

หน้าแรก    เกี่ยวกับ TCI »    ฐานข้อมูล TCI »    คำ TJIF    การประชุม/อบรม »    งานวิจัยของ TCI »    เกณฑ์คุณภาพการสาร »    กระดานสนทนา    FAQ

### ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

ค้นหา

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จัดอยู่ในวารสาร .. กลุ่มที่	สาขา
1	Veridian E-Journal, Silpakorn University	1906-3431	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร	1	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์

[Back to top](#)

Copyright © 2005 Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. All rights reserved.

Contact: [tci.thai@gmail.com](mailto:tci.thai@gmail.com)

## ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี

## The Strategies of Creative Tourism of Suphanburi Province

สมจินต์ ชาญกระปี(SomjinChankrabi)\*

นรินทร์ สังข์รักษา (NarinSungrugsas)\*\*

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีของจังหวัดสุพรรณบุรีและ 3) เพื่อนำเสนอนโยบายในการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) โดยใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 14 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ 18 คน เพื่อร่วมประเมินตรวจสอบความสำคัญและความเหมาะสม ของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เป้าประสงค์และมาตรการดำเนินการ

ผลการวิจัย พบว่า (1) สภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวและความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ จังหวัดสุพรรณบุรีมีศักยภาพที่ดี และมีความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ามียุทธศาสตร์ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในเชิงเศรษฐกิจจากฐานอัตลักษณ์สู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเป้าประสงค์ได้แก่ 1) การเพิ่มขึ้นของรายได้มวลรวมจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 2)การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีและ 3)เพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ได้แก่ 1) กระตุ้นตลาดให้ได้ตามเป้าหมายโดยมุ่งเน้นตลาดคุณภาพ 2) สร้างความร่วมมือจาก 3 ฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนัก ผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวได้แก่ 1) เพิ่มระยะเวลา

\* สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail : jinchan2509@gmail.com

Management Program, Faculty of Management Science Silpakorn University

E-mail : jinchan2509@gmail.com

\*\* รองศาสตราจารย์ ดร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: narin\_324349 @yahoo.co.th

Associate Professor, Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: narin\_324349 @yahoo.co.th

พำนักจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพิ่มเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 3) เพิ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา การท่องเที่ยวได้แก่ 1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด 2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว (3) ผลการนำเสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีที่ผ่านการรับรองจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

**คำสำคัญ :** ยุทธศาสตร์, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, จังหวัดสุพรรณบุรี

#### Abstract

The purposes of this research were: 1) to study situation and need of creative tourism for Suphanburi province; 2) to analyze the strategies creative tourism of Suphanburi province; and 3) to present policy on development of the strategies creative tourism of Suphanburi province. Methodology of this research were mixed policy research and Ethnographic Delphi Futures Research. The data were collected by in-depth interview from fourteen informants. Eighteen experts assessed the importance and appropriateness of strategies, tactics, goals and procedures.

The results showed as followings: (1) situation and need of creative tourism for Suphanburi province were potential and readiness to develop creative tourism, and (2) The first strategy created a model for the development of culture and economic wisdom based on identity to creative tourism. The first strategy consisted of three goals including 1) increase in gross income from creative tourism of Suphanburi province, 2) increase in the number of repeat visitors in creative tourism in Suphanburi province, and 3) increase in visitor satisfaction of creative tourism of Suphanburi province. The second strategy promoted domestic and foreign marketing strategies. The strategy focused on quality visitors comprising 1) encouragement the market to reach the target, focusing on quality market, and 2) collaboration with three sectors such as government, private and public. The third strategy linked tourism within the cluster to increase the duration of stay by enhancing tourism activities and linking tourism routes. The strategy included as follows: 1) increase the duration of stay from creative tourism of Suphanburi province, 2) increase the tourism routes link to creative tourism of Suphanburi province, and 3) increase the creative tourism entrepreneurs in Suphanburi. The fourth strategy developed tourism staff and supported public participation in

tourism development comprising 1) development the capacity of tourism staff in the system to be competitive and sufficient to meet the needs of the market, 2) promotion public participation in tourism management and benefit from tourism. In addition, the results indicated that (3) the stakeholders certified the strategies creative tourism of Suphanburi province.

Keywords: Strategies, Creative Tourism, Suphanburi Province

## บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) (2017) ได้คาดการณ์แนวโน้มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกในปีพ.ศ. 2553 และปี พ.ศ. 2563 ว่าจะมีนักท่องเที่ยวถึง 1,006 ล้านคน และ 1,561 ล้านคน โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.15 ต่อปี และที่มายังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีถึง 397 ล้านคน ในปี พ.ศ.2563 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.55 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 5.7 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าของการท่องเที่ยวโลก และจากการจัดลำดับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 21 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ ในระยะ 6 ปี ที่ผ่านมา จาก 14,464,228 คน ในปี 2552 เป็น 26,735,583 คน ในปี 2559 ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงสุด 5 อันดับแรก ประกอบด้วยจีน จำนวน 2.43 ล้านคน มาเลเซีย จำนวน 9 แสนคน รัสเซีย จำนวน 4.6 แสนคนญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จำนวน 4.4 แสนคนและญี่ปุ่น จำนวน 3.9 แสนคนตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2559) มีรายได้จาก 747,781.81 ล้านบาทในปี 2552 เป็น 1,871,651.42 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2558 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559 : 24) ที่เป็นเช่นนั้นเพราะกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของประเทศไทย ได้นำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 – 2559 มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนายุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติที่ชัดเจนยิ่งขึ้นในทุกระดับพร้อมกับสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน (วรินทร์ธร ธรรมสารสมบัติ, 2556: 31) เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกระตุ้นรายได้ของประเทศและสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนมีรายได้และลดจำนวนคนว่างงานมากขึ้น (สุทธิพิชญ์ โชติรัตนศักดิ์, 2558: 16)

ปัจจุบันสภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก โดยมีการคำนึงถึงการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อมที่มีส่วนเชื่อมโยงกับด้านเศรษฐกิจ สังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Leslie and Sigala, 2015:140) โดยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในชุมชน เน้นให้เกิดความยั่งยืน ควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (American Demographics, 2000: 103) รวมทั้งจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทาง มีความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้เพิ่มความนิยมหรือสามารถพัฒนาให้เติบโตได้ (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559: 71) โดย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คาดว่า ในปี พ.ศ. 2563 แนวโน้มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุวัย 60-65 ปีจะเพิ่มขึ้นเป็นสามเท่าหรือประมาณ 700 ล้านคน โดยเฉพาะประชากรจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส อังกฤษ เป็นต้น อันเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศและการสร้างงานและกระจายความเจริญเพราะทำให้มีการพัฒนาระบบโครงสร้างการคมนาคมขนส่ง ทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ซึ่งจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 มุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญโดยจัดอยู่ในอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และมีการจ้างงานกว่า 1.9 ล้านคน(สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559: 71)

นอกจากนั้นในการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนใน ปี พ.ศ. 2559 ทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น และจากแผนพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ปี พ.ศ.2555-2559 มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ร่วมและประเด็นยุทธศาสตร์ในการผลิตอาหาร ชุมชนเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตที่ดี มีมาตรฐานสู่สากล เป็นศูนย์กลางการศึกษา การกีฬาและการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติแบบสมดุล ยึดการมีส่วนร่วมเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อนุรักษ์ฟื้นฟูและบูรณะทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อ่อนนวยประโยชน์คู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีกลยุทธ์ประกอบด้วย 1) พัฒนาระบบการบริหารจัดการและสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติภายใต้การมีส่วนร่วม 2) การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สถานประกอบการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2559, 115-116)

จังหวัดสุพรรณบุรีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุพรรณบุรี (2560) มีข้อมูลที่แสดงถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ยังคงมีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 14.63 โดยแบ่งเป็นชาวไทย มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.18 และชาวต่างชาติมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 31.53 ที่นิยมท่องเที่ยวตลาดร้อยละ อำเภอสามชูก เข้ามาชมบึงฉวาก การแข่งขันกีฬา การแสดงของโรงละคร การแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน การเยี่ยมชมหมู่บ้านควาย และการจำลองวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ งานกาชาด งานเทศกาลตุลาคีนปลา กินเห็ด อาหารสดเด็ด อำเภอด่านช้าง เป็นต้น ซึ่งเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องการเดินทางสะดวกสบาย มีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ โดยนิยมขับรถส่วนตัวหรือนั่งรถโดยสารประจำทางในแต่ละครั้งจะมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 1.85 วัน ลดลง จากปีที่ผ่านมาจะใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 915.71 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.38 ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นค่าอาหาร เครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก และค่าพาหนะในด้านการพักผ่อน พบว่ามีจำนวนที่พัก 37 แห่ง มีอัตราเพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 131.25 มีห้องพักรายจำนวน 1,703 ห้อง เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 85.51 ส่วนใหญ่จะมีราคาไม่สูงนักและมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 65.70 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.66 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นยังไม่พบว่าจังหวัดสุพรรณบุรีมีการบูรณาการแผนกับการท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน

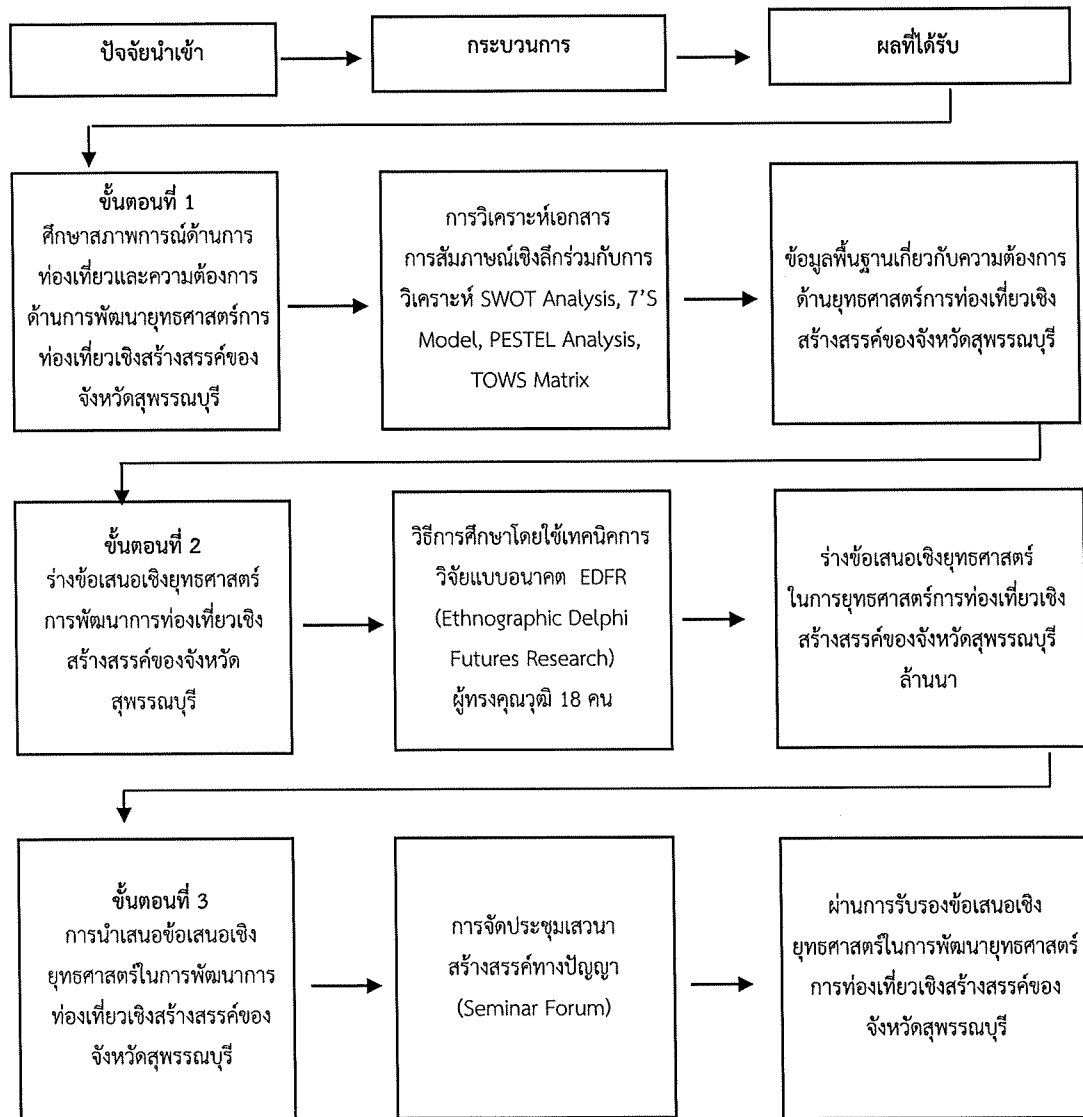
จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีทั้งนี้เพื่อนำมาพัฒนาทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้อย่างดี รวมทั้งการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีให้เกิดความชัดเจนในการนำเสนอ ซึ่งจะทำให้เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และจะเป็นประโยชน์ต่อพื้นที่อื่น ๆ ที่จะไปประยุกต์ใช้อันเป็นการนำไปสู่การพัฒนาที่เกิดจากความคิดของทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ เพราะทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์ของประชาชน ชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวและความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อนำเสนอและรับรองยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ที่เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน จำนวน 14 คน ร่วมกับเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 18 ท่าน และ การประชุมเพื่อรับรองข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy Meeting) ในการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 30 คน โดยมีขั้นตอนในการวิจัย ที่ออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 1 สรุปขั้นตอนการวิจัย

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า

1. สภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวและความต้องการด้านยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ามีแนวโน้มการเติบโตได้ดีอย่างมากโดยพิจารณาจากข้อมูลตัวเลขนักท่องเที่ยวและเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีมีอัตราเติบโต

เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็น ร้อยละ 7.82 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.67 และชาวต่างชาติ ร้อยละ 12.67 จะเห็นได้ว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นที่มากกว่าชาวไทย จังหวัดสุพรรณบุรีมีความน่าสนใจในแง่มุมมองทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และภาษาถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจ รวมทั้งข้อมูลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาของจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถสรุปออกมาในรูปแบบของจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. จุดแข็ง(Strength)จังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า มีอัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างชัดเจนเป็นจำนวนมาก มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งที่มีการสร้างขึ้นจากองค์การต่างๆและที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความอุดมสมบูรณ์และงดงาม เช่น อุทยานแห่งชาติพุเตย สวนหินธรรมชาติพุทองนาคว มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับการประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมมีความสะดวกทั้งทางถนนและทางรถไฟ การเดินทางภายในจังหวัดและ การเดินทางระหว่างจังหวัด ที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนักที่ตั้งของจังหวัดอยู่กึ่งกลางของภาคกลาง จึงเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจและระบบโลจิสติกส์ และมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในรูปแบบของภาษาพื้นถิ่นที่เป็นเสน่ห์และมีการอนุรักษ์ไว้อย่างเข้มแข็ง

2. จุดอ่อน(Weakness)จังหวัดสุพรรณบุรี บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษา ขาดแคลนมัคคุเทศก์ท้องถิ่นโดยเฉพาะภาษาจีน ญี่ปุ่นและเกาหลี ขาดการบูรณาการด้านเครือข่ายการท่องเที่ยว จากการพัฒนาจังหวัดชาตมาตการในการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นขาดการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ขาดการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างกับจังหวัดอื่นๆ8บริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรียังมีน้อย

3. โอกาส(Opportunity)จังหวัดสุพรรณบุรีมีนโยบายของการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างสมดุลโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นฐานโดยมีรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุน มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างมากของ ที่เป็นกระแสอยู่ในปัจจุบันและมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และยังเป็นพื้นที่บริเวณตอนกลางของประเทศไทยที่เชื่อมต่อไปยังจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศได้เป็นอย่างดี

4. อุปสรรค(Treat) จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเมืองที่มีรากฐานของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ไม่คำนึงถึง อัตลักษณ์ ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงและการสูญหายของวัฒนธรรมสูงประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในทรัพยากรที่มีอยู่ของจังหวัด จึงไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมและวิถีชีวิต

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายใน และภายนอก ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในกลยุทธ์ของจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (Swot Analysis) ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาทั้งหมดมาจัดทำเป็นยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้วยวิธี TOWS Mayrix 4 แนวทางคือ



### 1. กลยุทธ์เชิงรุก SO (SO Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์จากจุดแข็งคือมีที่ตั้งของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีที่สามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆภายในประเทศได้ง่าย มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างเด่นชัด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งประชาชนเป็นเจ้าบ้านที่ดีพร้อมให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดสุพรรณบุรีได้ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในเป็นจำนวนมาก มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่นำรากฐานทางวัฒนธรรมมาผสมผสานกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

### 2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากมีจุดแข็งในด้านที่ตั้งของการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีสามารถเชื่อมต่อไปยังพื้นที่ได้ทั่วประเทศและเป็นเมืองที่อยู่ในเส้นทางโลจิสติกส์ ทำให้เป็นเมืองของการขนส่งสินค้าและนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเข้ามามายังจังหวัดสุพรรณบุรี ส่งเสริมตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว โดยปรับโครงสร้างตลาดโดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยมีการบูรณาการความร่วมมือ 3 ฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชน มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไขและมีการเร่งส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับชาวจังหวัดสุพรรณบุรี เกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อลดปัญหาความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม มีการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยการพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบโลจิสติกส์และความปลอดภัย เพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยและส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มนักลงทุนในท้องถิ่น รวมถึงกลุ่มนักลงทุนระดับประเทศและต่างประเทศอย่างเหมาะสม

### 4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น กรณีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเขตเมืองหลัก และจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อระบบการจัดการบริการทางการท่องเที่ยวและการจราจรของเมืองหลักการจัดการการท่องเที่ยวของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงส่งผลกระทบต่อ

เปลี่ยนแปลง การสูญหายของวัฒนธรรม จึงควรเร่งสร้างมาตรการและแนวทางในการอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านความต่างระหว่างวัฒนธรรมของเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อการพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวรวมถึงปัญหาด้านประชากรและแรงงานแฝงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดจนการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของคนต่างประเทศจำนวนมาก จึงส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวด้านปัญหาการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวจากกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการรวมกลุ่มของเครือข่ายทางการท่องเที่ยวยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ มีการแบ่งกลุ่มทางการท่องเที่ยวจำนวนมากการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวของเขตจังหวัดสุพรรณบุรีที่ไม่ต่อเนื่อง

## 2. ผลการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี

วิสัยทัศน์คือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีพันธกิจ ดังนี้ คือ 1.เพิ่มขีดความสามารถทางการพัฒนาและส่งเสริมให้การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางภาคกลางของประเทศไทย ที่จะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมให้กับท้องถิ่นและประเทศ 2. สร้างการกระจายรายได้การท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจากการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี 3. พัฒนากลไกและเชื่อมโยงการจัดการท่องเที่ยวกับการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ให้มีศักยภาพและมีความสามารถในการจัดการและรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ โดยเน้นเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวไทยต่างประเทศที่มีคุณภาพเป็นหลัก โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ได้รับการวิเคราะห์ จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ คือ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาถิ่นในเชิงเศรษฐกิจจากฐานอัตลักษณ์อารยธรรมล้านนาสู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ประชุมมีความเห็นว่า แนวทางการขับเคลื่อนกลยุทธ์นั้น ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาจากฐานอัตลักษณ์อารยธรรมล้านนา เพื่อสร้างความแตกต่างทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมเศรษฐกิจในปัจจุบัน อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นผ่านกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นหลัก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่ประชุมมีความเห็นว่า การส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ โดยมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น การส่งเสริมโครงการ “12 เมืองต้องห้าม ... พลาด” ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 12 เมืองรองที่มีศักยภาพ ซึ่งจะช่วยกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก และโครงการ Dream Destination 2015 กาลครั้งนั้น ... ความฝันผลิบาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางดอกไม้ 22 เส้นทางทั่วประเทศสามารถผลักดันและฟื้นฟูจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนัก ผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ที่ประชุมมีความเห็นว่า ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หากแต่ทรัพยากร การท่องเที่ยวเพียงบางประเภทเท่านั้นที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ระบบโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวของไทยการพัฒนาประสิทธิภาพและการเชื่อมโยงโครงข่ายให้ครอบคลุมเป็นเรื่องที่สามารถทำได้และสามารถนำยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปพัฒนาตามยุทธศาสตร์ได้ในระยะยาวหากแต่การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องอาศัยฐานความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมภาครัฐควรมีฝ่ายวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การสังเคราะห์ข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ประชาชนในพื้นที่ต้องรู้จักกับวัฒนธรรมและอารยธรรมของตนอย่างถ่องแท้ จึงจะสามารถเผยแพร่ไปสู่คนอื่นได้ ปัญหาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การเอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่ควรเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะหน่วยงานหลักคือกระทรวงการท่องเที่ยวควรมีการสร้างร่วมมือกันในทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกันในการจัดการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 จากการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีในการประชุม Policy Meeting ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เสนอเพิ่มอีก 1 ยุทธศาสตร์ เป็นยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยว อันประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และกลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมให้ประชาชนมีโอกาสและความสามารถในการมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้สังเคราะห์เป็นภาพรวมของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี

### สรุปผลและอภิปรายการศึกษา

ผู้วิจัยได้พัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีโดยมีผลสรุปตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีจากผลการวิจัยพบว่า สภาพการณ์และความต้องการในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีมีแนวโน้มการเติบโตได้เป็นอย่างมากโดยพิจารณาจากข้อมูลตัวเลขนักท่องเที่ยวและเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.82 มีการใช้จ่ายต่อคนแต่ละวันประมาณ 976.98 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.76 ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนทั้งหมด 8,170,626 คน มีรายได้ จำนวนรวม 7,126.72 ล้านบาท ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย ซึ่งสภาพปัญหาและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว เป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ การสร้างมาตรฐานและสร้างความร่วมมือกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงเป็นสิ่งสำคัญ ประเทศไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีความอุดมสมบูรณ์ในภูมิภาคตะวันออก ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกันมีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับรู้

ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความผ่อนคลาย เป็นการพักผ่อนที่นอกเหนือจากการทำงาน ไม่เพียงแต่ในการเดินทางท่องเที่ยว มีการเดินทางออกจากที่พัก มีการบริการเกิดขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจ ให้แก่นักท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้างความพึงพอใจ โดยมีวิธีการความประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกันไป หลากหลายรูปแบบ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความต้องการผลักดันแนวทางการ แก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ปัญหามัคคุเทศก์เถื่อน และการทำร้ายชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น การชักชวนความเข้าใจและกำหนดแนวทางมาตรฐานกับผู้ประกอบการต่างๆ กรณีการเช่ารถยนต์หรือจักรยานยนต์โดยการกดขี่ จับกุมไม่ให้มีการค้าขายที่เป็นลักษณะหลอกลวง ขยายเกิน ราคาหรือก่อความเดือดร้อนแก่นักท่องเที่ยว การดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาการประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยใช้คน ไทยเป็นตัวแทนอำพราง ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์และกรมสอบสวนคดีพิเศษ กระทรวง ยุติธรรม และการออกตรวจปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พ.ศ. 2551 โดยกำกับดูแลให้ ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และป้องกันไม่ให้เกิดการผิด กฎหมาย เป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลประวัติอาชญากรรม เพื่อสืบค้นได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาได้ทันที่นอกจากรยังมุ่งเน้นให้มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจขึ้นกับนักท่องเที่ยว เช่น สำรวจและปรับสภาพจุดที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง หรือจุดที่อยู่นอกเหนือวิสัยระมัดระวังของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการประชาสัมพันธ์จัดทำป้ายเตือนภัยภาษาต่างๆ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด สุพรรณบุรีพบว่าการสร้างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี จะมี 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้เป็น วิสัยทัศน์ “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี” และ พันธกิจ ประกอบด้วย 1) เพิ่มขีดความสามารถทางการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาทางภาคกลางของประเทศไทย ที่จะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมให้กับ ท้องถิ่นและประเทศ 2) สร้างการกระจายรายได้การท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวภาย จากการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีและ 3) พัฒนากลไกและเชื่อมโยง การจัดการท่องเที่ยวกับการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ให้มีศักยภาพ และมีความสามารถในการจัดการและรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ โดยเน้นเจาะกลุ่ม ตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีคุณภาพเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัย ในการนำเสนอและรับรองยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีได้ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ยุทธศาสตร์จากการประชุมดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในเชิงเศรษฐกิจจากฐาน อัตลักษณ์สู่การเป็นการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการตลาดกลุ่ม นักท่องเที่ยวคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนัก ผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

พบว่า ในการประชุมสัมมนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เสนอว่าหากจะมีการนำยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์กลยุทธ์และแนวทางดำเนินการไปสู่การใช้ปฏิบัติจริงต้องมีกระบวนการตัดสินใจอย่างเป็นระบบรวมถึงการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่ได้กำหนดไว้และมีความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญผ่านกระบวนการกลั่นกรอง โดยใช้วิธีที่เหมาะสมอันเป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเพื่อส่วนรวมหรือประโยชน์สาธารณะ อีกทั้งยังเป็นการสนองตอบปัญหาและความต้องการในปัจจุบันในแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่จำเป็นที่ผู้กำหนดยุทธศาสตร์จะต้องนำไปปฏิบัติให้ได้ตามยุทธศาสตร์ และร่วมมือกันในหน่วยงานต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องมีอำนาจและหน้าที่ที่จะสามารถขับเคลื่อนนโยบาย

ดังคำกล่าวของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความคิดเห็นที่กล่าวสอดคล้องและเป็นอันทามิตรร่วมกันจากที่ประชุมสัมมนา สรุปได้ว่าวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีพันธกิจ ดังต่อไปนี้ 1) เพิ่มขีดความสามารถทางการพัฒนาและส่งเสริมให้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางภาคกลางของประเทศไทย ที่จะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมให้กับท้องถิ่นและประเทศ 2) สร้างการกระจายรายได้การท่องเที่ยว และเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 3) พัฒนากลไกและเชื่อมโยงการจัดการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและมีความสามารถในการจัดการและรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ โดยเน้นเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเป็นหลักที่ประชุมส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อเสนอวิสัยทัศน์ โดยเห็นว่าเป็นการวางเป้าหมายในระยะยาวที่สมควร สามารถเกิดขึ้นได้จริง ทำให้เกิดความก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ควรเน้นย้ำให้มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งวิสัยทัศน์ดังกล่าวควรเปิดโอกาสให้แต่ละหน่วยงานเอื้อต่อการนำประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าสู่แผนขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ได้ ทั้งนี้ในภาพรวมควรเน้นย้ำให้การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในวิถีชีวิตทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในเชิงเศรษฐกิจ จากฐานอัตลักษณ์สู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ประชุมมีความเห็นว่า แนวทางการขับเคลื่อนกลยุทธ์นั้น ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาจากฐานอัตลักษณ์ เพื่อสร้างความแตกต่างทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมเศรษฐกิจในปัจจุบัน อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นผ่านกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นหลัก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ว่าคุณภาพ ที่ประชุมมีความเห็นว่า การส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ โดยมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น การส่งเสริมโครงการ “12 เมืองต้องห้ามพลาด” ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 12 เมืองรองที่มีศักยภาพ ซึ่งจะช่วยกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก และโครงการ Dream Destination 2015 กาลครั้งนั้น ความฝันผลิบาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางดอกไม้ 22 เส้นทางทั่วประเทศสามารถผลักดันและฟื้นฟูจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนักผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยว ที่ประชุมมีความเห็นว่าประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หากแต่ทรัพยากร การท่องเที่ยวเพียงบางประเภทเท่านั้นที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ระบบโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยพัฒนาประสิทธิภาพและการเชื่อมโยงโครงข่ายให้ครอบคลุมเป็นเรื่องที่สามารถทำได้และสามารถนำยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปพัฒนาตามยุทธศาสตร์ได้ในระยะยาวหากแต่การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องอาศัยฐานความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมภาคีรัฐควรมีฝ่ายวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การสังเคราะห์ข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ประชาชนในพื้นที่ต้องรู้จักกับวัฒนธรรมและอารยธรรมของตนอย่างถ่องแท้ จึงจะสามารถเผยแพร่ไปสู่คนอื่นได้ ปัญหาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่ควรเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะหน่วยงานหลักคือกระทรวงการท่องเที่ยวควรมีการสร้างความร่วมมือกันในทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกันในการจัดการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ประชุมมีความเห็นตรงกันว่า ทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวและการสร้างการมีส่วนร่วมในกับประชาชน ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาภาคการท่องเที่ยว โดยควรเน้นการยกระดับทักษะและคุณภาพแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในภาคการศึกษาและอาชีวศึกษาตั้งแต่เยาว์วัย ด้านภาษาและการคิดวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรปัจจุบันและดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพ ควรมีการสร้างความตื่นตัวของการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน สร้างจิตสำนึกและความห่วงใยในแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตนในระดับท้องถิ่น เพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาเชิงบุคคล สังคมและเศรษฐกิจในอนาคต

การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัฒนธรรม เทศกาล มหกรรม งานประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว ที่ได้รับความสนใจทั้งนักท่องเที่ยว บรรยากาศยามเย็นริมและต้นไม้ขนาดใหญ่และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับความสนใจโดยพบว่าสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวควรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวระบบคมนาคม การสื่อสาร และสาธารณูปโภค ป้ายบอกทางชัดเจนไปยังแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงสะดวกมีระบบถนน มีบริการนั่งรถชมเมือง และจักรยานในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่มในบริเวณที่เหมาะสม มีร้านขายของที่ระลึก และหนังสือของแหล่งท่องเที่ยว มีพื้นที่สีเขียวพื้นที่ธรรมชาติ และแม่น้ำลำคลอง มีศูนย์ข้อมูล และการสื่อความหมาย มีป้ายบอกทางเวลาเปิด-ปิด มีป้ายสื่อความหมายที่ชัดเจนในแต่ละพื้นที่ของ

โบราณสถาน มีการแนะนำเส้นทางเดินทางภายในโบราณสถาน มีการปรับปรุงและอนุรักษ์ภูมิทัศน์ในโบราณสถาน ที่มีการป้องกันการก่อสร้างตึกสมัยใหม่รอบ ๆ โบราณสถานซึ่งจะทำลายภูมิทัศน์มากมีการปลูกต้นไม้จัดพื้นที่ให้ร่มรื่นโดยไม่บดบังโบราณสถานมีการจัดบุคลากรเดินตรวจสอบความปลอดภัยมากจัดทำป้ายเตือนจุดอันตราย ได้แก่ ทางเดินต่างระดับ บันไดสูงชัน และมีจุดรับแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายของนักท่องเที่ยว มีป้ายเตือนนักท่องเที่ยวให้เคารพโบราณสถาน มีการควบคุมไม่ให้นักท่องเที่ยวป็นป้าย ชิดเขียน และทำลายโบราณสถาน มีบริการติดตามของสูญหายของนักท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นเมืองที่มีโบราณสถานเก่าแก่ ทรงคุณค่ายังคงมีความได้เปรียบในการพัฒนา และปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ในอนาคต ที่จะช่วยการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ที่สร้างสรรค์ โดยประชาชนในชุมชนให้มีความภาคภูมิใจที่จะอนุรักษ์สถานที่ อาคาร สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประชาชนชาวไทย และชาวโลกสืบไปจะเห็นได้ว่ายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีจะนำไปประยุกต์ใช้ ต้องมีการพิจารณาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดในปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้เกิดขึ้นให้ได้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อประชาชน สังคม ประเทศชาติต่อไป

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่แล้วแต่เนื่องจากขาดการบูรณาการและยุทธศาสตร์การจัดการที่เป็นภาพรวมของจังหวัด ควรดำเนินการให้เป็นมาตรฐานเดียวกันกับของประเทศไทย ดังนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของจังหวัดสุพรรณบุรีควรมีการพัฒนาอย่างจริงจังในหลายๆ ด้านเพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานภาคบริการของประเทศไทยที่ปลอดภัยตามมาตรฐานสากลร่วมกันส่งเสริมและผลักดันพัฒนางานวิจัยทางด้านการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และตำรวจท่องเที่ยว รวมถึงสมาคมทางด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เขต

2. จากผลการวิจัย พบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรียังขาดความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบ ดังนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของจังหวัดสุพรรณบุรีควรทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำยุทธศาสตร์ที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแผนปฏิบัติการในการดำเนินการต่อไปดังนั้นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรมีการสร้างและส่งเสริมความร่วมมือในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น ให้เห็นถึงความแตกต่างของแต่ละจังหวัดอย่างชัดเจน

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีการพบเห็นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชนมากที่สุดโดยเฉพาะ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของจังหวัดสุพรรณบุรีควรใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรทัศน์เป็นสำคัญเนื่องจากช่องทางดังกล่าว ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็น และเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวมากกว่าสื่ออื่น ๆ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. จังหวัดสุพรรณบุรีควรมีการวิจัยเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจน เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทยและเป็นไปในทิศทางเดียวกันและหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงให้มีชื่อเสียงมากขึ้น

2. ควรมีการวิจัยและพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดอื่นๆ ที่มีบริบทของพื้นที่แตกต่างกันไป เพื่อสามารถนำไปปรับใช้ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสภาพการณ์ได้อย่างเหมาะสม

3. ควรมีการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักนันทนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมไทยในปัจจุบันที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยอาจจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงสถานพยาบาลที่พร้อมให้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสร้างศักยภาพที่ครบวงจรและสามารถวางยุทธศาสตร์ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

#### ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร:

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.

เข้าถึงเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2560 จาก <http://www.mots.go.th/main.php?filename=index>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์

พ.ศ.2560 จาก [www.tat.or.th/?pv=14%20&view=1](http://www.tat.or.th/?pv=14%20&view=1) - 65k.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุพรรณบุรี. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

พ.ศ. 2555-2559. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2560 จาก <http://www.tatsuphan.net/>

ตุลยราศรี ประเทพ. (2558). รูปแบบผลสัมฤทธิ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม.

ดุขฎิณีพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วรินทร์ธรรสารสมบัติ. (2556). ความร่วมมือระหว่างภาครัฐภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนา

การท่องเที่ยว. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). โครงการสานสัมพันธ์เครือข่าย

ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: วิริยะการพิมพ์.

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). แผนการตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2559 เข้าถึงเมื่อ

20 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2560 จาก <http://www.thailandtourismcouncil.org/>



### ภาษาต่างประเทศ

American Demographics. (2000). **Travel industry association**. Parsons. New York : Free Press.

Charles, R. Goeldner, J.R. Brent, R. (2006). **Tourism, practice, philosophies**. 10<sup>th</sup> eds..

New York: John Wiley & Sons, Inc.

Garrigos, S.F., Y. Narangajavana, and D. P. Marques.(2004). Carrying capacity in the tourism industry: a case study of Hengistbury Head. **Tourism Management** 25: 275-293.

Hui Zhang, Junyi Zhang and Masashi Kuwano.(2008). **An integrated model of tourists' time use and expenditure behavior with self-selection based on a fully nested Archimedean copula function**. **Tourism Management** 2015 p.1-12.

Schwartz, Z., W. Stewart and E.A. Backlund.(2012). Visitation at capacity-constrained tourism destinations: Exploring revenue management at a national park. **Tourism Management** 33: 500-518.