอากาศให้เชื่อมโยงทั้งระบบและบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ส่งเสริมการพัฒนาเมืองและสภาพแวดล้อมเพื่อรองรับการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเจริญเติบโตในพื้นที่

1.4 อำนวยความสะดวกแก่ผู้ลงทุนการให้สิทธิประโยชน์และการนำแนวคิดการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจรมาปรับใช้ในการให้บริการของภาครัฐ

1.5 ส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและการท่องเที่ยว

2. เป้าหมายการพัฒนา

2.1 พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย 3 จังหวัดคือจังหวัดฉะเชิงเทราชลบุรีและระยอง รวมถึงพื้นที่อื่นใดที่จะมีการออกพระราชกฤษฎีกากำหนดเพิ่มเติม

2.2 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) ซูเปอร์คลัสเตอร์ ได้แก่ คลัสเตอร์ ยานยนต์และชิ้นส่วนคลัสเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์โทรคมนาคม คลัสเตอร์ ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 2) 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย: กลไก ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ประกอบด้วยอุตสาหกรรมยานยนต์ สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพอุตสาหกรรมการแปรรูป อาหารอุตสาหกรรมหุ่นยนต์อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพ และเคมีชีวภาพอุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

3. แนวทางการพัฒนา

3.1 พื้นที่ 3 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยองและฉะเชิงเทรา เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นที่รู้จักของนักลงทุนต่างประเทศและมีความพร้อม ของโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วยท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง และท่าเรืออุตสาหกรรม มาบตาพุดทางหลวงพิเศษมอเตอร์เวย์ รถไฟฟ้าทางคู่ และสนามบิน อู่ตะเภา มีเมืองพัทยา ซึ่งเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมทั้งยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวจาก ภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางเรือของอาเซียน สามารถเชื่อมโยงไปยังท่าเรือสิหนุวิลล์ของราชอาณาจักรกัมพูชาท่าเรือวังเตาของสาธารณรัฐ สังกะหนิยมเวียดนามและท่าเรือน้ำลึกทวายของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ดังนั้น จึงสามารถยกระดับการพัฒนาพื้นที่ต่อยอดสู่การเป็นพื้นที่เศรษฐกิจชั้นนำของทวีปเอเชีย ที่เรียกว่า “ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก” โดยมีแนวทางการพัฒนา 5 แนวทาง ดังนี้

3.2 พัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่พร้อมกับเร่งรัดการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ให้เกิดผล ในทางปฏิบัติโดยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีระดับสูงร่วมกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนลดการปล่อยมลพิษจากแหล่งกำเนิดใช้พลังงาน อย่างมีประสิทธิภาพบริหารจัดการกากอุตสาหกรรมพัฒนาสู่อุตสาหกรรมเชิงนิเวศสนับสนุน การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการผลิตเชื่อมโยงกำกับดูแลโรงงานอุตสาหกรรม ให้ดำเนินการตามระเบียบกฎหมายและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มงวดและต่อเนื่องส่งเสริม ให้ภาคประชาชนสถาบันการศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการติดตาม เพื่าระวังคุณภาพสิ่งแวดล้อมตลอดจนจัดตั้งกองทุนของภาคอุตสาหกรรมเพื่อดูแลชุมชน

3.3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจที่มีศักยภาพรองรับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายและเชื่อมโยงสู่ตลาดโลกเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้นโดยขยายขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทุกรูปแบบให้มีประสิทธิภาพทันสมัยได้มาตรฐานสากลและบูรณาการเชื่อมโยงกันทั้งระบบทั้งท่าอากาศยาน 3 แห่ง คือ สุวรรณภูมิ ดอนเมืองและอู่ตะเภาและการขนส่งทางบก ทางราง ทางเรือและทางอากาศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นและเชื่อมโยงสู่พื้นที่โดยรอบและตลาดโลก

3.4 พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการโครงสร้างพื้นฐานและบริการทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนสร้างสมดุลของการพัฒนาและกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนโดยพัฒนาระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการโครงข่ายน้ำ (น้ำดิบน้ำประปา) ระบบไฟฟ้าเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะขยะน้ำเสียให้มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการของประชาชนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจยกระดับบริการสาธารณสุขทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพตลอดจนส่งเสริมการเชื่อมโยงภาคเศรษฐกิจหลักกับเศรษฐกิจชุมชนในทุกภาคการผลิตทั้งในภาคอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจเพื่อสังคม

3.5 พัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองสำคัญของจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่เอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีสมดุลโดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มพื้นที่สีเขียวการดูแลความปลอดภัยของประชาชนการจัดทำผังเมืองและการบังคับใช้การสร้างสภาพแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นการพัฒนาประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศเชื่อมโยงในพื้นที่การให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาเมืองรวมถึงการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเมือง รวมทั้งการพัฒนาเมืองสำคัญในพื้นที่ EEC คือ 1) ฉะเชิงเทรา พัฒนาเป็นเมืองที่อยู่อาศัยชั้นดีที่ทันสมัยรองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ และ EEC 2) พัทยา พัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสุขภาพและนันทนาการศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียนเมืองนวัตกรรมการท่องเที่ยวเมืองท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชีวิตชีวาและศูนย์การให้บริการด้านการแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical Tourism) 3) อู่ตะเภา พัฒนาเป็นศูนย์ธุรกิจการบินและโลจิสติกส์อาเซียน 4) ระยอง พัฒนาเป็นเมืองแห่งการศึกษาและวิทยาศาสตร์เมืองนานาชาติที่มีธุรกิจทันสมัย

3.6 ให้สิทธิประโยชน์และการอำนวยความสะดวก เพื่อดึงดูดอุตสาหกรรมเป้าหมายโดยให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนเพิ่มขึ้นจากเดิม อาทิ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงสุด

8 ปี ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับในอัตราร้อยละ 50 เป็นระยะเวลา 5 ปี ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบเป็นต้น การอนุญาตให้ถือครองสิทธิ์ที่ดินหรือเช่าระยะยาว การอำนวยความสะดวกด้านวีซ่าและใบอนุญาตเข้าทำงานการจัดตั้งกองทุนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการลงทุนการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนการจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (OSS: One Stop Service) เพื่ออำนวยความสะดวกในการอนุมัติอนุญาตต่าง ๆ การจัดตั้งเขตการค้าเสรี (Free Trade Zone) อาทิ ในพื้นที่สนามบินอู่ตะเภาพื้นที่ใกล้ท่าเรือแหลมฉบัง การจัดตั้งศูนย์ธุรกรรมทางการเงินและการอนุญาตใช้เงินตราต่างประเทศได้

แผนการลงทุนภายใต้แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564)

1. วัตถุประสงค์

เพื่อสนับสนุนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่งเสริมการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพิ่มการจ้างงาน ยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประชาชน

2. เป้าหมายการพัฒนา

2.1 พื้นที่เป้าหมาย จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา รวมถึงพื้นที่อื่นใดที่จะมีการออกพระราชกฤษฎีกากำหนดเพิ่มเติม

2.2 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ซูเปอร์คลัสเตอร์ และ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) เช่น คลัสเตอร์ยานยนต์และชิ้นส่วน คลัสเตอร์เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ คลัสเตอร์ ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ เป็นต้น

2.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เสนอโครงการเพื่อบรรจุในแผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกปี 2560-2564 ประกอบด้วย 4 แผนงานย่อย ได้แก่ 1) แผนงานพัฒนาอุตสาหกรรมศักยภาพ 2) แผนงานพัฒนาคมนาคมและโลจิสติกส์ 3) แผนงานพัฒนาเมืองระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการสิ่งแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวและสาธารณสุขและ 4) การบริหารจัดการ รวมจำนวน 173 โครงการ กรอบวงเงินลงทุนรวม 712,645.23 ล้านบาท โดยขอรับจัดสรรงบประมาณรัฐรวม 147,434.64 ล้านบาท (ที่เหลือเป็นงบรัฐวิสาหกิจกองทุนหมุนเวียนกองทัพเรือการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ (PPP) และอื่น ๆ 565,210.59 ล้านบาท) ทั้งนี้เป็นโครงการสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการในปี 2560 จำนวน 48 โครงการ วงเงินรวม 6,992.97 ล้านบาท สำหรับปี 2561 มีวงเงินรวม 18,314.17 ล้านบาท (แบ่งเป็นโครงการ

เริ่มดำเนินการปี 2561 จำนวน 59 โครงการ 11,538.38 ล้านบาท และโครงการต่อเนื่องปี 2560 จำนวน 22 โครงการ 6,775.78 ล้านบาท)

ตาราง 2 แสดงสรุปจำนวนโครงการและวงเงินภายใต้แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (รายแผนงาน)

แผนงาน	จำนวนโครงการ	วงเงิน (ล้านบาท)
แผนงาน 1 แผนงานพัฒนาอุตสาหกรรมศักยภาพ	11	24,042.48
แผนงาน 2 แผนงานพัฒนาคมนาคมและโลจิสติกส์	100	594,807.15
แผนงาน 3 แผนงานพัฒนาเมือง ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ สิ่งแวดล้อมเมือง ท้องเที่ยว และสาธารณสุข	60	93,663.90
แผนงาน 4 การบริหารจัดการ	2	131.70
รวม 4 แผนงาน	173	712,645.23
แผนงานภาคเอกชน	9	209,032.13
รวมทั้งหมด	182	921,677.36

หมายเหตุ: ยังไม่รวมการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายประมาณ 8 แสนล้านบาท และโครงการลงทุนขนาดใหญ่ (PPP) ระยะเวลาดำเนินการ 7-15 ปี

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านเศรษฐกิจ

1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปีมีการลงทุนในพื้นที่ 1.5 ล้านล้านบาท ใน 5 ปี

1.2 เกิดการจ้างงานใหม่ทั้งภาคอุตสาหกรรมและบริการไม่น้อยกว่า 100,000 อัตราต่อปี

1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มขึ้นเป็น 10 ล้านคนต่อปี

1.4 รัฐบาลมีฐานภาษีใหญ่ขึ้นสามารถเก็บเงินได้มากขึ้น

1.5 กระตุ้นให้ความต้องการสินค้าและบริการจากภูมิภาคอื่นส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจภาพรวมทั่วประเทศ

1.6 ภาคอุตสาหกรรมมีการยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งอุตสาหกรรมเดิมที่มีอยู่และอุตสาหกรรมอนาคต

2. ด้านโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมและโลจิสติกส์

2.1 ลดต้นทุนโลจิสติกส์ 400,000 ล้านบาทต่อปี

2.2 โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทุกรูปแบบมีการบูรณาการและเชื่อมโยงกันทั้งระบบทั้งทางบกทางรางทางเรือและทางอากาศรองรับการค้าเงินกิจกรรมในพื้นที่และเชื่อมโยงสู่พื้นที่โดยรอบและประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีโครงข่ายเชื่อมโยงท่าอากาศยานสำคัญ 3 แห่งอย่างเป็นระบบได้แก่ท่าอากาศยานดอนเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานอู่ตะเภารวมทั้งการเชื่อมโยงระบบการขนส่งและการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่าวไทย

2.3 สนับสนุนการค้าการบริการและการท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นสามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจให้เกิดความแข็งแกร่งและมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น

2.4 เพิ่มขีดความสามารถระบบคมนาคมให้มีประสิทธิภาพสะดวกปลอดภัยและรวดเร็วเป็นมาตรฐานสากล

2.5 ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการคมนาคมขนส่งสามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยเกิดการจ้างงานในพื้นที่

2.6 สร้างความมั่นใจและภาพลักษณ์ด้านการขนส่งและท่องเที่ยวให้แก่ประชาชนนักท่องเที่ยวและนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.7 ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภารองรับผู้โดยสารสูงสุด 30 ล้านคน ภายใน 20 ปี

2.8 ท่าเรือพาณิชย์สัตหีบมีการวางผังการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีการพัฒนาท่าเรือเอนกประสงค์รองรับเรือสินค้าและเรือเฟอร์รี่รองรับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอ่าวไทย

3. ด้านการพัฒนาเมืองระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการการจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองท่องเที่ยวและสาธารณสุข

3.1 มีแผนการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจผังการใช้ประโยชน์ที่ดินและโครงสร้างพื้นฐานอย่างเป็นระบบและมีทิศทางเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศสนับสนุนการพัฒนาเมือง

3.2 มีระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการและพลังงานที่มีเสถียรภาพเพียงพอกับความต้องการและครอบคลุมทั่วถึงทั้งพื้นที่สามารถให้บริการได้ถึงปี 2572

3.3 มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมสภาพแวดล้อมเมืองที่มีคุณภาพและทั่วถึงสามารถสนับสนุนต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมรวมถึงยกระดับความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่

3.4 มีศักยภาพการให้บริการสาธารณสุขเพิ่มขึ้นสามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายและปริมาณผู้ที่เข้ารับบริการด้านสุขภาพมากขึ้นมีครุภัณฑ์และบุคลากรที่เพียงพอกับการให้บริการ

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ.2560-2564) สามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออกได้ โดยเริ่มจากการพัฒนาจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา รวมถึงพื้นที่อื่นใดที่จะมีการออกพระราชกฤษฎีกากำหนดเพิ่มเติม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเรียงลำดับตามปีที่ศึกษาวิจัย ได้ดังนี้

Catherin (1991) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ควบคุมของออสเตรเลีย: ยุทธศาสตร์การวางแผนทางกายภาพและสาธารณูปโภค” (Sustainable Tourism in Remote Australia: Strategies for Physical Planning and Infrastructure) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวและความยั่งยืนที่เกี่ยวกับการวางแผนทางกายภาพและสาธารณูปโภคในอุทยานแห่งชาติพบว่าพื้นที่ควบคุมของออสเตรเลียด้านการท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจด้านกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเพราะมีคุณลักษณะที่แตกต่างมีธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์กว้างใหญ่ว่างเปล่า วัฒนธรรมเก่าแก่และมีอยู่จริงธรรมชาติแบบผจญภัยและเส้นทางที่ไม่ราบเรียบการขาดแคลนความรู้ที่เป็นทางการความจำกัดและไม่มั่นคงของประชากรซึ่งมีความเชื่อมโยงกับเส้นทางการตลาดของธุรกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วยการวางแผนลักษณะพื้นที่ควบคุมในรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและนำไปสู่รากฐานการท่องเที่ยวแบบค้นพบประสบการณ์การสำรวจและการศึกษาที่เหมาะสมโดยการวิจัยนี้ได้ประเมินรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยการเชื่อมโยงหลักเกณฑ์องค์ประกอบ ดังนี้ คือ 1) การดูแลสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) การใช้เพื่อประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม 3) กระบวนการควบคุมสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมด้วยการวางแผนทางกายภาพและการวางระบบสาธารณูปโภคในพื้นที่เกาะเบอร์ดาร์ราเกาะลิซาร์ดและอูลูรูหรือยูลาราลในช่วงเวลาการใช้และการพัฒนาโดยการดูแลวัดที่การควบคุมการใช้เครื่องจักรและการฝ่าฝืนระเบียบในการบุกรุกการกีดเซาะและผลกระทบต่อรายได้เงินและการเห็นนำไปสู่การควบคุมการฝ่าฝืนซึ่งจะถูกใช้ขัดกับเหตุผลด้านสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียวโดยสิ่งที่ปรากฏคือที่มงานด้านสิ่งแวดล้อมพื้นที่บริการและเครือข่ายจะส่งผลกระทบในภาพลบส่วนการวัดโดยใช้ข้อกำหนดด้านการส่งเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมการขาดการถ่ายทอดความเป็นไปได้ในการค้นหาหรือปฏิริยาสะท้อนกลับและข้อจำกัดในการเลือกประสบการณ์ในพื้นที่ที่เป็นจุดต่อยรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่แปลกแยกจากจุดเด่นในสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้

เป็นปัญหาประเด็นเหล่านี้เชื่อมโยงกับพื้นฐานความรู้และฝ่ายบริหารด้านการดูแลและการใช้ประโยชน์ซึ่งบ่งชี้ถึงความจำเป็นในการลงทุนและกระบวนการของแหล่งประเมินค่าผู้ประกอบการจัดการวางแผนและความชัดเจนของเป้าหมายที่เป็นประสบการณ์ตามมาด้วยการค้นหายุทธศาสตร์ที่ประสบความสำเร็จในการสนับสนุนและความยั่งยืนของพื้นที่

Angsana (1996) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่เกาะสมุยประเทศไทย” (Tourism Planning Concept for Ko Samui, Thailand: A Sustainable Environment Development Approach) เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการวางแผนด้านแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาความพร้อมในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวโดยใช้ GIS เป็นพื้นฐานในการพัฒนาซึ่งการศึกษาวิจัยนี้ได้เสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเพื่อใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวที่เกาะสมุยประเทศไทยมีการอธิบายถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ 4 ประการคือการกัดเซาะการเหือดแห้งของน้ำน้ำผิวดินสกปรกและปัญหาด้านการเพาะปลูกซึ่งมีการตรวจสอบด้วยโดอะแกรมแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางหลักในการวางแผนการพัฒนาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยอย่างเหมาะสมโดยมุ่งเน้นผลการปฏิบัติและการควบคุมทางเทคนิคในทางเศรษฐศาสตร์และวัฒนธรรมสังคมตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วรกัญญา สิทธิธรรม (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง” พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระยองโดยภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ระดับปานกลางมากที่สุดซึ่งพิจารณาแต่ละด้านได้แก่ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการสำรวจตรวจตราแหล่งท่องเที่ยวด้านการป้องกันการทำลายแหล่งท่องเที่ยวด้านการปรับปรุงคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและด้านการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวสำหรับข้อเสนอแนะควรให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการมีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แก่ประชาชนในจังหวัดระยอง

จุฬาวดี จันท์เทวาลิขิต (2547) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนเกาะช้าง: กรณีศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่หมู่ 2 บ้านสลักเพชรกิ่งอำเภอเกาะช้างใต้จังหวัดตราด” พบว่าประชาชนท้องถิ่นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะช้างแต่ไม่แน่ใจกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวและความพร้อมในการเตรียมรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวบนเกาะช้างและจากการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ประชาชนท้องถิ่น

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวมีความเห็นไม่ต่างกันในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวและความพร้อมในการเตรียมการรับการพัฒนาซึ่งในเชิงบวกมีความเห็นทำให้มีระบบสาธารณูปโภคที่ดีขึ้นมีการจัดสร้างโรงกำจัดขยะและระบบบำบัดน้ำเสียที่ดีเป็นต้นส่วนในเชิงลบมีความเห็นเห็นว่าเจ้าหน้าที่ของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องมีบทบาทกับการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวน้อยผู้ประกอบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประกอบการ

ธีรพร ถนอมกลิ่น (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นเกาะล้านเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี” พบว่าเกาะล้านไม่มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเนื่องจากยุทธศาสตร์แผนงานและโครงการอยู่ระหว่างการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทำให้ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนบนเกาะล้านและระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนท้องถิ่นอยู่ในระดับต่ำรวมทั้งความตระหนักในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นในปัจจุบันอยู่ระดับปานกลางส่วนความรู้เรื่องท้องถิ่นและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูงและความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอยู่ระดับปานกลางโดยมีปัจจัยหลักที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมคือการรับรู้ข่าวสารของประชาชนท้องถิ่น

ภูวนิดา คุณผลิน (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพฯ ปัญหาและอุปสรรคตลอดจนแนวโน้มและข้อเสนอแนะในกระบวนการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อสร้างเป็นรูปแบบกระบวนการบูรณาการที่เหมาะสมโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักแบ่งเป็นกระบวนการบูรณาการในระดับมหภาคด้วยการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยใช้เทคนิคเดลฟายจากการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและผู้แทนของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนจำนวน 30 คนและกระบวนการบูรณาการในระดับจุลภาคด้วยการศึกษาแบบกรณีศึกษา ได้แก่ กรณีที่ 1 การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมกรณีศึกษาวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร กรณีที่ 2 การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติกรณีศึกษาชุมชนคลองแสนแสบ และกรณีที่ 3 การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษกรณีศึกษาไทยพริวิลเลจสปาผลการศึกษาพบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ารูปแบบกระบวนการบูรณาการมีแนวโน้มความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยตัวเร่งการบูรณาการด้านการท่องเที่ยว คือ นโยบายของรัฐบาลส่วนรูปแบบกระบวนการมีแนวโน้มความน่าจะเป็นในระดับมาก คือ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของ

กรุงเทพมหานครควรเชื่อมโยงกับนโยบายแผนการตลาดของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และแผนการตลาดของกลุ่ม/สมาคมของเอกชนมีการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติที่ประธานคณะกรรมการมีความเป็นผู้นำ และมีอำนาจตัดสินใจและการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการท่องเที่ยวและมีปัจจัยตัวเร่ง 6 ด้าน คือสื่อมวลชนผู้นำในองค์กรหรือท้องถิ่นงบประมาณกฎหมายที่เกี่ยวข้องหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวและภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวโดยโมเดลกระบวนการบูรณาการมี 2 ระดับ คือ “โมเดลกระบวนการบูรณาการระดับมหภาค” ที่เน้นการบูรณาการในระดับนโยบาย ยุทธศาสตร์แผนงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกันและ “โมเดลกระบวนการบูรณาการระดับจุลภาค” เน้นการบูรณาการระดับพื้นที่ประกอบด้วยการประเมินความต้องการการกำหนดเป้าหมายการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการกำหนดพันธกิจ และภารกิจกระบวนการมีส่วนร่วมการตั้งวัตถุประสงค์การบูรณาการแผนการปฏิบัติการ และการประเมินผลแบบมีส่วนร่วม

นพวรรณ ปิสิริกานต์ (2551) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน: กรณีศึกษา 3 ชุมชนบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับกลุ่มผลประโยชน์ภายใต้นโยบายสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นกลไกไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะจงและจากเอกสารที่เกี่ยวข้องผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังไม่เกิดขึ้นในชุมชนบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เนื่องจากชุมชนมีส่วนร่วมน้อยมากและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวน้อยมากโดยชุมชนบริเวณนี้ส่วนใหญ่มีรายได้หลักจากการทำเกษตรและการรับจ้างซึ่งผู้รับผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกอยู่กับกลุ่มนายทุนที่เข้ามาซื้อที่ดินและทำกิจกรรมต่าง ๆ และพบว่าในปัจจุบันชุมชนเป็นเจ้าของที่ดินน้อยมากบางหมู่บ้านขายที่ดินให้กลุ่มนายทุนหมดแล้วมูลค่าทางเศรษฐกิจจึงเกิดจากการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในที่ดินความขัดแย้งของชุมชนกับกลุ่มผลประโยชน์มีน้อยส่วนใหญ่อื้อประโยชน์กันมากกว่าดังนั้นการที่จะให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและทรัพยากรธรรมชาติยังคงอยู่อย่างสมบูรณ์ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของนายทุนที่เข้ามาอยู่ใหม่ร่วมกับชุมชนโดยมีองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ประสานนำทีมการใช้องค์ความรู้ด้านการจัดการสมัยใหม่และใช้การวิจัยมาเป็นเครื่องมือทางการพัฒนาจึงจะเกิดความยั่งยืนได้

วรวิทย์ เกิดสวัสดิ์ (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมวัดพระพุทธรูปท้าวพรหมหาวิหารอำเภอพระพุทธรูปจังหวัดสระบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวพฤติกรรมความคิดเห็นและความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธรูปมหาธาตุราชวรวิหารและสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของวัดพระพุทธรูปมหาธาตุราชวรวิหารโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะจงการสนทนากลุ่มการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกการจัดเวทีถอดบทเรียนและการวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยค่าความถี่ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยพบว่าวัดพระพุทธรูปมหาธาตุราชวรวิหารมีความโดดเด่นทางประวัติศาสตร์มีรอยเท้าพระพุทธรูปเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวหนึ่งเดียวในโลก คือ ประเพณีตักบาตรดอกไม้มิเอกลักษณะของท้องถิ่นคือดอกเข้าพรรษาและชุมชนไม้ตะพดรวมทั้งการเดินทางสะดวกอยู่ใกล้กรุงเทพฯ และสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงโดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พอใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากและปัญหาที่พบคือมีร้านค้าให้บริการน้อยไม่มีป้ายบอกทางชัดเจนและแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมสำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมวัดพระพุทธรูปมหาธาตุราชวรวิหารอำเภอพระพุทธรูปจังหวัดสระบุรี มีวิสัยทัศน์ คือ “ส่งเสริมและสืบสานประเพณีอันดีงามเพื่อความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจที่เข้มแข็งของชุมชน” มีพันธกิจ 5 ข้อ และมี 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 2) ส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) ชุมชนเข้มแข็งมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน 4) ส่งเสริมการให้บริการและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 5) การบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยผลการทดลองในยุทธศาสตร์ที่ 3 และ 4 ภายใต้โครงการอบรมและส่งเสริมการปลูกดอกเข้าพรรษาและโครงการส่งเสริมอาชีพพระยาสันสำหรับประชาชนหลักสูตรการนวดแผนไทยจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวยอมรับว่ายุทธศาสตร์ดังกล่าวมีความเหมาะสมและนำไปใช้ได้จริง

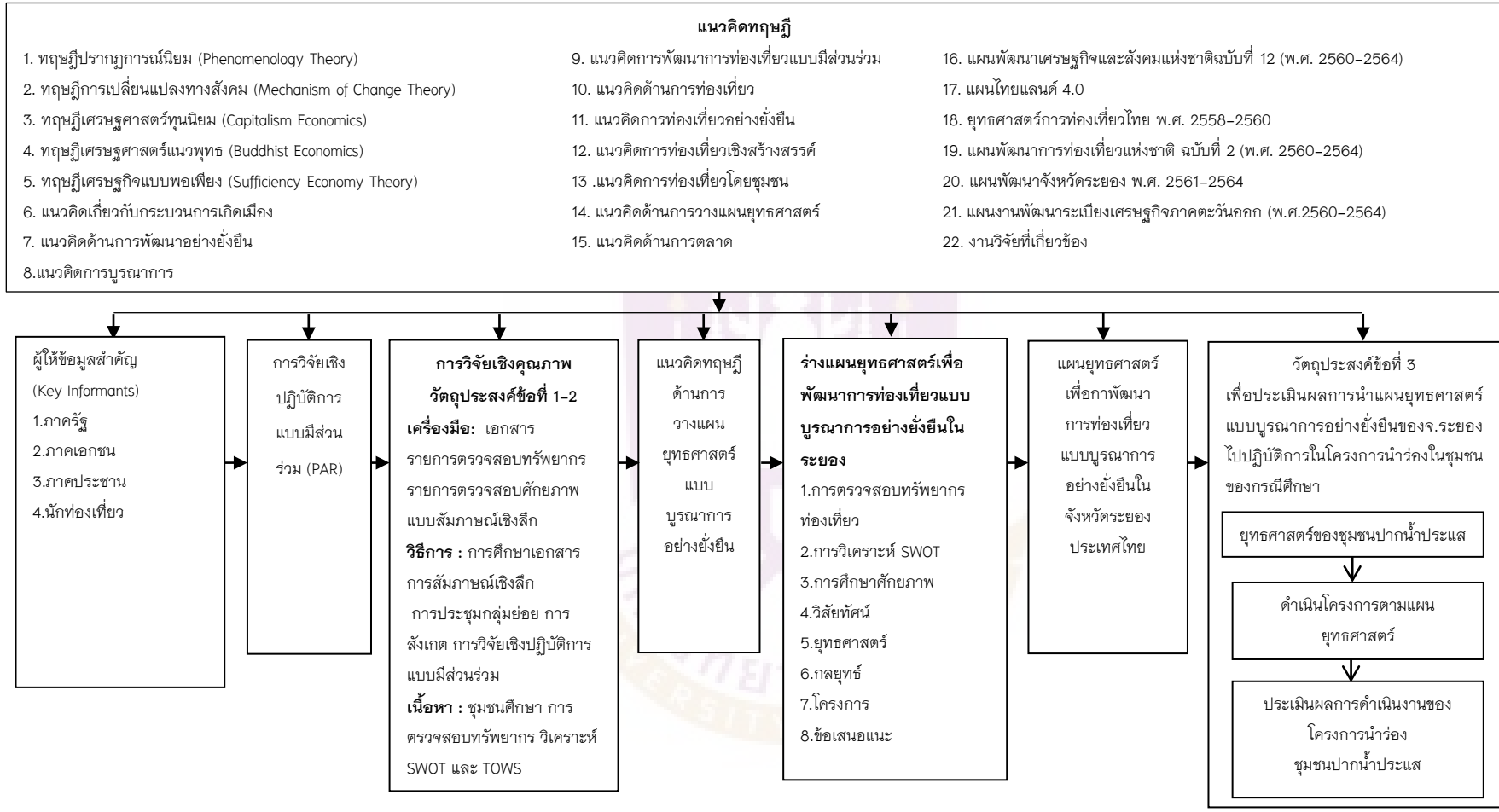
จตุพล ชูจันทร์ (2553) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในตำบลบ้านใต้ อำเภอเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทดลองและประเมินผลการใช้กลยุทธ์ขับเคลื่อนการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) มีการเก็บข้อมูลโดยการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนหนึ่งและเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสนทนากลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เพื่อทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) อีกส่วนหนึ่งมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์และมีการติดตามประเมินการใช้กลยุทธ์โดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมพร้อมสัมภาษณ์เชิงลึกและวัดระดับความ

พึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องของผลการวิจัยพบว่าบริบทการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านใต้ที่เป็นจุดขายหลักแก่นักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศคือความสวยงามของหาดทรายทะเลและสภาพที่ยังมีความเป็นธรรมชาติในระบบนิเวศมีความเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน นอกจากนี้ความประทับใจที่เกิดจากการบริการรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการรักษาเอกลักษณ์ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในขณะเดียวกันมีกิจกรรมบางอย่างเกิดขึ้นและทำลายความยั่งยืนในการท่องเที่ยวของชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นการมุ่งผลประโยชน์เช่นการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการบางประเภทในชุมชนความมั่งคั่งเห็นแก่ตัวทำให้เกิดปัญหาขยะความไม่เป็นระเบียบทำลายทัศนียภาพต่าง ๆ รวมถึงความพยายามในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาในพื้นที่ซึ่งไม่เป็นที่ต้องการของคนส่วนใหญ่ดังนั้นกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องจึงครอบคลุม 3 กลยุทธ์ คือ 1) การรักษาพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน 2) การพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชนและ 3) การสร้างพัฒนาและปรับปรุงกลไกเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผลการคัดเลือกโครงการเพื่อดำเนินการทดลองในแต่ละกลยุทธ์และทำการประเมินโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและวัดระดับความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่าโครงการทดลองแต่ละกลยุทธ์มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนและเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนได้

สุชน อินทเสม (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์: กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวพฤติกรรมความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ตำบลปากน้ำปราณรวมทั้งสร้างและประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะจงการสนทนากลุ่มการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพร้อมด้วยเทคนิค AIC และการวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยพบว่าตำบลปากน้ำปราณมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศมากทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมและสิ่งทีสร้างขึ้นและมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การเดินศึกษาธรรมชาติการปลูกป่าชายเลนในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและปัญหาที่พบคือการกำจัดขยะการระบายน้ำเสียลงสู่น้ำปราณบุรีสถานที่ยอดรถและห้องสุขาสาธารณะไม่เพียงพอไม่มีป้ายบอกทาง

ชัดเจนสำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณมีวิสัยทัศน์ คือ “พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมูลค่า
ผลิตภัณฑ์ชุมชนปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
แบบยั่งยืน” ประกอบด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริม
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) ส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) การบริหาร
จัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนพัฒนาการท่องเที่ยว
แบบยั่งยืนซึ่งผลการประเมินยุทธศาสตร์ดังกล่าวจากภาครัฐภาคเอกชนภาคประชาชน
และนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่ามีความเหมาะสมระดับมากที่สุดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น
และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้





ภาพ 24 แสดงกรอบการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และเป็นการศึกษาเพื่อพัฒนา (Research and Development) โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไปปฏิบัติการในโครงการนำร่องในชุมชนของกรณีศึกษา

ผู้วิจัยนำเสนอกรอบการวิจัย (Research Framework) เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการวิจัยอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) รวมจำนวน 32 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริง จึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากตัวแทนของทุกภาคส่วนทั้งระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติในพื้นที่นั้น ๆ

ภาครัฐ กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดระยอง ผู้แทนจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง (ระยอง-จันทบุรี) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง (อบจ.ระยอง) สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดระยอง จำนวน 8 คน

ภาคเอกชน ผู้แทนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ได้แก่ หอการค้าจังหวัดระยอง สมาคมโรงแรม จังหวัดระยอง สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดระยอง

ร้านขายของที่ระลึก ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ จำนวน 8 คน

ประชาชน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง ผู้แทนจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กลุ่มชาวชุมชนปากน้ำประแส ชุมชนทะเลน้อย ชุมชนเขายายดา ชุมชนบ้านเพ เกาะเสม็ด ชุมชนเขาชะเมา ชุมชนหาดแม่พิมพ์ ชุมชนบ้านค่าย ชุมชนบ้านฉาง

ชุมชนวังหัว จำนวน 8 คน

นักท่องเที่ยว ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง จำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาเอกสาร ได้แก่ หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดระยอง เพื่อหาศักยภาพและสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

2. รายการที่ต้องตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชนปากน้ำประแส จังหวัดระยอง ประกอบด้วยข้อมูลทางกายภาพ ข้อมูลภูมิศาสตร์ ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ ข้อมูลด้านสังคม

3. รายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมหกรรม ทรัพยากรด้านกิจกรรม ทรัพยากรด้านการบริการและการประเมินคุณภาพ ความโดดเด่น และอำนาจในการดึงดูด ของทรัพยากรท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

4. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ประกอบด้วยประเด็นคำถามที่สำคัญ ได้แก่ 1) ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ 2) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่ 3) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 4) การกำหนดวิสัยทัศน์ 5) กำหนดยุทธศาสตร์ 6) กลยุทธ์ 7) โครงการและข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการดังนี้

1.1 ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากเอกสารตามความมุ่งหมายของการวิจัย

1.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยมีวิธีการดังนี้

2.1 การสำรวจ (Survey) สำรวจข้อมูลทั่วไปและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Infomants) จำนวน 32 คน ในจังหวัดระยอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

2.3 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยทำการสังเกตโดยการเฝ้าดูสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างใส่ใจและมีระเบียบวิธี เพื่อหาความสัมพันธ์ของสิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งอื่น โดยผู้วิจัยทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยได้เข้าไปใช้ชีวิตกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีการทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง

2.4 การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมสมองเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ตามแบบสัมภาษณ์

2.5 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research PAR) โดยผู้วิจัยเป็นผู้แนะนำองค์ความรู้การใช้เครื่องมือ ให้แก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่ออภิปรายและลงความเห็นร่วมกัน (Consensus) วิเคราะห์ทรัพยากรที่โดดเด่น วิเคราะห์ SWOT Analysis สังเคราะห์ TOWS Matrix กำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ แล้วนำมาร่วมกันกำหนดแนวทางสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่และทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดลำดับความสำคัญ จัดกลุ่มเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์จำแนกและสรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2554)

2. ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งกระทำโดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่และบุคคล ที่แตกต่างกันในจังหวัดระยอง เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีแบบสามเส้าได้ข้อมูลรูปเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2553 หน้า 128-130)

Research: PAR จากผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย ร่วมกันวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS เพื่อร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ

4. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่วิเคราะห์และสังเคราะห์ทั้งหมดจากการวิจัยเชิงคุณภาพ มาประมวลเป็นฐานข้อมูล เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการร่างแผนยุทธศาสตร์ตามแนวคิดทฤษฎีด้านการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

5. ผู้วิจัยนำร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 40 คน เข้าสู่การพิจารณาเพื่อประเมินแผนยุทธศาสตร์และจัดลำดับความสำคัญ ความเหมาะสมของข้อมูลทั้งหมดในแผน โดยมีการอภิปรายและลงความเห็นร่วมกัน (Consensus) ในหัวข้อดังนี้

5.1 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

5.2 การวิเคราะห์ SWOT และ TOW

5.3 การศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

5.4 วิสัยทัศน์

5.5 ยุทธศาสตร์

5.6 กลยุทธ์

5.7 โครงการ

5.8 ข้อเสนอแนะ

6. ผู้วิจัยนำเสนอแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ในรูปแบบของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ Strategic Environmental Assessment: SEA (พยอม ธรรมบุตร, 2561)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไปปฏิบัติการในโครงการนำร่องในชุมชนของกรณีศึกษา

เมื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการแล้ว ผู้วิจัยจะเลือกพื้นที่เพื่อดำเนินการพัฒนาในโครงการนำร่อง ซึ่งได้แก่ ชุมชนปากน้ำประแส จังหวัดระยอง ซึ่งการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดได้ให้คำแนะนำในการเลือกพื้นที่ เพราะเป็นชุมชนที่มีความสนใจและความพร้อมที่จะสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว และต้องการบูรณาการ แผนพัฒนาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจเข้าไปในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้กระบวนการพัฒนา AIC (Appreciation-Influence-Control) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตามขั้นตอนดังนี้

1. Appreciation: A คือ การสร้างคุณค่าและความชื่นชมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนปากน้ำประแส

1.1 ผู้วิจัยและชุมชนทำความเข้าใจร่วมกันถึงการตัดสินใจ การวางแผนด้วยการเรียนรู้ร่วมกัน ดังนี้ ลงมือปฏิบัติตามแผน และการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนปากน้ำประแสซึ่งการพัฒนาดังกล่าวจะสำเร็จได้ ทุกภาคส่วนต้องสร้างคุณค่าและมีอุดมการณ์ร่วมกัน (Shared Vision) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่มีเป้าหมายปรารถนาอย่างสูงสุดร่วมกันในกระบวนการพัฒนา

1.2 ที่ประชุมกลุ่มย่อย ประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวชาวไทย ดำเนินการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS การศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ในที่สุดแล้วได้มีการประชุมกลุ่มย่อย ด้วยการระดมสมองและลงความเห็นร่วมกัน (Consensus) เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว

1.3 ที่ประชุมทั้งสี่ภาคส่วน นำผลการวิเคราะห์ TOWS และศักยภาพชุมชนมาร่วมกันอภิปรายและลงความเห็นร่วมกันในการกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

2. Influence: I การสร้างพลังชุมชนให้มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นการลงมือปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.1 ที่ประชุมร่วมกันแบ่งความรับผิดชอบของโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจที่จำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส จังหวัดระยอง มีการจัดลำดับกิจกรรมโครงการ กำหนด

ทางเลือกในการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.2 ชุมชนลงมือพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ที่สร้างขึ้นในช่วงเวลาที่กำหนด โดยตั้งชมรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน และตั้งฝ่ายต่าง ๆ รับผิดชอบโครงการกิจกรรมของแผนพัฒนา ในระหว่างช่วงเวลาดำเนินการ มีการประชุมตรวจสอบความก้าวหน้าโครงการ (Monitoring) เป็นระยะ ๆ และมีการปรับแผนยุทธศาสตร์ให้เหมาะสม

2.3 ชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการท่องเที่ยวชุมชนตามแผนยุทธศาสตร์ มีการสร้างแพ็คเกจสินค้าและบริการท่องเที่ยวในรูปแบบ ONE STOP SERVICE การกำหนดราคาการบริหารจัดการด้านการต้อนรับ ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว การรักษาความปลอดภัย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ชุมชนจึงจัดให้มีการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน

3. Control: C การปฏิบัติการและติดตามการประเมินผลของโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์

3.1 ชุมชนและผู้วิจัยร่วมกันสร้างแบบประเมินผลโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ 1 ชุด โดยกำหนดแนวทางการควบคุมและติดตามผล หัวข้อที่ติดตามผล เกณฑ์และตัวชี้วัด สร้างแบบประเมินผลความคิดเห็น เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส สร้างแบบประเมินผลความคิดเห็นและความพึงพอใจของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอีก 1 ชุด

3.2 นำกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในชุมชน คณะทำงานด้านต่าง ๆ ร่วมกันปฏิบัติการเพื่อให้การบริการแก่นักท่องเที่ยวตามบทบาท และหน้าที่รับผิดชอบ ที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ

3.3 เมื่อดำเนินการทุกขั้นตอนเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยและชุมชนปากน้ำประแสนำผลการประเมินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยนักท่องเที่ยววิเคราะห์ พิจารณาร่วมกับผลการประเมินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยชุมชนเอง ที่ประชุมอภิปรายถึงภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ แนวทางการปรับปรุง หาทองเลือกที่หลากหลายของการพัฒนาโดยการปรับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เหมาะสมกับเหตุการณ์และแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในสังคมดิจิทัล แผนยุทธศาสตร์เป็นแผนที่วางจริงไม่รู้จักด้วยกระบวนการ AIC ซึ่งเป็นการพัฒนาจิตใจการเรียนรู้จากการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างพลังชุมชนที่เข้มแข็ง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย” ผู้วิจัยขอรายงานผลการวิจัยตามข้อวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. รายงานผลการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองและเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง
2. รายงานผลการประเมินการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา
3. รายงานผลการประเมินแผนยุทธศาสตร์และจัดอันดับความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองและวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดระยอง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งแรก ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำการสำรวจตรวจสอบพื้นที่ด้วยตนเอง ต่อมาผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบรายการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น และวิเคราะห์ทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดระยองเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 2 ครั้ง ตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่ 1 ผู้วิจัยจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยมีผู้แทนจากภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวระยอง (ระยอง-จันทบุรี) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดระยอง องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง (อบจ.ระยอง) สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดระยอง สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดระยองเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ผู้แทนจากภาคเอกชน ได้แก่

หอการค้าจังหวัดระยอง ผู้ประกอบกิจการท่องเที่ยว ผู้ประกอบกิจการร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์

ผู้วิจัยขอรายงานผลจากการสำรวจ ตรวจสอบ การประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบรายการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์กับผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และภาคประชาชน ที่เป็นผู้แทนชุมชน วิเคราะห์ทรัพยากรท่องเที่ยว วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง โดยสามารถรายงานผลการศึกษาได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 รายงานผลการศึกษาชุมชน

ข้อมูลทางกายภาพ

1. ที่ตั้ง จังหวัดระยอง เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 179 กิโลเมตร พื้นที่จังหวัดระยอง ครอบคลุมเนื้อที่ประมาณ 3,552 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 2,220,000 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มกับที่ดอนและเนินเขา เป็นแหล่งอาหารทะเล มีสวนผลไม้และพืชไร่นานาชนิด เป็นเมืองอุตสาหกรรม และเป็นที่ตั้งของโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและเป็นจังหวัดหนึ่งที่สำคัญ ในโครงการเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของรัฐบาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (พ.ศ. 2560-2564) รวมไปถึงหมู่เกาะที่มีชื่อเสียงทั่วโลก เช่น อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า หมู่เกาะเสม็ดในจังหวัดระยองนั้น จะมีแม่น้ำสายหลักอยู่ 2 สาย คือ 1) แม่น้ำระยอง ความยาวประมาณ 50 กิโลเมตร โดยที่แม่น้ำสายนี้ยังเชื่อมต่อกับทะเล เป็นที่รู้จักกันว่าปากน้ำเมืองระยอง 2) แม่น้ำประแส ซึ่งยาวประมาณ 25 กิโลเมตร และเชื่อมต่อกับทะเล ณ ปากน้ำประแส อ.แกลง

2. กลุ่มจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ จังหวัดระยองอยู่ในกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออก ประกอบไปด้วย 7 จังหวัด คือ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด จังหวัดระยอง จังหวัดฉะเชิงเทราจังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระแก้ว

3. อาณาเขต จังหวัดระยองมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอศรีราชา อำเภอหนองใหญ่และอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอแก่งหางแมวและอำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับอ่าวไทย โดยมีชายฝั่งยาวมากกว่า 100 กิโลเมตร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอสัตหีบและอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี



ภาพ 25 แสดงแผนที่แสดงอาณาเขตจังหวัดระยอง

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2560, สืบออนไลน์

ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

1. ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่ราบชายฝั่งเกิดจากการทับถมของตะกอนบริเวณแอ่งลุ่มน้ำระยอง และที่ลาดสลับเนินเขาและภูเขา มีลักษณะเป็นตอนลูกคลื่นสูงต่ำสลับกันไป โดยมีพื้นที่ทิวเขา 2 แนว คือ ทิวเขาชะเมาทางทิศตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเล 1,035 เมตร และทิวเขาที่อยู่ประมาณกึ่งกลางของตัวจังหวัด เป็นแนวยาวจากอำเภอเมืองระยองขึ้นไปทางเหนือจนสุดเขตจังหวัดมีแม่น้ำสายสั้น ๆ ซึ่งเกิดจากเทือกเขาจันทบุรีและเทือกเขาบรรทัด ไหลลงสู่อ่าวไทย แม่น้ำที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำบางประกง แม่น้ำจันทบุรี แม่น้ำระยอง เป็นต้น ลักษณะชายฝั่งทะเล มีหาดทรายสวยงามและมีเกาะใหญ่น้อยเลียบตามแนวชายฝั่ง นับเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ

2. ลักษณะภูมิอากาศ จังหวัดระยองมีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ลมทะเลพัดผ่านตลอดปี อากาศอบอุ่นไม่ร้อนจัด บริเวณชายฝั่งทะเลเย็นสบายในฤดูฝนจะมีฝนตกชุกระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคมของทุกปี ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงของมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และบริเวณความกดอากาศสูงจากประเทศจีนที่มีคุณสมบัติเย็นและแห้ง จะแผ่ลงมาปกคลุมประเทศไทยในช่วงนี้ฤดูนี้ อุณหภูมิของจังหวัดระยองไม่ลดต่ำมากเหมือนภาคอื่น ๆ เพราะเขตนี้อยู่ปลายมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ความหนาวเย็นจึงไม่ลดลงมาก นอกจากนี้ก็ยังมีชายฝั่งทะเลจึงทำให้จังหวัดระยอง ไม่หนาวเย็นมากนักฤดูร้อน เริ่มมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือสิ้นสุดลง คือประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์และสิ้นสุดประมาณกลางเดือนพฤษภาคม ระยะเวลานี้มีลมตะวันออกเฉียงใต้และลมเฉื่อยจากทะเลในตอนบ่ายพัดมาร่วมกับลมตะวันออกเฉียงใต้ จึงทำให้ลมมีกำลังแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ฝั่งทะเลระยองในระยะเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายนจึงมีคลื่นลมค่อนข้างแรงในตอนบ่ายและเย็นทำให้อุณหภูมิไม่สูง อากาศจึงไม่ร้อนมาก ฤดูฝนเริ่มประมาณกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม เป็นช่วงที่มรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดปกคลุมประเทศไทย ซึ่งจะนำความชื้นจากทะเลอันดามันพัดผ่านอ่าวไทยเข้าสู่ภาคตะวันออก ทำให้อากาศจะชุ่มชื้นและมีฝนตกชุกทั่วไป

3. ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ การที่จังหวัดระยองมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการทำเกษตรกรรม ทำให้จังหวัดระยอง มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญจำนวนมาก ได้แก่

3.1 ยางพารา เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญและเพาะปลูกมากที่สุดในจังหวัด เมื่อเปรียบเทียบกับพืชเศรษฐกิจสำคัญชนิดอื่น ๆ เนื่องจากเป็นพืชที่ปลูกง่าย ไม่จำเป็นต้องดูแลรักษามาก อีกทั้งสภาพทางภูมิประเทศของจังหวัดเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก ผลผลิต

ส่วนใหญ่จะออกสู่ตลาดในช่วงเดือนตุลาคม-มกราคม เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้อย่างเต็มที่ ผลผลิตจะออกสู่ตลาดน้อยในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม เกษตรกรส่วนใหญ่จะหยุดกรีดยางเพื่อบำรุงรักษาต้นยางเพราะต้นยางเริ่มผลัดใบ

3.2 มันสำปะหลัง เป็นพืชไร่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ อำเภอที่ปลูกมากที่สุดคือ อำเภอแก่ง อำเภอวังจันทร์และอำเภอเมือง เกษตรกรนิยมปลูกพันธุ์ระยะของ 5 เกษตรศาสตร์ 50 ระยะของ 90 ระยะของ 60 และระยะของ 3 ตามลำดับ เกษตรกรนิยมปลูกในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคมของทุกปี สามารถเก็บเกี่ยวได้เกือบตลอดทั้งปี ผลผลิตจะออกมากในช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน และจะออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์

3.3 สับปะรด ปลูกมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประมาณร้อยละ 20 ของผลผลิตทั้งประเทศ มีผลผลิตออกสู่ตลาดประมาณ 250,000 ตัน ในแต่ละปีผลผลิตส่วนใหญ่ส่งขายให้โรงงานอุตสาหกรรม เพื่อแปรรูปเป็นสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด บางส่วนนำไปจำหน่ายเป็นผลไม้สด ตามแผงจำหน่ายผลไม้ ผลผลิตส่วนใหญ่จะออกสู่ตลาดระหว่างเดือนพฤศจิกายน-มกราคมและระหว่างเดือนเมษายน-กรกฎาคม

3.4 ทูเรียน เป็นอาชีพที่เกษตรกรในจังหวัดระยองยึดเป็นอาชีพ เนื่องจากประสบการณ์และความรู้ที่สะสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ประกอบกับพื้นที่เพาะปลูกที่เหมาะสม การผลิตทุเรียนกระจายอยู่ในอำเภอแก่ง อำเภอเมืองระยอง อำเภอเขาชะเมา อำเภอวังจันทร์ อำเภอบ้านค่ายและอำเภอนิคมน้ำจืด มีเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับอาชีพทุเรียนประมาณ 20,000 ราย เฉลี่ยพื้นที่ปลูกประมาณ 3-5 ไร่ต่อ 1 ครัวเรือน ระยะการออกสู่ตลาดของทุเรียนจะเริ่มตั้งแต่ปลายเดือนเมษายน-มิถุนายน แล้วแต่ชนิดของพันธุ์ทุเรียนพันธุ์ใด ทุเรียนพันธุ์เบาจะเริ่มเก็บเกี่ยวก่อน คือ พันธุ์กระดุมและพันธุ์ชะนี ส่วนพันธุ์หนัก ได้แก่ พันธุ์ก้านยาว หมอนทอง จะสุกปลายเดือนพฤษภาคม

3.5 เงาะ เป็นไม้ผลเศรษฐกิจปลูกในจังหวัดระยอง มีพื้นที่ปลูกเงาะมากเป็นอันดับ 6 ของประเทศ พันธุ์ที่นิยมปลูก ได้แก่ เงาะพันธุ์โรงเรียน รองลงมาคือ พันธุ์สีชมพู ฤดูการเพาะปลูกเริ่มในเดือนพฤษภาคม-สิงหาคมและเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม

3.6 มังคุด เป็นไม้ผลยืนต้นที่มีอายุยืน เป็นพืชเมืองร้อนสามารถปลูกได้ในดินเกือบทุกชนิดผลมังคุดมีรูปทรงและสีส้มสวยงาม รสชาติ ดี มีราคาสูง เป็นที่นิยมบริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้รับฉายาว่าเป็น “THE QUEEN OF FRUIT” พันธุ์มังคุดจะมีพันธุ์เดียวและไม่มีการกลายพันธุ์โดยนิยมปลูกในช่วงเดือนพฤษภาคม-กันยายน และเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม จะเห็นว่าจังหวัดระยองเป็นเมืองแห่งการเพาะปลูกโดยเฉพาะผลไม้ ซึ่งสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดระยองเป็นอย่างมาก ซึ่งทุกอำเภอของจังหวัดระยอง

สามารถทำการเกษตรได้ไม่ว่าจะเป็นการปลูกข้าว ปลูกผลไม้หรือพืชไร่อื่น ๆ เช่น มันสำปะหลัง ลองกอง เป็นต้น

4. การปลูกสัตว์ เกษตรกรในจังหวัดระยองมีการเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้าในภาพรวมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะไก่และเป็ด เนื่องจากราคาเป็นสิ่งที่จูงใจและการได้รับการส่งเสริมเงินกู้จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น เงินกองทุนหมู่บ้าน เงินกู้ช่วยเหลืออื่น ๆ โดยจำนวนผู้เลี้ยงปศุสัตว์ในแต่ละอำเภอมีปริมาณแตกต่างกัน

ตาราง 3 แสดงข้อมูลสัตว์เลี้ยงจำแนกรายอำเภอ

อำเภอ	โค	กระบือ	สุกร	แพะ	ห่าน	ไก่	เป็ด	แกะ
เมืองระยอง	5,473	377	27,992	202	92	811,251	82,016	-
บ้านฉาง	658	9	1,200	150	-	65,095	110	-
แกลง	2,385	217	60,675	-	25	139,0321	75,850	-
วังจันทร์	195	-	3,886	-	2	92,846	5,153	-
บ้านค่าย	4,626	15	7,526	-	-	396,906	1,597	-
ปลวกแดง	276	76	32,468	5	-	573531	159,700	12
เขาชะเมา	37	2	1,965	-	7	86,131	28,687	-
นิคมพัฒนา	1,093	5	11,537	230	-	460,713	-	170
รวมยอด	14,743	701	147,251	587	126	3,876,797	353,113	182

หมายเหตุ: หน่วยเป็นตัว

ที่มา: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดระยอง, 2558

5. ประมงที่สำคัญมีชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 100 กิโลเมตร อาชีพประมงน้ำเค็มจึงเป็นอาชีพที่สำคัญ รวมทั้งการทำประมงน้ำจืดและน้ำกร่อย เนื้อที่ทำประมงทะเลประมาณ 1,500,000 ไร่ เรือประมง 1,822 ลำ สมาคมประมง 6 สมาคม กลุ่มเกษตรกรทำการประมง 36 กลุ่ม สหกรณ์ประมง 2 สหกรณ์ ท่าเรือประมง 45 ท่า

ตาราง 4 แสดงจำนวนสัตว์น้ำจืดที่จับได้ จำแนกตามชนิดสัตว์น้ำจืดเป็นรายอำเภอ

อำเภอ	รวม	ปลาคูก	ปลา นิล	ปลา ตะเพียน	ปลา สลิด	สวาย	นวลจันทร์	ยี่สกเทศ	ปลาบ้า	ตะพาบ น้ำ
	183.55	125.80	14.21	5.68	1.10	3.885	0.54	0.46	0.39	31.50
เมืองระยอง	73.85	37.25	2.00	2.00	1.10	-	-	-	-	-
บ้านฉาง	1.60	-	1.60	-	-	-	-	-	-	-
แกลง	4.06	1.65	1.56	0.31	-	-	3.88	-	0.33	-
วังจันทร์	72.25	63.35	3.57	1.12	-	-	-	0.13	0.39	-
บ้านค่าย	12.70	10.00	2.18	-	-	-	-	0.13	0.39	-
ปลวกแดง	10.00	10.00	-	-	-	-	-	-	-	-
เขาชะเมา	1.05	3.45	0.60	-	-	-	-	-	-	-
นิคมพัฒนา	5.05	0.10	2.70	2.25	-	-	-	-	-	-

ที่มา: สำนักงานประมงจังหวัดระยอง, 2558

6. การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน การใช้ประโยชน์ที่ดินของจังหวัดระยอง จากข้อมูลกรมพัฒนาที่ดิน ในปี พ.ศ. 2549 พบว่ามีการใช้ประโยชน์ ที่ดินหลัก 6 ประเภท ดังนี้

6.1 การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรม มีพื้นที่ 2,472.97 ตารางกิโลเมตร โดยมีการเพาะปลูกพืชที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา มันสำปะหลัง ทุเรียน และสับปะรด อำเภอที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรมสูงสุด ได้แก่ อำเภอแกลง รองลงมาได้แก่ อำเภอปลวกแดง และอำเภอเมืองระยอง

6.2 การใช้ประโยชน์ที่ดิน ประเภทพื้นที่เมืองและชุมชน มีพื้นที่ 365.78 ตารางกิโลเมตร ส่วนใหญ่พื้นที่เมืองและชุมชนจะอยู่บริเวณด้านทิศใต้ของจังหวัด ตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) และพื้นที่ต่อเนื่องกับแนวชายทะเล สำหรับบริเวณอื่นของจังหวัด มีการกระจายตัวของเมืองและชุมชน โดยเฉพาะในบริเวณตัวเมืองของแต่ละอำเภอ และตามแนวถนนสายหลักและสายรองต่าง ๆ ของอำเภอเมืองระยอง มีพื้นที่เมืองและชุมชนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อำเภอบ้านค่าย และอำเภอแกลง

6.3 การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทป่าไม้มีพื้นที่ทั้งสิ้น 290.14 ตารางกิโลเมตร ซึ่งพื้นที่ป่าไม้ที่สำคัญของจังหวัดระยองได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ซึ่งอยู่ด้านทิศตะวันออกของจังหวัด บริเวณรอยต่อกับจังหวัดจันทบุรี โดยอำเภอเขาชะเมามีพื้นที่ป่าไม้มากที่สุด

6.4 การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทอื่น ๆ ประกอบไปด้วยทุ่งหญ้าธรรมชาติพื้นที่ลุ่มและเหมืองแร่ มีพื้นที่รวม 214.41 ตารางกิโลเมตร ของพื้นที่จังหวัด โดยมากจะอยู่ในบริเวณตอนใต้ของพื้นที่อำเภอเมืองระยองและอำเภอแกลง

6.5 การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทแหล่งน้ำ มีพื้นที่ 119.80 ตารางกิโลเมตร ของพื้นที่จังหวัด ซึ่งมีแหล่งน้ำสำคัญในจังหวัด ได้แก่ แม่น้ำประแสและแม่น้ำระยอง และอ่างเก็บน้ำที่สำคัญ ได้แก่ อ่างเก็บน้ำประแสในอำเภอบางชันและอ่างเก็บน้ำคลองใหญ่ อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล อ่างเก็บน้ำดอกกรายในอำเภอบลุกแดง

6.6 การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทอุตสาหกรรม มีพื้นที่ 88.88 ตารางกิโลเมตร ของพื้นที่จังหวัด เป็นการใช้พื้นที่ในลักษณะของนิคมอุตสาหกรรมและกิจการที่มีลักษณะคล้ายกับนิคมอุตสาหกรรม รวมทั้งอุตสาหกรรมทั่วไปกระจายอยู่ตามบริเวณอำเภอต่าง ๆ

6.7 ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์ ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์ของจังหวัดระยอง ได้แก่ ปัญหาทรัพยากรน้ำ ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเล ปัญหาการเกิด น้ำท่วม ปัญหาพายุพัดถล่ม ปัญหาช้างป่าบุกรุก ปัญหาทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรน้ำมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ทั้งภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ในปัจจุบันความแปรปรวนของปริมาณน้ำในธรรมชาติ อันเนื่องมาจาก สภาพภูมิอากาศส่งผลต่อปริมาณน้ำฝนและน้ำป่าซึ่งมีงานหลัก ดังนี้

6.7 งานติดตามผลักดันโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อความมั่นคงและเพิ่มศักยภาพของแหล่งน้ำในพื้นที่ภาคตะวันออกในระยะยาว มีโครงการดังนี้

โครงการก่อสร้างอาคารและระบบไฟฟ้า สถานีสูบน้ำประแส และโครงการวางท่อส่งน้ำอ่างเก็บน้ำประแส-หนองปลาไหล เพื่อเพิ่มศักยภาพระบบผันน้ำจากอ่างฯ ประแสมายังอ่างฯ หนองปลาไหล ปีละประมาณ 70 ล้าน ลบ.ม.ต่อปี เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำในระยะสั้นและระยะยาวในพื้นที่ จังหวัดระยองและชลบุรี

โครงการวางท่อส่งน้ำหนองปลาไหล-หนองค้อ เส้นที่ 2 เพื่อเพิ่มความสามารถในการส่งจ่ายน้ำไปยังพื้นที่บ่อวิน-ปลวกแดง ประมาณ 60 ล้าน ลบ.ม.ต่อปี เพื่อรองรับความต้องการใช้น้ำในระยะ 20 ปีข้างหน้า

โครงการพัฒนาสระเก็บน้ำดิบทับมา เพื่อเพิ่มต้นทุนน้ำให้แก่พื้นที่ระยองไม่น้อยกว่า 47 ล้าน ลบ.ม.ต่อปี โครงการก่อสร้างประตูระบายน้ำหนองแหวน เพื่อกั้นน้ำจืด-น้ำเค็มบริเวณปากน้ำประแสและบรรเทาอุทกภัยในอำเภอมืองแกลง รวมทั้ง ยังเป็นแหล่งน้ำต้นทุนที่สามารถนำมาใช้ในพื้นที่มาบตาพุดได้ประมาณ 70 ล้าน ลบ.ม.ต่อปี

7. ปัญหาการกัดเซาะ (Coastal Erosion) ชายฝั่งทะเล สาเหตุและปัจจัยของการเกิดภัยธรรมชาติการกัดเซาะชายฝั่งทางทะเล (Coastal Erosion) คือ ภัยธรรมชาติอย่างหนึ่งได้ส่งผลกระทบต่อจากน้ำเป็นตัวการการกัดเซาะตามบริเวณชายฝั่งทะเล เกิดขึ้นเนื่องจากชายฝั่งทะเลเป็นพื้นที่พลวัต (Dynamic) เป็นรอยต่อระหว่างทะเลกับแผ่นดิน มีความไวต่อผลกระทบทั้งที่มา

จากทะเลและแผ่นดิน จึงมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ลม คลื่น กระแสน้ำขึ้นและกระแสน้ำลง เป็นกระบวนการทางทะเลที่ทำให้เกิดการกัดเซาะชายฝั่ง กระบวนการเหล่านี้เปลี่ยนแปลงทุกวัน ในช่วงที่มีลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านระหว่างกลางเดือนพฤษภาคมถึงพฤศจิกายน จะเป็นช่วงที่มีลมพายุพัดจัด และรุนแรงกว่าปกติ ทำให้ชายฝั่งในบริเวณที่พายุพัดผ่าน ถูกกัดเซาะมาก ผลจากการกัดเซาะชายฝั่งทำให้เกิดการสูญเสียที่ดิน สูญเสียทรัพย์สินทั้งของรัฐและของประชาชน ผลจากการกัดเซาะชายฝั่งมีการอพยพ ย้ายถิ่นฐานทำให้เกิดปัญหาสังคมตามมา การกัดเซาะชายฝั่งจึงเป็นกรณีพิบัติอย่างหนึ่งที่มีผลกระทบรุนแรงต่อสภาพแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของประชาชน

7.1 ปัญหาการเกิดน้ำท่วม ในพื้นที่จังหวัดระยองได้รับผลกระทบจากฝนตกหนักเช่นกัน โดยในพื้นที่อำเภอบ้านแพ และในอำเภอมะเมือง เกิดน้ำท่วมสูงโดยเฉพาะที่โรงเรียน มณีวิทย์ จังหวัดระยอง ต่อมาในบริเวณอ่างเก็บน้ำคลองบางไผ่ อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ทำให้น้ำทะลักเข้าถนนในหมู่บ้านยายร้า ตำบลสำนักท้อน อำเภอบ้านฉาง ปริมาณน้ำสูงประมาณ 0.5–1 เมตร เนื่องจากฝนที่ตกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลของเหตุการณ์นี้ทำส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง เนื่องจากจะเกิดปัญหาทั้งด้านการคมนาคม การขนส่งหรือรวมไปถึงการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยว

7.2 ปัญหาการเกิดพายุพัดถล่ม พายุส่วนใหญ่ที่พบในประเทศไทยจะจัดเป็นพายุฝนฟ้าคะนอง (Thunderstorm) ทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ กับประชาชนและสิ่งแวดล้อม ในจังหวัดระยองเป็นอย่างมาก เนื่องจากในจังหวัดระยองมีการปลูกพืชพันธุ์หลากหลายชนิด หลังเกิดพายุพัดอย่างรุนแรงทำส่งผลกระทบต่อเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้บริโภคและยังรวมไปถึงผลกระทบต่อทางด้านเศรษฐกิจการค้าขาย ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในจังหวัดระยอง ทั้งนี้ไม่ใช่เพียงความเสียหายต่อทางด้านเศรษฐกิจการค้าเท่านั้น ยังส่งผลถึงด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองเป็นอย่างมาก เพราะสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมชมเกิดความเสียหายจากการเกิดภัยธรรมชาติ

7.3 ปัญหาการบุกรุกที่ดิน กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เข้าไปแก้ปัญหาการทุจริต รวมทั้งการบุกรุกพื้นที่ในอุทยานฯ เขาแหลมหญ้า-เกาะเสม็ด ว่า กรมอุทยานฯ ร่วมกับสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ระยอง องค์การบริหารส่วนตำบลเพ และกองพันทหารราบที่ 6 ตรวจสอบพื้นที่ที่ถูกบุกรุก ผู้ประกอบการรีสอร์ท บ้านพักในอุทยานฯ ที่มีการบุกรุกพื้นที่อุทยานฯ ให้มีการรื้อถอนรีสอร์ท และบ้านพัก จำนวน 56 หลัง ภายในวันที่ 19 ก.พ. 2560 โดยกรมอุทยานฯ มีการทำบันทึกข้อตกลงกับผู้ประกอบการ จำนวน 13 ราย ที่มีการบุกรุกพื้นที่อุทยานฯ โดยจะขอรื้อถอน

รีสอร์ทบ้านพักเอง และปัจจุบันผู้ประกอบการก็ได้รื้อถอนไปแล้วเป็นบางรายและบางรายอยู่ระหว่างการรื้อถอน และผู้อำนวยการส่วนอุทยานแห่งชาติทางทะเล กรมอุทยานฯ ได้ให้ในส่วนของการจัดระเบียบบนอุทยานฯ อื่น ๆ ได้กำหนดให้มีการใช้ท่าเทียบเรือขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง

7.4 ปัญหามลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ปัญหามลพิษในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดและจังหวัดระยองยังเป็นเรื่องที่ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัญหามลพิษทางน้ำ ซึ่งสำนักจัดการคุณภาพน้ำ กรมควบคุมมลพิษ ได้จัดทำเอกสารเผยแพร่ “รายงานสถานการณ์คุณภาพน้ำและการดำเนินการแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำในเขตควบคุมมลพิษจังหวัดระยอง ประจำปี 2553” โดยโรงงานอุตสาหกรรมมีปริมาณน้ำทิ้งรวมกว่า 87,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน เป็นน้ำทิ้งจากนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ปริมาณมากที่สุดกว่า 45,800 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน เป็นน้ำทิ้งระบายลงสู่คลองชากหมาก ซึ่งเป็นคลองระบายน้ำที่ใหญ่ผ่านนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ส่วนโรงงานที่อยู่นอกนิคมอุตสาหกรรม พบว่ามี 349 โรงส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลมาบตาพุด มีปริมาณน้ำทิ้งรวม 65,452.8 ลบ.ม.ต่อวัน

7.5 ปัญหาขยะล้นชายหาด ปัญหาขยะล้นบริเวณริมชายหาดในจังหวัดระยองในระยะทางยาวประมาณ 10 กิโลเมตร เต็มไปด้วยขยะและสิ่งปฏิกูลมากมาย ทำให้ผู้ที่มาพบเห็นหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อนไม่กล้าลงเล่นน้ำ เป็นสาเหตุให้ปริมาณนักท่องเที่ยวในบริเวณนี้ลดลงเป็นอย่างมาก ส่งผลทำให้สภาพแวดล้อมเป็นมลพิษต่อผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้นและผู้ประกอบการค้าขาย ไม่ได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยวเนื่องจากไม่มีผู้ที่ต้องการมาพักผ่อนบริเวณริมชายหาดเพราะกลัวจะติดเชื้อโรคจากน้ำทะเล

7.6 ปัญหาแรงงานต่างด้าว ปัญหาแรงงานต่างด้าวที่ผิดกฎหมายและการค้ามนุษย์ ทำให้มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ ซึ่งในจังหวัดระยองแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ แรงงานต่างด้าวที่มีใบอนุญาต แต่ทำงานผิดเงื่อนไข แรงงานต่างด้าวที่อยู่นอกระบบไม่มีการขออนุญาตการทำงาน และแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในอาชีพที่สงวนไว้สำหรับคนไทย เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาแรงงานต่างด้าวเถื่อนคนไทยตามนโยบายกระทรวงแรงงาน โดยเฉพาะอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการค้าขาย ในตลาดสด หาบเร่ แผงลอย รถป. และโกดังในธุรกิจท่องเที่ยว สำนักงานจัดหางานจังหวัดระยอง จึงวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว พร้อมบูรณาการทำงานกับทุกภาคส่วน เพื่อตรวจสอบการทำงานของแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาแย่งอาชีพคนไทย

8. การจัดการสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย สภาพปัญหา จากการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

และคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ ปัญหาที่สำคัญที่ผ่านมาสรุบได้ดังนี้

8.1 ปี พ.ศ. 2543-2546 ปัญหาเรื่องกลิ่นรบกวนจากโรงงานปิโตรเคมีและโรงงาน สืบเนื่องจากพื้นที่ตั้งของโรงงานอยู่ใกล้กับชุมชน โดยขาดพื้นที่กันชน การดำเนินการแก้ไข ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยดี จนกระทั่งปัญหาทุเลาไปเป็นอันมาก

8.2 ปี พ.ศ. 2548 ปัญหาเรื่องภัยแล้ง เกิดภาวะขาดแคลนน้ำในพื้นที่ ส่งผลให้เกิด ความระแวงในการแย่งใช้น้ำระหว่างชุมชนกับภาคอุตสาหกรรม ภาครัฐได้ประสานการแก้ไข ปัญหาและจัดหาแหล่งน้ำเพิ่มเติม จนกระทั่งปัญหานี้ผ่านพ้นไปด้วยดี

8.3 ปี พ.ศ. 2550 ความต้องการให้ประกาศเขตควบคุมมลพิษ จากผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ อาทิเช่น ปัญหาสุขภาพอนามัย ปัญหาการปนเปื้อนในน้ำบ่อต้น ปัญหา เรื่องสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย ทำให้องค์กรเอกชนเคลื่อนไหว รณรงค์ให้รัฐบาลพิจารณา ประกาศให้พื้นที่มาบตาพุดเป็นเขตควบคุมมลพิษ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการดำเนินการแก้ไขปัญห ในพื้นที่มาบตาพุดเป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ในการ ประชุมครั้งที่ 1/2550 (นัดพิเศษ) เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2550 ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการ เฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหามลพิษและกำหนดการพัฒนาในพื้นที่จังหวัดระยองเพื่อจัดทำ และกำกับแผนปฏิบัติการลดและขจัดมลพิษ ในพื้นที่จังหวัดระยอง พ.ศ. 2550-2554

8.4 สารสำคัญของแผนปฏิบัติการฯ โดยเป้าหมายการดำเนินการประกอบด้วย ลดปริมาณการปล่อยทิ้งมลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ ขยะและกากของเสียอุตสาหกรรม ให้เป็นไปตามข้อกำหนดตามกฎหมายหรือดีกว่า 1) คุณภาพน้ำและอากาศอยู่ในเกณฑ์ มาตรฐานภายใน 1 ปี 2) ประชาชนได้รับการดูแล รักษา และฟื้นฟูสุขภาพอนามัยอย่างทั่วถึง 3) ชุมชนในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งมีส่วนร่วมในการติดตาม ตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพ สิ่งแวดล้อมและการระบายมลพิษจากแหล่งกำเนิดได้อย่างต่อเนื่อง 4) การพัฒนาพื้นที่ ในอนาคตไม่ให้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัยและสอดคล้องศักยภาพพื้นที่

ข้อมูลด้านสังคม

1. ประวัติความเป็นมา จังหวัดระยอง เริ่มปรากฏชื่อในพงศาวดารเมื่อปี พ.ศ. 2113 ในรัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชาแห่งกรุงศรีอยุธยา โดยมีประวัติดั้งเดิมตาม ข้อสันนิษฐานว่า น่าจะก่อตั้งเมืองขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 1500 ยุคที่ขอมมีอำนาจเพื่อพู ถอบดินแดนสุวรรณภูมิ นักโบราณคดีได้สันนิษฐานจากหลักฐานที่พบ คือ ซากศิลาแลง คูค่าย ที่ยังหลงเหลืออยู่ในเขตอำเภอบ้านค่าย อันเป็นศิลปะการก่อสร้างแบบขอม โดยในสมัยโบราณ ระยองมีชนพื้นเมือง คือ ชาวชอง ซึ่งเป็นเผ่าที่อาศัยอยู่กระจายโดยทั่วไปในภาคตะวันออก ในประวัติศาสตร์ตอนหนึ่งได้กล่าวถึงเมืองระยอง ในปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาที่กรุงศรี

อยุธยาใกล้จะเสียแก่พม่าเป็นครั้งที่ 2 ในสมัยพระเจ้าเอกทัศ ในเดือนยี่ปี พ.ศ. 2309 พระยาวิชิตปรากรม หรือพระยาตาก พร้อมไพร่พลประมาณ 500 คน ได้ตีฝ่าวงล้อมทัพพม่ามุ่งสู่ ตะวันออกมาหยุดพักไพร่พลที่เมืองระยอง และได้ปราบปรามคณะกรรมการเมืองที่แข็งข้อยึดเมืองระยองได้ จากความสามารถครั้งนั้น เหล่าทหารจึงยกย่องให้เป็น “เจ้าตากสิน” ก่อนเดินทางไปยังเมืองจันทบุรี เพื่อยึดที่ดินในการกอบกู้อิสรภาพคืนจากพม่าได้ ในปี พ.ศ. 2113 ระยองมีชื่อในประวัติศาสตร์ไทยครั้งแรกในครั้งที่กรุงศรีอยุธยาแตก พระเจ้าตากสินมหาราช เป็นช่วงสั้นก่อนที่จะเข้าตีจันทบุรีและรวบรวมกำลังทหารเพื่อยึดกรุงศรีอยุธยา ระหว่างที่พระองค์ประทับอยู่ในระยอง กองทัพเรือก็ได้ถูกจัดตั้งขึ้นด้วย ปัจจุบันนี้ในเมืองระยอง ผู้คนก็ยังนับถือพระเจ้าตากสินมหาราช โดยเห็นได้จากอนุสาวรีย์ของพระองค์ ณ วัดลุ่มมหาชัยชุมพล ในตัวเมืองระยอง ที่มีผู้คนมาสักการะ มากกว่านั้นถนนสายสำคัญในตัวเมืองระยองยังมีชื่อว่า “ถนนตากสินมหาราช” คำว่าระยองเพี้ยนมาจาก “ราย็อง” เป็นภาษาของ อาจมีความหมายสองอย่าง 1) เขตแดน 2) ไม่ประคอง การปกครองของระยองในอดีตเคยมีสามอำเภอ ทาประคอง บ้านค่าย และแก่ง อำเภอทาประคอง มีประชากรจำนวนน้อยเลยถูกยุบให้เป็นตำบลทาประคองไปรวมตัวกับเมืองระยอง ส่วนอำเภอแก่งเคยเป็นจังหวัดมาก่อนแต่มีประชากรอยู่น้อยมากไปรวมตัวกับเมือง ถูกยุบให้เป็นอำเภอ ประชากรที่นครระยองส่วนใหญ่เป็นชาวของที่สืบเชื้อสายจากเขมรผสมกับจีน ที่เหลือเป็นชาวจีนและชาวระยอง แต่ชาวของบางส่วนผสมกับจีนอยู่ที่อำเภอแก่ง ชาวระยองส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ นอกจากนี้ยังมีผู้นับถือศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม และลัทธิเต๋าส่วนมากเป็นชาวจีน ภาษาที่ใช้ในเมืองระยอง คือ ภาษาของพูดได้บางส่วน ภาษาจีนพูดได้เล็กน้อย แต่ภาษาไทยกลางพูดได้ทั่วจังหวัด การพูดของชาวของ คือ การพูดธรรมดา หางเสียงของชาวของ พูดคำว่า “ฮิ” หมายถึง ค่ะ

2. จำนวนประชากร จังหวัดระยองมีประชากรตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวนทั้งสิ้น 700,223 คน เพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยเป็นเพศชาย 344,310 คน เพศหญิง 355,913 คน ในจำนวนนี้เป็นผู้มีสัญชาติไทย 694,943 คน เป็นเพศชาย 341,282 คน เพศหญิง 353,661 คน และผู้ที่ไม่ได้สัญชาติไทย 5,280 คน เป็นเพศชาย 3,028 คน เพศหญิง 2,252 คน มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 442,858 ครัวเรือน โดยมากอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ อ.เมืองระยอง ประชากรในจังหวัดระยองส่วนใหญ่เป็นวัยแรงงาน (อายุ 25 ปีขึ้นไป-60 ปีบริบูรณ์) รองลงมาคือ เด็ก (อายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์) สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) และเยาวชน (อายุ 18 ปีขึ้นไป-25 ปีบริบูรณ์) ตามลำดับ สำหรับประชากรคนพิการมีคนพิการ (ที่จดทะเบียนรับรองความพิการ) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 10,688 คน คิดเป็นร้อยละ 1.52 ของประชากรทั้งหมดส่วนใหญ่พิการทางร่างกาย การเคลื่อนไหว รองลงมาคือ

พิการทางการไต่สวน สื่อความหมาย และพิการทางการเห็น

3. ลักษณะทางการปกครองและประชากร จังหวัดระยองแบ่งเขต การปกครองเป็น 8 อำเภอ โดยประกอบด้วย 54 ตำบล 439 หมู่บ้าน 80 ชุมชน ส่วนด้านการปกครองท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 24 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 40 แห่ง ประชากรของจังหวัดระยอง ณ ธันวาคม 2553 มีทั้งสิ้น 626,403 คน เป็นชาย 309,014 คน คิดเป็นร้อยละ 49.33 เป็นหญิง 317,388 คน คิดเป็นร้อยละ 50.67 ของประชากรทั้งหมด อำเภอที่มีประชากรมากที่สุด คือ อำเภอเมือง มีจำนวน 245,921 คน อำเภอที่มีประชากรน้อยที่สุด คือ อำเภอเขาชะเมา มีจำนวน 23,324 คน จำนวนครัวเรือนทั้งจังหวัดรวม 323,056 ครัวเรือน อำเภอเมืองระยองมีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุด คือ 486.03 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร รองลงมา คือ อำเภอบ้านฉาง 261.91 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร อำเภอที่มีประชากรหนาแน่นน้อยที่สุด คือ อำเภอวังจันทร์ 64.67 คนต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร จากการคาดการณ์ว่าประชากรของจังหวัดระยองจะเพิ่มเป็น 638,017 คนในปี 2560 แต่ในสภาพความเป็นจริง จังหวัดระยองมีประชากรมากกว่าตัวเลขในทะเบียนราษฎรไม่ต่ำกว่า 300,000 คน ทั้งนี้เกิดจากการอพยพเข้ามาในแรงงานภาคอุตสาหกรรมและการบริการ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม

4. การปกครองท้องถิ่น การปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลนคร มีเทศบาลนคร 1 แห่ง คือ เทศบาลนครระยอง เทศบาลเมืองและมีเทศบาลเมือง 2 แห่ง คือ เทศบาลเมืองมาบตาพุด เทศบาลเมืองบ้านฉาง

5. ลักษณะการตั้งบ้านเรือน ที่ตั้งของเมืองระยองในปัจจุบัน อยู่ในเขตตำบลท่าประดู่ อำเภอเมือง ๙ ส่วนเมืองเก่ามีหลักฐานร่องรอยอยู่สองแห่ง คือ ในเขตตำบลบ้านเก่า อำเภอบ้านค่ายแห่งหนึ่งและที่บ้านในซึ่งติดต่อกับบริเวณสระหมูของบ้านดอน ตำบลหนองบัว (ปัจจุบันเป็นตำบลเชิงเทียน) อำเภอเมือง อีกแห่งหนึ่ง ที่ตำบลบ้านเก่า อำเภอบ้านค่าย ซึ่งอยู่ห่างจากตำบลเชิงเทียน อำเภอเมือง ประมาณ 3 กิโลเมตร ดูจะมีน้ำหนักรวมและเป็นที่แพร่หลายมากกว่า ระยองเป็นเมืองชายฝั่งทะเลตะวันออกที่มีประเด็นหนึ่งน่าสนใจ คือ การผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่าง วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นกับการเข้ามาของวัฒนธรรมภายนอก โดยเฉพาะจาก ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งในยุคราชอาณาจักรอยุธยาและกรุงเทพมหานคร วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีมาจากรบพาทอิทธิพลของกลุ่มชาติพันธุ์ชอง ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่มานาน ส่วนวัฒนธรรมแบบอยุธยา-กรุงเทพฯ ปรางกูรธรรมในรูปแบบของร่องรอยทางโบราณสถานและศิลปวัตถุ การตั้งอยู่กึ่งกลางระหว่างจันทบุรีกับบางปลาสร้อย (ชลบุรี) ทำให้ระยองกลายเป็นทางผ่านของ

วัฒนธรรมและการเดินทางของคนจากอยุธยาและกรุงเทพฯ ลักษณะการสร้างบ้านเรือนของชาวระยอง มีลักษณะเดิมชาวระยองส่วนใหญ่อาศัยตามบริเวณชายฝั่งทะเลและแม่น้ำ โดยประกอบอาชีพประมง ต่อมามีการขยายตัวขึ้นในบริเวณที่ราบชายฝั่งเพื่อประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีการตั้งบ้านเรือนตามลักษณะของผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ต่อมาในปี 2524 จังหวัดระยองถูกให้เป็นที่ตั้งของโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก เป็นศูนย์ปิโตรเคมีที่สำคัญของชาติ จัดตั้งเป็นนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และมีโรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งในเขตนิคมอุตสาหกรรมและนอกเขตนิคมอุตสาหกรรม มีแรงงานจากต่างจังหวัดหลั่งไหลเข้ามาในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ลักษณะทางสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ชาวระยองรักความสงบและยอมรับการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่ดี ดังนั้นจึงทำให้จังหวัดระยองเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นก็ยังคงอยู่ โดยชาวพื้นเมืองมีสำเนียงการพูดและภาษาถิ่นเฉพาะ มีสำนวนถิ่นที่มักล้อเลียนกันจนติดปากของบุคคลทั่วไป และการเห็นพ้องต้องกันกับคำพูดของบุคคลที่ชื่นชมในความสามารถ คนเก่งคนดีว่า “เอาได้” มีกลอนที่เขียนถึงคนระยองไว้ว่า “คนระยองเอาได้ ใครหาหมื่น เจ้าตากสินรวมนักรู้กัศยาม แผนที่โลกมีชื่อไทยไม่สูญญาม อย่ามองข้ามบรรพชนคนระยอง”

6. ความเชื่อ ศาสนา ประชาชนชาวระยองมีความยึดมั่นในศาสนาและวัฒนธรรมอยู่ตลอดมา ร้อยละ 95 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาคือศาสนาอิสลามร้อยละ 4 และศาสนาคริสต์ร้อยละ 1 ตามลำดับ มีวัด 271 แห่ง สำนักสงฆ์ 35 แห่ง โบสถ์คริสต์ 2 แห่ง มัสยิด 9 แห่ง พระภิกษุ 3,380 รูป สามเณร 451 รูป

ตาราง 5 แสดงจำนวนวัด สำนักสงฆ์ โบสถ์คริสต์ มัสยิด พระภิกษุและสามเณร จำแนกรายอำเภอ

อำเภอ	วัด	สำนักสงฆ์	โบสถ์คริสต์	มัสยิด	พระภิกษุ	สามเณร
	281	35	2	9	3,380	451
เมืองระยอง	59	3	2	6	981	207
บ้านฉาง	15	-	-	1	235	104
แกลง	76	11	-	-	836	37
วังจันทร์	19	5	-	1	221	11
บ้านค่าย	42	3	-	1	785	62
ปลวกแดง	23	3	-	-	254	12
เขาชะเมา	20	8	-	-	165	10
นิคมพัฒนา	17	2	-	-	213	8

ที่มา: สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดระยอง, 2560

7. วัฒนธรรมและประเพณี เทศกาล อาหาร การแต่งกาย วัฒนธรรมและประเพณีที่สำคัญ ได้แก่ ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ ช่วงเวลาวันเพ็ญเดือน 12 ความสำคัญ ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำของชาวปากน้ำประแส อำเภอกะลา จังหวัดระยอง เป็นประเพณีที่มีแห่งเดียวในประเทศไทย มีการทอดผ้าป่าในเวลากลางวันและลอยกระทงในเวลากลางคืน การทอดผ้าป่ากลางน้ำของชาวประแส เป็นไปตามวิถีชีวิตของผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ติดกับแม่น้ำอันได้แก่ แม่น้ำประแส ประชาชนมีอาชีพประมง ชาวประแสนับถือศาสนาพุทธมาแต่บรรพบุรุษ เมื่อมีเงินทองก็คิดที่จะทำบุญ แต่ชาวประแสในอดีตนั้นจะมีประเพณีอยู่อย่างหนึ่งว่า ถ้าผู้ใดทำบุญบ้าน ทำบุญแต่งงาน หรือทำบุญอะไรก็ตามจะต้องทอดผ้าป่าด้วย ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำสันนิษฐานว่าสืบทอดกันมานานกว่า 100 ปี โดยประชาชนจะนำพุ่มผ้าป่าไปปักไว้กลางแม่น้ำประแส โดยพุ่มผ้าป่าจะใช้กิ่งไม้จากต้นฝาดหรือต้นโปรง ซึ่งเป็นต้นไม้ที่ขึ้นอยู่ตามป่าชายเลนโดยทั่วไป ประดับตกแต่งพุ่มผ้าป่าให้สวยงาม จากนั้นไปนิมนต์พระสงฆ์มาชักผ้าป่าตามพิธีกรรมในทางพระพุทธศาสนา โดยนิมนต์พระสงฆ์ลงเรือไปยังพุ่มผ้าป่ากลางลำน้ำประแส ประชาชนที่ร่วมประกอบพิธีจะพายเรือหรือแจวเรือของตนเข้าร่วมพิธีกลางลำน้ำนั้น หลังจากประกอบพิธีกรรมทอดผ้าป่ากลางน้ำแล้ว ประชาชนจะร่วมกิจกรรมสนุกสนานรื่นเริง โดยการจัดการละเล่นอันได้แก่ การแข่งเรือพาย แข่งพายกะล่อ แข่งพายเรือข้ามลำไม้ไผ่ แข่งชกมวยทะเล การทอดผ้าป่ากลางน้ำได้วิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันจะมีขบวนเรือประมงขนาดใหญ่จำนวนนับร้อยลำมาแห่พุ่มผ้าป่า ภายในเรือจะมีเครื่องดนตรีบรรเลงตลอดเวลา และตามหน้าบ้านของชาวบ้านปากน้ำประแสจะนำพุ่มผ้าป่ามาปักไว้หน้าบ้านของตนบ้านละ 1 พุ่มตามความศรัทธา ตกแต่งให้สวยงาม แล้วนิมนต์พระสงฆ์จากวัดตะเคียนงามมาชักพุ่มผ้าป่า

8. เทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง เป็นงานเทศกาลประจำปีของ จ.ระยอง ที่มีมานานหลายสิบปี ในอดีตเป็นเพียงการนำผลไม้ และผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายร่วมกัน ต่อมาจึงมีการจัดงานให้ยิ่งใหญ่ขึ้น ปัจจุบันจัดงานที่ตลาดกลางเพื่อการเกษตรและผลไม้ตะพง และจัดงานที่นี้ต่อเนื่องมาตลอดจะจัดงานขึ้นในฤดูผลไม้ เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ราวเดือนพฤษภาคมของทุกปี วันที่สำคัญที่สุดในงานก็คือวันเปิดงาน จะมีขบวนแห่รถประดับผลไม้จากสวนศรีเมืองมายังตลาด ประภคธิดาชาวสวนที่สวนศรีเมือง ช่วงบ่ายเป็นพิธีเปิด มีการมอบรางวัลขบวนรถประดับผลไม้ ทั้งประเภทสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ มอบรางวัลให้ธิดาชาวสวนหลังจากนั้นจะมีการแข่งขันรับประทานผลไม้ ส่วนวันอื่น ๆ ก็มีเฉพาะการออกร้านจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรโดยเฉพาะผลไม้ต่าง ๆ ความเชื่อ ศาสนา ประชาชนชาวระยองมีความยึดมั่นในศาสนาและวัฒนธรรมอยู่ตลอดมา ร้อยละ 95 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาคือศาสนาอิสลามร้อยละ 4 และศาสนาคริสต์ร้อยละ 1 ตามลำดับ มีวัด 271 แห่ง สำนักสงฆ์

35 แห่ง โบสถ์คริสต์ 2 แห่ง มัสยิด 9 แห่ง พระภิกษุ 3,380 รูป สามเณร 451 รูป

9. ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง ประเพณีทำบุญกลางทุ่งมีสองอย่าง คือ ทำบุญขอฝน และทำบุญข้าวใหม่หรือทำบุญข้าวหลาม จัดขึ้นช่วงเดือนสาม หลังเก็บเกี่ยวข้าวในนาแล้ว การทำบุญข้าวใหม่นั้นทำเพื่อรับขวัญข้าวใหม่ที่เก็บเกี่ยวเสร็จ ถือเป็นงานมงคลประจำหมู่บ้าน และเป็นการสร้างขวัญ กำลังใจให้แก่ชาวนา เมื่อถึงวันงานชาวนาบ้านจะนิมนต์พระมาสวดมนต์ที่ประจำพิธีกกลางทุ่งนา เรียกว่าสวดมนต์เย็น พอรุ่งเช้าจะร่วมกันทำบุญตักบาตร แล้วกลับบ้านไปเผาข้าวหลามเตรียมไว้ วันรุ่งขึ้นชาวนาจะนำอาหารและข้าวหลามมาทำบุญ เชื่อว่าเป็นการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยนำข้าวปลาอาหาร ขนม และย่ำใส่ในกาบหมาก โดยสมมติว่าเป็นเรือ หลังจากพระฉันภัตตาหาร และสวดมนต์แล้ว ก็นำกาบหมากออกไปทิ้งไว้ข้างทางเพื่อให้ผีไม่มีญาติได้กินกันตักกลางคืนจะมีมหรสพต่าง ๆ เช่น ลิเก ภาพยนตร์ วงดนตรี

10. งานภูมิบุรี ศรีระยอง จัดขึ้นในช่วงเดือนธันวาคม ณ ถนนยมจินดา เมืองเก่าระยอง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง งาน “ภูมิบุรี ศรีระยอง” ขึ้นเป็นประจำทุกปี เป็นงานวัฒนธรรมผสมผสานกับการเล่าขานเมืองเก่า พบถนนผสมผสานแห่งเรื่องราวจากรุ่นสู่รุ่น โดยงานภูมิบุรี ศรีระยองนี้ จัดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามของเมืองระยองให้คงอยู่สืบไป และเป็นงานประเพณีของระยองอีกงานหนึ่งที่ได้รับการตอบรับอย่างดีตลอดมาโดยผู้ที่มาเที่ยวชมงานภูมิบุรี ศรีระยอง จะได้พบกับกิจกรรม ความบันเทิง และการแสดงต่าง ๆ มากมาย รวมไปถึงการออกร้านต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ การแสดงนาฏศิลป์จากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิเช่น การแสดงดนตรีไทย ดนตรีไทยประยุกต์ วงอังกะลุง ระบำนาวิศรีศรีระยอง การแสดงชุด มนต์เสน่ห์ทะเลตะวันออก การแสดงชุดทวยเทพสถิตย์สถาพร (รอยอีสาน นริมาลากัส โชนจับนาง ศรีชัยสิงห์สีภาค) และการแสดงหนังใหญ่วัดบ้านดอน การแสดงศิลปะหัตถกรรม ของนักเรียนจากโรงเรียนต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง การสาธิตทำอาหารพื้นเมืองระยองและขนมไทย การออกร้านอาหารพื้นเมืองของเมืองระยองมากกว่า 80 ร้าน การจัดนิทรรศการภาพเก่าของชุมชนบนถนนยมจินดา การแต่งกายย้อนยุค บ่งบอกเอกลักษณ์ของไทยอันสวยงาม การประกวดร้องเพลงไทยลูกทุ่งและลูกกรุง และพบศิลปินนักร้องลูกทุ่งชื่อดัง จิ้งหรีดขาว วงศ์เทเวศน์

11. งานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำงานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ เป็นงานประเพณีจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ในช่วงวันเพ็ญเดือน 12 ณ วัดปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดระยองโดยทางจังหวัดระยองถือว่า พระเจดีย์กลางน้ำนั้นเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดระยอง และเป็นสิ่งที่ชาวระยองเคารพนับถือ โดยรวบรวมงานลอยกระทงไว้ด้วย ทั้งนี้ชาวระยองเชื่อกันว่าการห่มผ้าพระเจดีย์จะได้บุญกุศลอย่างมากและจัดงานเพียงปีละครั้งเท่านั้น ชาวบ้านในแต่ละอำเภอ

จะรวมเงินกันซื้อผ้าห่ม โดยผ้าที่จะนำมาห่มพระเจดีย์ต้องเป็นผ้าสีแดง มีความยาว 6 เมตร ใช้คน 2 คนปีนขึ้นไปห่มส่วนบนของเจดีย์ ซึ่งงานประเพณีนี้ถือว่าเป็นการทำบุญร่วมกัน บางปีมีการห่มผ้าพระเจดีย์ซ้อนทับกันหลายผืนเลยทีเดียว แต่ก่อนชาวบ้านจะพายเรือมาทอดกฐินเป็นขบวนยาวเต็มแม่น้ำระยอง เริ่มจากวัดปากน้ำไปถึงพระเจดีย์กลางน้ำ แล้วนำผ้าแดงไปห่มพระเจดีย์ แต่ปัจจุบันน้ำตื้นเขิน เดินทางไม่สะดวก จึงเปลี่ยนเป็นริ้วขบวนรถที่ตกแต่งอย่างสวยงามแทน นอกจากนี้จะมีการห่มผ้าห่มผ้าเจดีย์กลางน้ำแล้ว ยังมีกิจกรรมต่าง ๆ อีกมากมาย อาทิ เช่น การแข่งขันเรือยาว การลอยกระทง และมีการแสดงมหรสพพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ

12. งานวันสุนทรภู่ จังหวัดระยองจัดเป็นประจำทุกปี ในวันที่ 26 มิถุนายนของทุกปี ณ บริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ตำบลกร่ำ อำเภอแกลง มีการจัดพิธีสักการะ บวงสรวงดวงวิญญาณและทำบุญอุทิศส่วนกุศลแด่ท่านสุนทรภู่ เพื่อรำลึกและสดุดีสุนทรภู่รัตนกวีของไทย และเป็นการเผยแพร่เกียรติยศ ผลงานอันเป็นอมตะของท่าน พร้อมกับส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจ ชาบซึ่งในบทกวีและแสดงออกในผลงานตามรูปแบบของท่านสุนทรภู่ โดยภายในงานจะมีกิจกรรมหลากหลาย ได้แก่ การจัดนิทรรศการผลงานของสุนทรภู่ การแสดงละครในวรรณกรรมของสุนทรภู่ การแข่งขันอ่านทำนองเสนาะและพาเหรดตัวละครในวรรณคดี การจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ราคาถูกของภาคตะวันออก การแสดงแสงเสียงและมหรสพ การประกวดแข่งขันทางวิชาการสำหรับเยาวชนและประชาชน เช่น การแข่งขันอ่านทำนองเสนาะ เป็นต้น การแสดงศิลปวัฒนธรรมจาก 4 จังหวัดภาคตะวันออก รวมถึงการประกวดต่าง ๆ มากมาย เช่น การประกวดผีเสื้อสมุทร ลินสมุท สุตสาคร เป็นต้น

13. ประเพณีแข่งขันเรือยาวปากน้ำประแส “ปากน้ำประแส” เป็นชื่อของหมู่บ้าน เป็นชื่อของชุมชน เป็นชื่อของตลาดการค้าและเป็นชื่อของตำบลอันตั้งอยู่ตรงบริเวณฝั่งซ้ายของแม่น้ำประแส ออกสู่ทะเลในอ่าวไทย กับคำว่า “ประแส” นั้นเป็นชื่อของเรือรบหลวงชนิดเรือพริกต ซึ่งตามข้อบังคับและแบบธรรมเนียมของกองทัพเรือจะตั้งชื่อตามแม่น้ำสำคัญความเป็นมาอันเป็นที่เกิดที่ตั้งของชุมชนปากน้ำประแสนั้น ไม่มีหลักฐานให้ค้นคว้าได้ชัดเจนในขณะนี้ แต่อนุมานได้ว่าตอนสมัยกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและต้นรัตนโกสินทร์นั้นสังคมอาชีพของคนยังเป็นสังคมอาชีพเกษตร การประมงจะมีบ้างก็เป็นประมงน้ำจืด มิใช่ประมงทะเล

14. แกงส้มหน่อไม้ต้องไขปลาวัวเขียว อาหารขึ้นชื่อของเมืองระยอง วิธีการปรุงเหมือนแกงส้มทั่วไป มีทั้งรส เปรี้ยว หวาน เค็ม แต่พิเศษที่ต้องนำไขปลาวัวเขียวไปลวกหรือหนึ่งให้สุกก่อน แล้วจึงนำใส่ลงในน้ำแกง ก็จะได้แกงส้มรสจัดจ้านเป็นที่ติดใจของหลาย ๆ คน หมูชะมวง เป็นอาหารพื้นบ้านในจังหวัดระยอง เป็นอาหารประเภทแกงที่ไม่ใส่กะทิ โดยจะผัดหมูสามชั้นกับเครื่องแกงที่ประกอบด้วยพริกแห้ง ข่า กระเทียม หัวหอม และกะปิเติมน้ำแล้วต้ม

ให้เปื่อยนุ่ม ปรงรสเปรี้ยวด้วยใบชะมวง โดยใช้ใบชะมวงที่เป็นใบมาฉีกเป็นชิ้นเล็ก ๆ ใส่ลงไปต้มพร้อมกับหมู แกงป่าปลาเห็ดโคน คนระยของชอบกินอาหารรสจัด จึงนิยมทำแกงป่ากินมากกว่าแกงกะทิ แกงป่าปลาเห็ดโคนเป็นอีกเมนูที่หาชิมได้ไม่ยาก เพราะปลาเห็ดโคนเป็นปลาที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น และมีให้กินทั้งปี วิธีทำก็เหมือนแกงป่าทั่วไป เพียงแต่ใส่ปลาเห็ดโคนแทนเนื้อสัตว์

15. การแต่งกายของชาวจังหวัดระยอง โดยอดีตมีการแต่งกายเหมือนกับการแต่งกายของคนภาคกลางทั่วไปหรือบางส่วนจะแต่งกายแบบชาวเล ชาวประมง ส่วนในปัจจุบันจะแต่งกายตามสมัยนิยมทั่วไป

16. สุขภาพ อนามัย จังหวัดระยองมีโรงพยาบาลรัฐ จำนวน 111 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 4 แห่ง เป็นโรงพยาบาลศูนย์ จำนวน 1 แห่ง (จำนวนเตียง 555 เตียง) โรงพยาบาลชุมชนขนาด 120 เตียง จำนวน 1 แห่ง ขนาด 30 เตียง 3 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชน 4 แห่ง (จำนวนเตียง 365 เตียง) มีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล จำนวน 95 แห่ง ศูนย์สาธารณสุขเทศบาล 7 แห่ง คลินิก จำนวน 193 แห่ง

17. การศึกษา การจัดการศึกษาของจังหวัดระยอง ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และตามโครงการสร้างใหม่ของการปฏิรูปกระทรวงศึกษา พ.ศ. 2546 มีการจัดการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย มีหน่วยงานรับผิดชอบการดำเนินงานด้านการศึกษา ดังนี้ 1) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 2) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการรับผิดชอบการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน (การศึกษาก่อนระดับอุดมศึกษา) ในเขตอำเภอเมืองระยอง อำเภอบ้านค่าย อำเภอปลวกแดง อำเภอบ้านฉาง และกิ่งอำเภอนิคมพัฒนา มีสถานศึกษาของรัฐ 131 แห่ง ครู 2,270 คน นักเรียน 62,662 คน 3) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 2 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการรับผิดชอบการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน (การศึกษาก่อนระดับอุดมศึกษา) ในเขตอำเภอแกลง อำเภอวังจันทร์ และกิ่งอำเภอเขาชะเมา มีสถานศึกษาของรัฐ 97 แห่ง ครู 1,278 คน นักเรียน 29,867 คน 4) สำนักงานอาชีวศึกษาภาคตะวันออก กระทรวงศึกษาธิการรับผิดชอบการจัดการศึกษา ขั้นพื้นฐานสายวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 5 แห่ง และอนุปริญญา (ปวส.) จำนวน 3 แห่ง ครู 138 คน นักเรียน 7,346 คน 5) สำนักบริหารการศึกษาท้องถิ่นกระทรวงมหาดไทย รับผิดชอบการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตเทศบาล มีสถานศึกษา 5 แห่ง ครู 249 คน นักเรียน 6,323 คน 6) กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6) มีสถานศึกษา 1 แห่ง ครู 5 คน นักเรียน 103 คน 7) ศูนย์ศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด

ระยอง สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงศึกษาธิการ รับผิดชอบงานการศึกษาตามอัตรายศ
มีสถานศึกษา 10 แห่ง จัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีนักเรียน 13,456 คน การศึกษาอบรมวิชาชีพ
จำนวน 3,102 คน 8) การศึกษา ปัจจุบันจังหวัดระยองมีสถานศึกษา 287 แห่ง แบ่งเป็น
การศึกษาขั้นพื้นฐาน 222 แห่ง และการศึกษาาระดับอาชีวศึกษา/เอกชน 33 แห่ง และในการ
ดูแลของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 27 แห่ง อื่น ๆ 4 แห่ง และระดับมหาวิทยาลัย 1 แห่ง

18. เศรษฐกิจ ระยองเป็นจังหวัดที่มีสภาพทางเศรษฐกิจดีจังหวัดหนึ่ง จากข้อมูล
ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวม
ของจังหวัดปี 2558 มีมูลค่า 874,547 ล้านบาท โดยมาจากภาคเกษตรกรรม 20,962 ล้านบาท
มีแนวโน้มลดลงทุกปี

19. เกษตรกรรม จังหวัดระยองมีพื้นที่เกษตรกรรม 1,535,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ
69.14 ของพื้นที่จังหวัด ครุฑเรือเกษตรกร จำนวน 41,526 ครุฑเรือ โดยมีการเพาะปลูกพืช
สำคัญ ดังนี้ พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่

ยางพารา เป็นพืชที่เพาะปลูกมากที่สุดในจังหวัด เมื่อเปรียบเทียบกับพืชเศรษฐกิจ
สำคัญชนิดอื่น ๆ เนื่องจากยางพาราเป็นพืชที่ปลูกง่ายไม่จำเป็นต้องดูแลรักษามาก อีกทั้งสภาพ
ทางภูมิประเทศของจังหวัดเอื้ออำนวยและความต้องการของตลาดยังคงมีปริมาณสูง
โดยราคาเฉลี่ยในปี 2547 ยางแผ่นดิบคุณภาพ (คละ) 40-50 บาท/กก.

มันสำปะหลัง เกษตรกรนิยมปลูกมันกันมากที่สุดในพื้นที่อำเภอแกลง อำเภอ
วังจันทร์ อำเภอเมืองตามลำดับ โดยนิยมปลูกพันธุ์ระยอง 5 เกษตรศาสตร์ 50 ระยอง 90
ระยอง 60 และระยอง 3 ตามลำดับ โดยในปี 2547 ราคาเฉลี่ยต่อหัวมันสด ณ โรงแปงมัน
(25%) 1.20-1.33 บาท/กก.

สับปะรด จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่ปลูกสับปะรดมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ
รองจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คือ ประมาณร้อยละ 20 ของผลผลิตทั้งประเทศ โดยผลิต
ส่วนใหญ่จะส่งขายให้โรงงานอุตสาหกรรมเพื่อแปรรูปเป็น สับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด
และบางส่วนนำไปจำหน่ายเป็น ผลสดตามแผงจำหน่ายผลไม้ โดยในปี 2547 ราคาขายส่งหน้า
โรงงานเฉลี่ย (ผลใหญ่) 4.70-5.30 บาท/กก. (ผลเล็ก) 2.10-2.30 บาท/กก. และน้ำยางดิบ 35-
45 บาท/กก.

ทุเรียน การทำสวนทุเรียนเป็นอาชีพที่เกษตรกรในจังหวัดระยองยึดเป็นอาชีพ
มาช้านาน เนื่องจากประสบการณ์และความรู้ที่สะสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ประกอบกับพื้นที่
เพาะปลูกที่เหมาะสม โดยมีพื้นที่ปลูกมากในพื้นที่อำเภอแกลง อำเภอวังจันทร์ อำเภอเมือง
กิ่งอำเภอเขาชะเมา อำเภอบ้านค่าย ตามลำดับ แนวโน้มการปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น

เพราะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมีความต้องการและนิยมบริโภคมาก จึงทำให้ทุเรียนไม่เพียงพอต่อความต้องการของทั้งคนไทยและต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีนจึงทำให้ราคาทุเรียนสูงมากซึ่งเป็นผลดีต่อเกษตรกรเพาะปลูก

เงาะ การทำสวนเงาะ เกษตรกรนิยมปลูกในพื้นที่เคียงคู่กับการปลูกทุเรียน โดยพันธุ์ที่นิยมปลูกได้แก่ เงาะพันธุ์โรงเรียน รองลงมาคือ เงาะพันธุ์สีชมพู มังคุด เป็นผลไม้ยืนต้นที่มีอายุยืนเป็นพืชเมืองร้อน สามารถปลูกได้ในดินเกือบทุกชนิด ผลมังคุดมีรูปทรงและสีส้มสวยงาม รสชาติดีมีราคา และเป็นที่ยอมรับจากทั้งชาวไทยและต่างประเทศจึงได้รับฉายาว่าเป็น “THE QUEEN OF FRUIT” โดยมีแนวโน้มการเพาะปลูกเพิ่มขึ้น ผลผลิตมังคุดออกสู่ตลาดเพื่อการบริโภคสด ส่งไปจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยราคาผลผลิตในปี 2547 ราคาขายส่งเฉลี่ย 12-15 บาท ต่อกิโลกรัม ขายปลีกเฉลี่ย 20-25 บาท ต่อกิโลกรัม

20. สินค้าอาหารทะเล เนื่องจากจังหวัดระยองมีชายฝั่งทะเล ยาวกว่า 100 กิโลเมตร ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวอยู่ในเขตอำเภอเมือง อำเภอบ้านฉางและอำเภอแกลง จึงมีประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณชายฝั่งทะเลประกอบอาชีพการประมง ซึ่งรวมไปถึงการประมงน้ำกร่อยและการประมงน้ำจืด ในเขตพื้นที่ไม่ติดทะเลมีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง เช่น การเลี้ยงกุ้งกุลาดำ ตะพาบน้ำ การผลิตและจำหน่ายมีการจำหน่ายเพื่อการบริโภคภายในจังหวัด บางส่วนจัดส่งเข้าโรงงานห้องเย็นเพื่อส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ ผลผลิตจากการประมงส่วนใหญ่จะทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเล เช่น น้ำปลา กะปิ ปลาแห้ง ปลาเค็ม ปลาหมึกแห้ง ปลาหมึกอบกรอบ ปลาหมึกปรุงรส กุ้งแห้ง ฯลฯ สำหรับน้ำปลาจัดได้ว่าเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดระยอง โดยมีโรงงานผลิตน้ำปลาประมาณ 26 แห่ง ได้รับ อย. แล้วทุกแห่ง และได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม โดยจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

การประมงและการปศุสัตว์

การประมง จังหวัดระยองมีชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 100 กิโลเมตรเศษ การประกอบอาชีพประมงน้ำเค็มจึงเป็นอาชีพที่สำคัญ รวมทั้งการทำประมงน้ำจืดและน้ำกร่อยก็มีความสำคัญด้วยเช่นกัน เนื้อที่ทำประมงทะเลประมาณ 6,225,000 ไร่ เนื้อที่ทำประมงน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) จำนวน 179,705 ไร่ มีเรือประมง 616 ลำ สมาคมประมง 5 สมาคม กลุ่มเกษตรกรทำการประมง 3 กลุ่ม และสหกรณ์ทำเรือประมง 53 ท่า

การปศุสัตว์ เกษตรกรในจังหวัดมีการเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้าในภาพรวมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะไก่และเป็ด อันเป็นผลเนื่องมาจากราคาเป็นสิ่งที่สูงใจและการได้รับการส่งเสริมเงินกู้จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น เงินกองทุนหมู่บ้าน เงินกู้ช่วยเหลืออื่น ๆ

การอุตสาหกรรม

การพัฒนาอุตสาหกรรมของจังหวัดระยองจะเติบโตขึ้นอีกมาก เนื่องจากนโยบายรัฐบาลสนับสนุนการลงทุนของต่างชาติหรือผู้ประกอบการในประเทศต่อเนื่องจากโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก (EASTERN SEABOARD) เป็นโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เพื่อพัฒนาให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน เพื่อส่งเสริม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต

โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ดำเนินการใน 3 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา แบ่งเป็นเขตอุตสาหกรรม เขตพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และเขตพัฒนาเมืองโดยรัฐบาลคาดหวังว่าจะเป็นตัวเร่งสำคัญในการกระตุ้นให้ไทยเดินหน้าไปสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมที่ผสมเทคโนโลยี ในภาคอุตสาหกรรมและเป็นตัวจุดประกายปลูกเศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยจังหวัดระยองกำหนดเป็นเมืองการศึกษาและวิทยาศาสตร์ เมืองนานาชาติ ธุรกิจทันสมัย และเมืองอุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมพลังงาน

การท่องเที่ยวและการบริการ

ระยองเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพและความพร้อมทางการท่องเที่ยวสูง มีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ มีลักษณะหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อุทยานแห่งชาติ ภูเขา น้ำตก ชายหาด ทะเลและหมู่เกาะเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเกาะเสม็ดที่มีหาดทรายขาวสวยงาม เลื่องชื่อไปทั่วโลก มีสวนผลไม้ให้เยี่ยมชมและชิมรสชาติที่สดอร่อย เป็นที่ชื่นชอบและรู้จักของบุคคลทั่วไป ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือนจำนวนมากมาย ทั้งร้านค้าและ การบริการ การจัดระเบียบพร้อมและเตียงผ้าใบและการบริการอื่น ๆ ปรับแต่งภูมิทัศน์ การรักษาความสะอาดบริเวณ ชายหาดและความสะอาดบริเวณร้านค้าหรือสถานประกอบการ นอกจากนี้การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ตลอดทุกเดือนนี้จังหวัดระยองได้มุ่งเน้นการเชื่อมต่อด้านการท่องเที่ยวกับภาคอื่น ๆ เช่น ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร ภาควัฒนธรรม เนื่องจาก 1) เป็นแหล่งศึกษาดูงานทางด้านอุตสาหกรรม มีการพัฒนา Industrial Tourism โดยมีการร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมในการเปิดให้ผู้สนใจเข้าศึกษาดูงานและเรียนรู้การผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม การดูงาน ทำเรือชนถ่ายสินค้าและโดยเฉพาะในด้าน Green Industry การเรียนรู้การจัดการสิ่งแวดล้อม 2) เป็นแหล่งปลูกผลไม้เมืองร้อนที่มีชื่อเสียง แหล่งปลูกผลไม้เมืองร้อนขนาดใหญ่ และมีชื่อเสียงของประเทศ ผลไม้ที่นิยมปลูกในจังหวัดระยอง ได้แก่ทุเรียน มะม่วง มังคุด สับปะรด เงาะ เป็นต้น 3) มีศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ มีสำเนียงภาษาท้องถิ่นเป็นของตนเอง และมีอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์

เช่น หมูชะมวง แกงส้มผักกระชับ มีศิลปะการแสดงท้องถิ่นของระยองที่มีชื่อเสียง ได้แก่ การแสดงหนังใหญ่วัดบ้านดอน การแสดงลำตัด การแสดงหนังตะลุงคน

จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2559 คาดว่าจะมีจำนวนทั้งสิ้น 7,804,453 คน โดยได้รับ แรงสนับสนุน จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีการ จัดกิจกรรม ประกอบกับอัตราค่า น้ำมันที่ปรับตัวลดลง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วย รถยนต์มาจังหวัดระยองมากขึ้น ทำให้อัตราเข้าพักโรงแรมมีถึงร้อยละ 69.2 ในขณะที่จังหวัด ได้ดำเนินนโยบายอย่างต่อเนื่อง เช่น 1) การจัดทำแบรนด์การท่องเที่ยวจังหวัดระยอง (Rayong Branding) คือ Surprise Rayong สื่อถึงความสดใส สดชื่น สร้างสรรค์ มีกำลังใจ ซึ่งจะนำไปใช้ ในกิจกรรมทั้งหลายของระยองต่อไป จะทำให้ภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองมีความ ชัดเจน และเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น 2) การพัฒนาเป็นไมซ์ซิตี (MICE City) ได้ร่วมกับสำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (สสปน.) จัดทำแผนไมซ์ซิตี ขณะนี้ได้จัดส่งแผน ยุทธศาสตร์ฯ ให้กับ สสปน. แล้ว หากเข้าสู่ MICE CITY เต็มรูปแบบจะทำให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยว คุณภาพเพิ่มมากขึ้น 3) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ที่ได้รับความสำเร็จอย่างสูง เช่น หุ่นโบราณ หุ่นขี้ผึ้ง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวต่อไปที่ควรจะได้รับพัฒนา เช่น สะพานรักษ์แสม ที่ยังไม่ เป็นที่รู้จักมากนัก และบริเวณโดยรอบยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง หัวแหลมปากคลองแกลง และเจ้าพ่อโต๊ะกง เป็นต้น

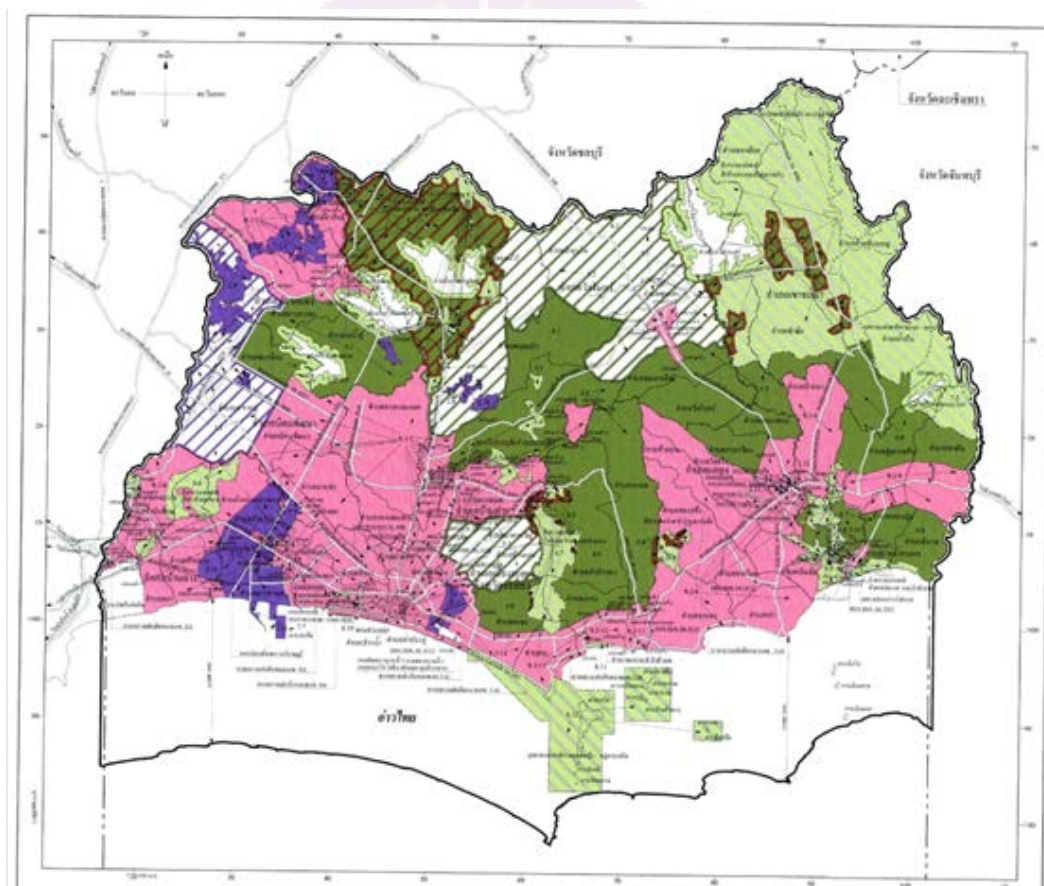
ถึงแม้การท่องเที่ยวจะเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่การวิเคราะห์พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าจังหวัดระยองยังไม่เป็นที่รู้จักในฐานะเมืองแห่งการท่องเที่ยวมากนัก แต่สำหรับนักท่องเที่ยวไทยยังมีการเติบโตได้อีกมาก ซึ่งจะต้องมีการเตรียมการในหลาย ๆ ด้าน ทั้งเรื่องสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรเพื่อรองรับทางด้านการท่องเที่ยว

ผลจากการประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2559 ที่ได้มีมติเห็นชอบ โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development) ตามที่สำ นักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เสนอ ทำให้ พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก 3 จังหวัด ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดเป้าหมาย ได้แก่ จังหวัด ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา ถูกจับตามองเป็นพิเศษในการที่จะพัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจ การลงทุนพิเศษที่เรียกว่า “ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก” (Eastern Economic Corridor Development:EEC) เนื่องจากปัจจุบันเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหลักของประเทศ และมี ศักยภาพสูงในการส่งเสริมให้เป็นฐานการผลิต 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายกลไกขับเคลื่อน เศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ทั้งที่เป็นการต่อยอด 5 อุตสาหกรรมเดิม ที่มีศักยภาพ (First S-Curve) และการพัฒนา 5 อุตสาหกรรมอนาคต (NewS-Curve) พื้นที่

ศักยภาพสูงสู่การพัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจการลงทุนพิเศษ EEC สาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มจังหวัด EEC เหมาะสมที่จะเป็นพื้นที่นำร่องของเขตเศรษฐกิจการลงทุนพิเศษมาจากเหตุผลหลัก คือ การเป็นที่รู้จักของนักลงทุนทั่วโลกในฐานะพื้นที่ชั้นนำในการพัฒนาอุตสาหกรรมของอาเซียน การมีนักลงทุนทั่วโลกอยู่ในพื้นที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานซึ่งอยู่ในระดับดีทั้งทางถนน รถไฟ ท่าเรือ และนิคมอุตสาหกรรม อีกทั้งเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางเรือของอาเซียน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปยังท่าเรือน้ำลึกทวายของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ท่าเรือสิหนิวิลส์ของราชอาณาจักรกัมพูชา และท่าเรือวังเตาของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และการมีฐานอุตสาหกรรมสำคัญพร้อมต่ออุตสาหกรรมใน 10 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมาย

จังหวัดระยองเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญในโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ปัจจุบันมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีข้อขัดแย้งทางด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของจังหวัดโดยเฉพาะพื้นที่ทางด้านเหนือและตอนกลางบริเวณกิ่งอำเภอ นิคมพัฒนา อำเภอปลวกแดงและอำเภอบ้านฉาง มีการขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาพื้นที่จังหวัดระยอง ได้แบ่งพื้นที่ตามศักยภาพออกเป็น 4 บริเวณ ได้แก่ พื้นที่ด้านตะวันออกและตะวันตก กำหนดให้เป็นพื้นที่เพื่อการเกษตรกรรมตลอดจนเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมต่อเนื่องทางการเกษตร พื้นที่ด้านตะวันตกเฉียงใต้ กำหนดให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมหลักของภาคและประเทศ พื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ตั้งแต่ชายหาดแม่รำพึงไปทางด้านตะวันออก กำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่ด้านตะวันออกบริเวณชายฝั่งทะเล กำหนดให้เป็นเขตเพาะเลี้ยงประมงชายฝั่ง การดำเนินการวางผังเมืองบริเวณพื้นที่จังหวัดระยอง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ผังจังหวัดระยอง เป็นการวางผังเมืองครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัด เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางการพัฒนาพื้นที่ทางด้านกายภาพ ได้แก่ การใช้ประโยชน์ที่ดิน โดยแบ่งเป็นย่านที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม ให้สอดคล้องและเหมาะสมทั้งชุมชนเมืองและชนบทตลอดจนใช้ประสานการพัฒนาของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 2) ผังเมืองรวม เป็นการวางผังแม่บทเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินให้มีความเหมาะสม สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดระยองได้ดำเนินการวางผังเมืองรวม โดยออกเป็นกฎกระทรวงใช้บังคับบริเวณพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดระยอง 5 บริเวณ คือ ผังเมืองรวมเมืองระยอง ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของอำเภอเมืองระยองและอำเภอบ้านค่าย โดยประกอบด้วยพื้นที่เทศบาลนครระยอง อบต.เชิงเนิน อบต.นาตาขวัญ อบต.เนินพระ อบต.ทับมา อบต.น้ำคอก อบต.บ้านแลง อบต.ตาขัน และอบต.หนองตะพาน ผังเมืองรวมบริเวณอุตสาหกรรมหลักและชุมชนจังหวัดระยอง ครอบคลุมพื้นที่

บางส่วนของอำเภอเมืองระยอง อำเภอบ้านฉาง และกิ่งอำเภอนิคมพัฒนา โดยในเขตอำเภอเมืองระยอง ครอบคลุมพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองมาตาพุด อบต.เนินพระ และอบต.ทับมา สำหรับอำเภอบ้านฉาง ครอบคลุมพื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลบ้านฉางบางส่วนของเทศบาลตำบลสำนักท้อน อบต.บ้านฉาง อบต.พลา อบต.สำนักท้อน และในส่วนของกิ่งอำเภอนิคมพัฒนา ได้แก่ พื้นที่บางส่วนของ อบต.มาบข่า ผังเมืองรวมเมืองบ้านเพ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของอำเภอเมืองระยอง ได้แก่ เทศบาลตำบลบ้านเพ อบต.แกลง และ อบต.เพ ผังเมืองรวมชุมชนตะพง มีพื้นที่ 34.4 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของอำเภอเมืองระยอง ได้แก่ อบต.ตะพง ผังเมืองรวมเมืองแกลง ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของอำเภอแกลง ได้แก่ เทศบาลตำบลเมืองแกลง ต.ทางเกวียน และอบต.วังหว้า



ภาพ 26 แสดงผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภทท้ายกฎกระทรวง ให้ใช้บังคับผังเมืองรวม จังหวัดระยอง

ที่มา: สำนักงานจังหวัดระยอง, 2558

การใช้ประโยชน์ที่ดิน

ในภาพรวมการใช้ประโยชน์ที่ดินของจังหวัดระยอง จากข้อมูลกรมพัฒนาที่ดิน ในปี พ.ศ. 2549 พบว่ามีการใช้ประโยชน์ที่ดินหลัก 6 ประเภท เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรม มีพื้นที่ 2,472.97 ตารางกิโลเมตร ของพื้นที่จังหวัด โดยมีการเพาะปลูกพืชที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา มันสำปะหลัง ทุเรียนและสัปะรด อำเภอที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรมสูงสุดได้แก่ อำเภอแกลง รองลงมา ได้แก่ อำเภอปลวกแดง และอำเภอเมืองระยอง ตามลำดับ

2. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพื้นที่เมืองและชุมชน มีพื้นที่ 365.78 ตารางกิโลเมตร ของพื้นที่จังหวัด โดยส่วนใหญ่พื้นที่เมืองและชุมชนจะอยู่บริเวณด้านทิศใต้ของจังหวัด ตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) และพื้นที่ต่อเนื่องกับแนวชายทะเล สำหรับบริเวณอื่นของจังหวัดมี การกระจายตัวของเมืองและชุมชน โดยเฉพาะในบริเวณตัวเมืองของแต่ละอำเภอและตามแนวถนนสายหลักและสายรองต่าง ๆ ซึ่งอำเภอเมืองระยองมีพื้นที่เมืองและชุมชนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อำเภอบ้านค่าย และอำเภอแกลง ตามลำดับ

3. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทป่าไม้ มีพื้นที่ทั้งสิ้น 290.14 ตารางกิโลเมตร ซึ่งพื้นที่ป่าไม้ที่สำคัญของจังหวัดระยอง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ซึ่งอยู่ด้านทิศตะวันออกของจังหวัด บริเวณรอยต่อกับจังหวัดจันทบุรี โดยอำเภอเขาชะเมา มีพื้นที่ป่าไม้มากที่สุด

4. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทอื่น ๆ ประกอบไปด้วย ทุ่งหญ้าธรรมชาติ พื้นที่ลุ่มและเหมืองแร่ เป็นต้น มีพื้นที่รวม 214.41 ตารางกิโลเมตร โดยมากจะอยู่ในบริเวณตอนใต้ของพื้นที่อำเภอเมืองระยองและอำเภอแกลง

5. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทแหล่งน้ำ มีพื้นที่ 119.80 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีแหล่งน้ำสำคัญในจังหวัด ได้แก่ แม่น้ำประแสและแม่น้ำระยอง และอ่างเก็บน้ำที่สำคัญ ได้แก่ อ่างเก็บน้ำประแสในอำเภอวังจันทร์ และอ่างเก็บน้ำคลองใหญ่ อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล อ่างเก็บน้ำดอกกราย ในอำเภอปลวกแดง

6. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทอุตสาหกรรม มีพื้นที่ 88.88 ตารางกิโลเมตร เป็นการใช้พื้นที่ในลักษณะของนิคมอุตสาหกรรมและกิจการที่มีลักษณะคล้ายกับนิคมอุตสาหกรรมรวมทั้งอุตสาหกรรมทั่วไปกระจายอยู่ตามบริเวณอำเภอต่าง ๆ ได้แก่

6.1 นิคมอุตสาหกรรม จำนวน 8 แห่ง ได้แก่

นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด 10,215 ไร่

นิคมอุตสาหกรรมเหมราชตะวันออก 3,700 ไร่

นิคมอุตสาหกรรมผาแดง 540.24 ไร่
 นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด 2,062 ไร่
 นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ 4,700 ไร่
 นิคมอุตสาหกรรมเอเชีย 3,220.25 ไร่
 นิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด 8,179 ไร่
 นิคมอุตสาหกรรมอาร์ไอแอล 1,703 ไร่

6.2 เขตประกอบการอุตสาหกรรม จำนวน 4 แห่ง ได้แก่

เขตประกอบการอุตสาหกรรม สยามอีสเทิร์นอินดัสเตรียลพาร์ค 1,341 ไร่
 เขตประกอบการอุตสาหกรรม TPI 4,335 ไร่
 เขตประกอบการอุตสาหกรรม จี.เค.แลนด์ 882 ไร่
 เขตประกอบการอุตสาหกรรมบริษัทระยองที่ดินอุตสาหกรรม จำกัด 3,427 ไร่

6.3 ชุมชนอุตสาหกรรม จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

นิคมอุตสาหกรรมนครินทร์อินดัสเตรียลพาร์ค 465 ไร่
 ชุมชนอุตสาหกรรม เอส เอส พี พร็อพเพอร์ตี้ 1,246 ไร่
 ชุมชนอุตสาหกรรม บริษัท ทูเน็กซ์ อินดัสเตรียลพาร์ค จำกัด 1,497 ไร่
 ชุมชนอุตสาหกรรม ไอ.พี.พี. 390 ไร่
 ชุมชนอุตสาหกรรมโรจนะ 2,200 ไร่

นอกจากนี้ ยังมีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากที่ตั้งอยู่นอกเขตพื้นที่อุตสาหกรรม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลาง เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและประมง เป็นต้น สวนอุตสาหกรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ 1) สวนอุตสาหกรรมบริษัทระยอง (Rayong Industrial Park) 1,500 ไร่ 2) สวนอุตสาหกรรมเครือเจริญโภคภัณฑ์ 54 ไร่

ด้วยสำนักงานเพื่อการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (สกรศ.) เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 2/2560 ลงวันที่ 17 มกราคม 2560 เรื่อง การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการค้าและการลงทุนและการอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการอันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพื่อกระจายการพัฒนาไปยังพื้นที่ต่าง ๆ โดยเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่อันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ทั่วถึง ซึ่งนโยบายดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic

Corridor Development: EEC) ที่ครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัด ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง และเขตจังหวัดอื่นที่ติดต่อกับหรือเกี่ยวข้องกับ ที่มีศักยภาพในการ พัฒนาด้วยความพร้อมด้านการคมนาคม การขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน ความต้องการ ของผู้ประกอบการ การจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ และความเชื่อมโยงกับศูนย์กลางเศรษฐกิจอื่น ๆ โดยการดำเนินนโยบายดังกล่าวอยู่ระหว่างการจัดทำกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินการ ดังกล่าวเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมโดยเร็ว จึงมีความจำเป็นต้องกำหนดมาตรการพัฒนาระเบียง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกขึ้น เพื่อดำเนินการไปพลางก่อนการบังคับใช้กฎหมาย ว่าด้วยการนี้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิรูประบบเศรษฐกิจ การยกระดับคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและการเพิ่ม ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยรวม

ความหมายของเขตส่งเสริม

“เขตส่งเสริม” หมายถึง พื้นที่ใน 3 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ที่คณะกรรมการนโยบายการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก กำหนดและประกาศให้พื้นที่บางส่วนใน 3 จังหวัด ดังกล่าวเป็น “เขตส่งเสริม” เพื่อรองรับการ พัฒนา โดยที่ผู้ประกอบการ ผู้อยู่อาศัยหรือผู้ซึ่งเข้ามาปฏิบัติงานในเขตส่งเสริม จะได้รับสิทธิ ประโยชน์ในการประกอบกิจการ หรืออยู่อาศัย เป็นพิเศษตามที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

อุตสาหกรรมเป้าหมายในพื้นที่เขตส่งเสริม “อุตสาหกรรมเป้าหมาย” หมายถึง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายทั้งหมดหรือบางส่วน หรืออุตสาหกรรมอื่นนอกเหนือจาก อุตสาหกรรมเป้าหมาย ที่คณะกรรมการนโยบายการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาค ตะวันออกกำหนด โดยอาจรวมถึงอุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการจัด ประชุมหรืออุตสาหกรรมอื่นใดด้วยก็ได้แต่อย่างน้อยต้องประกอบด้วยอุตสาหกรรม ด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) ยานยนต์สมัยใหม่ 2) อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 3) การท่องเที่ยวกลุ่ม รายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4) การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ 5) การแปรรูป อาหาร 6) หุ่นยนต์ 7) การบินและโลจิสติกส์ 8) เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ 9) ดิจิทัล 10) การแพทย์ครบวงจร

เขตส่งเสริมที่ผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายตามโครงการระเบียบ เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) เป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อยกระดับ ประเทศให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ ประเทศที่มีรายได้สูง ด้วยการลงทุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ภายใต้วิสัยทัศน์ การพัฒนา

ประเทศอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

พื้นที่เป้าหมาย EEC ครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา เนื่องจากมีความพร้อมในการเป็นเมืองท่องเที่ยวในอันดับต้น ๆ ของโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความพร้อม และด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งสามารถเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้ โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV ซึ่งขณะนี้ภาครัฐอยู่ระหว่างการปรับแก้กฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน และจะผลักดันให้เกิดการลงทุนในรูปแบบคล้ายกับ EEC ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งภาคเหนือ ภาคใต้และภาคตะวันตกของประเทศไทย ยกเว้น 5 อุตสาหกรรมเดิม (First S-Curve) ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคต (Next-Generation Automotive) 2) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Intelligent Electronics) 3) การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพระดับสูง (Advance Agriculture and Biotechnology) 4) อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food Processing) 5) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Tourism) สร้าง 5 อุตสาหกรรมใหม่ (New S-Curve) ได้แก่ 1) หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม และชีวิตประจำวัน (Advance Robotics) 2) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) 3) อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) 4) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemical) 5) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital)

อนาคตจุดศูนย์กลางด้านการลงทุนระดับโลก เป้าหมายสำคัญของการพัฒนาเขตเศรษฐกิจการลงทุนพิเศษ ที่เรียกว่า “ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก” (Eastern Economic Corridor: EEC) คือ การเป็นจุดศูนย์กลางในระดับโลก โดยเฉพาะด้านการลงทุน เป็นฐานอุตสาหกรรมด้านพลังงาน และโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วยโรงกลั่นน้ำมันขนาดใหญ่ 5 โรง อุตสาหกรรมกลุ่มปิโตรเคมี 3 แห่ง โรงผลิตไฟฟ้า 20 โรง และนิคมอุตสาหกรรม 29 แห่ง ทั้งยังเชื่อมโยงด้วยโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งที่มีความสะดวก สบาย ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 200 กม. ที่เชื่อมผ่านเส้นทางสายหลัก ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง สนามบินอู่ตะเภา และท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด

ศักยภาพสำคัญของพื้นที่ EEC คือ การเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์แห่งภูมิภาคอาเซียน เป็นประตูสู่เอเชีย สามารถเข้าถึงประชากรโลกได้กว่าครึ่งหนึ่ง โดย EEC จะเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน ทั้งในเชิงงบประมาณและขนาดพื้นที่ GDP ของทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และอินเดีย มีมูลค่ารวมกว่า 1/3 ของ GDP โลก โดยในอนาคต EEC จะเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ และระเบียงตะวันออก-ตะวันตก ทั้งยังเป็นศูนย์กลางของความเชื่อมโยงมหาสมุทรอินเดียกับ

มหาสมุทรแปซิฟิก รวมถึงประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคสุมาตราและอินโดจีน และทางตอนใต้ของประเทศจีน ประเทศไทยเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ศูนย์กลางการลงทุน ดังนี้

1. มีพื้นที่ตลาดขนาดใหญ่ และมีกำลังซื้อสูงจากอาเซียน จีน และอินเดีย
2. เศรษฐกิจมหภาคมีเสถียรภาพและมีความเจริญเติบโตสูง
3. เป็นผู้นำด้านการผลิตและศูนย์กลางการส่งออก
4. มีจุดเด่นหลากหลาย ด้านการเกษตรกรรมสมัยใหม่ อุตสาหกรรมไปจนถึงปิโตรเคมีขั้นสูง
5. มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการลงทุน ประเมินงบการลงทุนในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 1.5 ล้านล้านบาท (43,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ภายในระยะเวลา 5 ปีแรก

แผน 5 ปี ลงทุน 1.5 ล้านล้านบาท รับ EEC พื้นที่เป้าหมายของ EEC เป็นพื้นที่เดียวกับโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ด และเพื่อดึงดูดให้นักลงทุนจากทั่วทุกมุมโลกสนใจมาลงทุนตั้งฐานการผลิตที่ไทย “EEC” จึงต้องมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับอย่างดี ขณะที่การขนส่งแบบไร้ครอบคลุมทั้งทางถนน ทางราง ทางอากาศและทางน้ำ ด้วยงบการลงทุนกว่า 1.5 ล้านล้านบาท สำหรับแผนการลงทุนของรัฐบาลตามกรอบการลงทุนรวมของภาครัฐและเอกชน ระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) แบ่งเป็นการลงทุนในส่วนของภาครัฐไม่เกิน 3 แสนล้านบาท ภาคเอกชน 5 แสนล้านบาท ส่วนที่เหลืออีกจะเป็นการร่วมทุนของภาครัฐกับเอกชน 7 แสนล้านบาท จะเป็นการร่วมลงทุนก่อสร้างท่าเรือ สนามบินและรถไฟ

สำหรับแผนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมของการพัฒนา “ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก” ในปี พ.ศ. 2560 จะมีการขับเคลื่อนโครงการที่สำคัญ ดังนี้

1. การพัฒนาสนามบินนานาชาติอยู่ตะเภา เพื่อมุ่งสู่การเป็นมหานครแห่งการบินภาคตะวันออก เพื่อรองรับจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น 15 ล้านคน ภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า
2. รถไฟความเร็วสูง ในปี พ.ศ. 2560 จะดำเนินการเชื่อมต่อสนามบินนานาชาติ 3 แห่ง คือ ท่าอากาศยานดอนเมือง สุวรรณภูมิและสนามบินอยู่ตะเภาให้ใช้เวลาเดินทางเพียง 1 ชั่วโมงด้วยรถไฟความเร็วสูง รองรับผู้โดยสาร 110 ล้านคนปี
3. ยกกระตือรือร้นจากท่าเรือแหลมฉบังไปท่าเรือน้ำลึกมาบตาพุด โดยเชื่อมต่อท่าเรือหลักกับนิคมอุตสาหกรรม ทำให้เกิดเส้นทางใหม่ ได้แก่ แหลมฉบัง-ปลวกแดง-ระยอง-มาบตาพุด-ระยอง-จันทบุรี-ตราด

การพัฒนาเมืองสำคัญในพื้นที่ EEC 1) ฉะเชิงเทรา พัฒนาเป็นเมืองที่อยู่อาศัยชั้นดีที่ทันสมัยรองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ และ EEC 2) พัทยา พัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิง

ธุรกิจ สุขภาพและนันทนาการ ศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียน เมืองนวัตกรรมการท่องเที่ยว เมืองท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชีวิตชีวา และศูนย์การให้บริการด้านการแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical Tourism) 3) อุตะเภา พัฒนาเป็นศูนย์ธุรกิจการบิน และโลจิสติกส์อาเซียน 4) ระยอง พัฒนาเป็นเมืองแห่งการศึกษาและวิทยาศาสตร์ เมืองนานาชาติที่มีธุรกิจทันสมัย

ประตูตะวันออกสู่เอเชียจะมีการดำเนินการเพื่อให้ 3 ท่าเรือ เป็นส่วนหนึ่งของ Eastern Sea Gateway พร้อมทั้งมีการประมูลท่าเรือแหลมฉบังระยะที่ 3 Gateway to Asia และท่าเรือมาบตาพุด ตลอดจนการก่อสร้าง Ferry และ Cruise ที่ท่าเรือพาณิชย์ อ.สัตหีบ

ขณะที่อุตสาหกรรมเป้าหมาย ในปี พ.ศ. 2560 บริษัทชั้นนำจะเริ่มลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และหุ่นยนต์ ตลอดจนขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อก้าวสู่การเป็น Medical Hub รวมถึงการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยานและเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-Economy) ได้แก่ อาหารแห่งอนาคต การผลิตพลาสติกชีวภาพ เครื่องสำอาง

ตะวันออกเมืองแห่งอนาคต มุ่งยกระดับเมือง ชุมชน คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมสู่ระดับมาตรฐานสากลพัฒนาเมืองการศึกษานานาชาติโดยมีมหาวิทยาลัยและโรงเรียนนานาชาติชั้นนำ เป็นผู้นำในด้านสาธารณสุขโดยเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์และโรงพยาบาล อีกทั้งมุ่งพัฒนาเมืองใหม่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ พร้อมทั้งขับเคลื่อนศูนย์กลางธุรกิจพาณิชย์ที่ทันสมัยในภูมิภาค และจัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ EEC ทั้งในด้านสุขภาพอนามัย สิ่งแวดล้อมและการศึกษา

วัตถุประสงค์การจัดตั้งเขตส่งเสริม เพื่อส่งเสริมกิจการพิเศษ และส่งเสริมกิจการอุตสาหกรรม กล่าวคือ 1) เพื่อส่งเสริมการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคที่มีประสิทธิภาพมีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบโดยสมบูรณ์พัฒนาพื้นที่ให้มีความทันสมัย เช่น เมืองการบินภาคตะวันออก (สนามบินอุตะเภา) เขตนวัตกรรม (EECI) เขตนวัตกรรมดิจิทัล (EECd) เป็นต้น 2) เพื่อส่งเสริมการการจัดทำโครงการเพื่อรองรับการประกอบอุตสาหกรรมที่มีจัดสรรที่ดินเพื่อขายหรือเช่า ตามกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) โดยกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน เพื่อรองรับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย และมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่จำเป็นต่อการประกอบกิจการอุตสาหกรรม

เขตส่งเสริมเพื่อรองรับกิจการพิเศษ คือ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น เมืองการบินภาคตะวันออก (EECa) 2) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี เช่น เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจภาค

ตะวันออก (EECi) และเขตนวัตกรรมดิจิทัล ภาคตะวันออก (EECd) 3) เขตส่งเสริมเพื่อรองรับ
กิจการอุตสาหกรรม ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรม Smart Park บริเวณนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด
จังหวัดระยอง พื้นที่ประมาณ 1,466 ไร่ และนิคมอุตสาหกรรมเหมราชอีสเทิร์นซีบอร์ด แห่งที่ 4
จังหวัดระยอง พื้นที่ประมาณ 1,900 ไร่

กระทรวงอุตสาหกรรมร่วมมือกับหน่วยงานเศรษฐกิจ

รับ “แจ๊ค หม่า” นักธุรกิจชาวจีน ประกาศแผนการลงทุนสร้างดิจิทัลฮับ ในโครงการ
ระเบียงพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี พร้อมร่วมพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลขับเคลื่อนนโยบายประเทศ
ไทย 4.0 ประธานบริหารของกลุ่มอาลีบาบาได้มาเยือน ประเทศไทยในวันที่ 19 เมษายน 2561
เพื่อประกาศแผนการลงทุนของอาลีบาบาในพื้นที่อีอีซี (Eastern Economic Corridor: EEC)
รวมถึงโครงการความร่วมมือเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลและส่งเสริมบุคลากรไทยในการ
พัฒนาทักษะและขีดความสามารถด้านดิจิทัลอีคอมเมิร์ซ

กระทรวงอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานเพื่อการพัฒนา
ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไปรษณีย์ไทย (Thai Post) และหน่วยงานอื่น ได้ร่วมหารือกับ
ทีมงานของอาลีบาบาอย่างต่อเนื่องนับแต่ที่นาย แจ๊ค หม่า มาเยือนประเทศไทยเมื่อปี 2559
และขณะนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ข้อสรุปความร่วมมือในโครงการหลักที่จะช่วยขับเคลื่อน
อุตสาหกรรมดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0
ดังต่อไปนี้

1. โครงการลงทุนสร้างศูนย์ Smart Digital Hub ในพื้นที่ EEC โดยศูนย์ นี้จะอาศัย
เทคโนโลยีระดับโลกของอาลีบาบาในด้านการประมวลผลข้อมูลโลจิสติกส์เพื่อทำให้การขนส่ง
สินค้าระหว่างไทยกับจีน การขนส่งสินค้าข้ามพรมแดนสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) และไปยังที่
อื่นทั่วโลก ให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ ยังได้มีการประสานกับกรม
ศุลกากรในการยกระดับพิธีการทางศุลกากรให้เป็นระบบดิจิทัลด้วย ซึ่งการตั้งศูนย์ Smart
Digital Hub นี้จะช่วยผลักดันให้เหล่าธุรกิจ Startup และ SME ไทยสามารถพัฒนาสินค้า
และบริการใหม่ ๆ โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลให้เข้าถึงตลาดทั่วโลกได้ รวมถึงจะเป็นศูนย์กลาง
การในการดำเนินกิจกรรมวิจัยพัฒนาดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน EEC จะเชื่อมประสาน
Smart Digital Hub กับเขตนวัตกรรมดิจิทัล หรือดิจิทัลพาร์ค (EECd) และเขตนวัตกรรมระเบียง
เศรษฐกิจภาคตะวันออก (EECi)

2. โครงการความร่วมมือด้านการพัฒนาบุคลากรในด้านดิจิทัลและการส่งเสริมธุรกิจผ่าน E-Commerce ซึ่งอาลีบาบาจะร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในการพัฒนากลุ่มคนเก่งหรือดาวเด่นด้านดิจิทัล (Digital Talent) โดยอาลีบาบาได้เสนอให้วิทยาลัยธุรกิจอาลีบาบา หรือ Alibaba Business School (ABS) มาร่วมสนับสนุนการใช้ Platform E-Commerce โดยจะเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาและภาคเอกชน ทั้งนี้ ภายใต้โครงการนี้ อาลีบาบาจะเปิดโอกาสให้นักศึกษา นักวิจัย อาจารย์รวมถึงผู้ประกอบการไทยไปร่วมเข้าโครงการฝึกอบรมพัฒนาในด้านดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซให้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง รวมทั้งสร้างเครือข่าย (Networking) กับดาวเด่นหรือ Talents ทั่วโลกที่ประเทศจีน

3. โครงการร่วมส่งเสริมพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลอีคอมเมิร์ซสำหรับผู้ประกอบการ SME และ Startup ของไทย เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลโดยเน้นให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจ ได้เรียนรู้และเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีไทยให้สามารถเข้าถึง Regional Global Value Chain โดยอาลีบาบาจะจัดทีมงานร่วมลงพื้นที่กับทีมงานของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยใช้เครือข่าย ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม 4.0 สู่อินเทอร์เน็ต (Industry Transformation Center: ITC) ในระดับภาคและจังหวัดของกระทรวงอุตสาหกรรมทั่วประเทศ ทั้งนี้ ก็เพื่อให้สามารถพัฒนาและเข้าถึงผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการ Startup ระดับชุมชนทั่วประเทศ

4. อาลีบาบา จะร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจัดทำ Thailand Tourism Platform. สำหรับประเทศไทยโดยเฉพาะเพื่อจัดกิจกรรมด้านการตลาดร่วมกันบนออนไลน์แพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมโยงกับสื่อและช่องทางต่าง ๆ ของ ททท. รวมทั้งจะร่วมมือกันในการใช้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว (Tourism Big Data) เพื่อเจาะลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนร่วมมือกันส่งเสริมการท่องเที่ยวในไทยให้รองรับกับยุทธศาสตร์และแนวทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเมืองรองและการท่องเที่ยวในระดับชุมชนของรัฐบาล

กระทรวงพาณิชย์จะร่วมมือกับอาลีบาบาในการเปิดตัว Thai Rice Flagship Store บนเว็บไซต์ Tmall.com เพื่อสนับสนุนการขายข้าวไทยทางออนไลน์ในจีน ซึ่งจะช่วยผลักดันให้เกษตรกร ผู้ประกอบการและผู้ส่งออกข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวสามารถเข้าถึงตลาด E-Commerce ในจีนได้อย่างเป็นรูปธรรม รับกับเทรนด์ในปัจจุบันที่สินค้าไทยกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรและอาหารของไทย อาลีบาบาได้ทำการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบในระดับภูมิภาคและสังเกตเห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่จะ

เป็นศูนย์กลางด้านดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซในภูมิภาค จึงมีความตั้งใจที่จะมาลงทุนและร่วมมือกับหน่วยงานของไทยในโครงการต่าง ๆ ทั้งนี้ ปัจจุบันมีประชากรโลกกว่าร้อยละ 68 สามารถเข้าถึงโทรศัพท์มือถือ ในขณะที่จำนวนผู้ใช้โซเชียลมีเดียผ่านมือถือ (Active Mobile Social Users) ของโลกและของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 14 และ 16 ตามลำดับ

อีกทั้งรายได้จากธุรกิจอีคอมเมิร์ซหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภูมิภาคนี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยสำหรับประเทศไทยคาดว่าจะรายได้จากธุรกิจอีคอมเมิร์ซจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดจาก 113,400 ล้านบาท ในปี 2561 เป็น 186,500 ล้านบาท ในปี 2565 ประกอบกับนโยบายประเทศไทย 4.0 และเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ของรัฐบาลที่ช่วยสร้างความมั่นใจในทิศทางการพัฒนาประเทศ ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน คมนาคมขนส่ง ระบบโลจิสติกส์ โครงข่ายทางดิจิทัลและมาตรการสิทธิประโยชน์ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการลงทุน ทำให้อาลีบาบาเล็งเห็นโอกาสที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอีคอมเมิร์ซในภูมิภาค รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ Internet of Things (IOT) ที่เป็นเทคโนโลยีคลื่นลูกใหม่ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการของธุรกิจ

การจัดการทรัพยากรในชุมชน

ทรัพยากรดิน รายงานสภาพทรัพยากรดินของจังหวัดระยองโดยกองสำรวจดิน กรมพัฒนาที่ดินแบ่งลักษณะดินออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ตามสภาพพื้นที่และการใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. ดินบริเวณที่ราบฝั่งทะเล หาดและสันทราย เกิดเป็นแนวยาวไปขนานไปกับชายฝั่ง พบบริเวณทางด้านใต้ของ อำเภอเมือง ตามแนวชายฝั่งไปจนถึงอำเภอแกลง ดินส่วนใหญ่เป็นดินทราย ถูกปล่องทิ้งไว้ตามธรรมชาติหรืออาจปลูกพืชทนแล้ง เช่น มะพร้าว เป็นหย่อม ๆ ชุดดินที่พบในบริเวณนี้ได้แก่ ดินชุดระยอง ดินชุดสัตหีบ และดินชุดบ้านทอน ลักษณะเนื้อดินเป็นดินทราย หรือดินร่วนปนทราย การระบายน้ำดีมาก ในบางบริเวณมีชั้นสะสมของอินทรีย์วัตถุอัดแน่นในระดับความลึก 50 ถึง 110 เซนติเมตรจากผิวดิน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการไถซอนของรากพืช พืชที่พอจะปลูกได้ในบริเวณนี้ ได้แก่ มะพร้าว และมันสำปะหลัง ที่ราบน้ำทะเลเคยท่วมถึงมาก่อน ดินส่วนใหญ่เป็นดินทราย หรือดินทรายปนร่วน ชุดดินที่พบ คือ ชุดดินวังเปรียง ลักษณะพื้นที่เป็นที่ราบต่ำ ใช้ประโยชน์ในการทำนาเป็นส่วนใหญ่ ที่ราบลุ่มริมทะเลที่น้ำทะเลท่วมเป็นครั้งคราว สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าธรรมชาติ ไม้ที่ขึ้นเป็นพวกไม้ผาด ใช้ประโยชน์ในการทำเชื้อเพลิง

2. ดินที่เกิดจากการทับถมของตะกอนลำน้ำ ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินเนื้อละเอียด มีชั้นดินทรายหรือดินร่วนปนทรายเฉพาะดินบนเท่านั้น ส่วนดินล่างเนื้อดินจะเป็นดินเหนียวที่มี

การระบายน้ำแลว หรือมีระดับน้ำใต้ดินตื้น ดินบริเวณนี้เกิดในที่ต่ำ ลักษณะพื้นที่ราบ น้ำขังใน ฤดูฝน ซึ่งเหมาะต่อการทำนา ชุดดินที่พบ ได้แก่ ดินชุดชลบุรี ดินชุดบางนราดินชุดแกลง ดินชุด วิสัย และดินชุดโคกเคียน พบบริเวณใกล้แม่น้ำระยอง และแม่น้ำแกลงทรัพยากรน้ำ แหล่งน้ำ ธรรมชาติ ในพื้นที่จังหวัดระยองมีแม่น้ำสำคัญ 2 สาย ได้แก่ แม่น้ำระยองหรือคลองใหญ่ มีความยาว 50 กิโลเมตร ต้นน้ำเกิดจากเทือกเขาจันทบุรีในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี และลำธารเล็ก ๆ ทางตอนเหนือของจังหวัดระยอง ไหลผ่านอำเภอปลวกแดง อำเภอบ้านค่าย ผ่านสาขาที่สำคัญ คือ คลองหนองปลาไหลและคลองดอกทราย แล้วจึงไหลสู่ที่ราบอำเภอมือง ระยอง และลงสู่ทะเลที่ตำบลปากน้ำ อำเภอมืองระยองและแม่น้ำประแส มีความยาว 36 กิโลเมตร ต้นน้ำเกิดจากทิวเขาด้านตะวันออกของจังหวัดชลบุรี ในบริเวณรอยต่อจังหวัด ฉะเชิงเทรา จังหวัดระยอง และจังหวัดจันทบุรี ไหลผ่านท้องที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

3. ป่าไม้ ปัจจุบันจังหวัดระยองมีพื้นที่ป่าไม้เหลือเพียง ประมาณร้อยละ 5 ของพื้นที่ ทั้งจังหวัด โดยป่าไม้ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นป่าดิบแล้ง นอกจากนี้ยังมีป่าชายเลน ป่าเบญจพรรณ และป่าละเมาะกระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่จังหวัด สำหรับการแบ่งประเภทป่าไม้ ในจังหวัดระยอง แบ่งออกได้ดังนี้ ป่าสงวนแห่งชาติ ประกอบด้วย ป่าหนองสนม ป่ากะเจด ป่าเพ และป่าแกลง ป่าบ้านเพ ป่าภูเขาหินตั้ง ป่าเขาห้วยมะหาด ป่าเขานั่งยอง และป่าเขาครอก ป่าคลองระเวิงและป่าเขาสมเส็ด ป่าบ้านนา และป่าทุ่งควายกิน ป่าเลนประแส และป่าพังรวด อุทยานแห่งชาติ มี 2 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่บ้านเกาะเสม็ด และอุทยาน แห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง

ข้อมูลที่พักในจังหวัดระยอง

ตาราง 6 แสดงที่พักโรงแรมในจังหวัดระยอง

พื้นที่	ประเภทที่พัก	จำนวน (แห่ง)	ความสามารถ ในการรองรับ	โรงแรมแนะนำ
อำเภอเมืองระยอง	โรงแรม 2-5 ดาว รีสอร์ทขนาดตั้งแต่ 13-576 ห้อง	38	ประมาณ 4,800 คน	1. พี.เอ็ม 2. มรกต คอนโดเทล 3. วังทองรีสอร์ท 4. แก่นเสมีด 5. เกาะแก้วบังกะโล 6. สวนสไมสร 7. เดอะพาราไดซ์ 8. บูรพารีสอร์ท 9. พี.เอ็ม.วาย.บีช รีสอร์ท
อำเภอแกลง	โรงแรม 2-5 ดาว รีสอร์ทขนาดตั้งแต่ 8-200 ห้อง	38	ประมาณ 4,000 คน	1. แกลง พาเลส 2. กรีนวู้ด บีช รีสอร์ท 3. จีระ ไฮเต็ล 4. ดำรงชีพ รีสอร์ท 5. บ้านทรายแก้ว 6. ปาล์มมาลี บีชระยอง 7. พรพิมพ์ 8. บ้านพักชมคลื่น 9. พัฒน์ ลอดจ์

ตาราง 6 (ต่อ)

พื้นที่	ประเภทที่พัก	จำนวน (แห่ง)	ความสามารถในการรองรับ	โรงแรมแนะนำ	
อำเภอเขาชะเมา	โรงแรมตั้งแต่ 2-5 ดาว รีสอร์ทขนาดตั้งแต่ 5-95 ห้อง	9	ประมาณ 650 คน	1. เขาชะเมา คันทรี รีสอร์ท 3. ชาร์ทิพย์ รีสอร์ท 5. แพทองวารี 7. แพเรือนไทย 9. บีเจการ์เด็นท์ วิลล์ แอนด์ รีสอร์ท	2. คุ่มริมชะเมา 4. แพทอง 6. แพรุ่งนภา 8. เขาชะเมษาเลดี บังกะโล
อำเภอบ้านฉาง	โรงแรมตั้งแต่ 2-5 ดาว รีสอร์ทขนาดตั้งแต่ 10-90 ห้อง	16	ประมาณ 800 คน	1. ฉาง อินน์ 3. ทองรุ่งโรจน์ 5. พลา รีสอร์ท 7. บ้านฉางแกรนด์ ไฮเต็ล 9. วี.วี.บังกะโล	2. เดอะพาราไดซ์เวล แอนด์เอ็นเตอร์เทนเมนท์ 4. บ้านฉาง การ์เด็น 6. บ้านฉาง พาเลซ ไฮเต็ล 8. พยูน รีสอร์ท

ตาราง 6 (ต่อ)

พื้นที่	ประเภทที่พัก	จำนวน (แห่ง)	ความสามารถ ในการรองรับ	โรงแรมแนะนำ
ในเขตบนเกาะเสม็ด	โรงแรมตั้งแต่ 2-5 ดาว รีสอร์ทขนาดตั้งแต่ 10-70 ห้อง	49	ประมาณ 9,000 คน	1. ทับทิม บังกะโล 2. เสม็ด วิลล่า 3. บ้านพลอยเสม็ด 4. เสม็ดรีสอร์ท 5. เสม็ดอินน์ 6. เสม็ด ฮัท 7. หมู่บ้านทะเล 8. ดี อัมเบอร์ลล่า 9. ฉั่นคอย บีช เฮ้าส์ 10. พลอยทะเล
ในเขตหาดบ้านเพ	โรงแรมตั้งแต่ 2-5 ดาว รีสอร์ทขนาดตั้งแต่ 6-189 ห้อง	37	ประมาณ 4,500 คน	1. แคมป์ มะพร้าว 2. คุ่มแก้ว 3. ดวงตะวัน บีช รีสอร์ท 4. ไดมอนด์ เพ 5. ทะเลงาม รีสอร์ท 6. ทิวสน รีสอร์ท 7. บ้านกฤษณิ 8. บ้านสินสมุทร
ในเขตหาดแม่รำพึง	โรงแรมตั้งแต่ 2-5 ดาว รีสอร์ทขนาดตั้งแต่ 6-168 ห้อง	42	ประมาณ 6,000 คน	1. ก้นอ่าว เบย์ รีสอร์ท 2. กิติมา ฮัท 3. จันทรญาณรัตน์ 4. ชมตะวัน 5. ซี วินด์ รีสอร์ท 6. บ้านผาสุข 7. บ้านพร้อมพงษ์ 8. บ้านโนรี

การคมนาคม

รถยนต์ สามารถใช้เส้นทางได้หลายเส้นทาง ได้แก่ เส้นทางแรก ทางหลวงหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) จากกรุงเทพฯ ผ่านอำเภอบางปะอิน อำเภอบางปะกง จังหวัดชลบุรี บางแสน ศรีราชา พัทยา หาดจอมเทียน สัตหีบ อำเภอบ้านฉาง ไปจนถึงอำเภอเมือง จังหวัดระยอง รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร เส้นทางที่ 2 ทางหลวงหมายเลข 34 (ถนนบางนา-ตราด) เริ่มจากตรงจุดสิ้นสุดทางด่วนด่านเฉลิมนคร อำเภอบางนา ผ่านอำเภอบางพลี อำเภอบางปะอิน จังหวัดสมุทรปราการ และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 ที่กิโลเมตรที่ 70 อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา หลังจากนั้นจะผ่านเส้นทางเดียวกันกับเส้นทางที่ 1 รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร เส้นทางที่ 3 ทางหลวงหมายเลข 36 (บายพาส 36) จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 2 จนถึงกิโลเมตรที่ 140 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 36 จากนั้นให้เดินทางต่อไปยังจังหวัดระยอง ระยะทาง 70 กิโลเมตร รวมระยะทางประมาณ 210 กิโลเมตร เส้นทางที่ 4 ทางหลวงหมายเลข 344 (ถนนสายบ้านบึง-แกลง) เริ่มจากจังหวัดชลบุรี ผ่านอำเภอบ้านบึง หนองใหญ่ วังจันทร์ และสิ้นสุดที่อำเภอแกลง รวมระยะทาง 100 กิโลเมตร (กรุงเทพฯ-ชลบุรี 80 กิโลเมตร) เส้นทางนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอ แกลง หรือเดินทางไปยังจังหวัดจันทบุรี หรือจังหวัดตราด และหากต้องการที่จะเดินทางเข้าสู่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ให้ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3 โดยย้อนกลับมาอีกประมาณ 42 กิโลเมตร เส้นทางที่ 5 ทางหลวงหมายเลข 7 (สายมอเตอร์เวย์) เริ่มจากถนนพัฒนาการ เขตประเวศ กรุงเทพฯ ไปสิ้นสุดที่ จังหวัดชลบุรี ระยะทาง 75 กิโลเมตร จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 36 เป็นระยะทาง 100 กิโลเมตร จนถึงอำเภอเมือง จังหวัดระยอง รวมระยะทางประมาณ 175 กิโลเมตร รถโดยสารประจำทาง รถโดยสาร จากสถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) มีรถประจำทางไปจังหวัดระยอง และอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดหลายเส้นทาง ได้แก่ สายกรุงเทพฯ-ระยอง บ้านเพ แกลง แหลมแม่พิมพ์มาบตาพุด

การเดินทางภายในจังหวัดระยอง การเดินทางภายในจังหวัด ส่วนใหญ่ใช้รถสองแถว จากบริเวณสถานีขนส่งระยองไปยัง สถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ สายระยอง-มาบตาพุด-บ้านฉาง ระยอง-บ้านค่าย ระยอง-หาดแม่รำพึง-บ้านก้นอ่าว ระยอง-ปากน้ำระยอง ระยอง-บ้านเพ-สวนสน-แหลมแม่พิมพ์ ระยอง-แกลง (สามย่าน) อัตราค่าโดยสารระหว่าง 8-20 บาท

บิมน้ำมันจังหวัดระยอง

ตาราง 7 แสดงข้อมูลบิมน้ำมันในจังหวัดระยอง

พื้นที่	ประเภท	รายละเอียด	
อำเภอเมือง	บิมน้ำมัน	บิมนบางจาก จำนวน 2 แห่ง	บิมนเพียง จำนวน 1 แห่ง
		บิมนเชลล์ จำนวน 4 แห่ง	บิมนศรีสมบัตินบริการ จำนวน 1 แห่ง
		บิมนทีพีไอ จำนวน 1 แห่ง	บิมนหจก.สมจิตร์บริการ จำนวน 1 แห่ง
		บิมนปิโตรนาส จำนวน 1 แห่ง	บิมนศรีทองบริการ จำนวน 1 แห่ง
		บิมนปตท. จำนวน 19 แห่ง	
	บิมน LPG	จำนวน 8 แห่ง	
	บิมน NGV	จำนวน 15 แห่ง	
อำเภอปลวกแดง	บิมน้ำมัน	บิมนเอสโซ่ จำนวน 1 แห่ง	บิมนเอ็มที จำนวน 1 แห่ง
		บิมนศาลเท็กซัส จำนวน 1 แห่ง	บิมนปตท. จำนวน 3 แห่ง
อำเภอแกลง	บิมน้ำมัน	บิมนบางจาก จำนวน 4 แห่ง	บิมนเชลล์ จำนวน 2 แห่ง
		บิมนเอสโซ่ จำนวน 4 แห่ง	บิมนปตท. จำนวน 10 แห่ง
		บิมนเพียง จำนวน 2 แห่ง	บิมนพีที จำนวน 1 แห่ง
		บิมนศาลเท็กซัส จำนวน 2 แห่ง	
		บิมน LPG	จำนวน 4 แห่ง
	บิมน NGV	ไม่มี	
อำเภอนิคมพัฒนา	บิมน้ำมัน	บิมนบางจาก จำนวน 2 แห่ง	บิมนเอ็มที จำนวน 1 แห่ง
		บิมนปตท. จำนวน 8 แห่ง	บิมนเอสโซ่ จำนวน 2 แห่ง
		บิมนลุงนาค จำนวน 1 แห่ง	บิมนเชลล์ จำนวน 2 แห่ง
		บิมนซัสโก้ จำนวน 2 แห่ง	บิมนเพียง จำนวน 1 แห่ง
		บิมน LPG	จำนวน 3 แห่ง
	บิมน NGV	จำนวน 2 แห่ง	
อำเภอบ้านค่าย	บิมน้ำมัน	บิมนดาวไฮเท็กซัส จำนวน 1 แห่ง	บิมนเชลล์ จำนวน 1 แห่ง
		บิมนบางจาก จำนวน 1 แห่ง	บิมนเอสโซ่ จำนวน 1 แห่ง
		บิมนปตท. จำนวน 2 แห่ง	
		บิมน LPG	ไม่มี
	บิมน NGV	จำนวน 2 แห่ง	
อำเภอวังจันทร์	บิมน้ำมัน	บิมนปตท. จำนวน 4 แห่ง	บิมนพีที จำนวน 1 แห่ง
		บิมนบางจาก จำนวน 3 แห่ง	บิมนเชลล์ จำนวน 1 แห่ง
		บิมน LPG	จำนวน 1 แห่ง
		บิมน NGV	ไม่มี
อำเภอบ้านฉาง	บิมน้ำมัน	บิมนบางจาก จำนวน 1 แห่ง	บิมนเชลล์ จำนวน 1 แห่ง
		บิมนพรมยูรี จำนวน 1 แห่ง	บิมนปตท. จำนวน 4 แห่ง
		บิมน LPG	จำนวน 1 แห่ง
		บิมน NGV	จำนวน 2 แห่ง

ตาราง 7 (ต่อ)

พื้นที่	ประเภท	รายละเอียด
อำเภอเขาชะเมา	บิ๊มน้ำมัน	บิ๊บบางจาก จำนวน 2 แห่ง
	บิ๊ม LPG	ไม่มี
	บิ๊ม NGV	ไม่มี

ร้านอาหารจังหวัดระยอง

ตาราง 8 แสดงข้อมูลร้านอาหารในจังหวัดระยอง

พื้นที่	ประเภทอาหาร	จำนวน (แห่ง)	ความสามารถในการรองรับ	ร้านอาหารแนะนำ	
อำเภอเมือง	อาหารไทย	20	ประมาณ 1,500 คน	1. กระดังงา	2. กำปับ สาขา 1
	อาหารทะเล			3. คริวผิงน้อย	4. จี๊ว ฮัท
อำเภอปลวกแดง	อาหารไทย	10	ประมาณ 650 คน	หาดกันอ่าว	6. ตำนานป่า
	อาหารทะเล			5. เดอะเบส	8. เรือไทยซีฟู๊ด
อำเภอแกลง	อาหารไทย	10	ประมาณ 700 คน	7. เพลินตา	9. โอซารส
	อาหารจีน			1. คริวคุณพร	1. คริวคุณพร
อำเภอนิคมพัฒนา	อาหารไทย	3	ประมาณ 250 คน	3. เจ้แต้ม	3. เจ้แต้ม
	อาหารทะเล			5. วอเตอร์ไซด์	5. วอเตอร์ไซด์
อำเภอเมืองระยอง	อาหารไทย	10	ประมาณ 700 คน	1. ข้าวแกงคุณยาย	2. คำสิงห์โภชนา
	อาหารจีน			3. เจ๊ียงโภชนา	4. นายเคี่ยม
อำเภอนิคมพัฒนา	อาหารไทย	3	ประมาณ 250 คน	5. บ้านถั่วอก	6. สุดหาด
	อาหารทะเล			1. นาถน้ำ	1. นาถน้ำ
อำเภอเมืองระยอง	อาหารไทย	3	ประมาณ 250 คน	3. กันเอง	3. กันเอง

ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวระยอง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทางการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง มีดังนี้ 1) สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง ที่ตั้ง 153/4 ถนนสุขุมวิท ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 21000 โทรศัพท์ (038) 655420-1, 644585 โทรสาร (038) 655422 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง ที่ตั้ง สนามกีฬาากลางจังหวัดระยอง ถนนสุขุมวิท ตำบลเนินพระ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21000 โทรศัพท์ 0 3861 8968

ส่วนที่ 2 รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือรายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสำรวจ ตรวจสอบ คึกษาชุมชน การสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ร่วมกับผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบและรายงานทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงขอรายงานผลการศึกษา ดังนี้

ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่จังหวัดระยอง

ผู้แทนจากภาครัฐ มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ ดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ หาดสวนสน เกาะเสม็ด อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ทะเลหาดแม่พิมพ์ เกาะทะเล ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง สวนผลไม้ต่าง ๆ แม่น้ำประแส หาดแม่รำพึง เกาะมันใน อ่าวไข่ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล น้ำตกคลองปลาก้าง อ่างเก็บน้ำดอกกราย ถ้ำเขาประทุน แม่น้ำระยอง ถ้ำเขาวง ป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม น้ำตกเขาชะเมา ตามลำดับ

2. ทรัพยากรวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ วัดลุ่มมหาชัยชุมพล ตลาดบ้านเพ ตลาดผลไม้ตะพง วิถีชาวประมง วัดป่าประดู่ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช วัดราชบัลลังก์ ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP พิพิธภัณฑน์หนังใหญ่วัดบ้านดอน วัดละหารไร่ วิถีชาวสวน ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ตามลำดับ

3. ทรัพยากรมหรรรณที่น่าสนใจ ได้แก่ งานวันสุนทรภู่ มหกรรมส่งเสริมการเกษตร ตะวันออก งานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำงานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช มหกรรมบ้านดีระยอง การทำบุญลาน เทียวทะเลหาดบ้านเพ เกาะเสม็ด งานทอดผ้าป่ากลางน้ำ ประเพณีแห่นางแมว ประเพณีแข่งเรือยาว งานประเพณีกีฬา-ชิมปลาทะเลหนึ่งบ้านฉาง งานภูมิบุรีศรีระยอง ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง

4. ทรัพยากรกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ชิมผลไม้ในสวนสุภัทราแลนด์ ปูกล้วยตาก ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ตกปลาและตกหมึก ชิมผลไม้สวนบ้านเรา ชิมผลไม้ในสวนละไม ล่องเรือชมหิ่งห้อย ปั่นจักรยานเสือภูเขา

5. ทรัพยากรบริการที่น่าสนใจ ได้แก่ ระยองมีโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอใน ราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีรถโดยสารประจำทาง มีศูนย์

ข้อมูลนักท่องเที่ยว ศูนย์แสดงสินค้าอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) มีร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีโรงพยาบาลและคลินิก มีห้องสุขาสาธารณะอย่างเพียงพอ มีระบบการบริหารจัดการขยะในถนนแต่ละเส้นทางอย่างเพียงพอ มีร้านอาหารขนาดใหญ่ กลาง ร้านอาหารทะเล ร้านอาหารพื้นเมือง มีปั๊มน้ำมัน มีตำรวจท่องเที่ยว และมีระบบกล้องวงจรปิดตามจุดสำคัญต่าง ๆ

ผู้แทนจากภาคเอกชน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่มีดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ สวนผลไม้ต่าง ๆ อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า เกาะเสม็ด ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง หาดสวนสน หาดแม่พิมพ์ อ่าวไข่ ถ้ำเขาวง น้ำตกคลองปลา ก้าง แม่น้ำประแส ป่าชายเลนรักษ์แสม อ่างเก็บน้ำดอกกราย หาดแม่รำพึง น้ำตกเขาชะเมา เกาะทะลุ เกาะมันใน

2. ทรัพยากรวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน วัดลุ่มมหาชัยชุมพลและวัดราชบัลลังก์ วัดละหารไร่ วัดป่าประดู่ วิถีชาวสวน ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน

3. ทรัพยากรมรดกที่น่าสนใจ ได้แก่ มหกรรมส่งเสริมการเกษตรตะวันออก งานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ งานวันสุนทรภู่ ประเพณีแข่งเรือยาว เทียวทะเลหาดบ้านเพ-เกาะเสม็ด งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง ประเพณีแห่นางแมว วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช งานทอดผ้าป่ากลางน้ำ ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง การทำบุญลาน งานประเพณีกีฬา-ชิมปลาทะเลหนึ่งบ้านฉาง

4. ทรัพยากรกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ชิมผลไม้ในสวนละไม ชิมผลไม้ในสวนบ้านเรา ปลูกป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ตกปลาและตกหมึก บ้านจักรยานเสือภูเขา ชิมผลไม้ในสวนสุภัทราแลนด์ ล่องเรือชมหิ่งห้อย

5. ทรัพยากรบริการที่น่าสนใจ ได้แก่ ระยองมีรีสอร์ทและโฮมสเตย์แบบวิถีชีวิตริมน้ำ มีโรงแรมระดับ 2-5 ดาว มีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีตู้ ATM มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารทะเลบริเวณแหล่งท่องเที่ยววิมหาด มีตำรวจท่องเที่ยว มีบริการรถโดยสาร บริการเรือสำหรับนักท่องเที่ยวไปยังเกาะต่าง ๆ

ผู้แทนจากภาคประชาชน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่มีดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ ทะเลหาดแม่พิมพ์ เกาะมันใน ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง สวนผลไม้ต่าง ๆ แม่น้ำประแส น้ำตกเขาชะเมา เกาะเสม็ด อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม แม่น้ำระยอง อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล ถ้ำเขาวง ถ้ำเขาประทุน น้ำตกคลองปลาข้าง หาดสวนสน หาดแม่รำพึง อ่าวไข่ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา เขาวง เกาะทะลุ อ่างเก็บน้ำดอกกราย

2. ทรัพยากรวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ตลาดบ้านเพ วัดราชบัลลังก์ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน วัดละหารไร่ ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วัดป่าประดู่ วิถีชาวสวน ตลาดผลไม้ตะพง ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP วิถีชาวประมง ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช วัดลุ่มมหาชัยชุมพล

3. ทรัพยากรมรดกที่น่าสนใจ ได้แก่ งานผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ เทียวทะเลหาดบ้านเพ-เกาะเสม็ด งานวันสุนทรภู่ มหกรรมส่งเสริมการเกษตรตะวันออก มหกรรมบ้านดีระยอง การทำบุญลาน วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช งานทอดผ้าป่ากลางน้ำ ประเพณีแห่นางแมว ประเพณีแข่งเรือยาว งานประเพณีกีฬา-ซิมปลาทะเลหนึ่งบ้านฉาง ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง

4. ทรัพยากรกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ปลุกป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ซิมผลไม้สวนบ้านเรา ซิมผลไม้ในสวนละไม ปันจักรยานเสือภูเขา ล่องเรือชมหิ่งห้อย ซิมผลไม้ในสวนสุภัทราแลนด์ ตกปลาและตกหมึก

5. ทรัพยากรบริการที่น่าสนใจ ได้แก่ ระยองมีถึงขยะไว้บริการอย่างทั่วถึง มีห้องสุขาสาธารณะ มีตู้ ATM มีคลินิก มีปั้มน้ำมัน มีโรงพยาบาล มีร้านอาหาร ร้านอาหารทะเล ร้านอาหารพื้นเมือง มีโรงแรมขนาดใหญ่ มีที่พักแบบโฮมสเตย์ที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งแบบที่ไม่ติดริมน้ำและที่ติดริมน้ำ มีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีร้านจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว มีเรือสำหรับบริการข้ามเกาะ มีรถโดยสารประจำทาง

ผู้แทนจากนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่มีดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ เกาะเสม็ด แม่น้ำประแส ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า หาดแม่รำพึง ทะเลหาดแม่พิมพ์ สวนผลไม้ต่าง ๆ เกาะมันใน ถ้ำเขาวง น้ำตกเขาชะเมา หาดสวนสน เกาะทะลุ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง

ป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม อ่างเก็บน้ำดอกกราย อ่าวไข่ อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล ถ้าเขา
ประทุน น้ำตกคลองปลาแก้ง แม่น้ำระยอง

2. ทรัพยากรวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ วัดละหารไร่ ตลาดบ้านเพ
พิพิธภัณฑน์หนังใหญ่วัดบ้านดอน ตลาดผลไม้ตะพง วิถีชาวสวน ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน
มหาราช วัดราชบัลลังก์ ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน
OTOP วิถีชาวประมง ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วัดลุ่มมหาชัยชุมพล วัดป่าประดู่

3. ทรัพยากรมรดกธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง
งานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ งานวันสุนทรภู่ มหกรรมส่งเสริมการเกษตรตะวันออก การทำบุญ
ลาน งานทอดผ้าป่ากลางน้ำ มหกรรมบ้านดีระยอง วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ประเพณี
ทำบุญกลางทุ่ง เทียวทะเลหาดบ้านเพ-เกาะเสม็ด งานประเพณีกีฬา-ชิมปลาทะเลหนึ่งบ้านฉาง
ประเพณีแข่งเรือยาว งานภูมิบุรีศรีระยอง ประเพณีแห่นางแมว

4. ทรัพยากรกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ชิมผลไม้ในสวนละไม ตกปลาและตกหมึก
ปลุกป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ชิมผลไม้สวนบ้านเรา ชิมผลไม้ในสวนสวนสุภัทราแลนด์ ล่องเรือ
ชมหิ่งห้อย ปั่นจักรยานเสือภูเขา

5. ทรัพยากรบริการที่น่าสนใจ ได้แก่ มีโรงแรม มีรีสอร์ทและโฮมสเตย์รองรับ
นักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ระดับราคาอยู่ในระดับมาตรฐาน มีป้ายบอกทางไปยังแหล่ง
ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีเรือไว้สำหรับบริการ
นักท่องเที่ยว มีป้ายอธิบายแหล่งท่องเที่ยวตามจุดท่องเที่ยววนั้น ๆ มีบริการรถสามล้อท่องเที่ยว
บางจุดจะมีมัคคุเทศก์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว มีร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีห้องสุขา
สาธารณะเพียงพอ มีระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว มีร้านอาหารขนาดใหญ่
ขนาดกลาง ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารทะเลเสียบชายหาด มีปั้มน้ำมัน ตู้ ATM
โรงพยาบาลและคลินิก

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ
การท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง ทั้ง 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน
และนักท่องเที่ยว ซึ่งล้วนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันเป็นส่วนใหญ่ และอาจจะมีบางส่วนที่มี
ความคิดเห็นต่างไปบ้างแต่ก็ไม่มีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้วิจัย จึงขอสรุปความคิดเห็นของแต่ละภาค
ส่วนที่สอดคล้องกัน ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ ทะเล
อ่าวไทย หมู่เกาะเสม็ด เกาะมันใน ชายหาดแม่พิมพ์ หาดสวนสน หาดแม่รำพึง แม่น้ำระยอง
อ่างเก็บน้ำดอกกราย อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล เขื่อนเขาจุก แม่น้ำประแส ป่าชายเลน

สวนผลไม้ต่าง ๆ เช่น ส่วนทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ เป็นต้น ล้วนเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดระยอง

ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับทรัพยากรวัฒนธรรมของจังหวัดระยอง ได้แก่ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ ศาลพระเจ้าตากสินมหาราชวัดลุ่มชัยชุมพลและวัดราชบัลลังก์ ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ที่ชุมชนปากน้ำประแส วัดละหารไร่ วัดป่าประดู่ น้ำตกเขาชะเมา-เขาวง ถ้ำประทุน เป็นต้น ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดบ้านเพ ตลาดตะพง ตลาด ตลาดเกาะกLOY และอีกหนึ่งทรัพยากรวัฒนธรรมที่ทุกภาคส่วนมีความเห็นตรงกันว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากของจังหวัดระยอง คือ วิถีชาวสวนผลไม้ สวนยางพารา วิถีประมง เนื่องจากเป็นอาชีพหลักของชาวจังหวัดระยองมาแต่ดั้งเดิม จนถึงปัจจุบันนี้

ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับทรัพยากรมหกรรม เทศกาลและประเพณีของจังหวัดระยองได้แก่ งานวันสุนทรภู่ ซึ่งจะจัดทุกวันที่ 26 มิถุนายน เป็นต้นไป งานวันเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช งานรำลึกหลวงปู่คร่ำ วัดวังห้ว งานเทศกาลของดีเมืองระยอง งานเทศกาลลอยกระทง งานเทศกาลห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ งานเทศกาลแข่งขันเรือยาว งานวันไหล-ผู้สูงอายุ เป็นต้น

ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดระยอง ได้แก่ งานแข่งขันเรือยาว งานแข่งขันการทำอาหารพื้นบ้าน กิจกรรมงานวันสุนทรภู่ กิจกรรมการแข่งขันผลไม้ที่มีคุณภาพในงานเทศกาลผลไม้ของดีเมืองระยอง และเทศกาลผลไม้ของดีเมืองแกลง กิจกรรมวันสงกรานต์ กิจกรรมวันลอยกระทง กิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อยที่แม่น้ำประแส ในช่วงเดือนตุลาคม กิจกรรมตกปลาตกปลาหมึก กิจกรรมปั่นจักรยานชายหาดสวนสนไปบนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต กิจกรรมชิมผลไม้ในสวนในช่วงผลไม้ กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมเก็บขยะที่เกาะเสม็ด และชายทะเลของระยอง เป็นต้น

ส่วนความเห็นของภาคส่วนต่าง ๆ ในส่วนเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการนั้น ล้วนมีความเห็นว่า จังหวัดระยองมีความพร้อมในด้านการรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีโรงแรมขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐาน ขนาดกลาง ขนาดเล็ก มีรีสอร์ทและโฮมสเตย์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอในราคาที่เหมาะสมและไม่แพง มีป้ายบอกทางที่ไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีรถในการเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีเรือบริการข้ามจากฝั่งบกไปเกาะต่าง ๆ เช่น ไปยังหมู่เกาะเสม็ด เกาะมันนอก เกาะมันใน เกาะมันกลาง มีเส้นทางจักรยานที่ชัดเจน บริเวณชายหาด มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึกมากมาย มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง มีระบบรักษาความปลอดภัย มีกล้องวงจรปิด CCTV ในสถานที่ท่องเที่ยว มีร้านอาหารจำนวนมาก ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก ร้านอาหารพื้นเมือง

และร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในราคาที่ประหยัด มีโรงพยาบาล คลินิก ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพตำบล มีปั้มน้ำมัน และธนาคาร ตู้ ATM จำนวนมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า จังหวัดระยองมีความพร้อมในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติด้านทางทะเล น้ำตก ภูเขา ถ้ำ ป่าชายเลน แม่น้ำลำคลอง อ่างเก็บน้ำ สวนผลไม้ที่ขึ้นชื่อ สวนยางพารา ส่วนทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในระดับประเทศ เช่น อนุสาวรีย์สุนทรภู่ กวีเอกของโลก วัดสำคัญ ๆ มากมาย ตลาดที่มีของฝากมากมาย พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน พิพิธภัณฑ์สวนน้ำระยอง พิพิธภัณฑ์บ้านปากน้ำประแส เป็นต้น อีกทั้งยังมีมหรหรรรม เทศกาล และประเพณีที่สำคัญระดับประเทศอีกหลายประเพณี เช่น งานวันสุนทรภู่ งานวันพระเจ้าตากสินมหาราช มหกรรมเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง เทศกาลผลไม้และของดีเมืองแกลง ประเพณีแข่งขันเรือยาว ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ประเพณีห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ ซึ่งที่ได้กล่าวมานั้นล้วนเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดระยอง ด้วยความพร้อมของทรัพยากรทุกด้านที่กล่าวมา ทำให้เกิดกิจกรรมที่น่าสนใจของชาวจังหวัดระยองมากมายและทำให้เกิดการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีโรงแรมเกิดขึ้นมากมายทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก โฮมสเตย์ รีสอร์ท มีสนามบินนานาชาติอยู่ตะเภ-พัทยา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวจังหวัดระยองทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผนวกกับรัฐบาลให้พื้นที่จังหวัดระยองเป็นเขตพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งถือได้ว่าจังหวัดระยองมีความสำคัญพร้อมในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านคมนาคม โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น จิตใจที่ดีของคนจังหวัดระยอง การเกษตร การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ผลการตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

เกาะเสม็ด

ที่ตั้ง: เป็นเกาะที่ตั้งอยู่ในตำบลเพ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด

การเข้าถึง: เส้นทางแรก ทางหลวงหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) จากกรุงเทพฯ ผ่านอำเภอบางปู อำเภอบางปะกง จังหวัดชลบุรี บางแสน ศรีราชา พัทยา หาดจอมเทียน สัตหีบ อำเภอบางฉาง ไปจนถึงอำเภอเมือง จังหวัดระยอง รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร



ภาพ 27 แสดงเกาะเสม็ด

ที่มา: อีดีทีไกด์, 2558, สื่อดอนไลน์

เส้นทางที่ 2 ทางหลวงหมายเลข 34 (ถนนบางนา-ตราด) เริ่มจากตรงจุดสิ้นสุดทางด่วนด่านเฉลิมนคร อำเภอบางนา ผ่านอำเภอบางพลี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 ที่กิโลเมตรที่ 70 อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา หลังจากนั้นก็จะผ่านเส้นทางเดียวกันกับเส้นทางที่ 1 รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 3 ทางหลวงหมายเลข 36 (บายพาส 36) จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 2 จนถึงกิโลเมตรที่ 140 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 36 จากนั้นให้เดินทางต่อไปยังจังหวัดระยองด้วยระยะทาง 70 กิโลเมตร รวมระยะทางประมาณ 210 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 4 ทางหลวงหมายเลข 344 (ถนนสายบ้านบึง-แกลง) เริ่มจากจังหวัดชลบุรี ผ่านอำเภอบ้านบึง หนองใหญ่ อำเภอรังจันทร์ และสิ้นสุดที่อำเภอแกลง เป็นระยะทาง 100 กิโลเมตร (กรุงเทพฯ-ชลบุรี 80 กิโลเมตร) เส้นทางเส้นนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอแกลง หรือเดินทางไปยังจังหวัดจันทบุรี หรือจังหวัดตราด และหากต้องการที่จะเดินทางเข้าสู่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ให้ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3 โดยย้อนกลับมาอีกประมาณ 42 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 5 ทางหลวงหมายเลข 7 (สายมอเตอร์เวย์) เริ่มจากถนนพัฒนาการ เขตประเวศ กรุงเทพฯ ไปสิ้นสุดที่ จังหวัดชลบุรี ระยะทาง 75 กิโลเมตร จากนั้นใช้ทางหลวง หมายเลข 36 เป็นระยะทาง 100 กิโลเมตร จนถึงอำเภอเมือง จังหวัดระยอง รวมระยะทาง ทั้งสิ้นประมาณ 175 กิโลเมตร

ความเป็นมา: เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด ตั้งอยู่ในเขต ตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เกาะเสม็ด เชื่อกันว่าเป็นเกาะแก้วพิสดาร ในวรรณคดีพระอภัยมณีของสุนทรภู่ อยู่ห่างจากฝั่งบ้านเพ เพียง 6.5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ ประมาณ 3,125 ไร่ นั่งเรือใช้เวลาประมาณ 20-30 นาที เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในอุทยาน แห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เหตุที่มีชื่อว่า เกาะเสม็ด เพราะเกาะนี้มีต้นเสม็ดขาว และเสม็ดแดงขึ้นอยู่มาก ซึ่งในอดีตชาวบ้านนำมาใช้ทำไม้จุดไฟบนเกาะเสม็ดไม่มีแม่น้ำลำคลอง พื้นที่ส่วนใหญ่ของเกาะเป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม- กันยายน ช่วงเดือนพฤษภาคมมีมรสุมและคลื่นลมจัด เดือนสิงหาคมมีฝนตกชุก

ความสำคัญ: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ แต่ละหาดของเกาะเสม็ด มีความน่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละหาด ทั้งเป็นหาดทรายที่ขาว สะอาด ละเอียดย น้ำทะเลใส เป็นสิ่ฟ้าครามและไม่ได้เจียบสงบมากนัก เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบ ความคึกคักทั้งกลางวันและกลางคืน

ลักษณะเด่น: เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดใน อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด อยู่ห่างจากฝั่งบ้านเพ จังหวัดระยอง ระยะทาง 6 กิโลเมตร เกาะเสม็ดมีหาดทรายที่ขาวสะอาด นับเป็นจุดเด่นที่สร้างชื่อเสียงให้กับเกาะเสม็ดอย่างมาก ธรรมชาติรอบ ๆ เกาะสวยงาม ด้วยเว้าอ่าวและหาดทรายขาวหลายแห่ง

สภาพปัจจุบัน: เกาะเสม็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีนักท่องเที่ยว เข้ามาพักผ่อน เที่ยวชมตลอดทั้งปี

ปัญหา: ปัญหาอาคารผิดกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันและดำเนินกิจการอยู่แล้ว จากการ ปล่อยปลະละเลยของเจ้าหน้าที่อุทยาน

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลเพ รับผิดชอบดูแล

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศและส่งเสริม ให้ประชาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



ภาพ 28 แสดงทะเลหาดแม่พิมพ์

ที่มา: มารีน ทราเวล, 2558, สื่อออนไลน์

ทะเลหาดแม่พิมพ์

ที่ตั้ง: ตำบลบ้านกร่ำ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: เดินทางเส้นสุขุมวิท จากตัวเมืองระยองไปทางแกลง เลี้ยวขวาตามป้ายบอกทางเข้าแหลมแม่พิมพ์ ถึงสี่แยกเลี้ยวซ้ายไปทางแหลมแม่พิมพ์

ความเป็นมา: หาดแม่พิมพ์เป็นหาดชื่อดังของจังหวัดระยอง เป็นชายหาดที่ไม่เสียเบงกาทอง เทศกาล วันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุด จะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวพักผ่อนที่หาดนี้ค่อนข้างมาก หาดแม่พิมพ์ ตั้งอยู่ในอำเภอแกลง อยู่ห่างจากตัวเมืองระยอง มาทางอำเภอแกลง ประมาณ 48 กิโลเมตร เป็นชายหาดที่ต่อจากหาดวังแก้ว หาดยาวประมาณ 4 กิโลเมตร มีความเป็นธรรมชาติสวยงาม มีแนวต้นสนสลัดต้นหูกวาง รมรื่นตลอดริมหาด หน้าหาดทรายกว้างขวาง หาดมีความลาดเอียงน้อย ทรายละเอียด ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูมรสุมคลื่นลมไม่แรงมาก สามารถลงเล่นน้ำได้

ความสำคัญ: หาดแม่พิมพ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อุบัติกันดีในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดเทศกาล จะมีนักท่องเที่ยวมาพักผ่อนในหาดแม่พิมพ์ค่อนข้างมาก

ลักษณะเด่น: ชายหาดแม่พิมพ์เป็นหาดยาว มีถนนเลียบชายหาดตลอดแนว น้ำทะเลไม่ถึงกับใสมากสามารถลงเล่นน้ำได้ ชายหาดบางช่วงเป็นหาดเงียบ ๆ เหมาะสำหรับการพักผ่อน ปูเสื่อใต้ต้นไม้ สำหรับคนที่ชอบชายหาดแบบเตียงผ้าใบ มีกิจกรรมทางน้ำให้เล่น เช่น บานาน่าโบ๊ท ห่วงยางให้เช่า

สภาพปัจจุบัน: ทะเลหาดแม่พิมพ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คนส่วนใหญ่อื่นชอบเนื่องจากบรรยากาศค่อนข้างสงบและสวยงามเหมาะกับการพักผ่อน

ปัญหา: การบุกรุกพื้นที่สาธารณะบริเวณชายหาด การออกแบบชายหาดที่ไม่ถูกต้อง มีการก่อสร้างบริเวณสันทรายส่วนแรก เช่น การสร้างศาลาที่พัก และปัญหาเรื่องน้ำเสียจากผู้ประกอบการที่อยู่บริเวณชายหาดที่ปล่อยน้ำเสียลงสู่ชายหาด

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เทศบาลตำบลสุนทรภู่ เป็นผู้รับผิดชอบดูแล

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามของประเทศ



ภาพ 29 แสดงหาดสวนสน

ที่มา: เทียวเพลิน, 2560, สื่อออนไลน์

หาดสวนสน

ที่ตั้ง: ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3145 ตำบลแก่ง อำเภอมืองระยอง จังหวัดระยอง 21160

การเข้าถึง: จากถนนสุขุมวิท (ทางหลวงหมายเลข 3) แยกขวากิโลเมตรที่ 238 เข้าทางหลวงหมายเลข 3140 ทางไปบ้านเพ ขับไปตามถนนเลียบหาดจะถึงหาดสวนสน

ความเป็นมา: เป็นชายหาดที่มีความยาวประมาณ 4 กิโลเมตร สามารถลงเล่นน้ำได้ตลอดแนวชายหาด มีร้านค้า บ้านพักและร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ความสำคัญ: เป็นสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวนิยมมาพักผ่อนชมทิวทัศน์ที่สวยงาม เป็นถนนที่สวยงามที่สุดในจังหวัดระยอง

ลักษณะเด่น: มีโครงสร้างทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง จุดเด่นของหาดสวนสน คือ ถนนเลียบชายหาดจะมีต้นสนปกคลุมเสมือนอยู่ในอุโมงค์ของต้นสน

สภาพปัจจุบัน: เป็นแหล่งธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวชมและพักผ่อน มีบ้านพักและร้านอาหารไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

ปัญหา: ปัญหาการรุกล้ำพื้นที่สาธารณะของร้านค้า ร้านอาหาร ปัญหาขยะมูลฝอยมีขยะพัดเข้ามาบริเวณชายหาด

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลแก่ง เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ เป็นแหล่งการเรียนรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติ

หาดแม่รำพึง

ที่ตั้ง: หาดแม่รำพึงตั้งอยู่ใน ตำบลตะพง อำเภอบ้านฉาง

การเข้าถึง: เส้นสุขุมวิท วิ่งจากตัวเมืองจังหวัดระยองไปทางอำเภอกาบัง ก่อนถึงตำบลบ้านเพจะมีป้ายบอกทางเลี้ยวขวาแยกเข้าชายหาดรำพึง

ความเป็นมา: แต่เดิมหาดแม่รำพึงและบ้านก้นอ่าวมีเพียงหมู่บ้านชาวประมงเล็ก ๆ สำหรับบ้านก้นอ่าวเป็นหมู่บ้านที่อยู่ไกลที่สุดในสมัยก่อน เนื่องจากเป็นอ่าวเว้าลึกเข้าไป จึงเรียกว่า “ก้นอ่าว” ส่วนหาดแม่รำพึงมีตำนานเล่าว่า มีหญิงสาวชาวบ้านคนหนึ่งมาโดดทะเลฆ่าตัวตายบริเวณนี้ เนื่องจากผิดหวังในความรัก จึงเป็นที่มาของคำว่า “แม่รำพึง”

ความสำคัญ: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดระยอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นิยมมาพักผ่อนและชมความสวยงามของชายหาดแม่รำพึง



ภาพ 30 แสดงหาดแม่รำพึง

ที่มา: สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดระยอง, 2559, สื่อออนไลน์

ลักษณะเด่น: เป็นชายหาดทรายขาวที่ยาวที่สุดของฝั่งทะเลด้านตะวันออกมีความยาว 12 กิโลเมตร สุดหาดเป็นที่ตั้งของบ้านก้นอ่าวเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านชาวประมงพื้นบ้าน

สภาพปัจจุบัน: เปิดบริการให้เข้าชมฟรีทุกวัน

ปัญหา: การเล่นน้ำทะเลบริเวณชายหาดแม่รำพึง ควรระมัดระวังเป็นพิเศษ โดยปฏิบัติตามป้ายเตือนที่ติดตั้งไว้ เนื่องจากบางบริเวณเป็นแอ่งน้ำลึกอาจเกิดอันตรายได้ และไม่ควรเล่นน้ำในขณะคลื่นลมแรง

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลแม่รำพึงเป็นผู้รับผิดชอบดูแล

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ เป็นแหล่งการเรียนรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติ

อ่าวไข่มุก แหลมตาล อ่าวมะขามป้อม

ที่ตั้ง: อยู่ในอำเภอแกลง เป็นหาดสั้น ๆ ประมาณ 500 เมตร อยู่ถัดจากแหลมแม่พิมพ์ยาวไปถึงแหลมตาล



ภาพ 31 แสดงอ่าวมะขามป้อม

ที่มา: ระยองฮิป, 2558, สื่อออนไลน์

การเข้าถึง: การเดินทางไปยังอ่าวไข่ แหลมตาล อ่าวมะขามป้อมการเดินทางไปยังอ่าวไข่ แหลมตาล อ่าวมะขามป้อมทั้งสามแห่งนี้อยู่ในเส้นทางเดียวกันโดยแยกจากเส้นทางไปแหลมแม่พิมพ์ อ่าวมะขามป้อมกับแหลมตาลจะไปทางเดียวกัน ส่วนอ่าวไข่จะอยู่ใกล้แหลมแม่พิมพ์มากกว่า ระยะห่างจากตัวเมืองระยอง 47 กิโลเมตร ระยะห่างจากแยกแกลง (สามย่าน) 20 กิโลเมตร

ความเป็นมา: อ่าวไข่ แหลมตาล อ่าวมะขามป้อม เป็นพื้นที่คล้ายแหลมยื่นออกมา ถ้ามาจากอำเภอแกลงจะเจอทางแยกเพื่อมาบริเวณนี้ก่อนที่จะถึงแหลมแม่พิมพ์ เป็นอีกจุดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยว รวมถึงยังมีท่าเรือตรงแหลมตาลไว้สำหรับเดินทางไปยังหมู่เกาะมัน จังหวัดระยอง

ความสำคัญ: หาดอ่าวไข่ อยู่ในอำเภอแกลง เป็นหาดสั้น ๆ ประมาณ 500 เมตร อยู่ถัดจากแหลมแม่พิมพ์ ยาวไปถึงแหลมตาล สามารถเดินจากบริเวณสุดหาดแม่พิมพ์ ผ่านศาลเจ้าแม่พิมพ์ที่อยู่บริเวณแหลมแม่พิมพ์ แล้วเดินลัดมาตามริมฝั่งไปอ่าวไข่ มีบรรยากาศเงียบสงบ หาดกว้าง สุดชายหาดเป็นบริเวณที่มีที่พักส่วนบุคคล ชาวต่างชาติที่เคยมาจะมานอนอาบแดดบริเวณนี้ สามารถเห็นวิวทิวทัศน์หมู่เกาะมัน มีทรายละเอียด น้ำใสสะอาด เล่นน้ำได้ หาดมีความลาดชันน้อย มีร้านอาหาร และมีที่พักทั้งแบบบังกะโล รีสอร์ท

ลักษณะเด่น: หาดอ่าวไข่ เป็นอ่าวเล็ก ๆ อยู่เลยจากหาดแม่พิมพ์ บรรยากาศค่อนข้างเงียบ ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมากนัก แหลมตาล อยู่ระหว่างอ่าวไข่กับอ่าวมะขามป้อม เป็นแหลมยื่นออกไปติดกับอ่าวมะขามป้อม มีท่าจอดเรือสำหรับชาวประมง และเป็นท่าเรือรับ-ส่งโดยสาร สำหรับคนที่ต้องการไปเกาะมันนอก เกาะมันกลาง และเกาะมันใน มีเรือให้เช่าเหมาลำเพื่อ ดำน้ำชมปะการัง อ่าวมะขามป้อม อยู่ห่างจากแหลมตาล เป็นเขตหมู่บ้านชาวประมง ท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ริมฝั่งทะเล อ่าวมะขามป้อมเป็นอ่าวราบเรียบ น้ำตื้น เวลान้ำลงช่วงเย็น ๆ จะมองเห็นหาดทรายกว้างออกไปไกล อ่าวนี้ไม่เหมาะกับการลงเล่นน้ำ เพราะเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงหอยนางรม เวลान้ำแห้งสามารถลงเดินไปในทะเลดูปูลม ชมการเลี้ยงหอย เหมาะกับการมาเดินเล่น นั่งเล่น พักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวมาชมเรือตกปลาในแถบนี้

สภาพปัจจุบัน: มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพักผ่อนมากเนื่องจากอ่าวไข่ แหลมตาล เป็นพื้นที่ที่มีความเงียบสงบ

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลแก่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: สามารถเป็นจุดเชื่อมโยงต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ



ภาพ 32 แสดงอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด

ที่มา: แองเจิล สตาร์ ทราเวล, 2560, สื่อออนไลน์

อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด

ที่ตั้ง: 79 หมู่ 1 บ้านกันอ่าว ถนนหาดแม่รำพึง-เพ ตำบลเพ

การเข้าถึง: นั่งรถโดยสารประจำทางกรุงเทพฯ-บ้านเพ แล้วเหมารถมอเตอร์ไซด์หรือหากมาโดยรถยนต์ส่วนตัวจากกรุงเทพฯ พอถึงสี่แยกตะพงให้เลี้ยวขวา และขับรถเลียบชายหาด 12 กิโลเมตร

ความเป็นมา: ในปี พ.ศ. 2518 ได้มีนายทุนกลุ่มหนึ่ง รวมหุ้นกันเพื่อดำเนินการขอเช่าเกาะเสม็ดจากจังหวัดระยอง เพื่อจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยจะสร้างกระเช้าลอยฟ้าข้ามจากฝั่งเขาแหลมหญ้าไปยังเกาะเสม็ดเพื่อบริการนักท่องเที่ยว แต่โครงการต้องระงับไปเพราะได้ถูกกลุ่มนิสิต นักศึกษาเป็นจำนวนมากจากหลายสถาบันเดินขบวนคัดค้าน และในปีเดียวกันนั้น สมาคมนุรักษ์ศิลปกรรมและสิ่งแวดล้อม ได้มีหนังสือที่ 538/2518 ลงวันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2518 ถึงผู้ว่าราชการจังหวัดระยองให้ความเห็นว่า ควรมีการอนุรักษ์เกาะเสม็ด (เกาะแก้วพิสดารในเรื่องพระอภัยมณีอันเป็นวรรณกรรมเอกของสุนทรภู่) ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สงวนไว้เป็นสมบัติของประชาชนโดยทั่วไป โดยจัดตั้งเป็นวนอุทยานทางทะเล และคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 1/2519 วันที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2519 ให้กรมป่าไม้ประสานกับจังหวัดระยอง พิจารณาในการจัดตั้งเกาะเสม็ดเป็นอุทยานแห่งชาติ ขณะนั้นเกาะเสม็ดอยู่ในความรับผิดชอบของกองทัพเรือ กรมป่าไม้จึงได้มีหนังสือที่ กษ 0808/1713 ลงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2522 ขอพื้นที่ดังกล่าวไปอยู่ในความควบคุมดูแลของกรมป่าไม้ ซึ่งกองทัพเรือได้มีหนังสือ ที่ กท 0352/6405 ลงวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2522 ตอบไม่ขัดข้องที่จะให้กรมป่าไม้เข้าควบคุมดูแลเกาะเสม็ด และต่อมาคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติได้มีมติในการประชุมครั้งที่ 5/2522 เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2522 แจ้งให้กรมป่าไม้ดำเนินการอนุรักษ์เกาะเสม็ดเป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเล

กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ จึงได้มีคำสั่ง ที่ 82/2523 ลงวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2523 ให้นายสมบุญ วงศ์ภักดี ออกไปทำการสำรวจพื้นที่ป่าไม้บริเวณเขาแหลมหญ้าและบริเวณข้างเคียง ท้องที่บ้านเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพื่อกำหนดเป็นอุทยานแห่งชาติ และให้ทำการจัดตั้งเป็นวนอุทยานเขาแหลมหญ้า ซึ่งจากการสำรวจของนายสมบุญ วงศ์ภักดีพบว่า เขาแหลมหญ้าประกอบด้วยเขาหินลูกรังเตี้ย ๆ ชายทะเลทางทิศตะวันตก มีหาดทรายกว้าง และทอดตัวโค้งยาวออกไปสวยงามมาก น้ำทะเลใส สามารถมองเห็นแนวปะการังที่สวยงามได้อย่างชัดเจน เกาะเสม็ดประกอบด้วยหาดทรายขาวรอบเกาะ เป็นหาดทรายที่สวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน มีเกาะเล็กเกาะน้อยที่มีหาดทรายและธรรมชาติสวยงาม เหมาะสมต่อการจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ

กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ ได้นำผลการสำรวจเสนอคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีมติในการประชุมครั้งที่ 4/2523 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2523 เห็นสมควรให้ออกพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณที่ดินป่าเขาแหลมเทียน เขาเปล็ด เขาแหลมหญ้า เกาะเสม็ด และเกาะใกล้เคียง ในท้องที่ตำบลเพ อำเภอเมืองระยอง และตำบลแก่ง อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง เนื้อที่ประมาณ 81,875 ไร่ หรือ 131 ตารางกิโลเมตร ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ หน้า 6 เล่ม 98 ตอนที่ 162 ลงวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2524 และเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 34 ของประเทศไทย

ความสำคัญ: อุทยานแห่งชาติทางทะเลที่มีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดระยอง เป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเลแห่งที่ 3 ที่ได้รับการประกาศอย่างเป็นทางการ ประกอบด้วย เกาะเสม็ด เกาะจันทร์ เกาะกุฎี เกาะขาม เกาะกรวย เกาะปลายตีน เกาะทะเล และเกาะท้ายค้างคาว บนเกาะยังมีถนนเพียงสายเดียว ซึ่งมีลักษณะเป็นทั้งถนนคอนกรีตและถนนดิน นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการรถสองแถวที่เริ่มจากท่าเรือหน้าด่านไปตามหาดต่าง ๆ และสิ้นสุดที่อ่าวปะการัง

ลักษณะเด่น: อุทยานฯ มีลานกางเต็นท์ เต็นท์พักแรม และบ้านพักให้บริการกระจายอยู่ในอ่าวต่าง ๆ เช่น อ่าวลูกโยน อ่าวพร้าว และบนเกาะกุฎี ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องเช่าเหมาเรือหากต้องการพักบ้านพักของอุทยานฯ บนเกาะนี้ ส่วนจุดกางเต็นท์ของอุทยานฯ มีอยู่ 3 จุดด้วยกัน ได้แก่ หาดทรายแก้ว อ่าววงเดือน และอ่าวปะการัง กิจกรรมทางทะเลอื่น ๆ เช่น นั่งเรือชมทัศนียภาพรอบเกาะและเกาะต่าง ๆ ดำน้ำ ดูปะการัง เจ็ตสกี วินด์เซิร์ฟ ฯลฯ

สภาพปัจจุบัน: หาดทรายกว้าง และทอดตัวโค้งยาวออกไปสวยงามมาก น้ำทะเลใสสามารถมองเห็นแนวปะการังที่สวยงามได้อย่างชัดเจน เกาะเสม็ดประกอบด้วยหาดทรายขาวรอบเกาะ เป็นหาดทรายที่สวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน มีเกาะเล็กเกาะน้อย ที่มีหาดทรายและธรรมชาติสวยงาม

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ดเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติในประเทศ

เกาะทะเล

ที่ตั้ง: ห่างจากเกาะกุฎี ไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 6 กิโลเมตร

การเข้าถึง: เหมาเรือจากเกาะเสม็ด จากท่าเรือบ้านเพ



ภาพ 33 แสดงเกาะทะเล

ที่มา: นัฐวุฒิ พัฒน์ทอง, 2556, สื่อบนออนไลน์

ความเป็นมา: เกาะทะเลนับเป็นเกาะโดดเดี่ยวในกลุ่มเกาะบริวารของเกาะเสม็ดหาดทราย ของเกาะทะเลชวรสอาดมาก น้ำทะเลใสลงเล่นน้ำได้เป็นอย่างดี และมีความสำคัญในฐานะแหล่งวางไข่ของเต่าทะเล ส่วนรูทะเลใหญ่นั้นอยู่ทางหัวเกาะสามารถมองเห็นได้จากบนเรือ แม้เกาะทะเลจะมีหน่วยพิทักษ์อุทยาน ฯ ตั้งอยู่และสามารถกางเต็นท์พักแรมได้ แต่ก็ไม่ใช่ที่นิยมเพราะสามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้เวลาไม่มากนักในการท่องเที่ยวบนเกาะ

ความสำคัญ: เป็นแหล่งเหมาะแก่การดำน้ำลึกสำหรับนักท่องเที่ยว จุดที่เหมาะสมแก่การดำน้ำอยู่ทางด้านหน้าเกาะ เพราะคลื่นลมสงบและน้ำใส นอกจากนี้ ยังมีนกนางนวลและค้างคาวแม่ไก่อาศัยจำนวนมาก

ลักษณะเด่น: พื้นที่ส่วนใหญ่ของ เกาะทะเล เป็นป่าดิบ ทางทิศตะวันตกของเกาะเป็นแนวหน้าผาสูงชัน ทิศตะวันออกและทิศใต้เป็นหาดทรายขาวสะอาด จุดเด่นของ เกาะทะเลอยู่ที่ชายหาดสวย น้ำทะเลใส เงียบสงบ มีจุดชมวิว และจุดดำน้ำ เป็นเกาะที่มีแนวปะการังที่สวยงามที่สุดของทะเลระยอง (ฤดูกาลที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวคือ ช่วง พฤศจิกายน-เมษายน

สภาพปัจจุบัน: มีแนวปะการังที่อุดมสมบูรณ์อยู่รอบ ๆ เกาะ เหมาะแก่การดำน้ำดูปะการังและเป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเพราะมีบรรยากาศที่เงียบสงบ

ปัญหา: ช่องทะลุที่หน้าผาดินด้านหัวเกาะ ซึ่งเป็นที่มาชื่อเกาะทะลุ ไม่มีทางเดินมาถึง ต้องนั่งเรือมาชมเท่านั้น

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญให้ผู้ที่ต้องการศึกษาธรรมชาติได้เรียนรู้



ภาพ 34 แสดงเกาะมันใน

ที่มา: ชาบซาส์ดอทคอม, 2559, ลีออนไลน์

เกาะมันใน

ที่ตั้ง: เป็นหมู่เกาะในเขตตำบลกร่ำ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: เกาะมันในเปิดให้ขึ้นเกาะตั้งแต่เวลา 08.30-16.00 น. (ไม่อนุญาตให้พักค้างคืนบนเกาะ) มีเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว สามารถเที่ยวแบบเช่าไป เียนกลับ มีราคาเหมาแพ็คเกจจากแหลมแม่พิมพ์ หรือเช่าเรือที่ อ่าวมะขามป้อม มีทั้งแบบสปีดโบ๊ทและเรือประมงเหมาลำ

ความเป็นมา: เกาะมันใน เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากเกาะเสม็ด และใหญ่ที่สุดในหมู่เกาะมัน มีเนื้อที่ประมาณ 131 ไร่ ตั้งอยู่ใกล้ชายฝั่งมากที่สุด ห่างจาก

แหลมแม่พิมพ์ประมาณ 5 กิโลเมตร ซึ่งใช้เวลาเดินทางจากแหลมแม่พิมพ์ประมาณ 30 นาที เกาะนี้นักท่องเที่ยวสามารถแวะเยี่ยมชมสถานีอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล เล่นน้ำ เดินเที่ยวรอบเกาะเพื่อศึกษาธรรมชาติ และชมปะการังรอบเกาะได้ แต่ไม่อนุญาตให้พักค้างคืนบนเกาะได้

ความสำคัญ: เกาะมันใน เป็นที่ตั้งของศูนย์วิจัยทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทยฝั่งตะวันออก โดยกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง โครงการนี้เริ่มดำเนินการโดยพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงห่วงใยว่าเต่าทะเลไทยใกล้จะสูญพันธุ์ และหาแหล่งธรรมชาติในการเพาะพันธุ์ได้ยากขึ้นเรื่อย ๆ ในปี พ.ศ. 2522 พระองค์จึงทรงพระราชทานเกาะมันใน ที่เป็นทรัพย์สินส่วนพระองค์ เพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการก่อตั้งโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในบริเวณอ่าวไทย โดยมีชื่อโครงการว่า “โครงการสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล” ภายใต้การดูแลของกรมประมงและกองทัพเรือ จุดประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางการอนุรักษ์ เพาะพันธุ์ และขยายพันธุ์เต่าทะเล นอกจากนี้ยังทรงพระราชทานพ่อพันธุ์แม่พันธุ์เต่าตนุ และเต่ากระ เพื่อใช้ในการขยายพันธุ์ต่อไป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 โครงการได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ศูนย์วิจัยทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทยฝั่งตะวันออก” ดูแลโดยกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ภายใต้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สถานีอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะ มีอาคารพิพิธภัณฑ์เต่าทะเลที่จัดแสดงนิทรรศการเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจถึงลักษณะการดำรงชีวิต แหล่งที่อยู่อาศัย และชีวิตความเป็นอยู่ของเต่าทะเล นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างเต่าทะเลแต่ละชนิดสตาฟไว้ให้ศึกษา เช่น เต่ามะเฟืองขนาดใหญ่ที่พบในบริเวณเกาะมันใน บริเวณนอกตัวอาคารแนวหาดและโดยรอบเกาะ มีโรงเพาะฟักไข่เต่าทะเล บ่อเต่าที่เป็นพ่อ-แม่พันธุ์ บ่อฟักฟักพันธุ์เต่าทะเลหลายชนิด เช่น เต่าหญ้า เต่ากระ เต่าตนุ บ่ออนุบาลเต่า ที่เป็นบ่อที่ปลอดภัย

ลักษณะเด่น: ช่วงเวลาน้ำลดจะเกิดเป็นทะเลแหวกเป็นสันทรายโผล่ขึ้นมาเป็นสันทรายทอดยาวจากเกาะมันในไปจนถึงเกาะมันกลาง มีระยะทางประมาณ 200 เมตร นับเป็นทะเลแหวกภาคตะวันออก เป็นที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดระยอง สวยงามไม่แพ้ทะเลแหวกของทางภาคใต้

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้เข้าชม เวลา 08.30–16.00 น.

ข้อจำกัดในการพัฒนา: ศูนย์วิจัยทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทย ฝั่งทะเลตะวันออกเป็นผู้ดูแล

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นแหล่งเรียนรู้ของธรรมชาติที่สวยงามของประเทศ



ภาพ 35 แสดงอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง

ที่มา: ท่องทั่วไทย, 2560, สื่อดอนไลน์

อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง

ที่ตั้ง: เลขที่ 11 อำเภอแกลง จังหวัดระยอง รหัสไปรษณีย์ 21110

การเข้าถึง: ห่างจากตัวเมืองระยอง 74 กิโลเมตร ห่างจากสี่แยกแกลง (สามย่าน) 32 กิโลเมตร การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังอุทยานฯ ควรใช้เส้นทางสายมอเตอร์เวย์ แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 344 (บ้านบึง-แกลง) เป็นถนนเส้นตัดตรงที่ไม่ผ่านเมืองชลบุรี พัทยา สัตหีบ ไปสุดที่อำเภอแกลง เมื่อถึงแกลงเลี้ยวซ้ายต่อไปยังเส้นทางหลวงสาย 3 ถนนเส้นสุขุมวิท ทางไปจันทบุรี อีกประมาณ 7 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายตามป้ายเข้าอำเภอเขาชะเมา เดินทางต่อไปอีก 17 กิโลเมตร ถึงหมู่บ้านน้ำใส เลี้ยวขวาไปอีก 1 กม. จะถึงที่ทำการอุทยานฯ

ความเป็นมา: อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 13 ของไทย เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2518 มีเนื้อที่ประมาณ 52,300 ไร่ หรือ 83.68 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่สองจังหวัด พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอแกลง กิ่งอำเภอเขาชะเมา จังหวัดระยอง และพื้นที่บางส่วนของอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี ลักษณะของเขาชะเมาประกอบด้วยเทือกเขาสูงชัน สลับซับซ้อน เป็นสันเขา ยอดเขาที่สูงที่สุดคือ ยอดเขาชะเมา สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 1,024 เมตร ส่วนบริเวณเขาวง เป็นเทือกเขาหินปูนทอดยาว

ในแนวเหนือ-ใต้ มีลักษณะล้อมเป็นวง เป็นระยะทางประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นแหล่งต้นน้ำของคลองนายายอาม ในจังหวัดจันทบุรี

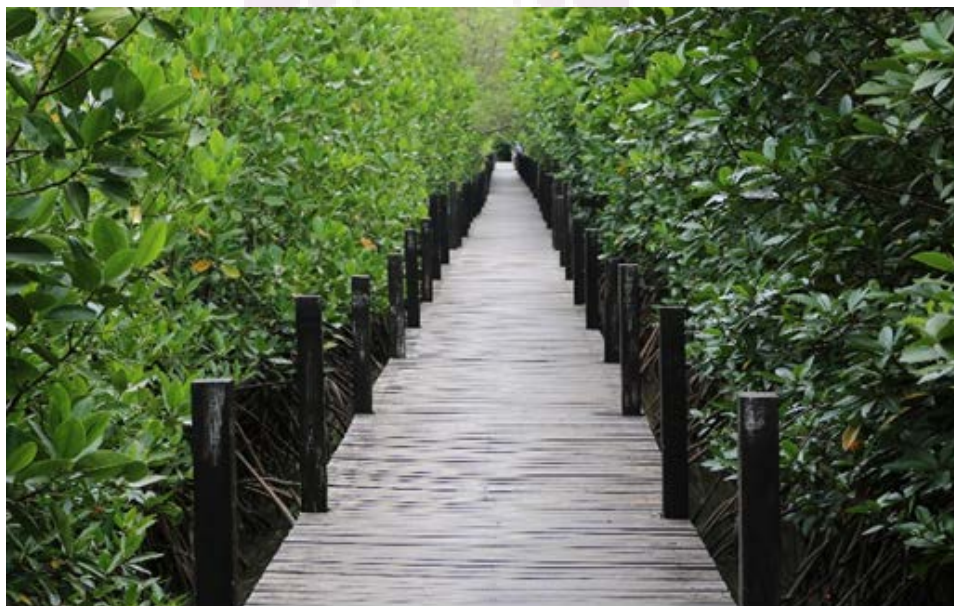
ความสำคัญ: เหมาะสำหรับคนชอบเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ชอบชมป่า เขาน้ำตก ต้นไม้ พรรณไม้ธรรมชาติ มีสัตว์ป่าให้เห็นเป็นจำนวนมากและเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำ ที่สำคัญของจังหวัดระยองคือ แม่น้ำประแส ในอำเภอแกลง ภายในอุทยานมีน้ำตกที่สำคัญอยู่ 2 แห่ง คือน้ำตกเขาชะเมา (หรือน้ำตกคลองน้ำใส) และน้ำตกคลองปลาก้าง

ลักษณะเด่น: ภายในอุทยานฯ มีบ้านพักเดี่ยวและหมู่คณะ ค่ายพักแรม ลานกางเต็นท์ (ทางอุทยานฯ มีเต็นท์ให้เช่า) ลานจอดรถและร้านค้า ร้านอาหาร

สภาพปัจจุบัน: เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เหมาะกับคนที่ชื่นชอบในธรรมชาติและมีความสนใจเรื่องความสะอาดให้กับนักท่องเที่ยว

ปัญหา: มีช้างป่าบุกทำลายที่เกษตรกรรมของประชาชนในพื้นที่ ข้อจำกัดในการพัฒนา: กรมอุทยานแห่งชาติ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว



ภาพ 36 แสดงป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง

ทุ่งโปรงทอง

ที่ตั้ง: ชุมชนบ้านแสมภู่ หมู่ 7 ปากน้ำประแส อำเภอกะลา

การเข้าถึง: ระยะห่างจากตัวอำเภอมืองระยอง 67 กิโลเมตร ห่างจากแยกแกลง (สามย่าน) 19 กิโลเมตร จากถนนเส้นสุขุมวิท ขับตรงไปทางอำเภอกะลา-จันทบุรี ห่างจากแยกแกลง ประมาณ 12 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวาตามป้ายบอกทางปากน้ำประแสช่วงโค้งผ่านโรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม มีป้ายบอกทางเข้าทุ่งโปรงทองซ้ายมือ (เป็นซอยข้างวัดตะเคียนงาม) เลี้ยวเข้าไปประมาณ 1.5 กิโลเมตร

ความเป็นมา: ทุ่งโปรงทอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ บริเวณปากแม่น้ำประแส เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในเรื่องระบบนิเวศของป่าชายเลน ได้รับความสวยงามตามธรรมชาติของป่าโกงกาง ไม้โปรงและไม้ริมชายฝั่ง จุดเด่นของบริเวณนี้คือ ต้นโปรง ที่ขึ้นหนาแน่นเต็มพื้นที่ สะท้อนสีเขียวอ่อนตา เรียกว่า ทุ่งโปรงทอง

ทุ่งโปรงทอง อยู่ในเขตชุมชนบ้านแสมภู่ หมู่ 7 ปากน้ำประแส อำเภอกะลา มีพื้นที่กว่า 6,000 ไร่ ซึ่งแต่เดิมเป็นพื้นที่ที่ชาวบ้านทำการประมง เลี้ยงกุ้ง ทำการเกษตร ทำสวนผลไม้ จนกระทั่งทรัพยากรธรรมชาติในบริเวณนี้ได้ถูกทำลาย และสิ่งแวดล้อมป่าชายเลนเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว ปี พ.ศ. 2544 ชาวบ้าน ได้รวมตัวกันเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์พื้นที่ป่าชายเลน ปี พ.ศ. 2552 องค์การบริหารส่วนจังหวัดได้ใช้งบประมาณ พัฒนาพื้นที่ปากน้ำประแส ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ มีการสร้างสะพานเดินชมธรรมชาติ เป็นระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร เวลาเปิดให้เข้าชม 06.00-18.00 น. (ไม่เสียค่าเข้าชม)

ความสำคัญ: “ทุ่งโปรงทอง” เต็มไปด้วยต้นโปรงขึ้นเบียดกันแน่น ใบโปรงสีเขียวตองอ่อน ที่แทรกออกเป็นพุ่มแน่น จนแทบไม่เห็นพื้นด้านล่าง ทุ่งโปรงที่ใบเบียดกันรับแดด มีความสูงจากพื้นทางเดินราว 1 เมตร เมื่อใบถูกแสงแดดจะสะท้อนให้เห็นเป็นสีทองอร่ามตรงจุดชมวิวกว้างทุ่งต้นโปรงนี้ สามารถเห็นวิวได้รอบทิศ ใบโกงกางที่เป็นพุ่มล้อมอยู่โดยรอบเป็นจุดชมวิวที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

ไม้โปรงแดง (Ceriops Tagal) เป็นไม้ชายเลน ลำต้นตรง สูงประมาณ 7-15 เมตร มีรากพิเศษออกตามลำต้น เรือนยอดเป็นกลุ่มกลม ใบเป็นใบเดี่ยว เรียงสลับทิศทาง เป็นกระจุกที่ปลายกิ่ง แผ่นใบชี้ขึ้น เป็นรูปไข่ ต้นโปรงมักพบตามริมชายฝั่งแม่น้ำที่น้ำท่วมถึงสม่ำเสมอ เนื้อไม้มีความทนทาน สามารถนำมาใช้ในการก่อสร้าง ทำเครื่องมือประมง พื้นและถ่าน มีสรรพคุณทางสมุนไพร ใช้เปลือกตำให้ละเอียดพอกแผล ห้ามเลือด และแก้ท้องร่วง

ลักษณะเด่น: มีต้นโปรงขึ้นหนาแน่นเมื่อแสงอาทิตย์ตกกระทบใบจะมองเห็นเป็นสีเหลืองทองเรียกว่า “ทุ่งโปรงทอง” มีสะพานไม้ชมธรรมชาติยาวเข้าไปในป่าโกงกาง ประมาณ

1 กิโลเมตร ผ่านศาลเจ้าพ่อแสมผู้เลียบลำน้ำประแสและไปสิ้นสุดที่ทะเลประแส มีศาลาริมน้ำยื่นออกไปให้นั่งพักผ่อนรับลมทะเลและนั่งดูวิถีชีวิตชาวบ้านที่เก็บหอยบริเวณชายเลน

สภาพปัจจุบัน: ทุ้งโปรงทองเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ มีบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ปัญหา: เข้าชมในช่วงเช้า ถึงช่วงบ่าย ทุ้งโปรงทองจะเห็นเป็นสีเหลืองทองอร่ามเมื่อโดนแสงแดด บริเวณทางเดินกลางทุ้งโปรงทองไม่มีร่มเงาไม้ และไม่มีศาลาที่พัก

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เทศบาลตำบลปากน้ำประแสเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศูนย์การเรียนรู้เชิงนิเวศระดับนานาชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้และเที่ยวชมธรรมชาติ



ภาพ 37 แสดงป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม

ที่มา: ระยองฮิป, 2559, สื่อออนไลน์

ป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม

ที่ตั้ง: ตำบลเนินฆ้อ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: ขับรถยนต์มาจากสามย่าน (อ.แกลง) ถนนสุนทรภู่-แหลมแม่พิมพ์ (3161) ผ่านแยกวัดวังหว้า ตรงไปแหลมแม่พิมพ์ ให้เลี้ยวซ้ายเข้าบ้านเนินทราย (วัดเนินทราย) ขับรถยนต์ตรงมาจนสุดทาง มีป้ายเลี้ยวซ้ายไปสะพานรักษ์แสม เข้าไปในซอย 400 เมตร

ความเป็นมา: แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แห่งนี้ ไม่เชิงเป็นที่เที่ยวใหม่ เพราะมีน้อยคนจะรู้จัก ซึ่งบริเวณป่าชายเลนแห่งนี้ยังเป็นเขตอนุรักษ์และเพาะพันธุ์สัตว์ มีธนาคารปูแสมซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านเนินทราย หมู่ที่ 2 และสมาชิกเครือข่ายที่ต้องการจะอนุรักษ์และเพิ่มจำนวนสัตว์น้ำในช่วงฤดูวางไข่ ประกอบกับดูแลรักษาผืนป่าชายเลนซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำให้มีความอุดมสมบูรณ์ จึงมีการสร้างธนาคารปู เพื่อเพาะขยายพันธุ์ปูให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น และในปี พ.ศ. 2554 ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากจังหวัดระยอง เพื่อก่อสร้าง สะพานรักษ์แสม เป็นสะพานไม้เดินชมทัศนียภาพและระบบนิเวศน์คลองท่าตาไผ่

ความสำคัญ: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเป็นแหล่งเรียนรู้ระบบนิเวศ

ลักษณะเด่น: มีสะพานแขวนทางเดินไม้แห่งเดียวใน อ.แกลง ในอดีตชาวบ้านใช้สะพานแห่งนี้ในการสัญจรข้ามจากฝั่งหมู่บ้านไปยังป่าชายเลนเพื่อไปดูแลคอกปูแสมที่ชาวบ้านเลี้ยงไว้ในดงป่าแสม

สภาพปัจจุบัน: เป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติที่สมบูรณ์ และมีนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในธรรมชาติไปเที่ยวชม

ปัญหา: ยังมีผู้ที่สนใจศึกษาธรรมชาติอย่างแท้จริงน้อยและมีการปลูกป่าชายเลนผิดวิธี

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เทศบาลตำบลเนินส้อ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติของประเทศที่ให้นักเรียน นักศึกษา หรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้

สวนสุภัทราแลนด์

ที่ตั้ง: ตั้งอยู่เลขที่ 70 หมู่ 10 ตำบลหนองละลอก อำเภอบ้านค่าย

การเข้าถึง: ถนนสายมอเตอร์เวย์ (สาย 7) มุ่งหน้าเข้าสู่จังหวัดระยอง สามารถเลี้ยวซ้ายเข้าถนน 3138 บ้านบึง-บ้านค่าย ถึงบ้านค่ายเลี้ยวขวาที่สามแยกโรงพยาบาลบ้านค่าย หลังจากนั้นจะผ่านโรงพยาบาลบ้านค่าย ให้เลี้ยวซ้ายสามแยกมุ่งหน้าสู่อำเภอนิคมพัฒนา ระยะทาง 8 กิโลเมตร

ความสำคัญ: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว

ลักษณะเด่น: มีบุฟเฟต์ผลไม้ที่นักท่องเที่ยวสามารถนั่งรถไฟชมสวน ภายใต้บรรยากาศที่ร่มรื่น ผสมผสานกับการจัดสวนอย่างลงตัว และรถไฟแต่ละคันจะมีวิทยากรแนะนำให้ความรู้ และข้อมูลเกี่ยวกับสวน ฤดูกาลผลไม้จะอยู่ในช่วงเดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน จะเป็นช่วงที่มีผลไม้ออกมาพร้อมกันมากที่สุด นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางมา

ท่องเที่ยวในช่วงนี้ และทางสวนจะเปิดบริการให้เที่ยวสวนตลอดทั้งปี เพราะมีผลไม้หมุนเวียนให้ผลผลิตในช่วงต่าง ๆ กันโดยทางสวนจะจัดให้รับประทาน



ภาพ 38 แสดงสวนทุเรียน (สวนสุภัทราแลนด์)

ที่มา: ไปไหนดี, 2560, สื่ออนไลน์

สภาพปัจจุบัน: สวนมีพื้นที่ 800 ไร่ เปิดให้ประชาชนเข้าชม มีผลไม้ประเภท มังคุด ทุเรียน เงาะ ลองกอง ส้มโอ ช่วงผลไม้ออกประมาณปลายเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน การเข้าชมสวนผลไม้ นักท่องเที่ยวสามารถมาซื้อตั๋วที่บริเวณด้านหน้าสวนประชาสัมพันธ์ หลังจากนั้นจะมีมะพร้าวอ่อนหรือน้ำมะพร้าวปั่นสด ๆ รองรับนักท่องเที่ยว

ข้อจำกัดในการพัฒนา: ค่าเข้าชมสวน และชิมผลไม้ท่านละ 200 บาท มีรถบริการนำชมสวนรอบละครึ่งชั่วโมงและมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-18.00 น.

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญในภาคตะวันออก ที่ให้นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวได้ศึกษารวมชาติ



ภาพ 39 แสดงแม่น้ำระยอง

ที่มา: ปากน้ำระยอง 2558, สื่อออนไลน์

แม่น้ำระยอง

ที่ตั้ง: อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

ความเป็นมา: ต้นน้ำเกิดจากเขากองซอและเขาพนมศาสตร์ ไหลมาตามลำห้วยต่าง ๆ หลายสาย แล้วมารวมกันเรียกว่า แม่น้ำระยอง แล้วไหลลงสู่ทะเลที่ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง มีความยาวประมาณ 50 กิโลเมตร

ความสำคัญ: แม่น้ำระยอง เป็นแม่น้ำสายเล็กที่ไหลมาจากอ่างเก็บน้ำดอกกรายและอ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือชมวิวดู

ลักษณะเด่น: เป็นแม่น้ำสายสำคัญที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อชมความสวยงามของธรรมชาติ

สภาพปัจจุบัน: เป็นเส้นทางเดินเรือที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางไปชมธรรมชาติ

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เจ้าหน้าที่โครงการชลประทานระยองเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศูนย์กลางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวได้ชมความสวยงามของธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์



ภาพ 40 แสดงแม่น้ำประแส

ที่มา: ที่ดินร้อยแปด, 2560, สื่อออนไลน์

แม่น้ำประแส

ที่ตั้ง: ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกแสลง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: ใช้ถนนสุขุมวิทเส้นทางระยอง-จันทบุรี ผ่านอำเภอกแสลงประมาณ 12 กิโลเมตร จะเจอสามแยกประแสให้เลี้ยวขวามายังปากน้ำประแส

ความเป็นมา: แม่น้ำประแสเป็นแม่น้ำสายสำคัญสายหนึ่งของจังหวัดระยอง มีต้นกำเนิดจากลำคลองหลายสาย สายหลัก คือ คลองไผ่ที่มีต้นน้ำอยู่ในเทือกเขาชะเมา ช่วงที่เป็นแม่น้ำประแสยาวประมาณ 26 กิโลเมตร และออกสู่ปากอ่าวไทยที่ทะเลแกลง บริเวณปากน้ำประแสฝั่งตะวันตกเป็นที่ตั้งของบ้านแหลมสน หมู่บ้านชาวประมง มีวัดแหลมสน เป็นเจดีย์เก่าแก่ที่ชาวเรือปากน้ำประแสให้ความเคารพ ฝั่งตรงข้ามเป็นบ้านตลาดประแส บ้านเรือนหนาแน่น บรรยากาศเงียบสงบ

ความสำคัญ: มีการเชื่อมต่อกันระหว่างกระแสน้ำจืดไหลมาปะทะกับน้ำทะเล กลายเป็นแม่น้ำสายใหญ่ที่ติดกับทิศตะวันออกของอ่าวไทย

ลักษณะเด่น: มีบริเวณที่มีจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น ศาลสมเด็จพระหลวงชุมพร เขตอุดมศักดิ์ เป็นศาลตั้งอยู่ริมปากแม่น้ำประแส เป็นที่เคารพสักการะของชาวระยอง อนุสรณ์เรือหลวงประแส ตั้งอยู่บริเวณชายหาดประแส

สภาพปัจจุบัน: เป็นเส้นทางเดินเรือสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาธรรมชาติ และใช้เป็นเส้นทางในเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เทศบาลตำบลปากน้ำประแส

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศูนย์กลางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาธรรมชาติ



ภาพ 41 แสดงอ่างเก็บน้ำดอกกราย

ที่มา: ต้อ ระยองอาร์ต, 2560, สื่อออนไลน์

โครงการแปลงสาธิตจุดเรียนรู้การพัฒนาที่ดินตามพระราชดำริ บริเวณอ่างเก็บน้ำดอกกราย

ที่ตั้ง: บ้านพัฒนาผัง 2 หมู่ที่ 6 ตำบลแม่น้ำคู้ อำเภอลวกแดง

การเข้าถึง: ศูนย์บริการการพัฒนาปลวกแดงจังหวัดระยอง ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 3191 การเดินทางจากกรุงเทพฯ เส้นทางที่ 1 เดินทางทางเส้นทางหลวงหมายเลข 36 เส้นทางที่ 2 เดินทาง ทางเส้นทางบ้านบึง-ปลวกแดง

ความเป็นมา: สภาพพื้นที่ของจังหวัดระยอง เป็นสภาพป่าที่ถูกทำลาย ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร และประสบปัญหาผลผลิตตกต่ำ รายได้ลดลง เนื่องจากดินมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ และมีแหล่งน้ำไม่เพียงพอ ประกอบกับถูกอิทธิพลของนายทุนขยายพื้นที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจจะมีผลกระทบ ต่อความมั่นคงของประเทศชาติได้ เมื่อทราบฝ่าละออง

รฐีพระบาท พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงได้พระราชทานพระราชดำริว่าบริเวณอ่างเก็บน้ำดอกกราย อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 1,300 ไร่ ทรงแนะนำให้จัดเป็นศูนย์กลางการพัฒนาการเกษตรและ ศิลปอาชีพพิเศษแก่ราษฎร ดังนั้น เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจึงได้ดำเนินงานขั้นต้นด้วยการจัดระบบการส่งน้ำปรับพื้นที่ และพระราชทานทรัพย์ส่วนพระองค์ที่พระราชทานมาเป็นทุนหมุนเวียน จำนวน 3 ล้านบาท และมีผู้ขอพระราชทานน้อมเกล้าฯ ถวายดอกไม้ ดอกสุกร และดอกแถ่ สร้างไว้ในศูนย์กลางอาชีพการเกษตรฯ เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2523 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินพร้อมด้วยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ พระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี ทรงเสด็จเยี่ยมศูนย์กลางการพัฒนาการเกษตรและศิลปอาชีพพิเศษ ทรงพระราชทานแนวทางการพัฒนาไว้ 4 ข้อ คือ

- 1) ให้พัฒนาด้านการเกษตร โดยเฉพาะด้านปศุสัตว์ การประมงเพื่อการบริโภคและสำรองอาหารไว้ในยามวิกฤต นอกจากนั้นมูลสัตว์ยังทำเป็นเชื้อเพลิงและปุ๋ยสำหรับปรับปรุงบำรุงดิน
- 2) ให้มีศูนย์ฝึกปฏิบัติการด้านประกอบอาชีพ โดยจัดให้มีแปลงสาธิตของราษฎรตัวอย่าง 4 แปลง แปลงละ 4 ไร่ โดยปลูกบ้านพักอาศัยแบบชาวบ้าน ให้ราษฎรดำเนินการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ควบคู่กัน
- 3) ให้จัดเป็นศูนย์การส่งเสริมการเลี้ยงปศุสัตว์ โดยดำเนินการแบบให้ราษฎรได้เยี่ยมสัตว์พันธุ์ดีไปผสม หรือเลี้ยงแล้วส่งลูกคืน หรือขายให้ราษฎรนำไปเลี้ยง
- 4) ให้มีศูนย์พัฒนาการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรนำเอาแบบอย่างการดำเนินงานและการจัดไร่นาไปพิจารณาตัดสินใจในการปรับปรุงไร่นาของตนเอง

ความสำคัญ: อ่างเก็บน้ำดอกกราย ตั้งอยู่ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง มีพื้นที่ประมาณ 1,300 ไร่ สามารถส่งน้ำไปยังพื้นที่จังหวัดระยองและจังหวัดชลบุรี ปริมาณเก็บกักน้ำสูงสุดประมาณ 79.41 ล้านลูกบาศก์เมตร ปริมาณเก็บน้ำต่ำสุด 3 ล้านลูกบาศก์เมตร นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรหลายหน่วยงาน

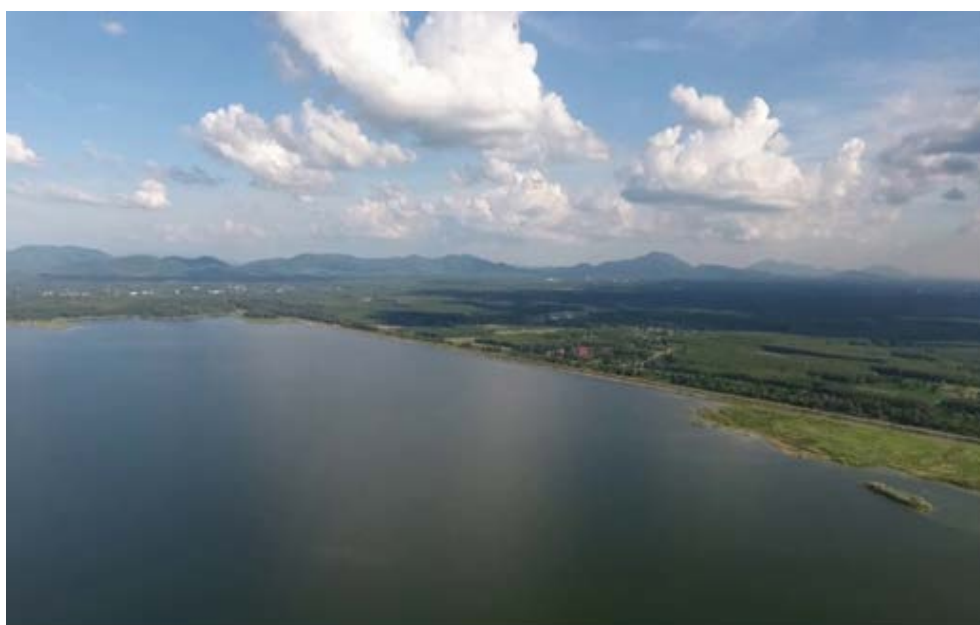
ลักษณะเด่น: ภายในอ่างเก็บน้ำดอกกราย มีเส้นทางเข้ามาชมอ่างเก็บน้ำได้หลายทางสามารถเข้าทางด้านหน้าอ่างเก็บน้ำก็ได้ หรือเข้าทางด้านข้างอ่างเก็บน้ำดอกกรายก็ได้ ซึ่งทางด้านข้างอ่างเก็บน้ำมีศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรหลายศูนย์ตั้งอยู่ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารและชมวิวิวทัศน์ของอ่างเก็บน้ำดอกกรายหลายร้าน

ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร ศูนย์แรก คือ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการปศุสัตว์เขต 2 ซึ่งจัดตั้ง “ศูนย์การเรียนรู้การเลี้ยงสัตว์แบบบูรณาการตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ให้ความรู้ ยังมีการทดลองเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจชนิดต่าง ๆ ให้ได้ศึกษา เช่น วัว นกกระเจือกเทศ หมู แพะ แกะและอื่น ๆ

สภาพปัจจุบัน: เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีพื้นที่ประมาณ 1,300 ไร่ บริเวณรอบ ๆ เหมาะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ออกกำลังกาย ปั่นจักรยาน ตกปลา และรับประทานอาหาร ชมวิวทิวทัศน์ริมอ่างเก็บน้ำ

ข้อจำกัดในการพัฒนา: โครงการชลประทานจังหวัดระยอง

แนวโน้มในอนาคต: พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ



ภาพ 42 แสดงอ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล

ที่มา: ศิริพงศ์ มุ่งดี, 2559, สื่อออนไลน์

อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล

ที่ตั้ง: ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: จากกรุงเทพมหานครใช้เส้นทางสายบางนา-ตราด หรือสายมอเตอร์เวย์มุ่งสู่จังหวัดระยอง บนเส้นทางหลวงสาย 36 ก่อนจะถึงตัวอำเภอเมืองระยอง บริเวณสี่แยกมาบข่าให้เลี้ยวซ้าย ขับตรงไปจนถึงสี่แยกพัฒนานิคมให้ขับผ่านสี่แยกตรงไปจนสุดเส้นทาง คือ อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล

ความเป็นมา: เป็นเขื่อนเพื่อการชลประทานในโครงการชลประทานระยอง แต่เดิมจังหวัดระยองมีแหล่งน้ำหลัก ๆ คือ อ่างเก็บน้ำดอกกราย ซึ่งเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็กไม่

สามารถกักเก็บน้ำได้เพียงพอจึงต้องสร้างอ่างเก็บน้ำซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าในพื้นที่ใกล้เคียง ชื่อว่า อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล โดยสร้างกั้นลำห้วยคลองใหญ่ ตัวอ่างเก็บน้ำมีพื้นที่ 22.89 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่รับน้ำฝน 408 ตารางกิโลเมตร น้ำทั้งหมดที่ไหลลงสู่อ่างเก็บน้ำ คือ น้ำฝนในพื้นที่รับน้ำเหนืออ่างเก็บน้ำเป็นพื้นที่ราบไม่มีภูเขาไม่มีป่าไม้ น้ำจากอ่างเก็บน้ำเชื่อมหนองปลาไหลถูกปล่อยลงสู่คลองชลประทาน ซึ่งไหลผ่านอำเภอบ้านค่าย ผ่านพื้นที่ทำการเกษตรในเขตจังหวัดระยอง

ความสำคัญ: อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหลเป็นแหล่งท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น มีหลายกิจกรรม คือ การไปตั้งแคมป์พักผ่อนบริเวณหาดทรายริมอ่าง กิจกรรมตกปลา รวมทั้งระบบชลประทานในการทำการเกษตร

ลักษณะเด่น: เป็นอ่างเก็บน้ำที่ใช้สำหรับอุปโภคบริโภคให้กับอำเภอบ้านค่าย และพื้นที่บริเวณชายฝั่ง จะเป็นการใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ใช้การเกษตร โรงงาน แหล่งตกปลา และการท่องเที่ยว

สภาพปัจจุบัน: เป็นอ่างเก็บน้ำไว้ใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมและพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกทำหน้าที่ส่งน้ำไปใช้ในการเพาะปลูกที่อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง พื้นที่ส่งน้ำประมาณ 30,000 ไร่ ทดแทนน้ำที่ส่งจากอ่างเก็บน้ำดอกกราย ซึ่งขณะนี้ถูกส่งไปที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และมีแผนที่จะส่งไปยังอำเภอสัตหีบ เพื่อเป็นการขยายพื้นที่อุตสาหกรรม

ปัญหา: มีการลักลอบนำกากอุตสาหกรรมปนสารเคมี มาทิ้งริมถนนรอบอ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลปลวกแดง

แนวโน้มในอนาคต: พัฒนาเป็นอ่างเก็บน้ำของประเทศ

น้ำตกเขาชะเมา

ที่ตั้ง: อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง อ.แก่ง จ.ระยอง 21110

การเข้าถึง: ใช้ทางหลวงหมายเลข 3 จากตัวเมืองระยอง ให้เลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 3377 ตรงไปประมาณ 17 กิโลเมตร จะพบทางแยก ให้เลี้ยวขวาเพื่อเข้าสู่อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง

ความเป็นมา: ในการประชุมคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ ครั้งที่ 5/2517 เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 ที่ประชุมได้มอบให้กรมป่าไม้ไปดำเนินการตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ของป่าเขาชะเมา-เขาวง ท้องที่จังหวัดจันทบุรี เพื่อจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ และนายแพทย์บุญส่ง เลขะกุล เลขาธิการนิคมไพรสมาคม ได้มีหนังสือลงวันที่ 17 กรกฎาคม 2517 กับชมรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน ได้มีหนังสือ ที่ ขอธ.

020/2517 ลงวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 ขอให้พิจารณาจัดตั้งบริเวณพื้นที่ป่าเขาชะเมา ซึ่งเป็นต้นน้ำลำธารของจังหวัดระยอง ประกอบด้วยพรรณไม้และสัตว์ป่านานาชนิดให้เป็นอุทยานแห่งชาติ ในขณะที่เดียวกันหนังสือพิมพ์สยามรัฐ ฉบับวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2517 ได้ตีพิมพ์บทความ “เสียงเรียกจากป่าเขาชะเมา” เขียนโดยนายไพบูลย์ สุขสุขเมฆ เรียกร้องให้พิจารณากำหนดป่าเขาชะเมา-เขาวง ให้เป็นวนอุทยานหรืออุทยานแห่งชาติเพื่อรักษาไว้ก่อนที่จะถูกบุกรุกทำลาย



ภาพ 43 แสดงน้ำตกเขาชะเมา

ที่มา: เดอะทริปปแพคเกอร์, 2557, สื่อดอนไลน์

ความสำคัญ: เป็นน้ำตกที่มีทัศนียภาพที่งดงามเหมาะกับการพักผ่อนและศึกษาหาความรู้ มีชั้นน้ำตกที่สวยงามเจ็ดชั้น มีระยะทางรวมทั้งหมด 2.6 กิโลเมตร มีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน คือ วังมัจฉา วังมรกต วังไทรงาม ผากกล้วยไม้ ช่องแคบ และหกสาย

ลักษณะเด่น: สามารถพบต้นยางกล่องยักษ์ ซึ่งเป็นต้นยางที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจังหวัดระยอง อายุนับร้อยปี รอบต้นขนาดหลายคนโอบ สูงมาก ๆ

สภาพปัจจุบัน: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คงความอุดมสมบูรณ์ และมีบริการร้านอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

ปัญหา: เจอภัยแล้งวิกฤตหนักทำให้ปลาตายจำนวนมาก

ข้อจำกัดในการพัฒนา: สำนักงานอุทยานแห่งชาติเขาชะเมาเป็นผู้ดูแล

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศและเป็นแหล่งเรียนรู้
 ธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์



ภาพ 44 แสดงน้ำตกคลองปลาก้าง

ที่มา: ระยองฮิป, 2557, สื่อดอนไลน์

น้ำตกคลองปลาก้าง

ที่ตั้ง: เขตอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง

การเข้าถึง: การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังน้ำตกคลองปลาก้างห่างจากตัวเมืองระยอง 77 กิโลเมตร ใช้ถนนเส้นมอเตอร์เวย์ แยกเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 344 (บ้านบึง-แก่ง) ผ่านอำเภอวังจันทร์ วิ่งไปจนถึงสามแยกแก่งแล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนเส้นสุขุมวิท ขับไปอีก 7 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายตามป้ายอำเภอเขาชะเมา เลยทางเข้าอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวงไปอีกประมาณ 3 กิโลเมตรจะถึงทางเข้าน้ำตกคลองปลาก้าง

ความเป็นมา: น้ำตกคลองปลาก้าง เป็นน้ำตกที่อยู่เขตอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ห่างจากที่ทำการอุทยานประมาณ 3 กิโลเมตร แม้นักท่องเที่ยวจะน้อยกว่าน้ำตกเขาชะเมา แต่ก็มีความสวยงาม และมีความบริสุทธิ์ของธรรมชาติไม่แพ้กัน สองฟากฝั่งของน้ำตกปกคลุมไปด้วยป่าหนาแน่น เหมาะสำหรับผู้ที่ชอบศึกษาธรรมชาติ เพราะมีพวงกกล้วยไม้ป่า

ว่าน เฟิร์น และเห็ด เช่น เห็ดถั่วฝัก สีสวยสดที่หาดูได้ยาก บางช่วงของป่า มีมอสปกคลุมตามโขดหินเขียวขจีไปทั่วทั้งป่า น้ำตกใสเย็นมีปลาพลวงมากมาย

ความสำคัญ: การขึ้นไปเล่นน้ำตกในแต่ละชั้นควรปฏิบัติตามกฎของอุทยานฯ และเชื่อฟังเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด การเที่ยวชมน้ำตกในหน้าฝน อาจมีเส้นทางที่ลื่นและมีทากตามเส้นทาง ควรสวมใส่เสื้อผ้าและรองเท้าที่เหมาะสม ควรเพิ่มความระมัดระวังเมื่อลงเล่นน้ำ และการพลัดตกจากหน้าผาที่ลื่นชัน เมื่อฝนตกหรือน้ำเปลี่ยนเป็นสีแดงส้ม ให้รีบขึ้นจากน้ำ เพราะอาจเกิดน้ำป่าได้ เปิดให้ขึ้นไปยังชั้นน้ำตก ตั้งแต่เวลา 8.00-16.00 น.

ลักษณะเด่น: บริเวณน้ำตก มีจุดให้เล่นน้ำหลายจุด น้ำตกมีด้วยกัน 7 ชั้น คือ วังช้างผ่าน ลานผีเสื้อ แอ่งเครื่องสะบ้า ลานประตูปา ธารเกาะกลาง วังกระชาย ธารสายหมอก ระยะทางจากชั้นหนึ่งถึงชั้นบนสุดประมาณ 1 กิโลเมตร สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณน้ำตก มีห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว ลานกางเต็นท์ ลานจอดรถ

สภาพปัจจุบัน: เป็นน้ำตกที่มีทัศนียภาพที่งดงามอีกแห่งหนึ่ง มีลักษณะเป็นวังต่าง ๆ ประกอบด้วยไม้หนานาพันธุ์ กัลยไม้ชนิดต่าง ๆ เห็ด เฟิร์น และมอสชนิดต่าง ๆ มีสัตว์ป่านานาชนิด ลำธารน้ำตกมีน้ำไหลตลอดปี มีสายน้ำไหลจากผาสูงมีความสวยงาม เป็นระยะทางประมาณ 1.5 กิโลเมตร

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวงเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นอุทยานการท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ของประเทศ และเป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติให้กับนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว



ภาพ 45 แสดงถ้ำเขาวง

ถ้ำเขาวง

ที่ตั้ง: ตำบลกองดิน อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: การเดินทางจากกรุงเทพไปยังถ้ำเขาวง ห่างจากตัวเมืองระยอง 77 กิโลเมตร ใช้เส้นทางมอเตอร์เวย์ แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 344 (บ้านบึง-แก่ง) ผ่านอำเภอวังจันทร์ วิ่งไปจนสุดที่สามแยกแก่งแล้วเลี้ยวซ้ายเข้าเส้นทางสุขุมวิท วิ่งไปอีก 7 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายตามป้ายอำเภอเขาชะเมา เลี้ยวเข้าอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ไปอีกประมาณ 3 กิโลเมตร จะถึงทางเข้าน้ำตกคลองปลาข้าง

ความเป็นมา: เขาวงมีพื้นที่ 4.40 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,750 ไร่ เป็นภูเขาหินปูนหลายยอดล้อมรอบเป็นวง มีหน้าผาและชะงอกผาที่สวยงาม ประกอบด้วยถ้ำประมาณ 80 ถ้ำ แต่ละถ้ำมีความสวยงามแตกต่างกัน นอกจากนี้ บริเวณพื้นที่รอบ ๆ เขาวงเป็นแหล่งอาศัยของเสียดเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันเปิดให้ชม 16 ถ้ำ แบ่งเป็น 3 โซน แต่ละโซนมีความยากง่ายในการเที่ยวชมต่างกัน โซนที่เที่ยวง่ายที่สุด คือ โซนที่ 1 ตั้งอยู่ใกล้กับหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ ชม.5 (เขาวง) ทางเดินไม่ลำบากมาก แต่บางถ้ำต้องคลานหรือมุดเข้าไป มีถ้ำที่น่าสนใจ เช่น ถ้ำละคร มีค้างคาวอาศัยอยู่จำนวนมาก ถ้ำสิงโตใหญ่ มีหินย้อยสวยงาม ถ้ำสามมิตร ผังถ้ำมีรอยร้าวคล้ายคลื่นทะเล สำหรับโซนที่ 2 และ 3 ต้องเดินป่าปีนเขาสมบุกสมบัน ใช้เวลาหลายชั่วโมง โซนที่ 2 มีถ้ำที่น่าสนใจ เช่น ถ้ำเพชร ถ้ำช้าง โซนที่ 3 อยู่ไกลที่สุด จึงมีสภาพที่สมบูรณ์ที่สุด มีถ้ำที่น่าสนใจ เช่น ถ้ำโรงบ่อน มีหินงอกหินย้อยสวยงามมาก ถ้ำธารลอด มีลำธารไหลผ่านและมีน้ำตกในถ้ำด้วย ผู้สนใจต้องติดต่อเจ้าหน้าที่นำทาง

ความสำคัญ: ชาวบ้านมักเรียกเขาวง ว่า เขาวงกต เนื่องจากเป็นที่ท่องเที่ยวระยองที่มีภูเขาล้อมวงเป็นชั้น ๆ มีโพรงถ้ำที่สลัซบซับซ้อนคล้ายเขาวงกต ทั้งยังมีหน้าผาและชะงอกผาที่สวยงาม ก็นับได้ว่าเป็นหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวระยองแห่งหนึ่งที่ไม่ควรพลาด เขาวง หนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวระยอง ที่มีชาวบ้านมักเรียกสถานที่ท่องเที่ยวระยอง แห่งนี้ว่า เขาวงกต เนื่องจากเขาวงเป็นเขาที่มีภูเขาล้อมวงเป็นชั้น ๆ มีโพรงถ้ำที่สลัซบซับซ้อนคล้ายเขาวงกต จึงเป็นที่มาของเขาแห่งนี้

ลักษณะเด่น: มีสภาพเป็นภูเขาหินปูนหลายลูกล้อมเป็นวง และมีพื้นที่ราบลุ่มอยู่ตรงกลาง ด้วยลักษณะที่เป็นเพิงหินของเขาวง ทำให้เกิดโพรงถ้ำใหญ่น้อยมากมายประมาณ 80 ถ้ำ ได้แก่ ถ้ำเพชร ถ้ำละคร ถ้ำสิงโต ถ้ำสามมิตร เป็นต้น นอกจากนี้บริเวณโดยรอบเขาวงยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของเสียด ซึ่งเป็นสัตว์ป่าสงวน 1 ใน 4 ชนิดด้วย

สภาพปัจจุบัน: เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางภาคตะวันออก มีสภาพป่าดงดิบที่สมบูรณ์

ข้อจำกัดในการพัฒนา: หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาวง

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่ให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการศึกษาธรรมชาติได้เรียนรู้และชมความสวยงาม



ภาพ 46 แสดงถ้าเขาประทุน

ที่มา: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2554, สื่อออนไลน์

ถ้าเขาประทุน

ที่ตั้ง: ตำบลเขาน้อย อำเภอเขาชะเมา จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: เส้นทางที่ 1 หากเดินทางจากกรุงเทพฯ มาทางจังหวัดชลบุรี สามารถมาได้สองทาง คือ มาทางถนนสุขุมวิท ผ่านศรีราชา แหลมฉบัง ก่อนถึงพัทยามีแยกซ้าย (แยกกระทิงลาย) เลี้ยวซ้ายไปประมาณ 5 กม. จะมีปั้ม ปตท.ซ้ายมือ เลี้ยวซ้ายเข้าไปอีกประมาณ 3 กม. ก็จะถึงทางเข้าวัดถ้าประทุนและหากไม่ยอมเข้าเมืองชลบุรี สามารถใช้เส้นทาง ชลบุรี-พัทยาสายใหม่ วิ่งตรงจากมอเตอร์เวย์มาจนถึงถนนแยกกระทิงลาย เลี้ยวซ้ายไป 2 กม. จะพบปั้มปตท. เช่นกัน เส้นทางที่ 2 หากเดินทางมาจากทางระยอง สามารถใช้ทางหลวงหมายเลข 36 วิ่งจากระยองมาทางพัทยา ก่อนถึงแยกกระทิงลาย สังเกตสี่แยกขวามือมีปั้มปตท. แยกซ้ายมือไปอ่างเก็บน้ำมาบประชันได้ เลี้ยวขวาเข้าไปวัดถ้าประทุน

ความสำคัญ: ภายในมีลักษณะเป็นลานกว้างมองเห็นต้นไม้และท้องฟ้า ซึ่งมีการปรับพื้นที่ให้ดูสะอาด กลมกลืนกับธรรมชาติ ด้านในจะมีถ้ำเล็ก ๆ ที่ใช้สำหรับใช้ปฏิบัติธรรม รวมถึงไหว้สักการะ หลวงพ่อโสธร หลวงปู่มั่น และหลวงปู่ชีวกโกมารภัจจ์ อลังการด้วยหินงอกหินย้อย โดยทางวัดจะติดไฟไว้ระหว่างทางซึ่งเราสามารถมองด้วยตาเปล่าโดยไม่ต้องพึ่งไฟฉาย อากาศดีเย็นสบาย โดยเฉพาะบริเวณหุบผาที่ล้อมรอบด้วยความเขียวขจีของต้นไม้สลักกับหินแล

ลักษณะเด่น: เป็นแหล่งมรดกที่สำคัญของประเทศ

สภาพปัจจุบัน: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คนนิยมไปไหว้สักการะ

ปัญหา: มีนักท่องเที่ยวหลายครอบครัวเดินทางมาเที่ยววัดถ้ำเขาประทุน ทำให้การจราจรติดขัดหลายกิโลเมตร

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลเขาน้อย

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่ให้ผู้ที่ต้องการศึกษาได้เรียนรู้



ภาพ 47 แสดงพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำระยอง

ที่มา: ระยองเที่ยวไทย, 2559, สื่อดอนไลน์

พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำระยอง

ที่ตั้ง: ตั้งอยู่ในตำบลบ้านเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: ห่างจากตัวเมืองระยอง 22 กิโลเมตร เส้นทางที่ 1 เส้นทางสุขุมวิท จากตัวเมืองระยองไปทางแกลง เลี้ยวขวาตรงแยกบ้านเพ สุดที่ตลาดบ้านเพเลี้ยวขวาไปทางบ้านปากคลองตรงไปจนถึงทางเข้าศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงฯ เส้นทางที่ 2 ถ้ามาจากถนนเลียบบหาดแม่รำพึงวิ่งไปทางกันอ่าว เจอสี่แยกเลี้ยวขวาไปทางตลาดบ้านเพ ถึงสามแยกเลี้ยวขวาตรงป้ายบอกทางไปสถานีเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ

ความเป็นมา: ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเลอ่าวไทยฝั่งตะวันออก จัดตั้งโดยกรมประมง เพื่อศึกษาทดลอง และวิจัยเกี่ยวกับสัตว์ทะเลและพรรณไม้น้ำ ส่วนของสถานแสดงพันธุ์สัตว์ทะเลนั้นเป็นสถานที่รวบรวมและจัดแสดงสัตว์ทะเลที่ยังมีชีวิต ทั้งที่สวยงามและหายาก เพื่อเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจในการดำรงชีวิตและพฤติกรรมของสัตว์ทะเล โดยการจัดแสดงสัตว์น้ำแบ่งออกส่วนต่าง ๆ คือ บ่อจัดแสดงระบบนิเวศน์ น้ำตื้น เช่น พวงปลาดาว และปลิงทะเลชนิดต่าง ๆ บ่อจัดแสดงพันธุ์ปลาผิวน้ำ บ่อกลางแจ้งสำหรับแสดงระบบนิเวศน์ใต้ท้องทะเล

ความสำคัญ: เป็นสถานที่ที่รวบรวมสัตว์ทะเลนานาชนิดและเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์น้ำอีกด้วย

ลักษณะเด่น: เปิดให้บริการในวันหยุดและมีการจัดแสดงปลาสวยงามและสัตว์ทะเลมากมาย

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการวันพุธ-ศุกร์ เปิด 10:00-16:00 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ เปิด 10:00-17:00 น.

ข้อจำกัดในการพัฒนา: ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเลอ่าวไทยฝั่งตะวันออก

แนวโน้มในอนาคต: เป็นพิพิธภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมระดับนานาชาติ และเป็นแหล่งความรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์โลกใต้น้ำ

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

อนุสาวรีย์สุนทรภู่

ที่ตั้ง: อยู่ในตำบลกร่ำ อำเภอแกลงก่อนถึงแหลมแม่พิมพ์ประมาณ 5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 8.5 ไร่

การเข้าถึง: การเดินทางไปอนุสาวรีย์สุนทรภู่ห่างจากตัวเมืองระยอง 47 กิโลเมตร ห่างจากแยกแกลง (สามย่าน) 15 กิโลเมตรห่างจากแหลมแม่พิมพ์ 5 กิโลเมตร 1) จากถนนสุขุมวิทวิ่งเส้นทางสุขุมวิท จากตัวเมืองระยองไปทางแกลง เลี้ยวขวาตามป้ายบอกทางเข้าอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ถึงสี่แยกเลี้ยวซ้ายตามป้ายแหลมแม่พิมพ์ จะผ่านอนุสาวรีย์สุนทรภู่ทางซ้ายมือ 2) จากทางหลวงหมายเลข 344 (บ้านบึง-แกลง) วิ่งมาตัดเส้นทางสุขุมวิท เลี้ยวขวามาทางระยอง

เลี้ยวซ้ายเข้าหาดแม่พิมพ์ตามป้ายบอกทาง ผ่านอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ทางซ้ายมือ 3) ถ้าวิ่งเลียบหาดแม่พิมพ์ (มาจากทางฝั่งระยอง) วิ่งเลียบหาดมาจนสุดทาง จะเป็นโค้งซ้าย แล้วตรงไปหน่อย จะผ่านอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ที่อยู่ทางขวา



ภาพ 48 แสดงอนุสาวรีย์สุนทรภู่

ที่มา: วงใน, 2559, สื่อดอนไลน์

ความเป็นมา: สุนทรภู่ เกิดในสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ตรงกับวันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2329 และถึงแก่กรรมเมื่อ พ.ศ. 2398 รวมอายุ 69 ปี บิดาเป็นคนตำบलगำเมือง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มารดาเป็นคนจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้มาเป็นนางนมพระธิดาอยู่ในพระราชวังหลัง หลังสุนทรภู่เกิดได้ไม่นาน บิดามารดาก็แยกทางกัน บิดากลับไปบวชที่วัดป่ากร่ำ ณ ภูมิลำเนาเดิม ส่วนสุนทรภู่ได้ถวายตัวเป็นข้าในกรมพระราชวังหลังตั้งแต่วัยเด็ก ท่านได้เรียนหนังสือที่โรงเรียนศรีสุดาราม (วัดชีปะขาว) และมีนิสัยรักในการแต่งกาพย์กลอน ต่อมาได้เข้ารับราชการเป็นนายเสมียนในกรมพระคลังสวน และได้เป็นมหาดเล็กในพระราชวังหลัง

ปี พ.ศ. 2359 ในรัชสมัยรัชกาลที่ 2 เป็นช่วงที่วรรณศิลป์เฟื่องฟู สุนทรภู่ ได้เป็น “ขุนสุนทรโวหาร” ในกรมอาลักษณ์ จนกระทั่งสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้ทรงเห็นฝีมือ และให้ความไว้วางใจให้ช่วยต่อบทกลอน พระราชนิพนธ์วรรณคดี เช่น บางตอนของเรื่องรามเกียรติ์ สังข์ทอง ชีวิตในขณะนั้นถือได้ว่าเป็นจุดสูงสุดของสุนทรภู่ที่ได้เข้าเฝ้า

ถวายความเห็นเกี่ยวกับงานพระราชนิพนธ์ และเป็นกวีที่ปรึกษาจนได้รับตำแหน่งเป็น “หลวงสุนทรโวหาร”

หลังสิ้นรัชกาลที่ 2 สุนทรภู่ได้ออกบวช ที่วัดราชบูรณะ (วัดเลียบ) เป็นเวลา 18 ปี เมื่อลาสิกขาบท ได้ถวายตัวกับเจ้าฟ้าน้อย หรือสมเด็จพระเจ้าฟ้าจุฑามณี กรมขุนอิศเรศรังสรรค์ พระราชวังเดิม และได้รับการอุปการะจากกรมหมื่นอัปสรสุดาเทพด้วย

ในสมัยรัชกาลที่ 4 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวขึ้นครองราชย์ และสถาปนาเจ้าฟ้ากรมขุนอิศเรศรังสรรค์ เป็นพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว ประทับอยู่วังหน้า สุนทรภู่จึงได้บรรดาศักดิ์เป็น “พระสุนทรโวหาร” ตำแหน่งเจ้ากรมพระอาลักษณ์ ฝ่ายบวรราชวัง สุนทรภู่รับราชการได้ต่อมาอีก 4 ปี ก็ถึงแก่กรรม ตระกูลของสุนทรภู่ได้ใช้นามสกุล “ภูเรือหงส์” ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 ที่ทรงมีพระราชบัญญัตินามสกุลขึ้น

ผลงานของสุนทรภู่มี 9 เรื่อง คือ นิราศเมืองแกลง นิราศพระบาท นิราศภูเขาทอง นิราศสุพรรณ นิราศพระประธม นิราศเมืองเพชร นิราศวัดเจ้าฟ้า นิราศอิเหนา รำพันพิลาป นิทาน 5 เรื่อง คือ โคบุตร ลักษณะวงศ์ พระอภัยมณี สิงหไตรภพ พระไชยสุริยา สุภาพศต 3 เรื่อง คือ สวัสดิรักษา เพลงยาวถวายโอวาท สุภาพศตสนอหญิง บทเสภาขุนช้างขุนแผน ตอนกำเนิดพลายงาม เสภาพระราชพงศาวดารบทละคร อภัยนุราช

ความสำคัญ: อนุสาวรีย์สุนทรภู่ถือเป็นอนุสาวรีย์กวีแห่งแรกของประเทศไทย และเหมือนเป็นสัญลักษณ์ของอำเภอแกลง เนื่องจากตามประวัติของสุนทรภู่ว่าไปถึงบิดาที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ ตำบลกร่ำ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง และได้ปรากฏอยู่ในบทกวีนิพนธ์ในนิราศเรื่องแรกที่แต่งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2349 คือ เรื่อง “นิราศเมืองแกลง” ที่พรรณนาถึงการเดินทางจากเมืองกรุงไปยังเมืองแกลง ที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนานนับเดือน ต้องผจญความยากลำบากและอันตรายในการเดินทาง ในเวลานั้นท่านต้องล่องเรือลัดเลาะแม่น้ำเจ้าพระยา ไปออกแม่น้ำบางปะกง ออกสู่ทะเล แล้วไปขึ้นฝั่งบริเวณหาดบางแสน เพื่อเดินเท้าต่อไปจนถึงเมืองระยอง ซึ่งบทประพันธ์นี้ถือเป็นบันทึกทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ เพราะทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในอดีต นอกจากนี้สุนทรภู่มองมีความผูกพันกับพื้นที่ในเขตจังหวัดระยอง และเชื่อกันว่าท่านได้แรงบันดาลใจในการเขียนเรื่องพระอภัยมณี จินตนาการเกาะแก้วพิสดารขึ้นจากเกาะเสม็ดนั่นเอง

ลักษณะเด่น: บริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่ จะเห็นเป็นพื้นที่โล่ง ไม่มีรั้วกั้น พื้นที่ภายในและโดยรอบ มีการตัดแต่งไม้ประดับไว้อย่างสวยงาม ด้านหน้าทางเข้า มีบ้านไม้ทรงไทยหลังเล็ก เป็นเรือนจำลองกุฏิบิดาสุนทรภู่ ทางขวามือรูปปั้นตัวละครจากบางตอนจากเรื่องพระอภัยมณี เช่น นางผีเสื้อสมุทรกำลังอุ้มพระอภัยมณี ลินสมุทและซีเปลือย ด้านข้างมีร้านขายของ

ที่ระลึก ของฝาก เมื่อเดินเข้าไปด้านในจะมีเนินดิน ที่มีรูปปั้นหล่อของท่านสุนทรภู่อยู่ตรงกลาง ในท่านั่ง ในมือท่านมีดินสอและสมุดข่อย เสมือนกับว่าท่านกำลังแต่งโคลงกลอน ถัดมาทางด้านล่าง มีรูปปั้นตัวละครตัวสำคัญ ๆ จากวรรณคดีชิ้นเอกของท่าน มีรูปปั้นพระอภัยมณี อยู่ในท่านั่งยกขาข้างหนึ่งไขว้ ในมือถือปี่ทำท่าเป่า ซึ่งถือเป็นศาสตร์คู่กายของพระอภัยมณี ด้านล่างลงไปอีกเป็นบ่อน้ำมีรูปปั้นนางเงือกและนางยักษ์ผีเสื้อสมุทร หันหน้าไปยังพระอภัยมณี

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-16.30 น.

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดระยอง และอยู่ภายใต้การดูแลองค์การบริหารส่วนตำบลแก่ง

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สำคัญที่ให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทยได้เรียนรู้



ภาพ 49 แสดงศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

ที่มา: สตาร์คอนเวนชันไฮเทล, 2559, สื่อออนไลน์

ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

ที่ตั้ง: อยู่ในบริเวณวัดลุ่มมหาชัยชุมพล ถนนตากสิน ตำบลท่าประดู่

การเข้าถึง: การเดินทาง สามารถใช้เส้นทางสุขุมวิท สาย 3 เริ่มจากตัวเมืองจนถึง หอนาฬิกาประมาณ 200 เมตร จะถึงสามแยกตากสิน ให้เลี้ยวขวาที่สามแยกตากสิน เข้าสู่ถนน

ตากสินมหาราช ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช อยู่ในบริเวณวัดลุ่มมหาชัยชุมพล ถนนตากสิน ตำบลท่าประดู่

ความเป็นมา: ศาลฯ นี้ มีการริเริ่มก่อสร้างครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2477 โดยจุดประสงค์ เพื่อเป็นการสะเดาะเคราะห์ ของนาง ทองปาน ภู่สุวรรณ ภรรยาของหัวหน้าไปรษณีย์โทรเลข ชื่อ นายฉัตร ภู่สุวรรณ เนื่องจากนางทองปาน มีสุขภาพ ไม่แข็งแรง เจ็บป่วยอยู่เสมอ คืบหนึ่ง ฟันไปว่า “สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” เสด็จมาหาและมีพระราชดำรัสกับนางว่า ทรงเดือดร้อน ไม่มีที่ประทับ นางกับสามีจึงนำความไปปรึกษากับพระอธิการผลิ เจ้าอาวาส วัดลุ่มฯ ท่านแนะนำให้สร้างศาลฯ จึงพร้อมใจกันสร้างศาลที่ประทับ เป็นอาคารไม้หลังเล็ก ๆ และหล่อพระบรมรูป สมเด็จพระเจ้าตากสินฯ ในท่าประทับยืน ขนาดความสูง 70 เซนติเมตร ด้วยทองเหลือง เพื่อประดิษฐานไว้ในศาลฯ ต่อมาได้มีการเฉลิมฉลองโดยการแห่พระบรมรูปฯ ไปทั่วตลาดระยอง ซึ่งตรงกับเทศกาลตรุษจีนพอดี ตั้งแต่นั้นมาก็กลายเป็นประเพณีของวัดลุ่มฯ และชาวระยองได้จัดงานนมัสการปิดทองทุกปีเสมอมา พ.ศ. 2503 ท่านเจ้าคุณพระวินัยการกิจ เจ้าอาวาส ได้หล่อพระบรมรูปฯ ขึ้นมาใหม่ มีขนาดเท่าพระองค์จริง โดยประดิษฐานในศาลฯ หลังเก่า พ.ศ. 2507 ก็ได้สร้างศาลหลังใหม่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก รูปทรงจตุรมุข มีขนาดเหมาะสม สวยงาม ขึ้นกว่าเดิม พ.ศ. 2532 พระครูวิสุทธิสารโสภิต และคุณจิรดา วรทรัพย์ ศรัทธาและสนับสนุนด้านการเงิน ได้ปรับปรุงต่อเติมครั้งใหญ่อีก ได้ลงรักปิดทองคำ องค์พระบรมรูปฯ ใหม่ ปูพื้นและผนังด้วยหินอ่อนทั้งหมด ตกแต่งลวดลายเพดานและลงรักปิดทองคำ ต่อเติมตาดฟ้าด้านหน้า เปลี่ยนบานประตู หน้าต่าง ทาสีทั้งหลาย พร้อมทั้งปรับแต่ง บริเวณและรั้วกำแพงศาลฯ ให้สวยงาม

ความสำคัญ: นับแต่เริ่มก่อตั้งจนถึงปัจจุบัน ศาลฯ นี้ เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เคารพสักการะ เป็นที่พึ่งทางใจของชาวระยอง และประชาชนใกล้เคียงเสมอมา โดยเฉพาะเป็น อนุสรณ์สถาน ที่ครั้งหนึ่งพระองค์เคยเสด็จ มาประทับ ณ โคนต้นสะเดื่อ แห่งนี้

ลักษณะเด่น: มีต้นสะเดื่อขนาดใหญ่ อยู่หน้าศาล อายุประมาณ 300 ปี เล่ากันว่า สมเด็จพระเจ้าตากสินทรงนำช้างมาผูกไว้ที่ใต้ต้นสะเดื่อนี้ เมื่อครั้งเสด็จผ่านระยองไปเพื่อ รวบรวมไพร่พลและตั้งทัพ เพื่อเตรียมกู้อิสรภาพที่จันทบุรี ภายในศาลมีรูปหล่อของสมเด็จพระ เจ้าตากสิน ประดิษฐานอยู่ในท่าประทับยืน และมีงานสมโภชประจำปีในช่วงเทศกาลตรุษจีน

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการฟรีทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.00–18.00 น.

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศาสนา

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์

ที่ตั้ง: ชุมชนดอนมะกอกกลาง ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอกาญจนบุรี

การเข้าถึง: ไปตามทางหลวงสายสุขุมวิท เส้นทางเข้าสี่แยกปากน้ำกระแสด กิโลเมตรที่ 278 เลี้ยวขวาเข้าทางหลวง 3126 ไปประมาณ 9 กิโลเมตร ศาลตั้งอยู่ริมแม่น้ำกระแสด



ภาพ 50 แสดงศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์

ความเป็นมา: เริ่มสร้างเมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2510 โดยใช้เงินที่ได้รับบริจาคจากผู้ที่มีความเคารพเลื่อมใสในเสด็จพ่อกรมหลวงชุมพร ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในตำบลปากน้ำกระแสด และจากท่านผู้ใจบุญในจังหวัดใกล้เคียงรวมทั้งชาวกรุงเทพฯ ซึ่งในการสร้างศาลครั้งนี้มีคณะกรรมการดำเนินการสร้างหลายท่านด้วยกัน ซึ่งได้คุณอนันท์ วงษ์สรรค์ เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงสำคัญในการดำเนินการสร้าง

ความสำคัญ: เป็นสถานที่สักการะบูชาที่สำคัญ

ลักษณะเด่น: ประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่นิยมมาสักการะ

สภาพปัจจุบัน: ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปสักการะตลอดทั้งปี

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศาสนสถานสำหรับสักการะบูชาของประเทศ

พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน

ที่ตั้ง: หมู่ 4 วัดบ้านดอน ตำบลเชิงเนิน อำเภอเมืองฯ จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: ใช้เส้นทางสาย 36 (บายพาส) ถึงสี่แยกเกาะกลอย เลี้ยวซ้าย 500 เมตร
ถึงสี่แยกเลี้ยวขวาอีก 500 เมตร



ภาพ 51 แสดงพิพิธภัณฑน์หนังใหญ่วัดบ้านดอน

ที่มา: โซลิตา ชัยชมภู, 2557, สื่อออนไลน์

ความเป็นมา: วัดบ้านดอนเป็นวัดเก่าแก่คู่เมืองระยองมานับตั้งแต่ พ.ศ. 2432 สิ่งที่เป็นดั่งสัญลักษณ์ของวัดนี้ นอกจากหลวงพ่อประสาทพร ที่ชาวระยองให้ความเคารพแล้ว ยังมีพิพิธภัณฑน์หนังใหญ่ ที่เก็บรักษาหนังใหญ่อายุร่วม 200 ปี ซึ่งพระยาศรีสมุทรโภคชัยโชคชิตบังคราม (บ้างว่า พระยาศรีสมุทรโภคชัยโชคชิตสงคราม หรือ เกตุ ยมจินดา) เจ้าเมืองระยองคนแรก ชื้อมาจากพัทลุงเพื่อใช้แสดงในงานสำคัญต่าง ๆ ปัจจุบันนอกจากเก็บรักษาไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ชมแล้ว

ความสำคัญ: เป็นที่เก็บรักษาตัวหนังใหญ่ จำนวน 100 ตัว มีอายุมากกว่า 200 ปี ที่นำมาจากจังหวัดพัทลุง เมื่อปี พ.ศ. 2431 รวมถึงหนังใหญ่ชุดใหม่ที่ใช้แสดงในปัจจุบัน

ลักษณะเด่น: เป็นวัดที่เก่าแก่ในจังหวัดระยอง

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น.

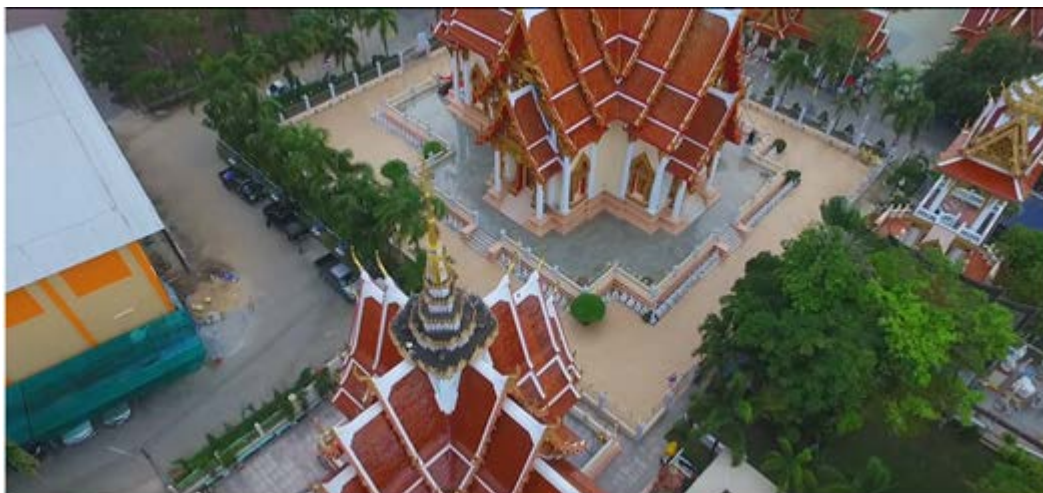
ข้อจำกัดในการพัฒนา: เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศาสนา

แนวโน้มในอนาคต: พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาระดับสากล

วัดลุ่มมหาชัยชุมพล

ที่ตั้ง: เลขที่ 019 ถ.ตากสินมหาราช ในเขตเทศบาลนคร อ.เมือง

การเข้าถึง: การเดินทาง สามารถใช้เส้นทางถนนสุขุมวิท สาย 3 เริ่มจากตัวเมืองจนถึงหอ นาฬิกาประมาณ 200 เมตร จะถึงสามแยกตากสิน ให้เลี้ยวขวาที่สามแยกตากสิน เข้าสู่ถนน ตากสินมหาราช



ภาพ 52 แสดงวัดลุ่มมหาชัยชุมพล

ที่มา: ระยองแซด, 2557, สื่อออนไลน์

ความเป็นมา: ประวัติความเป็นมาไม่มีผู้ใดทราบว่าสร้างขึ้นเมื่อใด สันนิษฐานว่า สร้างมา 300 กว่าปี ก่อนสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี ตามประวัติว่าพระเจ้ากรุงธนบุรีพาทหาร และพลเรือน อพยพมาผูกช้างม้าพักแรมที่โคนต้นสะตือใหญ่ ซึ่งเป็นบริเวณวัดลุ่มกับวัดเนิน ติดต่อกันและสะตือต้นนั้นยังปรากฏอยู่ทุกวันนี้

วัดลุ่มมหาชัยชุมพล เป็นวัดเก่าแก่ อยู่ที่ถนนตากสินมหาราช ตำบลท่าประดู่ อำเภอ เมือง เป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยา ตามประวัติกล่าวว่าสร้างขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2234 แต่เดิม บริเวณตั้งวัดลุ่ม (มหาชัยชุมพล) มีวัดตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน 2 แห่ง คือ “วัดลุ่ม” กับ “วัดเนิน” ต่อมา ในราวปี พ.ศ. 2463 สมเด็จพระสังฆราชเจ้า กรมหลวงวชิรญาณวงศ์ (ม.ร.ว.ชื่น นภวงศ์) เมื่อครั้ง ดำรงสมณศักดิ์ที่พระญาณวราภรณ์ ตำแหน่งเจ้าคณะมณฑลจันทบุรี เสด็จมาตรวจการ คณะสงฆ์ จึงให้รวมวัดลุ่มกับวัดเนินเป็นวัดเดียวกันแล้ว เรียกชื่อว่า “วัดลุ่ม” แต่ชาวบ้านนิยม เรียกว่า “วัดมหาชัยชุมพล”

ความสำคัญ: ปี พ.ศ. 2463 สมเด็จพระสังฆราช กรมพระวชิรญาณวงศ์ วัดบวรนิเวศ สมัยดำรงสมณศักดิ์ที่พระญาณวราภรณ์ ได้รวมเอาวัดลุ่มกับวัดเนินเป็นวัดเดียวกัน เพื่อให้ประชาชนได้มีความสามัคคีรักใคร่กลมเกลียวกัน เมื่อรวมเข้าด้วยกันทำให้วัดมีเนื้อที่ทั้งหมด 35 ไร่ 2 งาน 43 วา

ปูชนียวัตถุโบราณของวัดปรักหักพังไปเป็นส่วนมาก ที่มีอยู่ก็ยากจะซ่อมแซม ปฏิสังขรณ์ให้ดีขึ้นมาได้ เช่น หอไตร อุโบสถ เจดีย์ หอระฆัง จึงเพียงสงวนไว้ให้เป็นของเก่า ส่วนที่สร้างขึ้นใหม่ ได้แก่ อุโบสถ เสนาสนะ หอสดมภ์ ศาลาการเปรียญ โรงเรียนปริยัติธรรม และศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชแบบจัตุรมุข ใกล้เคียงสระตือประวัติศาสตร์ต้นนั้น ซึ่งเป็นจุดดึงดูดให้ผู้คนตลอดจนนักท่องเที่ยวได้เข้าไปกราบไหว้สักการะกันไม่ขาดระยะ

เสนาสนะที่สร้างขึ้นใหม่ โดยเฉพาะอุโบสถได้วางศิลาฤกษ์ เมื่อวันที่ 11 พ.ศ. 2513 ขนาดยาวเกือบ 21 เมตร กว้าง 17 เมตร ลักษณะเป็นทรงจัตุรมุขสวยงาม เมื่อมองด้านหน้า ด้านข้าง ด้านหลังจะเห็นตัวอุโบสถตั้งตระหง่านสง่างามทั้ง 4 ชั้น มุงด้วยกระเบื้องลอน สีน้ำตาลแก่ มีช่อฟ้า 16 ตัว อ่อนช้อยทวยระหงส์ ถัดลงมามีใบระกาทางหงส์ 78 ตัว ลักษณะเหมือนพญานาคประดับด้วยกระจกลีเหลืองทอง

หน้าบันลายไทยสวยงาม มองถัดลงมาจะเห็นคันทวยอันอ่อนช้อย บัวปลายเสา มีลักษณะเป็นกลีบบัวบานขึ้นไปตามคอเสาซึ่งเป็นเหมือนรังผึ้ง มีเทพพนมอยู่ตรงกลางราวกับจะอนุโมทนาสาธุการข้างอุโบสถ

ด้านในปูด้วยหินอ่อนสระบุรี ภายในประดิษฐานพระประธานแบบพระพุทธรชินราช จำลองจากเมืองพิษณุโลกเนื้อทองเหลืองลงรักปิดทอง หน้าตักกว้าง 4 ศอก 9 นิ้ว ประทับบนแท่นสูงด้วยพุทธลักษณะสง่างาม ถัดลงมามีพระอัครสาวกซ้ายขวา

วัดแห่งนี้ถือประวัติศาตร์ของชาวเมืองระยอง สมัยเมื่อ 300 กว่าปีที่ผ่านมามีสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้เสด็จเดินทางมาพักแรม และรวบรวมพลของพระองค์ก่อนที่จะเสด็จไปยึดเมืองจันทบุรี และกลับไปกู้ชาติไทยให้กลับคืนมาเป็นเอกราช

ลักษณะเด่น: ทางวัดได้สร้างพระบรมรูปสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ขนาดเท่าองค์จริงและศาลที่ประทับ เพื่อให้ลูกหลานไทยจีนได้ตระหนักถึงวีรกรรมอันยิ่งใหญ่ของพระองค์ในประวัติศาสตร์ ในช่วงเทศกาลตรุษจีนทุกปีจะมีประชาชนเข้าไปกราบไหว้สักการะจำนวนมาก โดยมีต้นสระตือประวัติศาตร์ยังคงแผ่สาขากิ่งก้านให้ความร่มรื่นอยู่ทุกวันนี้

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้เข้าชมฟรีทุกวัน

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา

แนวโน้มในอนาคต: พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาระดับสากล

วัดป่าประดู่

ที่ตั้ง: วัดป่าประดู่ อยู่ในเมืองระยองบนถนนสุขุมวิท ข้าง รพ.ระยอง ตรงข้ามโรงแรม บูรพาพาเลซ ห่างจากสถานีขนส่งประมาณ 700 ม.

การเข้าถึง: การเดินทาง สามารถใช้เส้นทางได้ 2 เส้นทาง เส้นทางแรก จากถนน สุขุมวิท สาย 3 ผ่านตัวเมือง จังหวัดระยองจุดสังเกตคือ ผ่านโรงพยาบาลระยอง โรงเรียนวัดป่า ประดู่ แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าซอยถนนป่าประดู่จะถึงวัดป่าประดู่ เส้นทางที่ 2 จากถนนสาย 36 (บายพาส) ถึงสี่แยกเกาะลอย ให้เลี้ยวขวาเข้าถนนจันทอุดม ผ่านตัวเมืองจังหวัดระยอง พอถึง สามแยกโรงพยาบาลระยองให้เลี้ยวซ้ายเข้าถนนสุขุมวิท สาย 3 ผ่านโรงพยาบาลระยอง โรงเรียนวัดป่าประดู่ แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าซอยถนนป่าประดู่จะเห็นวัดป่าประดู่



ภาพ 53 แสดงวัดป่าประดู่

ที่มา: ไทยแลนด์ท้อปโหวด, 2560, สื่อบอนไลน์

ความเป็นมา: วัดป่าประดู่ แต่เดิมมีชื่อว่า “วัดป่าเลไลยก์” อยู่ในเขตเทศบาลนคร ระยอง ถนนสุขุมวิท เป็นวัดเก่าแก่ สันนิษฐานว่า สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา ได้รับการยกฐานะ เป็นพระอารามหลวงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ภายในวิหารมีพระนอนขนาดใหญ่ ยาว 11.95 เมตร สูง 3.60 เมตร เป็นพระพุทธรูปไสยาสน์ซึ่งประทับอยู่ในท่านอนตะแคงซ้าย เดิมอยู่กลางแจ้ง ต่อมาสร้างวิหารครอบเมื่อปี 2524 ศาลแห่งนี้เป็นที่เคารพนับถือของชาวเมือง และมีงานสมโภช ประจำปีในช่วงตรุษจีน

ความสำคัญ: พระพุทธไสยาสน์ เป็นพระนอนตะแคงซ้ายอยู่คู่กับวัดมาแต่โบราณ ไม่ปรากฏหลักฐานว่าสร้างในสมัยใด องค์พระมีความยาวจากพระเศียรจดพระบาท 11.95 เมตร สูง 3.60 ม. ทำด้วยอิฐถือปูน ในปี พ.ศ. 2478 พระครูสมุทสมานคุณ (แอ้ว) อดีตเจ้าอาวาส ได้บูรณะส่วนที่ชำรุดแล้วปิดทองเสียใหม่ ต่อมาวิหารเก่าชำรุด ทางวัดจึงได้สร้างวิหารใหม่ เมื่อปี พ.ศ. 2523

โบสถ์หลังเก่า พระครูสมุทสมานคุณ (แอ้ว) และชาวบ้านร่วมกันสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2449 ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 5 ด้านหน้าโบสถ์ต่อเป็นหลังคามีสารองรับ ซึ่งเป็นลักษณะศิลปกรรมที่นิยมในยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ หลังคาซ้อนสองชั้น ประดับช่อฟ้าใบระกา ที่น่าสนใจคือ โบสถ์แห่งนี้ได้รับอิทธิพลศิลปะจีน เช่น ที่หน้าบันด้านหน้าหรือด้านทิศตะวันออก บันปูนเป็นรูปพระพุทธรูปเจ้าผู้ค้ำขึ้นเหนือดอกบัวกลางสระ มีนกกะสากำลังจิกกบเขียวอยู่ในสระ ส่วนด้านหลังโบสถ์บันปูนเป็นลายพรรณพฤกษา ยกช่อดอกไม้เป็นกลีบลอยเด่นออกมาจากผนัง มีสิงโตกำลังเล่นลูกแก้วขนาบข้างละตัว

วิหารพระपालิไลยก์ พระปางपालิไลยก์เป็นของเก่าที่อยู่คู่วัดมาแต่เดิมเช่นเดียวกับพระพุทธไสยาสน์ และเคยเป็นพระประธานของวัดมาก่อน สูงถึง 6.02 เมตร ประดิษฐานอยู่ในวิหารที่สร้างใหม่ในปี พ.ศ. 2501 เนื่องจากวิหารเดิมทรุดโทรมมาก

ลักษณะเด่น: พระพุทธไสยาสน์ โบสถ์หลังเก่า วิหารพระपालิไลยก์

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานศึกษาทางศาสนาที่สำคัญของประเทศ



ภาพ 54 แสดงวัดราชบัลลังก์

วัดราชบัลลังก์

ที่ตั้ง: หมู่ที่ 6 ตำบลทางเกวียน อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: เลยสามย่าน เลย โรงเรียนแก่ง ประมาณ 6 กิโลเมตร

ความเป็นมา: วัดราชบัลลังก์นี้ เมื่อเริ่มสร้างมีชื่อว่า “วัดเนินสระ” อาจเป็นเพราะตั้งชื่อตามสภาพพื้นที่ คือ มีสระน้ำสำหรับชาวบ้านใช้อุปโภคบริโภคอยู่ชายเนิน ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดทะเลน้อย” ตามชื่อหมู่บ้าน เพราะบริเวณนี้กล่าวกันว่า เดิมเป็นทะเลแต่มาตื้นเขินเป็นพื้นดิน หากขุดลึกลงไปสักเล็กน้อยจะพบซากเปลือกหอยมากมายในทุกพื้นที่ ถึงหน้าฝนน้ำขังจึงใช้ทำนาได้ ในอดีตหน้าแล้งบางปีน้ำทะเลหนุนเอ่อขึ้นมาท่วมทุ่ง มองดูแล้วคล้ายทะเลน้อย ๆ จึงมีชื่อเรียกหมู่บ้านนี้ว่า “บ้านทะเลน้อย” ปัจจุบันก็ยังกั้นตลิ่งน้ำจืดอยู่ ชาวบ้านต้องอาศัยเก็บน้ำฝนไว้บริโภค เพราะน้ำในบ่อที่ขุดไว้ใช้มีรสกร่อย ใช้ดื่มกินไม่ได้

วัดนี้เป็นวัดเก่าแก่สร้างขึ้นในสมัยใดไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัด คาดว่าคงสร้างราวปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาหรือก่อนนั้น โดยเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติไทย ตอนกรุงศรีอยุธยาถูกพม่าล้อมและเสียกรุงเมื่อ พ.ศ. 2310 นั้น พระเจ้าตากสิน เมื่อครั้งยังเป็นพระยาวชิรปราการได้นำกำลังพลประมาณ 500 คน พร้อมด้วยทหารคู่ใจ คือ พระเชียงเงิน พระพิชัยอาสา หลวงพรหมเสนา หลวงราชเสนหา ดีฝางล้อมของพม่าออกไปทางทิศตะวันออก ผ่านเมืองนครนายก ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง และเมืองแก่ง ไปสะสมเสบียงอาหารและรวบรวมกำลังพลที่เมืองจันทบุรี เพื่อกอบกู้อิสรภาพกลับคือจากพม่า ในช่วงที่ผ่านเมืองแก่งนั้น ได้หยุดพักพลที่บริเวณวัดเนินสระนี้ เพราะหมู่บ้านนี้เป็นชุมชนใหญ่กว่าชุมชนอื่นในสมัยนั้น วัดนี้จึงเป็นวัดสำคัญในอดีต มีเจ้าคณะเมือง เจ้าคณะแขวง และหรือเจ้าคณะอำเภอประจำอยู่ที่วัดนี้ สืบต่อกันมาหลายรูป จะเรียกว่าเป็นวัดเจ้าคณะก็คงจะไม่ผิดความจริงนัก เพราะหากช่วงใดเจ้าคณะว่างลงผู้ที่ได้รับแต่งตั้งเป็นเจ้าคณะแทน จะต้องมาประจำอยู่ที่วัดนี้ จากประวัติศาสตร์ชาติไทยดังกล่าว จึงพอคำนวณได้ว่าวัดนี้สร้างมาเป็นเวลาประมาณ 300 ปีเศษมาแล้ว

ความสำคัญ: วัดราชบัลลังก์เป็นวัดที่เก่าแก่เป็นสถานที่ตามประวัติศาสตร์ที่พระยาตากสินมหาราชได้นำกำลังพลดีฝางล้อมของพม่าออกไปทางทิศตะวันออก ผ่านเมืองแก่งเพื่อไปสะสมเสบียงอาหารและรวมพลที่เมืองจันทบุรี ได้หยุดพักพลที่วัดราชบัลลังก์แห่งนี้ และวัดนี้ยังมีพระพุทธรูปโครงหวาย ที่ประดิษฐาน ณ อุโบสถเก่าที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานและเจดีย์อีก 1 องค์ ตลอดจนได้มีการตั้งศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชขึ้น และมีผู้ที่เคารพบูชานับถือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ได้มากราบไหว้กัน

ในทุกปีวันที่ 28 ธันวาคม จะมีการทำพิธีสักการบูชาที่ศาลแห่งนี้ จากการพัฒนาวัดดังกล่าว ทำให้วัดเป็นที่รู้จักและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่คนผ่านไปมาได้แวะเยี่ยมทุกครั้ง

ลักษณะเด่น: มีโบราณสถานโบราณวัตถุที่สำคัญ เช่น เจดีย์ โบสถ์ พระประธาน ก่อสร้างด้วยโครงหวายฉาบปูน ตู้อายรดน้ำ บัลลังก์ มีดดาบ และของเก่าอีกมากมาย พระพุทธรูปโครงสร้างหวายฉาบปูนปิดทอง 1 องค์ เดิมเป็นพระประธานในอุโบสถปัจจุบันชำรุดมาก ทางวัดนำมาประดิษฐานอยู่ที่หอสวดมนต์เจดีย์เก่า แก่ 1 องค์ สร้างประมาณ พ.ศ. 2430 ภายในเจดีย์บรรจุวัตถุมงคลและของมีค่าหลายอย่าง ปัจจุบันชำรุดมาก ทราบว่าของที่บรรจุอยู่หายไปเป็นจำนวนมาก ตู้อายรดน้ำเป็นของพระราชทานซึ่งเจ้าคุณธรรมเจดีย์ (อยู่) เจ้าอาวาสวัดโมลีโลกยาราม ชาวแก่ง เรียกนามท่านว่า “เจ้าอยู่” เป็นผู้นำมาถวายเมื่อประมาณ พ.ศ. 2427 พร้อมกับบัลลังก์ที่ประทับของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและพระพุทธรูปสถานด้วยโครงหวายฉาบปูน 1 องค์

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้เข้าชมฟรีทุกวัน

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลทางเกวียน

แนวโน้มในอนาคต: พัฒนาเป็นศาสนสถานที่สำคัญระดับสากล



ภาพ 55 แสดงวัดละหารไร่ (หลวงปู่ทิม อสิริโก)

ที่มา: ไทยแลนด์ทีโอปโหวต, 2560, สื่อบนออนไลน์

วัดละหารไร่

ที่ตั้ง: ตำบลหนองละลอก อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: ใช้เส้นทาง 314 ชลบุรี-ระยอง ก่อนถึงระยอง 1 กม. มีสามแยกบ้านค่าย ปากทางมีบึงชื่ระยอง ให้เลี้ยวซ้าย ไปทางบ้านค่าย วิ่งไป 13 กม. มีป้ายบอกทางวัดละหารไร่ ซ้ายมือเลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 1 กม. วัดอยู่ทางด้านขวามือ

ความเป็นมา: วัดละหารไร่นี้ก่อตั้งเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2354 โดยหลวงพ่อสังข์เฒ่า รองเจ้าอาวาสวัดละหารใหญ่สมัยนั้น เห็นว่าพื้นที่ทางฝั่งคลองด้านตรงข้ามทางทิศเหนือของวัด ละหารใหญ่มีทำเลดีเหมาะแก่การปลูกพืชผัก จึงได้หักล้างถางพงใช้เป็นพื้นที่ปลูกพืชผัก ชั้นแรก ได้สร้างที่พักร่มเงาไว้ เมื่อถึงเวลาเช้าพระภิกษุก็จำพรรษาที่วัดละหารใหญ่ ต่อมาเมื่อมีคนไปทำไร่ ในแถบใกล้ ๆ ที่นั้นมากขึ้น เห็นว่ามีพระสงฆ์อยู่ เมื่อถึงวันพระก็จัดภัตตาหารไปถวาย เป็นประจำ ต่อมาได้มีพระภิกษุไปอยู่เพิ่มมากขึ้น จึงได้ก่อสร้างกุฏิวิหาร พระสงฆ์ก็มาจำพรรษา อยู่ที่นั่น ตั้งชื่อว่า วัดไร่วาริ ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น วัดละหารไร่

ความสำคัญ: เป็นวัดที่มีชื่อเสียงอีกแห่งของจังหวัดระยอง เกจิอาจารย์ดังแห่งภาค ตะวันออก หลวงปู่ทิม อสิริโก

ลักษณะเด่น: หลวงปู่ทิม นามเดิมชื่อ ทิม นามสกุล งามศรี เกิดที่บ้านหัวทุ่งตาบุตร หมู่ที่ 2 ตำบลละหารไร่ อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง มีพี่น้องร่วมท้องเดียวกันเป็นชายทั้ง 3 คน ท่านเป็นคนี่ 2 เกิดเมื่อ ปีมะแม วันศุกร์ เดือน 7 ตรงกับวันที่ 16 เดือน มิถุนายน 2422 เป็นบุตรของนายแจ้ นางอินทร์ งามศรี และท่านเป็นหลานของหลวงปู่สังข์ โดยมารดาของท่าน เป็นน้องสาวหลวงปู่สังข์ หลวงปู่สังข์นี้เป็นพระปรมาจารย์ผู้เรืองวิชาอาคมอย่างยิ่งในสมัยนั้น หลวงปู่สังข์องค์นี้เป็นผู้ก่อตั้งวัดละหารไร่ขึ้นมา ไม่ว่าใครที่มาที่จะต้องมาสักการะกราบไหว้ หลวงปู่ทิมกัน เพราะถือว่าท่านเป็นบุคคลสำคัญ

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการเข้าไปกราบไหว้สักการะทุกวัน

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งเรียนรู้ทางศาสนา สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับ ศาสนา

ตลาดบ้านเพ

ที่ตั้ง: หมู่ 3 ตำบลบ้านเพ อำเภอมะเมือง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: อยู่ห่างจากตัวเมืองระยอง 19 กิโลเมตร จากถนนสุขุมวิทแยกขวาตรง กิโลเมตรที่ 231 ไปประมาณ 5 กิโลเมตร หรือแยกขวาตรงกิโลเมตรที่ 238 ประมาณ 3 กิโลเมตร



ภาพ 56 แสดงตลาดบ้านเพ

ที่มา: ยุทธพงศ์ ภามาศ, 2556, สื่อดอนไลน์

ความเป็นมา: ตลาดสดบ้านเพ ชื่อเต็ม ๆ ว่าตลาดเทศบาลบ้านเพ เป็นตลาดที่เป็นที่รู้จักดีทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว เพราะเป็นแหล่งขายของหลากหลายชนิด ส่วนมากเน้นไปทางของกิน โดยเฉพาะพวกของทะเลสด ๆ ของแห้งนานาชนิด ขนมของฝากมากมาย ที่นักท่องเที่ยวต่างต้องแวะมาซื้อจากตลาดบ้านเพ ดัดไม้ติดมือกลับบ้านไปด้วย ตลาดสดบ้านเพมี อังคาร-อาทิตย์ 09.00-16.00 น. ไปไม่ควรไปเกิน 17.00 น.

ความสำคัญ: ตลาดบ้านเพ อยู่ในตำบลเพ อำเภอเมือง อยู่ห่างจากท่าเรือเพ (ท่าเรือไปเกาะเสม็ด) ประมาณ 200 เมตร ของทะเลที่นี้จึงใหม่สด และสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อหาของทะเลสด ๆ เพื่อเอาไปปิ้งย่างเองริมหาด หรือซื้อไปทำกินบนเกาะ ในตลาดมีกล่องโฟมจำหน่ายสำหรับแช่ของสดด้วย จึงง่ายและสะดวกมาก ของทะเลที่ตลาดบ้านเพมีให้เลือกหลายชนิด เช่น กุ้ง ปูม้า ปลาหมึก ทั้งหมึกกล้วย หมึกหอม หมึกไข่ หอยชนิดต่าง ๆ เช่น หอยนางรม หอยหวาน หอยจาวมะพร้าว หรือคนที่ไม่ต้องการเสียเวลาในการไปทำเองก็สามารถหาซื้อแบบสำเร็จพร้อมรับประทานเลยก็มี พวกหอย ปลาหมึกสดย่างเสียบไม้ราคาไม่แพง บรรดาหอย และปลาหมึกเสียบไม้ขายมีหลายแบบ เช่น ปลาหมึกไข่ย่าง หมึกกระตอยไข่ หมึกหอม หมึกกล้วย หอยหวาน หอยเชลล์เสียบไม้ย่าง ปลาอย่าง สามารถซื้อไปนั่งกินริมชายหาดได้เลย

ลักษณะเด่น: ตลาดบ้านเพที่ถนนสายหลักของเมืองระยองที่เปรียบเสมือนศูนย์กลางการค้า และการดำเนินชีวิต ซึ่งปัจจุบันไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปเท่าไร ทำให้ถนนสายนี้มีเสน่ห์ และเป็นย่านจับจ่ายใช้สอยที่สำคัญ โดยมีร้านรวงต่าง ๆ มากมายให้เลือกจับจ่ายอย่างอึกทึกครึกโครมทั้งร้านอาหาร ร้านของใช้เบ็ดเตล็ด ร้านขายของที่ระลึก และพิพิธภัณฑสถาน อร่อย ๆ ได้ที่ ตำนานป่า สวนอาหารท่ามกลางบรรยากาศสวนป่าแท้ ๆ

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00-19.00 น.

ปัญหา: ปัญหาเรื่องการบุกรุกพื้นที่สาธารณะ

ข้อจำกัดในการพัฒนา: องค์การบริหารส่วนตำบลเพเป็นผู้ดูแล

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศูนย์การค้าที่สำคัญของประเทศ



ภาพ 57 แสดงตลาดผลไม้ตะพง

ที่มา: รักบ้านเกิด, 2561, สื่อบนออนไลน์

ตลาดผลไม้ตะพง

ที่ตั้ง: ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 ตำบลตะพง อำเภอเมืองระยอง

การเข้าถึง: เส้นทางที่ 1 ทางหลวงหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) เริ่มต้นจากกรุงเทพฯ ผ่าน อ.บางปู-อ.บางปะกง-จ.ชลบุรี-บางแสน-ศรีราชา-พัทยา-หาดจอมเทียน-สัตหีบ-

อ.บ้านฉาง จนถึงอำเภอเมือง จ.ระยอง รวมระยะทางทั้งสิ้น 220 กม. เส้นทางที่ 2 ทางหลวงหมายเลข 34 (ถนนบางนา-ตราด) เป็นเส้นทางที่มีผู้นิยมใช้เป็นจำนวนมาก โดยมีจุดเริ่มสิ้นสุดทางด่วน ตำนฉลิมนคร อ.บางนา ผ่าน อ.บางพลี-อ.บางบ่อ จ.สมุทรปราการ และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 ที่ กม. ที่ 70 อ.บางปะกง จ.ฉะเชิงเทรา จากนั้นจะผ่านเส้นทางเดียวกันกับเส้นทางที่ 1 รวมระยะทางทั้งสิ้น 220 กม.

ความเป็นมา: เป็นตลาดกลางผลไม้ที่ใหญ่แห่งหนึ่งของระยอง มีผลไม้ประจำจังหวัดให้เลือกหลายร้านหลายราคาไม่เท่ากัน มีของฝากอาหารทะเลแห้ง ขนมต่าง ๆ

ความสำคัญ: เป็นศูนย์รวมการค้าผลไม้ของจังหวัด ผลไม้ที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ เงาะ มังคุดทุเรียน ในรอบ ๆ บริเวณตลาดกลางผลไม้เพื่อการเกษตรระยอง

ลักษณะเด่น: ตลาดตะพงถือเป็นอีกตลาดหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะจริง ๆ แล้วนอกจากจะเป็นตลาดที่เป็นศูนย์รวมผลไม้แล้ว ยังเป็นตลาดสดสำหรับซื้อของสด กับข้าวสำเร็จ ของฝากขึ้นชื่อต่าง ๆ กลับบ้านได้ด้วย เลือกดูได้หลายร้าน ราคาไม่แพง นอกจากนั้นบริเวณใกล้ตลาดตะพง จะมีสวนผลไม้ให้ไปเที่ยวชมสวนซื้อผลไม้กันได้อีกด้วย มีหลายสวนให้เลือกแวะเที่ยวได้เลย

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการเวลา 08.00-18.00 น.

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ภายใต้การดูแลของเทศบาลนครระยอง

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศูนย์รวมการค้าผลไม้ของประเทศ

มา'ยอง OTOP

ที่ตั้ง: ตั้งอยู่เลขที่ 201 หมู่ที่ 7 ถนนสาย 36 ตำบลมะขามคู่ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: วิ่งมาทาง ถ.สาย 36 พิระเซอร์กิต ม.ธรรมศาสตร์ พัทยา แล้วตรงมาเรื่อย ๆ เข้าเขตระยอง จะเห็นป้ายยินดีต้อนรับใหญ่ ๆ ข้างทางมีร้านผลไม้เรียงยาวหลายร้านก็ให้ตรงมาจนเจอวัด หนองหว้า บนเนินเขาทางขวามือมาอีกนิดเดียวก็เห็น มายอง โอท็อป อยู่ฝั่งขวา ฝั่งเดียวกับวัด

ความเป็นมา: มา'ยอง OTOP หรือ เรียกกันโดยทั่วไปว่า ศูนย์มา'ยองฯ มีชื่อเต็มว่า บริษัท บริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนระยอง จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2553 อันเกิดจากแนวความคิดขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง ร่วมกับจังหวัดระยอง โดยงบประมาณในการก่อตั้งศูนย์ฯ 80 ล้านบาท บนเนื้อที่ 30 ไร่ เพื่อสร้างโอกาส และกระจายรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้ ชาวประมง ชุมชนผู้ผลิต ตลอดจนอุตสาหกรรมในท้องถิ่น โดยรวบรวมสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด มาแสดงและจำหน่ายในสถานที่แห่งเดียวกัน

เพื่อสร้างสรรค์ให้ มา'ยอง OTOB เป็นศูนย์ของฝากและศูนย์ของดีของจังหวัดระยอง โดยได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2554



ภาพ 58 แสดงศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOB

ที่มา: จีเพลส, 2555, สื่อออนไลน์

ความสำคัญ: เป็นแหล่งรวมของฝากของดีของเด่นของจังหวัดระยอง ตั้งอยู่บนพื้นที่ 30 ไร่ เป็นการรวบรวมเอาสินค้าที่มีคุณภาพจาก 8 อำเภอในจังหวัดระยอง ทั้งผลไม้หลากหลายชนิด ผลิตภัณฑ์แปรรูป สินค้าโอท็อประดับ 5 ดาว รวมถึงสินค้าอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงระดับส่งออก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ที่ผ่านเข้า-ออก ภาคตะวันออก ภายในศูนย์จะประกอบไปด้วย อาคารอุตสาหกรรม สำหรับไว้โชว์ภาพลักษณ์และบริหารขององค์กร ห้างร้านต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเที่ยวชม ได้รับรู้ถึงข้อมูลสินค้าและบริการ

อาคาร OTOB ซึ่งจะรวบรวมสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัดระยองมาจัดแสดงและจำหน่ายในรูปแบบของสินค้าหัตถกรรม เช่น ดอกไม้ที่ทำจากไผ่ไหม กระจาด สบู่หอม และพวงกุญแจ ฝีเสื้อทำมาจากลูกยาง อาคารประชุม เป็นสถานที่รองรับการประชุมของหน่วยงานทั้งราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชน รองรับได้มากกว่า 200 คนต่อวัน สะดวกและง่ายต่อการเดินทางผู้ที่ต้องการใช้สถานที่ โดยหน่วยงานต่าง ๆ ติดต่อได้ที่ศูนย์ มา'ยอง เพื่อใช้ห้องประชุม อาคารศูนย์

อาหาร เหมาะสำหรับคนที่ต้องการนั่งพักผ่อน ทานอาหารถ้วยเดียวปลาเจ้จิ้ม เกี้ยวน้ำ และเครื่องต้มยำเย็น ๆ และที่ขาดไม่ได้เลย คือ อาคารด้านหน้าแบ่งเป็น 40 ร้านค้า ซึ่งพ่อค้าแม่ค้า ได้นำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในจังหวัดระยองมาจัดจำหน่าย อาทิ ผลไม้ตามฤดูกาล ของฝากอาหารทะเล ทูเรียนทอด ขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ และสินค้าที่ขึ้นชื่ออีกมากมาย

ลักษณะเด่น: ภายในศูนย์ มา'ยong OTOP ประกอบด้วย 1) อาคารจัดจำหน่ายของดี มีชื่อของจังหวัดระยอง จำนวน 40 บูธ ประกอบด้วย ผลไม้และเกษตรแปรรูป ได้แก่ พุทรา จัมโบ้ มะพร้าวน้ำหอม สับปะรด ผลไม้ตามฤดูกาล และเกษตรแปรรูปต่าง ๆ ได้แก่ ทูเรียนทอด ขนมทอด กุ้งทอด สับปะรดกวนฯ อาหารทะเลแห้งและแปรรูป ได้แก่ ปลาหมึกแห้ง กุ้งแห้ง ปลากรอบ ปลาเส้น ของที่ระลึก ได้แก่ โมบายเปลือกหอย พวงกุญแจ เสื้อสกรีน ร่ม 2) อาคาร OTOP Express และของฝากเมืองระยอง ได้แก่ ผ้ามัดย้อม เครื่องประดับหยก ต้นไม้หยก สมุนไพรหอม และผลิตภัณฑ์จากกลุ่มต้นกล้าอาชีพ 3) อาคารใหญ่ประกอบด้วยศูนย์อาหาร ห้องประชุม จัดเลี้ยง และบูธ OTOP ของดีเมืองระยอง

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 09.00–20.00 น.

ปัญหา: มีปัญหาแรงงานต่างด้าวเกิดขึ้น

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ในภายใต้การดูแลและพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง

แนวโน้มในอนาคต: มีการจัดพัฒนาด้านการค้า สำหรับสินค้าที่ขายไม่ค่อยออกไม่ว่าจะเป็นด้านการโปรโมทสินค้า หรือการลดราคาสินค้า เป็นต้น

อ่าวบ้านเพ

ที่ตั้ง: อ่าวบ้านเพ ตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: เส้นทางที่ 1 ทางหลวงหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) จากกรุงเทพฯ ผ่านอำเภอบางปู อำเภอบางปะกง จังหวัดชลบุรี บางแสน ศรีราชา พัทยา หาดจอมเทียน สัตหีบ อำเภอบางฉ่าง ไปจนถึงอำเภอเมือง จังหวัดระยอง รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร
เส้นทางที่ 2 ทางหลวงหมายเลข 34 (ถนนบางนา-ตราด) เริ่มจากตรงจุดสิ้นสุดทางด่วนด่านเฉลิมนคร อำเภอบางนา ผ่านอำเภอบางพลี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 ที่กิโลเมตรที่ 70 อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา หลังจากนั้นก็จะผ่านเส้นทางเดียวกันกับเส้นทางที่ 1 รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร
เส้นทางที่ 3 ทางหลวงหมายเลข 36 (บายพาส 36) จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 2 จนถึงกิโลเมตรที่ 140 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 36 จากนั้นให้เดินทางต่อไปยังจังหวัดระยองด้วยระยะทาง 70 กิโลเมตร รวมระยะทางประมาณ 210 กม.



ภาพ 59 แสดงวิถีชาวประมง (อ่าวบ้านเพ)

ที่มา: วัชรชัย คล้ายพงษ์, 2559, สื่อออนไลน์

ความเป็นมา: ตั้งแต่เช้ามีคย่นป้ายของทุกวัน ชาวประมงอ่าวเพ จะนำเรือหาปลาขนาดเล็ก มาจอดบริเวณที่ปักเรือ หรือที่ชาวบ้านในย่านนั้นเรียกว่า “หัวเขื่อน” ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงอ่าวไทยฝั่งตะวันออก (จ.ระยอง) อนุญาตให้นำเรือมาจอดเพื่อหลบลมและเก็บผลผลิตที่หาได้จากท้องทะเล ทั้งปูม้า ปลาทุ ปลาเก๋า ไปจำหน่ายและบริโภค ชาวประมงก็ต่างสละวณกับการทำความสะอาดตาข่ายดักปู ปลา เพื่อให้พร้อมสำหรับวันใหม่ บางคนก็เอาเวลามาทำความสะอาดท้องเรือ ตรวจสอบดูความเรียบร้อยของเรือ และเครื่องยนต์ เพื่อความปลอดภัยในการออกทะเล ถือเป็นกิจวัตรประจำวันของคนที่มีอาชีพจับสัตว์ทะเล ทำให้ประมงพื้นบ้านยังคงเป็นอาชีพที่สำคัญต่อคนในชุมชนอ่าวบ้านเพ ที่สืบทอดส่งต่อกันมาจากบรรพบุรุษจนถึงลูกหลาน

ความสำคัญ: เป็นวิถีชีวิตส่วนหนึ่งของชาวจังหวัดระยอง เนื่องจากจังหวัดระยองนั้นมีพื้นที่ทะเลรอบ ๆ จึงทำให้ผู้คนมีอาชีพทำประมงเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนชาวระยอง

ลักษณะเด่น: “มนต์เสน่ห์” วิถีการทำอาชีพประมงกลุ่มเล็ก ๆ ยังคงดึงดูดและจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยหรือคนต่างชาติ ที่เดินทางมาเที่ยวพักผ่อนจังหวัดระยอง ได้สัมผัสและเข้าถึงอาชีพประมงพื้นบ้านของคนในท้องถิ่น ที่นอกเหนือจากการเล่นน้ำทะเลหรือซื้อของฝาก “ประมงพื้นบ้าน ยังคงสร้างรายได้และเป็นตัวแทนของชาวบ้าน ที่ทำอาชีพประมงอย่างแท้จริง”

สภาพปัจจุบัน: มีกำหนดจัดฝึกอบรม หลักสูตร การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และแรงงานที่ดีในภาคการประมง รุ่นที่ 1 จึงขอเชิญผู้ประกอบการประมง นายจ้าง ลูกจ้างในสถานประกอบการเกี่ยวกับสัตว์น้ำ แพปลาเรือประมง รวม 50 คน เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตรดังกล่าว

ปัญหา: เกิดปัญหาน้ำมันดิบรั่วลงสู่ทะเล ทำให้ได้รับผลกระทบความเสียหายอย่างมาก

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ในภายใต้การดูแลและการพัฒนาสำนักงานประมงอำเภอเมืองระยอง

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ศึกษาวิธีชาวประมง และแหล่งธรรมชาติที่สมบูรณ์



ภาพ 60 แสดงวิถีริมแม่น้ำลำคลอง

ที่มา: ทราเวลเอ็มไทย, 2556, สื่อดอนไลน์

ตลาดเกาะกลอย

ที่ตั้ง: 65/3 หมู่ 3 ตำบลเชิงเนิน อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: การเดินทางไป ตลาดเกาะกลอย จังหวัดระยอง ใช้เส้นทางมอเตอร์เวย์ หรือ ทางด่วนบูรพาวิถี ตัดเข้าทางหลวงหมายเลข 36 มุ่งหน้าสู่จังหวัดระยอง ตลาดเกาะกลอย ตั้งอยู่ในบึงน้ำมัน ปตท. ตรงสี่แยกเกาะกลอย ก่อนเข้าตัวเมืองระยอง

ความเป็นมา: ตลาดเกาะกลอย เป็นตลาดน้ำ ซึ่งเกิดจากวิถีการดำเนินชีวิตของชาวท้องถิ่น บรรยากาคนำรักด้วยมิตรไมตรี มากมายด้วยอาหารแบบดั้งเดิม ทั้งภาชนะและรสชาติ คนชอบอนุรักษ์ไม่ควรพลาดตลาดเกาะกลอย

ความสำคัญ: เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวิถีชีวิตของชาวบ้านริมน้ำได้อย่างดี และสมบูรณ์แบบ ในหลายด้านไม่ว่าจะเป็น ด้านความสวยงาม ด้านธรรมชาติ หรือด้านการอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวบ้านริมน้ำ

ลักษณะเด่น: เป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่พาเราย้อนรอยของอดีต ด้วยความโบราณทั้งสถาปัตยกรรม วัฒนธรรม จึงทำให้ตลาดเกาะกลอยจังหวัดระยองสะท้อนภาพความเป็นอยู่ของชีวิตอิงกระแสน้ำ การซื้อขายแลกเปลี่ยน กิจกรรมซึ่งหล่อเลี้ยงชุมชนให้คงอยู่ และดำเนินไปในแต่ละวัน

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00–21.00 น.

ปัญหา: เป็นตลาดขนาดเล็กจึงไม่เป็นจุดสังเกตสำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เทศบาลนครระยองเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิถีชีวิตแบบธรรมชาติริมน้ำของชาวจังหวัดระยอง และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจให้กับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

สวนลู่ทองใบ

ที่ตั้ง: สวนลู่ทองใบ ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: เดินทางจากเมืองระยอง ตรงมาตลาดตะพง จนมาถึงการท่องเที่ยวระยอง ให้สังเกตป้ายทางเข้าวัดยายดา จะมีป้ายทางเข้าสวนลู่ทองใบ ให้เลี้ยวซ้ายเข้าไปแล้วก็ตรงไป ตามทางเรื่อย ๆ จนเจอวัดยายดาจึงเลี้ยวขวาเข้าไปตามทาง จะมีแยกออกซ้าย แล้วก็จะถึงสวนลู่ทองใบ

ความเป็นมา: จังหวัดระยองเป็นเมืองยุทธศาสตร์ 3 ทาง ประกอบด้วยภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และการท่องเที่ยว เป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ สภาพพื้นที่เหมาะในการทำสวนผลไม้ เป็นแหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี เช่น มังคุด ทุเรียน เงาะ ลองกองและอื่น ๆ โดยเฉพาะทุเรียนเป็นที่เลื่องลือในรสชาติของความอร่อย



ภาพ 61 แสดงวิถีชาวสวน (สวนลุงทองใบ)

ที่มา: สมัย ดวงจำปา, 2560, สื่อออนไลน์

ความสำคัญ: เป็นการสร้างรายได้ส่วนหนึ่งให้กับประชาชนในพื้นที่ที่ทำไร่ ทำสวน หรือการเกษตร และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมาก เพราะได้รับความนิยมอย่างมาก จากนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ลักษณะเด่น: ส่วนใหญ่สวนในชุมชนนี้จะเปิดให้บริการบุฟเฟต์ประมาณช่วงปลาย เดือนเมษายน นั่นก็คือ “สวนลุงทองใบ มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาไม่มาก ในสวนลุงทองใบก็จะมี บริการดังนี้ควรเข้ามาซื้อบัตรจากนั้นก็นั่งรถชมสวน แล้วกลับมานั่งกินบุฟเฟต์ผลไม้ ทางสวน เตรียมโต๊ะไว้เยอะพอสมควร กินบรรยากาศได้ร่มไม้ สภาพอากาศไม่ร้อนมาก ภายในสวน ทุเรียนค่อนข้างจะมีผลทุเรียนมากพอสมควร สายพันธุ์ทุเรียนก็จะมี ชะนีและหมอนทอง ลองกอง มังคุด สละ พร้อมข้าวเหนียวทุเรียน ไส้กรอกทุเรียน ส่วนเงาะจะมีช่วงประมาณ ปลายเดือน

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการเวลาตั้งแต่ 09.00–17.00 น.

ปัญหา: สามารถไปท่องเที่ยวได้เฉพาะในช่วงเวลาที่มีผลไม้ตามฤดูกาลต่าง ๆ ที่ ต้องการเท่านั้น

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เจ้าของสวนลุงทองใบเป็นผู้ดูแล

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากในส่วนของคนที่ชอบทานผลไม้ หรือรวมไปถึงผู้ที่มีความสนใจทางด้านการทำสวน การทำเกษตรเพราะปลูกต่าง ๆ หรือการศึกษาเรียนรู้สำหรับคนที่สนใจ



ภาพ 62 แสดงการแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ (สวนยายดา)

ที่มา: อินซันทัวร์ไทยแลนด์, 2560, สื่อดอนไลน์

สวนยายดา

ที่ตั้ง: ตั้งอยู่เลขที่ 30 หมู่ 3 ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

การเข้าถึง: การเดินทางมายังสวนยายดาจังหวัดระยอง สามารถเดินทางมาได้ตลอดทั้งปี เพื่อศึกษาวิถีชีวิตแบบเกษตร และท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรถยนต์ส่วนตัว จาก กทม. ใช้เส้นทางมอเตอร์เวย์ เส้นทางกรุงเทพฯ-พัทยา-ระยอง จากตัวจังหวัดระยองไปจนถึงตลาดตะพง เป็นระยะทาง 8 กิโลเมตร ถนนสุขุมวิท สายระยอง-จันทบุรี จากตลาดตะพงเข้าไปสวนยายดา ใช้ถนนสายตะพง-ยายดา 4 กิโลเมตร โดยรถประจำทางสามารถขึ้นรถได้ที่สถานีขนส่งหมอชิต 2 หรือสถานีขนส่งเอกมัย ถนนสุขุมวิท มีทั้งรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 และชั้น 2 โดยมาลงที่สถานีขนส่งจังหวัดระยอง แล้วต่อรถสองแถวสายระยอง-ตะพง-ยายดา ระยะทาง

12 กิโลเมตร มาถึงสวนยายดา หรือ รถตู้โดยสาร บ.ระยองทัวร์ อนุสาวรีย์ (ตรงข้ามภัตตาคาร พงหลี) รถตู้ด่วนอนุสาวรีย์ชัย (ติดห้างเซ็นจูรี่) การเดินทาง 2 ชม.

ความเป็นมา: ในปี พ.ศ. 2545 ป้าชื่นได้เริ่มทำสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สวนหลังบ้าน ขึ้น สวนยายดาจึงได้เข้าร่วมโครงการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลตะพง โดยได้รับความช่วยเหลือจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 4 ระยอง ได้จัดให้รายการที่นี้ประเทศไทย เข้ามาถ่ายทำ และออกอากาศทางโทรทัศน์ช่อง 5 จึงทำให้สวนยายดาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย โดยในขณะที่เปิดสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น ยังไม่มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ แม้แต่กระทั่งชื่อสวนก็ไม่ได้ตั้ง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจึงเรียกชื่อสวนตามชื่อของชุมชน คือ ชุมชนยายดา

ความสำคัญ: นำเอาผลไม้ต่าง ๆ มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ลักษณะเด่น: บรรยากาศภายในสวนยายดา มีความร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ และนักท่องเที่ยวยังสามารถถ่ายภาพกับผลไม้ของสวนยายดาในมุมต่าง ๆ

สภาพปัจจุบัน: สวนยายดา มีพื้นที่สวนทั้งหมด 5 แปลง มีเนื้อที่ประมาณ 40 ไร่ สวนที่เปิดให้เข้าชมเป็นสวนเงาะ ลองกอง และมังคุด เป็นสวนที่อยู่ภายในบริเวณบ้านพัก มีเนื้อที่ประมาณ 7 ไร่ นอกจากนี้ยังนำเอาผลไม้ในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าในท้องถิ่น เช่น ทุเรียนทอดกรอบ และทุเรียนกวน เป็นต้น

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เจ้าของสวนยายดา

แนวโน้มในอนาคต: ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารไปยังพื้นที่ต่าง ๆ

ทรัพยากรท่องเที่ยวแบบมหกรรม/เทศกาล/ประเพณี

งานวันสุนทรภู่

ความเป็นมา: องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ผลงาน ด้านวัฒนธรรมของประเทศสมาชิกต่าง ๆ ทั่วโลก ด้วยการประกาศยกย่องเชิดชูเกียรติบุคคลผู้มีผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรมระดับโลก ในวาระครบรอบ 100 ปีขึ้นไป ประจำปี โดยมียัตถุประสงค์คือ เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณและผลงานของผู้มีผลงานดีเด่นทางด้านวัฒนธรรมระดับโลกให้ปรากฏแก่มวลสมาชิกทั่วโลก และเพื่อเชิญชวนให้ประเทศสมาชิกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเฉลิมฉลองร่วมกับประเทศที่มีผู้ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติในการนี้รัฐบาลไทยโดยคณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ กระทรวงศึกษาธิการ จะเป็นผู้สืบค้นบรรพบุรุษไทยผู้มีผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรม เพื่อให้ยูเนสโกประกาศยกย่องเชิดชูเกียรติและได้ประกาศยกย่อง "สุนทรภู่" ให้เป็นบุคคลผู้มีผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรมระดับโลก โดยในวาระครบรอบ

200 ปีเกิด เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2529 ต่อมาในปี พ.ศ. 2530 นายเสวตร เปี่ยมพงศ์สานต์ อธิบดีรองนายกรัฐมนตรีได้ดำเนินการจัดตั้งสถาบันสุนทรภู่ขึ้น เพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับชีวิตและงานของสุนทรภู่ให้แพร่หลายในหมู่เยาวชนและประชาชนชาวไทยมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ทางรัฐบาลจึงได้กำหนดให้ วันที่ 26 มิถุนายน ของทุกปีเป็นวันสุนทรภู่ ซึ่งนับแต่นั้น เมื่อถึงวันสุนทรภู่ จะมีการจัดงานรำลึกถึงสุนทรภู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ที่พิพิธภัณฑสถานสุนทรภู่ วัดเทพธิดาราม และที่จังหวัดระยอง และมีการจัดกิจกรรมเชิดชูเกียรติคุณและส่งเสริมศิลปะการประพันธ์บทกวีจากองค์กรต่าง ๆ โดยทั่วไป



ภาพ 63 แสดงงานวันสุนทรภู่

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2556, สืบออนไลน์

ความสำคัญ: เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณและผลงานของผู้มีผลงานดีเด่นทางด้านวัฒนธรรมระดับโลกให้ปรากฏแก่มวลสมาชิกทั่วโลก และเพื่อเชิญชวนให้ประเทศสมาชิกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม เฉลิมฉลองร่วมกับประเทศที่มีผู้ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติ และรวมไปถึงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง เพื่อรำลึกเชิดชูเกียรติและเผยแพร่เกียรติคุณของสุนทรภู่ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นผู้มีผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรมจากองค์การศึกษาวិทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) เอกลักษณ์ของโลก และเพื่อส่งเสริม

เยาวชนให้มีความตระหนักถึงผลงานของสุนทรภู่และร่วมสืบทอดผลงานและสืบสานวัฒนธรรมอันดีงามสืบไป

ลักษณะเด่น: ที่บริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ตำบลกร่ำ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นวันคล้ายวันเกิดของสุนทรภู่ จะจัดให้มีพิธีสงฆ์ทำบุญตักบาตร พิธีบวงสรวงดวงวิญญาณท่านสุนทรภู่ พิธีวางกระเช้าดอกไม้เพื่อสักการะสุนทรภู่ นอกจากนี้มีกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ประกวดและแข่งขันกิจกรรมสำหรับนักเรียน เยาวชนและประชาชน ได้แก่ การแข่งขันตอบปัญหาเกี่ยวกับสุนทรภู่ การประกวดวาดภาพจากวรรณคดี การประกวดอ่านทำนองเสนาะ การประกวดแต่งกลอน การประกวดขับเสภา การประกวดเดี่ยวปี่ในระดับประเทศ วงดนตรีลูกทุ่งเยาวชน การวาดภาพประกอบดนตรี นิทรรศการนิราศเมืองแกลง การประกวดของนักเรียนและเยาวชน การแสดงศิลปวัฒนธรรมของศิลปินพื้นบ้านนิทรรศการจากหน่วยงานต่าง ๆ การจำหน่ายสินค้าธงฟ้า สินค้า OTOP สินค้าชุมชน สินค้าราคาถูก ขนมและอาหารพื้นเมือง



ภาพ 64 แสดงการทำบุญลาน

ที่มา: ดูเอเซีย, 2559, สืบออนไลน์

การทำบุญลาน

ความเป็นมา: คือ การทำบุญที่ลานนวดข้าว หลังจากนวดข้าวประจำปีเสร็จแล้ว ในหมู่บ้านนั้น ๆ จะนัดทำบุญลานกัน ถือว่าเป็นการทำบุญข้าวใหม่ประจำปีไปด้วยดีมีนิม

ทำกันทุกบ้านที่มีลานนวดข้าว การนวดข้าวในจังหวัดระยอง ชาวนาจะเก็บเกี่ยวข้าวในนาทุกแห่งที่มีมัดเป็นพ่อนและกองไว้ในแต่ละแห่ง (โดยมากกองละ 10 พ่อน) แล้วนำมาเข้าลานระดับลอมใหญ่เป็นลอมเรือน หรือลอมเพิง แล้วแต่เจ้าของลานเพื่อรวมนวดข้าวในคราวเดียวกัน แล้วคู้ข้าวหรือมัดข้าวเสร็จแล้วนำเข้าเก็บในยุ้งฉาง เป็นอันเสร็จงานในปีนั้น ๆ

ความสำคัญ: ถือว่าเป็นงานมงคลประจำหมู่บ้านและเป็นการสร้างขวัญ กำลังใจให้แก่ชาวนา เมื่อถึงวันงานชาวบ้านจะนิมนต์พระมาสวดมนต์ที่ปะรำพิธีกลางทุ่งนา เรียกว่าสวดมนต์เย็น พอรุ่งเช้าจะร่วมกันทำบุญตักบาตร แล้วกลับบ้านไปเผาข้าวหลามเตรียมไว้ วันรุ่งขึ้นชาวบ้านจะนำอาหารและข้าวหลามมาทำบุญ เชื่อว่าเป็นการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยนำข้าวปลาอาหาร ขนมและย่ำใส่ในกาบหมาก โดยสมมติว่าเป็นเรือ หลังจากพระฉันภัตตาหารและสวดมนต์แล้ว ก็นำกาบหมากออกไปทิ้งไว้ข้างทางเพื่อให้ผีไม่มีญาติได้กินกันตลกกลางคืนจะมีมหรสพต่าง ๆ เช่น ลิเก ภาพยนตร์ วงดนตรี

ลักษณะเด่น: ในการทำบุญลานนั้นจะกำหนดวันทำบุญโดยบอกไปตามเพื่อนบ้านใกล้เคียงให้มาร่วมฟังพระสงฆ์เจริญพระพุทธมนต์ และทำบุญตักบาตรในตอนเช้า ถ้าบ้านใดมีฐานะดีก็จะมีมหรสพสมโภชในตอนกลางคืน เช่น หนังตะลุง เป็นต้น การทำบุญลานไม่ได้ทำกันทุกบ้าน จะทำเฉพาะบ้านที่ได้ข้าวมากหรือมีกำลังพอจะทำได้เท่านั้น



ภาพ 65 แสดงงานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ

ที่มา: ระยองแซด, 2557, สื่อออนไลน์

งานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ

ความเป็นมา: เจดีย์กลางน้ำถือเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดระยอง และเป็นสิ่งที่ชาวระยองเคารพนับถือมาก ราวกลางเดือน 12 ของทุกปีในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 เช้าของวันลอยกระทง ซึ่งเป็นฤดูน้ำหลากจะมีงานประเพณีทอดกฐินและงานห่มผ้าเจดีย์กลางน้ำ นอกจากนั้นจะมีงานลอยกระทง แข่งเรือยาวประเพณีห่มผ้าเจดีย์นั้น ผ้าที่จะนำมาห่มต้องเป็นผ้าสีแดง มีความยาว 6 เมตรใช้คน 2 คนปั่น ขึ้นไปห่มส่วนบนของเจดีย์ บริเวณรอบ ๆ เจดีย์มีการปลูกป่าสน ทำให้ร่มรื่นสวยงามจึงเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวเมืองในเวลาว่างอีกด้วยปัจจุบันเทศบาลนครระยองได้ทำการบูรณะพระเจดีย์และ บริเวณรอบองค์อย่างสวยงามสร้างสะพานคอนกรีตให้นักท่องเที่ยวได้เดินชมป่าชายเลนอีกด้วย

ความสำคัญ: ประวัติความเป็นมาขององค์พระเจดีย์กลางน้ำแห่งนี้ ตั้งอยู่เกาะกลางน้ำที่มีน้ำล้อมรอบ ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง สร้างขึ้นในปีพุทธศักราช 2416 ในสมัยพระยาศรีสมุทรโภคโชคชัยชิตสงคราม (เกตุ ยมจินดา) เป็นเจ้าเมืองระยองในอดีตจังหวัดระยอง ต้องอาศัยการเดินทางค้าขายทางน้ำ การแห่องค์กฐิน และงานบุญต่าง ๆ ก็จะต้องโดยทางน้ำ จึงได้สร้างพระเจดีย์กลางน้ำขึ้นเพื่อเป็นที่สักการบูชา และเป็นสัญลักษณ์สำหรับชาวเรือว่า เดินทางเข้าเขตตัวเมืองระยองแล้ว โดยรูปทรงพระเจดีย์กลางน้ำเป็นทรงระฆังฐานกลมคล้ายองค์เจดีย์กลางน้ำที่จังหวัดสมุทรปราการ ฐานกำแพงรอบเจดีย์มี 2 ชั้น ในสมัยโบราณกลางเดือน 12 เป็นฤดูน้ำหลากจึงมีประเพณีแห่องค์กฐิน และจัดพิธีห่มผ้าองค์พระเจดีย์กลางน้ำ

ลักษณะเด่น: มีการแข่งขันเรือ การร้องเพลงเห่เรือในท้องน้ำจนเป็นงานที่สนุกสนานอีกด้วย ปัจจุบันแม้สิ่งแวดล้อม และพื้นที่ภูมิประเทศจะเปลี่ยนไป จากสภาพที่เคยเป็นเกาะกลางน้ำ ปัจจุบันพื้นที่ดินเขินมาก และมีเพียงลำคลองใหญ่ที่โอบล้อม จึงได้ทำสะพานข้ามคลองไปยังพระเจดีย์กลางน้ำ เพื่อให้การเดินทางสะดวกสบายขึ้น

ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง

ความเป็นมา: จัดขึ้นในช่วงเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ (ช่วงเดือนสามหลังเก็บเกี่ยวข้าวในนาแล้ว) ในอำเภอแกลงและอำเภอบ้านค่าย ประเพณีทำบุญกลางทุ่งมีสองอย่างคือทำบุญขอฝนและทำบุญข้าวใหม่หรือทำบุญข้าวหลาม

ความสำคัญ: ประเพณีทำบุญกลางทุ่งมีสองอย่างคือ ทำบุญขอฝน และทำบุญข้าวใหม่หรือทำบุญข้าวหลาม จัดขึ้นช่วงเดือนสาม หลังเก็บเกี่ยวข้าวในนาแล้ว การทำบุญข้าวใหม่นั้นทำเพื่อรับขวัญข้าวใหม่ที่เก็บเกี่ยวเสร็จ ถือเป็นงานมงคลประจำหมู่บ้านและเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ชาวนา เมื่อถึงวันงานชาวบ้านจะนิมนต์พระมาสวดมนต์ที่ปะรำพิธี

กลางทุ่งนา เรียกว่าสวดมนต์เย็น พอรุ่งเช้าจะร่วมกันทำบุญตักบาตร แล้วกลับบ้านไปเผาข้าวหลามเตรียมไว้ วันรุ่งขึ้นชาวบ้านจะนำอาหารและข้าวหลามมาทำบุญ เชื่อว่าเป็นการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยนำข้าวปลาอาหาร ขนม และย่ำใส่ในกาบหมาก โดยสมมติว่าเป็นเรือ หลังจากพระฉันภัตตาหาร และสวดมนต์แล้ว ก็นำกากหมากออกไปทิ้งไว้ข้างทางเพื่อให้ผีไม่มีญาติได้กินกันตักกลางคืนจะมีมหรสพต่าง ๆ เช่น ลิเก ภาพยนตร์ วงดนตรี



ภาพ 66 แสดงทำบุญกลางทุ่ง

ที่มา: เว็สต์เพลส, 2559, สืบออนไลน์

ลักษณะเด่น: กิจกรรมที่น่าสนใจ ในวันงานชาวบ้านจะนิมนต์พระมาสวดมนต์ที่ปะรำพิธีกลางทุ่งนา เรียกว่า สวดมนต์เย็น พอรุ่งเช้าจะร่วมกันทำบุญตักบาตร แล้วกลับบ้านไปเผาข้าวหลามเพื่อเตรียมไว้มาทำบุญในวันรุ่งขึ้นพร้อมด้วย อาหารคาวหวานต่าง ๆ ซึ่งชาวบ้านมีความเชื่อว่าเป็นการทำบุญสะเดาะเคราะห์ โดยนำข้าวปลาอาหาร ขนม และย่ำใส่ในกาบหมาก โดยสมมติว่าเป็นเรือ หลังจากพระฉันภัตตาหารและสวดมนต์แล้ว ก็นำกากหมากออกไปทิ้งไว้ข้างทางเพื่อให้ผีไม่มีญาติได้กินกัน กิจกรรมตอนกลางคืนจะมีมหรสพต่าง ๆ เช่น ลิเก ภาพยนตร์ วงดนตรี เป็นต้น



ภาพ 67 แสดงงานทอดผ้าป่ากลางน้ำ

ที่มา: ระยองแซด. 2557, สืบออนไลน์

งานทอดผ้าป่ากลางน้ำ

ความเป็นมา: ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำสันนิษฐานว่าสืบทอดกันมานานกว่า 100 ปี โดยประชาชนจะนำพุ่มผ้าป่าไปปักไว้กลางแม่น้ำประแส โดยพุ่มผ้าป่าจะใช้กิ่งไม้จากต้นฝาดหรือต้นโปรง ซึ่งเป็นต้นไม้ที่ขึ้นอยู่ตามป่าชายเลนโดยทั่วไป ประดับตกแต่งพุ่มผ้าป่าให้สวยงาม จากนั้นไปนิมนต์พระสงฆ์มาชักผ้าป่าตามพิธีกรรมในทางพระพุทธศาสนา โดยนิมนต์พระสงฆ์ลงเรือไปยังพุ่มผ้าป่ากลางลำน้ำประแส ประชาชนที่ร่วมประกอบพิธีจะพายเรือหรือแจวเรือของตนเข้าร่วมพิธีกลางลำน้ำนั้น หลังจากประกอบพิธีกรรมทอดผ้าป่ากลางน้ำแล้ว ประชาชนจะร่วมกิจกรรมสนุกสนานรื่นเริง โดยการจัดการละเล่น อันได้แก่ การแข่งเรือพาย แข่งพายกะล่ แข่งพายเรือข้ามลำไม้ไผ่ แข่งชกมวยทะเล การทอดผ้าป่ากลางน้ำได้วิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันจะมีขบวนเรือประมงขนาดใหญ่จำนวนมากนำพุ่มผ้าป่า ภายในเรือจะมีเครื่องดนตรีบรรเลงตลอดเวลา และตามหน้าบ้านของชาวบ้านปากน้ำประแสจะนำพุ่มผ้าป่ามาปักไว้หน้าบ้านของตนบ้านละ 1 พุ่มตามความศรัทธา ตกแต่งให้สวยงามและนิมนต์พระสงฆ์จากวัดมาชักพุ่มผ้าป่า

ความสำคัญ: ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำของชาวปากน้ำประแส อำเภอกอง จังหวัดระยอง เป็นประเพณีที่มีแห่งเดียวในประเทศไทย มีการทอดผ้าป่าในเวลากลางวัน และลอยกระทงในเวลากลางคืน การทอดผ้าป่ากลางน้ำของชาวประแส เป็นไปตามวิถีชีวิตของผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ติดกับแม่น้ำ อันได้แก่ แม่น้ำประแส ประชาชนมีอาชีพประมง ชาวประส้านับถือศาสนาพุทธมาแต่บรรพบุรุษ เมื่อมีเงินทองก็คิดที่จะทำบุญ แต่ชาวประแสในอดีตนั้นจะมีประเพณีอยู่อย่างหนึ่งว่า ถ้าผู้ใดทำบุญบ้าน ทำบุญแต่งงาน หรือทำบุญอะไรก็ตามจะต้องทอดผ้าป่าด้วย

ลักษณะเด่น: หลังจากเสร็จพิธีการทอดผ้าป่า ชาวบ้านจะร่วมงานสนุกสนานรื่นเริง โดยการจัดการละเล่น มีการแข่งเรือพาย แข่งพายกะล่ แข่งพายเรือ ข้ามลำไม้ไผ่ และแข่งมวยทะเล การทอดผ้าป่ากลางน้ำมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันขบวนเรือแห่พุ่มผ้าป่า โดยเรือประมงขนาดใหญ่จำนวนมากนำขบวนเรือแห่พุ่มผ้าป่า โดยแล่นวนไปวนมา ภายในเรือมีเครื่องดนตรีตามที่ชอบเช่น แตรวง กลองยาว ปี่พาทย์ บรรเลงอยู่ตลอดเวลา มีการจัดพุ่มผ้าป่า โดยใช้กิ่งต้นฝาดตกแต่งประดับประดา พร้อมทั้งเครื่องไทยธรรม นิมนต์พระสงฆ์ลงเรือชักพุ่มผ้าป่าภายในเรือกลางลำน้ำประแส ตามหน้าบ้านของชาวบ้านปากน้ำประแส จะนำพุ่มผ้าป่ามาปักไว้หน้าบ้านของตน บ้านละหนึ่งพุ่มตามศรัทธา ตกแต่งให้สวยงาม แล้วนิมนต์พระสงฆ์จากวัดตะเคียนงามมาชักพุ่มผ้าป่า



ภาพ 68 แสดงประเพณีแข่งเรือยาว

ที่มา: ระยอง, 2555, สื่อออนไลน์

ประเพณีแข่งเรือยาว

ความเป็นมา: แข่งเรือเป็นกีฬาพื้นบ้านเก่าแก่ชนิดหนึ่งของชาวกรุงเก่าที่มีการเล่น สืบทอดกันต่อกันมาแต่สมัยโบราณ จากหลักฐานพบว่ามีการแข่งเรือกันมาแล้วตั้งแต่สมัย กรุงศรีอยุธยา ดังปรากฏในกฎมนเทียรบาลเกี่ยวกับพระราชพิธีต่าง ๆ ในสมัยกรุงศรีอยุธยา ได้กล่าวถึงพระราชพิธีประจำเดือน 11 ซึ่งเป็นการอาษยอุษยพิธีนั้น จะมีพิธีแข่งเรือด้วย นอกจากนี้ ในจดหมายเหตุลาลูแบร์ยังได้กล่าวถึงการแข่งเรือของชาวบ้านในสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งมัก มีการพนันปะปนอยู่ด้วยและมีการละเล่นที่นิยมกันมากในสมัยนั้นทีเดียว การแข่งเรื่อนับเป็น กีฬาพื้นบ้านที่นิยมเล่นสืบทอดต่อเนื่องกันมาโดยตลอด แม้ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ก็ปรากฏ หลักฐานว่ามีการเล่น แข่งเรือกันเป็นประจำเสมอมา เช่น ในสมัยรัชกาลที่ 2 เมื่อครั้งทรงโปรด ให้ปรับปรุงราชวัง มีการขุดสระภายในพระราชวัง ใน พ.ศ. 2361 ก็ทรงโปรดให้มีการแข่งเรือ ใน ครั้งนั้นด้วย ในสมัยรัชกาลที่ 5 การแข่งเรือเป็นกีฬาที่เล่นกันอย่างแพร่หลาย

ความสำคัญ: การแข่งเรือของชาวบ้านในสมัยก่อนมีจุดมุ่งหมาย เพื่อเป็นการ ทำบุญ ทำกุศล คือ ชาวบ้านจะเล่นกันในเทศกาลทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ซึ่งจะอยู่ในเดือน 10-12 ซึ่งระยะนี้จะเป็นช่วงฤดูน้ำมาก ชาวบ้านที่อยู่ตามที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำจะใช้เรือเป็นพาหนะ เมื่อมี งานพิธีทำบุญจะมีการแห่แห่นกัทางน้ำ เพื่อนำองค์กฐิน องค์ผ้าป่าไปยังวัดเมื่อเสร็จพิธีการ ทางศาสนาแล้ว ก็จะมีการแข่งเรือกัน ซึ่งถือกันว่าผู้ที่ร่วมแข่งขันจะได้บุญทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้การเล่นแข่งเรือยังเป็นการเล่นเพื่อจุดมุ่งหมายอีกประการ เช่น บางท้องถิ่นจะจัดให้มี การแข่งเรือในงานทำบุญไหว้พระประจำปีของแต่ละท้องถิ่น บางแห่งจะมีการแข่งเรือเพื่อเป็น การบวงสรวงสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวบ้านนับถือ บางแห่งจัดให้มีการแข่งเรือเทศกาล สนุกสนานรื่นเริงต่าง ๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการแข่งเรือมักจัดการเล่นกันเฉพาะในฤดูน้ำมาก เท่ากัน

ลักษณะเด่น: ปัจจุบันการแข่งขันเรือยาวพัฒนาจากการละเล่น กีฬาเชื่อมความ สามัคคีของคนในชุมชนกลายเป็นเกมกีฬาระดับประเทศซึ่งถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ วันนีกลายเป็นกีฬาทางน้ำที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในหลาย ๆ สนามแข่งขัน ตามลุ่มน้ำสำคัญในประเทศจุดประสงค์สำคัญของการจัดแข่งขันเรือยาวประเพณี ไม่ว่าจะ เป็น สนามใดก็ตาม คือ สร้างความสามัคคีของฝีพายในเรือลำเดียวกัน ความเสียสละของฝีพาย ที่จะต้องขยันหมั่นซ้อมพาย ทุ่มเททั้งร่างกายแรงใจ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และเสน่ห์ของ เกมกีฬาประเภทนี้ก็คือ จังหวะ ความพร้อมเพรียงในการพาย การจ้วงพายให้เร็วขึ้น เมื่อเข้าใกล้เส้นชัย กระชับ รวดเร็วแต่พร้อมเพรียงกัน



ภาพ 69 แสดงงานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง

ที่มา: พันทิป, 2560, สื่อออนไลน์

งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง

ความเป็นมา: สถานที่จัดงานจัดสลับหมุนเวียนกันระหว่างอำเภอเมืองระยองกับอำเภอแกลง เป็นจังหวัดที่มีผลไม้หลายชนิด

ความสำคัญ: เป็นงานเทศกาลประจำปีของ จ.ระยอง ที่มีมานานหลายสิบปี ในอดีตเป็นเพียงการนำผลไม้ และผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายร่วมกัน ต่อมาจึงมีการจัดงานให้ยิ่งใหญ่ขึ้น ปัจจุบันจัดงานที่ตลาดกลางเพื่อการเกษตรและผลไม้ตะพงและจัดงานที่ต่อเนื่องมาตลอดวันที่จัดงานจะจัดงานขึ้นในฤดูผลไม้ เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ราวเดือน พ.ค.ของทุกปี

ลักษณะเด่น: ในงานมีขบวนแห่รถประดับด้วยผลไม้ การประกวดผลไม้ ประกวดธิดาชาวสวนผลไม้ การจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์จากอาหารทะเล ตลอดจนการแสดงนิทรรศการด้านการเกษตร จัดในช่วงฤดูผลไม้ประมาณเดือนพฤษภาคมของทุกปี เป็นเวลา 1 สัปดาห์ วันที่สำคัญที่สุดในงานก็คือวันเปิดงาน จะมีขบวนแห่รถประดับผลไม้จากสวนศรีเมืองมายังตลาด ประกวดธิดาชาวสวนที่สวนศรีเมือง ช่วงบ่ายเป็นพิธีเปิด มีการมอบรางวัลขบวนรถประดับผลไม้ ทั้งประเภทสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ มอบรางวัลให้ธิดาชาวสวน

ทรัพยากรท่องเที่ยววิถีธรรมชาติ

ชิมผลไม้ในสวนละไม

ที่ตั้ง: สวนละไม 19/9 ถ.บ้านบึง-แก่ง (สาย 344) ตำบลป่ายูบใบ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง 21210

ความเป็นมา: ด้วยพื้นที่สวนผลไม้กว่า 500 ไร่ โอบล้อมด้วยภูเขาและป่าไม้ธรรมชาติ อากาศเย็นสบายด้วยพรรณไม้หลากหลายชนิด เรวางแผนการปลูกผลไม้มากกว่า 10 ปี โดยจัดวางผัง ปลูกผลไม้แต่ละชนิดอย่างเป็นระบบ มีผลไม้ไว้คอยต้อนรับท่านหลากหลายชนิด อาทิ ทุเรียน เงาะ มังคุด ส้มโอ ชมพู่ ลำไย สละ แก้วมังกร ลองกอง มะเฟือง มะยงชิด องุ่น ฯลฯ เป็นต้น สนุกกับบรรยากาศ และความสุขจากการเก็บผลไม้สด ๆ จากต้น สะดวกสบายด้วยรถบริการ เข้าชมสวน มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้และข้อมูลตลอดการชมสวน สวนละไม เปิดบริการให้ลูกค้า และนักท่องเที่ยวทุกท่านเข้ามาสัมผัสบรรยากาศความสุข สนุกสนาน และความสงบที่ลงตัว ทุกวันตั้งแต่เวลา 08:00-17.00 น.



ภาพ 70 แสดงชิมผลไม้ในสวนละไม

ที่มา: ไปด้วยกัน, 2558, สื่อออนไลน์

ความสำคัญ: เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในบุคคลทั่วไป และบุคคลที่สนใจในส่วนของ การพักผ่อนหย่อนใจได้อีกด้วย

ลักษณะเด่น: นักท่องเที่ยวสามารถนั่งรถ หรือเดิน ชมบรรยากาศสวนผลไม้ และธรรมชาติโดยรอบไม่จำกัดเวลารับประทานอาหาร ขนมไทย และผลไม้สด ๆ จากทางสวน แบบไม่อั้นมีชมวิวดูตามจุดชมวิวด่าง ๆ ของสวนผลไม้ทานผลไม้สด ๆ จากต้น ให้อาหารแกะ และถ่ายรูปกับแกะถ่ายรูป ตามจุดถ่ายรูปต่าง ๆ ของสวนผลไม้

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการทุกวันตลอดทั้งปี ตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น. แต่ในช่วง เดือนมิถุนายน-เดือนกรกฎาคม จะมีผลไม้หลากหลายชนิดให้รับประทานกันโดยเฉพาะทุเรียน

ปัญหา: เนื่องจากผลไม้สวนตั้งอยู่เชิงเขาและบางสวนอยู่บนเนินเขา จึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในสวนค่อนข้างลำบากเพราะทางขึ้นลงค่อนข้างชัน

ข้อจำกัดในการพัฒนา: มีสมาคมการท่องเที่ยว จังหวัดระยองเป็นผู้ร่วมประสานงาน ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของสวนผลไม้

แนวโน้มในอนาคต: เป็นศูนย์รวมแห่งการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความชอบ ธรรมชาติ หรือสำหรับคนที่ชอบในการเก็บผลไม้ ทานผลไม้



ภาพ 71 แสดงชิมผลไม้ในสวนสุภัทราแลนด์

ที่มา: ไปไหนดี, 2560, สื่อออนไลน์

ชิมผลไม้ในสวนสุภัทราแลนด์

ที่ตั้ง: 71 ม.10 ถ.นิคม-หนองละลอก ตำบลหนองละลอก อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง

ความเป็นมา: เป็นสวนผลไม้ที่เปิดให้ประชาชนเข้าชม มีผลไม้ประเภท มังคุด ทุเรียนเงาะ ลองกอง ส้มโอ ช่วงผลไม้ออกราวปลายเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนการเข้าชมสวนผลไม้ นักท่องเที่ยวสามารถมาซื้อตั๋วที่บริเวณข้างหน้า ประชาสัมพันธ์หลังจากนั้นเราจะมีมะพร้าวอ่อน หรือน้ำมะพร้าวปั่นสด ๆ เย็นชื่นใจเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวก่อนที่จะขึ้นรถไฟเพื่อเข้าไปสู่อาณาบริเวณของ สวนซึ่งมีถึง 800 ไร่ โดยรถแต่ละคันทางสวนเราก็จะจัดให้มีไกด์บรรยายประจำรถที่ คอยให้ความรู้และให้ความสนุก ท่ามกลางบรรยากาศที่ในทุกวันแทบจะหาไม่ได้เลยก็ว่าได้โดยจะนำท่านเข้าสู่สวนผลไม้ที่แบ่งเป็นสัดส่วนตามชนิดของผลไม้ กว่า 20 ชนิด ซึ่งจะหมุนเวียนกันออกตามฤดูกาล

ความสำคัญ: ได้เปิดเป็นแหล่งสำหรับท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเต็มตัว ให้บริการทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมถึงชาวต่างชาติ ได้ศึกษาเรียนรู้การเพาะปลูกพืชพันธุ์ต่าง ๆ และที่สำคัญยังสามารถเก็บผลไม้สด ๆ รับประทานจากต้นได้เลยทีเดียว โดยมีพื้นที่อยู่ประมาณ 800 ไร่ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ซึ่งการเที่ยวชมในแต่ละครั้งนั้น ทางสวนจะมีรถบริการรับส่งและนำเที่ยวตามจุดต่าง ๆ ทั้งหมด ซึ่งจะมีไกด์ซึ่งควบตำแหน่งโซเฟอร์คอยนำเที่ยวชมสวนในส่วนต่าง ๆ รวมถึงคอยให้ข้อมูลต่าง ๆ อย่างเข้าใจง่าย เพราะไกด์แต่ละคนมีความชำนาญ อีกทั้งยังสามารถสร้างเสียงหัวเราะให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ลักษณะเด่น: มีบริการรถไฟรางสำหรับให้นักท่องเที่ยวนั่งรถไฟชมสวน ภายใต้บรรยากาศที่ร่มรื่นรถไฟแต่ละคันจะมีวิทยากรแนะนำให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับสวน

สภาพปัจจุบัน: เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00-17.00 น.

ปัญหา: เจ้าหน้าที่ที่ทำการประจำสวนไม่ค่อยใส่ใจในการดูแลนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร และมีจุดบกพร่องในส่วนของการเดินรถสวนทางกัน ทางค้อยข้างแคบและจัดระเบียบได้ไม่ดีเท่าที่ควร

ข้อจำกัดในการพัฒนา: มีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดูแลและร่วมให้ข้อมูลแก่เจ้าของ

แนวโน้มในอนาคต: จะมีการพัฒนาและปรับปรุงในส่วนของการเดินที่แคบ และจัดระเบียบต่าง ๆ ให้ดีขึ้นยิ่งกว่าเดิม



ภาพ 72 แสดงชิมผลไม้สวนบ้านเรา

ที่มา: ทวีร์ออนไลน์ไทย, 2560, สื่อบอนไลน์

ชิมผลไม้สวนบ้านเรา

ที่ตั้ง: หมู่ 8 ตำบลกระแสบน อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง

ความเป็นมา: จังหวัดระยอง จังหวัดทางภาคตะวันออกที่ขึ้นชื่อเรื่องของทะเลสวย เกาะเสม็ด และผลไม้หลายประเภท ทั้งทุเรียน เงาะ มังคุด เป็นต้น หน้าที่เรียกว่าถ้าใครมาที่จังหวัดระยองต้องไม่พลาดมาชิมผลไม้ในสวน เรียกว่า มาชิม มาชม และลองเด็ดลงมากินได้เลย รสชาติ หวานอร่อย การเดินทางมาที่ จ.ระยอง ร่วมกับคณะของทางท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สองวันหนึ่งคืน ปิดท้ายกันที่สวนผลไม้ “สวนบ้านเรา” อยู่ในตำบลกระแสบน อำเภอแก่ง ซึ่งเป็นสวนที่เน้นการปลูกต้นทุเรียนมากกว่า 100 สายพันธุ์ และผลไม้พื้นเมืองของไทย เอาไว้เพื่อจำหน่าย รวมถึงเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมด้วย สวนนี้ขึ้นชื่อว่า เป็นสวนที่อนุรักษ์ทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองของไทย และผลไม้ไทยหลากหลายชนิด

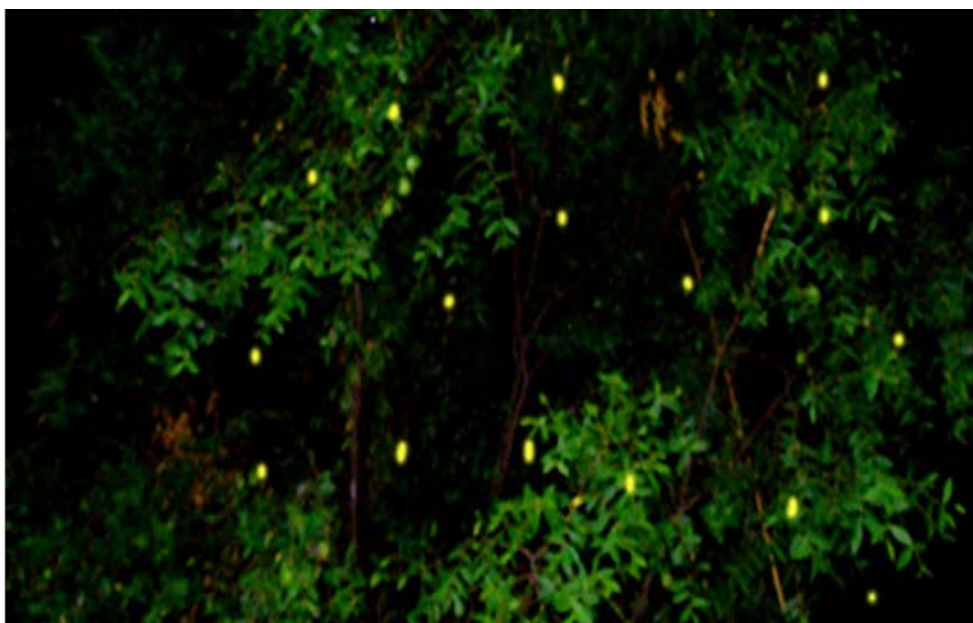
ความสำคัญ: เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกที่หนึ่ง ที่เหมาะกับบุคคลที่ชอบและอยากซื้อทุเรียนสด ๆ จากสวน เพราะที่สวนบ้านเรานั้น นอกจากจะมีผลไม้หลากหลายแล้ว ยังเน้นไปในส่วนของทุเรียนหมอนทอง ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ชิม ได้ชม อย่างล้นหลาม

ลักษณะเด่น: สวนบ้านเราเป็นบุฟเฟต์ผลไม้ โดยสวนนี้จะเน้นไปทางทุเรียนหมอนทอง

สภาพปัจจุบัน: เปิดบริการให้ชมสวนบ้านเรา จะเปิดทุกวันในช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน ตั้งแต่เวลา 09:00-17:00 น.

ข้อจำกัดในการพัฒนา: เจ้าของสวนบ้านเราเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงเกษตรให้กับผู้ที่สนใจ และนักเรียน นักศึกษา ได้เข้ามาเยี่ยมชม



ภาพ 73 แสดงร่องเรือชมหิงห้อย

ที่มา: แพลตฟอร์มสุพรรณบุรี, 2555, สื่อออนไลน์

ร่องเรือชมหิงห้อย

ที่ตั้ง: ปากแม่น้ำประแส อำเภอกแสลง จังหวัดระยอง

ความเป็นมา: ย้อนกลับสู่วิถีชีวิตคนชาวคลองรีมน้ำส้มผัสดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับแม่น้ำประแส อันเป็นสายน้ำสำคัญของจังหวัดระยอง ท่านจะได้พบกับความยิ่งใหญ่ของผืนป่าโกงกางตลอดแนวของปากแม่น้ำ สัมผัสวิถีชีวิตริมน้ำดื่มด่ำบรรยากาศยามค่ำคืนกับการชมแสงหิงห้อยนับพัน ดวงระยิบระยับตลอดแนวลำน้ำ

ความสำคัญ: ช่วงกลางวันท่านจะได้พบกับความยิ่งใหญ่ของผืนป่าโกงกางที่ยืนตระหง่าน เป็นกำแพงตลอดแนวปากน้ำประแส ป่าจากที่อุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตริมน้ำ หาดหอย

หาคูปู นกนักร้อย บางฤดูกาลจะสนุกสนานกับลูกปลากระบอกกระโดดน้ำว่ายแข่งกับเรือแฉะ นมัสการรูปหล่อสมเด็จพระหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์พระบิดาแห่งกองทัพเรือไทยที่ศาลสมเด็จพระหลวงชุมพรฯ ริมน้ำ ชมน้ำพุร้อนประแสขนาดใหญ่ที่จุดสงบนิ่ง

ลักษณะเด่น: สำหรับกิจกรรมเที่ยว ได้แก่ การล่องแพชมหิ่งห้อยยามค่ำคืน ตลอดระยะทาง 3 กิโลเมตร ในการล่องสองฝั่งคลองประแส เต็มไปด้วยผีป่าไม้ชายเลนมีหิ่งห้อยส่องแสงระยิบระยับ นอกจากนี้ มีกิจกรรม ล่องแพ พาเที่ยวสถานที่สำคัญ ๆ ใน จ.ระยอง เช่น พาไปดำน้ำดูปะการังที่เกาะมันใน-มันนอก เที่ยวเกาะเขาทะลุ เกาะกูด เป็นต้น

สภาพปัจจุบัน: หากจะไปท่องเที่ยวชมหิ่งห้อย ควรไปช่วงฤดูฝน ในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคมจะชมหิ่งห้อยได้เยอะ

ปัญหา: ต้องรอเข้าชมในเวลากลางคืนและตามฤดูกาลที่เหมาะสม

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ในภายใต้การดูแลของเทศบาล ตำบลปากน้ำประแส

แนวโน้มในอนาคต: เป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ



ภาพ 74 แสดงจักรยานเสือภูเขา

ที่มา: ชาวสด, 2561, สื่อออนไลน์

จักรยานเสือภูเขา

ที่ตั้ง: นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานเสือภูเขาได้ที่ที่ตนสนใจ เช่น ภูเขาเลียบชายฝั่งทะเล เป็นต้น

ความเป็นมา: จังหวัดระยองมีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานเสือภูเขา ผจญภัยได้หลากหลายเส้นทางตามความชำนาญ อาทิเช่น สวนผลไม้บนนาชนิด ๆ ที่ให้ได้ปั่นไปเก็บกินกันไปเพลิน ๆ

ความสำคัญ: เป็นการจัดกิจกรรมปั่นจักรยานเชิงการท่องเที่ยวประเภทเสือหมอบเสือภูเขา เพื่อชมทัศนียภาพแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของปากน้ำประแสและตำบลท่า อำเภอกแส เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ลักษณะเด่น: การชมสวนจะมีพนักงานพาขี่จักรยานเที่ยวและอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับสวนที่น่าสนใจโดยจะปั่นกันแบบสบาย ๆ บนทางลาดยาง นอกจากนี้ยังมีฟาร์มกวาง ลูซ่า ซึ่งเป็นสัตว์ที่หาดูได้ยากอีก หรือเส้นทางทดสอบกำลังขาเอาใจเสือภูเขาตัวจริง ที่ต้องปั่นขึ้นภูเขา ผ่านสวนปาล์มที่เรียงรายเป็นหย่อม ๆ ผ่านลำธาร รื่นรมย์กับทัศนียภาพเขียวขจีสองข้างทาง ปั่นขึ้นไปชมทิวทัศน์จากมุมสูง ซึ่งเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งให้ผู้มาเยือนได้ประทับใจที่นอกจากจะได้ตื่นตากับความสวยงามของธรรมชาติแล้ว ยังได้ความสนุก สัมผัสบรรยากาศวิถีชีวิตของชาวสวนที่นี่ยังไงก็เพลิดเพลิน

สภาพปัจจุบัน: มีการจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเสือภูเขาอยู่ตามปีต่าง ๆ

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ภายใต้การดูแลและควบคุมการจัดกิจกรรมขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง ร่วมกับ ชมรมจักรยานเสือภูเขาฝั่ง

แนวโน้มในอนาคต: เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก



ภาพ 75 แสดงตกลปลาและตกหมึก

ที่มา: ปราสาท ภัทรมโน, 2554, สื่อออนไลน์

ตกปลาและตกหมึก

ที่ตั้ง: ตามสถานที่ให้บริการต่าง ๆ เช่น บู้ค ฟิชซิ่ง การ์เด้นท์ อำเภอเมือง นุชนาฏ ฟิชซิ่งปาร์ค อำเภอนิคมพัฒนา พลา ฟิชซิ่งปาร์คอำเภอบ้านฉาง อ่างเก็บน้ำดอกกรายอำเภอ ปลวกแดง

ความเป็นมา: จังหวัดระยองและเกาะเสม็ด เป็นสถานที่ตกปลาทกหมึก ที่ชุกชุมและไม่ไกลจากกรุงเทพฯ

ความสำคัญ: การทัวร์ตกปลาทกหมึกจะพาท่านไปสัมผัสประสบการณ์ออกทะเล ทั้งกลางวันและกลางคืนบริเวณอ่าวต่าง ๆ ซึ่งมีธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์เต็มไปด้วยสัตว์ทะเล มากมาย

ลักษณะเด่น: โดยทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการตกปลาทกหมึกคอยแนะนำตลอด การเดินทาง ท่านจะเพลิดเพลินกับฝูงปลาและการตกปลาหมึก โดยเฉพาะการตกหมึกในเวลากลางคืน ทางทัวร์มีบริการพิเศษปิ้งย่างหมึกสดที่ตกมาได้และรับประทานบนเรือ นอกจากนี้จะได้รับความสนุกอิ่มท้องแล้วยังได้ความภูมิใจกลับไปและจดจำอีกนาน

สภาพปัจจุบัน: เปิดให้บริการตามฤดูกาลที่ทางสถานที่กำหนด

ปัญหา: การท่องเที่ยวทะเลเพื่อตกปลาและหมึกในแต่ละพื้นที่จะพบขยะมาก ทำให้ไม่สะดวกต่อการท่องเที่ยวในทะเล

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ภายใต้การดูแลของ อบต.

แนวโน้มในอนาคต: แก้ไขปัญหาขยะตามชายฝั่งและท้องทะเล

ปลุกป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง

ที่ตั้ง: ริมปากแม่น้ำประแส ตำบลเนินฆ้อ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ความสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตั้งอยู่ในเขตชุมชนบ้านแสมภู่ ปากน้ำประแส อำเภอแกลง มีพื้นที่กว่า 6,000 ไร่ ซึ่งแต่เดิม เป็นพื้นที่ที่ชาวบ้านทำการประมง เลี้ยงกุ้ง ทำการเกษตร ทำสวนผลไม้ จนกระทั่งทรัพยากรธรรมชาติในบริเวณนี้ ได้ถูกทำลาย และสิ่งแวดล้อมป่าชายเลนเสื่อมโทรมลงอย่าง เทศบาลตำบลปากน้ำประแส ที่ดูแลใส่ใจและให้ความสำคัญในระบบนิเวศของป่าชายเลน เพื่อรักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม และร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่เพื่อพัฒนาป่าชายเลนพื้นที่ใหญ่ที่สุดของ จ.ระยอง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และศึกษาเรียนรู้ควบคู่กันไป โดยสร้างสะพานเดินศึกษาธรรมชาติ เป็นระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร ทุ่งโปรงทอง ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในเรื่องระบบนิเวศของป่าชายเลน ได้เห็นความสวยงามตามธรรมชาติของ ป่าโกงกาง ไม้โปรง และไม้ริม

ชายฝั่ง จุดเด่นของบริเวณนี้คือต้นโปรงที่ขึ้นหนาแน่นอยู่เต็มพื้นที่ สะท้อนสีเขียวอมนดาจนเรียกว่าเป็นทุ่งโปรงทอง



ภาพ 76 แสดงปลูกป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง

ที่มา: พันทิป, 2559, สื่อออนไลน์

ลักษณะเด่น: จุดเด่นของสถานที่นี้ก็เป็นทุ่งต้นโปรงที่สีเขียวอมนดาที่สะท้อนสีทองในช่วงแดดยามเช้าและแดดยามเย็น

สภาพปัจจุบัน: ทุ่งโปรงทอง สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเที่ยวชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.00-18.00 น.

ปัญหา: มีผู้ที่ศึกษาและสนใจธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศของป่าชายเลนไม่มากเท่าไร และรวมไปถึงมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเข้าไปทำลายธรรมชาติ

ข้อจำกัดในการพัฒนา: อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานเทศบาลตำบลปากน้ำประแส

แนวโน้มในอนาคต: เป็นแหล่งเรียนรู้ระบบนิเวศที่สำคัญของประเทศที่ให้นักเรียน นักศึกษาและนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาธรรมชาติได้เรียนรู้

ส่วนที่ 3 รายการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกจังหวัดระยอง

ผู้วิจัยขอสรุปความคิดเห็นของผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน จากการสนทนากลุ่มย่อย และสัมภาษณ์เชิงลึกและจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ดังนี้

ภาครัฐ

ผู้แทนจากภาครัฐได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองไว้ว่า จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีจุดแข็งที่ตั้งของจังหวัด เพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกทั้งทางบกและทางอากาศ มีสนามบินนานาชาติอยู่ตะกั่วป่า-พัททยา และรถไฟความเร็วสูงที่กำลังจะมาถึงอันใกล้นี้ จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางทะเล สัตว์น้ำทั้งน้ำเค็ม น้ำจืด และน้ำกร่อย มีอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเสม็ดที่มีชื่อเสียงระดับโลก น้ำตกเขาชะเมา-เขาวง แม่น้ำสายสำคัญ แม่น้ำระยอง แม่น้ำประแส อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล อ่างเก็บน้ำดอกกราย ลำคลองต่าง ๆ โรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก รีสอร์ท โฮมสเตย์ มีวัฒนธรรม ประเพณีและเทศกาลที่ยังคงรักษานู่นลักษณะกันเอาไว้ได้ดี วิถีชีวิตของชาวสวนผลไม้ เช่นทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ สวนยางพารา และวิถีชาวประมง การทำกะปิ น้ำปลาที่มีชื่อตลอดจนมีสหกรณ์ที่เข้มแข็ง กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน ชมรมต่าง ๆ กลุ่มอาหารแปรรูปที่ให้ความร่วมมือกันและสามารถสร้างเป็นอาชีพเพื่อการส่งออกให้กับชาวระยองเป็นอย่างดี มีประวัติศาสตร์ที่สำคัญ คือ การกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และอนุสาวรีย์สุนทรภู่ กวีเอกของโลก ที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีอุตสาหกรรมชั้นนำขนาดใหญ่จำนวนมาก มีสถาบันการศึกษาทุกระดับชั้นจำนวนมาก จังหวัดระยองมีความพร้อมในทุก ๆ ด้านเหมาะสมอย่างยิ่งที่เพียบพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และจังหวัดระยองได้อยู่ในจังหวัด 12 เมืองต้องห้ามพลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจังหวัดระยองถือเป็นจังหวัดที่เหมาะสมและพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก

ผู้แทนจากภาครัฐได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของพื้นที่จังหวัดระยองไว้ว่า จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีนิคมอุตสาหกรรม โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก มีภาคการเกษตร มีสวนผลไม้ สวนยางพารา มีวิถีประมง มีแรงงานต่างด้าว

เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ความหลากหลายทางชีวภาพนี้เป็นจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะสร้างความสมดุลย์ ความเหลื่อมล้ำทางสังคม การไม่เข้าใจในวิถีชีวิตของชุมชนของคนพื้นที่และภาคการลงทุนด้านนิคมอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือให้เข้าใจกัน และการอาศัยของแรงงานต่างด้าวที่ยังไม่เข้าใจในวัฒนธรรมประเพณีของชาวจังหวัดระยอง ปัญหาเรื่องมลภาวะจากโรงงานอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรและการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่นการทิ้งน้ำเสียลงสู่แม่น้ำ และทะเล โดยยังไม่ได้มีการบำบัดก่อน และขาดแผนการดูแลทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมและภาคประชาชน ผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะโรงแรมขาดเทคโนโลยีเพื่อยกระดับโรงแรมให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย และประชาชนขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ และประชาชนมีการรบกวนธรรมชาติทำให้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย และปัญหาเรื่องขยะบริเวณชายหาดจากนักท่องเที่ยว

ผู้แทนจากภาครัฐแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ไว้ว่า จากการที่รัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในพื้นที่จังหวัดระยองในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่ส่งเสริมในอุตสาหกรรม 10 เป้าหมาย ส่งเสริม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology) อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food for the Future) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Robotics) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) ซึ่งจะทำให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก ด้านการท่องเที่ยวให้กับคนในจังหวัดระยอง คือ ทำให้เกิดการส่งเสริมด้านอาหารพื้นบ้านเป็นอย่างมาก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การปั่นจักรยานเสือภูเขาบริเวณชายหาดถนนเฉลิมบูรณาชลทิตที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและนิยมกันมากในขณะนี้ และยังมีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นที่นิยมมาเที่ยวที่จังหวัดระยองกันเป็นครอบครัวจำนวนมาก ด้วยความอุดมสมบูรณ์ในหลาย ๆ ประการ เช่น ด้านอาหารที่สด และอร่อย ปลอดภัย และผลไม้ที่ขึ้นชื่อ เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด สับปะรด ลองกอง เป็นต้น และเกิดการลงทุนของโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำเรื่องอาหารแปรรูปจากอาหารทะเล และการแปรรูปผลไม้เพื่อการส่งออก โดยเฉพาะทุเรียนเป็นที่นิยมของชาวจีนเป็นอย่างมากผนวกกับระยองมีสนามบินอู่ตะเภา-พัทยา เพื่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว

และการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ และยังมีท่าเรือน้ำลึกมาตามาตามที่ได้มาตรฐาน มีรถไฟรางคู่เพื่อการเดินทางที่ปลอดภัย และยังมีระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวทยอยมาเที่ยวจังหวัดระยองเพิ่มมากขึ้น

ผู้แทนจากภาครัฐแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไว้ว่า จังหวัดระยองเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่รัฐบาลให้ความสำคัญและส่งเสริมสนับสนุนในการสร้างนิคมอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นในโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ถึง 32 แห่ง 5,000 โรงงาน ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ผนวกกับมีแรงงานต่างด้าวเป็นจำนวนมากทำให้เกิดปัญหาเรื่องอาชญากรรม และการย้ายถิ่นของคนงานจากที่อื่นมายังพื้นที่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น เหล่านี้ภาครัฐจะต้องมีนโยบายแผนการพัฒนาอย่างชัดเจนที่ทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่มีอุปสรรคและเกิดความสมดุลในพื้นที่กับชุมชนและมาตรฐานของรัฐบาลในการออกกฎหมายควบคุมเรื่องการทำการประมงที่เข้มงวด ทำให้ชาวประมงหลายรายเลิกทำการประมงไปหลายราย เพื่อการเลี้ยงต่อการถูกจับในการรุกร้าน่านน้ำ ทำให้อาชีพการทำการประมงลดน้อยลงไปส่งผลกระทบต่อการจับสัตว์น้ำลดน้อยลงไป ทำให้อาหารทะเลแพงมากยิ่งขึ้น

ภาคเอกชน

ผู้แทนจากภาคเอกชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของพื้นที่จังหวัดระยอง ไว้สอดคล้องกับภาครัฐ คือ จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีจุดแข็งในด้านที่ตั้งของจังหวัด เพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครเดินทางสะดวกและรวดเร็ว การคมนาคมที่สะดวก ทั้งทางบกโดยรถยนต์ส่วนตัว และรถประจำทางรถไฟรางคู่ และทางอากาศ เพราะระยองมีสนามบินอู่ตะเภา-พัทยา มีโครงสร้างพื้นฐานที่ค่อนข้างครอบคลุมทุกพื้นที่ จังหวัดระยองมีความอุดมสมบูรณ์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านอาหารที่สด อร่อยราคาไม่แพง ทั้งอาหารทะเลสด และการแปรรูป และอาหารน้ำจืด วิถีชาวสวนการปลูกผลไม้ที่ขึ้นชื่อ เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ สับปะรด มีวิธีการปลูกยางพารา วิถีชาวประมงที่ทำกันมาแต่ดั้งเดิม มีการทำกะปิ น้ำปลาที่อร่อยและขึ้นชื่อ และขณะนี้มีการลงทุนในด้านการสร้างโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการหลายหลายสนใจทำให้เกิดการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งการเปิดร้านอาหารพื้นฐานที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจังหวัดระยองมีวัตถุดิบในการปรุงอาหารที่หาในพื้นที่บ้านได้อย่างง่ายดายและสดดีต่อสุขภาพและมีความเป็นเอกลักษณ์ของชาวระยอง เช่น หมูต้มใบชะมวง แกงป่าปลาเห็ดโคน แกงส้มผักกะฉับ แกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ปลาอินทรียัดเคดเดียว ก๋วยเตี๋ยวผัดไทยปูที่รสชาติเป็น

เอกลักษณ์ และอาหารทะเลซีฟู้ด รสชาติของน้ำจิ้มที่มีความอร่อยด้วยน้ำปลาของคนระยอง เครื่องแกงที่รสชาติเข้มข้นด้วยกะปิที่คนระยองทำ ทำให้อาหารของคนจังหวัดระยองมีรสชาติที่ถูกปากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเช่น ชายหาด หมู่เกาะต่าง น้ำตก ภูเขา ถ้ำ แหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมและเทศกาลที่ดึงดูดและน่าสนใจ ด้วยความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ของจังหวัดระยอง จึงมีศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และผู้แทนจากภาคเอกชนยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ยังมีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำตามธรรมชาติ เช่น เลี้ยงกุ้งกุลาดำ เลี้ยงปูม้า ปูแสม เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษา ประชาชน และนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ผู้แทนจากภาคเอกชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของพื้นที่จังหวัดระยอง ไว้ว่า ด้วยจังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางด้านชีวภาพ มีทั้งภาคอุตสาหกรรมมีโรงงานเป็นจำนวนมาก ภาคเกษตรกรรมมีการปลูกสวนผลไม้ สวนยางพารา ไร่สับปะรด ภาคปศุสัตว์มีการเลี้ยงสัตว์ ทั้งสัตว์บกและสัตว์น้ำ ดังนั้น ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่สำคัญของจังหวัดระยอง เพราะขาดแผนการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกวิธี รัฐยังขาดการส่งเสริมในเรื่องของการใช้ wifi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทำให้ไม่สะดวกต่อนักท่องเที่ยว ขาดการทำการตลาดในยุคดิจิทัลเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ชุมชนได้รับงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการของชุมชนทำให้เกิดความขัดแย้ง ปัญหาด้านผู้นำท้องถิ่นไม่มีความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และขาดคณะกรรมการที่จะมาดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และชุมชนแต่ละชุมชนทำงานต่างคนต่างทำ ไม่เชื่อมโยงกับกลุ่มและชุมชนอื่น ทำให้ไม่เกิดการแลกเปลี่ยนและการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้และเข้าใจทางด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

ผู้แทนจากภาคเอกชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ไว้ว่า จังหวัดระยองมีความอุดมสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้าน เช่น ที่ตั้งของจังหวัดไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร มีการคมนาคมที่สะดวกและปลอดภัย ทั้งทางบก รถยนต์ส่วนตัว และรถประจำทาง มีรถไฟรางคู่ สนามบินอู่ตะเภา-พัทยา มีความพร้อมและครอบคลุมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนที่ปลอดภัย ไฟฟ้า ประปา การบริการเครือข่ายด้านโทรคมนาคม มีโรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก มีรีสอร์ทและโฮมสเตย์

ที่ได้มาตรฐาน เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว มีพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย มีทั้งสัตว์น้ำทางทะเล สัตว์น้ำจืด มีทั้งพืชสวนและพืชไร่ มีสวนผลไม้ที่เลื่องชื่อ ทูเรียน เงาะ มังคุด ขนุน สละ ลองกอง ที่สร้างรายได้ให้ชาวระยอง มีวิถีประมงที่ทำกันมาตั้งแต่ดั้งเดิมที่หล่อเลี้ยงชีวิตคนระยองและคนจังหวัดใกล้เคียง เช่นจังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา และจันทบุรี รวมไปถึงกรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่น ๆ และด้วยจังหวัดระยองมีนิคมอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ถึง 32 แห่ง 5,000 โรงงาน ทำให้เกิดการลงทุนและเกิดการไหลเวียนทางด้านเศรษฐกิจ เกิดการค้าในอาชีพที่หลากหลาย โดยเฉพาะการแปรรูปอาหารทะเล และการแปรรูปผลไม้ ทั้งขายในประเทศและการส่งออกไปยังต่างประเทศ และจังหวัดระยองมีสนามบินอู่ตะเภา-พัทยาในการขนส่งทางอากาศ และยังมีท่าเรือน้ำลึกมาบตาพุดในการขนส่งด้านทางเรือ อีกด้วย ทำให้ประชาชนในจังหวัดระยองถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่ประชากรมีรายได้ต่อหัวสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ และโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) นี้ นับว่าโครงการที่สำคัญมาก ที่รัฐบาลให้ความสำคัญจังหวัดระยองทางด้านการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยเพิ่มมากขึ้น อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญระดับสูงต่อประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้จำนวนแรงงานมากที่สุด มีมูลค่าการลงทุนสูงที่สุด มีมูลค่าเพิ่มสูงที่สุด และมีการลงทุนด้านวิจัยพัฒนาสูงที่สุดในบรรดาสาขาต่าง ๆ ของภาคอุตสาหกรรมการผลิตไทย ในปัจจุบันมีแนวโน้ม

การเปลี่ยนแปลงในตลาดอาหารทั่วโลกอยู่ 3 แขนง ซึ่งมีโอกาสส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร แนวโน้มดังกล่าว ได้แก่ 1) ความต้องการมาตรฐาน ความปลอดภัยและความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ที่สูงขึ้นจากผู้บริโภคอาหาร 2) การเพิ่มขึ้นของความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแหล่งโปรตีนทางเลือกซึ่งใช้พลังงาน ทรัพยากร และต้นทุนในการผลิตน้อยกว่าแหล่งโปรตีนจากสัตว์ในปัจจุบัน ประเทศไทยสามารถใช้ในการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นโอกาสในการยกระดับให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจังหวัดระยองมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย และจังหวัดระยองยังเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่จะผ่านไปยังจังหวัดจันทบุรี ตรัง และเชื่อมต่อไปเกาะกงประเทศกัมพูชาอีกด้วย ทำให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา

ผู้แทนจากจากเอกชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ไว้ว่า จังหวัดระยองมีความหลากหลาย

ทางชีวภาพ มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก มีนิคมอุตสาหกรรม 32 แห่ง 5,000 โรงงาน ซึ่งจะส่งกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในชุมชน ด้านมลภาวะเป็นพิษ ทั้งทางน้ำและทางอากาศ ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดการทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนมาดูแลอย่างจริงจัง และด้วยจังหวัดระยองมีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการย้ายถิ่นที่อยู่ของแรงงานจากที่อื่นมาอยู่ที่ระยอง ทั้งคนไทยแรงงานต่างด้าว ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือด้านอาชญากรรม ปัญหาด้านยาเสพติด และปัญหาการลักขโมย ซึ่งทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวและในชุมชน และจังหวัดระยองมีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวโดยรอบคือ พัทยา บางแสน และจันทบุรี ตราด เป็นต้น รัฐบาลไม่สนับสนุนงบประมาณอย่างเพียงพอให้กับชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และรัฐบาลยังไม่สนับสนุนให้มีเครือข่าย wifi การจ่ายให้ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ของจังหวัดระยอง ไม่สนับสนุนการสร้างเครือข่ายดิจิทัลในการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองอย่างเป็นระบบ

ภาคประชาชน

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองว่า จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีจุดแข็งในด้านที่ตั้งของจังหวัดเพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกและรวดเร็วสามารถเดินทางมาได้ทั้งทางบก รถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง ทางอากาศ มีสนามบินนานาชาติอยู่ตะกั่วป่า-พัทยา มีรถไฟรางคู่ไว้รองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โรงพยาบาลที่ทันสมัย สถาบันการศึกษาหลายแห่งที่มีชื่อเสียง ประชาชนมีอาชีพและมีรายได้ที่ดี มีวิถีชาวสวนผลไม้ที่มีชื่อเสียง เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สับปะรด สละ เป็นต้น จนเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะคนจีน มีวิถีชาวประมง ที่หล่อเลี้ยงคนระยองและคนจังหวัดใกล้เคียงมาแต่ช้านาน มีการทำกะปิ น้ำปลา ที่มีชื่อเสียง ประชาชนมีความตื่นตัวกับโครงการของรัฐบาลที่กำลังเกิดขึ้นนั้น คือ โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาในหลาย ๆ ด้านและส่งผลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดให้ดียิ่งขึ้น จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจังหวัดระยองเพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา ประชาชนจะต้องติดตามข้อมูล ข่าวสารอย่างใกล้ชิดเพราะมีผลกระทบโดยตรงกับคนในจังหวัดระยอง และจังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นระดับโลก คือเกาะเสม็ดและชายหาดที่สวยงามเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความยาวกว่า 100 กิโลเมตร มีวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมและมหกรรมที่โดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ของคนจังหวัดระยอง มีความอุดมสมบูรณ์

ทางด้านทรัพยากรที่หลากหลาย มีอาหารที่สดและอร่อย มีโรงพยาบาลที่ทันสมัย มีนิคมอุตสาหกรรมจำนวนมาก ที่ทำให้เกิดการจ้างงาน และการไหลเวียนของเศรษฐกิจ มีวัดที่สำคัญ มีประวัติศาสตร์ที่ชาวระยองเคารพนับถือ มีวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ที่คนระยองรักษาและสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมผลไม้ของดีเมืองระยอง จัดขึ้นที่ตลาดตะพง และของดีเมืองแกลง จัดที่อำเภอแกลง กิจกรรมวันสุนทรภู่ ซึ่งจัดขึ้นทุกวันที่ 26 มิถุนายน ณ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยองและคนระยองมีภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง นับว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่ง เช่น คำว่า ฮี แปลว่า ครับหรือค๊ะ คำว่า “สวยพอแรง” แปลว่า สวยมาก คำว่า “เอาได้” แปลว่า คน ๆ นั้นดี น่าคบ คนระยองมีจิตใจที่ดีงาม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ นับว่าเป็นสิ่งที่สร้างแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองไว้ว่า จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีภาคอุตสาหกรรมมีโรงงานเป็นจำนวนมากและไม่มีแผนและคณะกรรมการในการดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนทำให้เกิดผลกระทบในด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน เช่นมลภาวะทางน้ำ มลภาวะทางอากาศเป็นพิษ และส่งผลกระทบต่อภาคเกษตร โดยเฉพาะการทำสวนผลไม้ ต้องมีอากาศที่ไม่เป็นพิษ และสารเคมีตกค้างในพืชไร่ และมีแรงงานต่างด้าวเข้ามาอยู่ในพื้นที่เออะรวมไปถึงแรงงานที่ย้ายถิ่นที่อยู่มาจากที่อื่นได้มาอยู่ที่จังหวัดระยองทำให้เกิดปัญหาในการจัดการทรัพยากร ภาครัฐให้งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวน้อยเกินไป และไม่ตรงกับความต้องการของชุมชนเกิดความขัดแย้งภายในชุมชน ภาครัฐให้สนับสนุนองค์ความรู้ให้กับประชาชนในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนแต่ละชุมชนต่างคนต่างทำไม่ร่วมมือกับชุมชนอื่นเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน ทำให้เกิดปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองไว้ว่า จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่โดดเด่นมากที่ตั้งของจังหวัดตั้งอยู่ในทำเลที่ดี ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การเดินทางสะดวกสบาย ทั้งทางบก โดยรถยนต์ส่วนตัว หรือรถประจำทางสาธารณะ รถไฟรางคู่ และยังมีสนามบินอยู่ตะกั่ว-พัทยา เพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศอีกด้วย และประชาชนมีอาชีพที่หลากหลาย เช่น การทำการเกษตรด้านสวนผลไม้ที่สร้างชื่อเสียงให้กับชาวระยองและประเทศไทย เช่นทุเรียน เงาะ มังคุด ขนุน สละ ลองกอง เป็นต้น สวนยางพารา ทำนาบางส่วนและอุตสาหกรรมการแปรรูปไม้ยางพาราเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายในประเทศและเพื่อการส่งออก จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ของโครงการรัฐบาลที่สำคัญคือ การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่ส่งเสริม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

(Next-Generation Automotive) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology) อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (Food for the Future) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Robotics) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก ด้านการท่องเที่ยวให้กับคนในจังหวัดระยอง

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองไว้ได้สอดคล้องกับภาคเอกชน คือ จังหวัดระยองมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก มีนิคมอุตสาหกรรม 32 แห่ง 5,000 โรงงาน ซึ่งจะส่งกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในชุมชน ด้านมลภาวะเป็นพิษ ทั้งทางน้ำและทางอากาศ ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดการทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนมาดูแลอย่างจริงจัง และด้วยจังหวัดระยองมีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการย้ายถิ่นที่อยู่ของแรงงานจากที่อื่นมาอยู่ที่ระยอง ทั้งคนไทยแรงงานต่างด้าว ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือด้านอาชญากรรม ปัญหาด้านยาเสพติด และปัญหาการลักขโมย ซึ่งทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวและในชุมชน และจังหวัดระยองมีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวโดยรอบคือ พัทยา บางแสน และจันทบุรี ตราด เป็นต้น รัฐบาลไม่สนับสนุนงบประมาณอย่างเพียงพอให้กับชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และรัฐบาลยังไม่สนับสนุนให้มีเครือข่าย wifi การจ่ายให้ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ของจังหวัดระยอง ไม่สนับสนุนการสร้างเครือข่ายดิจิทัลอลในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองอย่างเป็นระบบ

นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดระยอง ได้แสดงความคิดเห็นได้สอดคล้องกับภาครัฐ และภาคเอกชน คือจังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีจุดแข็งที่ตั้งของจังหวัด เพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกทั้งทางบกและทางอากาศ มีสนามบินนานาชาติอยู่ตะกั่วป่า-พัทยา และรถไฟความเร็วสูงที่กำลังจะมาถึงอันใกล้นี้ จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางทะเล สัตว์น้ำทั้งน้ำเค็ม น้ำจืดและน้ำกร่อย มีอุทยานแห่งชาติ

หมู่เกาะเสม็ดที่มีชื่อเสียงระดับโลก น้ำตกเขาชะเมา-เขาวง แม่น้ำสายสำคัญ แม่น้ำระยอง แม่น้ำประแส อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล อ่างเก็บน้ำดอกกราย ลำคลองต่าง ๆ โรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก รีสอร์ท โฮมสเตย์ มีวัฒนธรรมประเพณีและเทศกาลที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์กันเอาไว้ได้ดี วิถีชีวิตของชาวสวนผลไม้ เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ สวนยางพารา และวิถีชาวประมง การทำกะปิ น้ำปลาที่มีชื่อ ตลอดจนมีสหกรณ์ที่เข้มแข็ง กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน ชมรมต่าง ๆ กลุ่มอาหารแปรรูปที่ให้ความร่วมมือกันและสามารถสร้างเป็นอาชีพเพื่อการส่งออกให้กับชาวระยองเป็นอย่างดี มีประวัติศาสตร์ที่สำคัญ คือ การกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และอนุสาวรีย์สุนทรภู่ กวีเอกของโลก ที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีอุตสาหกรรมชั้นนำขนาดใหญ่จำนวนมาก มีสถาบันการศึกษาทุกระดับชั้น จำนวนมาก จังหวัดระยองมีความพร้อมในทุก ๆ ด้านเหมาะสมอย่างยิ่งที่เพียบพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และจังหวัดระยองได้อยู่ในจังหวัด 12 เมืองต้องห้ามพลาด ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจังหวัดระยองถือเป็นจังหวัดที่เหมาะสมและพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเช่น ชายหาด หมู่เกาะต่าง ๆ น้ำตก ภูเขา ถ้ำ แหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมและเทศกาลที่ดึงดูดใจ น่าสนใจ ด้วยความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ของจังหวัดระยอง จึงมีศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และผู้แทนจากภาคเอกชนยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ยังมีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำตามธรรมชาติ เช่น เลี้ยงกุ้งกุลาดำ เลี้ยงปูม้า ปูแสม เพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษา ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันมีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมผลไม้ของดีเมืองระยอง จัดขึ้นที่ตลาดตะพงและของดีเมืองแกลง จัดที่อำเภอแกลง กิจกรรมวันสุนทรภู่ ซึ่งจัดขึ้นทุกวันที่ 26 มิถุนายน ณ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง และคนระยองมีภาษาถิ่นที่พูดเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง นับว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่ง เช่น คำว่า ฮี แปลว่า ครีบหรือตะ คำว่า “สวยพอแรง” แปลว่า สวยมาก คำว่า “เอาได้” แปลว่า คน ๆ นั้นดี น่าคบ คนระยองมีจิตใจที่ดีงาม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ นับว่าเป็นสิ่งที่สร้างแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ผู้แทนจากนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่จังหวัดระยองได้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องกับภาคเอกชน และภาคประชาชน กล่าวคือจังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีภาคอุตสาหกรรมมีโรงงานเป็นจำนวนมาก และไม่มีแผนและคณะกรรมการในการดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนทำให้เกิดผลกระทบใน

ด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน เช่น มลภาวะทางน้ำ มลภาวะทางอากาศเป็นพิษ และส่งผลกระทบต่อภาคเกษตร โดยเฉพาะการทำสวนผลไม้ ต้องมีอากาศที่ไม่เป็นพิษ และสารเคมีตกค้างในพืชไร่ และมีแรงงานต่างด้าวเข้ามาอยู่ในพื้นที่เยอะรวมไปถึงแรงงานที่ย้ายถิ่นที่อยู่มาจากที่อื่นได้มาอยู่ที่จังหวัดระยองทำให้เกิดปัญหาในการจัดการทรัพยากร ภาครัฐให้งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววันน้อยเกินไป และไม่ตรงกับความต้องการของชุมชนเกิดความขัดแย้งภายในชุมชน ภาครัฐให้สนับสนุนองค์ความรู้ให้กับประชาชนในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนแต่ละชุมชนต่างคนต่างทำไม่ร่วมมือกับชุมชนอื่นเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน ทำให้เกิดปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง ดังนั้น ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่สำคัญของจังหวัดระยองเพราะขาดแผนการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกวิธี รัฐยังขาดการส่งเสริมในเรื่องของการใช้ wifi ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทำให้ไม่สะดวกต่อนักท่องเที่ยว ขาดการทำการตลาดในยุคดิจิทัลเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ชุมชนได้รับงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการของชุมชนทำให้เกิดความขัดแย้ง ปัญหาด้านผู้นำท้องถิ่นไม่มีความเข้าใจในการพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการบางรายด้านโรงแรมยังขาดองค์ความรู้ และขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ผู้แทนจากนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่จังหวัดระยองได้ให้คิดเห็นสอดคล้องกับภาครัฐและภาคเอกชน กล่าวคือจากการที่รัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในพื้นที่จังหวัดระยองในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่ส่งเสริมในอุตสาหกรรม 10 เป้าหมาย ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology) อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (Food for the Future) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Robotics) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก ด้านการท่องเที่ยวให้กับคนในจังหวัดระยอง คือ ทำให้เกิดการส่งเสริมด้านอาหารพื้นบ้านเป็นอย่างมาก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การปั่นจักรยานเสือภูเขาบริเวณชายหาดถนนเฉลิมบูรณาชลที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและนิยมกันมากในขณะนี้ และยังมีนักท่องเที่ยว

ผู้สูงวัยที่เพิ่มมากขึ้นที่นิยมมาเที่ยวที่จังหวัดระยองกันเป็นครอบครัวจำนวนมาก ด้วยความอุดมสมบูรณ์ในหลาย ๆ ประการ เช่น ด้านอาหารที่สดและอร่อย ปลอดภัย และผลไม้ที่ขึ้นชื่อ เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด สับปะรด ลองกอง เป็นต้น และเกิดการลงทุนของโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำเรื่องอาหารแปรรูปจากอาหารทะเล และการแปรรูปผลไม้เพื่อการส่งออก โดยเฉพาะทุเรียนเป็นที่นิยมของชาวจีนเป็นอย่างมากผนวกกับระยองมีสนามบินอู่ตะเภา-พัทยา เพื่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ และยังมีท่าเรือน้ำลึกมาตาพุดที่ได้มาตรฐาน มีรถไฟรางคู่เพื่อการเดินทางที่ปลอดภัย และยังมีระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวจังหวัดระยองเพิ่มมากขึ้น

ผู้แทนจากนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ได้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องกับภาครัฐและเอกชน กล่าวคือจังหวัดระยองเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมที่รัฐบาลให้ความสำคัญและส่งเสริมสนับสนุนในการสร้างนิคมอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นในโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกถึง 32 แห่ง 5,000 โรงงาน ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ผนวกกับมีแรงงานต่างด้าวเป็นจำนวนมากทำให้เกิดปัญหาเรื่องอาชญากรรม และการย้ายถิ่นของคนงานจากที่อื่นมายังพื้นที่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น เหล่านี้ภาครัฐจะต้องมีนโยบายแผนการพัฒนาอย่างชัดเจนที่ทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่มีอุปสรรคและเกิดความสมดุลในพื้นที่กับชุมชน และมาตรฐานของรัฐบาลในการออกกฎหมายควบคุมเรื่องการทำประมงที่เข้มงวด ทำให้ชาวประมงหลายรายเลิกทำการประมงไปหลายราย เพื่อการเลี่ยงต่อการถูกจับในการรุกรานน้ำ ทำให้อาชีพการทำประมงลดน้อยลงไปส่งผลกระทบต่อการจัดสัตว์น้ำลดน้อยลงไป ทำให้อาหารทะเลแพงมากยิ่งขึ้น อีกทั้งจังหวัดระยองมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในชุมชน ด้านมลภาวะเป็นพิษ ทั้งทางน้ำและทางอากาศ ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดการทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนมาดูแลอย่างจริงจัง และด้วยจังหวัดระยองมีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการย้ายถิ่นที่อยู่ของแรงงานจากที่อื่นมาอยู่ที่นี่ ทั้งคนไทยแรงงานต่างด้าว ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือด้านอาชญากรรม ปัญหาด้านยาเสพติด และปัญหาการลักขโมย ซึ่งทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวและในชุมชน และจังหวัดระยองมีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวโดยรอบคือ พัทยา บางแสน และจันทบุรี ตราด เป็นต้น รัฐบาลไม่สนับสนุนงบประมาณอย่างเพียงพอให้กับชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และรัฐบาลยังไม่สนับสนุนให้มีเครือข่าย wifi การจ่ายให้ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ของจังหวัดระยอง ไม่สนับสนุนการสร้างเครือข่ายดิจิทัล

ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองอย่างเป็นระบบ

จากผลการแสดงความคิดเห็นในการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว โดยมีมติที่ประชุมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ดังรายละเอียดในตาราง ดังนี้

ตาราง 9 แสดงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ตั้งอยู่ศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเป็นศูนย์เศรษฐกิจโลก 2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น 3. มีวัฒนธรรมวิถีชีวิตประมงการเกษตรและสวนผลไม้ที่เลื่องชื่อ 4. เป็นเส้นทางสู่เอกราชของพระเจ้าตากสินมหาราช 5. เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก 6. เป็นประตูสู่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก 7. มีสนามบินอยู่ตะกั่วป่าเรือ่น้ำสิครถไฟทางคู่ 8. เป็นที่ตั้งของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก(Eastern Economic Corridor:EEC) 9. มีระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2. ขาดคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อโฆษณาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4. ขาดแผนการดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อม 5. ภาคเอกชนขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 6. เป็นพื้นที่ที่มีแรงงานต่างด้าวมาก 7. ผลผลิตทางการเกษตร ผลไม้จากการเกษตรมีสารเคมี ยากำจัดศัตรูพืชตกค้าง 8. ประกอบการโรงแรมขาดเทคโนโลยีเพื่อยกระดับโรงแรมให้ได้มาตรฐานคุณภาพและปลอดภัย
โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 ล้านคน 2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 4. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา/ผจญภัย 5. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา 6. มีดิจิทัลเน็ตเวิร์คบนอินเทอร์เน็ตธุรกิจทุกอย่างทำออนไลน์ 7. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายจีน 1,400 ล้านคน 8. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายอินเดีย 1,500 ล้านคน 9. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายฮาลาล 2,000 ล้านคน 10. มีระบบโลจิสติกส์จีนมุ่งตะวันออก 11. มีฐานการผลิตทางด้าน อาหารทะเล อาหารแปรรูป พืชผลทางการเกษตร เพื่อตลาดโลก 12. เป็นฐานการบินการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ของโลก 13. กระแสการท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นจากความยากจน 14. ระบบนวัตกรรมเทคโนโลยีอัตโนมัติ (Industrial automation) ยกกระตือการแปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้าภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว 15. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการเผยแพร่วัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพให้กับชาวโลก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่สนับสนุนเครือข่าย Wi-Fi ให้ครอบคลุม 2. มีแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งโดยรอบ 3. ภาครัฐไม่สนับสนุนการเงิน 4. ภาครัฐไม่สนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายดิจิทัล 5. มีภัยธรรมชาติเช่น ภัยแล้ง ท่วม คลื่นลม มรสุม 6. มีผู้ก่อการร้ายสากล โรคระบาด ผู้คนยาเสพติดผ่านประเทศ 7. ในภูมิภาคมีสงคราม เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ผู้วิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว มีความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับการประมวลภาพรวม โดยวิธีการจับคู่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (TOWS Matrix) ได้ผลดังนี้

ตาราง 10 แสดง TOWS Matrix ของจังหวัดระยอง

จุดแข็ง(S)		จุดอ่อน (W)	
1. ตั้งอยู่ศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจโลก	2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น	3. มีวัฒนธรรมวิถีชีวิตประมงการเกษตรและสวนผลไม้ที่เลื่องชื่อ	4. เป็นเส้นทางสู่เอกราชของพระเจ้าตากสินมหาราช
5. เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก	6. เป็นประตูสู่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก	7. มีสนามบินอยู่ตะกั่วป่าเรือน้ำลึกรถไฟทางคู่	8. เป็นที่ตั้งของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก(Eastern Economic Corridor: EEC)
9. มีระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย			
		1. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	2. ขาดคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
		3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อโฆษณาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4. ขาดแผนการดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
		5. ภาคเอกชนขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	6. เป็นพื้นที่ที่มีแรงงานต่างด้าวมาก
		7. ผลผลิตทางการเกษตร ผลไม้จากการเกษตรมีสารเคมี ยากำจัดศัตรูพืชตกค้าง	8. ประกอบการโรงแรมขาดเทคโนโลยีเพื่อยกระดับโรงแรมให้ได้มาตรฐานคุณภาพและปลอดภัย
โอกาส (O)	(SO)	(WO)	
1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 ล้านคน	1. แปรนดัดจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางผลไม้โลก	1. สร้างแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว	2. ตั้งคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว
2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2. แปรนดัดจังหวัดระยองเป็นศูนย์ท่องเที่ยวทางทะเล	3. สร้างแผนการตลาดดิจิทัล	4. สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติ
3. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	3. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวอาหาร	5. สร้างระบบสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	6. ระดมทุนจากภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
4. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา/ผจญภัย	4. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวพุทธศาสนา	7. พัฒนาท่องเที่ยวในรูปแบบ SME ซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของ	8. สร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาท่องเที่ยวภายใน/ภายนอกประเทศ/ บน Social Networking
5. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา	5. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวกีฬา/ผจญภัย		
6. มีดิจิทัลเน็ตเวิร์คบนอินเทอร์เน็ตธุรกิจทุกอย่างทำออนไลน์	6. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ		
7. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายจีน 1,400 ล้านคน	7. สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		
8. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายอินเดีย 1,500 ล้านคน	8. การท่องเที่ยววิถีพุทธประวัติศาสตร์		
9. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายฮาลาล 2,000 ล้านคน			
10. มีระบบโลจิสติกส์จีนมุ่งตะวันออก			
11. มีฐานการผลิตทางด้าน อาหารทะเล อาหารแปรรูป พืชผลทางการเกษตร เพื่อตลาดโลก			
12. เป็นฐานการบินการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ของโลก			
13. กระแสการท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นจากความยากจน			

ตาราง 10 (ต่อ)

	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	1. ตั้งอยู่ศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจโลก	1. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น	2. ขาดคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	3. มีวัฒนธรรมวิถีชีวิตประมงการเกษตร และสวนผลไม้ที่เลื่องชื่อ	3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อโฆษณาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	4. เป็นเส้นทางกู่เอกราชของพระเจ้าตากสินมหาราช	4. ขาดแผนการดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
	5. เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก	5. ภาคเอกชนขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	6. เป็นประตูสู่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก	6. เป็นพื้นที่ที่มีแรงงานต่างด้าวมาก
	7. มีสนามบินอยู่ตะเภาท่าเรือน้ำลึกรถไฟทางคู่	7. ผลผลิตทางการเกษตร ผลไม้จากการเกษตรมีสารเคมี ยากำจัดศัตรูพืชตกค้าง
	8. เป็นที่ตั้งของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)	8. ประกอบการโรงแรมขาดเทคโนโลยีเพื่อยกระดับโรงแรมให้ได้มาตรฐานคุณภาพและปลอดภัย
	9. มีระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย	
โอกาส (O)	(ST)	(WT)
14. ระบบนวัตกรรมเทคโนโลยีอัตโนมัติ (Industrial automation) ยกระดับการแปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้าภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว	10. ตั้งอยู่ศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจโลก	9. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
15. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการเผยแพร่วัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพให้กับชาวโลก	11. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น	10. ขาดคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	12. มีวัฒนธรรมวิถีชีวิตประมงการเกษตร และสวนผลไม้ที่เลื่องชื่อ	11. ขาดแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อโฆษณาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	13. เป็นเส้นทางกู่เอกราชของพระเจ้าตากสินมหาราช	12. ขาดแผนการดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
	14. เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก	13. ภาคเอกชนขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
	15. เป็นประตูสู่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก	14. เป็นพื้นที่ที่มีแรงงานต่างด้าวมาก
	16. มีสนามบินอยู่ตะเภาท่าเรือน้ำลึกรถไฟทางคู่	15. ผลผลิตทางการเกษตร ผลไม้จากการเกษตรมีสารเคมี ยากำจัดศัตรูพืชตกค้าง
	17. เป็นที่ตั้งของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)	16. ประกอบการโรงแรมขาดเทคโนโลยีเพื่อยกระดับโรงแรมให้ได้มาตรฐานคุณภาพและปลอดภัย
	18. มีระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย	

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัด

ระยอง

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน โดยกรมสนทนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก และนักท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดระยอง พบว่าความคิดเห็นของผู้แทนแต่ละภาคมีความสอดคล้องกันในบางประเด็นและความคิดเห็นที่แตกต่างกันในบางประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ศักยภาพด้านทรัพยากร

ผู้แทนจากภาครัฐ ผู้แทนจากภาคเอกชน มีความเห็นที่สอดคล้องตรงกันว่า ทรัพยากรธรรมชาติ เกาะเสม็ด ทะเลหาดแม่พิมพ์ หาดสวนสน หาดแม่รำพึง เป็นแหล่งทรัพยากรที่โดดเด่นทางการท่องเที่ยว มีน้ำทะเลที่ใสสะอาด หาดทรายเม็ดละเอียด มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามเหมาะกับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว มีสวนผลไม้ที่ขึ้นชื่อ ทูเรียน เงาะ มังคุด มีอาหารทะเลที่สดและอร่อย มีทรัพยากรป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การพัฒนาทางการท่องเที่ยว ทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

ผู้แทนจากภาคเอกชนมีความเห็นที่สอดคล้องกันกับภาคประชาชนที่ว่า จังหวัดระยอง มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติมาก ในด้านอาหารทะเลที่สด และปลาน้ำจืด อาหารพื้นบ้าน มีความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านสมุนไพร ผลไม้ที่ขึ้นชื่อ เช่น ทูเรียน เงาะ มังคุด สับปะรด ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมกันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะคนจีน มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น เกาะเสม็ด ทะเลหาดแม่พิมพ์ หาดสวนสน อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า เกาะทะเล เกาะมัน ในอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีวัดและโบราณสถานหลายแห่ง และมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจและชวนหลังควรรำลึกถึง เช่น อนุสาวรีย์สุนทรภู่ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี และภาคเอกชนยังเสนออีกว่า ควรให้ผู้ประกอบการได้เข้าอบรมในเรื่องของการเรียนรู้วัฒนธรรม และ ภาษาของนักท่องเที่ยว จีน และอินเดีย เพื่อการสื่อสารและการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับให้กับนักท่องเที่ยว

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกกว่า ว่า จังหวัดระยองมีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ เช่น หุ่นโปรงทอง สะพานรักษ์แสม ที่มีสวยงามทางธรรมชาติ มีแม่น้ำไหลผ่านตลอดปี มีอ่างเก็บน้ำดอกกราย อ่างเก็บน้ำคลองปลาไหล ที่สามารถใช้ได้ทั้งภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ประมง ปศุสัตว์ และภาคการท่องเที่ยว เพราะรองรับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ให้กับนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือน จังหวัดระยอง การควบคุมสินค้าภาคการเกษตร อาทิ ทูเรียน ไม่ให้เกษตรกรตัดทุเรียนอ่อน เพื่อรักษามาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและประชาชนมีการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมมือร่วมใจกันพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืนของจังหวัดระยอง และมีการเชื่อมภาคอุตสาหกรรมและภาคการเกษตร การท่องเที่ยวเข้าด้วยกันเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้น่าอยู่และพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

ผู้แทนจากนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นสอดคล้องกับภาคประชาชนที่ว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติของจังหวัดระยองนั้น ในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เกาะเสม็ดที่มีความสวยงาม มีหาดทรายที่ขาวเม็ดทรายละเอียด เกาะมันใน ที่อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลในโครงการพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถในรัชกาลที่ 9 มีหาดแม่พิมพ์ที่สวยงาม มีตลาดบ้านเพที่มีอาหารทะเลทั้งสดและแปรรูป ด้านผลไม้ตามฤดูกาล มีทุเรียน เงาะ มังคุด สับปะรด และยังมีการปลูกยางพาราอีกด้วย ที่สร้างรายได้ให้กับชาวจังหวัดระยอง และมีศูนย์เรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงให้ได้ศึกษาหาความรู้และเป็นประโยชน์กับผู้สนใจและนักท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้แทนจากภาครัฐ มีความเห็นสอดคล้องกับภาคเอกชนที่ว่า จังหวัดระยองควรจะต้องมีการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของระยอง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ให้ถูกต้องตามระเบียบในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ปะมง ปศุสัตว์ มีการวางแผนการจัดการการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และควรมีการตั้งคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรการท่องเที่ยว และเรื่องการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรม เพื่อจะได้มีสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อชุมชนและนักท่องเที่ยวและยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ควรมีการจัดการในเรื่องประหยัดน้ำและพลังงานในโรงแรมและรีสอร์ทในโครงการระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ผู้แทนจากภาคเอกชนมีความเห็นสอดคล้องกับภาคประชาชนว่า ควรให้มีการวางแผนในเรื่องการใช้น้ำอย่างประหยัดและการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรม และแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนควรมีความร่วมมือกันตั้งธนาคารขยะ และร้าน 0 บาท ในวัด โรงเรียน เพื่อจะได้มีชุมชนที่น่าอยู่และสามารถเปลี่ยนเป็นพลังงานทดแทนได้ และโครงการใช้พลังงานแสงแดดในการทำประปาให้กับชุมชนที่ได้มาตรฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า รัฐบาลต้องกำหนดพื้นที่ (Zoning Area) ให้ชัดเจนในภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ภาคอุตสาหกรรม การเกษตร เพราะมีความเชื่อมโยงในเรื่องการใช้น้ำและไฟฟ้าอย่างสมดุลเพียงพอ และประชาชนในชุมชนมีการตั้งชมรม สมาคม สหกรณ์เพื่อสร้างเครือข่ายในการมือมือกันในการทำงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองให้เกิดความยั่งยืน และประชาชนมีความรักและตระหนักในการรณรงค์เรื่องความสะอาดและสิ่งแวดล้อม

ผู้แทนจากนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ ความร่วมมือในเรื่องของการดูแลเรื่องขยะ และสิ่งแวดล้อม ด้วยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ระยองได้มีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมให้กับชุมชน และทางจังหวัดก็มี งบประมาณมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระยองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของ จังหวัดระยอง

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผู้แทนจากภาครัฐ มีความเห็นสอดคล้องกับผู้แทนภาคเอกชน และผู้แทนภาค ประชาชนว่า ทางจังหวัดระยองเป็นตัวกลางที่ดีในการที่มีการประชุมและปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในจังหวัดระยอง มีกลุ่มองค์กรภาคต่าง ๆ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้าน การท่องเที่ยวในจังหวัดมีความร่วมมือกันเพื่อพัฒนาระบบการให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยภาคีเครือข่ายภาคส่วนต่าง ๆ มีบทบาทในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยว ของจังหวัดระยองในการประชุมร่วมกัน

ผู้แทนภาครัฐได้แสดงความคิดเห็นว่า ทางจังหวัดระยองได้มีการจัดการประชุมให้กับ เครือข่ายองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดทิศทางและแนวทางในการ ปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นกฎระเบียบต่าง ๆ ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว ให้ชุมชนมีการสร้างเครือข่ายเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด และจะได้อำนาจความต้องการของชุมชนว่าต้องการสิ่งใดเพื่อจะได้จัด งบประมาณเข้าไปพัฒนา

ผู้แทนจากภาคเอกชนมีความเห็นสอดคล้องกับผู้แทนภาคประชาชนว่า จังหวัดระยอง มีความพร้อมทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสูงมาก ดังนั้น การสร้างเครือข่าย ชมรม สมาคม จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งจังหวัดระยองมีความหลากหลาย ทางชีวภาพ มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ เครือข่ายเป็น ส่วนสำคัญในการช่วยกันพัฒนาการท่องเที่ยวให้จังหวัดระยองเกิดความยั่งยืน

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในจังหวัดระยองในแต่ละพื้นที่ที่มีการสร้างเครือข่ายมีการเชื่อมโยงเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยวของจังหวัดทำให้เกิดความสามัคคี ชุมชนเข้มแข็ง ประชาชนมีความเป็นอยู่ดีขึ้นมี รายได้เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง และมีการประชุมหารือกัน ของกลุ่มชมรมสหกรณ์เพื่อเป็นการเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ปฏิบัติถูกต้องไปในทิศทางเดียวกัน และสร้างรายได้ให้เกิดในชุมชนจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้แทนจากนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ ความร่วมมือกับภาครัฐในเรื่องของการตั้งชมรม สมาคม สหกรณ์ เพื่อเป็นเครือข่ายให้กับชุมชน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเอง ที่มีการทำงานร่วมกันมีการแสดงความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อหาแนวทาง โอกาสที่จังหวัดระยองเป็นพื้นที่พัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดระยองมากยิ่งขึ้นและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว แห่งเอเชีย

ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ และปลูกจิตสำนึก

ผู้แทนจากภาครัฐ มีความเห็นที่สอดคล้องกับผู้แทนภาคเอกชนว่า จังหวัดระยองมี ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม ชายหาดที่ยาวประมาณ 100 กิโลเมตร นับว่าเป็นต้นทุนที่ ธรรมชาติให้มา มีหมู่เกาะมากมายที่เหมาะสมแก่การทำกิจกรรม เช่น ตกปลาหมึก ล่องเรือชม หิ่งห้อย ดำน้ำดูปะการัง สร้างบ้านให้ปะการังในทะเล และป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การ ทำกิจกรรม และการปลูกจิตสำนึกที่ดี ด้วยการทำกิจกรรมปลูกป่าชายเลนให้เป็นที่อยู่อาศัย ของสัตว์น้ำ การฝึกจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ ที่วัด กับชาวพุทธในวันสำคัญทางศาสนา ที่เหมาะสม กับพื้นที่ และเป็นแหล่งเรียนรู้การสื่อความหมายจากธรรมชาติ ทำให้ภาครัฐ ได้จัดทำกิจกรรม ร่วมกันกับภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ให้เกิดการทำกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยวที่ดีและสร้างความประทับใจสำหรับผู้มาเยือน

ผู้แทนจากภาคเอกชน มีความเห็นที่สอดคล้องกันกับภาคประชาชนที่ว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรสร้างกิจกรรมที่ดี มีประโยชน์ มีความสุขให้กับ นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว และตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการสื่อความหมายที่ ชัดเจนกับทุกภาคส่วนและมีกิจกรรมที่ปลูกจิตสำนึกในการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่ หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบายและเป็นประโยชน์กับ ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวต่อไป

ผู้แทนจากภาคประชาชนได้แสดงความคิดเห็นว่า ประชาชนในพื้นที่จังหวัดระยองมี ความตื่นตัวเป็นอย่างมากกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนและของจังหวัดระยอง ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้จังหวัดระยองเป็นพื้นที่ในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) และพร้อมที่จะดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับรัฐบาลที่กำหนดกรอบ ต่าง ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว มีการสื่อความหมายจากภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว ได้เป็นอย่างดี และเข้าใจกับบทบาทของการที่จังหวัดระยองกำลังเป็นพื้นที่พัฒนาทางการ ท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวโดยเฉพาะกิจกรรมการรับประทานผลไม้บุฟเฟต์

ในสวนการทำกิจกรรมปลูกป่าชายเลน และการแข่งขันกีฬาปั่นจักรยานเสือภูเขาริมชายหาด และเก็บขยะชายหาด เพื่อทำให้เกิดความสะอาดและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

จากผลการแสดงความคิดเห็นในการประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์ ภาคีรัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยของสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำบัดบริการรถประจำทางและบริการรถประจำทาง

1.2 สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว

1.3 มีวิวทิวทัศน์ สวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและกิจกรรมท่องเที่ยว

1.4 มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ

1.5 มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์

1.6 มีศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต

2. ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.1 มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 มีการแบ่งเขตพื้นที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก

2.3 มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่เพื่อป้องกันกับผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.4 มีการจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

2.5 มีการจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ

2.6 มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติ

3. ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

3.1 ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

3.2 ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

3.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และมีความเข้มแข็ง

3.4 มีโอกาสในการรับการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ

3.5 มีการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก

4.1 มีกิจกรรมการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก

4.2 มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

4.3 กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

4.4 กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักรู้ต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชนนักท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ

ส่วนที่ 5 แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 2 โดยมีผู้แทน 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ประชุมกลุ่มย่อยร่วมกัน เกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์

จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” จะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลกท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น” จะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ” จะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เขียมเมืองแก่งบ้านเกิด จันทกวีเอกสุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปะวัฒนธรรม

โบราณสถานย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์ วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท้องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม พัฒนาระบบ โลจิสติกส์ เชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวชายทะเลภาคตะวันออก ปรับปรุงพัฒนาระบบ สาธารณูปโภคบนเส้นทางท่องเที่ยวระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) การแบ่งพื้นที่ เป็นเขต (Zoning) เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม การวางผังเมือง เขียวอนุรักษ์ (Green City) พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก การกำหนดขีดความสามารถในการ รองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การปรับปรุง ภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวบนชายทะเลฝั่งตะวันออก การปลูกป่า ชายหาดและป่าชายเลน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว ท่องเที่ยวทาง ปากน้ำประแส แหลมสน สะพานรักษ์แสม การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ทางทะเล การฟื้นฟู แนวปะการัง อนุรักษ์เต่าทะเล และชายหาด ปรับภูมิทัศน์ การปรับปรุงสาธารณูปโภค การก่อสร้าง และปรับปรุงซ่อมแซมเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและสวยงาม เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) การสร้าง สนามกีฬาเพื่อรองรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ กอล์ฟ เทนนิส เพื่อรองรับการแข่งขันระดับโลก ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว การสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการ จัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ตั้งคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การวางแผนการ จัดการการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรและการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน การประหยัดน้ำและการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ในระเบียบ เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก การวางแผนด้านการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ในนิคม อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว โครงการโรงไฟฟ้าจากขยะ ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก โครงการใช้พลังงานแสงแดดในการทำประปาชุมชน ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก โครงการธนาคารขยะและร้าน O บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ในระเบียบเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

กลยุทธ์การจัดการด้านการตลาด โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาด ดิจิตอลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการใน ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง โครงการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวใน ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวนานาชาติ ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกโดยมีระยองเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายจีนอินเดียฮาลาลและอาเซียน การสร้างระบบการตลาดการท่องเที่ยว ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง ใน E-Commerce ออนไลน์

กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูทะเลระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” จะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลกท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น” จะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายวิธีประมง วิธีชาวไร่ วิธีชาวสวน วิธีเกษตรกร วิธีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ” จะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิด จินตกรรมวิเอกสุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน ย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ” สร้างแพ็คเกจทัวร์ชายฝั่งทะเลหมู่เกาะ ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจากจังหวัดระยอง จรดสีหนุวิลล์ สร้างแพ็คเกจทัวร์เดินป่าศึกษาธรรมชาติอุทยานแห่งชาติแห่ง ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก สร้างแพ็คเกจทัวร์สวนเกษตรและสวนผลไม้อินทรีย์ ชิมบุฟเฟ่ต์ผลไม้ สร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเมือง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก สร้างแพ็คเกจสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีจังหวัดระยองเป็นประตู ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Gateway สร้างแพ็คเกจสัมผัสวิถีชีวิตชาวจีนโบราณ ที่ชุมชนปากน้ำประแส อำเภอกาญจนบุรี สร้างแพ็คเกจตามรอยการกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช สร้างแพ็คเกจตามรอยนิราศเมืองแก่ง เยี่ยมบ้านเกิด จินตกรรมวิเอกสุนทรภู่ แพ็คเกจปั่นจักรยานชมทิวทัศน์บนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต แพ็คเกจร่วม

มหกรรมอาหารทะเลนานาชาติ แพ็คเกจกิจกรรมทางกีฬาในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก แพ็คเกจฝึกปฏิบัติจิตฝึกสมาธิฝึกสติในวัดในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) แพ็คเกจเส้นทางอาหารทะเลระดับโลก “World Food Festival”

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดนชายฝั่งทะเลจังหวัดระยองให้เป็นฐานเพื่อเชื่อมโยงกับกัมพูชาและสิงคโปร์ กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางการกีฬาทางน้ำ การแข่งขันเรือใบ การแข่งขันกอล์ฟ บนเส้นทางพัฒนาการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออก เกาะเสม็ด เกาะช้าง เกาะกูด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination) การจัดตั้งเครือข่ายและคณะกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนจังหวัดระยองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดระยอง และระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก การจัดอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองและระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก แสวงหาทุนและแนวร่วมจากภายนอกชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และ NGOs จัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มอาหาร กลุ่มแปรรูปสินค้าทางการเกษตรและอาหารทะเล การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว (Cluster) ในกลุ่มเกาะทะเลอ่าวไทย เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันกำกับดูแลและเตือนภัยจากกระบวนการผลิต อุบัติภัย มลพิษ ของเสีย รวมทั้งการขนส่งสินค้า จากผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อความพร้อมในการรองรับนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล (ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Thailand 4.0 Super Cluster))

กลยุทธ์การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น อบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว (SME) เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดระยอง จัดตั้งระบบสหกรณ์หรือกลุ่มชุมชนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง สร้างมูลค่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานสากล อบรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในจังหวัดระยอง สร้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนจังหวัดระยอง อบรมมัคคุเทศก์และชุมชนในการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงวัย

ตั้งศูนย์การค้า One Stop Service เพื่อรองรับโลจิสติกส์และการท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียน ในจังหวัดระยอง ตั้งพิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดระยอง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ การอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับชุมชนในจังหวัดระยอง การอบรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งและมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อความสมดุลต่อระบบนิเวศ การอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งทางบก ป่าชายเลน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน อนุรักษ์ ป่าชุมชน และพัฒนาทรัพยากรน้ำ รวมถึงการจัดการคุณภาพน้ำตามธรรมชาติให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน เสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน

กลยุทธ์การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว สร้างภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมวิถีชีวิต ประเพณีของชุมชนในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) สร้างพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวิถีประมงของจังหวัดระยอง และระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก การอบรมปลูกจิตสำนึกด้านความห่วงใยในวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดระยอง การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำน้ำปลา กะปิ อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้แปรรูปของชุมชนในจังหวัดระยอง อนุรักษ์เทศกาลอาหารสุขภาพดี เกษตรอินทรีย์แห่งอาเซียน ในจังหวัดระยอง สร้างศูนย์อนุรักษ์พืชผักสมุนไพร แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกแห่งอาเซียนในจังหวัดระยอง การอนุรักษ์วิถีประมงน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืดในจังหวัดระยอง

กลยุทธ์การสร้างจิตสำนึกด้านศีลธรรม และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับชุมชน การรณรงค์เพื่อให้จังหวัดระยองเป็นจังหวัดสีขาว เพื่อแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด การอบรมความรู้เกี่ยวกับการป้องกัน ยาเสพติด จัดทำคู่มือด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ติดตั้ง CCTV เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ภัยพิบัติ อบรมการปฏิบัติจิต ตามแนวพระพุทธศาสนา อบรมชุมชนรักษาศีลห้า

รายงานผลการนำแนวคิดทฤษฎีด้านการวางแผนยุทธศาสตร์มาสร้างแผนยุทธศาสตร์

จากฐานข้อมูลเชิงคุณภาพที่ประชุมกลุ่มย่อย 4 ภาคส่วน ผู้วิจัยและนักวิชาการด้านการวางแผนยุทธศาสตร์ได้ประชุมร่วมกัน พิจารณายกร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการ

ท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง โดยได้ดำเนินการตามกระบวนการของการสร้างแผนยุทธศาสตร์และได้บูรณาการนโยบายระดับชาติของแผนพัฒนาประเทศไทย 20 ปี: Thailand 4.0 (2560–2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2560–2564) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (2560–2564) แผนพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (2560–2564) โดยได้บูรณาการเข้ากับการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

ผลของการประชุมดังกล่าวก่อให้เกิดร่างของแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยกร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

ตอนที่ 1 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1. ทรัพยากรธรรมชาติของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
2. เกาะเสม็ด ทะเลหาดแม่พิมพ์ หาดสวนสน หาดแม่รำพึง อ่าวไช่
3. อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า เกาะทะลุ เกาะมันใน อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง
4. ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม
5. สวนทุเรียน สวนเงาะ สวนมังคุด สวนกระท้อน สวนสละ
6. แม่น้ำระยอง แม่น้ำประแสร์ อ่างเก็บน้ำดอกกราย อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล
7. น้ำตกเขาชะเมา น้ำตกคลองปลาก้าง ถ้ำเขาวง ถ้ำเขาประทุน
8. สัตว์ต่าง ๆ อาทิ ปลาอินทรี ปลาแดง ปลาเห็ดโคน ปลากะบอก เต่าทะเล

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

1. ทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
2. อนุสาวรีย์สุนทรภู่ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน
3. วัดลุ่มมหาชัยชุมพล วัดป่าประดู่ วัดราชบัลลังก์ วัดชะหารไร่
4. ตลาดบ้านเพ ตลาดผลไม้ตะพง ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP
5. วิถีชาวประมง วิถีริมแม่น้ำลำคลอง วิถีชาวนวน การแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหกรรม เทศกาลและประเพณี

1. มหกรรมส่งเสริมการเกษตรตะวันออก มหกรรมบ้านดีระยอง
 2. งานวันสุนทรภู่ วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช งานภูมิบุรีศรีระยอง การทำบุญลาน
 3. งานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง งานทอดผ้าป่ากลางน้ำ
 4. ประเพณีแห่นางแมว ประเพณีแข่งเรือยาว
 5. งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง 6) เทียวทะเลหาดบ้านเพ-เกาะเสม็ด
- งานประเพณีกีฬา-ชิมปลาทะเลหนึ่งบ้านฉาง

ทรัพยากรท่องเที่ยวกิจกรรม

1. ชิมผลไม้ในสวนละไม ชิมผลไม้ในสวนสวนสุภัทราแลนด์ ชิมผลไม้สวนบ้านเรา
2. ล่องเรือชมหิ่งห้อย พาราไกลดิ่ง สปาและนวดแผนไทย
3. ปั่นจักรยานริมถนนเฉลิมบูรพาชลทิต ปั่นจักรยานเสือภูเขา
4. ตกปลาและตกหมึก ดำน้ำลึกและดำน้ำตื้น กีฬาทางน้ำ
5. สัมผัสระบบนิเวศป่าชายเลน ปูบกป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ

1. มีรถโดยสาร เรือเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด
2. โรงแรมที่พัก รีสอร์ท โฮมสเตย์ ในทุกอำเภอ
3. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้า

ผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP

4. มีตำรวจท่องเที่ยว ตำรวจบ้าน และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว
5. ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารทะเล
6. ห้องสุขา ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง

จุดแข็ง

1. เป็นที่ตั้งอยู่กลางระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกและศูนย์กลางเศรษฐกิจโลก
 2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติ ทางทะเลและทางบก ที่โดดเด่น
 3. มีทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรม มหกรรมและกิจกรรม
 4. มีระบบสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์ที่สมบูรณ์ มีสนามบินอยู่ตะกั่ว สุวรรณภูมิ
- ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือมาบตาพุด รถไฟทางคู่ รถไฟความเร็วสูง มอเตอร์เวย์

5. มีทรัพยากรบริการ ที่พักแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐาน
6. มีชื่อเสียงระดับนานาชาติเป็นประตูอาเซียน จีน และอินเดียเพื่อการค้าเสรี
7. เป็นผู้นำด้านการผลิตและการส่งออกด้านอาหาร เกษตร ผลไม้
8. เป็นที่ตั้งของการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ ปิโตรเคมี อิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวกลุ่มรายได้สูง และการท่องเที่ยวสุขภาพ อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ และอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร

9. เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญแก่ชาวโลก
10. เป็นประตูสู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในภูมิภาคอาเซียน

จุดอ่อน

1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับนานาชาติ

2. ขาดแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ในยุคไทยแลนด์ 4.0

3. ขาดแผนการดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในระดับอาเซียน

4. ทุกภาคส่วนขาดองค์ความรู้และความพร้อมในการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

5. ทำการเกษตรเคมีมีสารพิษตกค้างในผลผลิตด้านการเกษตร

6. จังหวัดระยองขาดที่พักแรมที่มีมาตรฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ การประชุมงานแสดงสินค้าในระดับนานาชาติ

7. นิคมอุตสาหกรรมขาดระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การบำบัดน้ำเสีย การจัดการขยะที่มีพิษ มลพิษทางน้ำ อากาศ

โอกาส

1. โครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เปิดโอกาสให้ภูมิภาคมีการพัฒนาภาพรวมโดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 ล้านคน ใน ปี พ.ศ. 2573

3. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารและเชิงเกษตร

4. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

6. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา/ผจญภัย

7. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา

8. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มติจิตวิญญาณ

9. มีดิจิทัลเน็ตเวิร์คบนอินเทอร์เน็ต ธุรกิจทางออนไลน์
10. ระบบโลจิสติกส์เงินมุ่งลงใต้ อินเดียมุ่งตะวันออกให้โอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวตามระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
11. มีฐานการผลิตทางด้าน อาหารทะเล อาหารแปรรูป พืชผลทางการเกษตรเพื่อตลาดโลก
12. การท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อขจัดความยากจน
13. โอกาสด้านนวัตกรรมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีอัตโนมัติ (Automation) ยกกระดับการผลิตสินค้าและบริการสู่มาตรฐานสากล

อุปสรรค

1. ขาดระบบเครือข่าย Wi-Fi ให้ครอบคลุมสถานที่ทั่วประเทศ
2. มีแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งโดยรอบ
3. ภาครัฐไม่สนับสนุนการเงิน
4. ภาครัฐไม่สนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายดิจิทัล
5. มีภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว/ภัยแล้ง
6. มีผู้ก่อการร้ายสากล/โรคระบาด/ผู้ขนยาเสพติดผ่านประเทศ
7. การลงทุนจากต่างประเทศเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่

1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำบัดบริการรถประจำทาง และบริการรถประจำทาง
 2. สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว
 3. มีวิวทิวทัศน์ สวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและกิจกรรมท่องเที่ยว
 4. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ
 5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์
 6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต
- ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 2. มีการแบ่งเขตพื้นที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก

3. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่เพื่อป้องกันกับผลกระทบ ต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว

4. มีการจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

5. มีการจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ

6. มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับ ภัยพิบัติ

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการ ท่องเที่ยว

3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และมีความ เข้มแข็ง

4. มีโอกาสในการรับการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ

5. มีการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก

1. มีกิจกรรมการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และเอื้อต่อการปลูก จิตสำนึก

2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้ แก่นักท่องเที่ยว

4. กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ

ตอนที่ 4 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยว ของจังหวัดระยอง

วิสัยทัศน์

1. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูทะเลระเปียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยว สวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

2. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลก ท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น”

3. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”

4. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิด จินตวิเอกสุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปะวัฒนธรรมโบราณสถานย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์/โครงการ

กลยุทธ์ที่ 1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

โครงการที่ 1 พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวชายทะเลภาคตะวันออก

โครงการที่ 2 ปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภคบนเส้นทางท่องเที่ยวระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 3 การแบ่งพื้นที่เป็นเขต (Zoning) เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม

โครงการที่ 4 การวางผังเมืองเชิงอนุรักษ์ (Green City) พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก

โครงการที่ 5 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

โครงการที่ 6 การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวบนชายทะเลฝั่งตะวันออก

โครงการที่ 7 การปลูกป่าชายหาดและป่าชายเลน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว ทุ่งโปรงทอง ปากน้ำประแส แหลมสน สะพานรักษ์แสม

โครงการที่ 8 การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ทางทะเล การฟื้นฟูแนวปะการัง อนุรักษ์เต่าทะเล และชายหาด ปรับภูมิทัศน์

โครงการที่ 9 การปรับปรุงสาธารณูปโภค การก่อสร้าง และปรับปรุงซ่อมแซม เส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและสวยงาม เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 10 การสร้างสนามกีฬาเพื่อรองรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ กอล์ฟ เทนนิส เพื่อรองรับการแข่งขันระดับโลกในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

กลยุทธ์ที่ 2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

โครงการที่ 1 การสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 2 ตั้งคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

โครงการที่ 3 การวางแผนการจัดการการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

โครงการที่ 4 การประหยัดน้ำและการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 5 การวางแผนด้านการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ในนิคมอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว

โครงการที่ 6 โครงการโรงไฟฟ้าจากขยะ ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 7 โครงการใช้พลังงานแสงแดดในการทำประปาชุมชน ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 8 โครงการธนาคารขยะและร้าน 0 บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 9 โครงการประหยัดน้ำและพลังงานในโรงแรมและรีสอร์ท ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และกระจายรายได้

กลยุทธ์/โครงการ

กลยุทธ์ที่ 1 การจัดการด้านการตลาด

โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการใน ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยอง เป็นศูนย์กลาง

โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง

โครงการที่ 3 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวนานาชาติ ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีระยองเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โครงการที่ 4 โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายจีนอินเดียฮาลาลและอาเซียน

โครงการที่ 5 การสร้างระบบการตลาดการท่องเที่ยว ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง ใน E-Commerce ออนไลน์

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

โครงการที่ 1 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาวท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

โครงการที่ 2 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลกท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก(EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น”

โครงการที่ 3 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”

โครงการที่ 4 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิดจินตกรวิเอก สุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปวัฒนธรรมโบราณสถานย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

โครงการที่ 5 สร้างแพ็คเกจทัวร์ชายฝั่งทะเลหมู่เกาะ ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากจังหวัดระยอง จรดสิหนุวิลล์

โครงการที่ 6 สร้างแพ็คเกจทัวร์เดินป่าศึกษาธรรมชาติอุทยานแห่งชาติแห่งระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 7 สร้างแพ็คเกจทัวร์สวนเกษตรและสวนผลไม้อินทรีย์ ชิมบุฟเฟ่ต์ผลไม้

โครงการที่ 8 สร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเมือง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 9 สร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเมือง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 10 สร้างแพ็คเกจสัมผัสวิถีชีวิตชาวจีนโบราณ ที่ชุมชนปากน้ำประแส อำเภอกาญจนบุรี

โครงการที่ 11 สร้างแพ็คเกจตามรอยการกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

โครงการที่ 12 สร้างแพ็คเกจตามรอยนิราศเมืองแกลง เยี่ยมบ้านเกิดจินตกวีเอกสุนทรภู่

โครงการที่ 13 แพ็คเกจปั่นจักรยานชมทิวทัศน์บนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต

โครงการที่ 14 แพ็คเกจร่วมมหกรรมอาหารทะเลนานาชาติ

โครงการที่ 15 แพ็คเกจกิจกรรมทางกีฬาในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 16 แพ็คเกจฝึกปฏิบัติจิตฝึกสมาธิฝึกสติในวัดในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 17 แพ็คเกจเส้นทางอาหารทะเลระดับโลก “World Food Festival”

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์/โครงการ

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง

โครงการที่ 1 กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia)

โครงการที่ 2 กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดนชายฝั่งทะเลจังหวัดระยองให้เป็นฐานเพื่อเชื่อมโยงกับกัมพูชาและสิงคโปร์

โครงการที่ 3 กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางการกีฬาทางน้ำ การแข่งขันเรือใบ การแข่งขันกอล์ฟ บนเส้นทางพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)

โครงการที่ 4 กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออกเกาะเสม็ด เกาะช้าง เกาะกูด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination)

โครงการที่ 5 การจัดตั้งเครือข่ายและคณะกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนจังหวัดระยองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

โครงการที่ 6 จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดระยอง และระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 7 การจัดอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองและระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 8 แสวงหาทุนและแนวร่วมจากภายนอกชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และ NGOs

โครงการที่ 9 จัดตั้งกลุ่มต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มอาหาร กลุ่มแปรรูปสินค้าทางการเกษตรและอาหารทะเล

โครงการที่ 10 การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว (Cluster) ในกลุ่มเกาะทะเล อ่าวไทย

โครงการที่ 11 เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันกำจัดดูแล และเตือนภัยจากกระบวนการผลิต อุบัติภัย มลพิษ ของเสีย รวมทั้งการขนส่งสินค้าจากผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรม

โครงการที่ 12 พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อความพร้อมในการรองรับนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล (ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Thailand 4.0 Super Cluster)

กลยุทธ์ที่ 2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น

โครงการที่ 1 อบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว (SME) เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 2 จัดตั้งระบบสหกรณ์หรือกลุ่มชุมชนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 3 อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 4 สร้างมูลค่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานสากล

โครงการที่ 5 อบรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 6 สร้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนจังหวัดระยอง

โครงการที่ 7 อบรมมัคคุเทศก์และชุมชนในการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงวัย

โครงการที่ 8 ตั้งศูนย์การค้า One Stop Service เพื่อรองรับโลจิสติกส์และการท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียนในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 9 ตั้งพิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดระยอง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์/โครงการ

กลยุทธ์ที่ 1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ

โครงการที่ 1 การอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับชุมชนในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 2 การอบรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล และชายฝั่งและมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อความสมดุลต่อระบบนิเวศ

โครงการที่ 3 การอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

โครงการที่ 4 เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งทางบก ป่าชายเลน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

โครงการที่ 5 อนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรน้ำ รวมถึงการจัดการคุณภาพน้ำ ตามธรรมชาติให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

โครงการที่ 6 เสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน

กลยุทธ์ที่ 2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

โครงการที่ 1 สร้างภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมวิถีชีวิต ประเพณีของชุมชน ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 2 สร้างพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวิถีประมงของจังหวัดระยอง และระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

โครงการที่ 3 การอบรมปลูกจิตสำนึกด้านความหวงแหนในวัฒนธรรมของชุมชน ในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 4 การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำน้ำปลา กะปิ อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้แปรรูปของชุมชนในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 5 อนุรักษ์เทศกาลอาหารสุขภาพดี เกษตรอินทรีย์ แห่งอาเซียน ในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 6 สร้างศูนย์อนุรักษ์พืชผักสมุนไพร แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือก แห่งอาเซียนในจังหวัดระยอง

โครงการที่ 7 การอนุรักษ์วิถีประมงน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืดในจังหวัดระยอง

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างจิตสำนึกด้านศีลธรรม และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

โครงการที่ 1 โครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับชุมชน

โครงการที่ 2 การรณรงค์เพื่อให้จังหวัดระยองเป็นจังหวัดสีขาว เพื่อแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด

โครงการที่ 3 การอบรมความรู้เกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติด

โครงการที่ 4 จัดทำคู่มือด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง

โครงการที่ 5 ติดตั้ง CCTV เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ภัยพิบัติ

โครงการที่ 6 อบรมการปฏิบัติจิต ตามแนวพระพุทธศาสนา อบรมชุมชนรักษาศีลห้า

รายงานผลการพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง

ที่ประชุมกลุ่มย่อยทั้ง 4 ภาคส่วน ลงความเห็นร่วมกันในการประเมิน และจัดลำดับความสำคัญของส่วนต่าง ๆ ของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดระยอง

ผู้วิจัยขอเสนอแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง โดยสรุปผลลำดับความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ลำดับความสำคัญ
1. เกาะเสม็ด ทะเลหาดแม่พิมพ์ หาดสวนสน หาดแม่รำพึง อ่าวไข่	1
2. อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า เกาะทะลุ เกาะมันใน อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง	2
3. สวนทุเรียน สวนเงาะ สวนมังคุด สวนกระท้อน สวนสละ	3
4. ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม	4
5. ทรัพยากรธรรมชาติของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	5
6. น้ำตกเขาชะเมา น้ำตกคลองปลาก้าง ถ้ำเขาวง ถ้ำเขาประทุน	6
7. สัตว์ต่าง ๆ อาทิ ปลาอินทรี ปลาแดง ปลาเห็ดโคน ปลากระบอก เต่าทะเล	7
8. แม่น้ำระยอง แม่น้ำประแสร์ อ่างเก็บน้ำดอกกราย อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล	8
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	ลำดับความสำคัญ
1. อนุสาวรีย์สุนทรภู่ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน	1

ตาราง 11 (ต่อ)

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	ลำดับความสำคัญ
2. ตลาดบ้านแพ ตลาดผลไม้ตะพง ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP	2
3. วิถีชาวประมง วิถีริมแม่น้ำลำคลอง วิถีชาวสวน การแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้	3
4. วัดลุ่มมหาชัยชุมพล วัดป่าประดู่ วัดราชบัลลังก์ วัดละหารไร่	4
5. ทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	5
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรรรม เทศกาลและประเพณี	ลำดับความสำคัญ
1. งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยอง	1
2. เที่ยวทะเลหาดบ้านแพ-เกาะเสม็ด งานประเพณีกีฬา-ซิมปลาทะเลหนึ่งบ้านฉาง	2
3. งานวันสุนทรภู่ วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช งานภูมิบุรีศรีระยอง การทำบุญลาน	3
4. งานห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำ ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง งานทอดผ้าป่ากลางน้ำ	4
5. ประเพณีแห่นางแมว ประเพณีแข่งเรือยาว	5
6. มหกรรมส่งเสริมการเกษตรตะวันออก มหกรรมบ้านดีระยอง	6
ทรัพยากรท่องเที่ยวกิจกรรม	ลำดับความสำคัญ
1. ซิมผลไม้ในสวนละไม ซิมผลไม้ในสวนสวนสุภัทราแลนด์ ซิมผลไม้สวนบ้านเรา	1
2. สัมผัสระบบนิเวศป่าชายเลน ปลุ๊กป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง	2
3. ตกปลาและตกหมึก ดำน้ำลึกและดำน้ำตื้น กีฬาทางน้ำ	3
4. ปั่นจักรยานริมถนนเฉลิมบูรพาชลทิต ปั่นจักรยานเสือภูเขา	4
5. ล่องเรือชมหิ่งห้อย พาราไกลดิ่ง สปาและนวดแผนไทย	5
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ	ลำดับความสำคัญ
1. ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารทะเล	1
2. โรงแรมที่พัก รีสอร์ท โฮมสเตย์ ในทุกอำเภอ	2
3. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP	3
4. มีรถโดยสาร เรือเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด	4
5. มีตำรวจท่องเที่ยว ตำรวจบ้าน และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว	5
6. ห้องสุขา ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน	6

ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวจังหวัดระยอง

จุดแข็ง	ลำดับความสำคัญ
1. เป็นที่ตั้งอยู่กลางระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกและศูนย์กลางเศรษฐกิจโลก	1
2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติ ทางทะเลและทางบก ที่โดดเด่น	2
3. มีชื่อเสียงระดับนานาชาติเป็นประตูสู่อาเซียน จีน และอินเดีย เพื่อการค้าเสรี	3
4. เป็นผู้นำด้านการผลิตและการส่งออกด้านอาหาร เกษตร ผลไม้	4
5. เป็นที่ตั้งของการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ บีโตร์เคมี อีเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวกลุ่มรายได้สูง และการท่องเที่ยวสุขภาพ อุตสาหกรรมเกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพและอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร	5
6. มีทรัพยากรบริการ ที่พักแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีมาตรฐาน	6
7. มีระบบสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์ที่สมบูรณ์ มีสนามบินอู่ตะเภา สุวรรณภูมิ ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือมาบตาพุด รถไฟทางคู่ รถไฟความเร็วสูง มอเตอร์เวย์	7
8. เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญแก่ชาวโลก	8
9. เป็นประตูสู่การท่องเที่ยวไร้พรมแดนในภูมิภาคอาเซียน	9
10. มีทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรม มหกรรมและกิจกรรม	10
จุดอ่อน	ลำดับความสำคัญ
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ระดับนานาชาติ	1
2. ทำการเกษตรเคมีมีสารพิษตกค้างในผลผลิตด้านการเกษตร	2
3. ขาดแผนการดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในระดับอาเซียน	3
4. ทุกภาคส่วนขาดองค์ความรู้และความพร้อมในการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล	4
5. ขาดแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ในยุคไทยแลนด์ 4.0	5
6. นิคมอุตสาหกรรมขาดระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การบำบัดน้ำเสีย การจัดการขยะที่มีพิษ มลพิษทางน้ำ อากาศ	6
7. จังหวัดระยองขาดที่พักแรมที่มีมาตรฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ การประชุมงานแสดงสินค้าในระดับนานาชาติ	7
โอกาส	ลำดับความสำคัญ
1. โครงการระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เปิดโอกาสให้ภูมิภาคมีการพัฒนาภาพรวมโดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง	1
2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	2

ตาราง 12 (ต่อ)

โอกาส	ลำดับความสำคัญ
3. นักท่องเที่ยวนานาชาติจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 ล้านคน ใน ปี พ.ศ. 2573	3
4. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารและเชิงเกษตร	4
5. ระบบโลจิสติกส์จีนมุ่งลงใต้ อินเดียมุ่งตะวันออกให้โอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวตามระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	5
6. มีฐานการผลิตทางด้าน อาหารทะเล อาหารแปรรูป พืชผลทางการเกษตร เพื่อตลาดโลก	6
7. โอกาสด้านนวัตกรรมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีอัตโนมัติขั้น (Automation) ยกกระตือรือร้นผลิตสินค้าและบริการสู่มาตรฐานสากล	7
8. การท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อขจัดความยากจน	8
9. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์	9
10. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา/ผจญภัย ภูมิปัญญา	10
11. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	11
12. มีดิจิทัลเน็ตเวิร์คบนอินเทอร์เน็ต ธุรกิจทางออนไลน์	12
13. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มิติจิตวิญญาน	13
อุปสรรค	ลำดับความสำคัญ
1. ขาดระบบเครือข่าย Wi-Fi ให้ครอบคลุมสถานที่ทั่วประเทศ	1
2. ภาครัฐไม่สนับสนุนการเงิน	2
3. มีแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งโดยรอบ	3
4. ภาครัฐไม่สนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายดิจิทัล	4
5. การลงทุนจากต่างประเทศเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว	5
6. มีผู้ก่อการร้ายสากล/โรคระบาด/ผู้ชนยาเสพติดผ่านประเทศ	6
7. มีภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหวภัย/แล้ง	7

ตาราง 13 แสดงศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่	ลำดับความสำคัญ
1. มีวิวทิวทัศน์ สวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและกิจกรรมท่องเที่ยว	1
2. สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว	2
3. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ	3
4. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำบัดบริการรถประจำทาง และบริการรถประจำทาง	4
5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์	5

ตาราง 13 (ต่อ)

ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่	ลำดับความสำคัญ
6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต	6
ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน	
1. มีการแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก	1
2. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่เพื่อป้องกันกับผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	2
3. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3
4. มีการจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว	4
5. มีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติ	5
6. มีการจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ	6
ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ลำดับความสำคัญ
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	1
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว	2
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และมีความเข้มแข็ง	3
4. มีโอกาสในการรับการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ	4
5. มีการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	5
ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก	ลำดับความสำคัญ
1. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว	1
2. กิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักรู้ต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ	2

ตาราง 13 (ต่อ)

ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก	ลำดับความสำคัญ
3. มีกิจกรรมการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึก	3
4. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว	4

ตาราง 14 แสดงวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

วิสัยทัศน์	ลำดับความสำคัญ
1. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาชอียดวาท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”	1
2. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลกท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น”	2
4.จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิดจินตกวีเอก สุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปวัฒนธรรมโบราณสถานย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุขเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”	3
3.จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเลเพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”	4
ยุทธศาสตร์	ลำดับความสำคัญ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	1
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้	2
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ	3
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์พัฒนาสังคมแบบบูรณาการ	4

ตาราง 14 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลำดับความสำคัญ	
กลยุทธ์ที่ 1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม	
โครงการที่ 8 การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ทางทะเล การฟื้นฟูแนวปะการัง อนุรักษ์เต่าทะเล และชายหาด ปรับภูมิทัศน์	1
โครงการที่ 7 การปลูกป่าชายหาดและป่าชายเลน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว ทุ่งโปรงทอง ปากน้ำประแส แหลมสน สะพานรักษ์แสม	2
โครงการที่ 1 พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวชายทะเลภาคตะวันออก	3
โครงการที่ 2 ปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภคบนเส้นทางท่องเที่ยวระยอง เศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)	4
โครงการที่ 3 การแบ่งพื้นที่เป็นเขต (Zoning) เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม	5
โครงการที่ 6 การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวบนชายทะเลฝั่งตะวันออก	6
โครงการที่ 5 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	7
โครงการที่ 4 การวางผังเมืองเชิงอนุรักษ์ (Green City) พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก	8
โครงการที่ 10 การสร้างสนามกีฬาเพื่อรองรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ กอล์ฟ เทนนิส เพื่อรองรับการแข่งขันระดับโลกในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	9
โครงการที่ 9 การปรับปรุงสาธารณูปโภค การก่อสร้าง และปรับปรุงซ่อมแซมเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและสวยงาม เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	10
กลยุทธ์ที่ 2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ลำดับความสำคัญ	
โครงการที่ 1 การสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	1
โครงการที่ 3 การวางแผนการจัดการการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	2
โครงการที่ 2 ตั้งคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยว	3
โครงการที่ 4 การประหยัดน้ำและการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	4

ตาราง 14 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 9 โครงการประหยัดน้ำและพลังงานในโรงแรมและรีสอร์ท ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	5
โครงการที่ 8 โครงการธนาคารขยะและร้าน 0 บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	6
โครงการที่ 5 การวางแผนด้านการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ในนิคมอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว	7
โครงการที่ 7 โครงการใช้พลังงานแสงแดดในการทำประปาชุมชน ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	8
โครงการที่ 6 โครงการโรงไฟฟ้าจากขยะ ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	9
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้	ลำดับความสำคัญ
กลยุทธ์ที่ 1 การจัดการด้านการตลาด	
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการใน ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง	1
โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง	2
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวนานาชาติ ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีระยองเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3
โครงการที่ 5 การสร้างระบบการตลาดการท่องเที่ยว ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง ใน E-Commerce ออนไลน์	4
โครงการที่ 4 โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายจีนอินดิเยชัลและอาเซียน	5

ตาราง 14 (ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 4 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่ง บ้านเกิดจินตกรวิเอก สุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปะวัฒนธรรมโบราณสถานย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”	1
โครงการที่ 3 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง สัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิต ชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”	2
โครงการที่ 5 สร้างแพ็คเกจทัวร์ชายฝั่งทะเลหมู่เกาะ ในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) จากจังหวัดระยอง จรดสี่หุนิวสิลส์	3
โครงการที่ 7 สร้างแพ็คเกจทัวร์สวนเกษตรและสวนผลไม้อินทรีย์ ชิมบุฟเฟต์ผลไม้	4
โครงการที่ 1 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”	5
โครงการที่ 2 จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหาร และผลไม้โลกท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาค ตะวันออก(EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ ท้องถิ่น”	6
โครงการที่ 17 แพ็คเกจเส้นทางอาหารทะเลระดับโลก “World Food Festival”	7
โครงการที่ 11 สร้างแพ็คเกจตามรอยการกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสิน มหาราช	8
โครงการที่ 13 แพ็คเกจปั่นจักรยานชมทิวทัศน์บนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต	9
โครงการที่ 14 แพ็คเกจร่วมมทกรรมอาหารทะเลนานาชาติ	10
โครงการที่ 6 สร้างแพ็คเกจทัวร์เดินป่าศึกษาธรรมชาติอุทยานแห่งชาติแห่ง ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	11
โครงการที่ 9 สร้างแพ็คเกจสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมี จังหวัดระยองเป็นประตู ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) Gateway	12
โครงการที่ 8 สร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเมือง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของระเบียง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	13
โครงการที่ 10 สร้างแพ็คเกจสัมผัสวิถีชีวิตชาวจีนโบราณ ที่ชุมชนปากน้ำประแส อำเภอกาญจนบุรี	14

ตาราง 14 (ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 12 สร้างแพคเกจตามรอยนิรโรคเมืองแกลง เยี่ยมบ้านเกิดจินตกวีเอก สุนทรภู่	15
โครงการที่ 15 แพคเกจกิจกรรมทางกีฬาในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	16
โครงการที่ 16 แพคเกจฝึกปฏิบัติจิตฝึกสมาธิฝึกสติในวัดในระบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC)	17
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ	ลำดับความสำคัญ
กลยุทธ์ที่ 1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ	
โครงการที่ 1 การอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง การท่องเที่ยวกับชุมชนในจังหวัดระยอง	1
โครงการที่ 2 การอบรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล และชายฝั่งและมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อความสมดุลต่อระบบนิเวศ	2
โครงการที่ 3 การอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์	3
โครงการที่ 6 เสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการ มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน	4
โครงการที่ 4 เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งทางบก ป่าชายเลน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน	5
โครงการที่ 5 อนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรน้ำ รวมถึงการจัดการคุณภาพ น้ำตามธรรมชาติให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน	6
กลยุทธ์ที่ 2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 7 การอนุรักษ์วิถีประมงน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืดในจังหวัดระยอง	1
โครงการที่ 4 การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำน้ำปลา กะปิ อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้แปรรูปของชุมชนในจังหวัดระยอง	2
โครงการที่ 5 อนุรักษ์เทศกาลอาหารสุขภาพดี เกษตรอินทรีย์ แห่งอาเซียน ในจังหวัดระยอง	3
โครงการที่ 6 สร้างศูนย์อนุรักษ์พืชผักสมุนไพร แพทย์แผนไทย และแพทย์ ทางเลือกแห่งอาเซียนในจังหวัดระยอง	4
โครงการที่ 1 สร้างภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมวิถีชีวิต ประเพณีของชุมชน ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	5

ตาราง 14 (ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 3 การอบรมปลูกจิตสำนึกด้านความหวงแหนในวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดระยอง	6
โครงการที่ 2 สร้างพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวิถีประมงของจังหวัดระยอง และระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	7
กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างจิตสำนึกด้านศีลธรรม และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 5 ติดตั้ง CCTV เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ภัยพิบัติ	1
โครงการที่ 4 จัดทำคู่มือด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง	2
โครงการที่ 2 การรณรงค์เพื่อให้จังหวัดระยองเป็นจังหวัดสีขาว เพื่อแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด	3
โครงการที่ 3 การอบรมความรู้เกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติด	4
โครงการที่ 1 โครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับชุมชน	5
โครงการที่ 6 อบรมการปฏิบัติจิต ตามแนวพระพุทธศาสนา อบรมชุมชนรักษาศีลห้า	6
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ	ลำดับความสำคัญ
กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง	
โครงการที่ 1 กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia)	1
โครงการที่ 12 พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความพร้อมในการรองรับนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล (ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Thailand 4.0 Super Cluster)	2
โครงการที่ 11 เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันก่อกับดูแล และเตือนภัยจากกระบวนการผลิต อุบัติภัย มลพิษ ของเสีย รวมทั้งการขนส่งสินค้าจากผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม	3
โครงการที่ 5 การจัดตั้งเครือข่ายและคณะกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนจังหวัดระยองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	4
โครงการที่ 4 กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออก เกาะเสม็ด เกาะช้าง เกาะกูด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination)	5
โครงการที่ 9 จัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มอาหาร กลุ่มแปรรูปสินค้าทางการเกษตรและอาหารทะเล	6

ตาราง 14 (ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 2 กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดนชายฝั่งทะเลจังหวัดระยองให้เป็นฐานเพื่อเชื่อมโยงกับกัมพูชาและสิหนุวิลล์	7
โครงการที่ 3 กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางการกีฬาทางน้ำ การแข่งขันเรือใบ การแข่งขันกอล์ฟ บนเส้นทางพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)	8
โครงการที่ 7 การจัดอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองและระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	9
โครงการที่ 10 การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว (Cluster) ในกลุ่มเกาะทะเลอ่าวไทย	10
โครงการที่ 6 จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดระยองและ ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	11
โครงการที่ 8 แสวงหาทุนและแนวร่วมจากภายนอกชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และ NGOs	12
กลยุทธ์ที่ 2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น	ลำดับความสำคัญ
โครงการที่ 4 สร้างมูลค่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานสากล	1
โครงการที่ 9 ตั้งพิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดระยอง	2
โครงการที่ 6 สร้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนจังหวัดระยอง	3
โครงการที่ 1 อบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว (SME) เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดระยอง	4
โครงการที่ 2 จัดตั้งระบบสหกรณ์หรือกลุ่มชุมชนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง	5
โครงการที่ 5 อบรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในจังหวัดระยอง	6
โครงการที่ 3 อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง	7
โครงการที่ 8 ตั้งศูนย์การค้า One Stop Service เพื่อรองรับโลจิสติกส์และการท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียนในจังหวัดระยอง	8
โครงการที่ 7 อบรมมัคคุเทศก์และชุมชนในการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงวัย	9

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาและประเมินผลการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจ ตรวจสอบ การประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบรายการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา โดยใช้เทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้มีการระดมพลังสมอง ในการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาทางเลือก เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนา เกิดการตัดสินใจร่วมกัน เกิดพลังของการสร้างสรรค์และรับผิดชอบต่อการพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นจากการประชุมกลุ่มย่อยระดับจังหวัด ในการเลือกพื้นที่นำร่องในการดำเนินโครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ มติที่ประชุมกลุ่มย่อยมีความคิดเห็นตรงกันว่า พื้นที่ที่มีความเข้มแข็ง และมีความพร้อม ในจังหวัดระยองในขณะนี้ ได้แก่ ชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เหมาะแก่การเป็นพื้นที่นำร่องดังกล่าว โดยผู้วิจัยใช้วิธีสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ติดตาม และประเมินผลการดำเนินโครงการในพื้นที่นำร่องร่วมกัน ดังขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจ ตรวจสอบและสัมภาษณ์เชิงลึก

เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ภาคสนาม โดยใช้วิธีการสังเกต โดยเครื่องมือ แบบรายการศึกษาศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และความต้องการของชุมชนปากน้ำประแส เพื่อประเมินความพร้อมและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ เมื่อสรุปผลจากทุกฝ่ายเห็นด้วยและผู้วิจัยประเมินแล้วว่าพื้นที่ดังกล่าวมีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการนำร่องผู้วิจัยจึงดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการรับรู้ร่วมกัน ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ครั้งที่ 1 ณ เทศบาลปากน้ำประแส โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เข้าร่วม เพื่อระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ที่ประชุมกลุ่มย่อย ได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน จากผลการประชุมเพื่อระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ที่ประชุมมีความเห็นตรงกันว่า หากต้องการพัฒนาชุมชนปากน้ำประแสให้เป็นชุมชนที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ชุมชนควรมีการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นรูปธรรม โดยจัดตั้งเป็นชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนปากน้ำประแส เพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างแท้จริง อีกทั้งยังเกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำมติที่ประชุมกลุ่มย่อยมาเตรียมการดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนปากน้ำประแสในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นเตรียมความพร้อมและขั้นดำเนินการ โดยผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 2 ณ เทศบาลตำบลปากน้ำประแส ซึ่งในกระบวนการดังกล่าวผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยการจัดการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อระดมสมอง และแสดงความคิดเห็นร่วมกัน โดยมีผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้แทนการจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดระยอง ผู้แทนจากสภาวัฒนธรรมจังหวัดระยอง ผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลปากน้ำประแส ผู้แทนภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่พักในชุมชน ผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึก เจ้าของสวนผลไม้ และภาคประชาชน ที่เป็นผู้แทนชุมชน โดยร่วมกันวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส ตลอดจนร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการนำร่อง จากผลการประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้โครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวที่มีความจำเป็นเร่งด่วน ดำเนินการทดลองในพื้นที่ชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ขั้นตอนที่ 4 ติดตามและประเมินผล ผู้วิจัยได้ประชุมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนเพื่อวางแผนการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนปากน้ำประแส โดยการสำรวจ ตรวจสอบ และให้คำแนะนำเพิ่มเติม ตลอดจนช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างการทดลองโครงการในพื้นที่นำร่อง โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการทดลองในพื้นที่เป็นระยะเวลา 12 เดือน เริ่มจากเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ.2559 ส่วนในขั้นประเมินผลการดำเนินโครงการ ผู้วิจัยได้นำคณบดีนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 50 คน เพื่อทดลองท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยใช้เครื่องมือได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และผู้วิจัยได้ประชุมกลุ่มย่อย คณะกรรมการบริหารชมรมฯ เพื่อประเมินผลการดำเนินงานตามร่างแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน และตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ สำรวจ ตรวจสอบ สัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มย่อยกระบวนการรับรู้ เรียนรู้ร่วมกัน การเตรียมความพร้อม การดำเนินการ ตลอดจนการติดตามและประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์มาดำเนินการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่นำร่อง ชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยสามารถรายงานผลการศึกษาได้ ดังนี้ 1) ผลการศึกษาชุมชนปากน้ำประแส 2) ผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนปากน้ำประแส 3) รายงานผลการวิเคราะห์ SWOT ชุมชนปากน้ำประแส 4) ผลการ

ตรวจสอบศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส 5) แผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส 6) การดำเนินโครงการนำร่อง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 7) การติดตาม และประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่อง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 8) ผลการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนปากน้ำประแส

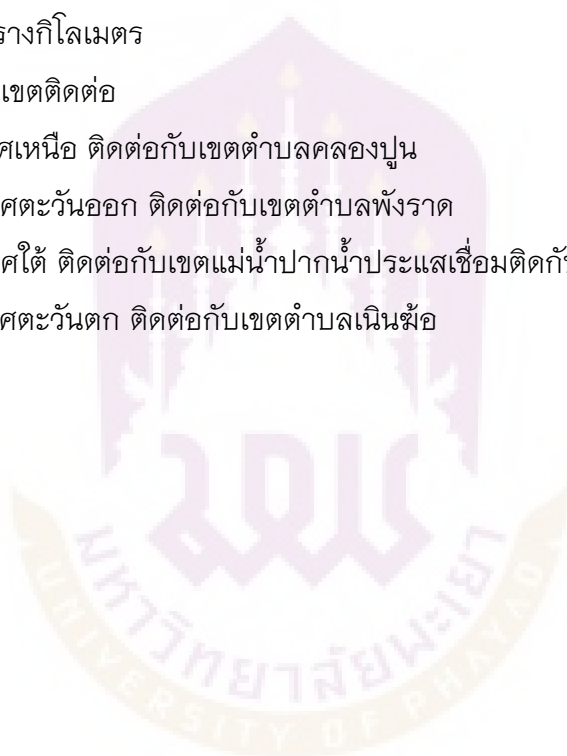
ผลการศึกษาชุมชน

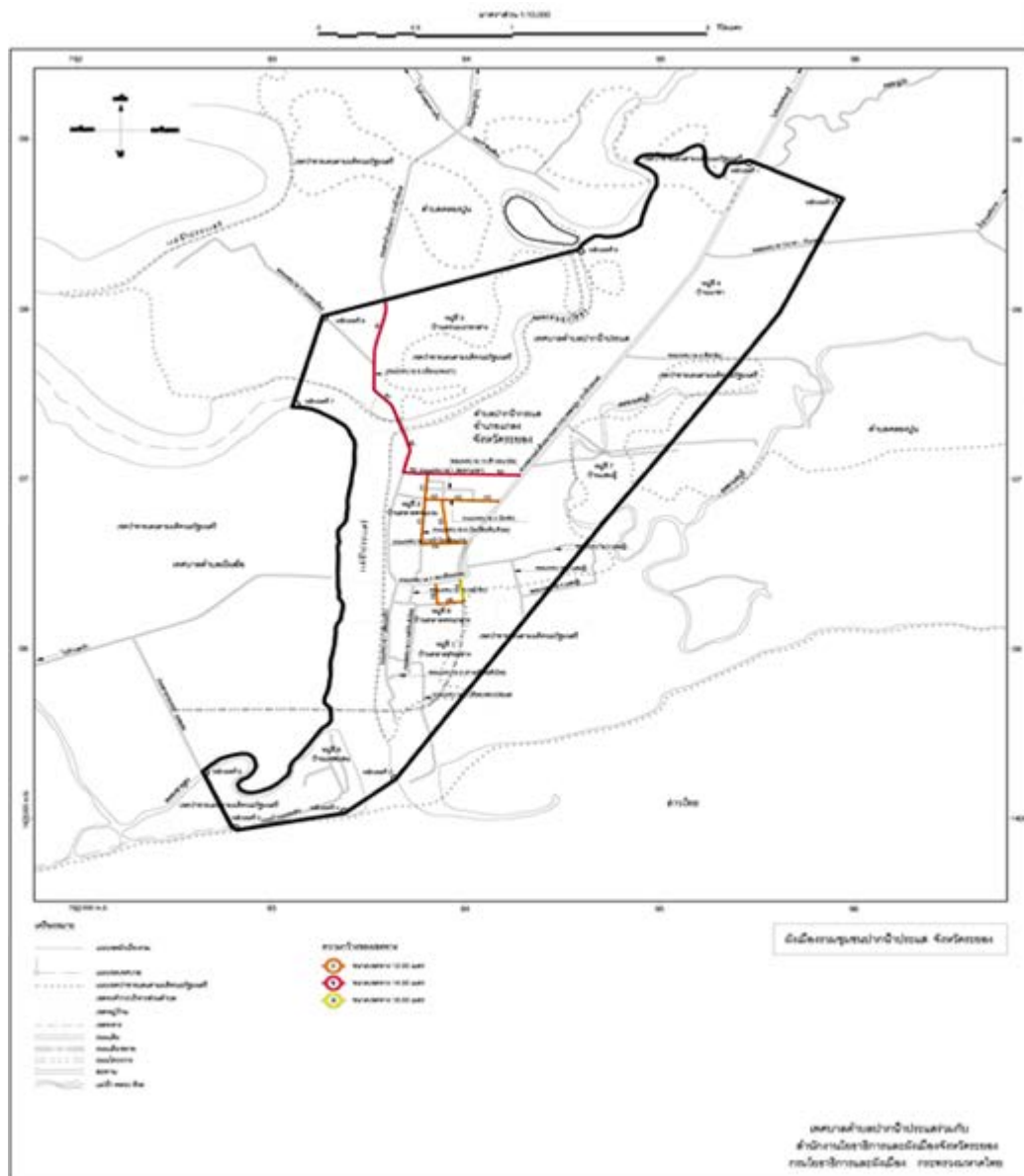
ข้อมูลทางกายภาพ

1. ที่ตั้ง ชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกแสลง จังหวัดระยอง มีพื้นที่ทั้งหมด 189.5 ตารางกิโลเมตร

2. อาณาเขตติดต่อ

- 2.1 ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตตำบลคลองปูน
- 2.2 ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตตำบลพังราด
- 2.3 ทิศใต้ ติดต่อกับเขตแม่น้ำปากน้ำประแสเชื่อมติดกับอ่าวไทย
- 2.4 ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตตำบลเนินซ้อ





ภาพ 77 แสดงผังเมืองรวมชุมชนปากน้ำประแส

ที่มา: เทศบาลตำบลปากน้ำประแส, 2559

3. การเดินทาง การเข้าถึง และการเชื่อมโยง (Accessibility and Connectivity)

3.1 รถยนต์ เส้นทางที่ 1 ทางหลวงหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) เริ่มต้นจากกรุงเทพฯ ผ่าน อ.บางปู-อ.บางพระ-จ.ชลบุรี-บางแสน-ศรีราชา-พัทยา-หาดจอมเทียน-สัตหีบ-อ.บ้านฉาง จนถึงอำเภอเมือง จ.ระยอง รวมระยะทางทั้งสิ้น 220 กม. เส้นทางที่ 2 ทางหลวง

หมายเลข 34 (ถนนบางนา-ตราด) เป็นเส้นทางที่มีผู้นิยมใช้ โดยมีจุดเริ่มสิ้นสุดทางด่วน ตำนเนลิมนคร อ.บางนา ผ่านอำเภอบางพลี-อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 ที่ กม.ที่ 70 อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา จากนั้นจะผ่านเส้นทางเดียวกันกับเส้นทางที่ 1 รวมระยะทางทั้งสิ้น 220 กม. เส้นทางที่ 3 ทางหลวงหมายเลข 36 จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 2 จนถึง กม.ที่ 140 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 36 จากนั้นเดินทางต่อไปยังจังหวัดระยองระยะทาง 70 กิโลเมตร รวมระยะทางทั้งสิ้น 210 กิโลเมตร เส้นทางที่ 4 ทางหลวงหมายเลข 344 เริ่มต้นที่ จ.ชลบุรี ผ่าน อ.บ้านบึง-หนองใหญ่-อ.วังจันทร์ และสิ้นสุดที่อำเภอแกลง ระยะทาง 100 กม. (กรุงเทพฯ-ชลบุรี 80 กม.) เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในเขต อ.แกลง หากต้องการเดินทางเข้าสู่ อ.เมือง จ.ระยอง ต้องใช้ทางหลวงหมายเลข 3 ย้อนกลับมาอีก 42 กม.เส้นทางที่ 5 ทางหลวงหมายเลข 7 (สายมอเตอร์เวย์) เริ่มต้นที่ถนนพัฒนาการ เขตประเวศ กรุงเทพฯ และสิ้นสุดที่ จ.ชลบุรี ระยะทาง 75 กม. จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 36 อีก 100 กม. จะถึง อ.เมือง จ.ระยอง รวมระยะทางทั้งสิ้น 175 กม. ใช้ถนนสุขุมวิทเส้นทางระยอง-จันทบุรี เมื่อถึงอำเภอแกลง ให้เดินทางต่อไปอีกประมาณ 12 กิโลเมตร จะพบกับสามแยกประแส จากนั้นเลี้ยวขวาเข้ามายังปากน้ำประแสจะถึงตำบลปากน้ำประแส

3.2 รถประจำทาง รถประจำทาง ขึ้นรถสายระยอง-บ้านเพ-แหลมแม่พิมพ์ แล้วเหมารถต่อไปจากแหลมแม่พิมพ์ไปตามถนนเลียบชายหาด 15 กิโลเมตร

3.3 รถตู้ จากอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ (กรุงเทพฯ-จันทบุรี) ลงที่สามแยกประแส

ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

1. ลักษณะภูมิประเทศ

ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของอำเภอแกลง ประมาณเส้นรุ้งเหนือที่ 12 องศา 40 ลิปดา และเส้นแวงตะวันออกที่ 101 องศา 46 ลิปดา ส่วนใหญ่จะเป็นที่ราบลุ่มชายฝั่งทะเล ลาดต่ำลงสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ ซึ่งมีชายฝั่งทะเลเว้าแหว่งติดอ่าวไทยยาวประมาณ 1-3 กิโลเมตร มีแม่น้ำสายหลัก คือ แม่น้ำประแส ความยาวประมาณ 5-8 กิโลเมตร โดยมีต้นกำเนิดจากทิวเขาในจังหวัดจันทบุรี ไหลผ่านท้องที่ต่าง ๆ ในอำเภอแกลง ลงสู่ทะเลที่ตำบลปากน้ำกระแสด ลักษณะของดิน เป็นดินร่วนปนทราย ระบายน้ำได้ดี แต่มีความอุดมสมบูรณ์อยู่ในระดับต่ำสภาพภูมิประเทศของชุมชนปากน้ำประแส เป็นที่ราบเชิงเขาตลอดไปถึงทะเลตะวันออกของอ่าวไทย ทิศเหนือส่วนใหญ่คงสภาพป่าไม้ซึ่งมีแหล่งต้นน้ำลำธาร แม่น้ำพังราด แม่น้ำประแส ทำให้สภาพพื้นที่เหมาะแก่การทำไร่ทำสวน สมบูรณ์ไปด้วยผลไม้ ไม้ยืนต้น เช่น เงาะ ทุเรียน มังคุดและสวนยางพารา

สภาพพื้นดินโดยทั่วไปเป็นดินร่วนระบายน้ำได้ดี บริเวณตอนใต้เป็นโคลนตมเหมาะสำหรับเลี้ยงสัตว์น้ำเค็ม ทำฟาร์มกุ้งกุลาดำ ทำฟาร์มหอยนางรม ตามชายฝั่งทะเล สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปเป็นลักษณะมรสุมเมืองร้อน เนื่องจากมีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลประกอบกับสภาพป่าตอนเหนือเป็นสวนผลไม้ จึงทำให้ฝนตกในช่วงเดือนพฤษภาคม-เดือนกันยายนอยู่เสมอ

2. ลักษณะภูมิอากาศ

ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีลักษณะภูมิอากาศแบบเขตร้อนชื้น อยู่เขตอิทธิพลของลมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มีอากาศร้อนชื้นตลอดปี มี 2 ฤดู คือ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน และฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม ถึงเดือนมีนาคม มีอุณหภูมิสูงสุด 31 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำสุด 24 องศาเซลเซียส พระอาทิตย์ขึ้นประมาณ 06.39 น. พระอาทิตย์ตกประมาณ 18.08 น. มีฝนร้อยละ 30 ของพื้นที่ จำนวนฝนตก 30-60 วัน ความชื้นสัมพัทธ์ เฉลี่ยร้อยละ 70 เนื่องจากปากน้ำประแสเป็นเขตอยู่ใกล้ทะเล มีป่าไม้ มีแม่น้ำ จะมีผลกระทบกับ ลม พายุ อากาศ ทำให้มีความชื้นสัมพัทธ์ค่อนข้างสูงตลอดทั้งปี จุดน้ำค้าง 23.4 องศาเซลเซียส (ข้อมูลจากกรมอุตุนิยมวิทยา)

3. ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ

พืชเศรษฐกิจในพื้นที่ ได้แก่ ยางพารา มันสำปะหลังพันธุ์ระยอง 5 สับปะรด ทุเรียน พันธุ์หมอนทอง เงาะพันธุ์โรงเรียน มังคุด เป็นต้น

4. ลักษณะของดิน

ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นที่ราบลุ่มชายฝั่งทะเล มีแม่น้ำประแสกั้นเขตตำบล มีลำคลอง ลงสู่ทะเล มีการทำนา กุ้ง เลี้ยงปลาน้ำกร่อยริมฝั่งแม่น้ำประแส มีท่าเรือประมงขนาดใหญ่ ปลูกลมม่วง มะพร้าว บริเวณปากแม่น้ำเป็นชุมชนหนาแน่น เป็นแหล่งการค้าของตำบล บางพื้นที่เหมาะแก่การเกษตรถาวร มีลักษณะเป็นดินเหนียว เป็นที่ราบดินตะกอนคูดซันน้ำได้ดี พื้นที่ลักษณะเช่นนี้มีอยู่ในบริเวณลุ่มน้ำประแส พื้นที่ชายฝั่งทะเลมีลักษณะเป็นดินทรายส่วนใหญ่ บางแห่งเป็นที่ลุ่มน้ำขัง พื้นที่ลักษณะเช่นนี้มีอยู่ตลอดริมฝั่งทะเลของปากน้ำประแส เหมาะในการเพาะเลี้ยงชายฝั่งและแหล่งท่องเที่ยว

5. ลักษณะของแหล่งน้ำ

ปากน้ำประแสมีแหล่งน้ำที่สำคัญ คือ “แม่น้ำประแส” มีต้นกำเนิดจากเขาใหญ่ เขาอ่างฤๅไน เขาหินโรง เขาอ่างกระเด็น ซึ่งไหลมา ตามห้วยและคลองต่าง ๆ หลายสาย เช่น คลองประแส คลองปลิง คลองบ่อทอง ห้วยหินคม คลองเจ็ด คลองตากกล้วย คลองชุมแสง คลองไผ่เหนือ คลองไผ่ใต้ คลองตวาด คลองพังหวาย คลองจำกา คลองไช้ คลองแหวน คลองโพธิ์ คลองท่าสี่แก้ว และคลองหนองเพลง และยังมีคลองเล็ก ๆ 4 คลอง ได้แก่

คลองหนองโพรง หมู่ที่ 3 ตำบลปากน้ำกระแสด.คลองลำแพน หมู่ที่ 4 ตำบลปากน้ำกระแสด
คลองชายสูง หมู่ที่ 6 ตำบลปากน้ำประแส คลองแสมผู้ หมู่ที่ 7 ตำบลปากน้ำกระแสด ฯลฯ
ได้ไหลรวมกันเรียกว่า แม่น้ำประแส มีความยาวประมาณ 45 กิโลเมตร และไหลลงสู่ทะเล
ที่บ้านปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

6. ลักษณะของไม้และป่าไม้

ป่าไม้ในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ส่วนใหญ่จะเป็นป่าชายเลน ป่าบกจะมี
เป็นส่วนน้อย พื้นที่ของป่าชายเลนมีประมาณ 600 ไร่ ส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 1 และหมู่ที่ 7
ตำบลปากน้ำกระแสด อยู่ในเขตป่าไม้ และพื้นที่บางส่วนก็เป็นป่าเสื่อมโทรม ซึ่งปัจจุบันเป็นที่อยู่
อาศัยของประชาชน ปากน้ำประแสถือเป็นพื้นที่หนึ่งที่ได้เติบโตด้วยความสมบูรณ์ของป่าชายเลน
ป่าชายเลนปากน้ำประแสเป็นสังคมพืชที่ขึ้นตามปากแม่น้ำประแส มีความอุดมสมบูรณ์
ประกอบด้วยพันธุ์ไม้หลายชนิด ได้แก่ โกงกางใบเล็ก (*Rhizophora Apiculata*) โกงกางใบใหญ่
(*Rhizophora Mucronata*) แสมขาว (*Avicennia Alba*) ประสัก หรือ พังกาหัวสุม (*Bruguira
Gymnorrhiza*) ลำพู (*Sonneratia Caseolaris*) ตะบูน (*Xylocarpus Granatum*) โปรง (*Ceriops
Tagal*) ตาตุ่ม (*Excoecaria Agallocha*) ฝาดแดง (*Lumnitzera.Littorea*) เป็นป่าชายเลนปากน้ำ
ประแสจึงเป็นระบบนิเวศที่สำคัญของปากน้ำประแสที่เชื่อมโยงระหว่างพื้นดินกับน้ำทะเล
มีความอ่อนไหวและเปราะบาง และเปลี่ยนแปลงสภาพไปตามทิศทางการผันแปรของกระแสน้ำ
และคลื่นลม ในสภาวะการณ์ปกติป่าชายเลนทำหน้าที่เป็นแนวปราการธรรมชาติที่คอยปกป้อง
ชายฝั่งทะเลไม่ให้ถูกทำลายจากกระแสน้ำ เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ ในขณะที่เดียวกันสัตว์
บกสามารถเข้ามาอาศัยและแสวงหาอาหารที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ในป่าชายเลน ทำให้ป่าชาย
เลนปากน้ำประแสหลากหลายไปด้วยสิ่งมีชีวิตทั้งพืชน้ำและสัตว์น้ำนับชนิด ตำบลปากน้ำกระแสด
ไม่เคยหยุดนิ่งในการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม มีการการพัฒนาต่อยอดโครงการเพิ่มพื้นที่ป่าอยู่
เสมอภายใต้โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลน การอนุรักษ์ป่าโกงกางของปากน้ำประแส
อยู่ใกล้กับที่ตั้งของเรือรบหลวงประแสบริเวณปากแม่น้ำประแส ปัจจุบันเทศบาลตำบล
ปากน้ำประแสได้ก่อสร้างสะพานไม้ เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไป
ในป่าโกงกางได้อย่างสะดวกและใกล้ชิดธรรมชาติ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติของป่าโกงกาง
ไม้ประจำถิ่นของชาวบ้านน้ำเค็ม

7. การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน

ตาราง 15 แสดงการใช้พื้นที่ในปัจจุบันของตำบลปากน้ำประแส

ประเภท	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
ที่อยู่อาศัย	338.75	11.15
พาณิชยกรรม	62.50	2.05
อุตสาหกรรม	10.00	0.32
ชนบทและเกษตรกรรม	1,536.50	50.70
สวนสาธารณะ สถานที่พักผ่อน หย่อนใจ	2.50	0.09
สถาบันการศึกษา	13.00	0.42
สถาบันศาสนา	8.75	0.3
สถาบันราชการ สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ถนน ซอย แม่น้ำ ห้วย หนอง คลอง บึง	1,062.50	34.97
รวม	3,037.50	100.00
คิดเป็น	4.86	100.00

ที่มา: เทศบาลตำบลปากน้ำประแส, 2559

8. ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์

สิ่งแวดล้อมมีทั้งสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต เกิดจากการกระทำของมนุษย์หรือมีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น อากาศ ดิน หิน แร่ธาตุ น้ำ ห้วย หนอง คลอง บึง ทะเลสาบ ทะเล มหาสมุทร พืชพรรณ สัตว์ต่าง ๆ ภาชนะเครื่องใช้ต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมดังกล่าวจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยเฉพาะมนุษย์เป็นตัวการสำคัญยิ่งที่ทำให้สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงทั้งในทางเสริมสร้างและทำลาย สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือ ภัยจากมนุษย์ และภัยจากธรรมชาติแวดล้อม

ภัยจากธรรมชาติแวดล้อม ส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ เช่น แม่น้ำที่พัดพาตะกอนไปทับถมบริเวณน้ำท่วม และปากแม่น้ำต้องใช้เวลาอันนานจึงจะมีตะกอนมาก การกัดเซาะพังทลายของดินก็เช่นเดียวกัน ส่วนการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนั้นเกิดจากแรงภายในโลก เช่น แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด อื่น ๆ ได้แก่ อุทกภัยและวาภัย ไฟป่า เป็นต้น ซึ่งภัยธรรมชาติจะไม่เกิดบ่อยครั้งนัก

ภัยจากมนุษย์ มนุษย์เป็นตัวการเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง มากกว่าสิ่งอื่นใด เช่น ชอบหาปลาในฤดูวางไข่ ใช้เครื่องมือที่ถี่เกินไปทำให้ปลาเล็ก ๆ ติดมาด้วย ลักลอบตัดไม้ทำลายป่า เพื่อนำมาสร้างที่อยู่อาศัย ส่งเป็นสินค้า หรือเพื่อใช้พื้นที่เพาะปลูก มีการทำสัมปทานไม้ป่าชายเลน ป่าเกิดวิกฤตเสื่อมโทรม ปล่อยของเสียจากโรงงานและไอเสียจากรถยนต์ทำให้สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ น้ำเน่าเสีย อากาศเป็นพิษ และเกิดปัญหาทรัพยากรสัตว์น้ำลดจำนวนลงอย่างมาก

สรุป มนุษย์เป็นตัวการสร้างและทำลายสิ่งแวดล้อมมากกว่าธรรมชาติ คือ ในเรื่องของคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ตำบลปากน้ำประแสได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ เพราะปากน้ำประแสเป็นเมืองแห่งความเป็นธรรมชาติ มีอัตลักษณ์ที่สำคัญทางธรรมชาติ ที่อันพิงจักต้องหวงแหน มีการจัดกิจกรรมมากมายหลายหลายในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไว้ เช่น การปลูกป่าบก ป่าน้ำ การแยกขยะต้นทาง มีกลุ่มด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรม คือ “กลุ่มรักประแส” มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนให้มีส่วนรับผิดชอบในด้านสิ่งแวดล้อม เพราะทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ต่างกันที่สิ่งแวดล้อมนั้นรวมทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏอยู่รอบตัวเรา ตำบลปากน้ำประแสจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอันการพัฒนาด้าน ๆ ทรัพยากรธรรมชาติในปากน้ำประแสเป็นแหล่งเรียนรู้มีชีวิต มีมิติแห่งความทรงจำทางธรรมชาติโดยเฉพาะทุ่งโปรงทอง นี่คือนิเวศของปากน้ำประแส และเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดความสมดุลทางธรรมชาติ ทั้งนี้ปากน้ำประแสยังไม่หยุดยั้งในการเพิ่มพื้นที่ป่าในปัจจุบัน เทศบาลตำบลปากน้ำประแสได้มีการเชิญชวนหน่วยงานต่าง ๆ เข้าร่วมปลูกป่าชายเลน ปัจจุบันเกือบจะเต็มพื้นที่แล้ว และยังมีหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น และป่าผืนที่ได้ปลูกเพิ่ม ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของปากน้ำประแส และจังหวัดระยอง สีเขียวของธรรมชาติ “สีจากธรรมชาติสร้างบริบทแห่งความอุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืน”

ข้อมูลด้านสังคม

1. ประวัติความเป็นมา

“ประแส” ในสมัยกรุงเก่า มีฐานะเป็นเมือง เรียกว่า “เมืองประแส” คำว่า “ประแส” เป็นคำที่ใช้เรียกกันมาตั้งแต่โบราณกาล แม้ชื่อตำบลซึ่งเกิดขึ้นในภายหลังตามกฎหมายลักษณะปกครองท้องที่ก็ใช้ว่า “ตำบลปากน้ำประแส” บรรดาศักดิ์กำนันก็ใช้ว่า “ขุนमुखประแสชล” ฯลฯ แต่ยงหาหลักฐานไม่ได้ว่า “ประแส” มีความหมายว่าอย่างไร ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานมิได้เก็บคำนี้ไว้ เมื่อไม่สามารถหาความหมายของคำดังกล่าวได้ ทางราชการจึงเปลี่ยนชื่อจาก “ประแส” เป็น “กระแส” ซึ่งหมายถึง “กระแสน้ำ” (เมื่อ ประมาณ พ.ศ. 2489-2493) และเปลี่ยนชื่อตำบลว่า “ตำบลปากน้ำกระแส” แต่ชาวบ้านก็ยังเรียกชื่อหมู่บ้าน

ของตนว่า “ประแส” ตามที่เรียกกันมาแต่ดั้งเดิม แม้สถานที่ราชการบางแห่งของตำบลนี้ยังใช้คำเดิมอยู่ก็มี เช่น สถานีตำรวจภูธรตำบลปากน้ำประแส การประปาปากน้ำประแส จากการวิเคราะห์คำว่า “ประแส” นั้น พระครูประภัทรวิริยคุณ (มาลัย) เจ้าคณะอำเภอแกลง เจ้าอาวาส “วัดตะเคียนงาม” ได้ศึกษาในเรื่องนี้ โดยในเบื้องต้นสันนิษฐานว่า คำว่า “ประแส” นั้นน่าจะเป็นภาษาของ ซึ่งเป็นภาษาของชาวพื้นเมืองดั้งเดิมของภูมิภาคนี้ (ท่านสุนทรภู่เคยกล่าวถึงหนุ่มสาวชาวบ้านพลงซ้อ หรือ เนินซ้อ ไว้ในนิราศเมืองแกลงว่า “ล้วนวงศวานวานเครือเป็นเชื้อของ” แสดงว่าชาวบ้านพื้นเมืองแถบนี้มีเชื้อสายเป็นชาวของ และเพื่อความกระจ่างชัด พระครูประภัทรวิริยคุณ ได้เดินทางไปสอบถามผู้มีเชื้อสายของในเขตตำบลพลวง ตะเคียนทอง คลองพลู กิ่งอำเภอเขาชีชมภู จังหวัดจันทบุรี และได้ความตรงกันว่าในภาษาของ มีคำว่า “แซร์” หมายถึง ทุ่งนา คือว่าที่ถางแล้วและใช้ปลูกข้าว ถ้าเป็นที่ดอนก็ทำไร่ปลูกข้าว ถ้าเป็นที่ลุ่มก็ทำนาปลูกข้าว หากคำว่า “ประแส” มีรากฐานมาจากภาษา “ของ” ดังกล่าวจะต้องเขียนตามศัพท์เดิมว่า “ประแสร” มี รักรันต์ จึงจะมีความหมายว่า “ทุ่งนา” หรือ “ป่าทุ่งนา” หมู่บ้านประแสในเขตอำเภอแกลง มี 2 แห่ง คือ “ประแส (บน)” อยู่ทางทิศเหนือ ห่างจากที่ว่าการอำเภอแกลงประมาณ 12 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่ของหมู่บ้านประแส (บน) เป็นที่นารอบ ๆ ทุ่งนาเป็นแนวป่า มีแม่น้ำไหลผ่านหมู่บ้านนี้ เรียกว่า “แม่น้ำประแสร์” ไหลออกสู่ทะเล ณ ที่ใดก็เรียกที่นั่น ว่า “ปากแม่น้ำประแสร์” และก่อนไป “ปากน้ำประแสร์” ในที่สุดจึงสรุปว่า “ประแสร์” น่าจะมีรากฐานมาจากภาษาของ คือ เพี้ยนมาจากคำว่า “พริแซร์” หรือ “ปรีแซร์” ที่แปลว่า “ทุ่งนา” ทั้งหมดนี้เป็นเพียงข้อมูลสันนิษฐานของพระครูประภัทรวิริยคุณที่ได้ข้อมูลมาจากการศึกษาข้อมูลเก่า การค้นคว้าจากหนังสือเรื่อง “อารยธรรมของจันทบุรี” ที่กล่าวถึงภาษาของ และสอบถามจากบุคคลหลายที่

อนึ่ง มีผู้สันนิษฐานด้วยว่า คำว่า “ประแส” น่าจะมาจากความที่ว่า “กระแสน้ำจืด” ที่ไหลมาจากต้นน้ำมา “ประ” (ปะทะ) กับน้ำทะเล (เค็ม) ตรงปากน้ำ จึงเรียกว่า “ปากน้ำประแส”

ตำบลปากน้ำกระแสอยู่ในเขตอำเภอแกลง มีจำนวนหมู่บ้านทั้งสิ้น 8 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1 บ้านตลาดตอนล่าง หมู่ 2 บ้านตลาดตอนบน หมู่ 3 บ้านดอนมะกอกล่าง หมู่ 4 บ้านนาซา หมู่ 5 บ้านดอนมะกอกบน หมู่ 6 บ้านแหลมสน หมู่ 7 บ้านแสมผู้ หมู่ 8 บ้านตลาดตอนกลาง เป็นชุมชนดั้งเดิมแต่สมัยอยุธยา ซึ่งมักอาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ชื่อตำบลเก่าคือปากน้ำประแส สมัยก่อนเคยเป็นที่ตั้งของเมืองคู่กับเมืองแกลง เป็นที่ราบลุ่มชายฝั่งทะเล มีแม่น้ำประแสกั้นเขตตำบล มีลำคลอง ลงสู่ทะเล มีการทำนา กุ้ง เลี้ยงปลาน้ำกร่อยริมฝั่งแม่น้ำประแส มีท่าเรือประมงขนาดใหญ่ ปลูกมะม่วง มะพร้าว บริเวณปากแม่น้ำเป็นชุมชนหนาแน่น เป็นแหล่งการค้า

ของตำบล และภายในชุมชนยังมีการขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ปลากรอบสามรส มะม่วงมัน นานา กะปिरสดี ศาลกรมหลวงชุมพรฯ

ประวัติที่ตั้งและข้อมูลชุมชน ชุมชนหมู่ 1 (ตลาดตอนล่าง) ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ชุมชนตลาดตอนล่าง หมู่ 1 เทศบาลตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง สมัยก่อนในบริเวณหมู่บ้าน เริ่มแรกมีประชากรรวมกับหมู่ 6 ต่อมา ประมาณ พ.ศ. 2490 มีประชากรเพิ่มมากขึ้น และเริ่มมีชุมชนมาก่อตั้งมากขึ้น แต่ยังไม่หนาแน่น จึงแยกตัวจัดตั้งเป็นหมู่ 1 การเดินทางสัญจรไปมาจะใช้เรือพายเข้าไปฝั่งแหลมสน สำหรับการค้าในสมัยนั้นตลาดประแสเป็นตลาดการค้าที่มีชื่อเสียงมาก มีการค้าทั้งขายปลีก และส่ง และเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารทะเลสด ๆ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และคนเชื้อสายจีนเข้ามาค้าขายมากมาย ชุมชนหมู่ที่ 2 (ตลาดตอนบน) ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ชุมชนตลาดตอนบน หมู่ที่ 2 สมัยก่อนบริเวณชุมชนนี้เริ่มแรกเป็นหมู่ ต่อมาในปี 2531 สมัยกำนันแก้ว มีประชากรเริ่มมากขึ้น จึงแยกตัวออกมาเป็นหมู่ 8 สมัยก่อนชุมชนตลาดบน ประชาชนเป็นพวกที่มีเชื้อชาติเป็นคนจีนเกือบร้อยละห้าสิบ การค้าในสมัยนั้นผู้ค้าถ้าจะให้สะดวกจะต้องมีชื่อยี่ห้อ การค้า และเพื่อสะดวกจะต้องเป็นชื่อเป็นภาษาจีน ในชุมชนจะต้องมีโรงจีนตีเหล็กอยู่ในซอยวัดตะเคียนและในตลาดมีร้านตัดเย็บเสื้อผ้าทั้งของชายและหญิง มีร้านตัดผม และร้านค้ารับทำเครื่องรูปพรรณ ซึ่งปัจจุบันยังมีให้เห็น

ชุมชนหมู่ที่ 3 (ดอนมะกอกกลาง) ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ชุมชนดอนมะกอกกลาง หมู่ที่ 3 ในอดีตเป็นเมืองเก่าที่มีชื่อเสียงเรียกว่าแหลมเมือง มีตำหนักเพชร ซึ่งปัจจุบันอยู่ในบริเวณศาลพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ซึ่งศาลกรมหลวงชุมพรฯ ตามประวัติศาสตร์ของชาวชุมชน เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2512 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 และสมเด็จพระราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินไปทรงประกอบพิธีประดิษฐานพระบรมรูปกรมหลวงชุมพรฯ ณ ศาลาตำบลปากน้ำกระแสด พื้นที่บางส่วนหมู่ 3 จะถูกแบ่งเป็นของอบต.ปากน้ำกระแสด และยุบรวมเป็น อบต. คลองปูน ปัจจุบัน เพราะในอดีตตำบลปากน้ำกระแสด อยู่ในเขตการปกครองของสุขาภิบาลตำบลปากน้ำกระแสด จะเว้นก็เพียงหมู่ 3 และ 4 ที่แยกออกมาบางส่วน

ชุมชนหมู่ที่ 4 (นาซา) ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ชุมชนนาซา ในสมัยก่อนพื้นที่เดิมเป็นที่ทำนามาก่อน และอยู่ใกล้ชายฝั่งทะเล ต่อมากน้ำทะเลกัดเซาะฝั่งและค่อย ๆ ซาลง ชาวบ้านจึงมีการตั้งชื่อชุมชนว่านาซา แต่ปัจจุบันนี้มาได้ถูกปรับเปลี่ยนเป็นที่ทำสวน พื้นที่บางส่วนของหมู่ 4 จะถูกแบ่งเป็นของ อบต.ปากน้ำกระแสด และยุบรวมเป็น อบต. คลองปูนปัจจุบัน เพราะในอดีตตำบลปากน้ำกระแสดอยู่ในเขตการปกครองของสุขาภิบาลตำบล

ปากน้ำกระแส จะเว้นก็เพียงแต่หมู่ 3 และ 4 ที่แยกออกมาบางส่วนและหมู่ 5 ทั้งหมู่ที่เป็นพื้นที่ไร่นาของราษฎรและส่วนราชการท้องถิ่นดูแล

ชุมชนหมู่ที่ 6 (แหลมสน) ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ชุมชนแหลมสน เป็นหมู่บ้านเก่าแก่ที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงเสด็จประพาสผ่านมา และทรงเห็นว่ามีชาวบ้านอาศัยอยู่ และทะเลดี จึงทรงสร้างวัดและประธานชื่อวัดที่สร้างขึ้นว่า วัดสมมติเทพฐาปนาราม หรือวัดแหลมสน สาเหตุที่เรียกว่า แหลมสน เพราะมีต้นสนเป็นจำนวนมากตามแนวชายหาด ซึ่งชาวบ้านสมัยโบราณ ปลูกไว้เพื่อเป็นแนวกันลมพายุกันทรายทรุด และกันทรายปลิวเข้าวัด สมัยก่อนมีหลักฐานพบว่าที่วัดสมมติเทพฐาปนาราม มีการสอนหนังสือไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2430 ที่แหลมสนนี้ เป็นที่ตั้งกองทหารประจำเมืองแกลง ซึ่งตามแกลงเป็นการจัดตั้งเพื่อเป็นกองทหารปราบปลัด เพราะในขณะนั้น โจรสลัดชุกชุมมาก

ชุมชนหมู่ที่ 7 (แสมผู้) ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ชุมชนแสมผู้ ในสมัยก่อนเรียกว่าบ้านแสมตัวผู้ เพราะเมื่อก่อนหมู่ 7 มีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ทำให้มีสัตว์ป่าต่าง ๆ อาศัยอยู่มาก โดยเฉพาะลิงแสมซึ่งมีเป็นร้อย ๆ ตัว ต่อมาได้มีพวคนายทุนเข้ามาทำสัมปทานตัดไม้ ทำบ่อกุ้ง และบุกกรุกป่าชายเลนทำให้ลิงแสมหนีไปอยู่ที่อื่น ชุมชนแสมผู้มีศาลเจ้าพ่อเล็ก ๆ เป็นที่สักการะบูชาของชาวบ้านในสมัยก่อน เรียกว่าศาลเจ้าพ่อแสมผู้ ปัจจุบันชาวบ้านรวมกันปรับปรุงใหม่ และเป็นสถานที่ที่ประชาชนกราบไหว้จำนวนมาก สมัยก่อนชุมชนแสมผู้มีประชากรประมาณ 70 กว่าคน มีบ้านเรือนประมาณสิบกว่าหลังคาเรือน ส่วนใหญ่พื้นที่จะเป็นที่นา ชาวบ้านจะมีอาชีพทำนา แต่ปัจจุบันที่นาได้เป็นบ้านเรือนของชุมชน

ชุมชนหมู่ที่ 8 (ตลาดตอนกลาง) ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง บ้านตลาดตอนกลาง หมู่ที่ 8 ในสมัยก่อนบริเวณหมู่บ้านนี้ ตอนเริ่มแรกมีประชากรรวมกับหมู่ 2 ปี 2531 สมัยกำนันแก้ว มีประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงแยกมาจัดตั้งเป็นหมู่ 8 สมัยก่อนเป็นเมืองท่าทำการค้าที่สำคัญระหว่างแกลง-ประแส-กรุงเทพฯ เป็นแหล่งขนสินค้า และเมืองหน้าด่านการขนส่งสินค้าต้องมาขึ้นของที่ทำเรื่อง หมู่ 8 ก่อน และในตลาดมีองค์กรกงสีของคนจีนดำเนินการผูกขาด รับ-สินค้าระหว่างสินค้ากับเรือสินค้าที่วิ่งรับส่งสินค้าประจำ และมีการตั้งโรงเรียนสอนภาษาจีนแต่ตั้งอยู่ไม่นานก็ล้มเลิกไป ตลาดตอนกลางในสมัยก่อนมีโรงวิก ค่อนข้างทันสมัยในสมัยนั้นเป็นโรงใหญ่ หลังเวทีมีการจัดงานรื่นเริงต่าง ๆ ส่วนโรงเรียนตั้งอยู่ที่ศาลาการเปรียญที่วัดตะเคียนงามหลังเก่าอยู่หน้าวัด ตรงกับต้นตะเคียนงามหลังใหญ่ปัจจุบัน และชุมชนตลาดตอนบนมีต้นตะเคียนงามซึ่งมีอายุประมาณ 500 ปี

2. จำนวนประชากร ชุมชนปากน้ำประแส มีประชากร 6,668 คน
3. ลักษณะการตั้งบ้านเรือน ชุมชนปากน้ำประแส นิยมตั้งบ้านเรือนริมแม่น้ำประแส ลักษณะส่วนใหญ่ทำจากไม้ กระเบื้อง อิฐ ฯลฯ ลักษณะการปลูกบ้านเป็นบ้านมีทั้ง 1 ชั้น และ 2 ชั้น
4. ความเชื่อ ศาสนา ประชากรทั้งหมดในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำกระแส ผู้นับถือศาสนาพุทธ วัดในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแส จำนวน 4 วัด ได้แก่
 - 4.1 วัดตะเคียนงาม ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้ชื่อว่าวัดนี้เพราะตรงที่สร้างวัดนั้นมีต้นตะเคียนสูงใหญ่มากอยู่ต้นหนึ่ง จากทะเลมองเห็นยอดตะเคียนชัดเจนและมีได้มีต้นเดียว ยังมีต้นขนาดใหญ่และเล็กอีกหลายต้น ส่วนต้นใหญ่นั้นเคยเห็นจำได้เมื่อ พ.ศ. 2445 เป็นวัดคู่กับชุมชนปากน้ำประแส เพราะอยู่ฝั่งเดียวกับตลาดปากน้ำประแส แต่อยู่ลึกเข้าไปด้านในแผ่นดินทิศตะวันออกประมาณ 200 เมตรเศษ สร้างเมื่อใดไม่ปรากฏ แต่เมื่อปี พ.ศ. 2475 ศาลากการเปรียญ ก็เก่ามากคงจะมีอายุไร่เรียงกับวัดแหลมสม
 - 4.2 วัดดอนมะกอกล่าง ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ 3 บ้านดอนมะกอกล่าง ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นวัดเก่าสร้างมานาน และไม่ปรากฏหลักฐานสร้างเมื่อใด น่าจะเป็นวัดที่มีมาคู่กับชุมชนเก่า
 - 4.3 วัดเนินยาง ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 5 บ้านเนินยาง ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
 - 4.4 วัดสมมติเทพฐาปนาราม (วัดแหลมสน) ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 6 ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยองและวัดใกล้เคียงแต่อยู่นอกเขตอีก 2 แห่ง คือ วัดดอนมะกอก ตั้งอยู่ที่ หมู่ 3 ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง และวัดเนินยาง ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 5 ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ตามหลักฐานว่าเมื่อ ปี ร.ศ. 103 ตรงกับพุทธศักราช 2427 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้เสด็จพระราชดำเนินทางทะเล เพื่อตรวจเยี่ยมชายทะเลฝั่งตะวันออกและได้แวะเสด็จขึ้นเยี่ยมเมืองแกลงได้จัดพลับพลารับเสด็จบริเวณใกล้เจดีย์บ้านแหลมสน ทั้งนี้คงเพราะที่แหลมสน ในขณะนั้นมีกองทหารประจำเมืองแกลงนั้นใจรส لذชุมชุมมาก เมื่อพระองค์เสด็จประทับแล้วทรงดำริว่าสถานที่ตั้งพลับพลานั้นเหมาะที่จะตั้งวัดขึ้นได้ จึงโปรดเกล้าฯ ให้ทางเมืองแกลงดำเนินการสร้างวัดขึ้น โดยพระองค์ได้พระราชทานทุนทรัพย์ไว้เป็นเงิน 10 ชั่ง (800.00 บาท) และพระราชทานตั้งชื่อวัดให้ว่า วัดสมมติเทพฐาปนาราม ด้านความเชื่อ เกี่ยวกับต้นตะเคียนงาม ที่มีอายุกว่า 500 ปี มีตำนานเล่าขานเกี่ยวกับตะเคียนใหญ่นั้นว่า ต้นตะเคียนนั้นมีโองน้ำอยู่ภายใน เนื่องจากเคยมีโองน้ำตั้งอยู่ใต้ต้น เมื่อเวลาผ่านไป ต้นตะเคียนก็โตโอบเอาโองน้ำนั้นเข้าไปในต้น

5. วัฒนธรรมและประเพณี เทศกาล อาหาร การแต่งกาย

วัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญ คือ ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ ปากน้ำประแส เป็นเมืองที่ติดชายทะเลแห่งหนึ่งของจังหวัดระยอง ที่มีประเพณีการทอดผ้าป่าที่แปลกกว่าที่อื่น ๆ คือ ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ สืบเนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพประมง ต้องใช้ชีวิตอยู่ในเรือตลอด เรือจึงเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของพวกเขา ชาวประมงเวลาอยากทำบุญบ้าน (เรือ) ให้เป็นสิริมงคล จึงได้มีการจัดทำบุญทอดผ้าป่าขึ้นในเรือ ซึ่งเป็นประเพณีที่มีมานานกว่า 100 ปี จากการสอบถามบุคคลเก่าของชุมชนปากน้ำประแส เมื่อปี พ.ศ. 2534 คือ คุณแม่ มณี หวานเสนาะ เกิดปี พ.ศ. 2437 และคุณแม่พวง บุญช่วยรอด เกิดปี พ.ศ. 2444 เดิมชาวประแสที่ปลูกบ้านเรือนอยู่ชายหาด ชายคลองแม่น้ำประแส ตั้งอยู่ห่าง ๆ กัน ไม่หนาแน่นนัก มีอาชีพหาปลาโดยวิธีตกเบ็ด ยกยอ ทอดแห ตักกรอก ฯลฯ ใช้พาหนะเรือแจวบ้าง เรือพายบ้าง

คนส่วนใหญ่จะนับถือศาสนาพุทธมาแต่บรรพบุรุษ เมื่อมีเงินมีทองก็คิดจะทำบุญ ซึ่งชาวประแสจะมีประเพณีอยู่อย่างหนึ่ง เวลาบ้านใดทำบุญบ้าน งานแต่งงาน ต้องมีการทอดผ้าป่าด้วย ผู้ที่ปลูกบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำลำคลองถ้าจะทำบุญทอดผ้าป่าส่วนมากต้องอาศัยเรือตัดไม้มาทำพุ่มผ้าป่า ใช้ไม้ไผ่ปักไว้ด้านหัวเรือ-ท้ายเรือ แล้วนิมนต์พระไปสวดมนต์ที่บ้าน เวลาขากลับนิมนต์ชักผ้าป่าในเรือ แต่บางแห่งชักผ้าป่าก่อนสวดมนต์ก็มี แต่บางแห่งถึงบ้านชักผ้าป่าก่อนก็มี แต่การจัดทำบุญทุกครั้งคราว เข้าใจว่าด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นที่เกิดของ “ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ” ของชาวประแส

อีกหนึ่งวัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยเชื้อสายจีน แห่งปากน้ำประแส ที่ปฏิบัติกันสืบมา คือ เทศกาลไหว้พระจันทร์ ซึ่งมีได้มีการบรรจุไว้เป็นข้อมูลประเพณีท้องถิ่นของปากน้ำประแส (รวมทั้งเทศกาลกินเจของประแส) เดิมการไหว้พระจันทร์ของปากน้ำประแสจะจัดขึ้นที่ศาลเข้าพอกก็่ออิ้วไทรย้อย หมู่ 1 ตลาดตอนล่าง แม้สถานที่จะคับแคบแต่ให้บรรยากาศศรัทธาอบอุ่น ของคนไทยเชื้อสายจีน มีทั้งกระดาษ ตานโต๊ะจีน ประมูลของไหว้กันอย่างคึกคัก

เทศกาลวันตรุษจีน ทุกบ้านเกี่ยวข้องหมด แต่มิได้ไหว้เจ้ากันทุกบ้านทุกครอบครัว มีแต่ทำขนมเทียน ขนมมัดไต้ และมีการแลกเปลี่ยนกันเอาไปทำบุญที่วัด แล้วก็ไปกินเลี้ยงบ้านคนจีนครึ่งจีน เข้าทำนอง ตรุษใครไทยก็เมานั่น สำหรับปากน้ำประแสที่เพิ่มก็มีการเชิดสิงโตไปตามบ้านต่าง ๆ ในตลาด ไม่มีเว้นไทยจีน สิงห์โตต้องได้รับเงินทุกบ้าน ส่วนการจุดประทัดให้นั่นไม่ทุกบ้าน

เทศกาลวันสงกรานต์ มีการทำบุญกันที่วัด ทำกัน 2 วัน หรือ 3 วัน สุดท้ายไปทำบุญสงฆ์ที่สันทรายปากน้ำฝั่งประแส เรียก หัวโขด ทำบุญแล้วก็มีการเล่นเรือใบเล็ก ๆ ออกทะเลไปเป็นการส่งฝักกลับบ้าน การรดน้ำ สาดน้ำนั้น เป็นที่ทราบแล้วว่าปากน้ำประแส

เป็นหมู่บ้านกันดารน้ำ จึงไม่มีการรดน้ำกันทั่วไป คงมีการรดน้ำกันที่วัดในวันสงกรานต์ ที่บริเวณลานวัด ตอนบ่ายจะมีการเล่นสนุก เช่น ชวงรำ มอญซ่อนผ้า สะบ้าทั้งสะบ้าทอย และสะบ้าล้อ ตีจับ วิ่งแข่ง วิ่งสามขา วิ่งไถนา แอ่ลงรู เป็นต้น

เมื่อประเพณีสงกรานต์ผ่านพ้นไปแล้ว จะตามมาด้วยประเพณีการทำบุญสง ซึ่งประเพณีทำบุญสง จะเริ่มหลังจากทำบุญสงกรานต์ที่วัดแล้วในช่วงประมาณ 15 วัน และนิยมทำตามศาลาท่าน้ำ คลอง หนอง บึง ต้นเหตุที่ทำ คือ ทำให้ผีที่ไม่มีญาติและภูมิจีปีศาจ ที่ชอบเข้าสิงมนุษย์ที่มีจิตใจอ่อนตงใจง่าย เมื่อพระภิกษุฉันข้าวเสร็จแล้ว ก็จะไปเอาเรือที่ทำด้วยกาบหมาก หรือทำด้วยไม้ระกำ นำอาหารใส่เรือปล่อยลงคลอง แล้วสวดมนต์ขับไล่ภูต ผีปีศาจ ซึ่งประเพณีดั้งเดิม เริ่มทำตั้งแต่ชุมชนที่อยู่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเป็นลำดับสุดท้ายเพื่อปล่อยสิ่งที่ไม่ดีของชุมชนลงไปสู่ปลายคลอง

ด้านอาหาร ด้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ และขึ้นชื่อของชาวปากน้ำประแส ได้แก่ ทอดมันประแส ห่อหมก หอยปากเบ็ดตอง ปลาชื้อแซ่ ก๋วยเตี๋ยวผัดปู ผัดเปรี้ยวหวาน ปลากรอบสามรส มะม่วงมันนาซา กะปิ ชาใบขลุ่ จันรอน เคยชุบแป้งทอด และอาหารทะเลสด ๆ ซึ่งจะเห็นว่าเป็นอาหารพื้นบ้านที่เป็นอาหารทะเลเป็นส่วนใหญ่ มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวประมง

ด้านการแต่งกาย ที่มีลักษณะโดดเด่นของชาวปากน้ำประแส คือ การนุ่งกางเกงขาก๊วยและสวมใส่เสื้อก๊วยเฮง เนื่องด้วยวิถีชีวิตของชาวปากน้ำประแสมีความเชื่อมโยงกับการประกอบอาชีพประมง และได้รับวัฒนธรรมมาจากชาวจีนในพื้นที่ด้วย

6. สุขภาพอนามัย

มีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลปากน้ำกระแส 1 แห่ง คือ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลปากน้ำกระแส มีบุคลากร คือ พยาบาลวิชาชีพ 2 อัตรา นักวิชาการสาธารณสุข 2 อัตรา เจ้าพนักงานสาธารณสุขชุมชน 1 อัตรา เจ้าพนักงานทันตสาธารณสุข 1 อัตรา แพทย์แผนไทย 1 อัตรา บุคลากรอื่น ๆ 1 อัตรา มีคลินิกเอกชน 1 แห่ง มีศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน 7 แห่ง

7. การศึกษา

สถานศึกษาในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแสมี 3 แห่ง ได้แก่

7.4 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ตั้งอยู่เลขที่ 999 หมู่ที่ 7 ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง 1 แห่ง ประกอบด้วย เด็กเล็ก จำนวน 42 คน อัตราครูผู้ดูแลเด็ก 1 อัตรา ผู้ดูแลเด็ก จำนวน 1 อัตรา ครูจ้างเหมาผู้ดูแลเด็ก 2 อัตรา

7.2 โรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 2 ซึ่งมีห้องเรียน 24 ห้อง นักเรียน 613 คน ครู 44 คน

7.3 ศูนย์การศึกษาอนุเคราะห์และการศึกษาตามอัธยาศัย ตำบลปากน้ำกระแสด ตั้งอยู่เลขที่ 999/1 หมู่ 2 ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีครู กศน. 1 คน สอนทุกระดับชั้น

7.4 ศูนย์ ICT จำนวน 1 ศูนย์

7.5 กีฬา นันทนาการ/พักผ่อน ประกอบด้วย

สนามบาสเก็ตบอล	จำนวน 1 แห่ง
สนามวอลเลย์บอล	จำนวน 3 แห่ง
สนามฟุตบอล	จำนวน 2 แห่ง
สนามฟุตซอล	จำนวน 2 แห่ง
สนามเซปักตะกร้อ	จำนวน 1 แห่ง
สนามเปตอง	จำนวน 1 แห่ง
สนามเอนกประสงค์	จำนวน 1 แห่ง

ด้านภาษา ภาษาถิ่น หมายถึง ภาษาที่มีใช้พูดในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง รวมหมายถึงภาษาที่อยู่ในตระกูลไทยด้วยกันและภาษาอื่น ภาษาที่ใช้พูดกันอยู่ปากน้ำประแสด เป็นหนึ่งในตำบลอยู่ในจังหวัดระยอง และหนึ่งในภาคตะวันออก ที่มีหลายภาษาตามแต่ชุมชนที่เข้ามาอาศัยอยู่ วัฒนธรรมภาคตะวันออกมีลักษณะผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ภาษาก็มีการผสมผสานกันไป เช่น ภาษาไทยกลาง ภาษาจีน ภาษามอญ ภาษาเขมร ภาษาชอง ภาษาลาว เมื่อในอดีต ดินแดนในภาคตะวันออกเคยอยู่ภายใต้อิทธิพลของชนชาติเขมรมาก่อน ดังนั้น ในปัจจุบันจึงมีภาษาเขมร นอกจากจะเป็นภาษาพูดของชาติไทยเชื้อสายเขมรแล้ว ชื่อสถานที่ต่าง ๆ ในภาคตะวันออก ส่วนมากยังเป็นภาษาเขมรด้วย เช่น บางปะกง ฉะเชิงเทรา พนม ตราด เสmidt แสม ลำโรง สัตหีบ แหลมฉบัง ระยอง เพราะภาษาระยองนั้น ถือได้ว่าเป็นภาษาไทยกลางเช่นเดียวกับภาษากรุงเทพฯ แต่สำเนียงพูดจะเพี้ยนไปจากภาษากรุงเทพฯ มาก มีลักษณะคล้าย ๆ กับภาษาพูดของชาวจันทบุรี และ ตราด ระยองเป็นภาษาถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวระยองภาคภูมิใจ แต่ในปัจจุบันปรากฏว่าภาษาระยองดั้งเดิมนั้น เยาวชนรุ่นหลัง ไม่สามารถพูดได้ ที่ยังสามารถพูดได้อยู่ก็จะเป็นผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามชนบท และเป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่ง ว่าถ้าสถานการณ์ยังเป็นอยู่อย่างนี้อีกไม่นานภาษาถิ่นของระยองก็คงจะเกือบหายไป เหลือแต่เพียงภาษากรุงเทพฯ เท่านั้น

โรงเรียนจีนในประวัติศาสตร์ของคนปากน้ำประแส ตั้งอยู่บริเวณงลิเหยงเฉียว เพราะคนประแสในสมัยก่อนเป็นคนเชื้อสายจีนที่อพยพมาจากที่อื่น ประมาณ 80% จึงมีการจัดตั้งสอนภาษาจีน และครูที่สอนก็เป็นคนจีนจึงทำให้คนประแสสามารถใช้ภาษาได้ทั้งภาษาไทยและภาษาจีน

8. เศรษฐกิจ

พื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ติดกลุ่มแม่น้ำประแส มีกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประมง หากินทางทะเลทั้งเรือใหญ่และเรือเล็ก มีสมาคมประมงปากน้ำประแส ปัจจุบันสัตว์น้ำในอ่าวไทยลดน้อยลง ชาวประมงต้องหากินไกลขึ้น ต้นทุนการประกอบอาชีพก็สูงขึ้น อีกทั้งมีความเสี่ยงที่จะต้องถูกจับในน่านน้ำประเทศเพื่อนบ้านก็สูงขึ้น จึงมีการส่งเสริมการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง โดยมีการทำฟาร์มกุ้งกุลาดำ และฟาร์มหอยนางรม มีการรวมกลุ่มกันในตำบลปากน้ำกระแสดหลายอาชีพ ได้แก่ กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล ตามโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนมีการรวมกลุ่มกันในตำบลปากน้ำกระแสดหลายอาชีพ เช่น ปลากรอบสามรส กะปิ ซาใบขลุ่ย และได้มีการจัดสรรเงินงบประมาณให้บริหารงานกิจการกลุ่มแม่บ้านตำบลปากน้ำกระแสดเพื่อสรรหาสินค้าราคาถูกมาจำหน่ายให้กับประชาชนในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแส และจากการที่ประชาชนมีการประกอบอาชีพประมงทางทะเลกันมาก จึงมีอีกอาชีพหนึ่งที่เป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมเฉพาะกิจการประมง คือ อู่ซ่อมเรือ โรงงานปลาป่นในชุมชน และกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับทะเล

ด้านการเกษตรกรรม ลักษณะการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแสจะเป็นลักษณะครอบครัวเกษตร การเกษตรขนาดเล็ก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแสเป็นดินเค็ม ไม่เหมาะกับการทำการเกษตร

พื้นที่การเกษตร ในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแสมีพื้นที่การเกษตรประมาณ 802 ไร่ (ยอดในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแส) จะเป็นการปลูกไม้ยืนต้น ประเภทมะม่วง ส่วนใหญ่พื้นที่ที่ปลูกมะม่วงจะเป็นหมู่ที่ 4 พื้นที่เหมาะสมกับการปลูกมะม่วง ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ คือ มะม่วง มะพร้าว เลี้ยงสัตว์ต่าง ๆ และในอนาคตจะพัฒนาและสนับสนุนให้ประชาชนใน ท้องถิ่น มีความรู้เกี่ยวกับการสร้างอาชีพใหม่ และพัฒนาอาชีพเดิมให้เข้มแข็ง และแข่งขันได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น 10-20 เปอร์เซ็นต์ (ข้อมูลจากงานจัดเก็บรายได้ กองคลัง เทศบาลตำบลปากน้ำประแส)

ด้านการประมง มีศูนย์ข้อมูลประกอบด้วย

8.1 ศูนย์ควบคุมการแจ้งเข้า-ออก เรือประมงประแส จำนวน 1 ศูนย์ ณ สถานีวิทยุ ประมงชายฝั่งประแส มีหน้าที่ในการให้บริการ และอำนวยความสะดวกแก่เรือประมงแบบ เบ็ดเสร็จ

8.2 สมาคมชาวประมงปากน้ำประแส จำนวน 1 แห่ง ให้บริการด้านเรือประมง การช่วยเหลือเรือประมง ต่อทะเบียน ต่อใบอนุญาต เปลี่ยนชื่อเรือ ให้กับชาวประมง 3) เรือประมง จำนวน 75 ลำ เรืออวนบ่อม 15 ลำ เรือไต 60 ลำ 4) เลี้ยงปลาในกระชัง จำนวน 6 ราย 5) เลี้ยงกุ้ง จำนวน 6 ราย เป็นต้น

8.3 ด้านการปศุสัตว์ เลี้ยงสัตว์ ประมาณ จำนวน 21 ไร่ เลี้ยงกุ้ง/เลี้ยงปลา ประมาณ จำนวน 214 ไร่ มีเทศบัญญัติเทศบาลตำบลปากน้ำประแสเรื่องการควบคุม การเลี้ยง หรือปล่อยสัตว์ พ.ศ. 2555

8.4 ด้านอุตสาหกรรม ในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ส่วนใหญ่จะเป็น อุตสาหกรรมในครัวเรือน เช่น โรงอวน ทำน้ำปลาหัวอ่อน โรงงานตากปลา เป็นต้น

8.5 ด้านการพาณิชย์และกลุ่มอาชีพ การพาณิชย์ในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำ ประแส 1) ธุรกิจขายของชำ จำนวน 78 ราย 2) ธุรกิจน้ำดื่ม/เครื่องดื่ม จำนวน 8 ราย 3) ธุรกิจ ซ่อม/ทำสี/จำหน่ายอุปกรณ์รถยนต์ จำนวน 1 ราย 4) ธุรกิจตลาด/ร้านค้าสะดวกซื้อ จำนวน 1 ราย 5) ธุรกิจตัดเย็บเสื้อผ้า/ผ้า màn/ตกแต่งผ้า จำนวน 3 ราย 6) ธุรกิจขายอุปกรณ์ก่อสร้าง/ อุปกรณ์ไฟฟ้า จำนวน 3 ราย 7) ธุรกิจโทรศัพท์ จำนวน 1 ราย 8) ธุรกิจขายยา/คลินิก/ดูแล สุขภาพ จำนวน 2 ราย 9) ธุรกิจขาย/ซ่อม/เช่ารถจักรยานยนต์ จำนวน 3 ราย 10) ธุรกิจ ซัก อบ รีด จำนวน 8 ราย ธุรกิจรับซื้อของเก่า จำนวน 2 ราย

กลุ่มอาชีพ ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาไบโขลุ่ม 2) กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล 3) กลุ่มประมงเรือเล็ก 4) กลุ่มเลี้ยงหอยนางรม 5) กลุ่มสามล้อ 6) กลุ่มโฮมสเตย์

9. การจัดการด้านพื้นที่และการจัดการทรัพยากรในชุมชน

แนวทางในการจัดการพื้นที่ลุ่มน้ำประแสมีการจัดการทรัพยากรความหลากหลาย ด้วยการให้ชุมชนปากน้ำประแส มีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงบนฐานทรัพยากรที่มีอยู่ คือ ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย ต้องมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพของชุมชนปากน้ำประแส โดยมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเล และการจัดการทรัพยากรของชุมชนให้สอดคล้อง และเป็นไปตามเป้าหมายของชุมชน เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

ตาราง 16 ข้อมูลพื้นฐานของหมู่บ้านและชุมชนปากน้ำประแส

ข้อมูลพื้นฐานของหมู่บ้านหรือชุมชน	ข้อมูลด้านการเกษตร	ข้อมูลด้านแหล่งน้ำทางการเกษตร	ข้อมูลด้านแหล่งน้ำกิน น้ำใช้ (หรือน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภค)
1.ชุมชนตลาดตอนล่าง หมู่ที่ 1 พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 512 ไร่	(ทำสวน) ปลูग्มะม่วง จำนวน 1 ครัวเรือน จำนวน 0.50 ไร่ ปลูग्มะพร้าว จำนวน 1 ครัวเรือน จำนวน 0.50 ไร่	แม่น้ำประแส 1 แห่ง เพียงพอ	การประปาส่วนภูมิภาคสาขาปากน้ำประแส 1 แห่ง ใช้งานได้ เพียงพอ แหล่งน้ำธรรมชาติ 1 แห่ง ใช้งานได้ เพียงพอ
2. ชุมชนตลาดตอนล่าง หมู่ที่ 2 พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 515 ไร่	(ทำสวน) ปลูग्มะม่วง จำนวน 10 ครัวเรือน จำนวน 10 ไร่ ปลูग्มะพร้าว จำนวน 6 ครัวเรือน จำนวน 5 ไร่ ปลูग्มะนาว จำนวน 5 ครัวเรือน จำนวน 2 ไร่ ปลูग्ตะไคร้ จำนวน 5 ครัวเรือน จำนวน 1 ไร่	แม่น้ำประแส 1 แห่ง เพียงพอ	การประปาส่วนภูมิภาคสาขาปากน้ำประแส 1 แห่ง ใช้งานได้ เพียงพอ แหล่งน้ำธรรมชาติ 1 แห่ง ใช้งานได้ เพียงพอ
3. ชุมชนดอนมะกอกกลาง หมู่ที่ 3 พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 704 ไร่	(ทำสวน) ปลูग्มะละกอ จำนวน 1 ครัวเรือน จำนวน 1 ไร่ ปลูग्มะม่วง จำนวน 14 ครัวเรือน จำนวน 13 ไร่ ปลูग्มะนาว จำนวน 2 ครัวเรือน จำนวน 3 ไร่ ปลูग्มะพร้าว จำนวน 1 ครัวเรือน จำนวน 1 ไร่ (ทำไร่) กล้วย จำนวน 1 ครัวเรือน จำนวน 1 ไร่	แม่น้ำประแส 1 แห่ง เพียงพอ คลอง 1 แห่ง เพียงพอ	การประปาส่วนภูมิภาคสาขาปากน้ำประแส 1 แห่ง ใช้งานได้ เพียงพอ แหล่งน้ำธรรมชาติ 2 แห่ง ใช้งานได้ เพียงพอ
4. ชุมชนนาซา หมู่ที่ 4 พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 704 ไร่	(ทำสวน) ปลูग्มะม่วง จำนวน 32 ครัวเรือน จำนวน 85 ไร่ ปลูग्มะพร้าว จำนวน 16 ครัวเรือน จำนวน 18 ไร่	คลอง 1 แห่ง ไม่เพียงพอ	การประปาส่วนภูมิภาคสาขาปากน้ำประแส 1 แห่ง ใช้งานได้ เพียงพอ
5. ชุมชนแหลมสน หมู่ที่ 6 พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 120 ไร่	-	-	แม่น้ำประแส 1 แห่ง เพียงพอ
6. ชุมชนแสมผู้ หมู่ที่ 7 พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 370 ไร่	(ทำสวน) ปลูग्มะม่วง จำนวน 7 ครัวเรือน จำนวน 10 ไร่ ปลูग्มะพร้าว จำนวน 2 ครัวเรือน จำนวน 1 ไร่	แม่น้ำประแส 1 แห่ง เพียงพอ	แม่น้ำประแส 1 แห่ง เพียงพอ
7. ชุมชนตลาดตอนกลาง หมู่ที่ 8 พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 139 ไร่	-	-	แม่น้ำประแส 1 แห่ง เพียงพอ

ที่มา: เทศบาลตำบลปากน้ำประแส, 2559

ผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชนปากน้ำประแส

ทรัพยากรธรรมชาติ

ภายในชุมชนปากน้ำประแสนั้น มีความอุดมสมบูรณ์มากและมีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญ มีต้นไม้ พันธุ์ไม้หลากหลายนานาชนิด ทั้งพืชบกหรือรวมไปถึงพืชป่าชายเลน เพราะเนื่องมาจากมีทุ่งโปรงทองอยู่ที่บริเวณปากน้ำประแส จึงเต็มไปด้วยสิ่งมีชีวิตมากมาย และชุมชนปากน้ำประแสยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่น (สมุนไพรป่าชายเลน ชาใบขลู่ เป็นวิสาหกิจชุมชน) ซึ่งชุมชนได้มีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมไว้ โดย นำต้นขลู่ที่มีปริมาณมากมาแปรรูปเป็นชาใบขลู่จำหน่ายต้นขลู่ เป็นพืชชนิดหนึ่ง พบเจริญเติบโตอยู่ทั่วไปบริเวณพื้นที่น้ำเค็ม เช่นที่ตำบลปากน้ำประแส คนโบราณเชื่อว่าต้นขลู่มีสรรพคุณทางยา นำต้นไปต้มรวมกับน้ำร้อนดื่มบรรเทาโรคเบาหวาน ลดไขมันในเส้นเลือด ขับปัสสาวะ แต่ปัจจุบันนี้ภูมิปัญญาดังกล่าวเริ่มหายไป ไม่ค่อยมีใครรู้จักต้นขลู่ และไม่รู้จักแปรรูป ไม่เห็นคุณค่าจึงโค่นต้นทิ้ง ชุมชนจึงได้อนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมไว้ นำต้นขลู่ที่มีปริมาณมากมาแปรรูปเป็นชาใบขลู่จำหน่าย เนื่องจากเป็นวัตถุดิบในพื้นที่บ้านที่มีทั้งปีอยู่แล้ว ยิ่งถ้าตัดแต่งต้นจะแตกกิ่งก้านสาขา และทางวิชาการระบุว่า เป็นพืชสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา มีประโยชน์ต่อร่างกาย

ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่

1. เรือรบหลวงประแส อนุสรณ์สถานของเรือ ที่มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ราชนาวไทย เรือหลวงประแสที่ตั้งตระหง่านอยู่ที่ปากน้ำประแสนี้ เป็นเรือหลวงประแสลำที่ 2 นำเข้ามาแทนเรือหลวงประแสลำที่ 1 ซึ่งเกยตื้นไปในสงครามเกาหลี ตลอดเวลาประจำการเรือรบหลวงประแสลำที่ 2 นี้ได้ปฏิบัติภารกิจมากมาย ทั้งสังกัดกองเรือสหประชาชาติในสงครามเกาหลี ทำหน้าที่ลาดตระเวนปิดอ่าวคุ้มกันเรือลำเลียง เรือบรรทุกน้ำมัน เรือกวาดทุ่นระเบิด และระดมยิงฝั่งเป็นครั้งคราว ในพื้นที่ยุทธบริเวณตั้งแต่ท่าเรือปูซานฝั่งตะวันออกเรื่อยไปจนถึงวอนซานในเกาหลี รวมภารกิจนับตั้งแต่วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2495 แล้ว เรือหลวงประแสปฏิบัติภารกิจทางยุทธการ รวม 32 ครั้ง นาน 2 ปีเศษ ก่อนเดินทางกลับสู่ไทย และเป็นกำลังหลักของกองเรือปราบเรือดำน้ำ กองเรือยุทธการ กองทัพเรือ ในการต่อต้านภัยคุกคามทางทะเลในช่วงการรุกคืบของลัทธิคอมมิวนิสต์ในคาบสมุทรอินโดจีน จนกระทั่งปลดระวางเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2543 ภายหลังจากปลดระวาง เทศบาลตำบลปากน้ำประแสได้ประสานกับกองทัพเรือ เพื่อจัดสร้างอนุสรณ์เรือหลวงประแสขึ้นที่ปากน้ำประแส จนแล้วเสร็จเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2546 ไม่มีค่าเข้าชม เวลาเปิด เปิดทุกวัน ที่ตั้ง บริเวณหัวโขด ชายหาดประแส หมู่ที่ 1 ต.ปากน้ำประแส จาก ถ.สุขุมวิท มุ่งหน้าจันทบุรี เลี้ยวขวาที่สี่แยกประแสไปตามเส้น 3162 จนสุดทาง จะมีป้ายบอกทางไปตลอดจนถึงอนุสรณ์สถาน

2. ศาลพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เป็นศาลของสมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒนวรราชวรางคุณมหาอุปราชราชกุมารี พระราชธิดาองค์โตของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงฉลองพระองค์ชุดเครื่องแบบเต็มยศพลเรือเอกแห่งราชนาวี มีความสูง 173 ซม. หลังจากสักการะภายในศาลแล้ว ด้านหลังยังมีจุดชมวิวของปากน้ำประแส

3. วัดตะเคียนงาม ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 2 ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง ได้ชื่อวัดนี้เพราะตรงที่สร้างวัดนั้นมีต้นตะเคียนสูงใหญ่มากอยู่ต้นหนึ่ง จากทะเลมองเห็นยอดตะเคียนชัดเจนและมีได้มีต้นเดียว มีต้นขนาดรองและเล็ก ๆ อีกหลาย ๆ ต้น ส่วนต้นใหญ่นั้น มีขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2445 รวม 500 ปี ซึ่งมีขนาดใหญ่ จำนวน 2 ต้น ในปัจจุบัน

4. วัดดอนมะกอกกลาง ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ 3 บ้านดอนมะกอกกลาง ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง เป็นวัดเก่าสร้างมานานและเกิดมาคู่กับชุมชนเก่าปากน้ำประแส

5. วัดเนินยาง ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 5 บ้านเนินยาง ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง

6. วัดสมมุติเทพฐาปนาราม (วัดแหลมสน) ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 6 บ้านแหลมสน ตำบลปากน้ำกระแส อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง ด้วยดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยพระองค์พระราชทานทุนทรัพย์ไว้เป็นเงิน 10 ชั่ง (800.00 บาท) ครั้นเมื่อเสด็จขึ้นเยี่ยมเมืองกาญจนบุรีเมื่อต้นปี ร.ศ. 106

ทรัพยากรท่องเที่ยวเทศกาลประเพณี/ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่

1. ทอดผ้าป่ากลางน้ำของตำบลประแส เป็นตำบลชายทะเลของจังหวัดระยอง ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพประมง เรือจึงเป็นเหมือนบ้านของพวกเขา ถึงปีชาวประมงอยากทำบุญบ้าน (เรือ) ให้เป็นสิริมงคล จึงได้จัดทำบุญทอดผ้าป่าขึ้นในเรือ ซึ่งประเพณีนี้มีมานานกว่า 80 ปีแล้ว ในช่วงแรกของการทอดผ้าป่ากลางน้ำ ชาวบ้านได้จัดพุ่มผ้าป่าไว้ในเรือแต่ละลำ แล้วนิมนต์พระขึ้นไปชักพุ่มผ้าป่าบนเรือ ซึ่งสร้างความลำบากให้แก่พระเป็นอย่างยิ่ง เพราะต้องลงเรือแล้วออกจากชายฝั่ง เพื่อไปขึ้นเรือซึ่งจอดอยู่กลางลำน้ำประแส แล้วจึงทำพิธีชักพุ่มผ้าป่า ต่อมาจึงเปลี่ยนให้เป็นการจัดพุ่มผ้าป่าไว้ในเรือเพียงลำเดียว แล้วนำไปจอดเทียบไว้ที่ท่าน้ำ จากนั้นนิมนต์พระขึ้นไปชักพุ่มผ้าป่า ส่วนชาวบ้านต่างก็จัดพุ่มผ้าป่าไว้ที่บ้านของตนตามริมน้ำ แล้วให้พระภิกษุจับสลากหมายเลขพุ่มผ้าป่า เมื่อได้แล้วจึงออกไปหาพุ่มผ้าป่าเพื่อทำพิธีชักพุ่มผ้าป่าต่อไป วิธีนี้ก็สร้างความยุ่งยากพอสมควร เพราะพระบางรูปก็จะหาพุ่มผ้าป่าพบก็เป็นเวลาตีกลางคืน ในปัจจุบันการทอดผ้าป่ากลางน้ำ ได้ใช้วิธีการผสมผสานให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันกล่าวคือ ชาวบ้านจัดพุ่มผ้าป่าให้สวยงามใส่ไว้ในเรือลำใดลำหนึ่ง แล้วแต่จะตกลงกัน

จากนั้นนำเรือไปจอดกลางลำน้ำประแส นิมนต์พระ 5-10 รูป ไปฉันเพลในเรือ ครั้นเวลาบ่าย 2 โมง จึงนิมนต์พระภิกษุเพียงรูปเดียวขึ้นไปชักฟืมผ้าป่าในเรือ ภิกษุรูปอื่น ๆ ก็ไปจับสลาก หมายเลขที่วัดตะเคียนงาม ได้หมายเลขแล้วจึงเดินไปหาฟืมผ้าป่าตามบ้านต่อไป และทำพิธีชักฟืมผ้าป่า ซึ่งก็มักจะพอรู้กันว่าบ้านใครอยู่ที่ใดการทอดผ้าป่าแสดงให้เห็นถึงความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และหลังจากทอดผ้าป่าเสร็จเรียบร้อยแล้ว ชาวบ้านได้จัดให้มีการแข่งขัน และมีการละเล่นต่าง ๆ ที่แปลกออกไป เช่น การแข่งเรือข้ามฟาก เป็นต้น ซึ่งสร้างความสนุกสนาน เป็นการสืบทอดประเพณีอันดีงาม

2. ศิลปะการต่อเรือ ชาวประแสมีศิลปะในการต่อเรือ เนื่องจากคนส่วนใหญ่มีอาชีพประมง จึงได้มีการคิดค้นวิธีต่อเรือขึ้นมาและได้มีการเรียนรู้วิธีการต่อเรือมาจนถึงปัจจุบันและมีจังหวัดที่มีการทำประมงที่อยู่ใกล้ ๆ นำเรือมาซ่อมแซมหรือที่เรียกว่าการนำเรือมาขึ้นคาน ทำให้คานเรือประแสเป็นคานเรือที่ใหญ่เป็นลำดับต้นของภาคตะวันออก

3. ประเพณีวันไหล-วันสูงอายุ มีการนำข้าวปลาอาหารคาวหวานทั้งสดและแห้ง มาทำบุญตักบาตร ที่วัดใกล้บ้านช่วงเช้า ส่วนในช่วงตอนบ่ายจะมีพิธีแห่พระในหมู่บ้านเพื่อประชาชนและนักท่องเที่ยวขอพรและสงน้ำพระ และรดน้ำขอพรผู้สูงอายุ เล่นน้ำสงกรานต์ในหมู่หนุ่ม-สาว ก่อพระเจดีย์ทราย เล่นกีฬาพื้นบ้าน ช่วงค่ำรื่นเริงสังสรรค์กันเองภายในชุมชน จะจัดขึ้นในช่วง 13-17 เมษายน ของทุกปี

4. หล่อเทียนและแห่เทียนพรรษา เทศบาลตำบลปากน้ำประแสร่วมกับโรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม หน่วยงาน กลุ่มองค์กรต่าง ๆ และชุมชนร่วมกันหล่อเทียนพรรษา และนำไปถวายแก่วัดตะเคียนงาม และวัดสมมติเทพฐาปนาราม เพื่อให้พระสงฆ์ใช้ตลอดช่วงเข้าพรรษา

5. ท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม-ประเพณีพื้นบ้าน คือ งานศาลเจ้าพ่อแหลมสน จะมีการนิมนต์พระเจริญพระพุทธมนต์ และทำบุญถวายเจ้าพ่อแหลมสน พร้อมจัดกิจกรรมงานเลี้ยงตามประเพณีในยามค่ำคืน จะจัดขึ้นในเดือน มกราคมของทุกปี

6. ตักบาตรเทโวโรหณะ เทศบาลตำบลปากน้ำประแสร่วมกับโรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม วัดต่าง ๆ และประชาชนในชุมชน ตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง ซึ่งจะแตกต่างจากพื้นบ้านอื่นในจังหวัดเดียวกัน คือ ที่ตักบาตรข้าวต้มมัด นอกจากตักบาตรพระสงฆ์แล้วยังมีขบวนแห่แสดงให้เห็นถึง โลกสวรรค์ โลกมนุษย์ โลกนรก ให้มองเห็นถึง 3 โลก ให้สมกับเป็นวันพระเจ้าเปิดโลกตามพุทธประวัติ

7. ถนนสายวัฒนธรรม ให้ประแสสร้างชุมชนปากน้ำประแส ณ ถนนสายเลียบบแม่น้ำประแส โดยมีแนวคิด “ย้อนอดีตถนนคนเดิน เพลิดเพลินย่านบ้านเก่า เรื่องเล่าตำนานประแส ล่องเรือแพวิถีประมง ถำรงประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ งามล้ำเจดีย์วัดแหลมสน สุขสันต์หลาม

สามล้อห่อชมเมือง สือเลื่อง กะปิ น้ำปลา เฮฮาเดินชมทุ่งโปรงทอง” และอีกทั้งยังมีวัตถุประสงค์เพื่อนำมรดกวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาสร้างรายได้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสืบสานมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนสืบไป

ทรัพยากรกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

ป่าชายเลนเป็นที่รวมของพืช สัตว์น้ำ และสัตว์บกนานาชนิด และมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากป่าชายเลนจะเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของมนุษย์และสัตว์นานาชนิด ทั้งช่วยกรองของเสียที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมไม่ให้ไหลลงสู่ทะเล สร้างความเสียหายแก่ระบบนิเวศในบริเวณชายฝั่ง ภาคเอกชน ร่วมกับกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เทศบาลตำบลปากน้ำประแส และเครือข่ายภาคประชาสังคม เดินหน้าสานต่อโครงการปลูก ปัน ป້อง ป่าชายเลน ด้วยการเปิด “ศูนย์การเรียนรู้ ปลูก ปัน ป້อง ป่าชายเลน ปากน้ำประแส” เพื่อให้เยาวชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้แนวทางการอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าชายเลน

ภาคเอกชนที่ดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่อยู่ในพื้นที่อำเภอแกลง มีความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามยุทธศาสตร์ 3 เสาหลักของบริษัท คือ อาหารมั่นคง สังคมพึ่งตนและดินน้ำป่าคงอยู่ จึงดำเนินโครงการ “ปลูก ปัน ป້อง ป่าชายเลน” เพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์และฟื้นฟูฐานทรัพยากรป่าชายเลนในพื้นที่ยุทธศาสตร์ของประเทศไทย โดยนำร่องดำเนินงาน 5 ปี ตั้งแต่ปี 2557 ถึงปี 2562 ซึ่งพื้นที่ ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นหนึ่งในพื้นที่ยุทธศาสตร์ดำเนินงาน “ศูนย์การเรียนรู้ ปลูก ปัน ป້อง ป่าชายเลน ปากน้ำประแส” โดยได้ปรับปรุงสะพานไม้เดินชมป่าชายเลน (Board Walk) และศาลาศูนย์เรียนรู้ รวมถึงจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ภายในศาลา ป้ายแนะนำการท่องเที่ยว รวมถึงป้ายชื่อพันธุ์ไม้นานาชนิด โดยวางแผนให้ศูนย์แห่งนี้กลายเป็นทั้งศูนย์กลางการเรียนรู้ และศูนย์กลางการสร้างเครือข่ายภาคประชาสังคมในการร่วมกันดูแล อนุรักษ์ และฟื้นฟู ป่าชายเลนในพื้นที่อย่างยั่งยืน สำหรับผู้ที่สนใจสามารถมาเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ปลูก ปัน ป້อง ป่าชายเลน ได้ทุกวัน ตั้งแต่เวลา 07.00-19.00 น. ที่บริเวณอนุสรณ์เรือรบหลวงประแส ตำบลปากน้ำกระแสด อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ

กิจกรรมท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม-ประเพณีพื้นบ้าน คือ งานศาลเจ้าพ่อแหลมสน จะมีการการนิมนต์พระเจริญพระพุทธมนต์ และทำบุญถวายเจ้าพ่อแหลมสน พร้อมจัดกิจกรรมงานเลี้ยงตามประเพณีในยามค่ำคืน จะจัดขึ้นในเดือนมกราคมของทุกปี

กิจกรรมประเพณีทำบุญกลางบ้าน (บุญส่ง) มีการนิมนต์พระสงฆ์มาประกอบพิธีทางศาสนาในแต่ละหมู่บ้าน เพื่ออุทิศส่วนกุศลส่งให้กับดวงวิญญาณของบรรพบุรุษที่ล่วงลับ เจ้ากรรม นายเวร ฯลฯ ทำพิธีส่งบุญให้ผ่านทางสายน้ำ โดยการประดิษฐ์กระทง หรือเรือลำเล็ก ๆ ใส่ข้าวปลาอาหาร ดอกไม้ธูปเทียน ลงในกระทง ตั้งจิตอธิษฐานแล้วปล่อย กระทงลอยไปตามสายน้ำจะจัดขึ้นในเดือนเมษายนของทุกปี

กิจกรรมงานฉลองวันเด็กแห่งชาติ ทุกชุมชนจะนำอาหารมาร่วมกันกับเทศบาล โรงเรียน หน่วยงานต่าง ๆ มาเลี้ยงเด็กทั้งหมดที่มาร่วมงานพร้อมกับการแสดงบนเวที และเปิดให้เด็ก ๆ สร้างจินตนาการการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ทหารประจำเรือรบหลวงประแส นายช่างพนักงานดับเพลิง ฯลฯ จะจัดขึ้นในเดือนมกราคมของทุกปี

กิจกรรมประเพณีวันไหล-วันสูงอายุ มีการนำข้าวปลาอาหารคาวหวานทั้งสดและแห้ง มาทำบุญตักบาตร ที่วัดใกล้บ้านช่วงเช้า ส่วนในช่วงตอนบ่ายจะมีพิธีแห่พระในหมู่บ้าน เพื่อประชาชนและนักท่องเที่ยวขอพรและสงน้ำพระ และรดน้ำขอพรผู้สูงอายุ เล่นน้ำสงกรานต์ในหมู่หนุ่ม-สาว ก่อพระเจดีย์ทราย เล่นกีฬาพื้นบ้าน ช่วงค่ำรื่นเริงสังสรรค์กันเองภายในชุมชน จะจัดขึ้นในช่วง 13-17 เมษายน ของทุกปี

กิจกรรมเทศกาลผลไม้และของดีอำเภอกาหลง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล, อบต.) ร่วมกันแสดงความสามัคคีจัดรถผลไม้ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของแต่ละสถานที่และสาวงามประจำถิ่นร่วมประกวดชิงตำแหน่งในระดับอำเภอ และยังคัดเลือกชุมชนที่มีฝีมือในด้านการทำอาหารพื้นบ้านของชุมชนปากน้ำประแสเพื่อแข่งขันในงานนี้ด้วยจะจัดขึ้นในช่วงเดือนพฤษภาคม ของทุกปี

กิจกรรมหล่อเทียนและแห่เทียนพรรษา เทศบาลตำบลปากน้ำประแสร่วมกับโรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม หน่วยงาน กลุ่มองค์กรต่าง ๆ และชุมชนร่วมกันหล่อเทียนพรรษา และนำไปถวายแก่วัดตะเคียนงาม และวัดสมมติเทพฐาปนาราม เพื่อให้พระสงฆ์ใช้ตลอดช่วงเข้าพรรษา

กิจกรรมตักบาตรเทโวโรหณะ เทศบาลตำบลปากน้ำประแสร่วมกับโรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม วัดต่าง ๆ และประชาชนในชุมชน ตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง ซึ่งจะแตกต่างจากพื้นบ้านอื่นในจังหวัดเดียวกัน คือ ที่ตักบาตรข้าวต้มมัด นอกจากตักบาตรพระสงฆ์แล้วยังมีขบวนแห่แสดงให้เห็นถึง โลกสวรรค์ โลกมนุษย์ โลกนรก ให้มองเห็นถึง 3 โลก ให้สมกับเป็นวันพระเจ้าเปิดโลกตามพุทธประวัติ

กิจกรรมประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ (ลอยกระทง) และกิจกรรมประเพณีแข่งขันเรือพายชิงถ้วยพระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ช่วงลอยกระทง

ทั่วไป ชาวปากน้ำประแสจะมีการทำบุญช่วงเช้าและทอดผ้าป่าท่ามกลางสายน้ำ แข่งขันเรือพาย ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อแฟนซี กีฬาพื้นบ้าน ช่วงเย็น มีการจับสลากฟุ่มผ้าป่าตามบ้านเรือนประชาชน ช่วงค่ำมีการแสดง มหรสพเฉลิมฉลอง เช่น การแสดงนักเรียน การประกวดสาวงามประเภทต่าง ๆ เช่น ดนตรีวงดั่ง ตลก ฯลฯ การประกวดกระทงและลอยกระทงทั่วไป

ทรัพยากรด้านบริการ

ภายในชุมชนปากน้ำประแสมีระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ได้แก่ ไฟฟ้า ถนน สุขา ระบบประปา และระบบการสื่อสารที่สะดวก การเดินทางในชุมชน สามารถเลือกได้หลากหลาย มีการจัดตั้งสมาคมเพื่อให้บริการแก่ประชาชน คือ รถจักรยานยนต์โดยสารสามล้อ บริการสำหรับประชาชนในพื้นที่ในระยะทางใกล้ ๆ และรถยนต์โดยสารประจำทางไว้บริการสำหรับประชาชนที่จะเดินทางไปยังตัวเมืองจังหวัดระยอง โดยจะมีสถานที่เป็นจุด ๆ ในการรับส่งผู้โดยสาร และการจราจรทางน้ำจะเป็นลักษณะเรือรับจ้างขนาดเล็กไว้บริการให้ประชาชนสำหรับการข้ามฝาก มีที่พักรถสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโฮมสเตย์ จำนวน 22 แห่ง ตลาดสด จำนวน 1 แห่ง ร้านอาหาร จำนวน 171 แห่ง ร้านสะดวกอาหาร จำนวน 78 แห่ง สถานีบริการน้ำมัน 1 แห่ง สามล้อบริการ จำนวน 2 กลุ่ม จำนวน 98 คัน การไปรษณีย์โทรเลขตำบลปากน้ำประแสมีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขของการสื่อสารแห่งประเทศไทย จำนวน 1 แห่ง ระบบเสียงตามสาย/หอกระจายข่าวในพื้นที่ให้บริการได้ครอบคลุมคิดเป็นร้อยละ 90 ของพื้นที่ทั้งหมดของเทศบาลตำบลปากน้ำประแส มีลำโพงทั้งสิ้น 135 แห่ง หน่วยงานที่มีชายวิทย์สื่อสารในพื้นที่ประกอบด้วย สถานีตำรวจภูธรตำบลปากน้ำกระแสด ศูนย์ดับเพลิงเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ศูนย์ อปพร. เทศบาลตำบลปากน้ำประแส ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทยฝั่งตะวันออก เขตจำหน่ายไฟฟ้า (สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอแกลง) การประปา เขตจำหน่ายประปา (สำนักงานการประปาส่วนภูมิภาค สาขาปากน้ำประแส) โทรศัพท์ จำนวนโทรศัพท์ส่วนบุคคลในตำบลปากน้ำประแส มีให้บริการประชาชนทั้งสิ้น 654 เลขหมาย และจำนวนชุมสายโทรศัพท์ในเขตตำบลปากน้ำประแสมี 1 ชุมสาย แต่เป็นลักษณะชุมสายสัญญาณไม่มีการให้บริการด้านการชำระค่าใช้จ่าย และจำนวนเลขหมายที่สามารถให้บริการได้สูงสุด จำนวน 1,024 เลขหมาย

รายงานผลการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนปากน้ำประแส

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่ตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสในด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม ด้านมหกรรม เทศกาลและประเพณี ด้านกิจกรรมและด้านบริการ โดยมีการประชุมกลุ่มย่อยกับภาคส่วนต่าง ๆ ภาครัฐ

ภาคเอกชน ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) และหาคักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ โดยสรุปได้ดังนี้

วิเคราะห์สถานการณ์ ประเด็นชุมชนปากน้ำประแสเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่าในเขตเทศบาลตำบลปากน้ำประแส มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ และมีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายและให้ครอบคลุม เช่น กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มสามล้อ กลุ่มกล้าไม้ป่าชายเลน ในขณะที่เดียวกันมีโอกาสที่ดีที่รัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นฐานรากของประเทศ รวมทั้งหน่วยงานอื่น ๆ ก็ให้ความสำคัญในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อนำมาซึ่งยั่งยืนและอย่างต่อเนื่อง เพราะเมื่อดำเนินการแล้วจะทำให้ตำบลปากน้ำประแสเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และยกระดับเศรษฐกิจชุมชน การบูรณาการซึ่งกันและกัน และจังหวัดระยองก็เป็นจังหวัดท่องเที่ยว จึงสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ การท่องเที่ยวจังหวัดระยองก็เข้ามาให้ความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ประเด็นดังกล่าวจึงต้องดำเนินการเป็นอย่างจริงจังและเป็นระบบ

ตาราง 17 แสดง SWOT ของชุมชนปากน้ำประแส

จุดแข็ง (S=Strength)	จุดอ่อน (W=Weakness)
1. ตั้งอยู่ใกล้สนามบินอู่ตะเภา และอยู่บนระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	1. มีการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช
2. มีผลผลิตทางการเกษตร เช่น มะม่วงมันประแส	2. ขาดการส่งเสริมด้านการตลาดด้านการท่องเที่ยว และการกระจายผลผลิตทางการเกษตร
3. มีกลุ่มอาชีพ เช่น โฮมสเตย์ กลุ่มสามล้อท่องเที่ยว เป็นต้น	3. ขาดการส่งเสริมด้านการพัฒนาสินค้าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้านประมง
4. องค์กรมีกลุ่มสตรีและศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อและบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน สามารถให้ความรู้และมีแหล่งการเรียนรู้	4. ประชาชนขาดวินัยด้านการเงิน
5. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์	5. ปัญหาน้ำล้นทั้งในและนอกระบบ
6. มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น ศาลกรมหลวงชุมพรฯ ถนนเส้นริมน้ำ, ต้นตะเคียนใหญ่ร้อยปี, อนุสรณ์เรือหลวงประแส เป็นต้น	6. ขาดการเก็บออม
7. มีการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างหน่วยงานพื้นที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับการดูแลป่าชายเลน	7. ปัญหาการขาดแคลนแรงงานด้านการประมง
8. ผู้บริหารให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน	8. เจ้าหน้าที่และประชาชน ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
9. มีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาสีงแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนอย่างเป็นรูปธรรม	9. บุคลากรขับเคลื่อนไม่เพียงพอ
10. มีกลุ่มเยาวชนสีเขียว กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มมัคค์ประแสและกลุ่มชุมชนเข้มแข็ง	10. การมีส่วนร่วมภาคประชาชนยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่
	11. ขาดความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมในแต่ละกลุ่ม
	12. หน่วยงานภาครัฐเข้าถึงชุมชนไม่ครบถ้วน
	13. การบังคับใช้กฎหมายไม่สามารถทำได้อย่างจริงจัง
	14. ไม่มีการกำหนดข้อควรปฏิบัติในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว

ตาราง 17 (ต่อ)

จุดแข็ง (S=Strength)	จุดอ่อน (W=Weakness)
<p>11. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนที่น่าสนใจ เช่น ซาใบขลุ่ย</p> <p>12. มีเครือข่ายการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยว</p> <p>13. ได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ</p> <p>14. มีฟุ้งโปรงทอง ได้รับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ของจังหวัดระยองประจำปี พ.ศ. 2554</p> <p>15. ชุมชนบ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero waste ประจำปี พ.ศ. 2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p>	<p>15. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน</p>
โอกาส (O=Opportunity)	อุปสรรค (T=Threat)
<p>1. โครงการส่งเสริมทุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และ ธุรกิจชุมชนอื่น ๆ</p> <p>2. นโยบายรัฐบาลตามโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนเพื่อใช้เป็นหลักประกันค้ำประกันได้</p> <p>3. การคมนาคมขนส่งผลผลิตทางการประมงมีความสะดวก</p> <p>4. ได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ</p> <p>5. ชุมชนบ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero waste ประจำปี พ.ศ.2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพ สิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p> <p>6. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ “ฟุ้งโปรงทอง” ที่ได้รับมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2554</p> <p>7. มีองค์กรต่าง ๆ สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง เป็นต้น</p> <p>8. นโยบายผู้บริหารดำเนินการอย่างต่อเนื่อง</p> <p>9. ชุมชนมีการรวมกลุ่มสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและรองรับคณะศึกษาดูงานฯ ในพื้นที่ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน</p> <p>10. มีการประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์</p> <p>11. เป็นแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางเฉลิมบูรพาชลทิต (ถนนเลียบริมชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก)</p> <p>12. นโยบายรัฐบาลในยุคไทยแลนด์ 4.0</p> <p>13. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ</p>	<p>1. ผลผลิตทางการเกษตรกำลังจะหมดไป</p> <p>2. ปัจจัยการลงทุนด้านการประมงหรือต้นทุนสูง</p> <p>3. ภาวะเศรษฐกิจของโลกและของประเทศตกต่ำ</p> <p>4. การเกิดภาวะเงินเฟ้อ เนื่องจากราคาสินค้า และราคาน้ำมันที่แพงขึ้นเรื่อย ๆ</p> <p>5. การเกิดภัยธรรมชาติ ทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหาย</p> <p>6. กฎหมายทางการประมงเข้มงวด</p> <p>7. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่สอดคล้องกับวิถีชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์</p> <p>8. การสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันในชุมชน</p> <p>9. ประชาชนในท้องถิ่นบางส่วนไม่ให้ความร่วมมือในการต้อนรับคณะนักท่องเที่ยว มองผลประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวม</p> <p>10. สภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว</p> <p>11. นักท่องเที่ยวมีเวลาน้อย ทำให้เรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง</p> <p>12. ไม่มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น</p> <p>13. กลุ่มอาชีพไม่เข้มแข็งมีการบริหารจัดการกลุ่มไม่ต่อเนื่อง ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการอบรมกลุ่มใหม่อยู่บ่อยครั้งทุกปี</p> <p>14. น้ำมันราคาแพง ค่าครองชีพสูงขึ้น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้น</p> <p>15. มีพืชยา จังหวัดตราด จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นคู่แข่งโดยรอบ</p>

ตาราง 17 (ต่อ)

โอกาส (O=Opportunity)	อุปสรรค (T=Threat)
14. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 15. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 16. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 17. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิง กีฬา พจญภัย 18. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและศาสนา 19. มีตลาดการท่องเที่ยวจากประเทศจีน/อินเดีย/มุสลิม 20. นโยบายของรัฐบาลตามโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	16. ภาครัฐสร้างนิคมอุตสาหกรรมและระเบียงเศรษฐกิจพิเศษตะวันออก(EEC) ในบริเวณใกล้เคียง อาจ สร้างมลภาวะ 17. ในภูมิภาคมีภัยธรรมชาติ อุทกภัย พายุไซนร้อน 18. อยู่ใกล้พหุวิทยาเป็นแหล่งอาชญากรรมข้ามชาติ 19. มีการลงทุนด้านอุตสาหกรรมมากกว่าด้านการท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ในที่ประชุมได้ร่วมกันวิเคราะห์ TOWS ของชุมชนปากน้ำประแส ซึ่งได้ผลดังตาราง 18

ตาราง 18 แสดงตารางวิเคราะห์ TOWS Matrix ของชุมชนปากน้ำประแส

	จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weaknesses: W)
	1. ตั้งอยู่ใกล้สนามบินอู่ตะเภา และอยู่บน ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) 2. มีผลผลิตทางการเกษตร เช่น มะม่วงมันประ แส 3. มีกลุ่มอาชีพ เช่น โฮมสเตย์ กลุ่มสามล้อ ท่องเที่ยว เป็นต้น 4. องค์กรมีกลุ่มสตรีและศูนย์ถ่ายทอด เทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อและบุคลากรที่ มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน สามารถให้ ความรู้และมีแหล่งการเรียนรู้ 5. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติป่าชายเลนที่ อุดมสมบูรณ์ 6. มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ น่าสนใจหลายแห่ง เช่น ศาลกรมหลวงชุมพรฯ, ถนนเส้นริมน้ำ, ต้นตะเคียนใหญ่ร้อยปี, อนุสรณ์ เรือหลวงประแส เป็นต้น 7. มีการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างหน่วยงาน พื้นที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับการดูแลป่าชายเลน 8. ผู้บริหารให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน 9. มีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติป่า ชายเลนอย่างเป็นรูปธรรม 10. มีกลุ่มเยาวชนสีเขียว กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่ม อนุรักษ์ประแสและกลุ่มชุมชนเข้มแข็ง 11. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทรัพยากรธรรมชาติ ป่าชายเลนที่น่าสนใจ เช่น ซาใบขลุ	1. มีการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีในการกำจัด ศัตรูพืช 2. ขาดการส่งเสริมด้านการตลาดด้านการ ท่องเที่ยว และการกระจายผลผลิตทาง การเกษตร 3. ขาดการส่งเสริมด้านการพัฒนาสินค้า การแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้านประมง 4. ประชาชนขาดวินัยด้านการเงิน 5. ปัญหาน้ำล้นทั้งในและนอกระบบ 6. ขาดการเก็บออม 7. ปัญหาการขาดแคลนแรงงานด้านการ ประมง 8. เจ้าหน้าที่และประชาชน ขาดความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 9. บุคลากรขับเคลื่อนไม่เพียงพอ 10. การมีส่วนร่วมภาคประชาชนยังไม่ ครอบคลุมทุกพื้นที่ 11. ขาดความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุม ในแต่ละกลุ่ม 12. หน่วยงานภาครัฐเข้าถึงชุมชนไม่ ครบถ้วน 13. การบังคับใช้กฎหมายไม่สามารถทำได้ อย่างจริงจัง 14. ไม่มีการกำหนดข้อควรปฏิบัติในการเข้า ชมสถานที่ท่องเที่ยว 15. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ตาราง 18 (ต่อ)

	จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weaknesses: W)
	<p>12. มีเครือข่ายการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยว</p> <p>13. ได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ</p> <p>14. มีทุ่งโปรงทอง ได้รับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ของจังหวัดระยอง ประจำปี พ.ศ.2554</p> <p>15. ชุมชนบ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero waste ประจำปี พ.ศ.2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p>	
โอกาส (OPPORTUNITIES:O)	จุดแข็ง+โอกาส (SO)	จุดอ่อน+โอกาส (WO)
<p>1. โครงการส่งเสริมทุนในรูปแบบ ต่าง ๆ เช่น กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และ ธุรกิจชุมชนอื่น ๆ</p> <p>2. นโยบายรัฐบาลตามโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนเพื่อใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันได้</p> <p>3. การคมนาคมขนส่งผลผลิตทางการประมงมีความสะดวก</p> <p>4. ได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ</p> <p>5. ชุมชนบ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero waste ประจำปี พ.ศ.2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพ สิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p> <p>6. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ “ทุ่งโปรงทอง” ที่ได้รับมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ.2554</p> <p>7. มีองค์กรต่าง ๆ สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง เป็นต้น</p> <p>8. นโยบายผู้บริหารดำเนินการอย่างต่อเนื่อง</p> <p>9. ชุมชนมีการรวมกลุ่มสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและรองรับคณะศึกษาดูงานฯ ในพื้นที่เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน</p> <p>10. มีการประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์, วิหุญ, โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์</p> <p>11. เป็นแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางเฉลิมบูรพาชลทิศ (ถนนเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก)</p>	<p>1.มีสนามบินอยู่ตะกั่วทุ่งเที่ยวมาแบบเหมาลำและแบบผู้โดยสาร</p> <p>2.มีองค์กรต่าง ๆ สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง</p> <p>3.เทศบาลตำบลปากน้ำประแส มีผู้นำเข้มแข็งให้ความสำคัญและใส่ใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน</p> <p>4.มีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เช่น สวนผลไม้ ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง และมะม่วงมันประแส</p> <p>3.มีกลุ่มองค์กรสหกรณ์ กลุ่มหัตถกรรมอารแปรรูปอาหารที่เข้มแข็ง กลุ่มสตรี</p> <p>4.มีที่พัก โฮมสเตย์ได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ</p> <p>5. ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และรถสามล้อไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ</p> <p>6.มีกลุ่มเยาวชนสีเขียว, กลุ่มโฮมสเตย์, กลุ่มรักษ์ประแสและกลุ่มชุมชนเข้มแข็ง. ชุมชนมีการรวมกลุ่มสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและรองรับคณะศึกษาดูงานฯ ในพื้นที่ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน</p> <p>7. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์. มีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อม</p> <p>ทรัพยากรธรรมชาติและป่าชายเลนอย่างเป็นรูปธรรมณ์</p>	<p>1.โครงการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยจุลินทรีย์ชีวภาพแทนการใช้เคมี</p> <p>2.โครงการส่งเสริมด้านการตลาดทางการท่องเที่ยว โดยการแลกเปลี่ยนดูงานยังสถานที่อื่น</p> <p>3.โครงการส่งเสริมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงกีฬา เชิงนิเวศ เชิงเกษตร และเชิงวัฒนธรรม</p> <p>4.ชุมชนมีความเข้มแข็งมากขึ้น มีการช่วยเหลือกันเองภายในชุมชน และมีการสร้างกลุ่มและเครือข่ายเพื่อสร้างกิจกรรมเป็นการกระจายรายได้</p> <p>5.มีองค์กรต่าง ๆ สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</p> <p>6.ผู้ประกอบการด้านการประมงสามารถพัฒนาสินค้าแปรรูป สร้างอาชีพด้วยการบริการนักท่องเที่ยวโดยทางเรือ เพื่อสร้างรายได้ช่องทางหนึ่ง</p> <p>7.มีผู้บริหารภาครัฐ ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนมีโอกาสในการพัฒนาชุมชนก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น</p> <p>8.มีแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์</p> <p>ชุมชนมีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ทั้งภาคการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อการดำรงชีวิตอย่างมีเอกลักษณ์</p>

ตาราง 18 (ต่อ)

โอกาส (OPPORTUNITIES:O)	จุดแข็ง+โอกาส (SO)	จุดอ่อน+โอกาส (WO)
12. นโยบายรัฐบาลในยุคไทยแลนด์ 4.0 13. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 14. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 15. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 16. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 17. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผจญภัย 18. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและศาสนา 19. มีตลาดการท่องเที่ยวจากประเทศจีน/อินเดีย/มุสลิม 20. นโยบายของรัฐบาลตามโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	8. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 9. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 10. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 11. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผจญภัย 12. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณและศาสนา 13. นโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 14. มีตลาดการท่องเที่ยวจากประเทศจีนและอินเดีย 15. นโยบายของรัฐบาลตามโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	9. โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) สามารถสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวได้ให้กับชุมชน 10. ชุมชนปากน้ำประแสมีความหลากหลายทางชีวภาพที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ชุมชนอย่างสงบกับธรรมชาติ และดำเนินตามโครงการพระราชริเริ่มเศรษฐกิจพอเพียง 11. ชุมชนได้รับโอกาสทางการท่องเที่ยวจากกระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม เชิงอาหาร เชิงสุขภาพ เชิงกีฬา ผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณและศาสนา 12. มีตลาดการท่องเที่ยวจากประเทศจีนนิยมมากท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้น
	จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weaknesses: W)
	1. ตั้งอยู่ใกล้สนามบินผู้ตงเกาะ และอยู่บนระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) 2. มีผลผลิตทางการเกษตร เช่น มะม่วงมันประแส 3. มีกลุ่มอาชีพ เช่น โฮมสเตย์ กลุ่มสามล้อท่องเที่ยว เป็นต้น 4. องค์กรมีกลุ่มสตรีและศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อและบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน สามารถให้ความรู้และมีแหล่งการเรียนรู้ 5. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ 6. มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น ศาลกรมหลวงชุมพรฯ, ถนนเส้นริมน้ำ, ต้นตะเคียนใหญ่ร้อยปี, อนุสรณ์เรือหลวงประแส เป็นต้น 7. มีการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างหน่วยงานพื้นที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับการดูแลป่าชายเลน 8. ผู้บริหารให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน 9. มีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาสีน้ำจืดลุ่มทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนอย่างเป็นรูปธรรม 10. มีกลุ่มเยาวชนสีเขียว กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มรักษ์ประแสและชุมชนเข้มแข็ง 11. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนที่น่าสนใจ เช่น ซาโปขลุ้ 12. มีเครือข่ายการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยว	1. มีการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช 2. ขาดการส่งเสริมด้านการตลาดด้านการท่องเที่ยว และการกระจายผลผลิตทางการเกษตร 3. ขาดการส่งเสริมด้านการพัฒนาสินค้าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้านประมง 4. ประชาชนขาดวินัยด้านการเงิน เกิด 5. ปัญหาน้ำล้นทั้งในและนอกระบบ 6. ขาดการเก็บออม 7. ปัญหาการขาดแคลนแรงงานด้านการประมง 8. เจ้าหน้าที่และประชาชน ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 9. บุคลากรขับเคลื่อนไม่เพียงพอ 10. การมีส่วนร่วมภาคประชาชนยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ 11. ขาดความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมในแต่ละกลุ่ม 12. หน่วยงานภาครัฐเข้าถึงชุมชนไม่ครบถ้วน 13. การบังคับใช้กฎหมายไม่สามารถทำได้อย่างจริงจัง 14. ไม่มีการกำหนดข้อควรปฏิบัติในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว 15. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ตาราง 18 (ต่อ)

	จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weaknesses: W)
	<p>13. ได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ</p> <p>14. มีทุ่งโปรงทอง ได้รับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ของจังหวัดระยอง ประจำปี พ.ศ.2554</p> <p>15. ชุมชนบ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero waste ประจำปี พ.ศ. 2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p>	
โอกาส (OPPORTUNITIES:O)	จุดแข็ง+โอกาส (SO)	จุดอ่อน+โอกาส (WO)
<p>1. ผลผลิตทางการเกษตรกำลังจะหมดไป</p> <p>2. ปัจจัยการลงทุนด้านการประมงหรือต้นทุนสูง</p> <p>3. ภาวะเศรษฐกิจของโลกและของประเทศตกต่ำ</p> <p>4. การเกิดภาวะเงินเฟ้อ เนื่องจากราคาสินค้าและราคาน้ำมันที่แพงขึ้นเรื่อย ๆ</p> <p>5. การเกิดภัยธรรมชาติ ทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหาย</p> <p>6. กฎหมายทางการประมงเข้มงวด</p> <p>7. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่สอดคล้องกับวิถีชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์</p> <p>8. การสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันในชุมชน</p> <p>9. ประชาชนในท้องถิ่นบางส่วนไม่ให้ความร่วมมือในการต้อนรับคณะนักท่องเที่ยว มองผลประโยชน์ ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวม</p> <p>10. สภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว</p> <p>11. นักท่องเที่ยวมีเวลาน้อย ทำให้เรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง</p> <p>12. ไม่มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น</p> <p>13. กลุ่มอาชีพไม่เข้มแข็งมีการบริหารจัดการกลุ่มไม่ต่อเนื่องต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการอบรมกลุ่มใหม่อยู่บ่อยครั้งทุกปี</p> <p>14. น้ำมันราคาแพง ค่าครองชีพสูงขึ้น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้น</p> <p>15. มีพืทยา จังหวัดตราด จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นคู่แข่งโดยรอบ</p> <p>16. ภาครัฐสร้างนิคมอุตสาหกรรมและระเบียบเศรษฐกิจพิเศษตะวันออก(EEC) ในบริเวณใกล้เคียง อาจสร้างมลภาวะ</p> <p>17. ในภูมิภาคมีภัยธรรมชาติ อุทกภัย พายุไซร่อน</p>	<p>1. มีสนามบินอยู่ตะกั่วป่า ที่ช่วยด้านการส่งสินค้า จากภาคการเกษตร ภาคการประมงและการแปรรูปสินค้าไปขายยังต่างประเทศ</p> <p>2. มีการสร้างอาชีพใหม่เกิดขึ้นทางการท่องเที่ยว เช่น การสร้างโฮมสเตย์ กลุ่มรถสามล้อ กลุ่มเรือเล็ก บริการนักท่องเที่ยว เพื่อทดแทนอาชีพทางการประมง ที่นับวันจะยิ่งลดน้อยลง ด้วยข้อกฎหมายที่เข้มงวดมากขึ้น</p> <p>3. ชุมชนมีสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมที่น่าสนใจแต่นักท่องเที่ยวไม่มีเวลา ทำให้เรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมไม่ทั่วถึง</p> <p>4. ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ เช่น ชาใบขลุ่ กางเกงชาวเล กะปิ น้ำมันมะม่วงมันประแส แต่ขาดการตลาดในการส่งเสริมด้านการขาย</p> <p>5. ชุมชนมีการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ประชาชนยังขาดการทำงานเป็นทีม และการเสียสละส่วนตนเพื่อส่วนรวม</p> <p>6. ชุมชนสามารถสร้างความโดดเด่นของชุมชนทางการท่องเที่ยวได้ด้วย เชิงนิเวศ เชิงกีฬา เชิงเกษตร เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเชิงอาหาร เพราะมีความพร้อมในทรัพยากรเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจ</p> <p>7. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในชุมชนมีความแตกต่างจากพื้นที่คู่แข่งอย่าง พืทยา</p> <p>8. มีกิจกรรมที่สนับสนุนทางการท่องเที่ยวและรักษาสีสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนอย่างเป็นรูปธรรม แต่นักท่องเที่ยวไม่มีเวลาได้สัมผัส</p>	<p>1. ผลผลิตทางการเกษตร ประมง กำลังจะหมดไป เพราะด้วยการพัฒนาพื้นที่ทางการอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น ข้อกฎหมายที่เข้มงวดทางการประมง และต้นทุนที่สูง น้ำมันแพงมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดปัญหาในการพัฒนา</p> <p>2. การสื่อความหมายการแรงงานต่างด้าวเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติในการร่วมอยู่ร่วมกันในชุมชนต้องเข้าใจโดยง่าย และมีข้อระมัดระวังในการอยู่ร่วมกัน เพราะชุมชนอยู่อย่างสงบ</p> <p>3. ชุมชนขาดวินัยทางการเงินและขาดองค์ความรู้ ทำให้เกิดปัญหาการเป็นหนี้สิน ต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุนในการสร้างอาชีพใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น</p> <p>4. ปัญหาขาดแคลนแรงงานด้านการประมงด้วยข้อกฎหมายของแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานอย่างถูกต้องที่เข้มงวด</p> <p>5. การมีส่วนร่วมภาคประชาชนยังไม่ครบถ้วนในทุกพื้นที่ ทำให้ประชาชนขาดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลการพัฒนาพื้นที่และการกระจายการสร้างรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นร่วมกันทางการท่องเที่ยว</p> <p>6. ชุมชนปากน้ำประแสเป็นพื้นที่ที่อยู่ชายทะเล มักจะได้รับมรสุม พายุ ไม่เหมาะต่อการท่องเที่ยว</p> <p>7. กลุ่มอาชีพไม่เข้มแข็งมีการบริหารจัดการกลุ่มไม่ต่อเนื่องต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการอบรมกลุ่มใหม่อยู่บ่อยครั้งทุก ๆ ปี สิ้นเปลืองงบประมาณ</p>

ตาราง 18 (ต่อ)

โอกาส (OPPORTUNITIES:O)	จุดแข็ง+โอกาส (SO)	จุดอ่อน+โอกาส (WO)
18. อยู่ใกล้พหุวิทยาเป็นแหล่งอาชญากรรมข้ามชาติ 19. มีการลงทุนด้านอุตสาหกรรมมากกว่าด้านท่องเที่ยว	9. มีทุ่งโปรงทอง ที่ได้รับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดระยอง สามารถเข้าชมได้ตลอดทั้งปีไม่เสียค่าใช้จ่าย ทำให้ชุมชนต้องสูญเสียเงินในการซ่อมแซมสะพานในแต่ละปี 10. ชุมชนมีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ เช่น จีน กัมพูชา พม่า ทำให้ต้องมีความระมัดระวังในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน	8. ภาครัฐสร้างนิคมอุตสาหกรรมและระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ในบริเวณใกล้เคียงอาจสร้างมลภาวะได้ 9. ชุมชนอยู่ไม่ไกลจากพหุวิทยา เป็นแหล่งอาชญากรรมข้ามชาติ ก่อให้เกิดปัญหาต่อชุมชนได้ 10. ภาครัฐส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมมากกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

รายงานผลการตรวจสอบศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ปากน้ำประแสอย่างยั่งยืน

ด้านศักยภาพด้านทรัพยากรในพื้นที่

1. ทรัพยากรธรรมชาติ มีชายหาดที่สวยงาม วิถีชีวิตที่สวยงามเหมาะกับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว
2. มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ “ทุ่งโปรงทอง” แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ได้รับมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2554” ซึ่งเหมาะสมเป็นศูนย์ศึกษาเรียนรู้ให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยว
3. มีสวนผลไม้ที่โดดเด่น เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด สับปะรด ลองกอง ที่สามารถส่งเสริมให้เกิดแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมากทางด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. มีทรัพยากรทางด้านภาษาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความเป็นอัตลักษณ์ของตัวเอง ที่มีสำเนียงเช่นเดียวกับภาษากลาง แต่สำเนียงพูดเพี้ยนไปมาก มีลักษณะคล้าย ๆ กับภาษาพูดของชาวจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด และเป็นความภาคภูมิใจของชาวชุมชนปากน้ำประแสและชาวระยอง
5. ชุมชนปากน้ำประแส มีวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและมีการผสมผสานของ 2 เชื้อชาติระหว่าง คนจีนและคนไทย ที่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างลงตัว และสามารถพัฒนาพื้นที่นี้ให้น่าอยู่โดดเด่นเพื่อสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
6. ชุมชนปากน้ำประแสมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น ศาลกรมหลวงชุมพรฯ ถนนเส้นริมน้ำ ต้นตะเคียนใหญ่ร้อยปี อนุสรณ์เรือหลวงประแส เป็นต้น ซึ่งเป็นที่น่าดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว

7. ชุมชนปากน้ำประแสร์ที่มีที่พักได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

8. ชุมชนปากน้ำประแสร์ บ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero Waste ประจำปี พ.ศ. 2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

9. ชุมชนปากน้ำประแสร์มีวัดที่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจหลายวัด เช่น วัดแหลมสน ที่สร้างขึ้นด้วยพระราชดำริของสมัยรัชกาลที่ 5 และวัดตะเคียนงามที่มีต้นตะเคียนอายุมากกว่า 500 ปี ทำให้เกิดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

10. ชุมชนปากน้ำประแสร์เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางอาหารทะเลที่ดีที่สุดและอาหารพื้นบ้านที่อร่อยมีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองและโดดเด่นและมีชื่อเสียงทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ

11. ชุมชนปากน้ำประแสร์มีพื้นที่เพาะปลูกทางการเกษตรทำสวนผลไม้ และการทำการประมงที่โดดเด่น และมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและซ่อมเรือที่มีชื่อเสียงของภาคตะวันออก

12. มีเส้นทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การปั่นจักรยานเสือภูเขา การแข่งขันเรือยาวที่มีชื่อเสียง และแข่งขันเรือใบทางทะเล ซึ่งทำให้พื้นที่นี้มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาทางการท่องเที่ยว และเหมาะต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

1. ชุมชนปากน้ำประแสร์ มีการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างหน่วยงานพื้นที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับการดูแลป่าชายเลนทำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ต่อสัตว์น้ำ และสัตว์บกส่งผลดีต่อระบบนิเวศ

2. มีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนอย่างเป็นรูปธรรม องค์กรกลุ่มสตรีและศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อและบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน สามารถให้ความรู้ และมีแหล่งการเรียนรู้

3. ชุมชนปากน้ำประแสร์ มีความร่วมมือร่วมใจกันอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมในการบริหารจัดการขยะชุมชน และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีชมรม “คนรักประแสร์” ร่วมสร้างสรรค์และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในเชิงกายภาพและวิถีชีวิต พัฒนาการจัดการบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

4. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ เช่น ภาคเอกชนผู้ประกอบการที่พำนักไฮมสเตย์ ร้านอาหาร ชมรมต่าง ๆ และประชาชน มีความสามัคคีกัน และสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสให้เกิดความยั่งยืน

5. ประชาชนในพื้นที่มีความคิดและตระหนักถึงการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือน

6. ประชาชนในชุมชนปากน้ำประแส มีความรักและห่วงแหนต่อทรัพยากรที่รักษาสิ่งแวดล้อมและป่าชายเลน

7. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อรองรับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่กำลังเกิดขึ้น

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

1. ชุมชนปากน้ำประแส มีการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน โดยเทศบาลตำบลปากน้ำประแสจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการให้กับกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ เช่น กลุ่มคนรักประแส กลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยชุมชนปากน้ำประแส กลุ่มเรือท่องเที่ยวชมธรรมชาติคลองแสมผู้ เป็นต้น

2. ชื่องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และเกี่ยวข้องมาหารือและกำหนดทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จัดทำและวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน อย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชน โดยจัดวางแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ และชุมชนได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง บนการสนับสนุนจากภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน

3. ร่วมสร้างสรรค์และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในเชิงกายภาพและวิถีชีวิต พัฒนาการจัดการบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

4. ทางชุมชนปากน้ำประแสได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานระยอง-จันทบุรี ทำข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

5. ชุมชนมีการเชิญชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัด ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบริการที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อรองรับการพัฒนาโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

6. ทางชุมชนปากน้ำประแสมีการสร้างเครือข่าย กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มสามล้อบริการ นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และกลุ่มคนรักประแส เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนและเกิดความยั่งยืน

7. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นตัวกลางและมีบทบาทต่อการเข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาด และการมุ่งเน้นให้เกิดการสร้างเครือข่ายในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีงบประมาณสนับสนุนกลุ่มต่าง ๆ ที่จะเดินทางมาประชุมสัมมนาที่พื้นที่ของชุมชนปากน้ำประแส

ศักยภาพด้านการส่งเสริมกิจกรรม การเรียนรู้และปลูกจิตสำนึก

1. ชุมชนปากน้ำประแสมีการจัดการด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นรูปธรรม เช่น การส่งเสริมการปลูกป่าชายเลน จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงคือ “ทุ่งโปรงทอง”

2. ชุมชนปากน้ำประแสมีวิธีการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว จัดทำแผนที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าใจ

3. มีการสร้างกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์และภาคภูมิใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ดีเช่น การปลูกป่าชายเลน การปั่นจักรยานเสือภูเขาบนถนนเลียบชายหาด (เฉลิมบูรพาชลทิศ) และกิจกรรมการรับประทานผลไม้ในสวนตามฤดูกาลของนักท่องเที่ยว

4. มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชนนักท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ เช่น การปลูกป่าชายหาด และป่าชายเลน กิจกรรมด้านการรักษาลิงแวดล้อมในชุมชน การจัดการเรื่องขยะ การให้ความรู้กับเกษตรกรด้านการใช้สารเคมีที่มีผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตร ที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

5. เทศบาลตำบลปากน้ำประแสมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ชุมชนมีความรักสามัคคี รักวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต แหล่งประวัติศาสตร์ และความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

6. ชุมชนปากน้ำประแส มีปราชญ์ชาวบ้าน มีภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้คนในพื้นที่มีจิตใจดี มีรอยยิ้มสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะเป็นเจ้าบ้านที่ดีและพัฒนาชุมชนให้น่าอยู่ และเตรียมความพร้อมรองรับด้านการท่องเที่ยวกับโครงการระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ได้อย่างดี

ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำผลจากการสัมภาษณ์และผลการประชุมกลุ่มย่อย ได้แก่ ชุมชนศึกษา การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ SWOT และการหาค่าศักยภาพของ

ชุมชนปากน้ำประแส อำเภอกะลา จังหวัดระยอง ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อมาทำการประมวลเป็นภาพรวมของการจับคู่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (TOWS Matrix) และได้นำผลการประมวลมาวิเคราะห์ขึ้น เพื่อไปกำหนด วิสัยทัศน์หรือความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอีกห้าปีข้างหน้าต่อและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส ดังนี้

รายงานผลแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส

ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเข้าสู่กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส โดยในที่ประชุมจะมีการระดมสมองร่วมกันเกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์/โครงการ ในแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

วิสัยทัศน์ที่ 1 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมหิ่งห้อย เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

วิสัยทัศน์ที่ 2 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งอาหารทะเล และผลไม้โลก วิสาหกิจไบโกลู เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง

วิสัยทัศน์ที่ 3 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย วิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตร เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”

วิสัยทัศน์ที่ 4 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ประแสเมืองน่าอยู่ เมืองประวัติศาสตร์กรมหลวงชุมพรฯ อนุสรณ์เรือรบหลวงประแส ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้าน ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน ย่านวัดพุทธเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

ภายใต้วิสัยทัศน์ดังกล่าว ผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันกำหนด ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส 4 ด้าน คือ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และโครงการ ดังนี้

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคม และสาธารณูปโภคภายในชุมชน เส้นทางภายในชุมชน เส้นทางจักรยาน เส้นทางเท้า ป้ายบอกทาง ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ภายในชุมชน

โครงการรณรงค์ขีดแยกขยะจากครัวเรือน (โครงการชุมชน ไร้ถัง)

โครงการถนนปลอดถังขยะ

กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

โครงการล่องเรือเก็บขยะ โครงการจัดทำโครงการหมักปุ๋ย จุลินทรีย์

โครงการรณรงค์ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง

โครงการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการรักษาความสะอาดของบ้านเมืองแก่ชุมชนและแรงงานต่างด้าว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

กลยุทธ์ที่ 2.1 การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยว

โครงการจัดหากิจกรรมใหม่ ๆ โดยเน้นให้เกิดรายได้กับกลุ่มอาชีพพื้นบ้าน เช่น ตลาด หอยตลับ รุนเคย ยกยอ ล่องเรือตกปลา ล่องเรือเมืองแกลง-ประแส-เกาะมัน

โครงการส่งเสริมการตลาด จัดตลาด และพัฒนาส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบของการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์ของสินค้า

กลยุทธ์ที่ 2.2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ สามล้อ บริการนักท่องเที่ยว ชมรมเรือเล็กบริการนักท่องเที่ยว ชมรมร้านอาหารและมัคคุเทศก์

โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ปากน้ำประแส

ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 3.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง

โครงการให้การสนับสนุนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยการอบรมให้ความรู้และทำกิจกรรม แบบบูรณาการร่วมกัน โดยเน้นความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมเป็นหลัก

อบรมและพาไปศึกษาดูงานยังสถานที่ประกอบการอื่น ๆ เช่น วังน้ำเขียว บ้านปราสาท อัมพวา

กลยุทธ์ที่ 3.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น

โครงการจัดตั้งระบบสหกรณ์ กลุ่มหัตถกรรมในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน
ในท้องถิ่น

โครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 4.1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ

โครงการการอบรมมััคคุเทศก์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้
ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน

โครงการการอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง
และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน

กลยุทธ์ที่ 4.2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

โครงการสืบสานประเพณีตักบาตรขนมข้าวต้มมัด ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทย
ของชุมชนปากน้ำประแส

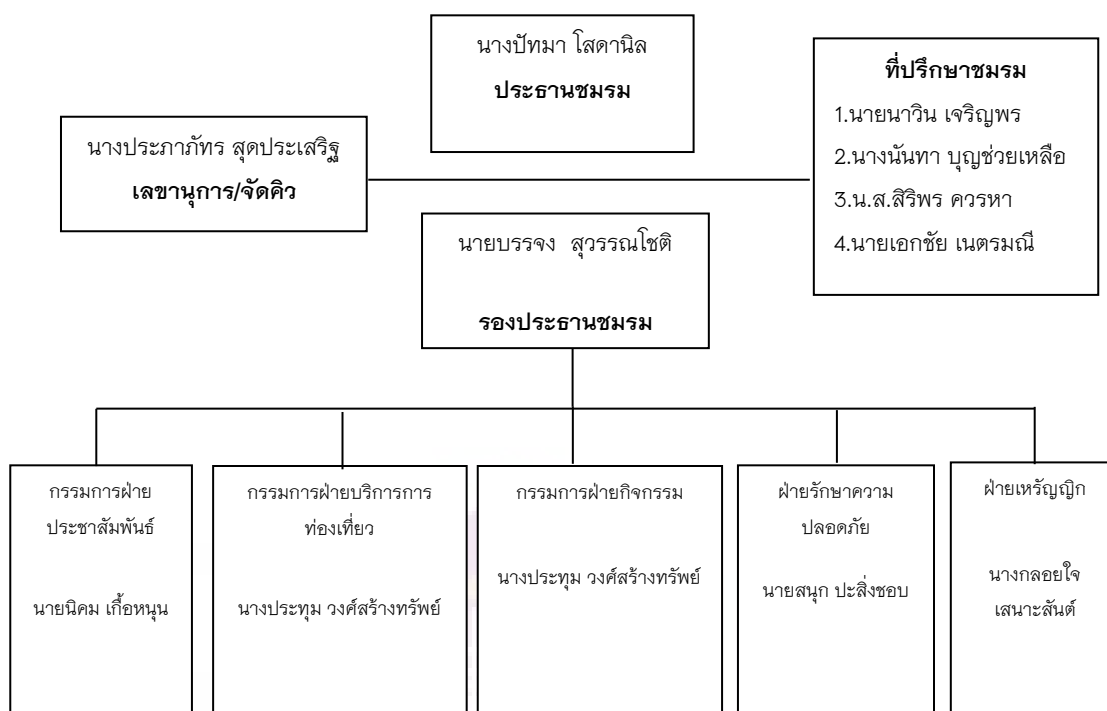
โครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การทำเกษตรปลอดสารเคมี โดยใช้เกษตร
แบบอินทรีย์ให้กับชุมชนปากน้ำประแส

การดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

หลังจาก กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนปากน้ำประแสได้ร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์
ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการนำร่องภายใต้ แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ของชุมชนปากน้ำประแส ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ
จัดตั้งชมรมเพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการและควบคุมการดำเนินงานกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว
ของชุมชนให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี โดยจะ
สามารถสรุปโครงสร้างการบริหารจัดการชมรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชน
ปากน้ำประแส ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การจัดตั้งคณะกรรมการบริการการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

โครงสร้างชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส จากผลการ
ประชุมเพื่อกำหนดตำแหน่งการบริหารจัดการชมรมกลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
โดยชุมชนปากน้ำประแส สามารถสรุปรายชื่อคณะกรรมการตามตำแหน่งดังรายละเอียด
ต่อไปนี้



ภาพ 78 แสดงโครงสร้างของชมรมกลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
โดยชุมชนปากน้ำประแส

บทบาทและหน้าที่การดำเนินงานกิจกรรมของชมรมฯ

เมื่อมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนต่าง ๆ ในการบริหารจัดการชมรม ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ประธานชมรมโดย นางปัทมา โสदानิล ได้นำร่างแผนยุทธศาสตร์ มาปรับใช้ในการดำเนินการของกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนปากน้ำประแส ได้คณะกรรมการ บริการ เมื่อวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา และสามารถอยู่ในวาระได้ 1 ปี โดยได้รับการรับรองจากเทศบาลปากน้ำประแสโดยนาย ไชยรัตน์ เอื้อตระกูล นายกเทศมนตรีตำบล ปากน้ำประแส และประธานชมรมได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริการชมรมฯ ฝ่ายต่างๆ ดำเนินการตามบทบาทและหน้าที่ตนเอง ดังนี้

1. ประธานชมรม

หน้าที่ จัดการประชุม บริหารจัดการชมรมให้ดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของชมรมฯ และเป็นวิทยากรหลักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชนปากน้ำประแส

2. รองประธานชมรม

หน้าที่ ประธานงานการจัดการประชุม ควบคุมการดำเนินงานกิจกรรมของแต่ละฝ่ายของชมรมฯ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของชมรมฯ ประธานงานกับองค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบกิจการ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมื่อจะมีการประชุมหรือการจัดอบรมโครงการต่าง ๆ ของชมรมฯ

3. ที่ปรึกษาโครงการ

หน้าที่ ให้คำแนะนำในการการจัดทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชมรมฯ และการประสานงาน เมื่อมีการจัดงาน กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของชมรมฯและของชุมชน

4. กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์

หน้าที่ เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของชมรมฯ ให้กับนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปได้รับทราบ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ทาง Facebook และทาง Line โทรศัพท์ไปยังเครือข่าย ต่าง ๆ

5. กรรมการฝ่ายบริการการท่องเที่ยว

หน้าที่ จัดการคิวการขับรถของสมาชิกของชมรมฯ เพื่อให้เป็นไปตาม กฎ ระเบียบที่ทางชมรมฯได้วางเอาไว้ด้วยการบริการที่ดีและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

6. กรรมการฝ่ายกิจกรรม

หน้าที่ จัดการด้านการดำเนินกิจกรรมของชมรมฯ หรือเมื่อหน่วยงานภาครัฐเช่นเทศบาลตำบลปากน้ำประแสมีบุคคลสำคัญ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวที่ได้มาเที่ยวที่ชุมชนปากน้ำประแส ต้องเตรียมความพร้อมในของการแต่งกายให้กับผู้ขับรถสามล้อทุกคน โดยใส่เสื้อสีขาวของชมรมฯ เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของชมรมฯ และมีการนัดแนะเวลาที่ได้วางเอาไว้ในแต่ละกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดความพร้อมในการบริการผู้มาเยือนชุมชนปากน้ำประแสและประสานงานสมาชิกทุกคนต้องทำกิจกรรมเก็บขยะบริเวณสะพานศึกษาธรรมชาติทุ่งโปรงทองโดยการจัดเวร

7. กรรมการฝ่ายรักษาความปลอดภัย

หน้าที่ จัดการดูแลความปลอดภัยให้กับผู้ขับขีรถสามล้อ โดยให้ขับความเร็วไม่เกิน 30 กิโลเมตรต่อชั่วโมงต่อรถ 1 คันนักท่องเที่ยวสามารถนั่งได้ไม่เกิน 4 คน เพื่อความปลอดภัย และดูแลสอดส่องพื้นที่เมื่อเกิดปัญหาทั่วไปในชุมชน

8. กรรมการฝ่ายเหรียญก

หน้าที่ จัดเก็บเงินจากสมาชิกของชมรมฯ โดยรถสามล้อแต่ละคันจะต้องหักให้กับชมรมฯ 5 เปอร์เซ็นต์ จากรายได้เพื่อไว้ใช้ในกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นของชมรม

โปรแกรมการท่องเที่ยวของชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนปากน้ำประแส

คณะกรรมการบริหารชมรมได้ประชุมระดมสมองร่วมกันในการกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนปากน้ำประแส ดังรายละเอียดต่อไปนี้

โปรแกรม 1 วัน

06.00 น. เดินทางจากกรุงเทพมหานคร (รับประทานอาหารบนรถ)

09.00 น. เดินทางถึงเทศบาลตำบลปากน้ำประแส อ.แกลง จ.ระยอง

นายกเทศมนตรีตำบลปากน้ำประแส กล่าวต้อนรับคณะนักท่องเที่ยว เล่าประวัติความเป็นมาและฐานกิจกรรมของชุมชน

10.00 น. ชมการสาธิตการทำสมุนไพรชาใบชู่ (นักท่องเที่ยวสามารถลองปฏิบัติได้) สรรพคุณทางยาเพื่อการรักษาโรค ณ ศูนย์วิสาหกิจชุมชนผลิตชาใบชู่ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตำบลปากน้ำประแส

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน ณ ชุมชนปากน้ำประแส

13.00 น. เดินทางถึงศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราชหลวงชุมพร เขตอุดมศักดิ์ภายในศาลประดิษฐานพระรูปหล่อขนาดเท่าองค์จริงของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในพระอิริยาบถประทับยืน ทรงฉลองพระองค์ชุดเครื่องแบบเต็มยศพลเรือเอกแห่งราชนาวี หลังจากสักการะภายในศาลแล้ว ด้านหลังมีจุดชมวิวยอดนิยมปากน้ำประแส

13.30 น. เดินทางถึงทุ่งโปรงทองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในเรื่องระบบนิเวศของป่าชายเลน ได้เห็นความสวยงามตามธรรมชาติของป่าโกงกาง ไม้โปรง และไม้ริมชายฝั่ง

14.30 น. เยี่ยมชมอนุสรณ์สถานเรือรบหลวงประแส ที่มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ราชนาวีไทย เป็นกำลังหลักของกองเรือปราบเรือดำน้ำ กองเรือยุทธการ กองทัพเรือ ในการต่อต้านภัยคุกคามทางทะเลในช่วงรุกคืบ ของลัทธิคอมมิวนิสต์ในคาบสมุทรอินโดจีน

15.00 น. เยี่ยมชมวัดตะเคียนงาม เป็นวัดที่มีความสำคัญมีส่วนในการสร้างสรรค์พัฒนาท้องถิ่นภายในตำบลปากน้ำประแส และบริเวณภายในวัดมีต้นตะเคียนใหญ่ 2 ต้น ซึ่งมีอายุ 400 กว่าปี เป็นสัญลักษณ์สำคัญของวัดตะเคียนงาม

- 15.15 น. สะพานประแสสิน (ประแสสิน-เนินซ้อ) จุดชมวิวแห่งใหม่ มองเห็นทัศนียภาพ 2 ฝั่ง ทั้งฝั่งทะเลและฝั่งชุมชนประแสเป็นถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลตะวันออก ที่จะเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม วิถีชีวิต จากจังหวัดระยองสู่จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด
- 15.35 น. เดินทางถึงวัดราชบัลลังก์และสักการะศาลพระเจ้าตากสินภายในมีโบราณวัตถุเก่าแก่อายุกว่า 300 ปี ศาลพระเจ้าตากสิน ศาลที่พักรวมพลทหารพ่อสินริมแม่น้ำประแส ที่พักเรือทหาร เครื่องลายคราม ถ้วยชามไท และอื่น ๆ เป็นอีกหนึ่งร่องรอยแห่งประวัติของ “พระเจ้าตากสินมหาราช”
- 16.00 น. สักการะอนุสาวรีย์สุนทรภู่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์ของอำเภอแกลงที่สร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงท่านสุนทรโวหาร (ภู่) กวีเอกของไทย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น
- 16.30 น. เดินทางถึงชายหาดแม่พิมพ์ พักรับประทานอาหารตามอัธยาศัย อีกหนึ่งชายหาดที่สวยงามของจังหวัดระยอง หาดทรายยาวสีขาวสวย มีร้านอาหารและที่พัก โดยเฉพาะด้านที่ติดกับศาลเจ้าแม่พิมพ์ เหมาะกับการนั่งรับประทานอาหารทะเลสด ๆ พลังชมพระอาทิตย์ตกทะเล
- 18.00 น. เดินทางกลับ
- โปรแกรม 2 วัน 1 คืน
- วันที่ 1
- 6.00 น. เดินทางจากกรุงเทพมหานคร (รับประทานอาหารบนรถ)
- 9.00 น. สักการะ หลวงปู่คร่ำ วัดวังหัว ซึ่งมีชื่อเสียงทางด้านเมตตามหานิยม และยันต์พิศอบกเพื่อค้าขายร่ำรวย ผูกสมาธิและสติ ณ วัดวังหัว
- 10.00 น. สักการะอนุสาวรีย์สุนทรภู่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์ของอำเภอแกลงที่สร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงท่านสุนทรโวหาร (ภู่) กวีเอกของไทย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น
- 11.00 น. รับประทานอาหารริมหาดแม่พิมพ์นั่งเล่นริมหาดแม่พิมพ์อีกหนึ่งชายหาดที่สวยงามของจังหวัดระยอง หาดทรายยาวสีขาวสวย มีร้านอาหารและที่พัก โดยเฉพาะด้านที่ติดกับศาลเจ้าแม่พิมพ์ เหมาะกับการนั่งรับประทานอาหารทะเลสด ๆ และสักการะศาลเจ้าแม่พิมพ์ สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่หาดแม่พิมพ์ และแวะซื้อของฝาก

- 13.00 น. เดินทางถึงวัดราชบัลลังก์ ไหว้พระเก้าแก่ ลิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่หมู่บ้านทะเลน้อย ลักการะศาลพระเจ้าตากสินและสถานที่ว่าราชการก่อนกู้เอกราช คูศาลพระเจ้าตาก ฟังเจ้าอาวาสเล่าประวัติและดูเครื่องใช้ของพระเจ้าตาก
- 14.30 น. เดินทางถึงเทศบาลตำบลปากน้ำประแส อ.แกลง จ.ระยอง นายกเทศมนตรีตำบลปากน้ำประแส กล่าวต้อนรับคณะนักท่องเที่ยว เล่าประวัติความเป็นมาและฐานกิจกรรมของชุมชน
- 15.30 น. เดินทางโดยรถโดยสารสามล้อพ่วงบริการนักท่องเที่ยวถึงศาลสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เขตอุดมศักดิ์ภายในศาลประดิษฐานพระรูปหล่อขนาดเท่าองค์จริงของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในพระอิริยาบถประทับยืน ทรงฉลองพระองค์ชุดเครื่องแบบเต็มยศพลเรือเอกแห่งราชนาวี หลังจากลักการะภายในศาลแล้ว ด้านหลังมีจุดชมวิวของปากน้ำประแส
- 16.00 น. เดินทางโดยรถโดยสารสามล้อพ่วงบริการนักท่องเที่ยวถึงทุ่งโปรงทอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในเรื่องระบบนิเวศน์ของป่าชายเลน ได้เห็นความสวยงามตามธรรมชาติของป่าโกงกาง ไม้โปรง และไม้ริมชายฝั่ง
- 17.00 น. เดินทางโดยรถโดยสารสามล้อพ่วงบริการนักท่องเที่ยวถึงอนุสรณ์สถานเรือรบหลวงประแส ที่มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ราชนาวีไทย เป็นกำลังหลักของกองเรือปราบเรือดำน้ำ กองเรือยุทธการ กองทัพเรือ ในการต่อต้านภัยคุกคามทางทะเลในช่วงรุกรานของลัทธิคอมมิวนิสต์ในคาบสมุทรอินโดจีน
- 18.00 น. เดินทางไปสะพานประแสสิน (ประแสสิน-เนินซ้อ) จุดชมวิวแห่งใหม่ มองเห็นทัศนียภาพ 2 ฝั่ง ทั้งฝั่งทะเลและฝั่งชุมชนประแสเป็นถนนสายรองเลียบบชายฝั่งทะเลตะวันออกที่จะเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม วิถีชีวิต จากจังหวัดระยอง สู่อำเภอจันทบุรีและจังหวัดตราด
- 18.30 น. เข้าที่พักโฮมสเตย์ พักผ่อนตามอัธยาศัยชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนปากน้ำประแส และรับประทานอาหารพื้นบ้าน

วันที่ 2

- 07.30 น. รับประทานอาหารเช้า ริมน้ำประแส
- 09.00 น. ขึ้นเรือไปยังเกาะมันใน เยี่ยมชม “โครงการอนุรักษ์เต่าทะเล” ในโครงการพระราชเสาวนีย์ในสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถในรัชกาลที่ 9 ณ ศูนย์วิจัยทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งตะวันออก และฟังการบรรยายพิเศษ ซึ่งมีหน้าที่ศึกษา วิจัย สำรวจ อนุรักษ์ ฟื้นฟู และประเมินสภาวะทรัพยากรบริเวณอ่าวไทยฝั่งตะวันออก สัตว์ทะเลหายากและใกล้สูญพันธุ์ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมในทะเล เพื่อการพัฒนาและจัดการทรัพยากรให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน
- 12.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวันบนเกาะมันใน ดำน้ำ ดูปะการังและสัตว์น้ำนานาชนิด ณ บริเวณเกาะมันใน
- 15.00 น. เดินทางกลับถึงท่าเรือ ปากน้ำประแส
- 17.00 น. เข้าร่วมการทำผลิตภัณฑ์ของชุมชน การทำชาใบชู่
- 17.30 น. รับประทานอาหารเย็น โดยอาหารพื้นบ้านที่ขึ้นชื่อของปากน้ำประแส เช่น แกงป่าปลาเห็ดโคน ห่อหมกทะเลนึ่ง และย่างหมูต้มใบชะมวง ยำหอยปากเปิด ก๋วยเตี๋ยวผัดปู ทะเลลวกจิ้ม เคยชุบแป้งทอด เป็นต้น
- 19.00 น. เดินทางกลับกรุงเทพมหานครโดยสวัสดิภาพ
- อัตราค่าบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส
- คณะกรรมการบริหารชมรม ได้ประชุมร่วมกันในการกำหนดราคาของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงอัตราค่าบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส

รายละเอียด	ค่าที่พัก	ค่าอาหาร	ค่ากิจกรรม
กลุ่มศึกษาดูงาน ทัศนศึกษา นักเรียน นักศึกษา ที่เดินทาง มาเป็นหมู่คณะ	คนละ 250 บาท	อาหารกลางวันคนละ 50 บาท อาหารเย็นคนละ 80 บาท อาหาร ว่างและเครื่องดื่มคนละ 15 บาท	ค่าฐานกิจกรรม ฐานละ 30 บาท ค่าวิทยากรบรรยาย 200 บาท
กลุ่มศึกษาดูงาน ทัศนศึกษา เอกชน และประชาชนทั่วไป ที่ เดินทางมาเป็นหมู่คณะ	คนละ 250 บาท	อาหารกลางวันคนละ 80 บาท อาหารเย็นคนละ 80 บาท อาหาร ว่างและเครื่องดื่มคนละ 15 บาท	ค่าฐานกิจกรรม ฐานละ 30 บาท ค่าวิทยากรบรรยาย 200 บาท
นักท่องเที่ยวทั่วไป	คนละ 250 บาท	อาหารกลางวันคนละ 100 บาท อาหารเย็นคนละ 100 บาทอาหาร ว่างและเครื่องดื่มคนละ 30 บาท	ค่าฐานกิจกรรม ฐานละ 30 บาทค่าวิทยากรบรรยาย 500 บาท

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนสู่ภายนอก

ทางชมรมได้มอบหมายให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของชุมชนสู่ภายนอก โดยความคิดเห็นจากที่ประชุมกรรมการบริหารชมรมฯ ได้มอบหมายให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ชมรม กลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนปากน้ำประแส

กฎระเบียบของชมรมกลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนปากน้ำประแส

1. หากแสดงกิริยาไม่เหมาะสมได้รับแขกน้อย เพียง 1-2 คน ถือว่ามีความผิด ไม่ขับรถเร็วกว่าที่กำหนดไว้ 2.5 ก.ม./ชั่วโมง
2. การขาดการประชุมเกิน 3 ครั้ง โดยไม่มีเหตุอันควร จะถูกพักการวิ่งรถในคิวแสมผู้ 1 เดือน
3. ผู้ใดทำผิดรับแขกเองไม่เรียงตามคิดที่ทุ่งโปรงทองและโฮมสเตย์ โดยไม่แจ้งให้กลุ่มทราบ จะถูกพักวิ่ง ในคิวแสมผู้ 1 เดือน
4. สมาชิกทุกคนต้องทำกิจกรรมเก็บขยะบริเวณสะพานศึกษาธรรมชาติทุ่งโปรงทอง โดยการจัดเวร
5. การให้สิทธิพิเศษแก่ผู้จัดคิว 1 คัน ในเวลาที่มินักท่องเที่ยวใช้บริการ 5 คน ให้คนจัดคิว 1 คัน
6. ทุกครั้งที่มีการวิ่งรับ-ส่ง แขกโฮมสเตย์ ให้ใส่เสื้อสีขาว
7. หากมีการเรียกรถในคิวแล้วมีการปฏิเสธไม่มาวิ่งจะถูกสั่งพักวิ่งในคิวแสมผู้และคิวโฮมสเตย์ 1 เดือน (หากไม่มีเหตุผลที่จำเป็นหรือมีเจตนาเอาर्डเอาเปรียบสมาชิก)
8. ห้ามพูดจาสอดเสียดที่เป็นการแสดงถึงการเสียมารยาทให้แขกได้ยิน
9. ห้ามพูดจาสอดเสียดที่เป็นการแสดงถึงการเสียมารยาทให้แขกได้ยิน
10. กำหนดให้รับแขกขึ้น ไม่เกิน 5 คน ต่อเที่ยวระยะใกล้ ระยะไกลไม่เกิน 4 คน (ถามนักท่องเที่ยวก่อนว่าไปที่ไหน)

11. หากเกิดอุบัติเหตุ กลุ่มมีเงินช่วยเหลือครั้งละ 500 บาท ไม่เกิน 1,000 บาท แล้วแต่กรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควร

12. คณะกรรมการ จะดำรงตำแหน่งอยู่ในวาระ ครั้งละ 1 ปี

กรณีที่สมาชิกฝ่าฝืนกฎ ระเบียบที่กำหนดไว้ ประธานกลุ่มบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนปากน้ำประแส สามารถสั่งพักการวิ่งได้ 1 เดือน ถึง 1 ปี หากยังฝ่าฝืนสามารถสั่งพักการวิ่งตลอดไปจนกว่าคณะกรรมการจะเห็นสมควรให้วิ่งต่อไปได้เพื่อใช้ในการ

บริหารจัดการให้สมาชิกกลุ่ม ฯ อยู่ในกฎ ระเบียบ ต่อไป ซึ่งประกาศ ณ วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 โดย นายไชยรัตน์ เอื้อตระกูล นายกเทศมนตรีตำบลปากน้ำประแส

ขั้นตอนการเตรียมความพร้อมจัดการการท่องเที่ยวโดยชมรมกลุ่มสามล้อ บริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนปากน้ำประแส

ทางชมรมกลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยว ได้มีการกำหนดให้มีการจัดการประชุม และติดตามผลการดำเนินงานของชมรมฯ เป็นระยะ โดยมีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ณ บ้านของนางปัทมา โสตานิล ตำแหน่งประธานชมรม เลขที่ 26 หมู่ 2 ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยผู้วิจัยได้เข้าร่วมประชุมในบางครั้ง ซึ่งในที่ประชุมมีมติความเห็นที่ตรงกันว่า จากการที่สมาชิกของชมรมได้เลือกกรรมการมาบริหารชมรมฯ ซึ่งจะมีหน้าที่รับผิดชอบเป็นฝ่าย ๆ นั้น ทำให้ชมรมต้องมีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายของชมรม และทางชุมชนต้องได้รับการอบรมเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและเป็นเจ้าภาพที่ดี ควรให้มีการอบรมยุวมัคคุเทศก์ให้กับนักเรียน โรงเรียนในชุมชน การจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการด้านโฮมสเตย์ สามล้อบริการนักท่องเที่ยว ชมรมร้านอาหาร และจัดการอบรมให้แก่อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) และอาสาสมัครตำรวจบ้าน เพื่อป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น เพื่อที่จะได้มีศักยภาพในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนปากน้ำประแสอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้หารือกับนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลปากน้ำประแส และข้าราชการ ที่เกี่ยวข้องถึงความต้องการของชมรมฯ ทำให้เกิดโครงการอบรมผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ชมรมรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยว ในโครงการ “การเตรียมความพร้อมและเป็นเจ้าภาพที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว” ณ เทศบาลตำบลปากน้ำประแส จำนวน 30 ราย โดยมีวิทยากรจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สภาวัฒนธรรมจังหวัดระยอง โดยผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าร่วมงานในครั้งนี้ด้วย และร่วมเป็นวิทยากรในบางช่วงเพื่อให้เกิดการพัฒนาและเห็นความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะมีการเตรียมความพร้อมดังต่อไปนี้

การอบรมเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน

ผู้วิจัยและผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสภาวัฒนธรรมจังหวัดระยอง ได้เป็นวิทยากรจัดอบรมให้แก่คณะกรรมการบริหารชมรมสามล้อบริการนักท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาที่สำคัญดังนี้ คือ

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT มีอยู่ 4 ด้าน (สถาบันการ
ท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2557) ได้แก่

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

1. ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิธีการผลิตที่พึ่งพาและใช้
ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

2. ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2.1 ด้านองค์กรชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน 2) มีปราชญ์ หรือผู้มีความ
รู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย 3) ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมใน
กระบวนการพัฒนา

2.2 ด้านการจัดการ ได้แก่ 1) มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม
และการท่องเที่ยว 2) มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถ
เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ 3) มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
4) มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

2.3 ด้านการเรียนรู้ คือ 1) ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการ
รับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง 2) มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการ
เรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน 3) สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ
วัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ
โดยชุมชน ดังนั้น ความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิต
และวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นมีความเชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า อีกทั้งการ
ท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทั้งการ
สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนใน การเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร สื่อสาร
ปัญหาความขัดแย้งในการแข่งขันทรัพยากรให้คนภายนอกได้รับทราบ สร้างสรรค์กิจกรรมการ
ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวสนับสนุน
กิจกรรมการพัฒนาชุมชน สร้างความร่วมมือของหน่วยงานในการทำงาน เป็นพันธมิตรร่วมกับ
ชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น กล่าวคือ
“วิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชน

ทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคม โดยที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง” CBT เป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับชาวบ้านในการนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ทำให้เกิดการสืบค้น ถิ่นทอดและฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ชุมชนพร้อมในการนำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว การที่มีนักท่องเที่ยวสนใจ แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นตัวกระตุ้นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน และทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน “ความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่นหรือชาติพันธุ์ของตน ความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน การมีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการยอมรับจากคนภายนอกเป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน” CBT ช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการความรู้ภายในชุมชน มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนภายนอก มีความเชื่อมั่นให้คนในชุมชนในการนำเสนอ “ปัญหาและความต้องการ” กับหน่วยงานภายนอก นำเสนอประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนากับคนและหน่วยงานที่มาศึกษาดูงาน นอกจากเป็นการพัฒนาคนในแล้วยังให้การศึกษาแก่คนนอกด้วย

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) มีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่น “การท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน คือ วิถีชีวิตที่แตกต่างและวัฒนธรรมดั้งเดิม จุดดึงดูดคือวิถีที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริม ที่สามารถนำรายได้นั้นไปปรับปรุงที่อยู่อาศัย การซ่อมทรัพย์ไว้ใช้ยามขาดแคลน เจ็บป่วย หรือเป็นทุนการศึกษาให้กับลูกหลาน โดยที่ชาวบ้านยังคงดำเนินวิถีดั้งเดิมหรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ให้กับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างงานให้กับคนในชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเรื่องความสะอาด และสุขอนามัย นอกจากนี้ เมื่อชุมชนเริ่มเป็นที่รู้จักก็จะมีหน่วยงานลงไปสนับสนุนเรื่องอุปโภคบริโภค การที่การท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริม ทำให้ชาวบ้านไม่คิดพึ่งพารายได้หลักจากการท่องเที่ยว และสามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติต่อเนื่องไม่ว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวหรือไม่ก็ตาม

การอบรมเรื่องยุวมัคคุเทศก์

เทศบาลตำบลปากน้ำประแสได้จัดทำโครงการจัดฝึกอบรม “การสำรวจและจัดทำฐานทรัพยากรท้องถิ่น ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 14-15 ธันวาคม พ.ศ. 2560 โดยเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทยฝั่งตะวันออก” ให้แก่เจ้าหน้าที่เทศบาลปากน้ำประแส ตัวแทนคณะทำงานสำรวจเก็บรวบรวมทรัพยากรท้องถิ่น ภายใต้คณะกรรมการดำเนินการดำเนินงานฐานทรัพยากรท้องถิ่น เทศบาลปากน้ำประแส สำรวจและเก็บรวบรวมตัวอย่างพันธุกรรมพืชและสัตว์ทะเล (อพ.สธ.) และนักเรียนโรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม จำนวนทั้งสิ้น 40 คน โดยในวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2560 โดยได้บรรยายให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทราบเกี่ยวกับความสำคัญของโครงการสำรวจและจัดทำฐานทรัพยากรท้องถิ่น และวิธีการสำรวจในระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง และการจัดทำฐานทรัพยากรท้องถิ่น ห้องประชุมโรงเรียนชุมชนวัดตะเคียนงาม พร้อมทั้งลงพื้นที่สำรวจทรัพยากรชีวภาพในระบบนิเวศป่าชายเลน โดยการลากอวนทับตลิ่งในคลองและเดินเก็บตัวอย่าง ณ ป่าชายเลน หมู่ที่ 7 ตำบลปากน้ำประแส อ.แกลง จ.ระยอง พร้อมทั้งจำแนกตัวอย่างเบื้องต้นและเก็บรักษาตัวอย่าง ในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทยฝั่ง ณ ต.ปากน้ำประแส อ.แกลง จ.ระยอง เพื่อให้เยาวชนและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลปากน้ำประแสได้รับความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงและมีการบูรณาการในการเป็นยุวมัคคุเทศก์ เพื่อถ่ายทอดความรู้ของทรัพยากรในท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง

การจัดการฐานการเรียนรู้ในชุมชน

กิจกรรมของชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สามารถนำมาพัฒนาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จัดการส่งเสริมการบริการและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ได้ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวปากน้ำประแส ด้วยเล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประวัติศาสตร์ของพื้นที่เป็นเมืองท่าสำคัญของชายฝั่งทะเลตะวันออก ตลอดจนวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ มีการส่งเสริมให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจมีการพัฒนาพื้นที่ และสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ เดินศึกษาพันธ์พืชและสัตว์บริเวณป่าชายเลน ล่องเรือส่องนก หาดหอย เรียนรู้ประวัติศาสตร์เรือรบประแส นอกจากนี้ยังสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว เช่น การจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มประกอบการร้านอาหาร กลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มเรือชมหิ่งห้อย กลุ่มสินค้าของขวัญของฝาก กลุ่มแปรรูปวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ชาใบชู่ ซึ่งเป็นการต่อยอดสู่ความ

ยั่งยืนและเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึงโดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากฐานการเรียนรู้ต่าง ๆ นำมาพัฒนาให้เกิดความโดดเด่นเฉพาะตัวได้เป็นอย่างดี

ฐานที่ 1 กิจกรรมการปลูกป่าชายเลนบริเวณอนุสรณ์เรือรบประแส

ผู้วิจัยและกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้ทำกิจกรรมปลูกป่าชายเลนบริเวณอนุสรณ์เรือรบประแส โดยทางเทศบาลได้มีพื้นที่ไม้ ชื่อต้นโปรง ไว้บริการนักท่องเที่ยวที่สนใจ ต้นกล้าต้นละ 30 บาท และมีอุปกรณ์ในการปลูกประกอบด้วย รองเท้า ถุงมือ เสียม น้ำดื่มและไม้ค้ำคนละ 1 ท่อน เชือกฟาง และมีเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลปากน้ำประแสที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้คอยให้คำแนะนำและพาไปปลูกบริเวณทางฝั่งซ้ายของบริเวณอนุสรณ์เรือรบประแส โดยปลูกเป็นแนวตรงกันเพื่อความเรียบร้อยและสวยงามโดยใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง และหลังจากนั้น ก็ล้างตัวโดยมีห้องน้ำที่สะอาดไว้คอยบริการ



ภาพ 79 แสดงกิจกรรมการปลูกป่าชายเลนบริเวณอนุสรณ์เรือรบประแส

ฐานที่ 2 กิจกรรมนั่งสามล้อชมวิถีชีวิตถนนบ้านเก่าริมแม่น้ำประแส

ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวได้นั่งรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยวของชมรมฯ ชุมชนปากน้ำประแส ด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มของคนขับทำให้นักท่องเที่ยวมีความสุข โดยรถแต่ละคันรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 4 คน โดยคนรับส่วนมากมักใช้ภาษาถิ่นของคนระยองที่มีเสน่ห์และเป็นเอกลักษณ์ ชับอย่างช้า ๆ เพื่อชมวิถีชีวิตของชุมชนปากน้ำประแสโดยรอบชุมชน และตรงไปยังบริเวณถนนบ้านเก่าริมแม่น้ำประแส โดยสะท้อนความเป็นตัวตนของคนปากน้ำประแส วิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยกันมาตั้งแต่ดั้งเดิมบริเวณริมแม่น้ำประแส โดยมีทั้งคนจีนและคนไทยที่อาศัยอยู่ร่วมกัน มีถนนกั้นกลาง 2 ฝากฝั่งบ้านอยู่ติด ๆ กัน เป็นบ้านเรือนไม้เป็นส่วนใหญ่ มีของฝากของพื้นบ้านไว้จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ด้วยรอยยิ้มที่เป็นมิตรและบริเวณบ้านเก่าริมน้ำนี้จะมีพิพิธภัณฑ์ประแส ที่รวบรวมข้อมูลองค์ความรู้มากมาย ประวัติศาสตร์ของชุมชน เรือรบประแสจำลอง และวิถีชีวิตของคนประแสตั้งแต่ดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน ซึ่งทำให้ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวประทับใจเป็นอย่างมาก



ภาพ 80 แสดงกิจกรรมนั่งสามล้อชมวิถีชีวิตถนนบ้านเก่าริมแม่น้ำประแส

ฐานที่ 3 กิจกรรมไหว้ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์

ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวได้นั่งรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยวได้ไปยังศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์เพื่อกราบสักการะ ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ปากน้ำประแส จ.ระยอง โดยมีป้ายบอกทางเป็นระยะ อย่างชัดเจน เมื่อถึงยังสถานที่แห่งนี้ทุกคนก็เข้าไปกราบสักการะ ซึ่งเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีประดิษฐานพระบรมรูปพลเรือเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เมื่อ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2512 ปัจจุบันกองทัพเรือ และคณะกรรมการ ฯ ได้จัดให้มีพิธีบวงสรวงดวงพระวิญญาณ และมหรสพสมโภชน์เป็นประจำ ระหว่างวันที่ 10-20 ธันวาคม ของทุกปี ซึ่งเป็นสถานที่คนปากน้ำประแสและคนระยองให้ความเคารพนับถือเป็นอย่างมากโดยผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวก็ได้ไปกราบสักการะเพื่อความเป็นมงคลต่อชีวิต



ภาพ 81 แสดงกิจกรรมไหว้ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์

ฐานที่ 4 กิจกรรมการทำสมุนไพรชาใบชู่ของวิสาหกิจชุมชนปากน้ำประแส

ผู้วิจัยได้นั่งรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยวได้มุ่งไปยังฐานกิจกรรมการทำสมุนไพรชาใบชู่ของวิสาหกิจชุมชน โดยชมวิธีการทำชาจากต้นชู่ ซึ่งเป็นวัชพืชชนิดหนึ่ง พบเจริญเติบโตอยู่ทั่วไปบริเวณพื้นที่น้ำเค็ม เช่น ที่ตำบลปากน้ำกระแส คนโบราณเชื่อว่าต้นชู่มีสรรพคุณทางยานำต้นไปต้มนรวมกับน้ำร้อนดื่มบรรเทาโรคเบาหวานลดไขมันในเส้นเลือด ขับปัสสาวะ แต่ปัจจุบัน ภูมิปัญญาดังกล่าวเริ่มหายไปและไม่รู้วิธีการแปรรูป ไม่เห็นคุณค่า ชาวบ้านจึงโค่นต้นทิ้ง ในปี พ.ศ. 2552 คุณลุงชะโลม วงศ์ทิม ปราชญ์ชาวบ้านชุมชนปากน้ำประแสได้เห็นความสำคัญของสมุนไพรกับภูมิปัญญาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนไทยมาเป็นเวลานาน และสมุนไพรก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย ซึ่งในปัจจุบันคนไทยหันมาบริโภคสมุนไพรกันมากขึ้น จึงได้ร่วมกันวางแผนการนำต้นชู่มาแปรรูปเป็นชาใบชู่อบแห้งและน้ำสมุนไพรชาใบชู่ไว้บริโภค และจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้ามาเยี่ยมเยือนชาวประแส เป็นการส่งเสริมความรักและความสามัคคีในหมู่คณะ อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นสืบทอดไปยังลูกหลาน อีกทั้งยังสร้างงานสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพิ่มทักษะใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มและดำเนินชีวิตตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวสนใจกันเป็นอย่างมากและซื้อชาใบชู่เป็นของฝากกลับบ้าน



ภาพ 82 แสดงกิจกรรมการทำสมุนไพรชาใบชู่ของวิสาหกิจชุมชนปากน้ำประแส

ฐานที่ 5 กิจกรรมชมทุ่งโปรงทอง

ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวได้นั่งรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยวไปยังทุ่งโปรงทอง ซึ่งก่อนจะถึงทุ่งโปรงทองจะมีลานจอดรถที่กว้างขวางให้กับนักท่องเที่ยว คันละ 25 บาท ทุ่งโปรงทองคือ บริเวณป่าชายเลนริมปากแม่น้ำประแส ซึ่งบริเวณนี้จะเต็มไปด้วยต้นโปรงที่ขึ้นเรียงรายกันนับเป็นแสนเป็นล้านต้น มองไปได้ไกลสุดลูกหูลูกตา โดยเฉพาะยามเช้าตรู่และยามเย็นที่มีแสงพระอาทิตย์อ่อน ๆ ฉาบทาบลงมาที่ทุ่งแห่งนี้ สะท้อนใบของต้นโปรงให้กลายเป็นสีเหลืองทองอย่างสวยงาม ที่นี้จึงได้ชื่อเรียกว่าทุ่งโปรงทอง โดยจะมีทางเดินไม้ระยะทางประมาณ 3 กิโลเมตร ลัดเลาะไปตามทุ่งโปรงทอง ให้นักท่องเที่ยวได้เดินถ่ายภาพกับทุ่งแห่งนี้กันอย่างใกล้ชิด โดยเส้นทางจะไปสิ้นสุดบริเวณอนุสรณ์เรือรบหลวงประแส และระหว่างทางจะมีลานที่พักริมทางเป็นศาลาจุดชมวิวให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูป ทางเดินร่มรื่น ไม้ร้อน และบริเวณป่าชายเลนแห่งนี้จะมีสัตว์น้ำนานาชนิดให้เราได้เห็นกันระหว่างทาง เช่น ปูแสม ซึ่งทุ่งโปรงทองสามารถเที่ยวกันได้ทั้งปีทำให้ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวเกิดความตื่นเต้นและประทับใจกันเป็นอย่างมาก



ภาพ 83 แสดงกิจกรรมชมทุ่งโปรงทอง

ฐานที่ 6 กิจกรรมวัดตะเคียนงาม

ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวได้นั่งรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยวไปยังวัดตะเคียนงาม ซึ่งที่นี่มีต้นตะเคียนที่มีขนาดใหญ่ จำนวน 2 ต้น และมีศาลเจ้าแม่ตะเคียนที่มีผู้คนมากราบไหว้เป็นจำนวนมาก ซึ่งวัดตะเคียนงามนี้ ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 2 ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกะลา จังหวัดระยอง ได้ชื่อวัดนี้เพราะตรงที่สร้างวัดนั้นมีต้นตะเคียนสูงใหญ่มากอยู่ต้นหนึ่ง จากทะเลมองเห็นยอดตะเคียนชัดเจนและมีได้มีต้นเดี่ยว มีต้นขนาดรองและเล็ก ๆ อีกหลาย ๆ ต้น ส่วนต้นใหญ่นั้น มีขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2445 รวม 500 ปี ซึ่งมีขนาดใหญ่ เป็นที่เคารพสักการะและความเชื่อของคนปากน้ำประแสและจังหวัดระยอง ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรมประกาศให้เป็น “ต้นไม้รุกขมรดก”

ของประเทศไทย และจะมีการจัดงานทุกวันที่ 26 กรกฎาคม ของทุก ๆ ปี ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยว มาเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก และบริเวณใกล้ ๆ ต้นตะเคียนในปัจจุบันจะมีต้นไม้ชนิดหนึ่งคือ มะม่วงหาวมะนาวโห่ ที่ออกผลแดงสวยงาม ซึ่งผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวก็ได้ไปกราบสักการะ และขอพรทำให้มีความสุขต่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้



ภาพ 84 แสดงกิจกรรมวัดตะเคียนงาม

ขั้นตอนการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนปากน้ำประแส

หลังจากมีการอบรมให้ความรู้แก่คณะกรรมการบริหารชมรมรถสามล้อบริการ นักท่องเที่ยวและนักเรียนในชุมชนปากน้ำประแส โรงเรียนวัดตะเคียนงามที่ต้องการเป็น ยุวมัคคุเทศก์ของชุมชน จำนวน 25 คน ซึ่งมีการพัฒนาฐานการเรียนรู้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แล้วนั้น ทางชมรมฯ มีความคิดเห็นที่ตรงกัน คือ เพื่อให้คณะกรรมการของชมรมฯ ได้เรียนรู้การ ทดลองปฏิบัติงานจริง และเพื่อเป็นการทดสอบความพร้อมของชุมชนปากน้ำประแส เพื่อเตรียมการเป็นเจ้าภาพที่ดีต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเยือนทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ รวมถึงการนำข้อมูลต่าง ๆ มาปรับปรุงแก้ไข กิจกรรมและการบริการ ให้กับนักท่องเที่ยวของชมรมฯ ตลอดจนงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของชุมชนให้ได้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ควรมีการทดลองจัดการท่องเที่ยวชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้การ ดำเนินการของคณะกรรมการบริหารชมรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การทดลองจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบทดลองครั้งที่ 1 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองประเภทกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะซึ่งเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบโปรแกรมแบบ 1 วัน จำนวน 15 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนตามโปรแกรมที่ได้จัดทำไว้ดูงาน/ทัศนศึกษา ซึ่งได้รับงบประมาณจากภาคเอกชนเป็นค่าอาหารและค่ายานพาหนะ

2. การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว แบบทดลองครั้งที่ 2 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองประเภทนักท่องเที่ยวทั่วไป ภาคประชาชนทั่วไปที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ ซึ่งเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน จำนวน 15 คน ซึ่งเริ่มดำเนินการตามโปรแกรมที่ได้กำหนดทำไว้ทุกขั้นตอน

รายงานผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส

ในกระบวนการติดตาม และประเมินผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยและคณะกรรมการบริหารชมรมรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยว ของชุมชนปากน้ำประแส ได้ทำการประเมินโดยใช้แบบสอบถามให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส ทั้ง สองกลุ่ม รวมจำนวน 30 คน ในระหว่างเดือน พฤษภาคม-เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2561 โดยผู้วิจัยและคณะกรรมการบริหารของชมรมรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยว ได้ร่วมกันหารือและร่างแบบสอบถามร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสในด้านต่าง ๆ รวมทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย 2) การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว 3) ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก 4) กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน เป็นต้น

รายงานผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากนั้นได้รวบรวมผลการประเมิน มานำเสนอในรูปแบบของตารางข้อมูล และมีการบรรยายรายละเอียดประกอบได้ตาราง ดังนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน 30 คน

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	18	60.00
หญิง	12	40.00
รวม	30	100.00
1. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	0	0.00
15-24 ปี	4	13.33
25-34 ปี	9	30.00
35-44 ปี	12	40.00
45-54 ปี	4	13.33
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	1	3.33
รวม	30	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	23	76.67
หม้าย	0	0.00
สมรส	7	23.33
หย่าร้าง	0	0.00
รวม	30	100.00
4. การศึกษา		
ประถมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษา	0	0.00
ประกาศนียบัตร	1	3.33
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5	16.67

ตาราง 20 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	23	76.67
ปริญญาโท	1	3.33
รวม	30	100.00
5. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว	13	43.33
พนักงานบริษัทเอกชน	10	33.33
เกษตรกร	3	10.00
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4	13.33
อื่น ๆ (โปรดระบุ)....	0	0.00
รวม	30	100.00
6. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4	13.33
5,000-10,000 บาท	0	0.00
10,001-15,000 บาท	5	16.67
15,001-20,000 บาท	14	46.67
20,001-25,000 บาท	7	23.33
25,001-30,000 บาท	0	0.00
30,001-35,000 บาท	0	0.00
35,001-40,000 บาท	0	0.00
40,001-45,000 บาท	0	0.00
45,000 บาทขึ้นไป	0	0.00
รวม	30	100.00

จากตาราง 20 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีช่วงอายุ ระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีช่วงอายุ 25-34 ปีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ช่วงอายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ช่วงอายุ

ระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 มีสถานภาพสมรส จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 มีการศึกษาประกาศนียบัตร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 เท่ากับมีการศึกษาปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 รายงานผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย			
1.1 มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.10	0.48	มาก
1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม	4.13	0.51	มาก
1.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลอย่างเหมาะสม	4.17	0.46	มาก
1.4 มีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชน	4.20	0.41	มาก
1.5 ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยว	4.23	0.50	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.17	0.47	มาก
2. การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว			
2.1 มีระบบไฟฟ้า น้ำประปาถนนบริการการเข้าถึงได้สะดวก	4.03	0.76	มาก
2.2 ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น	4.07	0.69	มาก
2.3 มีที่พัก ร้านอาหาร ห้องสุขา สิ่งอำนวยความสะดวก	4.20	0.61	มาก

ตาราง 21 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
2.4 มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ	4.07	0.64	มาก
2.5 มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจน	4.03	0.67	มาก
เฉลี่ย	4.08	0.67	มาก
3. ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก			
3.1 ที่พักมีความสะอาดถูกสุขลักษณะและราคาเหมาะสม	4.10	0.71	มาก
3.2 อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นท้องถิ่น	4.07	0.69	มาก
3.3 สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม	4.07	0.69	มาก
เฉลี่ย	4.08	0.70	มาก
4. กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน			
4.1 เส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสมปลอดภัย	4.17	0.70	มาก
4.2 ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น	4.23	0.63	มากที่สุด
4.3 เส้นทางศึกษาศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน มีความโดดเด่นน่าสนใจ	4.13	0.57	มาก
4.4 กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลายและสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.20	0.48	มาก
เฉลี่ย	4.18	0.60	มาก
ภาพรวม	4.13	0.61	มาก

จากตาราง 21 พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.17 คะแนนอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าจังหวัดชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาอันดับสอง คือ มีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชน ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมาก และอันดับสาม คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลอย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.08 คะแนนอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่ามีที่พัก ร้านอาหาร ห้องสุขา สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมาก และรองลงมาอันดับสอง คือ มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผนที่ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก และอันดับสาม คือ ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.08 คะแนนอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าการที่ที่พักมีความสะอาดถูกสุขลักษณะและราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก และรองลงมาอันดับสอง คือ สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมากและอันดับสาม คือ อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัยและมีความเป็นท้องถิ่น เท่ากับมีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชน ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ด้านกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.18 คะแนนอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าการเดินทางภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาอันดับสอง คือ กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลายและสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสาม คือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสมปลอดภัย ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก

รายงานผลการประเมินโดยคณะกรรมการบริหารชมรม

จากผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน บ้านปากน้ำประแส ทางคณะกรรมการบริหารชมรมได้มีการประชุมหารือเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ และสรุปแนวทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนมีความพร้อมในการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย ทางชมรมจะมีการจัดการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการที่เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาถึงชุมชนก็จะต้องใช้บริการรถสามล้อเพื่อชมทัศนียภาพของชุมชนปากน้ำประแส โดยรถสามล้อแต่ละคันจะวิ่งประมาณ

ไม่เกิน 30/ก.ม และรับนักท่องเที่ยวคนละ ไม่เกิน 4 คน ซึ่งหัวหน้ากลุ่มจะมีการควบคุม ถ้าใครทำผิดกฎระเบียบก็จะมีบทลงโทษ ซึ่งตั้งแต่มีชมรมฯ ยังไม่มีใครทำผิดกฎระเบียบ และปรับปรุงแก้ไขระบบการรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยการให้เครือข่ายผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการเข้าเวรตรวจตราความเรียบร้อยและปลอดภัยในชุมชน

2. ด้านการเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว ทางชมรมจะทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ คือ เทศบาลตำบลปากน้ำประแส จะเป็นผู้นำ จัดอบรมตามโครงการที่เป็นประโยชน์ให้กับชมรมฯ เช่นการทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ถนนมีความสะดวกและปลอดภัยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในด้านการต้อนรับ ความเป็นมิตร ทางชมรมฯ มีนโยบายให้สมาชิกทุกคนมีรอยยิ้มที่บอกถึงความอบอุ่น มีอารมณ์ที่สดชื่นพร้อมที่จะบริการนักท่องเที่ยวและไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว และพร้อมบริการที่เป็นมิตร ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ

3. ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก ทางชมรมฯ จะพานักท่องเที่ยวไปยังด้านที่พักที่ทางชุมชนปากน้ำประแสมีรองรับนักท่องเที่ยว นั่นคือ โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานและได้รับรางวัลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ถ้านักท่องเที่ยวมีความประสงค์จะนัดจะแนะนำและพาเข้าไปชม ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมีการติดต่อมาก่อนล่วงหน้าแล้วด้านอาหารนี้ถือได้ว่าชุมชนปากน้ำประแสมีความโดดเด่นทางด้านอาหารเป็นอย่างมาก เช่น แกงป่าปลาเห็ดโคน ห่อหมกทะเลนิ่งและย่าง ยำหอยปากเบ็ด จันลอน ก๋วยเตี๋ยวผัดปู ทะเลลวกจิ้ม ผัดเปรี้ยวหวาน ปลาฮือแซ เคยชุบแป้งทอด ซึ่งร้านอาหารในชุมชนจะมีไว้บริการนักท่องเที่ยว เครื่องดื่มที่ทางชมรมฯ มักจะบริการนักท่องเที่ยวไปดื่มน้ำมะพร้าวที่หอมหวานสดชื่น และพาชมซื้อของที่ระลึก เช่น กะปิ น้ำปลา ซาโบขลุ่ย ที่ขึ้นชื่อของชาวปากน้ำประแสและกางเกงชาวเล หรือชาวประมง ที่นักท่องเที่ยวมาแล้วมักจะซื้อไปเป็นของฝาก

4. ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ทางชมรมฯจะพานักท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจโดยอธิบายให้ทราบว่าชุมชนปากน้ำประแสมีอะไรบ้าง เช่น การปลูกต้นไม้ โกงกางป่าชายเลน บริเวณเรือรบหลวงประแส การเก็บขยะชายหาดประแส การช่อมะพร้าว เดินชมธรรมชาติทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมหิ่งห้อย มักจะมีในเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม ในช่วงกลางคืนนั่งเรือชมทัศนียภาพของป่าชายเลนในช่วงกลางวัน และอีกกิจกรรมที่น่าสนใจเป็นอย่างมากคือ ล่องเรือชมฝูงเหยี่ยวแดงในช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ทำให้ผู้ประกอบการเรือมีรายได้ดีมาก เพราะเป็นสิ่งที่แปลกและใหม่ต่อการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส ซึ่งในแต่ละกิจกรรมก็จะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวว่าสนใจกิจกรรมอะไร

รายงานผลการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนปากน้ำประแส

หลังจากชุมชนและผู้วิจัย ได้ร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนปากน้ำประแสโดยกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ตามขั้นตอนของการกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารชมรมฯ โดยมีการประชุมเตรียมความพร้อมและแก้ปัญหาพร้อมกันมีการกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชน มีการทดลองนำนักท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ได้เดินทางมาเที่ยว มีการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยว และมีการประชุมกลุ่มย่อยในชุมชน เพื่อหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน รวมระยะเวลา 12 เดือน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวถือเป็นการวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation Research) ในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งผลการศึกษาทำให้ทราบถึงผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสว่ามีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ ดังนั้น เมื่อได้ดำเนินโครงการตามขั้นตอนแล้ว จึงได้มีการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยมีผู้แทนจาก ภาครัฐ ทางคณะกรรมการบริหารชมรมฯ และเครือข่ายในชุมชน เพื่อร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส ดังหัวข้อต่อไปนี้

รายงานผลแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส

ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเข้าสู่กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส โดยในที่ประชุมจะมีการระดมสมองร่วมกันเกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์/โครงการ ในแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายงานผลวิสัยทัศน์ (Vision) ของชุมชนปากน้ำประแส

วิสัยทัศน์ที่ 1 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมหิ่งห้อย เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

ชุมชนพอใจในด้านสิ่งแวดล้อมระดับหนึ่ง เห็นสมควรปรับปรุงให้เพิ่มโครงการและเสนอว่าควรมีโครงการอนุรักษ์วัฒนธรรมจีนโพ้นทะเล การอนุรักษ์และส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้านด้านการต่อเรือ อนุรักษ์วิถีชาวประมงให้คงอยู่ต่อไป

วิสัยทัศน์ที่ 2 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งอาหารทะเล และผลไม้โลก วิสาหกิจใบขลุ่ย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง” ชุมชนมีความพึงพอใจในด้านเศรษฐกิจ

มีความพอใจกับผลการพัฒนาโดยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีโครงการและกิจกรรมการท่องเที่ยว และควรเพิ่มโครงการที่กระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงให้กับชุมชน

วิสัยทัศน์ที่ 3 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย วิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตร เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ” ชุมชนมีความพึงพอใจด้านทางสังคม โดยโครงการที่ได้ใส่ไว้ประสบความสำเร็จ ควรให้เพิ่มเรื่องการแต่งกายให้กับผู้ขับขี่สามล้อให้เป็นระเบียบและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

วิสัยทัศน์ที่ 4 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ประแสเมืองน่าอยู่ เมืองประวัติศาสตร์กรมหลวงชุมพรฯ อนุสรณ์เรือรบหลวงประแส ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้าน ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัดพุทธเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ” ชุมชนมีความพึงพอใจในด้านวัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ เสนอว่าควรมีการฝึกสมาธิ ฝึกสติ การรู้จักจิตของตัวเอง เพื่อชุมชนจะได้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ความคิดเห็นภายในที่ประชุมส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแสอยู่ภายใต้วิสัยทัศน์ดังกล่าว ผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันกำหนด ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส 4 ด้าน คือ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

ดังนั้น ในที่ประชุมลงความเห็นว่ วิสัยทัศน์ บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ซึ่งจะมีการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ และจะต้องปรับปรุงวิสัยทัศน์ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

รายงานผลยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีโครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางทางคมนาคมและสาธารณูปโภคภายในชุมชน เส้นทางภายในชุมชน เส้นทางจักรยาน เส้นทางเท้า ป้ายบอกทาง ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ภายในชุมชน เพื่อความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ยังมีโครงการรณรงค์ขีดแยกขยะจากครัวเรือน (โครงการชุมชนไร้ถัง) เพื่อเป็นการ

รักษาลิ่งแวดล้อมให้ชุมชนน่าอยู่ และโครงการถนนปลอดถังขยะ ทำให้ทุกเส้นทางบนถนนมอง
ไปแล้วดูสะอาดตาไม่มีถังขยะบริเวณถนน ซึ่งทำให้โครงการทั้งหมดนี้สามารถทำได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ชุมชนปากน้ำประแส มีการ
ดำเนินการโครงการล่องเรือเก็บขยะ ทำให้ลำคลอง และแม่น้ำประแส มีความสะอาดไม่มีขยะไม่
เกิดมลพิษทางน้ำ เป็นที่อาศัยของสัตว์น้ำ สัตว์บก จำนวนมาก มีการรณรงค์ไม่ให้ทิ้งขยะลง
แม่น้ำ ลำคลอง มีการอบรมให้ความรู้เรื่องการรักษาความสะอาดของบ้านเมืองแก่ ชุมชน
และแรงงานต่างด้าว โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานจากประเทศพม่าและกัมพูชาที่อาศัยอยู่ และการ
จัดทำโครงการปุ๋ยหมักจุลินทรีย์เพื่อจะได้ให้ชาวสวนผลไม้ลดการใช้สารเคมี และสามารถทำปุ๋ย
ไว้ใช้เองครัวเรือนได้ ซึ่งโครงการทั้งหมดนี้ ชุมชนสามารถทำได้เป็นอย่างดี

รายงานผลยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และกระจายรายได้

กลยุทธ์ที่ 2.1 การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยว ผู้วิจัยและคณะกรรมการ
บริหารชมรมฯ ได้มีการดำเนินการภายใต้ โครงการจัดหากิจกรรมใหม่ ๆ โดยเน้นให้เกิดรายได้
กับกลุ่มอาชีพพื้นบ้าน เช่น คลาดหอยตลับ รุนเคย ยกยอ ล่องเรือตกปลา ล่องเรือเมืองแกลง-
ประแส-เกาะมัน เพื่อชมความสวยงามของเกาะและทะเลแหวกที่สวยงามบนเกาะมัน ซึ่งจะมี
เรือไว้คอยบริการประเภทเหมาลำ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ถึง 100 คน ต่อเที่ยว
ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมและชื่นชอบเป็นจำนวนมาก และอีกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนนั่นก็คือ
ล่องเรือชมฝูงเหยี่ยวแดงเป็นจำนวนมาก ซึ่งหาชมได้ที่ชุมชนปากน้ำประแสเพียงแห่งเดียวมักจะ
ล่องเรือในช่วง 16.00-18.00 น. เป็นที่ตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้กับ
ผู้ประกอบการเดินเรืออีกด้วย มีโครงการส่งเสริมการตลาด จัดตลาดและพัฒนาส่งเสริมการ
ประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบของการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์ของสินค้า ให้มีความโดดเด่น
มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเช่น การทำกะปิ และน้ำปลาที่ขึ้นชื่อของชุมชนปากน้ำประแส
ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก พร้อมทั้งผลิตภัณฑ์ชาใบชู่ ที่มีสรรพคุณทางยา
และเป็นพืชที่ขึ้นตามพื้นบ้านมีเพียงที่ชุมชนนี้เพียงแห่งเดียว สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน
เป็นอย่างมากซึ่งมีการขายทาง Facebook เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลภายนอก

กลยุทธ์ที่ 2.2 การพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว โดยทางชมรมฯ ได้มี
การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีเส้นทางที่สอดคล้องกับโครงการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนปากน้ำประแส และมีเสน่ห์ของปากน้ำประแสไม่ได้เลือนหายไป
ที่นี้ยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม มีทรัพยากรทางวัฒนธรรม รูปแบบและวิถีชีวิตชุมชน
ที่อบอุ่นและเกื้อกูล และยังมีหลากหลายเรื่องราวที่รอการถ่ายทอด และเชิญชวนทุกท่าน

มาเยือน มาชมด้วยความภาคภูมิใจในพื้นที่ปากน้ำประแส มีการพัฒนาสินค้าพื้นฐานให้โดดเด่น และมีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง การทำการประมงที่ยังคงมีให้เห็น ถึงแม้ว่าจะน้อยลงไป ก็ตามด้วยข้อกฎหมายที่เข้มงวดในการออกเรือ ซึ่งก็ได้ผันแปรมาเป็นการใช้เรือในการบริการนักท่องเที่ยวแทน ด้านสินค้าที่ชุมชนประแสนี้ที่ขึ้นชื่อ เช่น กะปิ น้ำปลา สินค้าแปรรูปจากผลไม้ ที่นักท่องเที่ยวนิยมกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งชาวประมงก็ยังทำกันอย่างต่อเนื่อง และการทำโครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ สามล้อบริการนักท่องเที่ยว ชมรมเรือเล็กบริการนักท่องเที่ยว ชมรมร้านอาหารและมัดคุเทศก์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ เช่น เทศบาลตำบลปากน้ำประแส สภาวัฒนธรรมจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็มาให้ความรู้และจัดอบรมให้กับชมรมฯและเครือข่ายต่าง ๆ ให้มีความรู้และพัฒนาให้โดดเด่น และที่สำคัญก็คือ ที่ชุมชนปากน้ำประแสนี้ยังมีบ้านพิพิธภัณฑสถานนเลียบแม่น้ำประแส ถนนคนเดินเส้นวัฒนธรรมที่รวบรวมเรื่องราวของคนปากน้ำประแสตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน และที่นี้ยังมีเส้นทางจักรยานบนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาปั่นจักรยานเลี้ยวเขากันเป็นกลุ่ม และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มักจะใช้เส้นทางนี้ในการทำกิจกรรม ซึ่งเป็นเส้นทางที่สวยงามมาก

รายงานผลยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 3.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง ที่ประชุมมีความเห็นว่าทางชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เครือข่ายที่เกี่ยวข้องในชุมชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน แต่ยังมีขาดบุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการท่องเที่ยว ควรให้หน่วยงานภาครัฐมาจัดทำ โครงการให้การสนับสนุนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยการอบรมให้ความรู้และทำกิจกรรมแบบบูรณาการร่วมกันโดยเน้นถึงความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก และเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ ควรให้หน่วยงานรัฐจัด อบรมและพาไปศึกษาดูงานยังสถานที่ประกอบการอื่น ๆ เช่น วังน้ำเขียว บ้านปราสาท อัมพวา

กลยุทธ์ที่ 3.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น ทางชมรมได้มีการจัดตั้งจัดตั้งระบบสหกรณ์ โดยมีการประชุมคณะกรรมการทุกเดือน และมีการดำเนินกิจการของสหกรณ์ตามข้อบังคับที่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียน เพื่อเป็นการช่วยเหลือสมาชิกของสหกรณ์ กลุ่มชมรมเรือเล็กที่บริการนักท่องเที่ยวล่องเรือชมความงามทัศนียภาพริมคลองซึ่งก่อให้เกิดรายได้ และกลุ่มหัตถกรรมในชุมชน เช่น การแปรรูปสินค้าอาหารทะเล การแปรรูปผลไม้ เช่น ทุเรียนทอด สาเกทอด ขนุนทอด การทำชาใบชูลู่ การจัดอบรมมัดคุเทศก์ในชุมชน เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น

รายงานผลยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 4.1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ โครงการการอบรมมัคคุเทศก์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน ซึ่งชุมชนปากน้ำประแสให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางบก หรือทางน้ำ จะต้องสะอาด ไม่มีถังขยะบนถนน และในแม่น้ำก็รณรงค์ให้นักท่องเที่ยวไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ และในด้านอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนปากน้ำประแสถือได้ว่าชุมชนที่มีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม สืบทอดกันมาชั่วลูกชั่วหลาน มีการอาศัยอยู่ร่วมกันทั้งชาวไทยและชาวจีนโพ้นทะเลที่มาตั้งรกรากอยู่ที่นี้ ที่อยู่ร่วมกันอย่างผสมกลมกลืน ด้วยวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม รวมไปถึงการมีแหล่งประวัติศาสตร์ที่ผู้คนเคารพและศรัทธา เช่น ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เรือรบหลวงประแสที่จอดตระหง่านพร้อมให้ความรู้เรื่องราวเมื่อครั้งใช้ในสงครามเกาหลีเหมาะต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิม วิถีชาวประมง วิถีชาวเกษตร และการปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน

กลยุทธ์ที่ 4.2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่ประชุมมีความเห็นว่าโครงการ สืบสานประเพณีตักบาตรขนมข้าวต้มมัด ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทยของชุมชนปากน้ำประแสควรจะอนุรักษ์กันเอาไว้ไม่ให้สูญหาย การเสริมสร้างวัฒนธรรมถนนคนเดินเส้นเลียบบ้านน้ำประแส เพื่อให้ชุมชนได้เกิดการอนุรักษ์บ้านเรือนริมน้ำและอาชีพด้านการประมงที่หล่อเลี้ยงคนในชุมชน ซึ่งมีถนนตรงกลางสองฟากฝั่งที่มีทั้งคนจีนและคนไทยที่อาศัยอยู่ร่วมกัน การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะการต่อเรือ ชาวประแสมีศิลป์ในการต่อเรือเนื่องจากคนส่วนใหญ่มีอาชีพประมง จึงได้มีการคิดวิธีการต่อเรือขึ้นมา และได้มีการเรียนรู้วิธีการต่อเรือมาจนถึงทุกวันนี้ ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ซึ่งควรที่จะอนุรักษ์เอาไว้ไม่ให้สูญหาย และการจัดทำโครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การทำเกษตรปลอดสารเคมี โดยใช้เกษตรแบบอินทรีย์ให้กับชุมชนปากน้ำประแสเพื่อจะได้รักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการที่ได้มีการประชุมหารือลงความเห็นร่วมกัน และหลังจากได้มีการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในชุมชนปากน้ำประแส ทางชุมชนได้ทำการพัฒนาในหลากหลายมิติ เช่น ทางด้านสิ่งแวดล้อม เป็นชุมชนที่ให้ความสำคัญการรักษาสิ่งแวดล้อม ทางด้านเศรษฐกิจ ชุมชนมีรายได้ มีอาชีพ มีการกระจายรายได้ในชุมชนจากการท่องเที่ยว ทางด้านสังคม ชุมชนมีความรักความสามัคคี มีการเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งภาครัฐ

เอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ประชาชนและนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการบูรณาการร่วมกัน และด้านวัฒนธรรมทำให้เกิดความรักและห่วงใยในวัฒนธรรมอันดีงามที่ทรงคุณค่าที่ยังคงรอดอยู่ การถ่ายทอดให้กับผู้มาเยือนมาเที่ยวชมด้วยความภาคภูมิใจในพื้นที่ปากน้ำประแสและชุมชนปากน้ำประแสควรพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกันกับแผนพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในบริบทต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นของจังหวัดระยอง เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และเตรียมความพร้อมในโครงการที่จะพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีนให้กับมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว



บทที่ 5

บทสรุป

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย” จำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

สรุปผลการศึกษาชุมชน

จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 179 กิโลเมตร พื้นที่จังหวัดระยอง ครอบคลุมเนื้อที่ประมาณ 3,552 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 2,220,000 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับกับที่ดอนและเนินเขา เป็นแหล่งอาหารทะเล มีสวนผลไม้และพืชไร่นานาชนิด เป็นเมืองอุตสาหกรรมและเป็นที่ตั้งของโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและเป็นจังหวัดหนึ่งที่สำคัญ ในโครงการระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกของรัฐบาล EEC ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (พ.ศ. 2560-2564) รวมไปถึงหมู่เกาะที่มีชื่อเสียงทั่วโลก เช่น อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า หมู่เกาะเสม็ด และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและมีชื่อเสียงจำนวนมาก จะมีแม่น้ำสายหลักอยู่ 2 สาย คือ 1) แม่น้ำระยอง ความยาวประมาณ 50 กิโลเมตร โดยที่แม่น้ำสายนี้ยังเชื่อมต่อกับทะเลด้วย เป็นที่รู้จักกันว่าปากน้ำเมืองระยอง 2) แม่น้ำประแส ซึ่งยาวประมาณ 25 กิโลเมตร และเชื่อมต่อกับทะเล ณ ปากน้ำประแส อ.แกลง โดยมีชายฝั่งยาวมากกว่า 100 กิโลเมตรลักษณะชายฝั่งทะเลมีหาดทรายสวยงามและจังหวัดระยองมีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ลมทะเลพัดผ่านตลอดปี อากาศอบอุ่นไม่ร้อนจัด บริเวณชายฝั่งทะเลเย็นสบาย ในฤดูฝนจะมีฝนตกชุกระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึง ตุลาคมของทุกปี และมีเกาะใหญ่น้อยเลียบตามแนวชายฝั่งนับเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศซึ่งมีลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพท่าเรือประมง 45 ท่า จังหวัดระยองมีประชากรตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวนทั้งสิ้น 700,223 คน จังหวัดระยองแบ่งเขตการปกครองเป็น 8 อำเภอ โดยประกอบด้วย 54 ตำบล 439 หมู่บ้าน 80 ชุมชน ส่วนด้านการปกครอง

ท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 24 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 40 แห่ง มีแรงงานต่างด้าว และประชากร 300,000 คน เดิมชาวระยองส่วนใหญ่อาศัยตามบริเวณชายฝั่งทะเลและแม่น้ำ โดยประกอบอาชีพประมง ต่อมาเกิดการขยายตัวขึ้นในบริเวณที่ราบชายฝั่งเพื่อประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีการตั้งบ้านเรือนตามลักษณะของผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ต่อมาในปี 2524 จังหวัดระยอง ถูกให้เป็นที่ตั้งของโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก เป็นศูนย์ปิโตรเคมีที่สำคัญของชาติ จัดตั้งเป็นนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และมีโรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งในเขตนิคมอุตสาหกรรมและนอกเขตนิคมอุตสาหกรรม ลักษณะทางสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ชาวระยองรักความสงบ และยอมรับการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่ดี ดังนั้นจึงทำให้จังหวัดระยองเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ประชาชนชาวระยองมีความเชื่อมั่นในศาสนาและวัฒนธรรมอยู่ตลอดมา ในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC) เพื่อพัฒนาให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน เพื่อส่งเสริม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth)

สรุปผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ เกาะเสม็ด ทะเลหาดแม่พิมพ์ หาดสวนสน อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า เกาะทะลุ เกาะมันใน สวนทุเรียนสวนเงาะ สวนมังคุด ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ป่าชายเลนสะพานรักษ์แสม ทรัพยากรธรรมชาติของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) น้ำตกเขาชะเมา น้ำตกคลองปลาก้าง ถ้ำเขาวง ลัตว์ต่าง ๆ อาทิ ปลาอินทรี ปลาแดง ปลาเห็ดโคนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ตลาดบ้านเพ ตลาดผลไม้ตะพง ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP วิถีชาวประมง วิถีริมแม่น้ำลำคลอง วิถีชาวสวนวัดลุ่มมหาชัยชุมพล วัดป่าประดู่ วัดราชบัลลังก์ ทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหกรรม เทศกาลและประเพณีงานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองระยองเที่ยวทะเลหาดบ้านเพ-เกาะเสม็ดงานประเพณีกีฬา-ชิมปลาทะเลหนึ่งบ้านฉางงานวันสุนทรภู่วันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชงานภูมิบุรีศรีระยองงานหม่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำประเพณีทำบุญกลางทุ่งงานทอดผ้าป่ากลางน้ำมหกรรมส่งเสริมการเกษตรตะวันออก มหกรรมบ้านดีระยองประเพณีแห่นางแมว ประเพณีแข่งเรือยาวทรัพยากรท่องเที่ยวกิจกรรมชิมผลไม้ในสวนละไม ชิมผลไม้ในสวนสุภัทราแลนด์ ชิมผลไม้สวนบ้านเราสัมผัสระบบนิเวศป่าชายเลน

ปลูกป่าชายเลนทุ่งโปรงทองตกลปลา และตกหมึกดำน้ำลึกและดำน้ำตื้นปั่นจักรยานริมถนนเฉลิม
บูรพาชลทิต ปั่นจักรยานเสือภูเขา ล่องเรือชมหิ่งห้อย สปาและนวดแผนไทยทรัพยากรท่องเที่ยว
ด้านบริการภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารทะเลโรงแรมที่พัก รีสอร์ท
โฮมสเตย์ ในทุกอำเภอมีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม
และสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP มีรถโดยสาร เรือเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมีตำรวจ
ท่องเที่ยว ตำรวจบ้าน และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยวห้องสุขา ตู้ ATM โรงพยาบาล

สรุปผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง (Strengths) จังหวัดระยอง ได้แก่ เป็นที่ตั้งอยู่กลางระเบียบเศรษฐกิจภาค
ตะวันออกและศูนย์กลางเศรษฐกิจโลกมีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติ ทางทะเลและทางบก
ที่โดดเด่นมีชื่อเสียงระดับนานาชาติเป็นประตูอาเซียน จีน และอินเดีย เพื่อการค้าเสรีเป็นผู้นำ
ด้านการผลิตและการส่งออกด้านอาหาร เกษตร ผลไม้เป็นที่ตั้งของการผลิตอุตสาหกรรม
ยานยนต์ ปีโตรเคมี อิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวกลุ่มรายได้สูงเป็นผู้นำด้านการผลิตและการ
ส่งออกด้านอาหาร เกษตร มีทรัพยากรบริการ ที่พักแรม ภัตตาคารมีระบบสาธารณสุขปลอดภัย
และระบบโลจิสติกส์ที่สมบูรณ์ มีสนามบินอู่ตะเภา-สุวรรณภูมิเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญแก่
ชาวโลกเป็นประตูการท่องเที่ยวไร้พรมแดนในภูมิภาคอาเซียนมีทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรม
มหกรรมและกิจกรรม

จุดอ่อน (Weaknesses) จังหวัดระยอง ได้แก่ ขาดแผนยุทธศาสตร์และ
คณะกรรมการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับนานาชาติทำการเกษตรเคมีมีสารพิษ
ตกค้างในผลผลิตด้านการเกษตรขาดแผนการดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในระดับ
อาเซียนทุกภาคส่วนขาดองค์ความรู้และความพร้อมในการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการในการ
พัฒนาการท่องเที่ยว ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นิคมอุตสาหกรรมขาดระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
ได้แก่ การบำบัดน้ำเสีย การจัดการขยะที่มีพิษ มลพิษทางน้ำ อากาศจังหวัดระยองขาดที่พัก
แรมที่มีมาตรฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ การประชุมงานแสดงสินค้าในระดับ
นานาชาติ

โอกาส (Opportunities) จังหวัดระยอง ได้แก่ โครงการระเบียบเศรษฐกิจพิเศษ
ภาคตะวันออก (EEC) เปิดโอกาสให้ภูมิภาคมีการพัฒนาภาพรวมโดยมีจังหวัดระยอง
เป็นศูนย์กลางกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศนักท่องเที่ยว
นานาชาติจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 ล้านคน ใน ปี พ.ศ. 2573 กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว
เชิงอาหารและเชิงเกษตรระบบโลจิสติกส์จีนมุ่งลงใต้ อินเดียมุ่งตะวันออกให้โอกาสพัฒนาการ

ท่องเที่ยวตามระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มีฐานการผลิตทางด้าน อาหารทะเล อาหารแปรรูป พืชผลทางการเกษตร เพื่อตลาดโลกโอกาสด้านนวัตกรรมอุตสาหกรรม เทคโนโลยีอัตโนมัติ (Automation) ยกกระตือรือร้นการผลิตสินค้าและบริการสู่มาตรฐานสากล การท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อขจัดความยากจนกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญากระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และท่องเที่ยวผู้สูงวัยกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา/ผจญภัยมีดิจิทัลเน็ตเวิร์คบนอินเทอร์เน็ต ธุรกิจทางออนไลน์กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงศึกษานามิติจิตวิญญาณ

อุปสรรค (Threats) จังหวัดระยอง ได้แก่ ขาดระบบเครือข่าย wifi ให้ครอบคลุม สถานที่ทั่วประเทศภาครัฐไม่สนับสนุนการเงินมีแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งโดยรอบภาครัฐไม่สนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายดิจิทัลการลงทุนจากต่างประเทศเป็นอุปสรรค ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวมีผู้ก่อการร้ายสากล/โรคระบาด/ผู้ขนยาเสพติดผ่านประเทศมีภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหวภัยแล้ง

สรุปผล Tows Matrix ของจังหวัดระยอง

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) จะสร้างและพัฒนาแบรนด์จังหวัดระยองให้เป็นศูนย์กลางผลไม้โลกเป็นแบรนด์ศูนย์ท่องเที่ยวทางทะเลการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยววิทยาศาสตร์ การท่องเที่ยวกีฬา/ผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีพุทธประวัติศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) จังหวัดระยองจะสร้างแผนยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวตั้งคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวสร้างแผนการตลาดดิจิทัลสร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติสร้างระบบสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดมทุนจากภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวพัฒนาท่องเที่ยวในรูปแบบ SME ซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาท่องเที่ยวภายใน/ภายนอก/บน Social Networking

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) จังหวัดระยองจะปรับคู่แข่งให้เป็นหุ้นส่วน เช่น พัทยา จันทบุรี และตราด โดยการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวโดยรอบ มีการทำการพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดน เชื่อมโยงกับอาเซียนด้วยโลกด้วยดิจิทัล Networking เกาะกลุ่มกับจังหวัดที่โดดเด่น เช่น กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่เปลี่ยนยุทธศาสตร์มาพัฒนาการท่องเที่ยวระดับ Community แทน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) จังหวัดระยองจะทำการชะลอการพัฒนาท่องเที่ยวไม่ให้เป็นรายได้หลักของชาติ และใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง พัฒนาระดับฐานรากเฉพาะหมู่บ้าน มีการอบรมแผนรองรับภัยพิบัติที่หลีกเลี่ยงไม่ได้อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกาย จิตใจ

ต่อปัญหาทุกรูปแบบที่อาจเกิดขึ้นได้ในโลก เพื่อแข่งขันกับประเทศคู่แข่งบริเวณใกล้เคียงให้มี ศักยภาพสูงขึ้น

สรุปผลศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ มีวิถีชีวิตที่ สบายงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและกิจกรรมท่องเที่ยวสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวมี ทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจศักยภาพในการเข้าถึง พื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง และบริการรถประจำทางมีทรัพยากรธรรมชาติที่ โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกในอนาคต

ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ได้แก่ มีการแบ่งเขตพื้นที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่เพื่อป้องกันกับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีการจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวมีการจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติมีการจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ

ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และมีความเข้มแข็งมีโอกาสในการรับการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ มีการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ศักยภาพด้านกิจกรรม การเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก ได้แก่ กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวกิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ มีกิจกรรมการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึกมีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

สรุปผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย

สรุปผลวิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ดังนี้

วิสัยทัศน์ของจังหวัดระยอง จากความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็นไว้ คือ

1. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระยองเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยวสวน เกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

2. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลก ท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น”

3. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบ กู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชเยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิด จินตภวิเอกสุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัดพุทธ ผักปฏิบัติจิต ผักสด ผักสมานิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

4. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ที่หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อพัฒนา สังคมอย่างบูรณาการ”

สรุปผลยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง

จังหวัดระยองมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง โดยจากความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการโดยมีแผนกลยุทธ์และโครงการ ดังนี้

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

1. โครงการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ทางทะเล การฟื้นฟูแนวปะการัง อนุรักษ์เต่าทะเล และชายหาด ปรับภูมิทัศน์
2. โครงการปลูกป่าชายหาดและป่าชายเลน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว ท่องไปรงทอง ปากน้ำประแส แหลมสน สะพานรักษ์แสม
3. โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวชายทะเล ภาคตะวันออก
4. โครงการปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภคบนเส้นทางท่องเที่ยวระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)
5. โครงการแบ่งพื้นที่เป็นเขต (Zoning) เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวในภาคเกษตร และภาคอุตสาหกรรม
6. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวบนชายทะเล ฝั่งตะวันออก
7. โครงการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
8. โครงการวางผังเมืองเชิงอนุรักษ์ (Green City) พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
9. โครงการสร้างสนามกีฬาเพื่อรองรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ กอล์ฟ เทนนิสเพื่อรองรับการแข่งขันระดับโลกในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
10. โครงการปรับปรุงสาธารณูปโภค การก่อสร้างและปรับปรุงซ่อมแซมเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและสวยงาม เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)
2. โครงการ การวางแผนการจัดการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
3. โครงการตั้งคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
4. โครงการประหยัดน้ำและการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยว

ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

5. โครงการประหยัดน้ำและพลังงานในโรงแรมและรีสอร์ทในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก(EEC)

6. โครงการธนาคารขยะและร้าน O บาทในบ้าน วัด โรงเรียนในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก(EEC)

7. โครงการวางแผนด้านการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในนิคมอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว

8. โครงการใช้พลังงานแสงแดดในการทำประปาชุมชนในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

9. โครงการโรงไฟฟ้าจากขยะ ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

กลยุทธ์ที่ 2.1 การจัดการด้านการตลาด

1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง

2. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง

3. โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวนานาชาติ ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีระยองเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. การสร้างระบบการตลาดการท่องเที่ยว ในระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางใน E-Commerce ออนไลน์

5. โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายจีนอินเดียฮาลาลและอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 2.2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

1. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิดจินตกวีเอก สุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิตฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

2. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวเงินโพ้นทะเล เพื่อพัฒนา

สังคมอย่างบูรณาการ”

3. สร้างแพ็คเกจทัวร์ชายฝั่งทะเลหมู่เกาะ ในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากจังหวัดระยอง จรดสีหนุวิลล์
4. สร้างแพ็คเกจทัวร์สวนเกษตรและสวนผลไม้อินทรีย์ ชิมบุฟเฟต์ผลไม้
5. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”
6. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลก ท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น”
7. แพ็คเกจเส้นทางอาหารทะเลระดับโลก “World Food Festival”
8. สร้างแพ็คเกจตามรอยการกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
9. แพ็คเกจปั่นจักรยานชมทิวทัศน์บนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต
10. แพ็คเกจร่วมมหกรรมอาหารทะเลนานาชาติ
11. สร้างแพ็คเกจทัวร์เดินป่าศึกษาธรรมชาติอุทยานแห่งชาติแห่งระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
12. สร้างแพ็คเกจสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีจังหวัดระยองเป็นประตูสู่ระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) Gateway
13. สร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเมือง 10 อุสาหกรรมเป้าหมายของระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)
14. สร้างแพ็คเกจสัมผัสวิถีชีวิตชาวจีนโบราณ ที่ชุมชนปากน้ำประแสอำเภอกแส
15. สร้างแพ็คเกจตามรอยนิราศเมืองแกลง เยี่ยมบ้านเกิดจินตกวีเอกสุนทรภู่
16. แพ็คเกจกิจกรรมทางกีฬาในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก
17. แพ็คเกจฝึกปฏิบัติจิตฝึกสมาธิฝึกสติในวัดในระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 3.1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ

1. การอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับชุมชนในจังหวัดระยอง

2. การอบรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อความสมดุลต่อระบบนิเวศ

3. การอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

4. เสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน

5. เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งทางบก ป่าชายเลน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

6. อนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรน้ำ รวมถึงการจัดการคุณภาพน้ำตามธรรมชาติให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 3.2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

1. การอนุรักษ์วิถีประมงน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืดในจังหวัดระยอง

2. การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำน้ำปลา กะปิ อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้แปรรูปของชุมชนในจังหวัดระยอง

3. อนุรักษ์เทศกาลอาหารสุขภาพดี เกษตรอินทรีย์ แห่งอาเซียน ในจังหวัดระยอง

4. สร้างศูนย์อนุรักษ์พืชผักสมุนไพร แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกแห่งอาเซียนในจังหวัดระยอง

5. สร้างภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมวิถีชีวิต ประเพณีของชุมชนในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

6. การอบรมปลูกจิตสำนึกด้านความห่วงใยในวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดระยอง

7. สร้างพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวิถีประมงของจังหวัดระยอง และระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

กลยุทธ์ที่ 3.3 การสร้างจิตสำนึกด้านศีลธรรม และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

1. ติดตั้ง CCTV เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ภัยพิบัติ

2. จัดทำคู่มือด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง

3. การรณรงค์เพื่อให้จังหวัดระยองเป็นจังหวัดสีขาว เพื่อแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด

4. การอบรมความรู้เกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติด

5. โครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับชุมชน

6. อบรมการปฏิบัติจิต ตามแนวพระพุทธศาสนา อบรมชุมชนรักษาศีลห้า

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 4.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง

1. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia)

2. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อความพร้อมในการรองรับนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล (ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Thailand 4.0 Super Cluster)

3. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันกำจัดดูแล และเตือนภัยจากกระบวนการผลิต อุบัติภัย มลพิษ ของเสีย รวมทั้งการขนส่งสินค้าจากผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม

4. การจัดตั้งเครือข่ายและคณะกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนจังหวัดระยองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

5. กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออก เกาะเสม็ด เกาะช้าง เกาะกูด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination)

6. จัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มอาหาร กลุ่มแปรรูปสินค้าทางการเกษตร และอาหารทะเล

7. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดนชายฝั่งทะเลจังหวัดระยองให้เป็นฐานเพื่อเชื่อมโยงกับกัมพูชาและสิหนุวิลล์

8. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางการกีฬาทางน้ำ การแข่งขันเรือใบ การแข่งขันกอล์ฟ บนเส้นทางพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)

9. การจัดอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองและระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

10. การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว (Cluster) ในกลุ่มเกาะทะเลอ่าวไทย

11. จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดระยองและ ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

12. แสวงหาทุนและแนวร่วมจากภายนอกชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และ NGO

กลยุทธ์ที่ 4.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น

1. สร้างมูลค่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานสากล

2. ตั้งพิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดระยอง
3. สร้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนจังหวัดระยอง
4. อบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว (SME) เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดระยอง
5. จัดตั้งระบบสหกรณ์หรือกลุ่มชุมชนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง
6. อบรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในจังหวัดระยอง
7. อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง
8. ตั้งศูนย์การค้า One Stop Service เพื่อรองรับโลจิสติกส์และการท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียนในจังหวัดระยอง
9. อบรมมัคคุเทศก์และชุมชนในการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงวัย

สรุปผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไปปฏิบัติตามโครงการนำร่องในชุมชนกรณีศึกษา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจ ตรวจสอบ การประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยแบบรายการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา โดยใช้เทคนิค AIC (Appreciation Influence Control) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้มีการระดมสมองในการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาทางเลือก เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนา ได้เกิดการตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาชุมชนโดยผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นจากการประชุมกลุ่มย่อยระดับจังหวัด ในการเลือกพื้นที่นำร่องในการดำเนินโครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งมีมติที่ประชุมกลุ่มย่อยมีความเห็นตรงกันว่า พื้นที่ที่มีความเข้มแข็งและมีความพร้อมในจังหวัดระยองในขณะนี้ ได้แก่ ชุมชนบ้านปากน้ำประแส ตำบลประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ซึ่งเหมาะแก่การเป็นพื้นที่นำร่องดังกล่าว โดยผู้วิจัยใช้วิธีสร้างกระบวนการรับรู้ร่วมกัน ติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการในพื้นที่นำร่องร่วมกัน ดังมีขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจ ตรวจสอบและสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการรับรู้ร่วมกัน ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย

ขั้นตอนที่ 3 ขึ้นเตรียมความพร้อมและขึ้นดำเนินการ

ขั้นตอนที่ 4 ติดตามและประเมินผล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ สำรวจ ตรวจสอบ สัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมกลุ่มย่อยกระบวนการรับรู้ร่วมกัน การเตรียมความพร้อม การดำเนินการ ตลอดจนการติดตามและประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์มาดำเนินการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่นำร่อง ชุมชนบ้านปากน้ำ

ประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยสามารถรายงานผลการศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษารวมชนปากน้ำประแส

ชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่ทั้งหมด 189.5 ตารางกิโลเมตร เดินทางเข้าถึงและมีการเชื่อมต่อโยงโดย รถยนต์ รถประจำทาง รถตู้ และรถไฟ และสนามบินอยู่ตะเภา มีจำนวนประชากร 6,668 คน หนึ่งในผู้สันนิษฐานว่า “ประแส” น่าจะมาจากความที่ว่า “กระแสน้ำจืด” ที่ไหลมาจากต้นน้ำมา “ประ” (ปะทะ) กับน้ำทะเล (เค็ม) ตรงปากน้ำ จึงเรียกว่า “ปากน้ำประแส” ซึ่งมีจำนวนหมู่บ้าน 8 หมู่บ้าน นิยมตั้งบ้านเรือนริมแม่น้ำประแส และทำอาชีพดั้งเดิมด้านการประมง โดยตกเบ็ด ยกยอ ทอดแห ดักรอก ใช้พาหนะเรือแจวบ้าง เรือพายบ้าง ทำการเกษตรสวนผลไม้ เช่นมะม่วงมันประแสที่ขึ้นชื่อ ทุเรียนพันธ์หมอนทอง ะฉะนิ เงาะพันธ์โรงเรียน มังคุด ลองกอง รวมถึงพืชไร่แบบผสมผสาน และไร่มันสำปะหลังพันธ์ุระยอง 5 มีแม่น้ำประแส เป็นแม่น้ำสายหลักในการหล่อเลี้ยงชีวิตของผู้คน ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธมาแต่บรรพบุรุษ เมื่อมีเงินเมื่อมีเงินมีทองก็คิดจะทำบุญ ซึ่งชาวประแสจะมีประเพณีอยู่อย่างหนึ่ง เวลาบ้านใดทำบุญบ้าน งานแต่งงาน ต้องมีการทอดผ้าป่าด้วย ผู้ที่ปลูกบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำลาคลองถ้าจะทำบุญทอดผ้าป่าส่วนมากต้องอาศัยเรือตัดไม้มาทำพุ่มผ้าป่า ใช้ไม้ไผ่ปักไว้ด้านหัวเรือ-ท้ายเรือ แล้วนิมนต์พระไปสวดมนต์ที่บ้าน เวลาขากลับนิมนต์ชักผ้าป่าในเรือ แต่บางแห่งชักผ้าป่าก่อนสวดมนต์ก็มี แต่บางแห่งถึงบ้านชักผ้าป่าก่อนก็มี แต่การจัดทำบุญทุกครั้งคราว เข้าใจว่า ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นที่เกิดของ "ประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ" ของชาวประแสอีกหนึ่งวัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยเชื้อสายจีน แห่งปากน้ำประแส ที่ปฏิบัติกันสืบมาคือ เทศกาลไหว้พระจันทร์ ซึ่งมีได้มีการบรรจุไว้เป็นข้อมูลประเพณีท้องถิ่นของปากน้ำประแส(รวมทั้งเทศกาลกินเจของประแส) เดิมการไหว้พระจันทร์ของปากน้ำประแสจะจัดขึ้นที่ ศาลเจ้าพ่อก้ออีไทร้อย หมู่ 1 ตลาดดอนล่าง แม้สถานที่จะคับแคบแต่ให้บรรยากาศศรัทธา อบอุ่น ของคนไทยเชื้อสายจีน มีทั้งกระเจาดทานโตะจีน ประมูลของไหว้กันอย่างคึกคัก เทศกาลวันตรุษจีน เทศกาลวันสงกรานต์ และต่อด้วยประเพณีการทำบุญส่งหลังสงกรานต์ ชุมชนปากน้ำประแสมีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และขึ้นชื่อได้แก่ ทอดมันประแส ห่อหมก หอยปากเบ็ดตอง ปลาซิวแซ่ ก้วยเตี๋ยหวัดปู ผัดเปรี้ยวหวาน ปลากรอบสามรส มะม่วงมันนาซา กะปิ ซาใบขลุ่ จันรอน เคยชุบแป้งทอด และอาหารทะเลสด ๆ ชุมชนปากน้ำประแสมีการแต่งกายที่มีลักษณะโดดเด่น คือ การนุ่งกางเกงขาก้วยและสวมใส่เสื้อก๊วยเฮง ด้วยวิถีชีวิตเชื่อมโยงกับการประกอบอาชีพประมง และได้รับวัฒนธรรมจากชาวจีนในพื้นที่ด้วย ชุมชนปากน้ำประแสมีปัญหาในพื้นที่ในด้านภัยจาก

ธรรมชาติแวดล้อม เพราะอยู่ติดชายทะเล ด้วยการที่มนุษย์เป็นตัวกลางเปลี่ยนแปลงสังคม เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง เช่น ซอบหาปลาในฤดูวางไข่ ใช้เครื่องมือที่ถักไปทำให้ปลาเล็กติดมาด้วย ลักลอบตัดไม้ทำลายป่า เพื่อมาสร้างที่อยู่อาศัยหรือส่งเป็นสินค้า ป่าเกิดวิกฤตเสื่อมโทรม ปล่อยของเสียจากโรงงานและไอเสียจากรถยนต์ทำให้สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ น้ำเน่าเสีย อากาศเป็นพิษ และเกิดปัญหาทรัพยากรสัตว์น้ำลดลงอย่างมากชุมชนปากน้ำประแสอยู่กันอย่างเรียบง่าย และใช้แนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวในการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนคือ กางเกงชาวเล ซาไบขลุ่ กะปิ น้ำปลา และอาหารทะเลแปรรูป และมะม่วงมันนาซาซึ่งอยู่ที่ประแส

สรุปผลทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนปากน้ำประแส

ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของชุมชนปากน้ำประแส ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ภายในชุมชนปากน้ำประแสนั้น มีความอุดมสมบูรณ์มากและมีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญ มีต้นไม้ พันธุ์ไม้หลากหลายนานาชนิด ทั้งพืชบกหรือรวมไปถึงพืชป่าชายเลน เพราะเนื่องมาจากมีทุ่งโปรงทองอยู่ที่บริเวณปากน้ำประแส จึงเต็มไปด้วยสิ่งมีชีวิตมากมายและชุมชนปากน้ำประแสยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่น (สมุนไพรป่าชายเลน ซาไบขลุ่ เป็นวิสาหกิจชุมชน ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ เรือรบหลวงประแส ศาลพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ และวัดที่สำคัญ คือ วัดตะเคียนงาม วัดดอนมะกอกกลาง วัดเนินยาง วัดสมมุติเทพฐาปนาราม (วัดแหลมสน) เทศกาลและประเพณีแบบศิลปะวัฒนธรรม นอกจากทอดผ้าป่ากลางน้ำแล้ว ยังมี ประเพณีวันไหล-วันสูงอายุ หล่อเทียน และแห่เข้าพรรษา เทศกาลตักบาตรเทโวโรหณะ และถนนสายวัฒนธรรม เลียบแม่น้ำประแส กิจกรรมที่ชุมชนปากน้ำประแสนิยมคือ กิจกรรมท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม-ประเพณีพื้นบ้าน คือ งานศาลเจ้าพ่อแหลมสน ประเพณีทำบุญกลางบ้าน (บุญส่ง) กิจกรรมทำบุญขึ้นบ้านใหม่ กิจกรรมฉลองวันเด็กแห่งชาติ กิจกรรมเทศกาลไม้ไม้และของดีอำเภอแกลง กิจกรรมการเก็บขยะชายหาด กิจกรรมล่องเรือชมหิ่งห้อยและฝูงเหยี่ยวแดง ทรัพยากรด้านบริการ ไฟฟ้า ถนน สุขา ระบบประปา และระบบการสื่อสารที่สะดวก การเดินทางในชุมชนมีทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว โดยสารประจำทาง และการจราจรทางน้ำ มีที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว เช่น โฮมสเตย์ ตลาดสด ร้านอาหาร ร้านสะดวกอาหาร สถานีบริการน้ำมัน สามล้อบริการนักท่องเที่ยว ระบบเสียงตามสาย/หอกระจายข่าวในพื้นที่ครอบคลุม 90 เปอร์เซ็นต์ มีศูนย์ดับเพลิงเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทยฝั่งตะวันออก

สรุปผลการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนปากน้ำประแส

จุดแข็ง (Strength) ของชุมชนปากน้ำประแสอยู่ใกล้สนามบินอุตะเกา และอยู่บนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) มีผลผลิตทางการเกษตร เช่น มะม่วงมันนาชาอยู่ที่ประแสมีกลุ่มอาชีพ เช่น โฮมสเตย์ กลุ่มสามล้อท่องเที่ยวมีกลุ่มเยาวชนลีเซียว กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มมัคค์ประแสและกลุ่มชุมชนเข้มแข็ง เป็นต้นองค์กรมีกลุ่มสตรีและศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อและบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน สามารถให้ความรู้และมีแหล่งการเรียนรู้มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น ศาลกรมหลวงชุมพรฯ ถนนเส้นริมน้ำ ต้นตะเคียนใหญ่ร้อยปีอนุสรณ์เรือหลวงประแส เป็นต้น มีการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างหน่วยงานพื้นที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับการดูแลป่าชายเลนผู้บริหารให้การสนับสนุนอย่างชัดเจนมีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาสีงแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนอย่างเป็นรูปธรรมมีผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนที่น่าสนใจ เช่น ซาไบชลุ้ มีเครือข่ายการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศมีทุ่งโปรงทอง ได้รับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ของจังหวัดระยอง ประจำปี พ.ศ. 2554 ชุมชนบ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero Waste ประจำปี พ.ศ. 2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จุดอ่อน (Weakness) ของชุมชนปากน้ำประแส มีการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีในการกำจัดศัตรูพืชขาดการส่งเสริมด้านการตลาดด้านการท่องเที่ยว และการกระจายผลผลิตทางการเกษตร ขาดการส่งเสริมด้านการพัฒนาสินค้าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้านประมงประชาชนขาดวินัยด้านการเงิน เกิดปัญหาหนี้สินทั้งในและนอกระบบขาดการเก็บออมปัญหาการขาดแคลนแรงงานด้านการประมงเจ้าหน้าที่และประชาชน ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บุคลากรขับเคลื่อนไม่เพียงพอการมีส่วนร่วมภาคประชาชนยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ขาดความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมในแต่ละกลุ่ม

โอกาส (Opportunities) ของชุมชนปากน้ำประแส โครงการส่งเสริมทุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และธุรกิจชุมชนอื่น ๆ นโยบายรัฐบาลตามโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนเพื่อใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันได้การคมนาคมขนส่งผลผลิตทางการประมงมีความสะดวกได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ “ทุ่งโปรงทอง” ที่ได้รับมาตรฐานจากกรมการ

ท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2554 มีองค์กรต่าง ๆ สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดระยอง เป็นต้นนโยบายผู้บริหารดำเนินการอย่างต่อเนื่องชุมชนมีการรวมกลุ่มสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและรองรับคณะศึกษาดูงานฯ ในพื้นที่ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และสื่อออนไลน์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางเฉลิมบูรพาชลทิต (ถนนเลียบบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก)

อุปสรรค (Threat) ของชุมชนปากน้ำประแสผลผลิตทางการเกษตรกำลังจะหมดไป ปัจจัยการลงทุนด้านการประมงหรือต้นทุนสูงภาวะเศรษฐกิจของโลกและของประเทศตกต่ำ กฎหมายทางการประมงเข้มงวด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่สอดคล้องกับวิถีชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การสื่อสารกับแรงงานต่างด้าวเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันในชุมชนประชาชนในท้องถิ่นบางส่วนไม่ให้ความร่วมมือในการต้อนรับคณะนักท่องเที่ยว มองผลประโยชน์ ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวมสภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมีเวลาน้อย ทำให้เรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวไม่ทั่วถึงมีพัทยา จังหวัดตราด จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นคู่แข่งโดยรอบภาครัฐสร้างนิคมอุตสาหกรรมและระเบียบเศรษฐกิจตะวันออก (EEC) ในบริเวณใกล้เคียง อาจสร้างมลภาวะ

สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนประชุมร่วมกันและระดมสมองเพื่อแสดงความคิดเห็นของศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนชุมชนปากน้ำประแส

1. สรุปผลศักยภาพด้านทรัพยากรในพื้นที่

ชุมชนปากน้ำประแสมีทรัพยากรธรรมชาติ มีชายหาดที่สวยงาม มีสวนผลไม้ที่โดดเด่น เช่นทุเรียน เงาะ มังคุด มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ “ทุ่งโปรงทอง” มีต้นตะเคียนอายุมากกว่า 500 ปี มีสิ่งกระทรวงวัฒนธรรมให้ขึ้นทะเบียนเป็น รุกข์มรดก ภาษาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของคนระยอง ชุมชนปากน้ำประแสมีวัฒนธรรมประเพณีที่ที่ทำสืบต่อกันมารุ่นสู่รุ่น ซึ่งมี 2 เชื้อชาติ คือ ทั้งจีนและไทยที่อยู่ร่วมกันอย่างผสมผสานกลมกลืน มีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ เช่นศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ อนุสรณ์เรือรบหลวงประแส มีอาหารที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งน้ำจืด น้ำเค็ม โดยเฉพาะอาหารทะเลที่สดและอาหารพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ในเรื่องของการใช้พืชสมุนไพรในพื้นที่ มีเส้นทางการบินจักรยานที่นักท่องเที่ยวนิยม และที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาพื้นบ้านกันเอาไว้ คือ การต่อเรือและซ่อมเรือที่มีชื่อเสียงของภาคตะวันออก

2. สรุปผลศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ชุมชนปากน้ำประแส มีการทำบันทึกข้อตกลงระหว่างหน่วยงานพื้นที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับการดูแลป่าชายเลนทำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ต่อสัตว์น้ำ และสัตว์บกส่งผลดีต่อระบบนิเวศมีกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติป่าชายเลนอย่างเป็นรูปธรรมองค์กรกลุ่มสตรีและศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อและบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน สามารถให้ความรู้ และมีแหล่งการเรียนรู้ ชุมชนปากน้ำประแสมีความร่วมมือร่วมใจกันอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมในการบริหารจัดการขยะชุมชน และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีชมรม “คนรักประแสร์” ร่วมสร้างสรรค์และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในเชิงกายภาพและวิถีชีวิต พัฒนาการจัดการบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ เช่น ภาคเอกชนผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ ร้านอาหาร ชมรมต่าง ๆ และประชาชน มีความสามัคคีกัน และสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสให้เกิดความยั่งยืนกลุ่ม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อรองรับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่กำลังเกิดขึ้น

3. สรุปผลศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ชุมชนปากน้ำประแสมีการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน มีการประชุมปรึกษาหารือร่วมกันโดยมีภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ร่วมสร้างสรรค์และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงกายภาพ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของชุมชน มีการเชิญชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีการสร้างเครือข่าย กลุ่มต่าง ๆ เช่น โฮมสเตย์ กลุ่มสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลุ่มคนรักประแส เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นตัวกลางและมีบทบาทต่อการเข้ามาช่วยส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดและมุ่งเน้นให้เกิดการสร้างเครือข่ายในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ลักษณะการมีส่วนร่วม ไพรัช เดชะรินทร์ (2516, หน้า 91-95) ได้สรุปหลักการและแนวทางการพัฒนาให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมไว้ว่า ต้องยึดหลักความต้องการและปัญหาของประชาชนเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรม กิจกรรมต้องดำเนินการในรูปกลุ่มเพื่อสร้างพลังกลุ่มในการรับผิดชอบร่วมกัน ให้คำนึงถึงขีดความสามารถของประชาชนปลูกฝังให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ กิจกรรมที่ต้องสอดคล้องกับสภาพสิ่งแวดล้อมทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชน การเริ่มต้นควรอาศัยผู้นำชุมชนที่ชาวบ้านเคารพนับถือ ขั้นตอนการดำเนินงาน

ต่าง ๆ ควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น

4. สรุปผลศักยภาพด้านการส่งเสริมกิจกรรม การเรียนรู้ และปลูกจิตสำนึก

ชุมชนปากน้ำประแสมีการจัดการด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นรูปธรรม เช่นการส่งเสริมการปลูกป่าชายเลน จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง นั่นคือ “ทุ่งโปรงทอง” มีวิธีการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าแลมีการสร้างกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์และภาคภูมิใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ดีเช่น การปลูกป่าชายเลน การปั่นจักรยานเสือภูเขาบนถนนเลียบชายหาด(เฉลิมบูรพาชลทิศ) และกิจกรรมการรับประทานผลไม้ในสวนตามฤดูกาลของนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ เช่น การปลูกป่าชายหาด และป่าชายเลน กิจกรรมด้านการรักษาสีงแวดล้อมในชุมชน การจัดการเรื่องขยะ มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ชุมชนมีความรักสามัคคี รักวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต แหล่งประวัติศาสตร์ และความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่หลากหลาย ที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว มีปราชญ์ชาวบ้าน มีภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้คนในพื้นที่มีจิตใจดี มีรอยยิ้มสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะเป็นเจ้าบ้านที่ดีและพัฒนาชุมชนให้น่าอยู่ และเตรียมความพร้อมรองรับด้านการท่องเที่ยวกับโครงการระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

สรุปผลแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส

ผลการตรวจสอบทรัพยากร โดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส และมีการประชุมร่วมกัน และมีความเห็นว่าชุมชนมีความพร้อมในการต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและในที่ประชุมได้มีความเห็นตรงกันว่า ชุมชนปากน้ำประแสควรมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส ทั้งนี้ในที่ประชุมได้ช่วยกันกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลวิสัยทัศน์ ชุมชนปากน้ำประแส

วิสัยทัศน์ที่ 1 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมหิ่งห้อย เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

วิสัยทัศน์ที่ 2 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งอาหารทะเล และผลไม้โลก วิสาหกิจใบขลุ่ย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการ และกระจายรายได้ท้องถิ่น น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง”

วิสัยทัศน์ที่ 3 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย วิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวนวน วิถีเกษตร เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”

วิสัยทัศน์ที่ 4 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ประแสเมืองน่าอยู่ เมืองประวัติศาสตร์กรมหลวงชุมพรฯ อนุรักษ์เรือรบหลวงประแส ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้าน ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัดพุทธ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

ภายใต้วิสัยทัศน์ดังกล่าว ผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันกำหนด ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส 4 ด้าน คือ 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการโดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และโครงการ ดังนี้

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

1. โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมและสาธารณูปโภคภายในชุมชน เส้นทางภายในชุมชน เส้นทางจักรยาน เส้นทางเท้า ป้ายบอกทาง ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ภายในชุมชน

2. โครงการรณรงค์คัดแยกขยะจากครัวเรือน (โครงการชุมชนไร้ถัง)

3. โครงการถนนปลอดถังขยะ

กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

1. โครงการล่องเรือเก็บขยะ โครงการจัดทำโครงการหมักปุ๋ยจุลินทรีย์

2. โครงการรณรงค์ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง

3. โครงการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการรักษาความสะอาด ของบ้านเมืองแก่ชุมชนและแรงงานต่างด้าว

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

กลยุทธ์ที่ 2.1 การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยว

1. โครงการจัดหากิจกรรมใหม่ ๆ โดยเน้นให้เกิดรายได้กับกลุ่มอาชีพพื้นบ้าน เช่น คลาดหอยหอยตลับรุ่นเคย ยกยอล่องเรือตกปลา ล่องเรือเมืองแกลง-ประแส-เกาะมันใน

2. โครงการส่งเสริมการตลาดจัดตลาด และพัฒนาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์ของสินค้า

กลยุทธ์ ที่ 2.2 การพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว

1. โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ สามล้อบริการนักท่องเที่ยว ชมรมเรือเล็กบริการนักท่องเที่ยว ชมรมร้านอาหารและมัดคุเทศก์

2. โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ปากน้ำประแส

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 3.1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ

1. โครงการการอบรมมัดคุเทศก์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน

2. โครงการการอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตรประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน

กลยุทธ์ที่ 3.2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

1. โครงการสืบสานประเพณีตักบาตรขนมข้าวต้มมัด ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทยที่ชุมชนปากน้ำประแส

2. โครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การทำเกษตรปลอดสารเคมี โดยใช้เกษตรแบบอินทรีย์ให้กับชุมชนปากน้ำประแส

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 4.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง

1. โครงการให้การสนับสนุนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยการอบรมให้ความรู้และทำกิจกรรมแบบบูรณาการร่วมกันโดยเน้นถึงความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมเป็นหลัก

2. อบรมและพาไปศึกษาดูงานยังสถานที่ประกอบการอื่น ๆ เช่น วังน้ำเขียว บ้านปราสาทอัมพวา

กลยุทธ์ที่ 4.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น

1. โครงการโครงการจัดตั้งระบบสหกรณ์ กลุ่มหัตถกรรมในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น

2. โครงการอบรมยุวมัดคุเทศก์ท้องถิ่น

สรุปผลการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

หลังจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนปากน้ำประแสได้ร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการนำร่องภายใต้ แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ของชุมชนปากน้ำประแส ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ จัดตั้งชมรมสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชน เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการและควบคุมการดำเนินงานกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี โดยจะสามารถสรุปโครงสร้างการบริหารจัดการชมรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส เพื่อจะได้บริหารจัดการ และควบคุมการดำเนินงานตลอดจนดูแลเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี ซึ่งมีสมาชิกทั้งหมด 98 คน โดยมีคณะกรรมการบริหารชมรมฯ 15 คน ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ ผู้ช่วยเลขานุการ เหรัญญิก ปฏิคม ประชาสัมพันธ์ รักษาความปลอดภัย กิจกรรมท่องเที่ยว กรรมการ และที่ปรึกษา

เมื่อมีการแบ่งฝ่ายกันและกำหนดหน้าที่ในความรับผิดชอบของคณะกรรมการแล้ว ก็เริ่มดำเนินการพัฒนาชุมชน โดยในขั้นตอนแรกมีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ โปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 1 วัน และโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน เพื่อเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายที่จะมาเที่ยวที่ชุมชนปากน้ำประแส โดยได้เตรียมการอบรมเรื่องการท่องเที่ยวในชุมชน จัดอบรมยุวมัคคุเทศก์ให้แก่กรรมการบริหาร และสมาชิกของชมรมและนักเรียน 25 คน พร้อมทั้งพัฒนาและจัดการฐานการเรียนรู้ในชุมชนปากน้ำประแส

หลังจากที่ทางชมรมฯได้มีการพัฒนาการดำเนินงานในการบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชน และเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ แล้ว ทางชมรมฯก็ได้มอบหมายให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ได้ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารทางการท่องเที่ยวของชุมชนให้ภายนอกทราบ ซึ่งได้มีความคิดเห็นตรงกันว่าเพื่อที่จะให้คณะกรรมการดำเนินงานของชมรมฯ ได้มีการเรียนรู้และทดลองปฏิบัติกันอย่างจริงจังและเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขกิจกรรมที่ได้วางเอาไว้ และในด้านการบริการให้กับนักท่องเที่ยวของชมรมฯ ตลอดจนขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของชุมชนที่ได้ร่วมกันกำหนดไว้ได้อย่างดีและให้ได้ผลมากที่สุด ดังนั้น ชมรมฯ จึงได้มีการประสานงานนำนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง ประเภทกลุ่มศึกษาดูงาน นักเรียน นักศึกษา ที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ ซึ่งเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 30 คน และนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองประเภท กลุ่มศึกษาดูงาน ทัศนศึกษา หน่วยงานภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว

ทั่วไป ที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ ซึ่งเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบโปรแกรม 2 วัน 1 คืน จำนวน 30 คน

เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนปากน้ำประแส ผู้วิจัยและชมรมฯ ได้ทำการประเมินโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสอบถามถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยได้ทดลองทั้ง 2 กลุ่ม จำนวน 60 ชุด เพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการทางการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแส ได้แก่ด้าน รวมทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย 2) ด้านการเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว 3) ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก 4) ด้านกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน

สรุปผลการติดตาม และการประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่อง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ด้านการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวและความปลอดภัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย คะแนนอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าจังหวัดชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดและรองลงมาอันดับสอง คือ มีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชน อยู่ในระดับมาก ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม เท่ากับมีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชนอยู่ในระดับมาก

2. ด้านการเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว

กลุ่มที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนการเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว โดยมีความคิดเห็นว่ามีคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจนอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่ามีที่พัก ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก และมีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ อยู่ในระดับมาก

3. ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึกมีอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่ามีที่พักมีความสะอาดถูกสุขลักษณะและราคาเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และสินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสมอยู่ในระดับมากและอาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัยและมีความเป็นท้องถิ่น เท่ากับมีการจัดการขยะและน้ำเสีย

ของชุมชน อยู่ในระดับมาก

4. ด้านกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยโดยมีความคิดเห็นว่าเป็นเส้นทางภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น อยู่ในระดับมากที่สุด มีความคิดเห็นว่าเป็นเส้นทางภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น อยู่ในระดับมากที่สุด ชุมชนด้านกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน อยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นว่าเป็นเส้นทางภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น อยู่ในระดับมากที่สุด และกิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลายและสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสาม คือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสมปลอดภัยอยู่ในระดับมาก

จากผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปากน้ำประแส ทางคณะกรรมการบริหารชมรมได้มีการประชุมหารือเพื่อร่วมกันวิเคราะห์และสรุปแนวทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนมีความพร้อมในการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัยของชาวปากน้ำประแส และกางเกงชาวเล หรือชาวประมงที่นักท่องเที่ยวมาแล้วมักจะซื้อไปเป็นของฝาก

2. ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ทางชมรมฯ จะพานักท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจโดยอธิบายให้ทราบว่าชุมชนปากน้ำประแสมีอะไรบ้าง เช่น การปลูกต้นไม้ทางชมรมฯ จะมีการจัดการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการที่เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาถึงชุมชนก็จะต้องใช้บริการรถสามล้อเพื่อชมทัศนียภาพของชุมชนปากน้ำประแส โดยรถสามล้อแต่ละคันจะวิ่งประมาณไม่เกิน 30/ก.ม และรับนักท่องเที่ยวคันละ ไม่เกิน 4 คน ซึ่งหัวหน้ากลุ่มจะมีการควบคุม ถ้าใครทำผิดกฎระเบียบก็จะมีบทลงโทษ ซึ่งตั้งแต่มีชมรมฯ ยังไม่มีใครทำผิดกฎระเบียบ และปรับปรุงแก้ไขระบบการรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยการให้เครือข่ายผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการเข้าเวรตรวจตราความเรียบร้อยและปลอดภัยในชุมชน

3. ด้านการเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยวทางชมรมฯ จะทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ คือ เทศบาลตำบลปากน้ำประแส จะเป็นผู้แนะนำจัดอบรมตามโครงการที่เป็นประโยชน์ให้กับชมรมฯ เช่นการทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ถนนมีความสะดวกและปลอดภัยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ในด้านการต้อนรับ ความเป็นมิตร ทางชมรมฯ มีนโยบายให้สมาชิกทุกคนมีรอยยิ้มที่บอบอกถึงความอบอุ่น มีอารมณ์ที่สดชื่นพร้อมที่จะบริการนักท่องเที่ยวและไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว และพร้อมบริการที่เป็นมิตร ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ

4. ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก ทางชมรมฯ จะพานักท่องเที่ยวไปยังด้านที่พักที่ทางชุมชนปากน้ำประแสมีรองรับนักท่องเที่ยว นั่นคือ โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานและได้รับรางวัลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ถ้านักท่องเที่ยวมีความประสงค์จะแนะนำและพาเข้าไปชม ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมีการติดต่อก่อนล่วงหน้าแล้ว ด้านอาหารนี้ถือได้ว่าชุมชนปากน้ำประแสมีความโดดเด่นทางด้านอาหารเป็นอย่างมาก เช่น แกงป่าปลาเห็ดโคน ห่อหมกทะเลหนึ่ง และย่าง ยำหอยปากเบ็ด จันลอน ก๋วยเตี๋ยวผัดปู ทะเลลวกจิ้ม ผัดเปรี้ยวหวาน ปลาฮือแซ เคยซุบแบ่งทอด ซึ่งร้านอาหารในชุมชนจะมีไว้บริการนักท่องเที่ยว เครื่องดื่มที่ทางชมรมฯ มักจะบริการนักท่องเที่ยวไปดื่มน้ำมะพร้าวที่หอมหวาน สดชื่น และพาชมซื้อของที่ระลึก เช่น กะปิ น้ำปลา ซาไบขลุ่ย ที่ขึ้นชื่อขอต้นไม้โกงกางป่าชายเลน บริเวณเรือรบหลวงประแส การเก็บขยะชายหาดประแส การซ่อมสะพานเดินชมธรรมชาติทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมหิ่งห้อย มักจะมีในเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม ในช่วงกลางคืนนี้เรือชมทัศนียภาพของป่าชายเลนในช่วงกลางวัน และอีกกิจกรรมที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก คือ ล่องเรือชมฝูงเหยี่ยวแดง ในช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ทำให้ผู้ประกอบการเรือมีรายได้ดีมาก เพราะเป็นสิ่งที่แปลกและใหม่ต่อการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสซึ่งในแต่ละกิจกรรมก็จะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวว่าสนใจกิจกรรมอะไร

สรุปผลการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนปากน้ำประแส

หลังจากชุมชนและผู้วิจัย ได้ร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนปากน้ำประแส โดยกระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ตามขั้นตอนของการกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารชมรมฯ โดยมีการประชุมเตรียมความพร้อมและแก้ปัญหา ร่วมกันมีการกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชน มีการทดลองนำนักท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ได้เดินทางมาเที่ยว มีการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยว และมีการประชุมกลุ่มย่อยในชุมชนเพื่อหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน รวมระยะเวลา 12 เดือน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวถือเป็นการวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation Research) ในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งผลการศึกษาทำให้ทราบถึงผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสว่ามีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ ดังนั้น เมื่อได้ดำเนินโครงการตามขั้นตอนแล้ว จึงได้มีการจัด ประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยมีผู้แทนจากภาครัฐ

ทางคณะกรรมการบริหารชมรมฯ และเครือข่ายในชุมชน เพื่อร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส ดังหัวข้อต่อไปนี้

สรุปผลวิสัยทัศน์ของชุมชนบ้านปากน้ำประแส

วิสัยทัศน์ที่ 1 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมหิ่งห้อย เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์ที่ 2 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งอาหารทะเล และผลไม้โลก วิสาหกิจไบโกลู เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการ และกระจายรายได้ท้องถิ่น น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง”

วิสัยทัศน์ที่ 3 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย วิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตร เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”

วิสัยทัศน์ที่ 4 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ประแสเมืองน่าอยู่ เมืองประวัติศาสตร์ กรมหลวงชุมพรฯ อนุสรณ์เรือรบหลวงประแส ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้าน ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัดพุทธเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

ผู้วิจัยขอสรุปผลการดำเนินการตามโครงการนำร่องในชุมชนปากน้ำประแส ประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ดังนี้

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม มีการดำเนินโครงการ 3 โครงการ ได้แก่

1. โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมและสาธารณูปโภคภายในชุมชน เส้นทางภายในชุมชน เส้นทางจักรยาน เส้นทางเท้า ป้ายบอกทาง ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ภายในชุมชน

2. โครงการรณรงค์คัดแยกขยะจากครัวเรือน (โครงการชุมชนไร้ถัง)

3. โครงการถนนปลอดถังขยะ

กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว มีการดำเนินโครงการ 4 โครงการ ได้แก่

1. ล่องเรือเก็บขยะ

2. โครงการทำปุ๋ยหมักจุลินทรีย์
3. โครงการรณรงค์ไม่ให้ทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง
4. โครงการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการรักษาความสะอาดของบ้านเมืองแก่ชุมชน

และแรงงานต่างด้าว

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

กลยุทธ์ที่ 2.1 การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินโครงการ 2 โครงการ ได้แก่

1. โครงการจัดหากิจกรรมใหม่ ๆ โดยเน้นให้เกิดรายได้กับกลุ่มอาชีพพื้นบ้าน เช่น ตลาดหอยดัลโบราณเคย ยกยอส่งออกเรือตกปลาช่องเรือเมืองแกลง-ประแส-เกาะมันใน
2. โครงการส่งเสริมการตลาดจัดหัตถผลิต และพัฒนาส่งเสริมการตลาดสัมพันธ์ในรูปแบบของการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์สินค้า

กลยุทธ์ ที่ 2.2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินโครงการ 2 โครงการ ได้แก่

1. โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ สามล้อ บริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชมรมเรือเล็กบริการนักท่องเที่ยว ชมรมร้านอาหาร และมัคคุเทศก์
2. โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานน้ำประแส

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 3.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็งมีการดำเนินโครงการ 2 โครงการ ได้แก่

1. โครงการให้การสนับสนุนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยการอบรมให้ความรู้และทำกิจกรรมแบบบูรณาการร่วมกันโดยเน้นถึงความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมเป็นหลัก
2. มีการอบรมและพาไปศึกษาดูงานยังสถานที่ประกอบการอื่น ๆ เช่น วังน้ำเขียว บ้านปราสาท อัมพวา

กลยุทธ์ที่ 3.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่นมีการดำเนินโครงการ 2 โครงการ ได้แก่

1. โครงการจัดตั้งระบบสหกรณ์ กลุ่มหัตถกรรมในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น
2. โครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเรือเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 4.1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ มีการดำเนินโครงการ 2 โครงการ ได้แก่

1. โครงการอบรมมัคคุเทศก์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน
2. โครงการการอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนากองทัพเรืออย่างสร้างสรรค์ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน

กลยุทธ์ที่ 4.2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว มีการดำเนินโครงการ 2 โครงการ ได้แก่

1. โครงการสืบสานประเพณีตักบาตรขนมข้าวต้มมัด ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทย ที่ชุมชนปากน้ำประแส
2. โครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การทำเกษตรปลอดสารเคมี โดยใช้เกษตรแบบอินทรีย์ให้กับชุมชนปากน้ำประแส

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

มติที่ประชุมได้ประชุมเพื่อหารือถึงความเห็นร่วมกันว่า หลังจากที่ได้มีการดำเนินการตามขั้นตอนของการพัฒนากองทัพเรือแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในชุมชนปากน้ำประแส ทางชุมชนเกิดการพัฒนาในหลากหลายมิติด้วยกัน เช่น ด้านของเศรษฐกิจทำให้ชุมชนมีการกระจายรายได้ทำให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทางด้านสังคมทำให้คนในชุมชนเกิดความรักความสามัคคี มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการสร้างเครือข่ายกับกลุ่ม และชมรมอื่น ๆ เกิดการพัฒนาในทางสร้างสรรค์ ในด้านวัฒนธรรมทำให้เกิดการหวงแหนในทรัพยากรของชุมชน และเกิดความภาคภูมิใจต่อการพัฒนาเพื่อรองรับ และพร้อมที่จะถ่ายทอดสิ่งที่ชุมชนมีให้กับนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งที่ชุมชนฯ เป็นห่วงนั่นก็คือ ด้วยจังหวัดระยองเป็นเมืองผลไม้ และนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เข้ามาเที่ยวและซื้อผลไม้ในจังหวัดระยอง และจังหวัดใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก ทำให้ผลไม้ไม่เพียงพอต่อการบริการให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น ชมรม และชุมชนควรส่งเสริมให้ปลูกผลไม้กันให้มาก ๆ เพื่อให้สอดรับนักท่องเที่ยวในภายภาคหน้า ตามโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC) ของรัฐบาลเพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบบูรณาการที่ยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย” ตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

การอภิปรายผลของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ผู้วิจัยค้นพบว่า การวิจัยครั้งนี้ได้บรรลุเป้าหมายในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จังหวัดระยองมีศักยภาพอย่างยิ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในด้านศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว จังหวัดระยอง มีทรัพยากรที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพที่โดดเด่น ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น มหกรรมประเพณี กิจกรรมท่องเที่ยวอันหลากหลาย ตลอดจนทรัพยากรบริการ ด้านการเข้าถึง ที่พักแรม ภัตตาคาร และบริการด้านต่าง ๆ

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า ในปัจจุบันจังหวัดระยอง มีศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีคุณภาพ แต่ยังมีจุดอ่อนในการนำทรัพยากรดังกล่าวทั้งหมดมาพัฒนา ยกกระทันหันมามาตรฐานและคุณภาพ โดยการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างพื้นฐานการเติบโตของการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ให้มีปัจจัยหลักที่มีคุณภาพ มาตรฐาน ของจุดหมายปลายทางคือตัวจังหวัดระยองในภาพรวม และมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานนานาชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่โดดเด่นซึ่งจะเป็นการสนองนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2579) มีความต้องการพัฒนาประเทศไทย เป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพชั้นนำของโลก โดยมีเป้าประสงค์ที่จะพัฒนาจุดหมายปลายทางเช่น จังหวัดระยอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ

การมีศักยภาพด้านทรัพยากรนำไปสู่การมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า จังหวัดระยองจำเป็นต้องกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการจังหวัด ให้เป็นการหลอมรวมองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และบริการเบ็ดเตล็ด เข้าภายใต้วิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) เพื่อยกระดับจังหวัดระยองขึ้นเป็น จุดหมายปลายทางคุณภาพชั้นนำของโลก โดยพัฒนาจังหวัดให้สามารถบรรลุเป้าหมายของการพัฒนา เช่น การมีแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการที่ได้รับการรองรับมาตรฐานเพิ่มขึ้นในจังหวัด รายได้จากการท่องเที่ยว

มีอัตรา การขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น อัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีปริมาณเพิ่มขึ้น มีการขยายตัวขึ้น อย่างน้อยร้อยละ 5 เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนองนโยบายของเป้าประสงค์ที่ 2 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ในการสร้างการเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุลในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2) โดยเฉพาะจังหวัดระยอง ควรมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว และการจัดการทรัพยากรด้านอุตสาหกรรมในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมในอำเภอปลวกแดง อำเภอนิคมพัฒนา อำเภอบ้านฉาง อำเภอบ้านค่าย โดยมีการสร้างสมดุลของการใช้พื้นที่ (Land-Use) โดยไม่ให้เกิดความขัดแย้งระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจจากนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งจังหวัดระยองได้รับพันธกิจจากโครงการขนาดใหญ่ (Mega Project) โดยเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า จังหวัดระยองควรมีแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ในการจัดการที่สมดุลในจังหวัดระยอง ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเช่น โครงการโรงไฟฟ้าจากขยะ โครงการพลังงานทดแทนด้านแสงอาทิตย์และลม ซึ่งควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเร่งด่วนเพื่อพัฒนาพื้นที่ตามนโยบายของแผนยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 อันได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมของประเทศที่ขยายตัวอย่างมีสมดุล โดยการเร่งรัดแก้ปัญหามลพิษ และสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนเทคโนโลยีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวทางทะเลเชื่อมโยงฝั่งอ่าวไทย ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559, สื่อบนไลน์) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของจังหวัดระยองด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบว่า ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวต่างมีความปรารถนาที่จะร่วมกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและด้านการพัฒนาจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรกัญญา สิทธิธรรม (2546) ผู้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง” พบว่า ในภาพรวม ประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ระดับปานกลางมากที่สุด โดยมีส่วนร่วมในการสำรวจและรักษาแหล่งท่องเที่ยว ร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจะสอดคล้องกับนโยบายของการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ในด้านแนวทางการพัฒนาของยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วน เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่ออนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการให้ความรู้และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, สื่อบนออนไลน์) ซึ่งจังหวัดระยองควรได้รับการสนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายของผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

ผู้วิจัยขออภิปรายเกี่ยวกับ ศักยภาพด้านกิจกรรมการเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึกต่อนักท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง ดังนี้ ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวจังหวัดระยองทั้งสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ ยังเป็นการท่องเที่ยวในระดับผิว (Surface Structure) ได้แก่ การสัมผัสธรรมชาติ และวิถีชีวิตอย่างผิวเผินในช่วงเวลาอันสั้น (พยอม ธรรมบุตร, 2560, หน้า 4) การขายวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างรีบร้อนและไม่เจาะลึกถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมเป็นรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่กำลังจะล้าสมัย นักท่องเที่ยวในอนาคต (ค.ศ. 2030) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการกิจกรรมที่เจาะลึกลงไปในวันธรรมระดับลึก (Deep Structure) และต้องการใช้เวลาในการชมนานขึ้น เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณีที่แท้จริงของคนไทย เช่น การเปลี่ยนจากกินต้มยำกึ่งๆ ไปเป็นการเรียนรู้ที่จะปรุงต้มยำกึ่ง (Cooking School) จังหวัดระยองจึงควรสร้างแผนยุทธศาสตร์ในด้านการสร้างสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีความลุ่มลึก ความหมายของประเพณี วิถีชีวิต เช่น วัฒนธรรมข้าวและวัฒนธรรมพุทธศาสนา ซึ่งเป็นแก่นของวัฒนธรรมไทยในระดับโครงสร้างลึก (พยอม ธรรมบุตร, 2560, หน้า 10) ซึ่งการพัฒนากิจกรรมปลูกจิตสำนึก ในระดับลึกดังกล่าวจะเป็นทั้งการขายวัฒนธรรมไทยไปพร้อม ๆ กับการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมของชาติ โดยจังหวัดระยองจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวโดยสร้างสมดุลในจุดหมายปลายทาง คือ จังหวัดระยองสมดุลในการพัฒนาบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ สร้างสมดุลทั้งในเชิงพื้นที่มีการกระจายนักท่องเที่ยวไปทั่วทุกอำเภอ เชิงเวลา มีการกระจายนักท่องเที่ยวระยองไปทั้งปี มีการนำเสนอการท่องเที่ยวระยองในทุกฤดูกาล ในทุกรูปแบบของการท่องเที่ยว เช่น การจัดมหกรรมกีฬาท่องเที่ยว กีฬาทางน้ำ กอล์ฟ ฟุตบอล มวยไทย ฯลฯ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อนำเสนอความสมบูรณ์ของทรัพยากรอาหารทะเล และผลไม้ของจังหวัดระยอง โดยการจัดมหกรรมอาหารทะเลโลก มหกรรมผลไม้แห้งชายฝั่งทะเลตะวันออก อันจะเป็นการสนองนโยบายของภาครัฐ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, สื่อบนออนไลน์)

ผู้วิจัยขออภิปรายสรุปในภาพรวม ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ว่า จังหวัดระยองเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงมากทางด้านทรัพยากรและความกระตือรือร้นสนใจที่จะเข้าร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ยังคงขาดระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพในรูปแบบยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดสมดุลของการพัฒนา และเพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นแกน (Core) และเป็นคานาดีดส่งไปยังการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ (พยอม ธรรมบุตร, 2561, หน้า 15) ซึ่งจะเป็นการสนองนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 ซึ่งกล่าวถึงการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

การอภิปรายผลของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยว่า การวิจัยครั้งนี้ได้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 อย่างยิ่ง จากการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้รูปแบบการวิจัย เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละภาคีได้มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและมีองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ทำให้แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยอง มีความสมบูรณ์และเป็นความคิดเห็นที่มาจาก 4 ภาคส่วน ซึ่งมีความหมายที่ระดับลึกกว่าทั้ง 4 ภาคส่วนร่วมแรงร่วมใจกันกำหนดแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว และจะร่วมแรงร่วมใจกันในการปฏิบัติการในแผนงานที่จะตามมา จึงทำให้จังหวัดระยองได้ทั้งแผนพัฒนาท่องเที่ยวและชุมชนระยะยาวที่มีความเข้มแข็ง (พยอม ธรรมบุตร, 2561, หน้า 14)

ผู้วิจัยขออภิปรายแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดระยองดังต่อไปนี้

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ผู้วิจัยพบว่า แนวทางการกำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวออกมาในรูปแบบของแบรนด์ของจังหวัดระยองซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Branding The Destination) แทนการขยายจังหวัดระยองตามคำขวัญที่ว่า “ผลไม้รสล้ำ อุตสาหกรรมก้าวหน้า น้ำปลารสเด็ด เกาะเสม็ดสวยหรู สุนทรภู่กวีเอก” เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยิ่ง การนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านต่าง ๆ ของจังหวัดมาหลอมรวมกันเข้าในรูปแบบแบรนด์การท่องเที่ยว 4 แบรินด์นั้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำ (Brand Image) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของภูวนิดา คุณผลิน (2556) ศึกษาเรื่องการบริหาร

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ พบว่าควรมีการบูรณาการนโยบายระดับยุทธศาสตร์ของแผนงานการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำเสนอภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยของอภิปรายเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ข้อที่ 1 ได้แก่ การสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยะของประตูสู่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เดินป่าศึกษาธรรมชาติเขาชะเมา-เขาวง เขาสอยดาว เทียวสวนเกษตรอินทรีย์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ภาพลักษณ์ภาพแรก ซึ่งนำมาสร้างสินค้าและบริการแบรนด์แรก คือ ภาพลักษณ์ของจังหวัดระยองซึ่งมีธรรมชาติทางทะเลและระบบนิเวศป่าชนิดต่าง ๆ ผู้วิจัยค้นพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเฉียบคมในเชิงปัญญา ในการที่จะบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมและในการยกเลิกความคิดที่จะพัฒนาตามขอบเขตของการบริหารราชการแผ่นดินที่แบ่งเป็น หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัด มาเสนอการพัฒนาในรูปแบบเป็นกลุ่ม (Cluster) การที่จังหวัดระยองจะเป็นประตูสู่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกนั้น ยังเป็นการพัฒนาแบบไร้พรมแดนซึ่งจะเป็นทั้งการท่องเที่ยวไร้พรมแดนและการพัฒนาเศรษฐกิจเปิดประตูอาเซียน เพราะระยองจะเป็น Gateway ไปสู่การท่องเที่ยว เกาะกง สิหนุวิลล์ โฮจิมินส์ซิตี้ ฯลฯ (พยอม ธรรมบุตร, 2561) ซึ่งจะสอดคล้องกับโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

EEC ซึ่งมีพื้นที่เป้าหมาย ได้แก่ จังหวัด ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา และมีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายของการพัฒนาทั่วไปและการพัฒนาท่องเที่ยวไว้ด้วยกัน โดยมีอุตสาหกรรมเป้าหมายหลัก ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ได้แก่ อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ยานยนต์ชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ ปีโตรเคมี และเคมีภัณฑ์ ดิจิทัล การแพทย์ การท่องเที่ยว การบิน ไบโอบีโอดี อาหาร เป็นต้น

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า แบรินด์จังหวัดระยองประตูสู่การท่องเที่ยวเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออกนั้น ยังมีความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เป็นการวางแผนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ภาคตะวันออกในภาพรวมโดยใช้จังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง (HUB) ซึ่งหมายความว่าจังหวัดระยองจะเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐานนานาชาติ จะต้องมีการยกระดับสินค้าและบริการเช่น รีสอร์ท โรงแรม ที่พัก โดยเฉพาะที่เกาะเสม็ดให้เป็นที่พักแรมสีเขียว (Green Hotels) มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ มีอุตสาหกรรมที่ปราศจากขยะ (Green Production) ภายใต้แบรนด์ที่ 1 นี้ จึงเป็นแบรนด์ที่จะตอบสนองเป้าหมายของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติระบบนิเวศในภาพรวมของพื้นที่ ECC ทั้งหมดเป้าหมายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นแผนงานหลักของการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัดระยองจึงเป็นยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีกลยุทธ์ คือ

กลุ่มโครงการสำคัญ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการใช้ที่ดิน (Land Use) ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดพื้นที่เป้าหมายในแผนยุทธศาสตร์ของ ECC ได้แก่พื้นที่เศรษฐกิจการค้าและที่อยู่อาศัย พื้นที่เมืองใหม่พญา พื้นที่เมืองท่องเที่ยวพญา 2 พื้นที่เมืองใหม่ระยอง ฯลฯ ซึ่งกลยุทธ์ที่ 2 ของยุทธศาสตร์ที่ 1 สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษชายแดน (SEZ) ซึ่งกำหนดให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วม ให้มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรดังกล่าว แก้ปัญหาขยะ ส่งเสริมการลดใช้ ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ (Redues, Re-use, Recycle) โดยกำหนดมาตรการควบคุมผลกระทบที่อาจเกิดต่อพื้นที่รอบนอก (พยอม ธรรมบุตร, 2561, หน้า 18) ผู้วิจัยขอสรุปว่า โครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 1 นี้สอดคล้องกับแผนพัฒนาทั้งการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจของแผนพัฒนาชาติ 20 ปี Thailand 4.0

ผู้วิจัยขออภิปรายถึงวิสัยทัศน์ที่ 2 พร้อม ๆ กับยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ อันประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านการตลาดและกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระยองในภาพรวมดังนี้

วิสัยทัศน์ที่ 2 ซึ่งมีการกำหนดการสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลก ท่องเที่ยวนิคมอุตสาหกรรมของ EEC เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนและเพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน” เป็นแบรนด์ที่มีการสร้างสรรค์อย่างลงตัวระหว่างวิถีเกษตรและวิถีการแปรรูปผลิตทางการเกษตร ระหว่างวิถีคนต้นน้ำคือเกษตรกร ชาวไร่ ชาวนวน ชาวประมง และวิถีอุตสาหกรรมกลางน้ำ ที่จะนำผลผลิตทางการเกษตรไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทรัพยากร วัตถุประสงค์เป็นการบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดระยองซึ่งเป็นเมืองผลไม้โลกที่อุดมสมบูรณ์ การท่องเที่ยวไม่ได้ขายแค่สิ่งจับต้องได้ (Tangible) เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ ฯลฯ หากซึ่งขายสิ่งจับต้องไม่ได้ (Intangible) เช่นกัน (พยอม ธรรมบุตร, 2560, หน้า 15) และการท่องเที่ยวโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ (Industrial Tourism) แบรินด์ที่ 2 นี้จัดเป็นแบรนด์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดระยองยังรวมถึงทรัพยากรอาหารทะเล คือการประมง ซึ่งนำไปสู่การท่องเที่ยวด้านอาหาร (Food Tourism) ซึ่งจะเป็นการสนองนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์ข้อที่ 4 ที่กล่าวถึงการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายว่า แผนยุทธศาสตร์ด้านกลยุทธ์การตลาดของจังหวัดระยองได้มีโครงการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการตลาดด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน โดยได้มีโครงการสร้างแบรนด์

ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ซึ่งกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย ยุโรป และอาเซียน ส่วนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แปรนัยย่อยของสินค้าบริการที่หลากหลาย ด้านการท่องเที่ยวเฉพาะด้านเช่น การท่องเที่ยวอาหาร การท่องเที่ยวสุขภาพ การท่องเที่ยวกีฬา การท่องเที่ยววัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางพัฒนายุทธศาสตร์ที่ 4 ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ที่ต้องการส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่นด้วยการส่งเสริมความเป็นไทยในเวทีโลกผ่านสื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม บันเทิงรูปแบบต่าง ๆ โดยผ่านช่องทางการตลาดที่หลากหลาย โดยเฉพาะการทำการตลาดออนไลน์ดิจิทัลในยุคปัจจุบัน

ในส่วนที่เกี่ยวกับการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวนั้น ผู้วิจัยขออภิปรายว่า จังหวัดระยองจำเป็นต้องสร้างแผนการตลาดที่จะยกระดับจังหวัดระยองเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดทั่วไปด้าน (SEA SAND SUN, AEX=5s) ซึ่งใช้จ่ายเพียงประมาณวันละ 4,000 บาท ขึ้นสู่ระดับจังหวัดระยองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวระดับกลางและบนซึ่งจะใช้จ่ายประมาณวันละ 10,000 บาท หรือพัฒนากลุ่มตลาดเฉพาะด้าน เช่น การท่องเที่ยวเชิงแพทย์สุขภาพ กีฬาผจญภัยทางน้ำการแข่งขันกีฬารูปแบบต่าง ๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายตัวหัวจะเพิ่มขึ้นทวีคูณกว่า โดยจังหวัดระยองจำเป็นต้องยกระดับมาตรฐานที่พักแรมที่เกาะเสม็ดและบริเวณหาดแม่พิมพ์แม่รำพึงให้ขึ้นสู่มาตรฐานระดับ 3-4 ดาว เหมือนโรงแรมที่พัทยา เพื่อรองรับตลาดระดับกลางและบนดังกล่าว (พยอม ธรรมบุตร, 2560)

ผู้วิจัยขออภิปรายวิสัยทัศน์ที่ 3 ที่มีการสร้างแบรนด์ “เที่ยวเมืองระยองประวัติศาสตร์ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิดจินตกวีเอกสุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยองชมศิลปวัฒนธรรมโบราณสถานย่านวัดพุทธฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิเพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ” แบรนด์ที่ 3 นี้เป็นแบรนด์ด้านการนำเสนอสินค้าและบริการด้านศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัดและการปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ ทูททางวัฒนธรรมถือเป็นทุนมหาศาลเพื่อสร้างสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยการนำทุนดังกล่าวมาผ่านกระบวนการเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การใช้จินตนาการนวัตกรรม และเทคโนโลยีเพื่อสร้างแบรนด์สินค้าและบริการในรูปแบบแนวใหม่เชิงสร้างสรรค์ โดยการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมระดับลึกมากกว่าระดับผิวเผินและเพียงผ่าน (พยอม ธรรมบุตร, 2558, หน้า 3) แบรนด์ที่ 3 เป็นการสร้างเส้นทาง (Trail) หรือ (Route) ของการท่องเที่ยวอาจเป็นเส้นทางเดินทัพเพื่อกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชหรือเป็นเส้นทางภูมิปัญญาวัฒนธรรมอาหารของคนจังหวัดระยอง ซึ่งแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะ

เฉพาะตัวที่โดดเด่น สถาปัตยกรรมศาสตร์ ภูมิอากาศ พืชพันธุ์ธัญญาหารสมุนไพร ท้องถิ่น แพทย์พื้นบ้าน ตลอดจนเรื่องเล่าขานตำนานท้องถิ่น ในภาพรวมจังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีความร่ำรวยด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาซึ่งสามารถนำมาสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว นำออกสู่สายตาชาวโลกได้อย่างภาคภูมิใจ ซึ่งจะสอดคล้องกับเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มีจุดหมายที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน โดยผ่านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมเพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามธรรมชาติและอัตลักษณ์ของความเป็นไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, สืบออนไลน์)

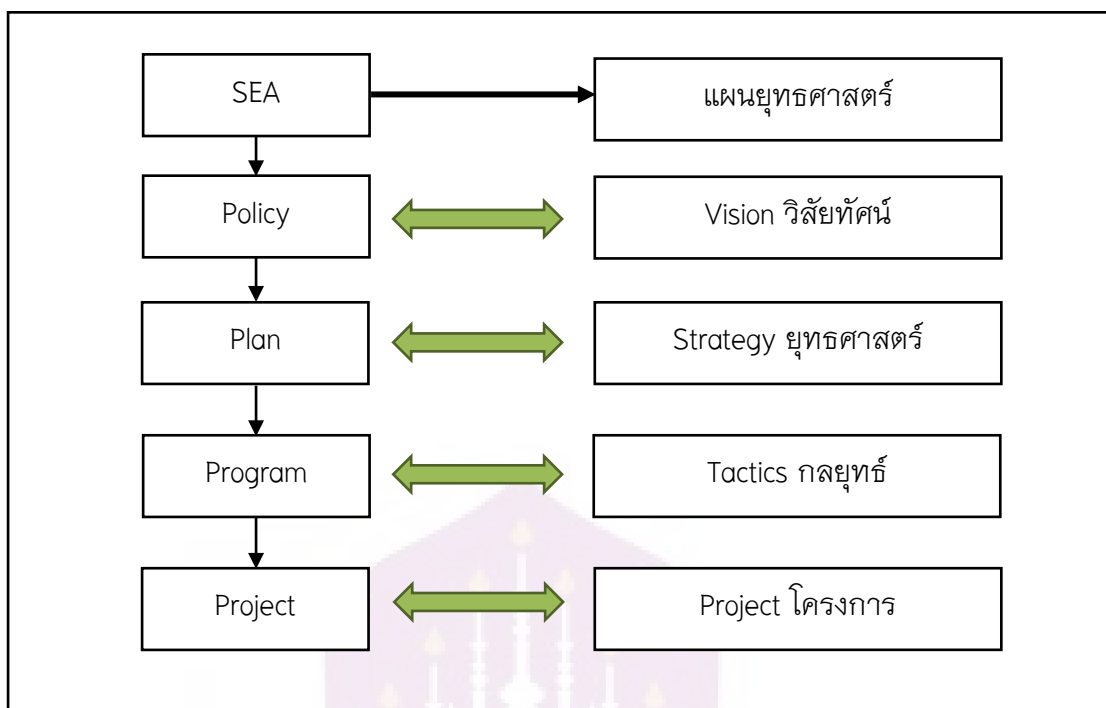
กลยุทธ์ของวิสัยทัศน์ที่ 3 ได้แก่ การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งวัฒนธรรมไทยเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการหล่อหลอมจากพระพุทธศาสนา การปลูกจิตสำนึกคือการฝึกปฏิบัติจิตให้มีความเข้าใจถึงสภาวะความเป็นจริงตามแนวคิดไตรลักษณ์ ถือกำเนิดขึ้น ตั้งอยู่ ดับไปของสรรพสิ่งในจักรวาล และพระพุทธศาสนามีหลักการในการฝึกจิตคนให้รู้จักวางที่ท่าในจิตต่อสภาวะไม่เที่ยงของสรรพสิ่ง ซึ่งจะนำไปสู่การพ้นทุกข์ในการดำรงชีวิต (พยอม ธรรมบุตร, 2560, หน้า 10) ในโลกตะวันตกที่พัฒนาแล้ว ในยุคปัจจุบันสินค้าและบริการด้านการฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสมาธิ ฝึกสติ เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดยุโรปอเมริกา แปรนด์ที่ 3 จึงสนองความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมายดังกล่าว และยังเป็นโอกาสแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นชาวพุทธเทียม ซึ่งไม่เคยปฏิบัติจิตเช่นกัน อนึ่ง โลกปัจจุบันมีการพัฒนาทางวัตถุเงินทองและทำให้จิตคิดไปในทางโลก โกรธหลง การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม จึงควรถูกควบคุมด้วยการพัฒนาจิต ซึ่งจะเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนเพราะจิตที่มีสติจะไม่พัฒนาแบบวัตถุนิยมอันจะนำโลกไปสู่ความหายนะ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเพื่อปฏิบัติทางจิต ยังเป็นการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและจิตใจ เพราะจิตกุมกาย และโรคภัยทั้งหมดเกิดขึ้นจากจิตที่ไม่สงบ การปฏิบัติสติสมาธิจึงเป็นสินค้าและบริการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกเช่นกัน (Health Tourism)

ผู้วิจัยของอภิปรายวิสัยทัศน์ที่ 4 ซึ่งกำหนดแปรนด์ “เที่ยวระยองสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตท้องถิ่นที่หลากหลาย วิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตร วิถีชาวจีนโพ้นทะเลเพื่อพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ” แปรนด์ที่ 4 มีความสำคัญในเชิงการตลาดเช่นกัน การท่องเที่ยวแต่เดิมนั้นให้ความสำคัญกับการไปชมวัดดู อาหาร วัด วัง โบราณ มากกว่าการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน ของผู้คนในสังคมท้องถิ่น วิถีชีวิตคือวิถีของมนุษย์ ของผู้คนที่อยู่กันเป็นชุมชน (Way of Life) ในระบบนิเวศวัฒนธรรม (Cultural Ecology) หมายถึง ผูกพันของผู้คนกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม เช่น เป็นชาวไร่ ชาวนา ชาวสวน ชาวประมง ที่ผูกพันกับภูเขา ที่ราบ

ที่ราบสูง แม่น้ำ ทะเล ไร่นา สวนทองร่อง พร้อมทั้งประวัติศาสตร์ท้องถิ่นตำนานที่เล่าขานกันมา ในภาพรวมองค์ประกอบดังกล่าวทั้งหมด หลอมรวมกันเป็นเรื่องราวของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ซึ่งไม่มีใครเขียนไว้ในประวัติศาสตร์ชาติไทย (พยอม ธรรมบุตร, 2558, หน้า 10) และการพัฒนา แปรนตร์ที่ 4 ของจังหวัดระยองจะเป็นสินค้าและบริการที่ชุมชนแต่ละท้องถิ่นจำหน่ายเสนอต่อ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิต พร้อมการเล่าขานตำนานเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการ รวบรวมหลักฐานประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไว้เป็นสมบัติของชาติ และเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนต้องทำขึ้น เพื่อนำเสนอเรื่องราวและภูมิปัญญาของคนแฝงไว้ในสินค้า OTOP ของแต่ละท้องถิ่น แทนการลอกเลียนแบบสินค้าของผู้อื่น

ในการพัฒนาแปรนตร์เรื่องความหลากหลายของวิถีชีวิต ผู้วิจัยขออภิปรายว่า ชุมชน จังหวัดระยอง จะต้องร่วมมือกันเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว เข้าไปท่องเที่ยวในสังคมภายในของ ชุมชนเพื่อสัมผัสวิถีเฉพาะเอกลักษณ์ท้องถิ่นซึ่งอาจทำให้ชุมชนเสียความมีชีวิตรส่วนตัว (Privacy) ไปในบางส่วน จึงควรกำหนดพื้นที่ ๆ อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวได้ในหมู่บ้าน ให้ชัดเจน (พยอม ธรรมบุตร, 2558, หน้า 11)

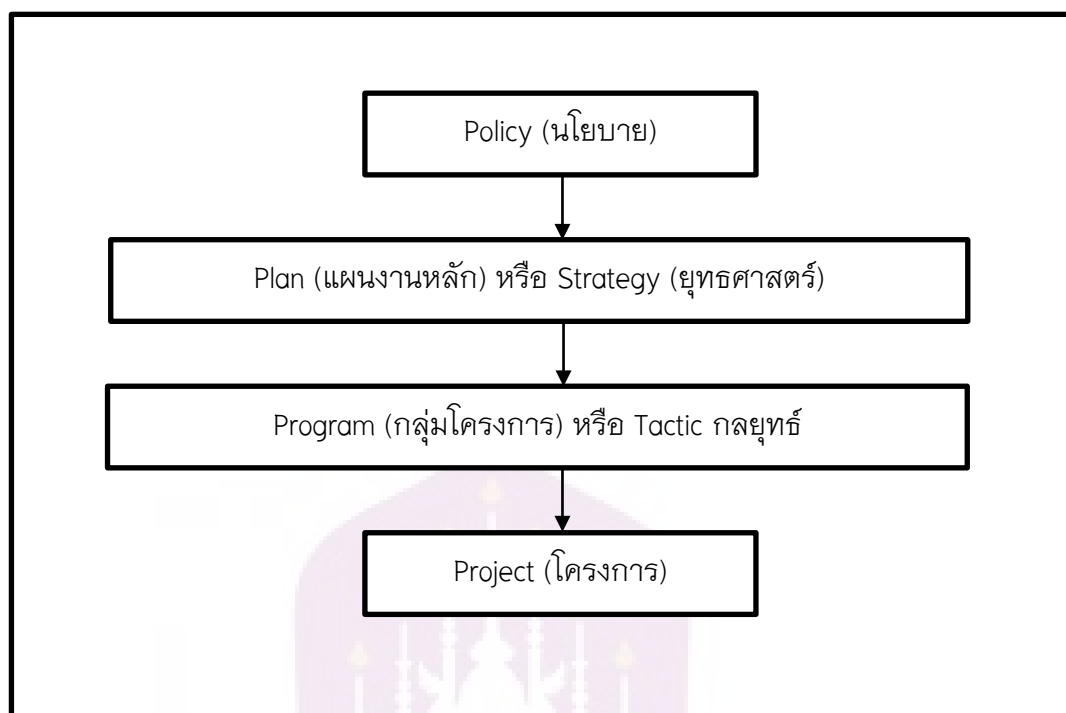
อย่างไรก็ตามผู้วิจัยขออภิปรายว่า การท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชนนั้น ควรที่จะมีความ เคารพต่อวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน และประเพณีปฏิบัติโดยเคารพวิถีชุมชน เรียนรู้ความ แตกต่างทางวัฒนธรรม เพื่อชื่นชมความแตกต่าง มากกว่าเพื่อดูถูกวัฒนธรรมชุมชน เพราะไม่ เข้าใจปรัชญา หลักการและความหมายของวัฒนธรรมที่แตกต่าง การท่องเที่ยวชุมชนจึงไม่ควร เข้าไปทำลายชุมชน ทำให้ชุมชนล่มสลาย และเป็นพื้นที่ ๆ นายทุนเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ โดยซื้อที่ดินชุมชน ขับไล่ชุมชนไปบุกกรุป่าสงวน หรือกลายเป็นลูกจ้างในรีสอร์ทของนายทุน ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ที่ว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานของความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการ พัฒนาเศรษฐกิจสังคมและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริม ความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น



ภาพ 85 แสดงแผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์โดยการ
ประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร, 2557

จากนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน จัดเป็นกรอบของการพัฒนาในภาพรวม ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์จะมีจำนวนกลยุทธ์ตามความเหมาะสม ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดนั้นจะมีผลกระทบและความสัมพันธ์ต่อกัน ภายใต้กลยุทธ์ในแต่ละด้านจะมีโครงการ (Project) ที่จำเป็นและสอดคล้องกับการดำเนินการเพื่อให้กลยุทธ์ในแต่ละด้าน บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเมื่อโครงการทุกโครงการจะมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในระดับการปฏิบัติการ ดังนั้น การวางแผนระดับกลยุทธ์และโครงการนั้นจัดเป็นการวางแผนระดับล่าง (Down Level) ดังนั้น การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง นั้น ควรที่จะต้องมีการบูรณาการแผนทั้งระบบ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เข้าไว้ด้วยกัน โดยใช้แนวทางการนำเสนอแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์เป็น 4 ขั้นตอนในรูปแบบ ดังนี้



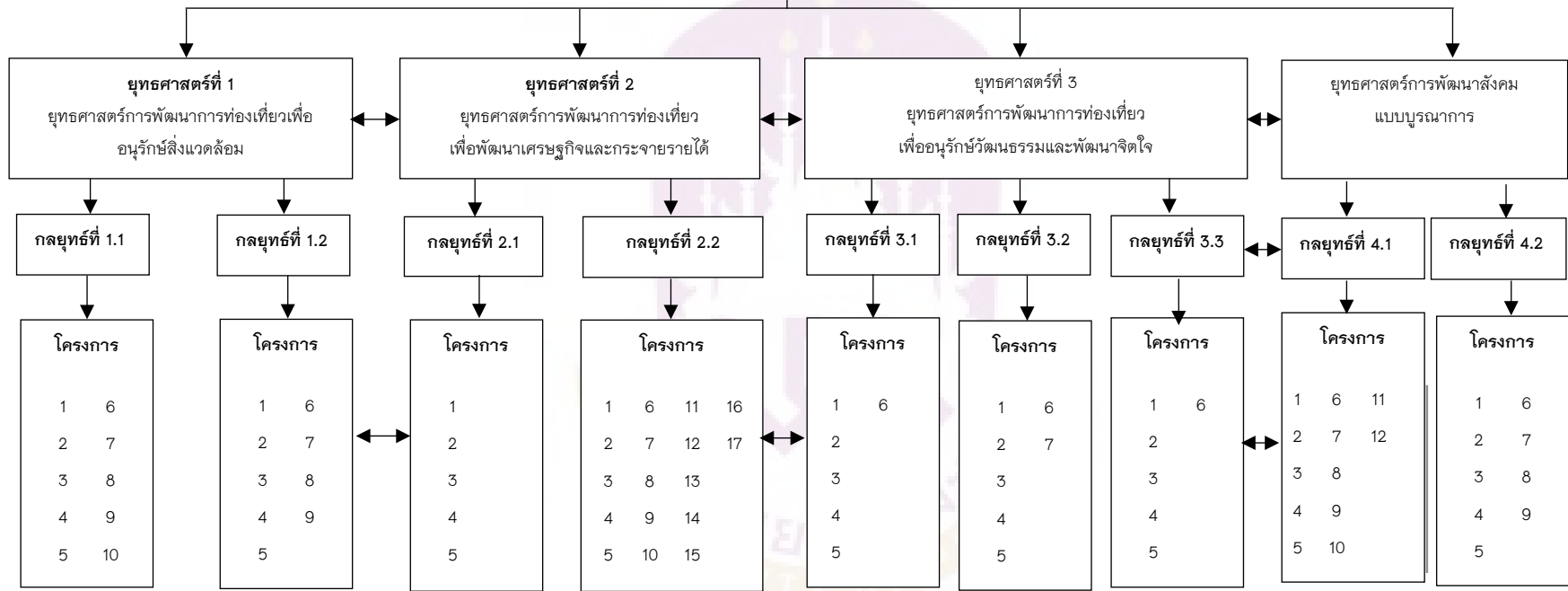
ภาพ 86 แสดงแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ 4 ขั้นตอน

จากแผนภาพดังกล่าวข้างต้น (Strategic Action) แสดงให้เห็นถึงลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ของแผนงาน (Plan) ในแต่ละด้านที่มีความสอดคล้องกันกับแผนยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการกำหนดกรอบทิศทางของแผนพัฒนาก่อนที่จะมีการดำเนินการวางแผนงาน ซึ่งผู้ดำเนินการในการวางแผนจะต้องมีการประเมินผลกระทบ ผลเสีย ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจในระดับโครงการจากการวางแผน จะต้องมีการประเมินผลกระทบ ผลเสีย ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในด้านสิ่งแวดล้อมในระดับโครงการ Environmental Impact Assessment (EIA) และการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเชิงยุทธศาสตร์ Strategic Environmental Assessment (SEA) ในการศึกษาหาทางเลือกที่มีความหลากหลายต่อการพัฒนาและต้องมีการตรวจสอบก่อน การดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียหาย ต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง

วิสัยทัศน์ : จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูทะเลระยองเศรษฐกิจพิเศษภาค ตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลก ท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น”

จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เขียมเมืองแกลงบ้านเกิด จันทกวีเอกสุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ



ภาพ 87 แสดงแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดระยอง

วิสัยทัศน์: จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยวสวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์

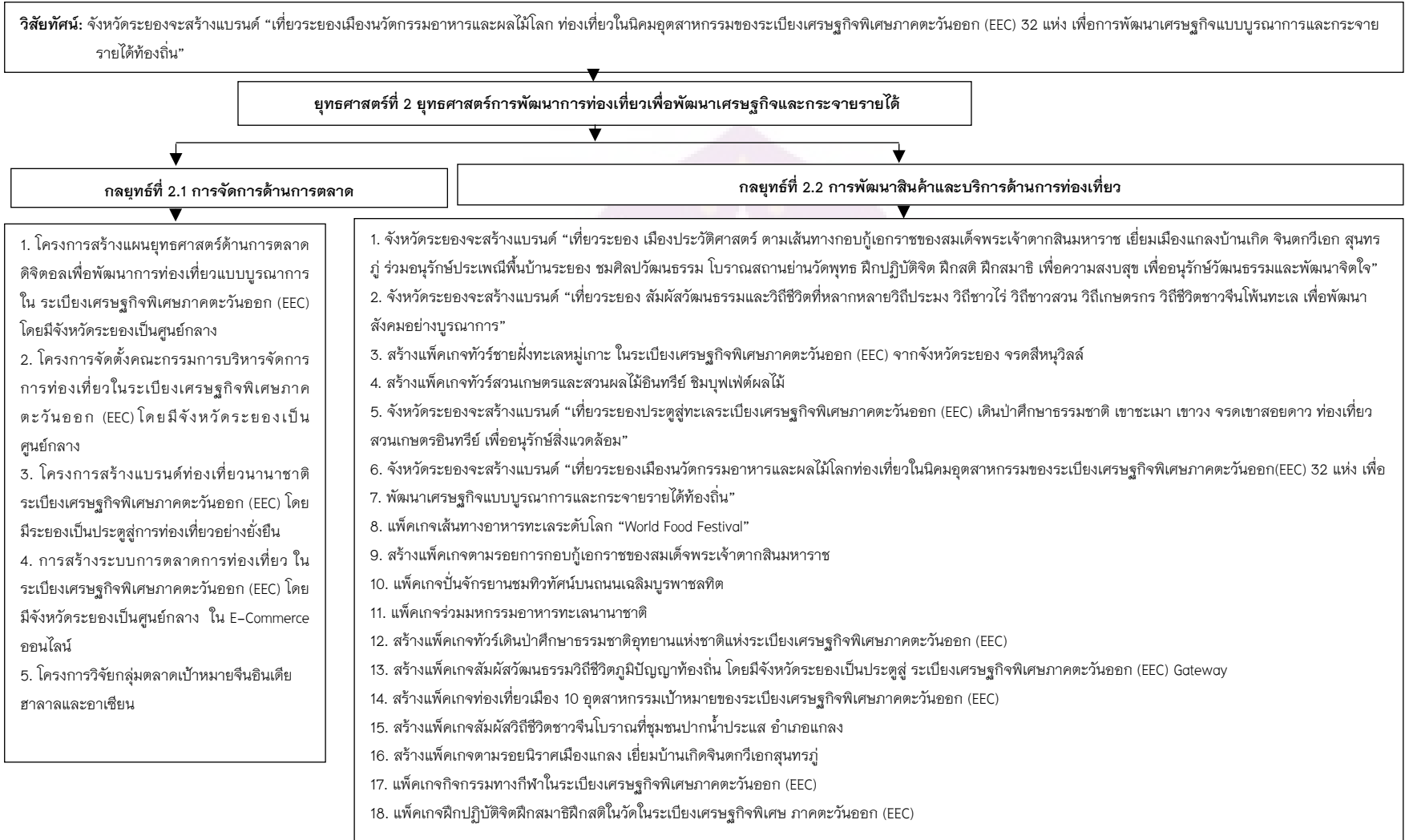
การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

1. โครงการการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ทางทะเล การฟื้นฟูแนวปะการัง อนุรักษ์เต่าทะเล และชายหาด ปรับภูมิทัศน์
2. โครงการปลูกป่าชายหาดและป่าชายเลน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว ทิวโปร่งทง ปากน้ำประแส แหลมสน สะพานรักษ์แสม
3. โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวชายทะเลภาคตะวันออก
4. โครงการปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภคบนเส้นทางท่องเที่ยวระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)
5. โครงการแบ่งพื้นที่เป็นเขต (Zoning) เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม
6. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวบนชายทะเลฝั่งตะวันออก
7. โครงการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
8. โครงการวางผังเมืองเชิงอนุรักษ์ (Green City) พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
9. โครงการสร้างสนามกีฬาเพื่อรองรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ กอล์ฟ เทนนิส เพื่อรองรับการแข่งขันระดับโลกในระยองเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC)
10. โครงการปรับปรุงสาธารณูปโภค การก่อสร้าง และปรับปรุงซ่อมแซมเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและสวยงาม เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
2. โครงการ การวางแผนการจัดการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรและการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
3. โครงการตั้งคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรการท่องเที่ยว
4. โครงการประหยัดน้ำและการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
5. โครงการประหยัดน้ำและพลังงานในโรงแรมและรีสอร์ท ในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
6. โครงการธนาคารขยะและร้าน O บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
7. โครงการวางแผนด้านการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ในนิคมอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว
8. โครงการใช้พลังงานแสงแดดในการทำประปาชุมชน ในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
9. โครงการโรงไฟฟ้าจากขยะ ในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ภาพ 88 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



ภาพ 89 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

วิสัยทัศน์: จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิด จินตภวีเอก สุนทรภู่วรมอนูรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชม ศิลปะวัฒนธรรมโบราณสถาน ย่านวัดพุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 3.1

การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ

1. การอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับชุมชนในจังหวัดระยอง
2. การอบรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งและมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อความสมดุลต่อระบบนิเวศ
3. การอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์
4. เสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสีเขียวและน้ำใสในทุกภาคส่วน
5. เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งทางบก ป่าชายเลน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรน้ำ รวมถึงการจัดการคุณภาพน้ำตามธรรมชาติ ให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 3.2

การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

1. การอนุรักษ์วิถีประมงน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืดในจังหวัดระยอง
2. การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำน้ำปลา กะปิ อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้แปรรูปของชุมชนในจังหวัดระยอง
3. อนุรักษ์เทศกาลอาหารสุขภาพดี เกษตรอินทรีย์ แห่งอาเซียน ในจังหวัดระยอง
4. สร้างศูนย์อนุรักษ์พืชผักสมุนไพร แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกแห่งอาเซียนในจังหวัดระยอง
5. สร้างภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมวิถีชีวิต ประเพณีของชุมชนในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
6. การอบรมปลูกจิตสำนึกด้านความหวงแหนในวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดระยอง
7. สร้างพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวิถีประมงของจังหวัดระยอง และระเบียบเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC)

กลยุทธ์ที่ 3.3

การสร้างจิตสำนึกด้านศีลธรรมและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

1. ติดตั้ง CCTV เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ภัยพิบัติ
2. จัดทำคู่มือด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง
3. การรณรงค์เพื่อให้จังหวัดระยองเป็นจังหวัดสีขาว เพื่อแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด
4. การอบรมความรู้เกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติด
5. โครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับชุมชน
6. อบรมการปฏิบัติจิต ตามแนวพระพุทธศาสนา อบรมชุมชนรักษาศีลห้า

ภาพ 90 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

วิสัยทัศน์: จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย วิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวนวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาลังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ที่ 4.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง

1. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia)
2. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อความพร้อมในการรองรับนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล (ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Thailand 4.0 Super Cluster)
3. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันกักกักบาด และเตือนภัยจากกระบวนการผลิต อุบัติภัย มลพิษ ของเสีย รวมทั้งการขนส่งสินค้าจากผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม
4. การจัดตั้งเครือข่ายและคณะกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนจังหวัดระยองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
5. กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาร่องท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออก เกาะเสม็ด เกาะช้าง เกาะกูด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination)
6. จัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มอาหาร กลุ่มแปรรูปสินค้าทางการเกษตรและอาหารทะเล
7. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดนชายฝั่งทะเลจังหวัดระยองให้เป็นฐานเพื่อเชื่อมโยงกับกัมพูชาและสิงคโปร์
8. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางการกีฬาทางน้ำ การแข่งขันเรือใบ การแข่งขันกอล์ฟ บนเส้นทางพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)
9. การจัดอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองและระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
10. การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว (Cluster) ในกลุ่มเกาะทะเลอ่าวไทย
11. จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดระยองและระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) แสวงหาทุนและแนวร่วมจากภายนอกชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และ NGO

กลยุทธ์ที่ 4.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น

1. สร้างมูลค่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานสากล
2. ตั้งพิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดระยอง
3. สร้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนจังหวัดระยอง
4. อบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว (SME) เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดระยอง
5. จัดตั้งระบบสหกรณ์หรือกลุ่มชุมชนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง
6. อบรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในจังหวัดระยอง
7. อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง
8. ตั้งศูนย์การค้า One Stop Service เพื่อรองรับโลจิสติกส์และการท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียนในจังหวัดระยอง
9. อบรมมัคคุเทศก์และชุมชนในการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงวัย

ภาพ 91 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาลังคมแบบบูรณาการ

สรุปแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง

ตาราง 22 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 1.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่ง ท่องเที่ยวและกิจกรรม ท่องเที่ยวและกิจกรรม ที่ได้รับการสนับสนุน ให้มีส่วนร่วมในการ พัฒนาและบริหาร จัดการการท่องเที่ยว ในพื้นที่มากขึ้น	องค์กร ธุรกิจและ ประชาชนในระดับ ท้องถิ่นมีโอกาส และ ได้รับการสนับสนุน ให้มีส่วนร่วมในการ พัฒนาและบริหาร จัดการการท่องเที่ยว ในพื้นที่มากขึ้น	5	1. โครงการการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ทางทะเล การฟื้นฟูแนว ปะการัง อนุรักษ์เต่าทะเล และชายหาด ปรับภูมิทัศน์	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			2. โครงการปลูกป่าชายหาดและป่าชายเลน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแหล่งท่องเที่ยว ทุ่งโปรงทอง ปากน้ำประแส แหลมสน สะพานรักษ์แสม			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			3. โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวชายทะเล ภาคตะวันออก	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			4. โครงการปรับปรุงพัฒนาระบบสาธารณูปโภคบนเส้นทางท่องเที่ยวระยอง เศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)	✓			แผนระยะยาว 5-10 ปี
			5. โครงการแบ่งพื้นที่เป็นเขต (Zoning) เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวในภาคเกษตรและ ภาคอุตสาหกรรม	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			6. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กลมกลืนกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวบนชายทะเล ฝั่งตะวันออก			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			7. โครงการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			8. โครงการวางผังเมืองเชิงอนุรักษ์ (Green City) พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 22 (ต่อ)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
			9. โครงการสร้างสนามกีฬาเพื่อรองรับกิจกรรมกีฬาทางน้ำ กอล์ฟ เทนนิส เพื่อรองรับการแข่งขันระดับโลกในระบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			10. โครงการปรับปรุงสาธารณูปโภค การก่อสร้าง และปรับปรุงซ่อมแซมเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและสวยงาม เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี



ตาราง 23 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 1.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากร ด้านการท่องเที่ยว	คะแนนความพึง พอใจในการบูรณา ภาพของแผนพัฒนา การท่องเที่ยว ๗ เพิ่มขึ้น	4	1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมด้านการ ท่องเที่ยวของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			2. โครงการ การวางแผนการจัดการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรและการ ท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			3. โครงการตั้งคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยว	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			4. โครงการประหยัดน้ำและการบำบัดน้ำเสียในนิคมอุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. โครงการประหยัดน้ำและพลังงานในโรงแรมและรีสอร์ท ในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก (EEC)	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			6. โครงการธนาคารขยะและร้าน O บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ในระเบียงเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			7. โครงการวางแผนด้านการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ในนิคมอุตสาหกรรมและการ ท่องเที่ยว			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			8. โครงการใช้พลังงานแสงแดดในการทำประปาชุมชน ในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาค ตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			9. โครงการโรงไฟฟ้าจากขยะ ในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี

ตาราง 24 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 2.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 2.1 การจัดการด้านการตลาด	การลงทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน	3	1. โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการใน ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			2. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวใน ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			3. โครงการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวนานาชาติ ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีระยองเป็นประตูการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			4. การสร้างระบบการตลาดการท่องเที่ยว ใน ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลาง ใน E-Commerce ออนไลน์			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. โครงการวิจัยกลุ่มตลาดเป้าหมายจีนอินเดียฮาลาลและอาเซียน			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 25 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 2.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 2.2 การพัฒนาสินค้า และบริการด้านการ ท่องเที่ยว	การทำการตลาด แบบเฉพาะกลุ่มเพื่อ ดึงดูดและกระตุ้น การมาเที่ยวและการ ใช้จ่ายเพิ่มเติมของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม ต่าง ๆ	8	1. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง เมืองประวัติศาสตร์ ตามเส้นทางกอบกู้ เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เยี่ยมเมืองแก่งบ้านเกิด จันทกวีเอก สุนทรภู่ ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้านระยอง ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัด พุทธ ฝึกปฏิบัติจิต ฝึกสติ ฝึกสมาธิ เพื่อความสงบสุข เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและ พัฒนาจิตใจ”			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			2. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยอง สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ หลากหลายวิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวนวน วิถีเกษตรกร วิถีชีวิตชาวจีนโพ้นทะเล เพื่อ พัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			3. สร้างแพ็คเกจทัวร์ชายฝั่งทะเลหมู่เกาะ ในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากจังหวัดระยอง จรดสิหนุวิลล์			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			4. สร้างแพ็คเกจทัวร์สวนเกษตรและสวนผลไม้อินทรีย์ ชิมบุฟเฟ่ต์ผลไม้			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองประตูสู่ทะเลระยองเศรษฐกิจพิเศษภาค ตะวันออก (EEC) เดินป่าศึกษาธรรมชาติ เขาชะเมา เขาวง จรดเขาสอยดาว ท่องเที่ยว สวนเกษตรอินทรีย์ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			6. จังหวัดระยองจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวระยองเมืองนวัตกรรมอาหารและผลไม้โลก ท่องเที่ยวในนิคมอุตสาหกรรมของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก(EEC) 32 แห่ง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น”			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี

ตาราง 25 (ต่อ)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
			1. แพคเกจเส้นทางอาหารทะเลระดับโลก “World Food Festival”			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			2. สร้างแพคเกจตามรอยการกอบกู้เอกราชของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			3. แพคเกจปั่นจักรยานชมทิวทัศน์บนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			4. แพคเกจร่วมมหกรรมอาหารทะเลนานาชาติ			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. สร้างแพคเกจทัวร์เดินป่าศึกษาธรรมชาติอุทยานแห่งชาติแห่งระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			6. สร้างแพคเกจสัมผัสวัฒนธรรมวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีจังหวัดระยองเป็นประตูสู่ ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) Gateway			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			7. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวเมือง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			8. สร้างแพคเกจสัมผัสวิถีชีวิตชาวสินโบราณ ที่ชุมชนปากน้ำประแส อำเภอแกลง			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			9. สร้างแพคเกจตามรอยนิราศเมืองแกลง เยี่ยมบ้านเกิดจินตกรวีเอกสุนทรภู่			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			10. แพคเกจกิจกรรมทางกีฬาในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			11. แพคเกจฝึกปฏิบัติจิตฝึกสมาธิฝึกสติในวัดในระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 26 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 3.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพอากาศเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 3.1 การปลูกจิตสำนึก และพัฒนาจิตใจ	คะแนนความพึง พอใจในการ บูรณาการของ แผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มขึ้น	4	1. การอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับชุมชน ในจังหวัดระยอง			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			2. การอบรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์พื้นที่ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งและ มีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อความสมดุลต่อระบบนิเวศ			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			3. การอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และ ปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			4. เสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมใน การดูแลรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วน			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งทางบก ป่าชายเลน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			6. อนุรักษ์ พื้นที่พื และพัฒนาทรัพยากรน้ำ รวมถึงการจัดการคุณภาพน้ำตามธรรมชาติ ให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี

ตาราง 27 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 3.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนา
จิตใจ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 3.2	อันดับของประเทศ	4	1. การอนุรักษ์วิถีประมงน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืดในจังหวัดระยอง			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
การอนุรักษ์และ	ไทยด้านความยั่งยืน		2. การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำน้ปลา กะปิ อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้แปรรูป			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
เสริมสร้างวัฒนธรรม	ของสิ่งแวดล้อม		ของชุมชนในจังหวัดระยอง				
เพื่อการท่องเที่ยว	เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10		3. อนุรักษ์เทศกาลอาหารสุขภาพดี เกษตรอินทรีย์ แห่งอาเซียน ในจังหวัดระยอง			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
	อันดับ		4. สร้างศูนย์อนุรักษ์พืชผักสมุนไพร แพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือกแห่งอาเซียน			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			ในจังหวัดระยอง				
			5. สร้างภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมวิถีชีวิต ประเพณีของชุมชนในระยอง			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)				
			6. การอบรมปลูกจิตสำนึกด้านความหวงแหนในวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดระยอง			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			7. สร้างพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวิถีประมงของจังหวัดระยอง และระเบียบเศรษฐกิจพิเศษ			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			ภาคตะวันออก (EEC)				

ตาราง 28 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 3.3 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทัพเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนา
จิตใจ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 3.3	การเสริมสร้าง	6	1. ติดตั้ง CCTV เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ภัยพิบัติ	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
การสร้างจิตสำนึก	ภาพลักษณ์คุณภาพ		2. จัดทำคู่มือด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
ด้านศีลธรรมและ ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	และความปลอดภัย ให้กับประเทศ		3. การรณรงค์เพื่อให้จังหวัดระยองเป็นจังหวัดสีขาว เพื่อแก้ไขปัญหาอาชญากรรมและ ยาเสพติด	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			4. การอบรมความรู้เกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติด	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. โครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับชุมชน	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			6. อบรมการปฏิบัติจิต ตามแนวพระพุทธศาสนา อบรมชุมชนรักษาศีลห้า			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 29 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 4.1 ในยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 4.1 การสร้างเครือข่าย เพื่อความเข้มแข็ง การท่องเที่ยงและ การสร้างจิตสำนึก ของประชาชน	การพัฒนาขีด ความสามารถของ ทรัพยากรมนุษย์ด้าน การท่องเที่ยงและ การสร้างจิตสำนึก ของประชาชน	8	1. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia)	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			2. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อความพร้อมในการรองรับนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล (ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Thailand 4.0 Super Cluster)	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			3. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันกักกักดูแล และเตือนภัยจากกระบวนการผลิต อุบัติภัย มลพิษ ของเสีย รวมทั้งการขนส่งสินค้าจากผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			4. การจัดตั้งเครือข่ายและคณะกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนจังหวัดระยองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออก เกาะเสม็ด เกาะช้าง เกาะกูด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination)	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			6. จัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มอาหาร กลุ่มแปรรูปสินค้าทางการเกษตรและอาหารทะเล	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			7. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดนชายฝั่งทะเลจังหวัดระยองให้เป็นฐานเพื่อเชื่อมโยงกับกัมพูชาและสิหนุวิลล์	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			8. กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาจังหวัดระยองเป็นศูนย์กลางการกีฬาทางน้ำ การแข่งขันเรือใบ การแข่งขันกอล์ฟ บนเส้นทางพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC)	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี

ตาราง 29 (ต่อ)

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
			9. การจัดอบรมด้านการจัดการท่องเที่ยวพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน จังหวัดระยองและระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			10. การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว (Cluster) ในกลุ่มเกาะทะเลอ่าวไทย	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			11. จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดระยองและ ระยอง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			12. แสวงหาทุนและแนวร่วมจากภายนอกชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และ NGO			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี

ตาราง 30 แสดงแผนปฏิบัติงานกลยุทธ์ที่ 4.2 ในยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

กลยุทธ์	ตัวชี้วัดระดับ กลยุทธ์ (KPI)	เป้าหมาย (โครงการ)	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
				รัฐ	เอกชน	ร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 4.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น	องค์กร ธุรกิจและประชาชนในระดับท้องถิ่นมีโอกาส และได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น	6	1. สร้างมูลค่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและของที่ระลึกให้ได้มาตรฐานสากล			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			2. ตั้งพิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดระยอง	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			3. สร้างงานและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนจังหวัดระยอง			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			4. อบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว (SME) เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดระยอง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			5. จัดตั้งระบบสหกรณ์หรือกลุ่มชุมชนด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง		✓		แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			6. อบรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในจังหวัดระยอง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			7. อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี
			8. ตั้งศูนย์การค้า One Stop Service เพื่อรองรับโลจิสติกส์และการท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียน ในจังหวัดระยอง	✓			แผนระยะกลาง 3-5 ปี
			9. อบรมมัคคุเทศก์และชุมชนในการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงวัย	✓			แผนระยะสั้น 1-2 ปี

สรุปผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดระยองไปปฏิบัติตามโครงการนำร่องในชุมชนกรณีศึกษา

ในการดำเนินโครงการนำร่องผ่านกระบวนการ A-I-C เป็นรูปแบบการประชุมการวางแผนแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ที่มีการระดมสมองทำให้เกิดความเข้าใจสภาพปัญหาขีดความสามารถ ความต้องการ และศักยภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องต่าง ๆ เป็นวิธีการที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีโอกาสพูดคุย แสดงความคิดเห็นหรือร่วมกันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ ถึงสภาพปัญหา ความต้องการของข้อจำกัด และศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้มีการระดมสมองในการศึกษา วิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและเกิดการพัฒนาร่วมกัน เกิดความคิดที่ตกผลึกที่ตรงกับความต้องการของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เน้นการพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประชาชนในชุมชน เป็นเจ้าบ้านของแหล่งท่องเที่ยวได้มีโอกาส ในการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ของชุมชน/ท้องถิ่น ซึ่งโครงการดังกล่าวที่ได้ดำเนินการในพื้นที่ของชุมชนปากน้ำประแส เน้นการพัฒนาการบริหารจัดการโดยชุมชน จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งดำเนินการได้โดยการจัดตั้งเป็นชมรมสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการวางแผนกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการวางแผน และการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความเหมาะสมและเป็นไปตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ แต่ในขณะเดียวกันก็ยังให้ความสำคัญกับความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการใช้องค์กรท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชนในครั้งนี้ ได้ผ่านกระบวนการดำเนินการและพัฒนาร่วมกันระหว่างประชาชนในชุมชนปากน้ำประแสร่วมกับผู้วิจัย ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลบริบทชุมชน และทรัพยากรของชุมชนบ้านปากน้ำประแสเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ชุมชนปากน้ำประแสทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของชุมชนปากน้ำประแส ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ภายในชุมชนปากน้ำประแสนั้น มีความอุดมสมบูรณ์มากและมีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญ มีต้นไม้ พันธุ์ไม้หลากหลายนานาชนิด ทั้งพืชบกหรือรวมไปถึงพืชป่าชายเลน เพราะเนื่องมาจากมีทุ่งโปรงทองอยู่ที่บริเวณปากน้ำประแส จึงเต็มไปด้วยสิ่งมีชีวิตมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชายฝั่งทะเล

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (พ.ศ. 2557) และชุมชนปากน้ำประแสยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่น (สมุนไพรป่าชายเลน ชาใบขลู่ เป็นวิสาหกิจชุมชน ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ เรือรบหลวงประแส ศาลพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ และวัดที่สำคัญ คือ วัดตะเคียนงาม วัดดอนมะกอกกลาง วัดเนินยาง วัดสมมุติเทพฐาปนาราม (วัดแหลมสน) เทศกาลและประเพณีและศิลปะวัฒนธรรม นอกจากนี้ทอผ้าปากกลางน้ำแล้ว ยังมีประเพณีวันไหล วันสูงอายุ หล่อเทียนและแห่เข้าพรรษา เทศกาลตักบาตรเทโวโรหนะ และถนนสายวัฒนธรรม เลียบแม่น้ำประแส กิจกรรมที่ชุมชนปากน้ำประแสที่นิยม คือ กิจกรรมท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้าน คือ งานศาลเจ้าพ่อแหลมสน ประเพณีทำบุญกลางบ้าน (บุญส่ง) กิจกรรมทำบุญขึ้นบ้านใหม่ กิจกรรมฉลองวันเด็กแห่งชาติ กิจกรรมเทศกาลไม้ไม้และของดีอำเภอแกลง กิจกรรมการเก็บขยะชายหาด กิจกรรมล่องเรือชมหิ่งห้อยและฝูงเหยี่ยวแดง ทรัพยากรด้านบริการ ไฟฟ้า ถนน สุขภาพ ระบบประปา และระบบการสื่อสารที่สะดวก การเดินทางในชุมชนมีทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และการจราจรทางน้ำ มีที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยว เช่น โฮมสเตย์ ตลาดสด ร้านอาหาร ร้านสะสมอาหาร สถานีบริการน้ำมัน สามล้อบริการนักท่องเที่ยว ระบบเสียงตามสาย/หอกระจายข่าวในพื้นที่ครอบคลุม 90 เปอร์เซ็นต์ มีศูนย์ดับเพลิงเทศบาลตำบลปากน้ำประแส ศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง อ่าวไทยฝั่งตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งสอดคล้องกับ (พยอม ธรรมบุตร, 2549, หน้า 1-3) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบแนวคิดของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุด 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) และ 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อีกทั้งพื้นที่บริบทชุมชนปากน้ำประแสและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวยังเหมาะแก่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เพราะมีทุ่งโปรงทองบนเนื้อที่มากกว่า 6,000 ไร่ ซึ่งเป็นป่าชายเลน เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่จะมาศึกษาดูงาน การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีเส้นทางการบินจักรยานเสือภูเขาบนถนนเฉลิมบูรพาชลทิต การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประวัติศาสตร์และทางธรรมชาติและที่ขาดไม่ได้ คือ เชิงเกษตร เพราะพื้นที่ชุมชนปากน้ำประแส มีทุเรียน เงาะ มังคุด มะม่วงมัน ที่อร่อยและขึ้นชื่อ เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว

2. สรุปผลกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปากน้ำประแส

ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปากน้ำประแสมีกระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นขั้นตอนโดยเริ่มจากการศึกษาความพร้อมของชุมชน และปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงบทบาทจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้นำชุมชนและแกนนำฝ่ายต่าง ๆ ในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น เทศบาลตำบลปากน้ำประแส พระสงฆ์ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เพื่อร่วมกันประชุมสัมมนาเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปากน้ำประแส ได้นำวิสัยทัศน์มากำหนดเป็นเป้าหมายเป็นทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับจุดพล ชูจันทร์ (2553) ที่ได้ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องที่ครอบคลุมในด้านการรักษาพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน การพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชน การสร้าง พัฒนา และปรับปรุงกลไกเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชน เพื่อดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ได้แก่ ภาครัฐ เครือข่ายผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนมีการดำเนินการเป็นแบบแผนที่ดี โดยมีการกำหนดโครงสร้างตามทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural-Functionalism) ซึ่งสอดคล้องกับประเวศ วะสี (2541) ได้ให้ความหมายของทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า พอเพียงสำหรับทุกคน ทุกสังคม ทุกระดับชั้น มีธรรมชาติเพียงพอ มีความรักที่เพียงพอ มีความรู้เพียงพอ เมื่อทุกอย่างเพียงพอ ก็จะทำให้เกิดความสมดุล ความยั่งยืน จะเรียกว่าเศรษฐกิจพอเพียงที่ยั่งยืน

ผู้วิจัยได้นำหลักการดังกล่าวมาปรับใช้ในขั้นตอนการวางแผน โดยเปิดโอกาสให้บุคคลและผู้แทนของกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในชุมชนบ้านปากน้ำประแสเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบ ในการกำหนดทิศทางในการพัฒนาชุมชน ร่วมตัดสินใจในขนาดชุมชนร่วมดำเนินกิจกรรม การพัฒนาและร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผน สอดคล้องกับพิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชนต้องทราบถึงหัวใจของการท่องเที่ยวชุมชนก่อน ว่าหากจะดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่สมบูรณ์นั้น ต้องชุมชนมีส่วนร่วม ในทุกกระบวนการของการพัฒนาการท่องเที่ยว อันได้แก่ กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกัน ร่วมเป็นเจ้าของในพื้นที่หนึ่งร่วมกัน และเกิดกระบวนการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคน

นั้นขึ้น และมีปฏิสัมพันธ์ในสังคมของคนแต่ละคน จนรวมเป็นการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคน และองค์กรในพื้นที่เฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งขึ้น

3. สรุปผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน บ้านปากน้ำประแส

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ด้านกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าเส้นทางภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น อยู่ในระดับมากที่สุด กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลายและสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด และเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสมปลอดภัย อยู่ในระดับมาก

จากผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านปากน้ำประแส ทางคณะกรรมการบริหารชมรมได้มีการประชุมหารือเพื่อร่วมกัน วิเคราะห์และสรุปแนวทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนมีความพร้อมในการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย ของชาวปากน้ำประแส และกางเกงชาวเล หรือชาวประมง ที่นักท่องเที่ยวมาแล้วมักจะซื้อไปเป็นของฝาก ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558, สื่อบนออนไลน์) ในโครงการท่องเที่ยวปลอดภัย โดยการสร้างความเชื่อมั่นด้านการรักษาความปลอดภัย อำนวยความสะดวก และให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ทางชมรมฯจะพานักท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ โดยอธิบายให้ทราบว่าชุมชนปากน้ำประแสมีอะไรบ้าง เช่น การปลอดภัยทางชมรมจะมีการจัดการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการที่เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาถึงชุมชนก็จะต้องใช้บริการรถสามล้อเพื่อชมทัศนียภาพของชุมชนปากน้ำประแส โดยรถสามล้อแต่ละคันจะวิ่งประมาณไม่เกิน 30/ก.ม และรับนักท่องเที่ยวคันละ ไม่นเกิน 4 คน ซึ่งหัวหน้ากลุ่มจะมีการควบคุม ถ้าใครทำผิดกฎระเบียบก็จะมียบทลงโทษ ซึ่งตั้งแต่มีชมรมฯ ยังไม่มีใครทำผิดกฎระเบียบ และปรับปรุงแก้ไขระบบการรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยการให้เครือข่ายผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการเข้าเวรตรวจตราความเรียบร้อยและปลอดภัยในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560, สื่อบนออนไลน์) กลยุทธ์ด้านพัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ถือได้ว่า

มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย 3) ด้านการเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยวทางชมรมจะทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ คือ เทศบาลตำบลปากน้ำประแสจะเป็นผู้แนะนำ จัดอบรมตามโครงการที่เป็นประโยชน์ให้กับชมรมฯ เช่นการทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ถนนมีความสะดวกและปลอดภัยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในด้านการต้อนรับ ความเป็นมิตร ทางชมรมฯ มีนโยบายให้สมาชิกทุกคนมีรอยยิ้มที่บ่งบอกถึงความอบอุ่น มีอารมณ์ที่สดชื่นพร้อมที่จะบริการนักท่องเที่ยวและไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว และพร้อมบริการที่เป็นมิตร ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ สอดคล้องกับสุชน อินทเสมอ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาตำบลปากน้ำประแส พบว่าในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง และปัญหาที่พบคือ การกำจัดขยะ การระบายน้ำเสียลงสู่แม่น้ำประแสบุรี สถานที่จอดรถและห้องสุขาสาธารณะไม่เพียงพอ ไม่มีป้ายบอกทางชัดเจน โดยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ได้แก่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งผลการประเมินยุทธศาสตร์ดังกล่าวจากรัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่ามีความเหมาะสมระดับมาก สอดคล้องกับบริษัทท้องถิ่น และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้ 4) ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก ทางชมรมฯ จะพานักท่องเที่ยวไปยังด้านที่พักที่ทางชมรมปากน้ำประแสมีรองรับนักท่องเที่ยว นั่นคือ โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานและได้รับรางวัลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ถ้านักท่องเที่ยวมีความประสงค์จะพัก จะแนะนำและพาเข้าไปชม ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมีการติดต่อมาก่อนล่วงหน้าแล้ว ด้านอาหารนี้ถือได้ว่าชมรมปากน้ำประแสมีความโดดเด่นทางด้านอาหารเป็นอย่างมาก เช่น แกงป่าปลาเห็ดโคน ห่อหมกทะเลหนึ่งและย่าง ยำหอยปากเปิด จันลอน กว๊วยเตี๋ยผัดปู ทะเลวอกจิ้ม ผัดเปรี้ยวหวาน ปลาฮือแซ เคยชุบแป้งทอด ซึ่งร้านอาหารในชุมชนจะมีไว้บริการนักท่องเที่ยว เครื่องดื่มที่ทางชมรมฯ มักจะบริการนักท่องเที่ยวไปดื่มน้ำมะพร้าวที่หอมหวาน สดชื่น และพาส้มช้อของที่ระลึก เช่น กะปิ น้ำปลา ซาใบขลุ่ย ที่ขึ้นชื่อต้นไม้โกงกาง ป่าชายเลน บริเวณเรือรบหลวงประแส การเก็บขยะชายหาดประแส การซ่อมสะพานเดินชมธรรมชาติทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมหิ่งห้อย มักจะมีในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม ในช่วง

กลางคืนนั่งเรือชมทัศนียภาพของป่าชายเลนในช่วงกลางวัน และอีกกิจกรรมที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก คือ ล่องเรือชมฝูงเหยี่ยวแดงในช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ทำให้ผู้ประกอบการเรือมีรายได้ดีมาก เพราะเป็นสิ่งที่แปลกและใหม่ต่อการท่องเที่ยวของชุมชนปากน้ำประแสซึ่งในแต่ละกิจกรรมก็จะมี ความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวว่าสนใจกิจกรรมอะไร สอดคล้องกับ พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบแนวคิดของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคมตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยต่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการต่างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร บาร์ สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่ดี มีความโดดเด่น 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศ การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น กิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน และ 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้ นับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรปรากฏอยู่บนฐานข้อมูลการจัดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

4. สรุปผลแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนปากน้ำประแส

วิสัยทัศน์ของชุมชนบ้านปากน้ำประแส

ผู้วิจัยร่วมกับคณะกรรมการบริหารชมรมรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนปากน้ำประแส ได้ดำเนินการโดยผ่านกระบวนการตามขั้นตอนร่วมกันและได้กำหนดวิสัยทัศน์ของชุมชนบ้านปากน้ำประแส คือ “ประแสเมืองน่าอยู่” แหล่งท่องเที่ยวได้มาตรฐาน

ศูนย์การเรีนนัฐชุมชน พัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งสอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ที่ว่า พัฒนาเมืองศูนย์กลางของจังหวัดให้เป็นเมืองนำอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคมโดยมีความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมดี เศรษฐกิจดี เดินทางสะดวก ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการมีคุณภาพและทั่วถึง และเน้นความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ความหลากหลาย และศักยภาพของเมือง บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม โดยการพัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองศูนย์กลางของจังหวัดให้เป็นเมืองนำอยู่ เพื่อการใช้งานของของคนทุกกลุ่มในสังคมอย่างเท่าเทียม เชื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีสมดุล ภายในแนวคิด เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ กล่าวคือ ต้องสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัย อย่างครบวงจร การที่จะสอดคล้องกับกระบวนการแห่งเหตุปัจจัยอย่างครบวงจร ก็ต้องเป็นไปโดยสัมพันธ์ ด้วยดี กับองค์ประกอบทุกอย่างในระบบการดำรงอยู่ของมนุษย์ องค์ประกอบทั้งสาม ในการดำรงอยู่ ของมนุษย์นั้นจะต้องประสานเกื้อกูลกัน หมายความว่า องค์ประกอบเหล่านั้น ประสานกันด้วย และเกื้อกูลต่อกันด้วย ในการดำรงอยู่ร่วมกันและก็เดินไปด้วยกัน จะต้องเป็นไปในทางที่ไม่เบียดเบียนตน คือ ไม่ทำให้เสียคุณภาพชีวิตของตนเอง แต่ให้เป็นไปในทางที่พัฒนาคุณภาพชีวิต และไม่ก่อความเดือดร้อนแก่สังคมและทำให้เสียคุณภาพของ ECO-Systems หรือระบบธรรมชาติแวดล้อม (พระเทพเวที, 2548)

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายหลักของกลยุทธ์ การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม ซึ่งมีโครงการที่มติที่ประชุมกำหนดให้มีการดำเนินการในชุมชนปากน้ำประแส ได้แก่ โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมและสาธารณูปโภคภายในชุมชน เส้นทางภายในชุมชน เส้นทางจักรยาน เส้นทางเท้า ป้ายบอกทาง ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ภายในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, สือออนไลน์) ที่ได้กล่าวว่า กลยุทธ์ พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของกลยุทธ์ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยสถาปัตยกรรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการและผู้สูงอายุ เช่น

ห้องน้ำ ที่จอดรถป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น โครงการถัดมา คือ โครงการรณรงค์คัดแยกขยะจากครัวเรือน (โครงการชุมชนไร้ถัง) และโครงการถนนปลอดถังขยะ สอดคล้องกับแนวคิดของ ภาควงศ์ ดาราพงษ์ (2548) ที่ได้กล่าวว่า แนวทางการทำ (Zero Waste Agriculture) จะต้องนำแนวทาง Zero Waste Management) โดยยึดหลักที่ว่า ขยะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อทำให้เกิดมูลค่า เป็นพลังงานทดแทน และอีกกลยุทธ์ก็คือ การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว โดยโครงการล่องเรือเก็บขยะ โครงการจัดทำโครงการหมักปุ๋ยจุลินทรีย์ เพื่อเอาไว้ใช้ในภาคการเกษตรในสวนผลไม้ เพราะพื้นที่ชุมชนปากน้ำประแสมีผลไม้จำนวนมาก โดยเฉพาะทุเรียน เงาะ มังคุดและอื่น ๆ เพื่อเป็นการลดสารเคมีที่ตกค้างในพืชผัก ผลไม้ จึงมีโครงการทำปุ๋ยหมักจุลินทรีย์ จากกาก เปลือกผลไม้ ผักที่เน่าเสีย มาทำให้เกิดประโยชน์ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและชุมชนโดยใช้ทฤษฎีแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Theory) และสอดคล้องกับประเวศ วะสี (2541) ที่กล่าวว่าพอเพียงสำหรับทุกคน ทุกสังคม ทุกระดับชั้น มีธรรมชาติเพียงพอ มีความรักที่เพียงพอ มีความรู้เพียงพอ เมื่อทุกอย่างเพียงพอ ก็จะเกิดความสมดุล และโครงการรณรงค์ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง เพื่อเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ และโครงการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการรักษาความสะอาดของบ้านเมืองแก่ชุมชนและแรงงานต่างด้าว ด้วยชุมชนที่มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมเมื่อมีการโยกย้ายของแรงงานเข้ามา ชุมชนก็วิวัฒนาการจากชุมชนดั้งเดิม เริ่มจากที่มนุษย์ย้ายถิ่นฐานจากถ้ำออกมาสร้างที่พักพิง นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นการเกิดเมืองและพัฒนาการมาเป็นเมือง ด้วยเหตุผลทางภูมิศาสตร์ สภาพความจำเป็นด้านเศรษฐกิจและสังคม เกิดระบบเศรษฐกิจทุนนิยม เป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรม เกิดชนชั้นแรงงานและสภาพแรงงาน ทำให้เกิดการอพยพไปอยู่ในเมือง เกิดระบบการให้บริการสาธารณะเกี่ยวกับน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ โดยปัจจัยสำคัญที่เข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการเกิดเมือง ได้แก่ ประชากร การจัดระเบียบ สภาวะแวดล้อม และเทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวก่อให้เกิดเมือง เมื่อมีประชากรขนาดใหญ่ขึ้นเกิดการจัดระเบียบสังคมเพื่อการอยู่ร่วมกันทั้งชุมชนและแรงงานต่างด้าว ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษ เพิ่มทันจิตต์ (2536) ได้กล่าวว่า กระบวนการเกิดเป็นเมืองนั้นเกี่ยวข้องกับคนและพฤติกรรมของคนตลอดจนวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ มีเป้าหมายหลักของกลยุทธ์ คือ การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งมีการดำเนินโครงการจัดหากิจกรรมใหม่ ๆ เช่น คลาดหอยดัลป์ รุนเคย ยกยอ ล่องเรือตกปลา ล่องเรือเมืองแกลง-ประแส-เกาะมัน โดยมีเป้าหมายหลักของกลยุทธ์การจัดการ

ด้านการตลาดการท่องเที่ยว มีการดำเนินโครงการจัดทาจกิจกรรมใหม่ ๆ โดยเน้นให้เกิดรายได้กับกลุ่มอาชีพพื้นบ้าน เช่น ตลาดหอยหอยตลับ รุนเคย ยกยอ ล่องเรือตกปลา ล่องเรือเมืองแกลง-ประแส-เกาะมัน เพราะชุมชนปากน้ำประแสอยู่ในทำเลที่ตั้งติดชายทะเล และมีวิธีการทำการประมงมาตั้งแต่ดั้งเดิมแต่ปัจจุบันก็มีการทำลดน้อยลงด้วยข้อกฎหมายที่เข้มงวดแต่กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ต้องมีการตลาดที่ตรงเฉพาะกลุ่มกับนักท่องเที่ยว ตรงกับความต้องการ เพราะบางกิจกรรมต้องใช้เวลา นักท่องเที่ยวบางคนมีเวลาน้อยสำหรับบางกิจกรรม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ นี้ เป็นการสร้างจุดเด่นของวิถีชุมชนให้เกิดเป็นมูลค่าทางการท่องเที่ยว ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เราไม่สามารถแบ่งแยกแหล่งผลิตสินค้าในที่ ๆ ผู้บริโภคสินค้า เพราะสินค้าท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวล่องเรือเมืองแกลง-ประแส-เกาะมัน ผู้ซื้อสินค้าต้องเดินทางมาบริโภคที่ชุมชนปากน้ำประแส และการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในช่วงเวลาเดียวกันในสถานที่แห่งเดียวกันพร้อม ๆ กันจำนวนมาก จะทำให้เกิดผลกระทบต่อ Destination โดยเฉพาะแหล่งที่มีความเปราะบางอยู่แล้วการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ในสถานที่ที่ยอดนิยมและเพื่อเป็นการลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางแห่ง การใช้เทคนิคการจัดการนักท่องเที่ยวและการจัดการ Destination ในรูปแบบใดจึงจะสามารถกระจายนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวไปรอบ ๆ เพื่อลดผลกระทบทางลบ ซึ่งสอดคล้องกับ พยอ ม ธรรมบุตร (2558) ที่กล่าวว่า ปัญหาจากการที่ไม่สามารถมีการท่องเที่ยวได้บนพื้นที่ทั้งปี คือ 12 เดือน (Seasonality) เพื่อให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ด้วยการสร้างกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนและรักษาสีเขียวแวดล้อมอย่างยั่งยืน และถัดมาโครงการส่งเสริมการตลาด จัดตลาดและพัฒนาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบของการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์ของสินค้าด้วยหลักทฤษฎีทั่วไป คือ สร้างสัญลักษณ์ตัวแทน สินค้า บริการ สถานที่ คน องค์กร หรือแม้แต่ว่าความรู้สึก ไม่ว่าจะป็นชื่อ สัญลักษณ์ (Logo) คำพูดกินใจสั้น ๆ (Slogan) หรือแม้กระทั่งสี และการรับสัมผัส สร้างคุณค่าความประทับใจให้กับสัญลักษณ์ ทำการตลาดสินค้าโดยผ่านแบรนด์ แต่ต้องมีหลักการทำการตลาด เพื่อสนับสนุนแบรนด์ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การกำหนดคุณภาพสินค้า ราคาของสินค้า ช่องทางการจำหน่ายสินค้า หรือแม้แต่ว่าการสร้างให้เกิดความรู้สึกเป็นคนที่สำคัญที่ได้ใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ ทั้งทางตรงและทางอ้อมในทางที่ดีในตำแหน่งที่ดีเหมาะสมที่สุดกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อแบรนด์ออกสู่ตลาดต่อกัยความรู้สึกที่ดีให้กับแบรนด์ สร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ สัญลักษณ์ให้บุคลากรที่ดีเยี่ยม ภาพลักษณ์ของธุรกิจ ตอกย้ำความรู้สึกที่ดีให้กับแบรนด์ สร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ด้วยยุทธศาสตร์

การสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560, สื่อออนไลน์) จากกลยุทธ์การพัฒนารายสาขา โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนารายสาขา จะมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วยและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน มีการดำเนินโครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ สามล้อบริการนักท่องเที่ยว ชมรมเรือเล็กบริการนักท่องเที่ยว ชมรมร้านอาหารและมัคคุเทศก์ เป็นการส่งเสริมการบริการด้านการท่องเที่ยวให้ผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยว และมีการดำเนินโครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานน้ำประแสเพื่อรวบรวมประวัติเรื่องราวของชุมชนปากน้ำประแส ตั้งแต่แรกเริ่มของการเกิดเป็นชุมชนจนถึงปัจจุบัน ด้วยประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจเพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์ องค์ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

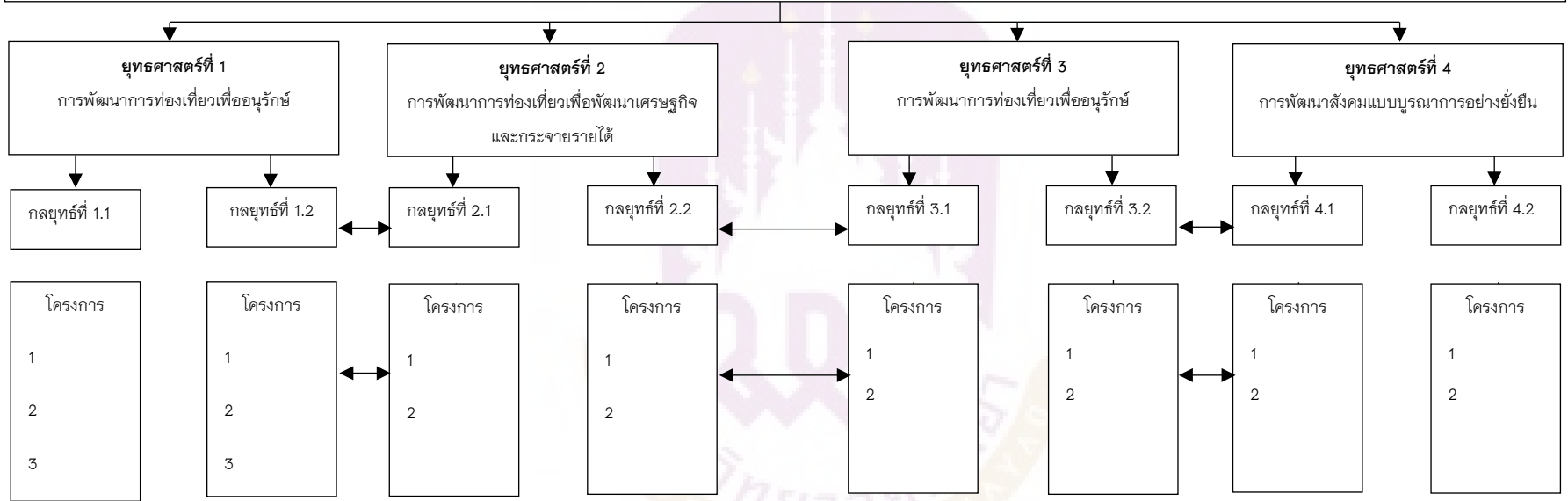
สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ด้วยเป้าหมายหลักของกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง ด้วยการดำเนินโครงการให้การสนับสนุนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยการอบรมให้ความรู้และทำกิจกรรมแบบบูรณาการร่วมกันโดยเน้นถึงความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมเป็นหลัก มีการจัดตั้งชมรมต่าง ๆ ในชุมชน เช่น ชมรมรถสามล้อบริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชมรมรักประแส ชมรมเรือเล็ก ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ร้านอาหาร และชายของฝากจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทำชาใบชู่ และกลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ มีการประชุมภายในชมรม และองค์กรของชุมชน ร่วมกันแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ และยกระดับการพัฒนาไปสู่กิจการในระดับที่สูงขึ้น และส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งและมั่นคงในการดำเนินกิจการอย่างครบวงจร และโครงการถัดมา คือ โครงการอบรมและพาไปศึกษาดูงานยังสถานที่ประกอบการอื่น ๆ เช่น วังน้ำเขียว บ้านปราสาทอัมพวาเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และนำมาปรับปรุง พัฒนาให้สอดคล้องกับชุมชนของตนเอง เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนและ

เป้าหมายหลักของกลยุทธ์การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น มีการดำเนินโครงการจัดตั้งระบบสหกรณ์ กลุ่มหัตถกรรมในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น และการดำเนินโครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560, สื่อออนไลน์) ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งและเครื่องข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งทุนที่เหมาะสมเพื่อขยายธุรกิจและปรับปรุงบริการเพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

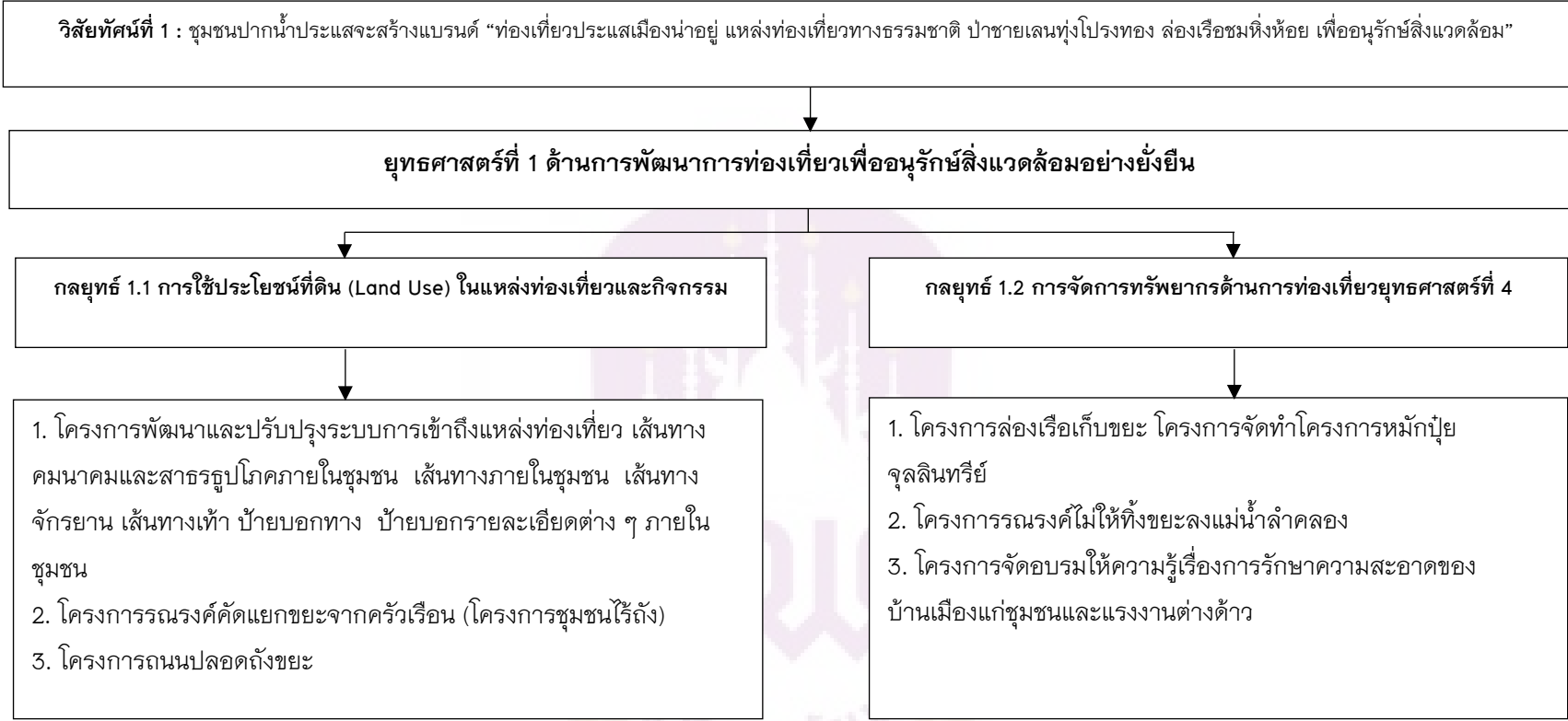
สรุปผลยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ เป้าหมายหลักของกลยุทธ์การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ โดยมีการดำเนินโครงการอบรมมััคคุเทศก์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ สร้างภาคีเครือข่ายเพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วนศักยภาพด้านกิจกรรมการเรียนรู้ และการปลูกจิตสำนึก ได้แก่ กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวกิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ มีกิจกรรมการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึกให้มีความรู้ความเข้าใจในชุมชน หวงแหวนในทรัพยากรทางการท่องเที่ยว อนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจให้ตระหนักถึง เข้าใจในบริษัทของพื้นที่เพื่อจะได้เป็นมััคคุเทศก์ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้ เพราะพื้นที่ของชุมชนปากน้ำประแสมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเหมาะที่จะท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์ นั่นคือ หุบโปรงทอง ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยป่าชายเลน สัตว์น้ำ เหมาะที่จะเป็นแหล่งเรียนรู้ และชุมชนปากน้ำประแส ด้วยวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานจังหวัดระยอง (2558) ที่ได้กล่าวว่า อนุรักษ์และควบคุมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เนื่องด้วยปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมได้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การพัฒนาจังหวัดระยอง การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทุกภาคส่วนจะต้องมาร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา ร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันไม่ว่าด้วยวิธีใดก็ตาม ในอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข ซึ่งสอดคล้องกับ พระธรรมปิฎก (2539) ที่ได้กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องเป็นการพัฒนาคนเป็นแกนกลางของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นแก้ปัญหาความยากจน การพัฒนาต้องสามารถตอบสนองในปัจจุบันขั้นพื้นฐานได้อย่างพอเพียง ทั้งด้านการศึกษา สุขภาพอนามัยที่อยู่อาศัยและฐานะความเป็นอยู่ที่ดีรวมทั้งมาตรการนโยบาย ประชากรที่เหมาะสม ธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ด้วยการพิทักษ์รักษาบำรุง ช่วยสภาพธรรมชาติและใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพแต่การพัฒนาจะสำเร็จได้นั้นต้อง

อาศัยการพัฒนาจริยธรรมทั้งในระดับบุคคลและระดับชาติ และการดำเนิน โครงการการอบรม เพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ด้วยชุมชนปากน้ำประแสเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตชาวสวน ทำผลไม้ที่สร้างชื่อเสียง ได้แก่ ทุเรียน เงาะ มังคุด มะม่วง วิถีประมงที่หล่อเลี้ยงชุมชนและบริเวณใกล้เคียง ด้วยการออกเรือหาปลา และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง และนำมาเป็นอาหารที่โดดเด่นของชุมชน เช่น กะปิ น้ำปลา ท่อหมกนึ่ง จันลอน ยำหอยปากเปิด กว๊ายเตี้ยมัดปู ท่อหมกย่าง ทะเลลวกจิ้ม ผัดเปรี้ยวหวาน ปลาฮือแซ เคยชุบแป้งทอด เป็นต้น และการเลี้ยงสัตว์ เช่น เป็ด และไก่ ซึ่งมีจำนวนไม่มาก แต่ในพื้นที่ของชุมชนมีการพัฒนาทุกภาคส่วนเข้าด้วยกันจนได้รับรางวัล มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Home Stay Standard) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2557 อันดับหนึ่งของประเทศ มีทุ่งโปรงทอง ได้รับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ของจังหวัดระยอง ประจำปี พ.ศ. 2554 ชุมชนบ้านแสมผู้ หมู่ 7 ได้รับรางวัล Zero Waste ประจำปี พ.ศ. 2554 จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยเป้าหมายหลักของกลยุทธ์ การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมีการดำเนินโครงการโครงการสืบสานประเพณีตัดบาตรขนมข้าวต้มมัด ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทยของชุมชนปากน้ำประแส ที่ยังคงอนุรักษ์รักษากันเอาไว้เป็นอย่างดีและถักตักการดำเนินโครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การทำเกษตรปลอดสารเคมี โดยใช้เกษตรแบบอินทรีย์ให้กับชุมชนปากน้ำประแส เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้รับรู้และตระหนักถึงความไม่ปลอดภัยในการใช้สารเคมีในการทำการเกษตร และมีผลต่อสิ่งแวดล้อม อันจะทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวในการบริโภค และสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าที่ปลอดสารพิษจนเกิดเป็นความโดดเด่นในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จนกลายมาเป็นการสร้างแบรนด์ของสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ คีร์พันท์ โล่ทองคำ (2544) ที่ได้กล่าวว่า อารมณ์และความรู้สึกที่เกิดจากความรักความอบอุ่น (Warmth) ต้องทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่สงบร่มเย็น มีสันติภาพไร้สิ่งรบกวนจนเกิดการรำลึกถึงในโมติวิจิตอันแสนจะอบอุ่น ที่เกิดจากการใช้สินค้าและบริการจากตราสินค้า อารมณ์และความรู้สึกที่ปลอดภัย (Security) สินค้าต้องสื่อถึงความปลอดภัย ไม่เกรงกลัวไร้ซึ่งความกังวลใจ มีความอบอุ่นและมั่นใจ และพื้นที่ของชุมชนปากน้ำประแสมีวิถีชีวิตวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์โดดเด่น และเป็นเสน่ห์เฉพาะชุมชน ล้วนเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสามารถนำมาต่อยอดพัฒนา เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย ให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนตามนโยบายของรัฐบาล

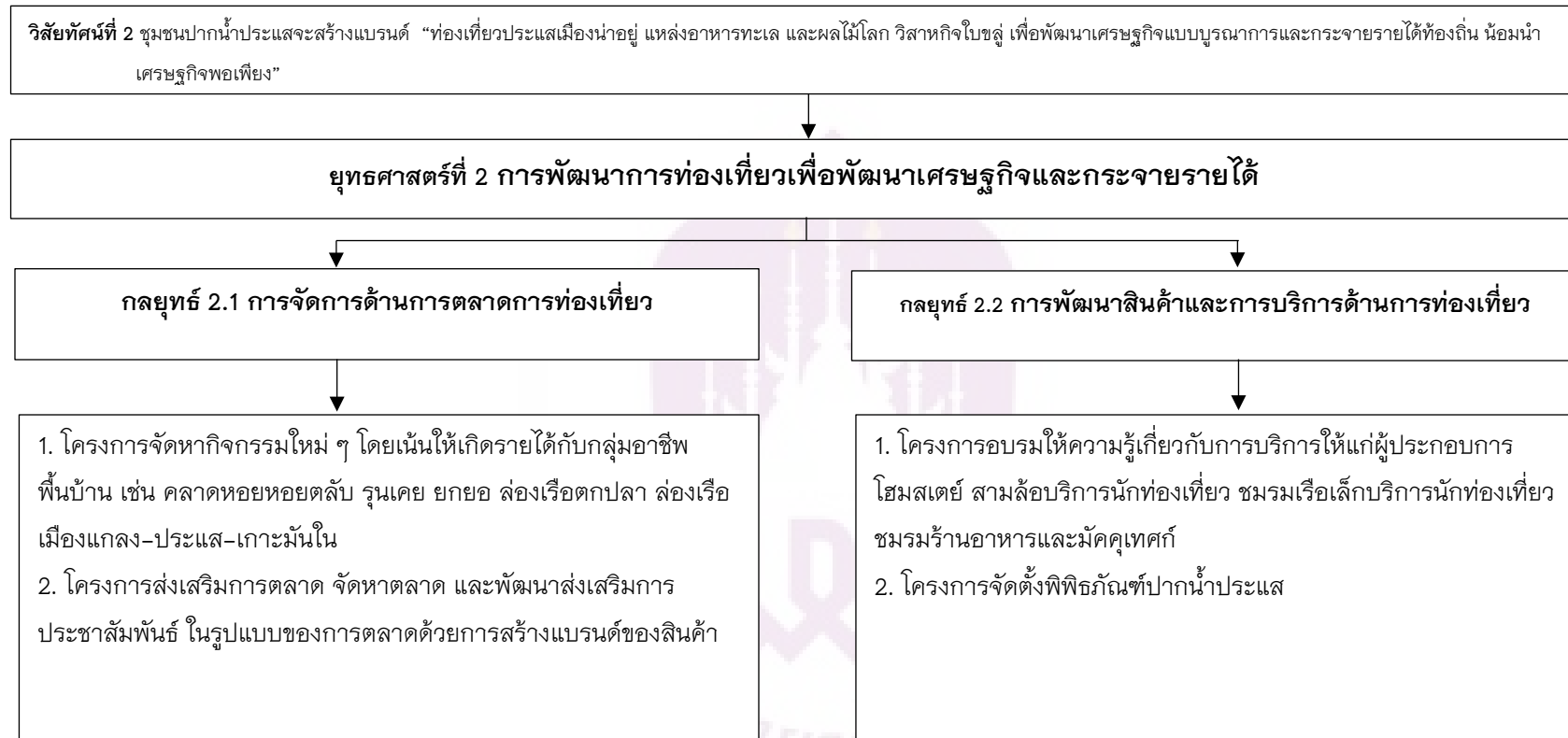
วิสัยทัศน์ที่ 1 : ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าชายเลนทุ่งโปรงทอง ล่องเรือชมตึ๋งห้อย เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”
วิสัยทัศน์ที่ 2 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ แหล่งอาหารทะเล และผลไม้โลก วิสาหกิจในขลุ่ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการและกระจายรายได้ท้องถิ่น น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง”
วิสัยทัศน์ที่ 3 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวประแสเมืองน่าอยู่ สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย วิถีประมง วิถีชาวไร่ วิถีชาวสวน วิถีเกษตร เพื่อพัฒนาสังคมอย่างบูรณาการ”
วิสัยทัศน์ที่ 4 ชุมชนปากน้ำประแสจะสร้างแบรนด์ “ประแสเมืองน่าอยู่ เมืองประวัติศาสตร์กรมหลวงชุมพรฯ อนุสรณ์เรือรบหลวงประแส ร่วมอนุรักษ์ประเพณีพื้นบ้าน ชมศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานย่านวัดพุทธ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ”



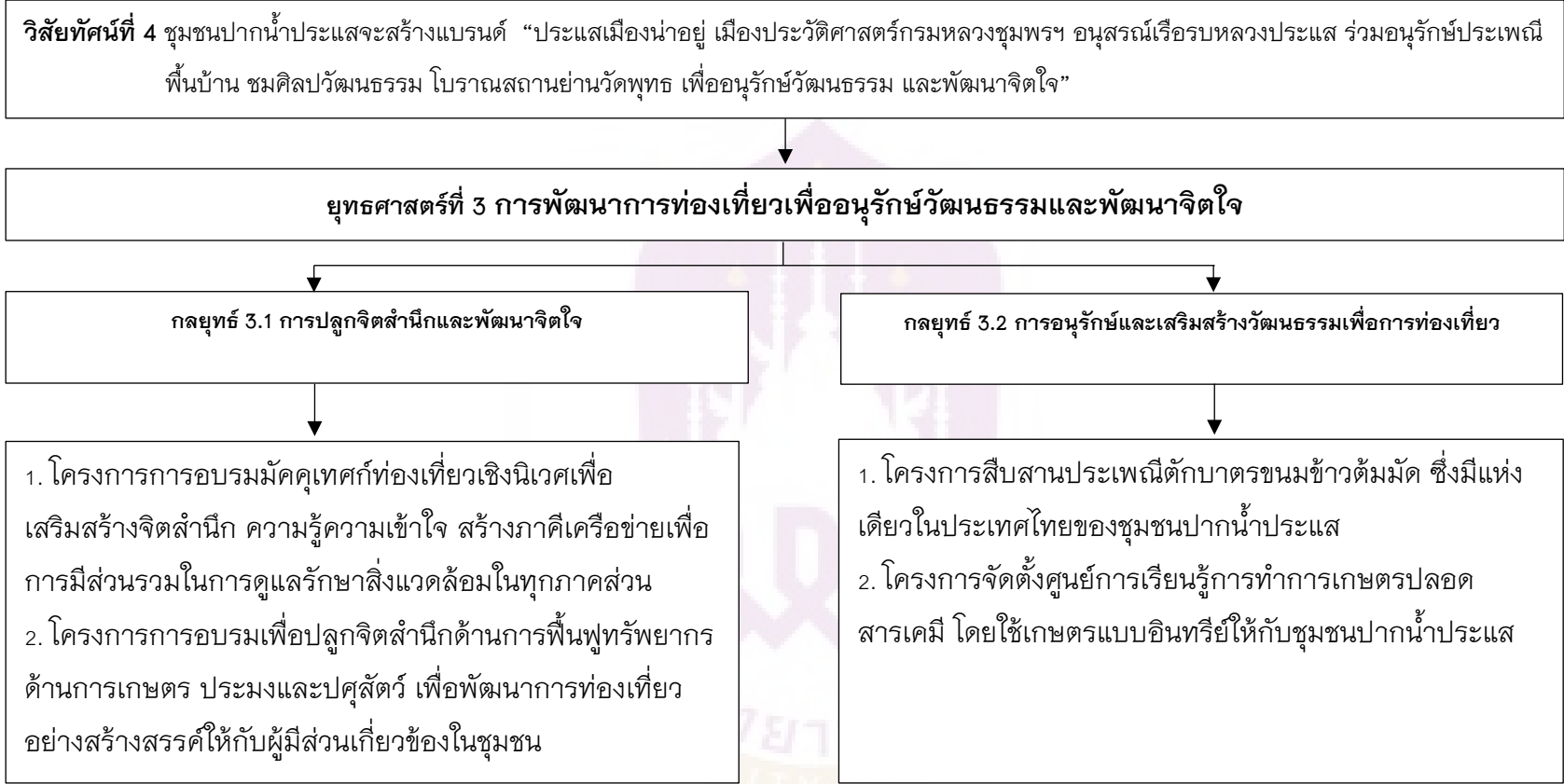
ภาพ 92 แสดงแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ชุมชนปากน้ำประแส



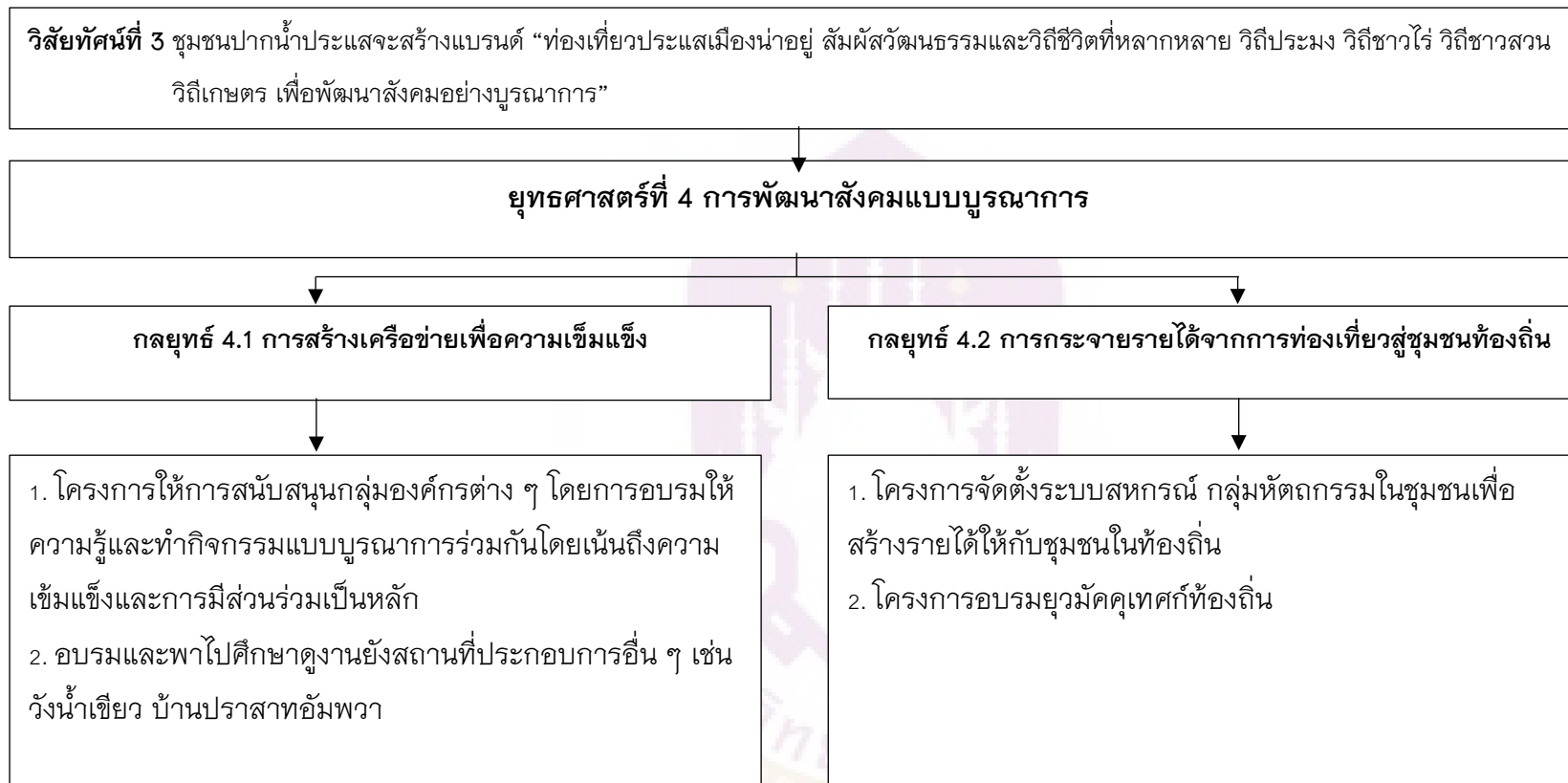
ภาพ 93 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



ภาพ 94 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้



ภาพ 95 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ



ภาพ 96 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

สรุปแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ ชุมชนปากน้ำประแส

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ตาราง 31 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ของชุมชนปากน้ำประแส

กลยุทธ์ / โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงาน/ฝ่ายต่าง ๆ ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา
กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use) ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม			
1. โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมและสาธารณูปโภคภายในชุมชน เส้นทางภายในชุมชน เส้นทางจักรยาน เส้นทางเท้า ป้ายบอกทาง ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ภายในชุมชน	1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระดับมาก 2. จำนวนป้ายบอกทางเพิ่มขึ้น 3 ป้าย	เทศบาลตำบลปากน้ำประแส	1-2 ปี
2. โครงการรณรงค์คัดแยกขยะจากครัวเรือน (โครงการชุมชนไร้ถัง)	1. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับมาก	สาธารณสุขจังหวัดและเทศบาลตำบลปากน้ำประแส	1-2 ปี
3. โครงการถนนปลอดถังขยะ	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชาวบ้านสามารถคัดแยกประเภทของขยะได้และบนถนนไม่มีถังขยะ	สาธารณสุขจังหวัดและเทศบาลปากน้ำประแส	1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว			
1. โครงการส่งเสริมเรือเก็บขยะ โครงการจัดทำโครงการหมักปุ๋ยจุลินทรีย์	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชาวบ้านมีรายรับเพิ่มมากขึ้นและรายจ่ายลดลง	เทศบาลตำบลปากน้ำประแสและชุมชน	1-2 ปี
2. โครงการรณรงค์ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง	1. ชาวบ้านมีการรักษาความสะอาดแม่น้ำไม่ให้มีขยะ 2. ชุมชนมีการใช้ขยะมาทำประโยชน์โดยการทำปุ๋ย	เทศบาลตำบลปากน้ำประแสและชุมชน	1-2 ปี
3. โครงการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการรักษาความสะอาดของบ้านเมืองแก่ชุมชนและแรงงานต่างด้าว	1. ชุมชนมีความรู้เรื่องการรักษาความสะอาดเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับชุมชน 2. แรงงานต่างด้าวมีความเข้าใจในข้อกฎระเบียบในระดับชุมชนและระดับจังหวัด	เทศบาลตำบลปากน้ำประแสชุมชน และแรงงานต่างด้าว	1-2 ปี

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

ตาราง 32 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ของชุมชนปากน้ำประแส

กลยุทธ์/โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงาน/ฝ่ายต่าง ๆ ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา
กลยุทธ์ 2.1 การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยว			
1. โครงการจัดหากิจกรรมใหม่ ๆ โดยเน้นให้เกิดรายได้กับกลุ่มอาชีพพื้นบ้าน เช่น ตลาดหอยหอยตลับ รุนเคย ยกยอ ล่องเรือ ตกปลา ล่องเรือเมืองแกลง-ประแส-เกาะมันใน	1. ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเพิ่มมากขึ้น 2. ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น	เทศบาลตำบลปากน้ำประแสและชุมชน	1-2 ปี
2. โครงการส่งเสริมการตลาด จัดหาตลาด และพัฒนาส่งเสริมการตลาดสัมพันธ์ ในรูปแบบของการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์ของสินค้า	1. มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2. นักท่องเที่ยวรู้จักสินค้าของชุมชนมากยิ่งขึ้น	ประชาสัมพันธ์ เทศบาลตำบลปากน้ำประแส	1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 2.2 การพัฒนาสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยว			
1. โครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ สามล้อบริการนักท่องเที่ยว ชมรมเรือเล็ก บริการนักท่องเที่ยว ชมรมร้านอาหารและมัดคุเทศก์	1. ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจมาก 2. มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	เทศบาลตำบลปากน้ำประแสและเครือข่ายผู้ประกอบการ ชมรม	1-2 ปี
2. โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ปากน้ำประแส	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากและเข้าใจในความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	เทศบาลตำบลปากน้ำประแสและชุมชน	1-2 ปี

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม
และพัฒนาจิตใจ

ตาราง 33 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 3 ของชุมชนปากน้ำประแส

กลยุทธ์/โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงาน/ฝ่ายต่าง ๆ ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา
กลยุทธ์ที่ 3.1 การปลูกจิตสำนึกและพัฒนาจิตใจ			
1. โครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การทำ การเกษตรปลอดสารเคมี โดยใช้เกษตรแบบ อินทรีย์ให้กับชุมชนปากน้ำประแส	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชุมชนสามารถทำปุ๋ยไว้ใช้ใน ครัวเรือน	เกษตรอำเภอและชุมชน	1-2 ปี
2. โครงการการอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึก ด้านการฟื้นฟูทรัพยากรด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ เพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ให้กับผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในชุมชน	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชุมชนมีความรู้วิถีชีวิตของ ชุมชนด้านการเกษตร ประมง และปศุสัตว์	เกษตรจังหวัดและชุมชน	1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 3.2 การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว			
1. โครงการสืบสานประเพณี ตักบาตรชนม ข้าวต้มมัด ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทยของ ชุมชนปากน้ำประแส	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชุมชนมีความรักและหวง แหนในประเพณี	วัฒนธรรมจังหวัดและ ชุมชน	1-2 ปี
2. โครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การทำ การเกษตรปลอดสารเคมี โดยใช้เกษตรแบบ อินทรีย์ให้กับชุมชนปากน้ำประแส	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชุมชนมีความตระหนักถึงการ ลดการใช้สารเคมีและมาใช้ แบบอินทรีย์	เกษตรจังหวัด และ ชุมชน	1-2 ปี

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสังคมแบบบูรณาการ

ตาราง 34 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์ที่ 4 ของชุมชนปากน้ำประแส

กลยุทธ์ โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงาน/ฝ่ายต่าง ๆ ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา
กลยุทธ์ที่ 4.1 การสร้างเครือข่ายเพื่อความเข้มแข็ง			
1. โครงการให้การสนับสนุนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยการอบรมให้ความรู้และทำกิจกรรมแบบบูรณาการร่วมกันโดยเน้นถึงความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมเป็นหลัก	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชุมชนมีการทำกิจกรรมร่วมกันและเกิดความเข้มแข็ง	เทศบาลตำบลปากน้ำ ประแส	1-2 ปี
2. อบรมและพาไปศึกษาดูงานยังสถานที่ประกอบการอื่น ๆ เช่น วังน้ำเขียว บ้านปราสาทอัมพวา	1. มีความพึงพอใจมาก 2. ประชาชนมีความคิดใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาชุมชน	เทศบาลตำบลปากน้ำ ประแสและชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 4.2 การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น			
1. โครงการจัดตั้งระบบสหกรณ์ กลุ่มหัตถกรรมในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น	1. จำนวนกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มหัตถกรรมในชุมชนเพิ่มมากขึ้น 2. มีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้น	เกษตรจังหวัดและชุมชน	3-5 ปี
2. โครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	1. ระดับความพึงพอใจมาก 2. ชุมชนมียุวมัคคุเทศก์เพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดและ ชุมชน	1-2 ปี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีจะต้องมีแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่นที่เป็นรูปธรรมและสามารถใช้งานได้จริงมีคณะกรรมการที่กำกับดูแลเฉพาะด้านและสอดคล้องกับทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวกับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องที่ต้องนำแผนยุทธศาสตร์มาประยุกต์ปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ให้ข้อเสนอแนะในการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองไปสู่การปฏิบัติได้ ดังนี้

1. กลุ่มงานด้านยุทธศาสตร์จังหวัดระยอง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองได้ รวมถึงการนำกลยุทธ์และการดำเนินโครงการที่เหมาะสมไปทดลอง หรือปรับใช้ในบริบทของพื้นที่และของจังหวัดได้ เพื่อเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดระยองและจังหวัดอื่น ๆ ในอนาคต

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ควรให้ความสำคัญและสนับสนุน การมีส่วนร่วมในการนำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองไปปรับใช้กับหน่วยงานได้อย่างจริงจัง

3. องค์กรหรือหน่วยงานภาคเอกชน ควรให้ความสำคัญและส่งเสริมสนับสนุนการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยองไปสู่การปฏิบัติ และสอดคล้องกับการดำเนินงานทางธุรกิจทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการปฏิบัติตามระเบียบและข้อกำหนดได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจและสอดคล้องกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาพรวม

4. ภาคประชาชน ผู้นำชุมชนท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามกระบวนการของการวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง เพื่อรับรู้ปฏิบัติ การเปลี่ยนแปลงในบทบาทที่เกิดขึ้นกับตนเอง ชุมชน และองค์กรที่เกี่ยวข้องในด้านการมีส่วนร่วมกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อรักษาความเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แท้จริง ตลอดจนความหวังแทนในวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ในยุคของการปรับเปลี่ยนเชิงพื้นที่ของจังหวัดระยองกับ โครงสร้างของแผนการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ได้เข้าใจในบริบทที่กำลังเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัย พบว่า จังหวัดระยอง ยังมีประเด็นการศึกษารวิจัย ในด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองอย่างยั่งยืนต่อไป

1. ควรมีการศึกษารวิจัยในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเกิดแผนพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)
2. ควรมีการศึกษารวิจัยในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบทของการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่กับภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตร ในจังหวัดระยอง
3. ควรมีการศึกษารวิจัยในด้านการวางผังเมือง หรือความเหมาะสมของพื้นที่ในภาคอุตสาหกรรมและการเกษตร ภาคการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนและอินเดียที่เพิ่มจำนวนมากมากขึ้นทุกปี
4. ควรมีการศึกษารวิจัยด้านการตลาดดิจิทัลในยุคออนไลน์ ที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจจากการลงทุนของนักลงทุนจากประเทศจีน ตามแผนพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2554). **วัดถ้ำเขาประทุน**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://info.dla.go.th/public/travel.do?cmd=goDetail&id=402343&random=1469306290482>
- กระเตงทัวร์. (18 มีนาคม 2559). **โฮมสเตย์หัวละ 400 พาทัวร์ทั่วประเทศ “ไม่แคร์กำไร”**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://pantip.com/topic/34927653>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (28 ตุลาคม 2558). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (15 มิถุนายน 2560). **ข้อเสนอวิสัยทัศน์การท่องเที่ยว (พ.ศ. 2579)**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://secretary.mots.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (20 มีนาคม 2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2560–2564)**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8370
- กฤษ เพิ่มทันจิตต์. (2536). **ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเกิดเป็นเมือง**. กรุงเทพฯ: ศรีเอทีฟพับลิชชิง.
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). **Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf
- กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. (2530). **การพึ่งตนเองศักยภาพในการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: สภาคาทอริกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). **นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2560, จาก <http://conservation.forest.ku.ac.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **นโยบายและแผนการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/policy-marketing-plan>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **การศึกษาแนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวไทยในปี 2563 Thai Tourism Scenario 2020**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2015/menu-22015/246-22015-scenario2020>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **แผนที่แสดงอาณาเขตจังหวัดระยอง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://www.emagtravel.com/archive/rayong-map.html>
- กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุล. (2546). **การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีวิจัย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิติมา ปรีดีดิถก. (2529). **ทฤษฎีการบริหารองค์การ**. กรุงเทพฯ: ชนะการพิมพ์.
- กุลวดี ละม้ายจีน. (2552). **องค์ประกอบการท่องเที่ยว**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- เกื้อ วงศ์บุญสิน. (2538). **ประชากรกับการพัฒนา** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกทูน. (2560). **ทฤษฎีแรงจูงใจของแอลเดอร์เฟอร์**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/208290>
- ขวัญชัย วงศ์นิติการ. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของผู้ที่อาศัยในเขต หมู่บ้านจัดสรรชานเมือง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ข่าวสด. (10 มิถุนายน 2561). **ระยองพร้อมจัดชิงแชมป์ประเทศไทยฯ สนามสุดท้าย**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก https://www.khaosod.co.th/sports/news_1198091
- คณะกรรมการการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ. (2546). **โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง**. กรุงเทพฯ: ศรุสภาลาดพร้าว.
- จตุพล ชูจันทร์. (2553). **การพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในตำบลบ้านใต้ อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์ ปร.ต., มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.

- จรีน คิริ. (2549). การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยใช้วัฒนธรรมชุมชน
เป็นฐานในการพัฒนา: กรณีชุมชนเมืองกืด อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่.
วิทยานิพนธ์ ศศ.ต., มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- จิตติมา สุขผลิน. (2539). แนวทางการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์งานการท่องเที่ยวที่
เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จินตนา บุญบังการ และณัฐภรณ์ เขจรนันท์. (2544). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ:
ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- จิรัชิต วีระสัย. (2543). สังคมวิทยาการเมือง Political Sociology. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- จีเพลส. (2555). มายองโอบอป. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,
จาก <https://www.gplace.com/มายองโอบอป>
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม ของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา. ชลบุรี:
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฬาวดี จันทร์เทวาลิขิต. (2547). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนเกาะช้าง:
กรณีศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ หมู่ 2 บ้านสลักเพชร
กิ่งอำเภอเกาะช้างใต้ จังหวัดตราด. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เจริญชัย ศรีน้อย. (2559). สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดระยอง. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,
จาก <https://sites.google.com/site/mozing2545/had-mae-raphung>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2529). บ้านกับเมือง. กรุงเทพฯ: สัมพันธ์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2544). แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบท
ต่างสังคม. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- เฉลียว บุรีภักดี. (2548). ทฤษฎีระบบและการประยุกต์ใช้ในการพัฒนา. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ชนินทร์ ชุณหพันธ์รักษ์. (2544). นโยบายและการบริหารเชิงกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพฯ: ศูนย์เอกสารและตำรา สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). **การตลาดบริการ** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชาย โปธิสิตา. (2554). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- โชสิตา ชัยชมพู. (14 ธันวาคม 2557). **หนังใหญ่วัดบ้านดอน**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก http://projectwatbandon.blogspot.com/2014/12/blog-post_14.html
- ซาบซ่าส์ดอทคอม. (2559). **เกาะมันใน**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.zabzaa.com/travel/travel.php?id=110>
- ภาวนีย์ แผนสมบุรณ์. (2548). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานในศาลชั้นต้นของผู้พิพากษาอาวุโส**. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณภัทร์ บรรลิ่งค์. (2558). **ทฤษฎีแรงจูงใจ**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://www.l3nr.org/posts/425512>
- ดรรรชนี เอมพันธ์. (2550). **การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดกิจกรรมไฮมสเตย์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดลพัฒน์ ยศธร. (2542). **การนำเสนอรูปแบบการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวพุทธศาสตร์**. วิทยานิพนธ์ ค.ศ., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ดำรง วัฒนา. (2548). **คู่มือการจัดทำยุทธศาสตร์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2560, จาก www.ops.moc.go.th
- ดูเอเชีย. (2559). **ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.dooasia.com/thailandinfo/oldcity/rayong6.shtml>
- เดอะทริปปแคเกอร์. (18 พฤศจิกายน 2557). **น้ำตกเขาชะเมา (Khao Chamao Waterfall) จ.ระยอง**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก <https://www.thetrippacker.com/th/image/น้ำตกเขาชะเมา>
- ต้อ ระยองอาร์ต. (24 พ.ค. 2017). **อ่างเก็บน้ำดอกกรายพล**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=Et2ysj42zyw>
- ทราเวลเอ็มไทย. (2556). **ตลาดเกาะกลอย**. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561, จาก <https://travel.mthai.com/blog/54518.html>
- ทองแถม นาถจำนง. (2544). **ทฤษฎีสี่ขั้น Four Steps of Capitalism**. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ

ท่องเที่ยว. (2560). **อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา เขาวง อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง.**

สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://www.ท่องเที่ยวไทย.com/อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง-ระยอง/>

ทักษิณ ชินวัตร. (2549). **ผลิตภัณฑ์ OTOP.** สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,

จาก <http://www.somkiet.com/PastWorks/ArticleC01.htm>

ทัวร์รถไทย. (2560). **รวมข้อมูลท่องเที่ยวระยอง.** สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,

จาก <https://www.touronthai.com/province/Rayong>

ทัวร์ออนไลน์ไทย. (27 มีนาคม 2560). **สวนบ้านเรา.** สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,

จาก <https://www.touronthai.com/article/2670>

ทัศนาศาสตร์. (2542). **การเป็นผู้นำชุมชน.** ปริญญาโท ค.ม., มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2547). **ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:

ที่ดินร้อยแปด. (15 มิ.ย. 60). **ตำบลปากน้ำกระแส.** สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,

จาก <https://www.teedin108.com/land/view/1028022/>

เทศบาลตำบลปากน้ำกระแส. (2559). **การใช้พื้นที่ในปัจจุบันของตำบลปากน้ำกระแส.**

ระยอง: ม.ป.พ.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการ**

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

เที่ยวเพลิน. (2560). **ลวดลายไม้ต้นสนที่หาดสวนสน.** สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,

จาก <http://www.tiewplearn.com/ลวดลายไม้ต้นสนที่-หาดสวนสน>

ไทยแลนด์ท็อปโหวต. (2560). **วัดป่าประดู่.** สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561,

จาก <https://thailandtopvote.com/วัดป่าประดู่>

ไทยแลนด์ท็อปโหวต. (2560). **วัดชะหารไร่.** สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561,

จาก <https://thailandtopvote.com/วัดชะหารไร่>

ธงชัย สันติวงษ์. (2533). **องค์การและการบริหาร** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนา

พานิช.

ธีรพงศ์ มุ่งดี. (19 พ.ย. 2016). **อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล ปลวกแดง ระยอง.** สืบค้นเมื่อ

27 กันยายน 2561, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=xLCZqo2m>

JvOKhaoChamaoWaterfall/140866

- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2544). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร**. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลีฟ.
- ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์. (2554). **ชุมชนศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์.
- ธีราพร ถนอมกลิ่น. (2548). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น เกาะล้าน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นงลักษณ์ จารุวัฒน์. (2560). **การตลาด 4.0 Marketing 4.0 สู่ยุคการตลาดดิจิทัล**. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.
- นพวรรณ ปิสิริกานต์. (2551). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน: กรณีศึกษา 3 ชุมชน บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นัฐวุฒิ พัฒน์ทอง. (2556). **แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://nuttawut15.blogspot.com/2013/12/blog-post.html>
- น้ำฝน อ่วมสำอาง. (9 กุมภาพันธ์ 2014). **ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://numfon0958047371.wordpress.com/ประเพณี/ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง/>
- นิคม จารุณี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.
- นิเทศ ดินณะกุล. (2544). **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นียบพรรณ วรรณศิริ. (2540). **มานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2534). **ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชนบท** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิตา ชูโต. (2540). **การวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: พี.เอ็น.การพิมพ์.
- นীরนาท แก้วประเสริฐ. (2549). **อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน**. วิทยานิพนธ์ ปร.ด., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

- นุชจรี วงษ์สันต์. (28 เมษายน 2559). **ทิศทางและการพัฒนาประเทศตามนโยบายของรัฐบาลและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.ic.moi.go.th/doc/bmt29/slide/2.pdf>
- บุญใจ ศรีสถิตยัณราภรณ์. (2550). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไอ อินเทอร์เน็ตมีเดีย.
- บุญใจ ศรีสถิตยัณราภรณ์. (2550). **ภาวะผู้นำและกลยุทธ์การจัดการองค์การพยาบาลในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). **การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ เย็นคงคา และคณะ. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: วี.เจ.พี.рінตั้ง
 แวงกอกบิสนิว. (25 เมษายน 2560). **INTERNET OF THINGS: คลื่นลูกใหม่ไฟกระพริบ**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641040>
- ปกรณ์ ปรียากร. (2527). **แนวความคิดว่าด้วยการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2542). **การบริหารโครงการแนวคิดและแนวทางในการสร้างความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2542). **การวางแผนกลยุทธ์: แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์**. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2558). **ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาในการบริหารการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สามเจริญพานิช.
- ปกรณ์ พรหมมินทร์. (10 สิงหาคม 2016). **สะพานกล่อง...ท่องเที่ยวไปกับ อบจ.ระยอง ตอน ถ้าเขาวง มหัศจรรย์เขาวงกตในป่าหินปูน**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก <http://www.rayong-pao.go.th/home/travel/2016/08/10/สะพานกล่องท่องเที่ยวกัน/>

- ปรกรณ์เทพ พจี. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนา**
อย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาหมู่บ้านเมืองบางจังหวัดหนองคาย. กรุงเทพฯ:
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประเวศ วะสี. (2541). **บนเส้นทางใหม่การส่งเสริมสุขภาพ อภิวัฒน์ชีวิตและสังคม**
 (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- ประเวศ วะสี. (2541). **ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคม**
และวัฒนธรรม ปาฐกถาพิเศษ ป่วย อังภากรณ์. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- ปากน้ำระยอง. (2560). **แม่น้ำระยอง.** สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก <http://paknum-rayong.blogspot.com/2015/03/blog-post.html>
- ปราสาท ภัทรมโน. (14 ธ.ค. 2011). **ล่องแพ ตกหมึก@ระยอง.** สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน
 2561, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=wfHYIuJH2fc>
- ปริวรรต สมนึก. (2552). **การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นฐาน เกาะภูเก็ต**
ตำบลโนนกลาง อำเภอภูปูล์มิ่งสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์
 ปร.ด., มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2542). **จิตวิทยาอุตสาหกรรม.** กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. (2542). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา.**
 กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ปิยบุตร หล่อไกรเลิศ. (2546). **เศรษฐกิจพอเพียง.** กรุงเทพฯ: เอเชียแปซิฟิคส์ พรินติ้ง.
 ไปด้วยกัน. (26 มิถุนายน 2558). **เที่ยวสวนละไม กินบุฟเฟ่ต์ผลไม้ไม่อั้น.** สืบค้นเมื่อ
 20 กันยายน 2561, จาก <http://www.paiduaykan.com/travel/สวนละไม>
- ไปไหนดี. (2560). **สวนสุภัทรา แลนด์.** สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,
 จาก <http://www.painaidii.com/business/135919/suan-suphathra-land-21120/lang/th/?page=/lang/th/>
- พงษ์พันธุ์ มณีรัตน์. (2521). **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: โครงการ
 ส่งเสริมการสร้างตำรา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผู้จัดการออนไลน์. (26 ม.ค. 2548). **ผลวิจัยวิทยาศาสตร์ชี้ชัดปฏิบัติธรรมทำสมาธิส่งผลดี**
ต่อสมอง. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561,
 จาก <https://mgronline.com/dhamma/detail/9480000012103>

- พจนานุกรม (2546). **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ**. กรุงเทพฯ: กองทุนแคนาดาประจำประเทศไทย.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2553). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2557). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2558). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2558). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชา การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2560). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2561). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). **การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- พรประภา ลินธุนาวา. (2533). **การศึกษาการพึ่งตนเองของชุมชนโดยแนววัฒนธรรมชุมชนเพื่อการปฏิบัติงานสังคมสงเคราะห์: ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านพะเพ็นตี้ ตำบลองค์พร อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ สส.ม., บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พระเทพเวที (ป.อ.ปยุตโต). (2548). **พุทธธรรม กฎธรรมชาติดูแลคุณค่าสำหรับชีวิต** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (2539). **การพัฒนาที่ยั่งยืน** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มูลนิธิ
โกมลคีมทอง.
- พระธรรมปิฎก. (2539). **ปฏิรูปการศึกษาการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา**. กรุงเทพฯ:
อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2548). **เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ** (พิมพ์ครั้งที่ 9).
กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ประยุทธ์ ปยุตโต). (2548). **สุขภาวะองค์กรรวมแนวพุทธ**. กรุงเทพฯ:
กระทรวงสาธารณสุข.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2556). **แนวคิด ทฤษฎี เทคนิคและการประยุกต์เพื่อการพัฒนาสังคม**.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัทธา สายหู. (2534). **กลไกของสังคม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัทธา สายหู. (2534). **การพัฒนาวัฒนธรรมบนพื้นฐานภูมิปัญญาชาวบ้านและศักยภาพ
ของชุมชน**. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- พันทิป. (2559). **โฮมสเตย์หัวละ 400 บาททั่วทั่วประเทศ “ไม่แคร์กำไร”**. สืบค้นเมื่อ
27 กันยายน 2561, จาก <https://pantip.com/topic/34927653>
- พันทิป. (7 มิถุนายน 2560). **เทศกาลผลไม้และของดีจังหวัดระยอง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน
2561, จาก <https://pantip.com/topic/36542518>
- พิบูล ทีปะपाल. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งสัจต์. (2553). **การท่องเที่ยวชุมชน**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้งเฮ้าส์.
- แพสมบุญรณ์สุชีรสอร์ท. (16 มีนาคม 2555). **ส่องแพดูหิ้งห้อยที่ปากน้ำประแสร์**. สืบค้นเมื่อ
2 กันยายน 2561, จาก [http://www.paiboonrayong.com
/index.php?lite=article&qid=382089](http://www.paiboonrayong.com/index.php?lite=article&qid=382089)
- ไพฑูรย์ พงตะบุตร. (2544). **พจนานุกรมฉบับที่ 27**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ไพรัช เดชะรินทร์. (2516). **ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติงานพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.
- ภัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของ
การท่องเที่ยวไทย. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี ฉบับสังคมศาสตร์**, 6(1), 91-109.
- ภาคภูมิ ดาราพงษ์. (2548). **การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในโรงเรียนเกษตรกร
จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ภาพิมล มณฑาทพงษ์. (2553). **ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวต่อนโยบายภาครัฐด้านการตลาดท่องเที่ยว จังหวัดระยอง**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางการปฏิบัติสำหรับประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ภูวนิดา คุณผลิน. (2550). **การบริหารการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- มงคล ตำนานินทร์. (2540). **ผลการศึกษางานกลุ่มและผู้นำกลุ่มเข้าสู่เชิงธุรกิจเชิงขนาดย่อม**. ขอนแก่น: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มธุวรรณ พลวัน. (2546). **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอดำรงวิทยารัชมงคล จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนัสวี สุขสัน. (18 มีนาคม 2558). **ชุมชนปากน้ำระยอง ถนนอารีราษฎร์**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <http://paknum-rayong.blogspot.com/2015/03/blog-post.html>
- มัทนา พนานิรามย์. (2546). **การเปลี่ยนแปลงในแบบแผนการใช้เวลาของคนไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาริสสา โทเคะยะโยชิน. (2543). **การแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาอาชีพด้วยวิถีเกษตรกรรมธรรมชาติและการจัดการด้านธุรกิจชุมชนในการพัฒนาอาชีพด้วยวิถีเกษตรกรรมธรรมชาติและจัดการด้านธุรกิจชุมชนแบบพึ่งพาตนเองของประชาชนที่อาศัยในหมู่บ้านทับทิมสยาม**. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- มารีน ทราเวล. (2558). **หาดแหลมแม่พิมพ์**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <http://www.marinestravel.com/2015/08/laem-mae-pim-beach.html>
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2547). **การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม: ประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและราชการ**. กรุงเทพฯ: บั๊ค พอยท์.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2556). **ยุทธศาสตร์การพัฒนา: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก**. กรุงเทพฯ: บั๊ค พอยท์วิชาการ.
- ยุทธพงศ์ ภาमाศ. (2 พฤศจิกายน 2556). **ตลาดบ้านเพ**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก www.tiewrayong.blogspot.com

- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2526). **หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: ไทยอนุเคราะห์ไทย.
- ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. (2545). **การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นผลจากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาจังหวัดน่าน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ระยองแซด. (18 ธันวาคม 2557). **งานประเพณีห่มผ้าพระเจดีย์กลางน้ำอนุรักษ์วัฒนธรรมสืบสานประเพณีกว่า 100 ปี**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.rayongz.com/งานประเพณีห่มผ้าพระเจดีย์-922/>
- ระยองแซด. (19 ธันวาคม 2557). **ประเพณี.....แปลกไม่เหมือนที่ไหน ทอดผ้าป่ากลางน้ำ**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.rayongz.com/ประเพณี-แปลกไม่เหมือนที่-936/>
- ระยองแซด. (24 ธันวาคม 2557). **วัดลุ่มมหาชัยชุมพล วัดประวัติศาสตร์ของชาวเมืองระยอง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.rayongz.com>
- ระยองเที่ยวไทย. (18 กรกฎาคม 2559). **ท่องเที่ยวชมสัตว์น้ำซิล ๆ ในวันหยุด สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำระยอง**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก <http://rayongteawthai.blogspot.com/2016/07/rayong7.html>
- ระยอง. (2555). **ประเพณีแข่งเรือยาวที่ปากน้ำประแส**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <https://sites.google.com/site/rayong2555/prapheni/prapheni-khaeng-reux-yaw-thi-pakna-pra-saer>
- ระยองฮิป. (27 ตุลาคม 2557). **สดชื่น ชุ่มฉ่ำ พลิ้วไหวในสายน้ำกับน้ำตกคลองปลากำง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.rayonghip.com>
- ระยองฮิป. (18 มกราคม 2558). **อ่าวไข่ แหลมตาล อ่าวมะขามป้อม**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://www.rayonghip.com/อ่าวไข่-หลามตาล-อ่าวมะขาม/>
- ระยองฮิป. (8 สิงหาคม 2559). **ความงามที่ซ่อนเร้น “สะพานรักษ์แสม” จุดชมทัศนียภาพและระบบนิเวศน์ป่าชายเลน คลองท่าตาไผ่ อำเภอกาหลง**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <http://www.rayonghip.com/raksamae-bridge/>
- รักบ้านเกิด. (2561). **ตลาดผลไม้ตะพง**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <https://www.rakbankerd.com/travel/view.php?id=90&type=4>

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). **พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย**

ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525.** กรุงเทพฯ:

นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.** กรุงเทพฯ:

นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

เรวดี โรจนกนันท์. (2552). **การประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ (Strategic**

Environmental Assessment: SEA). กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผน
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

เรื่อนแก้ว ภัทรานุประวัติ. (2521). **บทบาทของศูนย์ศิลปวัฒนธรรมในสถาบันอุดมศึกษา**

เอกชนกับการพัฒนาวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการ
วัฒนธรรมแห่งชาติ.

เลิศพร ภาระสกุล. (2556). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

วงใน. (2559). **อนุสาวรีย์สุนทรภู่.** สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561,

จาก <https://www.wongnai.com/attractions/324573ry-อนุสาวรีย์สุนทรภู่>

วรกัญญา สิทธิธรรม. (2546). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว**

ในจังหวัดระยอง. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

วรรณภา วงษ์วานิช. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรวิทย์ เกิดสวัสดิ์. (2552). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบ**

**มีส่วนร่วมวัดพระพุทธรูปบาทราชวรมหาวิหาร อำเภอพระพุทธรูป จังหวัด
สระบุรี.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.

วรวิทย์ อวิสุทธิวรกุล. (2544). **ชุมชนเข้มแข็ง: รากฐานการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน.**

กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

วัชรชัย คล้ายพงษ์. (2559). **วิถีประมงพื้นบ้านอ่าวเพจ.ระยอง.** สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน

2561, จาก <http://www.komchadluek.net/photo-gallery/452>

วิกิพีเดีย. (2557). **การท่องเที่ยว.** สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2560,

จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การท่องเที่ยว>

- วินิจฉัย วีรยางกูร. (2532). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2543). **กระบวนการนโยบายทางการศึกษา จากระบบการเมืองสู่ระบบราชการปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.
- วีระพล ทองมา และประเจต อำนวย. (2547). **ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วีระพล ทองมา. (2551). **กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เว็สดีเพลส. (2559). **ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <http://numfon0958047371.wordpress.com/ประเพณี/ประเพณีทำบุญกลางทุ่ง/>
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2554). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2560, จาก <https://thaicomunitybasedtourismnetwork.com/cbt/>
- สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดระยอง. (2559). **หาดแม่รำพึง**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <https://sites.google.com/site/mozing2545/had-mae-raphung>
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2557). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <http://www.cbt-i.org/2012/travel.php>.
- สนธยา พลศรี. (2545). **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- สนธยา พลศรี. (2547). **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 5)**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สตาร์คอนเวนชันไฮเทล. (2559). **ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช**. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2561, จาก <http://www.starconventionhotel.com/gallery/taksin-shrine/>
- สภาเศรษฐกิจโลก. (2560). **รายงานการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ พ.ศ. 2560-2561**. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2561, จาก http://iad.bangkok.go.th/sites/default/files/The%20World%20Economic%20Forum_0.pdf

- สมยศ นาวิการ. (2541). **การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานคร.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2536). **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม: แนวทางศึกษาวิเคราะห์และวางแผน**. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- สมัย ดวงจำปา. (2560). **เที่ยวสวนผลไม้ที่ระยอง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://poomai56tour.blogspot.com/2013/06/blog-post.html>
- สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก. (2558). **ข่าวท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <http://tourism.gov.mm/th/international-cooperation/pata/>
- สรรเสริญ วงศ์ชูม. (2544). **เศรษฐกิจพอเพียงพื้นฐานสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน**. นนทบุรี: สหธรรมิก.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2542). **ทฤษฎีสังคมวิทยา การสร้าง การประเมินค่าและการใช้ประโยชน์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2543). **ทฤษฎีและกลยุทธ์ในการพัฒนาสังคม** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). **การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จีพีไอเบอร์พรินท์.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2556). **งานวันสุนทรภู่**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก <http://www.obec.go.th/news/38415>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2 ก.พ. 2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (20 มกราคม 2560). **แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564)**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6381
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). **เศรษฐกิจและสังคม**. **สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**, 47(4), 13-46.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555–2559)**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2558, จาก http://www.nesdb.go.th/download/article/article_20160323112431.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). **วิสัยทัศน์ และพันธกิจ**. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.eeco.or.th/เกี่ยวกับองค์กร/วิสัยทัศน์และพันธกิจ>
- สำนักงานจังหวัดระยอง. (2558). **แผนพัฒนาจังหวัดระยอง พ.ศ. 2558–2561**. ระยอง: ม.ป.พ.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2560). **ก้าวใหม่เศรษฐกิจไทย**. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.facebook.com/575333465886223/posts/%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%87%>
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2553). **รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2552**. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักงานประมงจังหวัดระยอง. (2558). **จำนวนสัตว์น้ำจืดที่จับได้ จำแนกตามชนิดสัตว์น้ำจืดเป็นรายอำเภอ 2558**. ระยอง: ม.ป.พ.
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดระยอง. (2558). **ข้อมูลสัตว์เลี้ยงจำแนกรายอำเภอ 2558**. ระยอง: ม.ป.พ.
- สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดระยอง. (2560). **จำนวนวัด สำนักสงฆ์ โบสถ์คริสต์ มัสยิด พระภิกษุและสามเณรจำแนกรายอำเภอ**. ระยอง: ม.ป.พ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2545). **กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <https://www.parliament.go.th/wtadmin/ewt/parbudget/>
- สำนักส่งเสริมการปลูกป่า กรมป่าไม้. (2560). **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://new.forest.go.th/reforest-admin/ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง/>

- สิน สุโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ.
เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สิรินาตย์ กฤษณาธาร. (2552). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทการบินไทย
จำกัด. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- สุชน อินทเสม. (2554). ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์: กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณ. วิทยานิพนธ์ ปร.ด.,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.
- สุทธิดา ศิริบุญหลง. (2554). การพัฒนาแบบยั่งยืน: กระบวนการกระทำทางเศรษฐกิจ
สังคม(Metabolism) และการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ
27 กันยายน 2561, จาก <http://www.oocities.org/tokyo/dojo/6860/suthida.htm>
- สุธัญญา ทองวิจิต. (2544). ศักยภาพการพัฒนากการท่องเที่ยว ศึกษากรณีตำบลตาเถร
อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุพัตรา สุภาพ. (2541). สังคมไทยและวัฒนธรรมไทย: ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา
ประเพณี. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2547). พฤติกรรมรวมหมู่ในสังคมและวัฒนธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 9).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- สุภางค์ จันทวานิช. (2556). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 11).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมาลี วงษ์วิฑิต และรพีพรรณ ทองหล่อ. (2547). การท่องเที่ยวทางน้ำ: การพัฒนา
เศรษฐกิจการค้าภายใต้ข้อตกลง GATS. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุมาลี ลันตีพลวุฒิ และคณะ. (2545). แนวทางในการวางแผนระดับชุมชนเพื่อการพัฒนา
ที่ยั่งยืนกรณีศึกษาตำบลเขาสามยอดและตำบลชอนน้อย. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุเมธ ดันติเวชกุล. (2549). การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ:
กรมพัฒนาชุมชน.

- สุรพงษ์ ชูเดช. (2542). **ผลของการฝึกอบรมตามแนวทางไตรสิกขาที่มีต่อการพัฒนาวิสัย
ในตนเองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5.** ปรินญาณินพนธ์ วท.ด., กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัตน์. (2549). **การสื่อสารเพื่อการพัฒนา: พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์
ในสังคมไทย.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2550). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ
(พิมพ์ครั้งที่ 4).** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ. (2556). **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.**
- สุวีร์ณัฐ สุภณศิริ. (2554). **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior
Analysis): ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ.** กรุงเทพฯ:
อินทนิล.
- เสถียร เชยประทับ. (2531). **การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศด้อย
พัฒนา.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสน่ห์ จามริก. (2532). **แนวคิดพัฒนาการศึกษาไทย: บทวิเคราะห์เบื้องต้น ในการศึกษา
แห่งชาติ.** กรุงเทพฯ: มูลนิธิชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- เสาวคนธ์ สุตสว่าง. (2524). **สังคมวิทยาชนบท.** กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2556). **การจัดการ
ความรู้ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบสุนทรียสาธก ด้วย ABAC KM's Model.
สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2560, จาก <http://www.dasta.or.th>**
- อดิษฐ์ บัวภักดี. (2552). **ทฤษฎีการมีส่วนร่วม.** สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2560, จาก
<http://www.titpa.or.th/writer/read>
- อดิษฐ์ หิรัญไธ. (2523). **หลักการบริหารการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3).** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- อนิวัช แก้วจำนงค์. (2552). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อภิชัย พันธเสน. (2549). **พุทธเศรษฐศาสตร์ ฉบับนิสิต นักศึกษา และประชาชน.
กรุงเทพฯ: ดอกหญ้าวิชาการ.**

- อภิชัย พันธเสน. (2547). **พุทธเศรษฐศาสตร์ วิวัฒนาการ ทฤษฎีการประยุกต์ กับเศรษฐศาสตร์สาขาต่าง ๆ** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.
- อภิรมย์ พรหมจรรยา. (2544). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม. (2546). **การประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อัจฉรา โพธิยานนท์. (2539). **การศึกษากับการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- อันซีนทัวร์ไทยแลนด์. (19 ตุลาคม 2560). **สวนยายดา-เจ้าบุญยืน จ.ระยอง**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <http://unseentourthailand.com/2017/10/19/yaida/>
- อีดีทีไกด์. (12 มีนาคม 2558). **เที่ยว 12 อำเภอสุดฮิตติดบนเกาะเสม็ด ไป-กลับได้ในวันเดียว!**. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2561, จาก <https://www.edtguide.com/article/433570/เที่ยวเกาะเสม็ด>
- อุดมพร อมรธรรม. (2549). **ปรัชญาการศึกษาในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- อุษาวดี พูลพิพัฒน์. (2545). **การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เอ็มไทย. (30 เมษายน 2556). **ตลาดเกาะกลอย จ.ระยอง**. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561, จาก <https://travel.mthai.com/blog/54518.html>
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2554). **การพัฒนารูปแบบการจัดกระบวนการเรียนรู้เรื่องการศึกษาชุมชนเพื่อสืบค้นองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- แองเจิล สตาร์ ทราเวล. (2560). **อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561, จาก <https://www.angelstartravel.com/content-detail.php?data=อุทยานเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด.html>
- Angsana, B. (1996). **Tourism Planning Concep for Ko Samui,Thailand: A Sustainable Environmant Development Approach**. USA: Texas A&M University.

- Alan, P. (2004). **Human resource management** (2nd ed). London: Thomson Learning.
- Bartol, K. M. and Martin, D. C. (1991). **Management**. New York: McGraw–Hill.
- Becker, M. H. (1977). The Health Belief Model and Prediction of dietary Compliance: A field Experiment. **Journal of Health and Social Behavior**, 18, 348–366.
- Buckley, R. (1993). A framework for ecotourism. **Annals of Tourism Research**, 21, 661–665.
- Buckley, R. (1993). **International Centre for Ecotourism**. Australia: Gold Coast.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution implications for management of resources. **Canadian Geographer**, 24, 5–12.
- Catherin, J. B. (1991). **Sustainable tourism in remote Australia: strategies for physical planning and infrastructure**. Australia: University Microfilms International.
- Cohen, J. (1988). **Statistical power analysis of the behavioral sciences**. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cooper, A. M. (1958). **How to Supervise People**. New York: McGraw–Hill Book.
- Dalal, C. B. and Sadler, B. (2005). **Strategic Environmental Assessment**. London: Earthscan.
- Davidson, A. (2013). Business model for an era of innovation glut. **Ivey BusinessJournal**, 77(4), 1–4.
- Fischer, C. F. (2007). **Supervision of Instruction**. Retrieved October 15, 2017, from <http://www.stanwartz.com/adminbook/chap3.htm>
- Gerald, G. and Robert, B. A. (1993). **Behavior in Organizations** (4th ed.). New York: Simon&Schuster.
- Goetsch, D. L. and Davis, S. B. (1977). **Quality Management** (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Hanson, M. E. (1996). **Educational Administration and Organizational Behavior**. (4th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Jones, D. B. (1994). Setting promotional goals: a communications relationship model. **Journal of Consumer Marketing**, 11 (1), 38–49.

- Larson, T. and Ankomah, P. (2004). Evaluating Tourism Web Site Complexity: The Case of International Tourism in the U.S. **Services Marketing Quarterly**, 26(2), 23–37.
- Mathieson, A. and Wall, G. (1982). **Tourism: Economic Physical and Social Impacts**. London: Longman.
- Mill, R. and Morrison, A. M. (1992). **The Tourism System: An Introductory Text** (2nd ed.). New Jersey: Prince–Hall International Inc.
- Richard, T. P. and Anthony, G. A. (1981). **The Art of Japanese Management**. New York: Simon&Shuster.
- Ritchie, J. B. and Crouch, G. I. (2003). **The competitive destination: A Sustainable Tourism Perspective**. Wallingford, United Kingdom: CABI.
- Russo, E. M. (1995). **What’s My Communication Style?. Organization Design and Development**. Boston: Allyn and Bacon.
- Sadler, P. (2003). **Leadership** (2nd ed.). Great Britain: Biddles.
- Stevens, J. (1992). **Applied Multivariate Statistics for The Social Science** (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Timothy, D.J. (2002). **Heritage Tourism**. Prentice Hall: Essex.
- UNESCO. (2006). **Education for all–literacy for life: EFA global monitoring report 2006**. Paris: UNESCO.
- UNWTO. (2007). **Development Assistance 2007**. Retrieved April 30, 2016, from <http://www2.unwto.org/publication/unwto–development–assistance–2007–0>
- Vago, S. (1980). **Social Change**. New York: Holt Rinehart and Winston.
- World Travel and Tourism Council. (2017). **Travel & Tourism Economic Impact World 2017**. Retrieved October 13, 2017, from <https://www.wttc.org/–/media/files/reports/economic–impact–research/regions–2017/world2017.pdf>
- Zeithaml, V. A. and Bitner, M. J. (2000). **Services Marketing: Customer Focus Across the Firm** (2nd ed.). Boston, Massachusetts: McGraw–Hill.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบรายการตรวจสอบการศึกษาชุมชน

รายการตรวจสอบการศึกษาชุมชน

(Checklist for Community Study)

ชื่อของชุมชน : _____ การตรวจสอบวันที่ _____ เดือน _____ พ.ศ. _____

รายการที่ต้องการตรวจสอบ	แหล่งข้อมูล	ผู้รับผิดชอบ
<p>ข้อมูลกายภาพ</p> <p>1. ที่ตั้ง (Location)</p> <p>1.1 หมู่บ้าน ตำบล (อบต.) อำเภอ จังหวัด ภาค</p> <p>1.2 อาณาเขตติดต่อ</p> <p>1.3 กลุ่มจังหวัดใกล้เคียง</p> <p>2. การเข้าถึงและความเชื่อมโยง (Accessibility and Connectivity)</p> <p>2.1 การเดินทางเข้าถึงชุมชนมีกี่ทาง</p> <p>2.2 มี Gate Way การเข้าถึงคืออะไร</p> <p>2.3 ทางหลวงแผ่นดิน ถนนสายหลัก ถนนสายรอง ทางหลวงหมายเลข 3 ทางหลวงหมายเลข 3162</p> <p>2.4 ถนนคอนกรีต ถนนลูกรัง ถนนหินคลุก</p> <p>2.5 บริการรถเข้าถึงชุมชนจาก กทม. จากตัวจังหวัด มี/ไม่มี บริการทุกวัน/บางวัน ราคาเหมารถเข้าชุมชน</p>		
<p>ข้อมูลภูมิศาสตร์</p> <p>1. ลักษณะภูมิประเทศ</p> <p>1.1 ความสูงจากระดับน้ำทะเลกี่เมตร/ฟุต</p> <p>1.2 ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ _____ และเส้นแวงที่ _____</p> <p>1.3 มีเนื้อที่ประมาณ _____ ไร่</p> <p>1.4 ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเนินเขา/พื้นที่เขา/พื้นที่รวม/เกาะที่ราบลุ่ม แม่น้ำที่ราบสูง/ที่ราบลุ่ม/ที่ปากแม่น้ำ/พื้นที่ต้นน้ำลำธาร</p> <p>1.5 แหล่งน้ำทางธรรมชาติ ต้นน้ำลำธาร แม่น้ำ ห้วยหนอง คลอง บึง ลักษณะของดิน: ดินตะกอน ดินปนทราย ดินปนกรวด มีการชะล้างพังทลายสูง/ต่ำ</p> <p>1.6 มีพืชปกคลุมน้อย/มาก ลักษณะของดินแบ่งได้เป็นกี่ชุดดิน: ชุดดินโคราช ชุดดินแม่ริม ชุดดินสติก (่วนหยาบ) เกษตรอินทรีย์</p> <p>2. ลักษณะภูมิอากาศ</p> <p>2.1 สภาพอากาศจำแนกตามฤดูตามแบบ Kopper เช่น ภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อน</p> <p>2.2 มีกี่ฤดู ช่วงเวลาของฤดูต่าง ๆ</p> <p>2.4 ลมมรสุม ช่วงเวลาของลมมรสุม</p> <p>2.5 ปริมาณน้ำฝนที่มิลลิเมตรต่อปี</p> <p>2.6 ลักษณะอุณหภูมิ ลักษณะอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี ลักษณะอุณหภูมิสูงสุด/ต่ำสุดในเดือนอะไร</p> <p>3. ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ</p> <p>3.1 ทรัพยากรป่าไม้ในพื้นที่ สังคมพืชป่าผลัดใบ เต็งรัง ป่าเบญจพรรณ ทุ่งหญ้า ป่าไม่ผลัดใบ ป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง ป่าดิบเขา ป่าพรุ ป่าชายเลน ป่าชายหาด ป่าบึง ป่าทามความโดดเด่นของป่าในพื้นที่</p> <p>3.2 การปกคลุมพืชชั้นล่างความชื้น ความสมบูรณ์ของป่า การตัดไม้ทำลายป่า</p> <p>3.3 พันธุ์ไม้ ดอกไม้ พืชเด่นท้องถิ่น</p> <p>3.4 สัตว์ป่าชนิดต่าง ๆ นกประจำถิ่น นกย้ายถิ่น ผีเสื้อ</p>		

รายการที่ต้องการตรวจสอบ	แหล่งข้อมูล	ผู้รับผิดชอบ
<p>4. การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน พื้นที่อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยาน ป่าสงวน พื้นที่เขตทหาร ที่ราชพัสดุ ฯลฯ</p> <p>5. ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์ ลมมรสุม คลื่นยักษ์ ดินถล่ม โคลนถล่ม อุทกภัย วาตภัย การก่อเหตุร้าย ยาเสพติด</p>		
<p>ข้อมูลด้านสังคม</p> <p>1. ประวัติความเป็นมาของชุมชน</p> <p>1.1 ตั้งเป็นชุมชนมานานแล้วประมาณกี่ปี</p> <p>1.2 ชาวบ้านชาวเมืองเดิมเป็นใครมาจากไหน</p> <p>1.3 ผู้ก่อตั้งชุมชนรุ่นแรกคือใคร มาเริ่มตั้งรกรากบริเวณใดเป็นที่แรก</p> <p>1.4 ที่มาของการตั้งชื่อชุมชน ตามลักษณะของภูมิประเทศ/พืชเด่นของพื้นที่/ผู้ก่อตั้งฯลฯ</p> <p>2. จำนวนประชากร</p> <p>2.1 มีประชากรกี่คน ที่ครัวเรือน เพศหญิง/ชายกี่คน เป็นคนไทยพื้นเมืองหรือชนเผ่า</p> <p>2.2 ลักษณะประชากรส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุใด เด็ก หนุ่มสาว คนสูงอายุ</p> <p>2.3 ประชากรส่วนมากอาศัยอยู่ในชุมชนมากี่ปี และเป็นภูมิลำเนาเดิมตั้งแต่เกิด หรือมีการย้ายถิ่น</p> <p>3. ลักษณะการตั้งบ้านเรือน</p> <p>3.1 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณใด เช่น ที่ราบเชิงเขา ที่ราบลุ่มแม่น้ำ ริมหนองคลองบึง บริเวณสวน ใกล้พื้นที่นา ใกล้ป่า</p> <p>3.2 ลักษณะบ้านส่วนใหญ่ทำด้วยวัสดุอะไร บ้านไม้ บ้านอิฐ บ้านดิน สี หลังคาจาก สังกะสี กระเบื้อง ฯลฯ</p> <p>3.3 ลักษณะการปลูกบ้านเรือนเป็นอย่างไร เป็นบ้านกะต๊อบ บ้านชั้นเดียว พื้นเป็นดิน บ้าน 2 ชั้นยกพื้นสูง ยุ้งฉาง ใต้ถุน ครัว ล้อมเป็นล้อมซิม หรือ ล้อมหลุม</p> <p>3.4 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่ติดกัน กระจุกเป็นกลุ่ม เช่น เป็นคุ่ม หรือตั้งบ้านเรือนกระจายตามพื้นที่สวน ไร่ นา</p> <p>4. ความเชื่อ ศาสนาของชุมชน</p> <p>4.1 ประชาชนนับถือศาสนา อะไร ลัทธิ นิกายอะไร นับถือผี บรรพบุรุษ</p> <p>4.2 มีการปฏิบัติธรรม พิธีการทางศาสนา</p> <p>4.3 มีการศาสนสถานสำคัญอะไรบ้าง</p> <p>5. วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร การแต่งกาย</p> <p>5.1 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชน ของเผ่าต่าง ๆ</p> <p>5.2 อาหารท้องถิ่น อาหารโภชนาบำบัด</p> <p>5.3 ลักษณะการแต่งกายของคนในชุมชน การทอผ้า</p> <p>5.4 ในชุมชนมีแหล่งประวัติศาสตร์ ตำนาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งโบราณคดี</p> <p>5.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการทำมาหากิน การเกษตร อาหาร</p> <p>5.6 วรรณกรรม ดนตรี การฟ้อนรำ ศิลปะในชุมชน</p> <p>6. สุขภาพ อนามัยของชุมชน</p> <p>6.1 มีอนามัย โรงพยาบาล คลินิก กี่แห่ง</p> <p>6.2 มีสาธารณสุขพื้นฐาน มีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่</p> <p>6.3 อยู่ห่างจากโรงพยาบาลในจังหวัดกี่กิโลเมตร</p> <p>6.4 อัตราการเกิด อัตราการตาย ของทารกแรกเกิด</p> <p>6.5 อายุเฉลี่ยของคนในชุมชน</p> <p>6.6 การรักษาแพทย์พื้นบ้าน สมุนไพร: นวด การรักษาตามความเชื่อดั้งเดิม</p>		

รายการที่ต้องการตรวจสอบ	แหล่งข้อมูล	ผู้รับผิดชอบ
7. การศึกษาในชุมชน 7.1 มีโรงเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีววะ มหาวิทยาลัยที่แห่ง 7.2 มีนักเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีววะ มหาวิทยาลัยที่คน 7.3 มีการศึกษานอกระบบ (กศน.) 7.4 มีโครงการอบรมวิชาชีพต่าง ๆ 7.5 มีโครงการอบรมด้านเกษตรทฤษฎีใหม่ เศรษฐกิจแบบพอเพียง 7.6 มีห้องสมุดชุมชน ห้องสมุดเคลื่อนที่ ที่อ่านหนังสือชุมชน 8. เศรษฐกิจชุมชน 8.1 ภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ภาคบริการ 8.2 ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน เช่น ป่า เขมีองแร่ แหล่งน้ำธรรมชาติ คุณภาพดิน 8.3 อาชีพหลักของชุมชน เช่น ทำนา ทำไร่ ทำสวน ปลูกพืชสมุนไพร รับจ้าง ค้าขาย การเก็บของ ป่าเพื่อดำรงชีวิต การประมง การรับจ้าง 8.4 การเลี้ยงสัตว์: วัว ควาย ช้าง ม้า หมู เป็ด ไก่ ฯลฯ 8.5 การผลิตสินค้า OTOP หัตถกรรม จักสาร การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การทอผ้า ฯลฯ 9. การจัดการด้านการใช้พื้นที่ และการจัดการทรัพยากรในชุมชน 9.1 การ Zoning ของ Land useผลิตสินค้า OTOP หัตถกรรม จักสาร การแปรรูปผลผลิตทาง 9.2 การเกษตร การทอผ้า ฯลฯ 9.3 การจัดการทรัพยากร 9.4 การจัดการมลพิษทางอากาศ น้ำ เสียง 9.5 การจัดการของเสีย 9.6 การจัดการน้ำ บำบัดน้ำเสีย		

รายการทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติ	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทร/แฟกซ์
1. ภูมิทัศน์และ ภูมิอากาศ: หาด ถ้ำ ปะการัง เกาะ เขา ที่ ราบ หุบเขา ที่ราบสูง ภูเขาไฟ ที่ราบ ที่ดอน ถ้ำถ้ำ หุบเขา ชายฝั่งทะเล ลม ฯลฯ							
2. พืช: ป่า ไร่ เขา สวน สวนผลไม้ ฟาร์ม ต้นไม้ ดอกไม้ ไร่องุ่น ป่าสมบูรณ์ ดอกไม้ป่า พืชสมุนไพร สมุนไพร สวนครัว ป่า ชายเลน ป่าเขตร้อน ฯลฯ							
3. น้ำ: ลำธาร แม่น้ำ คังน้ำ น้ำตก ทะเลสาบ น้ำพุร้อน บึงหนอง ทะเล หิมะ ฝน น้ำแข็ง ฯลฯ							

ทรัพยากรธรรมชาติ	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทร/แฟกซ์
4. สัตว์: สัตว์ป่า สัตว์ บก สัตว์น้ำ							

รายการทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรวัฒนธรรม	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทร/แฟกซ์
1. มรดกวัฒนธรรม: ปราสาท บ້อม โบราณสถาน โบราณวัตถุ หมู่บ้าน เมือง พิพิธภัณฑ อนุสาวรีย์ ภาษา ท้องถิ่น ฯลฯ							
2. มรดกด้านศาสนา : โบสถ์ สุเหร่า โบสถ์ คริสต์ วัด สุสาน เมรุ เจดีย์ พระพุทธรูป ปางต่าง ๆ ประติมากรรม ฯลฯ							
3. ศิลปะ/ชาติพันธุ์: ชนกลุ่มน้อย ชาวเขา คนพื้นเมือง การฟ้อน รำ ดนตรี ภาษา ท้องถิ่น อาหาร เครื่องดื่ม ทัศนกรรม อุตสาหกรรม ครัวเรือน บ้านเรือน							
4. วิถีชีวิต: วิถีชีวิต พุทธ วิถีชีวิตเกษตร วิถีชีวิตไทย							

รายการทรัพยากรมหรรมปรากฏการณ์สำคัญ

ทรัพยากรมหรรม	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทร/แฟกซ์
1. มหรรม: เฟสดีวัล ดนตรีชนิดต่าง ๆ แจ๊ส บัลเล่ ลีเก หนั่ง ใหญ่ เหล้า งานแสดง สินค้า							

ทรัพยากรมหกรรม	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทร/แฟกซ์
2. การ Tournaments การแข่งขันกีฬา กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอล การแข่งเรือ ยาว ประกวดสุนัข แข่งรถ แข่ง รถจักรยาน							
3. งานแสดงสินค้า ธุรกิจ: งานแสดง สินค้าเกษตรกรรม รถยนต์ เรือ อุปกรณ์ กีฬา							
4. งานแสดงอื่น ๆ : วันชาติ งานฉลอง ชาวเขา งานฉลอง ถนนต่าง ๆ แสงบุญ มหกรรม หัตถกรรม							

รายการทรัพยากรด้านกิจกรรม

ทรัพยากรมหกรรม	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทร/แฟกซ์
4.1 กิจกรรมสันตนา การ: สนามเทนนิส เส้นทางศึกษา ธรรมชาติ ทาง จักรยาน คลอง โดด ร่ม กรีฑา สระว่ายน้ำ การพายเรือ ตกปลา ยิงปืน แกะสลัก							
4.2 กิจกรรมด้าน บริการ: ขายปลีก อุปกรณ์แคมป์ปิ้ง อุปกรณ์สกี หอคิลป์ เสื้อผ้าเฉพาะ เซรามิกแก้ว สินค้า โรงงาน สินค้ามือสอง ละคร ภาพยนตร์ ศูนย์ประชุม							

รายการทรัพยากรด้านบริการ

ทรัพยากรธรรมชาติ	ลักษณะและ ผู้จัดการ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อสถานที่ โทร/แฟกซ์
5.1 การขนส่ง: การ เข้าถึง ยานพาหนะ เรือ รถไฟ รถยนต์ เครื่องบิน รถทัวร์ สนามบิน ท่าเรือ							
5.2 ที่พักแรม: โรงแรม 2-3-4-5 ดาว Guest house B+B Homestay Framstay โมเต็ลหอพัก							
5.3 การต้อนรับ: แผนที่ โบชัวร์ ป้าย บอกทางแผนที่เดิน เที่ยวเอง ท่าทีของเจ้า บ้าน บริษัททัวร์ ฯลฯ							
5.4 บริการอื่น ๆ : การซ่อมต่าง ๆ บัม น้ำมัน ธนาคาร ATM ที่แลกเงิน ตำรวจ ท่องเที่ยว บริการ สุขภาพ							

ภาคผนวก ข การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

รายการทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรทางธรรมชาติ	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อสถานที่โทรศัพท์/โทรสาร
1. ภูมิทัศน์และภูมิอากาศ: หาดถ้ำ ปะการัง เกาะเขา ที่ราบสูง ภูเขาไฟ ทะเล ที่ดอน ถดถูกาล อุณหภูมิ ชายฝั่งทะเล ลม ฯลฯ							
2. พืช ต้นไม้ ดอกไม้: ป่า ไร่เขา สวนผลไม้ ฟาร์ม ต้นไม้ ดอกไม้ พืชหายาก สมุนไพร ความหลากหลายทางชีวภาพ สวนครัว ป่าชายเลน ป่าเขตร้อน ฯลฯ							
3. สัตว์: นก สัตว์บก สัตว์น้ำ สัตว์ใกล้สูญพันธุ์ แมลง สัตว์ป่า สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม สัตว์เลี้ยง ปศุสัตว์ สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ ฯลฯ							
4. น้ำ แม่น้ำ ลำคลอง สระน้ำ: ลำธาร แม่น้ำ น้ำพุร้อน บึงหนอง มหาสมุทร ทะเล ทิวผืน น้ำแข็ง อ่างเก็บน้ำ เขื่อน คลอง ฯลฯ							

รายการทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรทางวัฒนธรรม	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อสถานที่โทรศัพท์/โทรสาร
2.1 มรดกวัฒนธรรม: ปราสาท บ่อม ที่เกิดคน สำคัญ อุทยาน ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรม พื้นบ้าน พิพิธภัณฑ อนุสาวรีย์ ศูนย์ข้อมูล ศูนย์วัฒนธรรม สนาม รบ ถนนโบราณ หมู่บ้าน ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ							
2.2 มรดกด้านศาสนา: โบสถ์วิหาร สุहर่า โบสถ์คริสต์ วัด สุสาน เมรุ ศาสนสถาน ปราสาทขอม เจดีย์ ปราสาท พระพุทธรูปปาง ต่างๆ สถาปัตยกรรม ด้านศาสนา จิตรกรรมฝา ผนัง โบสถ์ ประติมากรรม พระไตรปิฎก กุระอ่าน							
2.3 ศิลปะชาติพันธุ์: ชน กลุ่มน้อย ชาวเขา คน พื้นเมือง การพ่อน้ำ ดนตรี ภาษาถิ่น อาหาร เครื่องดื่ม บ้านเรือน หัตถกรรม อุตสาหกรรมครัวเรือน รายการทีวี การแสดง ชนบทนิยม ประเพณี							

รายการทรัพยากร มหกรรมปรากฏการณ์ที่สำคัญ

ทรัพยากร มหกรรม และปรากฏการณ์ที่สำคัญ	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร่/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่โทรศัพท์/โทรสาร
3.1 มหกรรม: เฟสติวัล ดนตรีชนิดต่าง ๆ แจ๊ส บ็อบ การแสดง ละคร เดินรำ บัลเลต์ ลีเก หนังกใหญ่ ทุ่งกระบอง มหกรรมผลไม้ งานแสดงสินค้า							
3.2 การแข่งขัน: กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอล มวย ระดับชาติ โลก กีฬา ด้วยคิงส์คัพ ม้าโชว์ การแข่งขัน ประกวดสุนัข การแข่งขันเรือ การแข่งขันจักรยาน ฯลฯ							
3.3 งานแสดงสินค้า ธุรกิจ: งานแสดงสินค้า เกษตรกรรม เรือ รถยนต์ อุปกรณ์กีฬา งานประชุมธุรกิจ ประชุมสมาคมโลก							
3.4 งานแสดงอื่น ๆ: วันชาติ งานฉลองต่าง ๆ ขบวนแห่ มหกรรมแสงวงบุญ ประกวด งานแสดงด้านการทหาร การถ่ายรูป							

รายการทรัพยากรด้านกิจกรรม

ทรัพยากรกิจกรรม	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร่/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่โทรศัพท์/โทรสาร
1. กิจกรรมนันทนาการ: สนามเด็ก สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ไตรตรมทางจักรยาน วายน้ำ การวาดรูป สนามกีฬา สระน้ำ การพายเรือ ดำน้ำ ล่องแพ ล่าสัตว์ ตกปลา ยิงปืน แกะสลักแพ้นั้น บันจีจัมพ์ ฯลฯ							

ทรัพยากรกิจกรรม	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อสถานที่โทรศัพท์/โทรสาร
2. กิจกรรมด้านบริการ:							
ชายปลีกอุปถัมภ์แคมป์ อูปรกรณ์เล่นสกี หอดิลปี เสื้อผ้าเฉพาะ เซรามิค แก้ว สินค้า โรงงาน ศูนย์ประชุม สินค้ามือสอง SPA การอบสมุนไพร การนวด การรักษา							
3. สิ่งอำนวยความสะดวก							
สะดวก: ทิวทัศน์สวนผลไม้ ทิวทัศน์อุทยานแห่งชาติ ฟาร์ม สวนพฤกษชาติ ห้องพักรับรอง สวนสนุก ทิวทัศน์โรงงาน เชื้อนทำเชื้อเห็ดเมือง สถานีรถไฟ รถกระเช้า สวนสาธารณะ							

รายการทรัพยากรด้านบริการ

ทรัพยากรด้านบริการ	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อสถานที่โทรศัพท์/โทรสาร
5.1 การขนส่ง: การเข้าถึง ยานพาหนะ เรือ รถไฟ รถยนต์ เครื่องบิน รถทัวร์ สนามบิน ท่าเรือ							
5.2 ที่พักแรม: โรงแรม 2-3-4 ดาว Guest Houses, B+B Homestay Farmstay โมเต็ล หอพัก เขาวงกตแคมป์							
5.3 การต้อนรับ: ศูนย์ข้อมูล แผนที่ โบรชัวร์ของที่ระลึก อานไกด์ เส้นทางทัวร์ ป้ายบอกทางแผนที่ ไกด์ท้องถิ่น เดินเที่ยวเอง ภาพลักษณ์ของสถานที่ที่ท่าเจ้าของบ้าน บริษัททัวร์							

ทรัพยากรด้านบริการ	ชื่อและ ลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยว เที่ยวใคร/มา จากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่โทรศัพท์/ โทรสาร
5.4 บริการอื่น ๆ: การ ซ่อมต่าง ๆ บัมพ์น้ำมัน ธนาคารATM ที่แลกเงิน ตำรวจ ท่องเที่ยว อุบัติเหตุ ไปรษณีย์ บริการ สุขภาพ ไฟฟ้า ประปา ท่อระบายน้ำ โทรศัพท์							



ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคนักท่องเที่ยว
ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ ชาย หญิง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน

ภาคนักท่องเที่ยว

ประเภทของงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....

ตอนที่ 2 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ ได้แก่

ทรัพยากรธรรมชาติ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

ทรัพยากรวัฒนธรรม

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

ทรัพย์สินทหกรรท

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

ทรัพย์สินกรกักรรท

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

ทรัพย์สินกรบรกร

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

(ทรัพย์สินกรบรกร: ที่พัท ภัตตาคาร รรานอาหาร หองสุชา)

ตอนที่ 3 ท่านคิดว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ของพื้นที่ ได้แก่

- จุดแข็ง 1..... 2
- 3.....
- จุดอ่อน 1..... 2.....
- 3.....
- โอกาส 1..... 2
- 3.....
- อุปสรรค 1..... 2
- 3.....

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบันชี้ต่อไปนี้
ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว

.....

.....

.....

ด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

.....

.....

.....

ด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมายเพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่มี
คุณภาพและปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

.....

.....

.....

ตอนที่ 5 ท่านคิดว่าพื้นที่การท่องเที่ยวแห่งนี้ควรมีวิสัยทัศน์ หมายถึง ความปรารถนา
ความใฝ่ฝัน ความต้องการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนไปสู่ความสำเร็จสูงสุด
ในระยะเวลา 5-10 ปี ข้างหน้าในอนาคต คืออะไร
วิสัยทัศน์ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านสังคม

.....

.....

.....

ตอนที่ 6 ท่านคิดว่า เพื่อพัฒนาจังหวัดไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ จังหวัดจะต้องมียุทธศาสตร์ คือ แผนงานหลักที่สำคัญในด้านต่าง ๆ กลยุทธ์ ได้แก่ แผนงานกลุ่มโครงการ และ โครงการอะไรบ้าง

1. ยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

กลยุทธ์ด้านวัฒนธรรม
โครงการ

1.....

2.....

3.....

กลยุทธ์ด้านพัฒนาจิตใจ
โครงการ

1.....

2.....

3.....

2. ยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

กลยุทธ์การใช้ที่ดิน

โครงการ

1.....

2.....

3.....

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร

โครงการ

1.....

2.....

3.....

3. ยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเศรษฐกิจ มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

กลยุทธ์ด้านการตลาด

โครงการ

1.....

2.....

3.....

กลยุทธ์การพัฒนาสินค้า

โครงการ

1.....

2.....

3.....

4. ยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคม มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

กลยุทธ์การบริหารจัดการ

โครงการ

1.....

2.....

3.....

กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

โครงการ

1.....

2.....

3.....

ตอนที่ 7 ท่านคิดว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่แห่งนี้ จังหวัดควรมีหลักการนำทางและให้ความสำคัญต่อคุณค่าและหลักการใด จึงจะเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 8 ข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

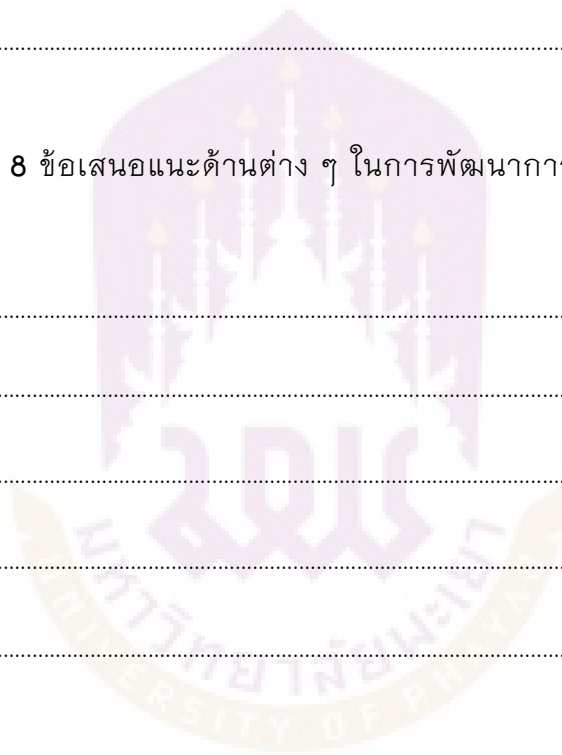
.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ง แบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

แบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูต่อการบริการจัดการการท่องเที่ยว
และกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนปากน้ำประแส
ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกะลา จังหวัดระยอง

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชนปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอกะลา จังหวัดระยอง ซึ่งข้อมูลและความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปปรับปรุงกิจกรรมและคุณภาพการบริการที่เหมาะสมยิ่งขึ้น แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ตามความเป็นจริง

- | | | |
|------------|--|-----------------------------------|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15 ปี | <input type="checkbox"/> 15-24 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 25-34 ปี | <input type="checkbox"/> 35-44 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 45-54 ปี | <input type="checkbox"/> 54 ปี |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> หม้าย |
| | <input type="checkbox"/> สมรส | <input type="checkbox"/> หย่าร้าง |

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา |
| <input type="checkbox"/> ประกาศนียบัตร | <input type="checkbox"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาโท |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาเอก | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).... |

5. อาชีพหลัก

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐ | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> เกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).... |

6. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,001-10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 10,001-15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001-25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,001-30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001-35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 35,001-40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001-45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 45,001 บาท ขึ้นไป |



ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับการรับรู้ตามสภาพความเป็นจริงตาม
ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เกี่ยวกับกิจกรรมและการบริการการท่องเที่ยวของ
ชมรมการท่องเที่ยวของชมรมปากน้ำประแส ตำบลปากน้ำประแส อำเภอแกลง
จังหวัดระยอง

ระดับความคิดเห็น: 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ประเด็นที่ประเมิน	ระดับการรับรู้				
	5	4	3	2	1
1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย					
1.1 มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม					
1.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลอย่างเหมาะสม					
1.4 มีการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชน					
1.5 ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
2. การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว					
2.1 มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ถนน บริการการเข้าถึงได้สะดวก					
2.2 ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น					
2.3 มีที่พัก ร้านอาหาร ห้องสุขา สิ่งอำนวยความสะดวก					
2.4 มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ					
2.5 มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างชัดเจน					
3. ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก					
3.1 ที่พักมีความสะอาดถูกสุขลักษณะและราคาเหมาะสม					
3.2 อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นท้องถิ่น					
3.3 สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม					
4. กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน					
4.1 เส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสมปลอดภัย					
4.2 ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพิพิธภัณฑ์และต้นไม้ที่ร่มรื่น					
4.3 เส้นทางศึกษาศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน มีความโดดเด่นน่าสนใจ					
4.4 กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลายและสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ



ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว

ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง
ประเทศไทย

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

1. ภาครัฐ

- 1.1 นางสาวจุฑารัตน์ สิงหะพันธ์ (ตัวแทน) ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง
- 1.2 นายสงกรานต์ แสงจันทร์ (ผู้แทน) ประมงจังหวัดระยอง
- 1.3 นางพรเพ็ญ ตะปะใจทย์ ผู้อำนวยการ สำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ 1
- 1.4 นายสำออย รัตนวิจิตร นายกสมาคมประมงพื้นบ้านเรือเล็ก จังหวัดระยอง
- 1.5 นายพิษณุ แก่นมณี (รักษาการ) หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด
- 1.6 นายปรีชา บุตรทวี (ผู้แทน) โยธาธิการและผังเมือง จังหวัดระยอง
- 1.7 นายสิทธิมนต์ กุศลพันธ์ (ผู้แทน) ป่าไม้จังหวัดระยอง
- 1.8 นางศุภิตี วิถีธรรมศักดิ์ วัฒนธรรมจังหวัดระยอง
- 1.9 นางสาวทิพย์อาภา ยลธรรม์ธรรม ผู้อำนวยการสำนักทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดระยอง
- 1.10 พันตำรวจโทชูเกียรติ ชูจันทร์ (ผู้แทน) ผู้บังคับการตำรวจภูธร จังหวัดระยอง

2. ภาคเอกชน

- 2.1 นายบุญยืน เลาะห์วิทยรัตน์ รองหอการค้า จังหวัดระยอง
- 2.2 นางอนุชิตา ชนสิริประภา สมาคมโรงแรม จังหวัดระยอง
- 2.3 นางสาวรณมา โควดี นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดระยอง
- 2.4 นายสมศักดิ์ เครือวัลย์ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- 2.5 นายมนตรี วิบูลย์ชนะ คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จังหวัดระยอง

2.6 นายภาณุ ธนสาร สมาคมประมงปากน้ำประแส อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

2.7 นางลูกน้ำ วิมุต กลุ่มรถสามล้อพ่วงข้างบริการนักท่องเที่ยว อำเภอแกลง
จังหวัดระยอง

2.8 นางสุภาพร ยอดยิ่ง ผู้ประกอบการร้านอาหาร จังหวัดระยอง

2.9 นางศิริ รัฐชาญเขียว ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ชานสมุทร อำเภอแกลง จังหวัด
ระยอง

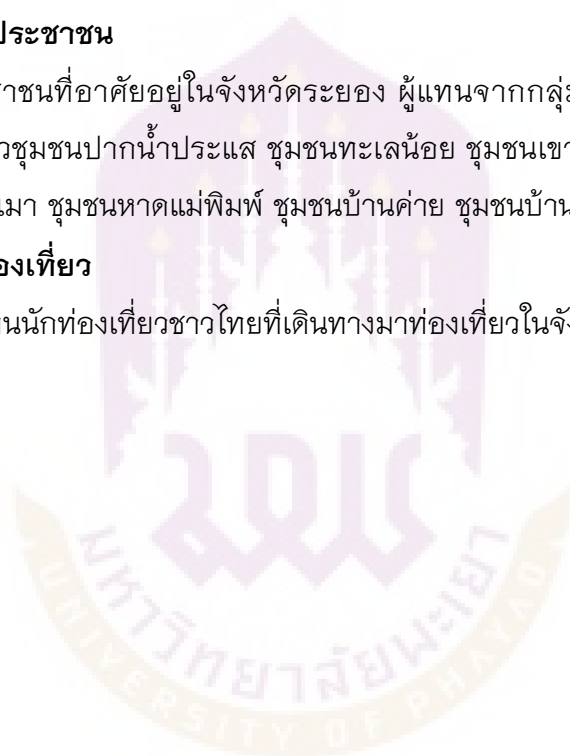
2.10 นายอรุพงษ์ พูลสวัสดิพงษ์ นายกสมาคมมูลนิธิปอเต็กตึ๊ง อำเภอแกลง
จังหวัดระยอง

3. ภาคประชาชน

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระยอง ผู้แทนจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยว กลุ่มชาวมุสลิมปากน้ำประแส ชุมชนทะเลน้อย ชุมชนเขายายดา ชุมชนบ้านเพ เกาะ
เสม็ด ชุมชนเขาชะเมา ชุมชนหาดแม่พิมพ์ ชุมชนบ้านค่าย ชุมชนบ้านฉาง

4. นักท่องเที่ยว

ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง



ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	ภัทรปภา กวินฤทัยปรีดา
วัน เดือน ปี เกิด	3 มิถุนายน 2510
ที่อยู่ปัจจุบัน	12/36 ซอยนวนวลจันทร์ 36 แขวงนวนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
ที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทตราสนำอินเตอร์เทรดดิ้ง จำกัด และ บริษัทลินเดลเอ็นจีเนียริง จำกัด
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2560	อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
พ.ศ. 2559	ผู้บริหารภาคเอกชนด้านผลิตสื่อรายการโทรทัศน์และสื่อวิทยุ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546	ศศ.บ. (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนดุสิต, กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2549	ศศ.ม. (สาขาวิชาพัฒนาสังคม), สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ
ผลงานตีพิมพ์	
ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์	
ภัทรปภา กวินฤทัยปรีดา. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย. วารสารงานวิจัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์.	
ภัทรปภา กวินฤทัยปรีดา. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดระยอง ประเทศไทย. วารสาร เซนต์จอนห์น.	
ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ	-