

การบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี  
Modern Organization Management in the Thai Tourism Industry in Chonburi Province

พรชัย พรศิริโกศล<sup>1\*</sup>, ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ<sup>2</sup>, สติത്യ นิยมญาติ<sup>3</sup> และกมลพร กัลยาณมิตร<sup>4</sup>  
(Pornchai Ponsirigosol<sup>1\*</sup>, Nattawat Siriphornwut<sup>2</sup>, Satit Niyomyah<sup>3</sup>  
and Kamonporn Kalayanamit<sup>4</sup>)

<sup>1\*</sup>หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร  
The Degree of Doctor of Public Administration, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

<sup>2</sup>คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร

<sup>2</sup>Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

\*Corresponding author E-mail: pornsirigosol@gmail.com

Article history:

Received 13 March 2025

Revised 23 May 2025

Accepted 26 May 2025

SIMILARITY INDEX = 12.50 %

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี (2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยฯ และ (3) แนวทางการบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยฯ เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลที่เก็บได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา โดยการจำแนกชนิดข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า (1) ในการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการบริหารทุกด้าน โดยยึดนักท่องเที่ยวเป็นหลัก มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม (2) ทุกปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (3) แนวทางการบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยฯ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัยมากขึ้น ในการบริหารองค์การสมัยใหม่ต้องยกระดับมาตรฐานสถานประกอบการ สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ต้องทำการตลาดรูปแบบใหม่ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและข้อมูล ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ นำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชุมชน สร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ ยกยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และส่งเสริมการตลาดร่วมกัน สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือขององค์กรเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและนักลงทุน

คำสำคัญ : การบริหาร องค์การสมัยใหม่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

## Abstract

This research aimed to Study (1) the organization management in the Thai tourism industry in Chonburi Province, (2) the factors related to the organization management in the Thai tourism industry and (3) the modern organization management approach in the Thai tourism industry. It was qualitative research. Twenty key informants purposively selected. Using an interview form as a research tool. In-depth interviews were conducted. The collected data were analyzed for content by classifying data types.

The research results found that (1) In the management of organizations in the tourism industry, there was management in all aspects, focusing on tourists as the main focus, focusing on developing tourist attractions along with taking into account the needs of all tourist groups. (2) All factors related to the management of the tourism industry, especially community participation, were very important factors for the success of the tourism industry. (3) The modern Organization Management Guidelines in the Thai Tourism Industry. Found that tourists place more importance on cleanliness and safety. In modern management, the standards of establishments must be raised, and tourists must be assured of their hygiene and safety. New forms of marketing must be implemented, emphasizing the use of technology and data, public relations through online channels, presenting products and services that meet the needs of each group of tourists. Emphasize the importance of natural resource and environmental conservation, promote environmentally friendly tourism, reduce the impact of tourism on the community, and create a balance between development and conservation. Create a network of cooperation between the government sector, private sector and community to develop products and services, raise tourism standards, exchange information and promote joint marketing. Create a credible image of the organization to build confidence among tourists and investors.

**Keywords:** Management, Modern organization, Thai tourism industry

## 1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้เข้าประเทศที่ทุกประเทศทั่วโลกผลักดันและส่งเสริมเพื่อสร้างรายได้และจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ สำหรับประเทศไทยรัฐบาลได้มีนโยบายให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และได้ประกาศวิสัยทัศน์ IGNITE TOURISM THAILAND เพื่อมุ่งผลักดันประเทศไทยสู่เป้าหมายการเป็น Tourism Hub ที่สำคัญของโลก รายงานของสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum : WEF) ปี 2567 ได้รายงานดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index –TTDI) โดยรายงานฉบับนี้ ให้ความสำคัญกับการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด - 19 ที่ยังคงมีข้อจำกัดจากเงื่อนไขและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และผลกระทบจากสังคมและสิ่งแวดล้อม ภาพรวมดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวของไทย อยู่ในอันดับที่ 47 จาก 119 ประเทศทั่วโลก และอันดับที่ 4 จาก 8 ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ได้รับการจัดอันดับ โดยพิจารณาจาก 5 มิติ ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย 2) นโยบายด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวและเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย 3) โครงสร้างพื้นฐานและการบริการ 4) ทรัพยากรด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว และ 5) ความยั่งยืนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวในปีงบประมาณ 2567 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยรวม 34.18 ล้านคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 34 จากปีงบประมาณ 2566 และสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1.57 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 35 จากปีงบประมาณ 2566 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศกระแสรายได้ไหลเวียนในประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมและขนส่ง รวมถึงการค้าและการลงทุนที่ช่วยเพิ่มการขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566)

ประเทศไทยมีปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทำให้มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งมีความพร้อมที่จะรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปัจจุบัน ประเทศไทยยังคงความสมบูรณ์และหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อีกทั้งยังมีความพร้อมด้านการให้บริการ ด้านสาธารณสุขที่ทันสมัย รวมทั้งองค์ความรู้ด้านแพทย์แผนตะวันออกและทางเลือกทำให้ประเทศไทยได้รับความไว้วางใจและเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีไทยที่งดงามของประเทศไทย ประกอบกับความเป็นกันเองและมีมิตรไมตรีของผู้คน ได้กลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของประเทศไทยและส่งเสริมให้การทำธุรกิจด้านบริการของประเทศไทยมีความโดดเด่นมากกว่าประเทศอื่น ๆ ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นที่น่าสนใจในการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนทั้งชาวไทยและต่างชาติ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานภาคบริการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนภาคอื่น ๆ โดยเฉพาะสาขาที่เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และ ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น (นิคมจารุณี อ่างถึงโน รัชตะสรณ์ จันทรรวศิษฐ์, 2564)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศ ด้าน

ชนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมไว้ได้ทั้งนี้ การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปี ในระยะแรกให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง วางรากฐานด้านการท่องเที่ยวที่เน้นมาตรฐานและคุณภาพระดับสากล สิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎหมายให้เกิดความปลอดภัย และไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบ แล้วจึงกระจายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย (วุฒิสภา, 2561)

การท่องเที่ยวจังหวัดกลุ่มภาคตะวันออก นับได้ว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้เนื่องจากมีความได้เปรียบของธรรมชาติ เช่น ทะเลที่สวยงาม ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่กระจายทั่วไปในเขตพื้นที่ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเยี่ยมเยือนภาคตะวันออก ประกอบกับความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้มีการกำหนดแบบแผนไว้และถูกพัฒนาเป็นกรอบการปฏิบัติงานในระดับนานาชาติ จากผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่จะทำรายได้เข้าสู่ประเทศต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงมาก ผู้ประกอบการจึงหากลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การจัดการต่ออุปสรรคหรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของพื้นที่จึงถือเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยสภาพปัญหาทั่ว ๆ ไปของแหล่งท่องเที่ยวของไทยพบว่ายังคงมีปัญหามากมายประการ ได้แก่ (ก) ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ขาดการวางแผนการจัดการอย่างเหมาะสม (ข) ปัญหาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมไปถึงปัญหาความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อความมั่นใจและความประทับใจของนักท่องเที่ยว และ (ค) ปัญหาการจัดการโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานหลายประเภทที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่สามารถรองรับแม้แต่คนท้องถิ่น ดังนั้น หากเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นไปก็จะเกิดการแย่งการใช้ทรัพยากรกับคนท้องถิ่น (จริยา นันทิยาภุชิต และ ภมร ชันธหัตถ์, 2565)

ชลบุรี เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ซึ่งได้รับการชื่นชม และมีนักท่องเที่ยวเยี่ยมเยือนจำนวนมากจากทั่วโลก ติดอันดับจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวและเขตอุตสาหกรรมเศรษฐกิจที่สำคัญหลายแห่งของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 80 กิโลเมตร มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติรวมถึงมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวหลากหลายประเภท เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมให้รางวัล มีบริการหลากหลายในการเดินทางมายังจังหวัดชลบุรี เช่น รถทัวร์ รถตู้สาธารณะ รถไฟ มีท่าอากาศยานนานาชาติ อุทยาน-ระยอง-พัทยา, ท่าเรือแหลมฉบัง และอยู่ไม่ไกลจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ แม้จะผ่านเหตุการณ์โรคระบาดและภัยธรรมชาติมานับครั้งไม่ถ้วน แต่ต้องยอมรับว่าการระบาดของไวรัสโควิด-19 ครั้งนี้นับว่ารุนแรงที่สุดนักท่องเที่ยวลดลง หลังจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 เบบางลง แต่การท่องเที่ยวจะกลับมาในรูปแบบพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ พฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้คนเปลี่ยนไป จนเกิดเทรนด์ท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมา นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย อีกทั้งในประเทศเองยังคงมาตรการในการจำกัดการเดินทาง การเคลื่อนย้ายและการรวมตัวของคนจำนวนมาก การบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยก็ต้องมีการปรับตัวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น นับได้ว่าเป็นโจทย์ใหม่ที่ท้าทายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่ต้องปรับตัวให้ทัน เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ตรงใจ รวมถึงการหาโอกาสใหม่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยว จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง “การบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
3. เพื่อหาแนวทางการบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอม (อ้างถึงใน สาลี สุวันนวงสา ยุทธการ ไวยอาภา กิรติ ตระการศิริวานิชและ มนสิชา อินทจักร, 2565) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง สรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

Tourism Western Australia (2008) องค์ประกอบของการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันกับ ทฤษฎี 5A ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวนับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด ของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

2. กิจกรรม การให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมนันทนาการ นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ

3. การเข้าถึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

5. ที่พัก เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีไว้บริการนักท่องเที่ยว มีเพียงพอ มีความหลากหลาย มีความปลอดภัย ด้านราคาและบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ ซึ่ง Schindler (2012) กล่าวว่า ราคา คือ

มูลค่าที่ต้องจ่ายไปเพื่อได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการในการแลกเปลี่ยนทางการค้า หรือ ราคา คือ จำนวนเงินหรือค่าตอบแทนอื่น ๆ ที่จ่ายไปเพื่อแลกกับการเป็นเจ้าของ หรือได้ใช้สินค้าหรือบริการ

ดังนั้นการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหมายถึงการบริหารจัดการองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาการบริหาร 5 ประเด็น ได้แก่ (1) การให้บริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก (2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (3) ราคา/โปรโมชั่น (4) สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (5) การประชาสัมพันธ์

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การบริหารองค์การเป็นหน้าที่ทางการจัดการ ที่รองลงมาจากการวางแผน หลังจากที่ได้มีการ วางแผน มีการกำหนดวัตถุประสงค์แล้วก็ต้องมีการจัดกลุ่มงานตามภารกิจที่ได้วางแผนไว้ การจัดการองค์การมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งในการนำไปสู่การปฏิบัติ ได้อย่างมีระบบและเกิดการประสานงานสอดคล้องกันทุกหน้าที่ การจัดการองค์การที่ดีจะช่วยให้ผู้บริหารให้ทำงานได้สำเร็จตามที่วางแผนไว้ (ชอุ่ม พละบุญ, 2563) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารจัดการองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยฯ ใน 3 ประเด็น ได้แก่

(1) นโยบายภาครัฐ ปรีดิษฐ์ วงละคร (2566) ให้ความหมายของ นโยบาย หมายถึง หลักการและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ ข้อเสนอสำหรับแนวทางการดำเนินงานของบุคคล กลุ่มบุคคล ภายในสภาพแวดล้อมแบบหนึ่งซึ่งจะมีทั้งอุปสรรค และโอกาสบางประการด้วยอุปสรรคและโอกาสที่มีนั่นเองที่ผลักดันให้มีการเสนอโยบายขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์และเอาชนะสภาพการณ์เช่นนั้น ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างหนึ่งอย่างใดนั่นเอง หรือการตัดสินใจที่มีความฉลาดและหลักแหลม กล่าวคือเป็นการกระทำที่ไตร่ตรอง และลึกซึ้งของผู้บริหารระดับสูง สำหรับการพัฒนาและการดำเนินงานของหน่วยงานหรือแผนงาน

ดังนั้นนโยบายภาครัฐต่อการบริหารจัดการองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฯ เป็นหลักการและวิธีปฏิบัติของรัฐบาล ในการดำเนินการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น นโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว ของพลเอกประยุทธ์ ฯ นโยบายพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว โดยส่งเสริมพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น, นโยบายดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รายได้สูง โดยมุ่งเน้นขยายตลาดคุณภาพพร้อมกับรักษา ตลาดเดิม รวมทั้งนาระบบดิจิทัลมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว, นโยบายพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว, นโยบายดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด โดยเพิ่มมาตรฐานการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากอาชญากรรม การฉ้อฉล และอุบัติเหตุที่เกิดจากความบกพร่องของผู้ประกอบการ และนโยบายส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวสู่ชุมชน โดยพัฒนาเครือข่าย วิสาหกิจให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ เป็นต้น

(2) งบประมาณ งบประมาณเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ทำให้แผนและนโยบายเปลี่ยนมาเป็นการกระทำหรือกิจกรรม และเบิร์นสไตน์ และโอฮารา ยังได้เปรียบเทียบงบประมาณว่า “เปรียบเทียบเหมือนเชื้อเพลิงที่แจกจ่ายไปยังส่วนต่าง ๆ” (Bernstein 1979) งบประมาณในแนวทางด้านการบริหาร เป็นแผนที่จัดทำขึ้นเพื่อให้โครงการต่าง ๆ (Program) ที่กำหนดขึ้นมีการประมาณทรัพยากร ที่มีค่าและต้องการที่จะนำมาใช้และมีการเปรียบเทียบการกระทำในอดีตและความต้องการที่จะทำในอนาคต (Lynch, 1979)

ดังนั้นงบประมาณจึงเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญและจำเป็นในการบริหารและดำเนินงานขององค์การไม่ว่าจะเป็นองค์การของภาครัฐและเอกชน ซึ่งทุกองค์การจะต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณเพื่อสามารถใช้งบประมาณที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด คุ่มค่า

(3) การมีส่วนร่วมของชุมชน Cohen and Uphoff (1981) มองว่าสมาชิกของชุมชนจะต้องเข้ามา มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การปฏิบัติ การแบ่งปันผลประโยชน์ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการ

ประเมินผลจากโครงการ สุพรรณ ยอดสุรางค์ (2562) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 87 เป็นแนวนโยบายที่สำคัญที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น ดังนั้นการมีส่วนร่วมจึงมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลทุกระดับทุกภาคส่วน ดังที่องค์การสหประชาชาติได้ให้คำนิยามการมีส่วนร่วมไว้ว่า เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมและช่วยเหลือในการบริหารจัดการ เช่น การพิจารณาถึงปัญหา การตั้งนโยบาย การตัดสินใจ ประเด็นการพัฒนาประชาชาติ รวมถึงการประเมินความต้องการของสังคม นั้น ๆ

ดังนั้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการองค์การ เป็นความร่วมมือของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในชุมชนที่มีความเห็นตรงกัน และเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการองค์การ การดำเนินกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการบริหารจัดการองค์การที่วางไว้

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้การวิจัยมีสาระครอบคลุมครบถ้วนเหมาะสมสำหรับนำไปเป็นแนวทางการบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรีต่อไป มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 ราย คัดเลือกโดยวิธีเจาะจง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 จำนวน 16 ราย ประกอบด้วย ตัวแทนสมาคมโรงแรม 4 ราย ตัวแทนสมาคมท่องเที่ยว 4 ราย ตัวแทนกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา 4 ราย ตัวแทนสมาคมมัคคุเทศก์ 4 ราย

กลุ่มที่ 2 จำนวน 4 ราย ประกอบด้วย ผู้บริหารท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น 3 ราย นักวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ 1 ราย

#### 3.2 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี ใน 5 ประเด็น ได้แก่ (1) การให้บริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก (2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (3) ราคา/โปรโมชั่น (4) สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (5) การประชาสัมพันธ์ และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารจัดการองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี ใน 3 ประเด็น ได้แก่ (1) นโยบายภาครัฐ (2) งบประมาณ (3) การมีส่วนร่วมของชุมชน

3.3 เครื่องมือวิจัย การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งได้มาจากการศึกษา สังเคราะห์ และการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยเป็นการศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยอาจารย์ที่ปรึกษาฯ ได้ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์แล้ว จำนวน 2 ฉบับ รายละเอียดดังนี้

ฉบับที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 1 แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรีเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างในการตอบใน 5 ประเด็น

ส่วนที่ 2 สัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารจัดการองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยจะสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างในการตอบใน 3 ประเด็น

ฉบับที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 2 โดยนำผลการวิเคราะห์ จากการสัมภาษณ์ในฉบับที่ 1 มาประกอบในสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอนหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย ถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อประสานขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

2. เมื่อได้รับความอนุเคราะห์แล้ว ผู้วิจัยดำเนินการแจ้งกำหนดการนัดหมายในการสัมภาษณ์ โดยได้แจ้งประเด็นของการสัมภาษณ์ให้ทราบล่วงหน้า ซึ่งผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทราบว่าข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะเก็บเป็นความลับ และไม่มีผลกระทบกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การแสดงผลการวิจัยจะนำเสนอในภาพรวม

3. การสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) เป็นการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์เป็นการถามเจาะลึกเพื่อต้องการได้ข้อมูล ที่อยู่ในตัวผู้ให้สัมภาษณ์อย่างละเอียดถี่ถ้วน การถามนอกจากจะขอให้อธิบายความแล้ว จะต้องถามถึงเหตุผลด้วย

4. การสังเกตการณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเป็นการไม่รบกวน และเก็บรายละเอียดของข้อมูลและจดบันทึกโดยไม่ต้องตีความหมายเพื่อป้องกันความมีอคติ

5. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจะตรวจสอบ 3 รูปแบบ คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกัน โดยจะเริ่มวิเคราะห์ทันทีที่เก็บข้อมูลจากภาคสนามได้จำนวนหนึ่ง การวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน มีรายละเอียด ดังนี้

1. การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ ผู้วิจัยได้เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร บทสรุปที่ได้วิเคราะห์จากการบันทึกเสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาทำการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระเบียบหมวดหมู่ สามารถนำมาใช้ได้สะดวก ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือได้ง่าย นำข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วย่อหรือลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ให้มีขนาดเล็กลง เหลือเฉพาะส่วนที่จะนำไปวิเคราะห์ได้จริง

2. การแสดงข้อมูล (Data Display) โดยการเชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกัน นำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนา

3. การหาข้อสรุปและการตีความ (Conclusion and Interpretation) ผู้วิจัยหาข้อสรุปและตีความจากปรากฏการณ์หรือข้อค้นพบที่ได้จากการแสดงข้อมูล รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เมื่อได้ข้อสรุปแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อสรุปนั้นอีกครั้ง เพื่อยืนยันความถูกต้องของผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นผู้ศึกษาวิจัยนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนา

## 4. ผลการวิจัย

1. การบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี พบว่า ในการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการบริหารทุกด้าน โดยยึดนักท่องเที่ยวเป็นหลัก มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นมีผลดังนี้

(1) การให้บริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรมได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย มีนวัตกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น บริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี นอกจากนี้ยังให้

ความสำคัญกับคุณภาพบุคลากร โดยมีจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ส่งเสริมให้บุคลากรมีการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ความเข้าใจในการให้บริการ มีปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับทุกกลุ่ม เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น และห้องน้ำสำหรับผู้พิการ มุ่งเน้นคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยควบคู่ไปกับการบริการ “ให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยควบคู่ไปกับมาตรฐานการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

(2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เสื่อมโทรม และพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ “เน้นย้ำถึงการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยไม่ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ และเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

(3) ราคา/โปรโมชั่น การตั้งราคามีการคำนึงถึงการรับรู้คุณภาพของผู้บริโภค มีการเสริมสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าและเพิ่มการรับรู้คุณค่าสินค้าของผู้ประกอบการ มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่น่าสนใจในช่วงโลว์ซีซั่น โดยร่วมมือกับภาครัฐในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน “การกำหนดราคาที่ชัดเจน มีความเป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว และการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

(4) สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การคมนาคมทางบก เช่น ถนน เป็นสิ่งสำคัญ มีการปรับปรุงและพัฒนาให้ได้มาตรฐาน ระบบขนส่งสาธารณะ มีการพัฒนาให้เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอื่น ๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา และระบบกำจัดขยะ ได้รับการดูแลและบำรุงรักษาจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน “ประสิทธิภาพของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง และระบบการจัดการขยะ มีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการขยายตัว โดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเป็นใยแมงมุม” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

(5) การประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และโปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เน้นการทำตลาดเชิงรุกในรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสชีวิตคนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว “มุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางการสื่อสารและการปรับปรุงสื่อให้ทันสมัย เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่สร้างสรรค์ และมีจริยธรรม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับจังหวัด” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

**2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี**  
พบว่า ทุกปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยมีผลดังนี้

1) นโยบายภาครัฐ มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งต่อการบริหารองค์การในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี นโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้

มาตรฐานสากล ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การส่งเสริมและควบคุมธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เช่น การกำหนดพฤติกรรมที่ถือว่าการกระทำที่นำมาซึ่งความเสียหายชื่อเสียง เกียรติยศ และจรรยาบรรณของธุรกิจนำเที่ยว “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล และการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับทุกกลุ่ม รวมถึงผู้สูงอายุและผู้พิการ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับการบริหารจัดการองค์กรในอุตสาหกรรม เป็นเสมือนเข็มทิศที่ชี้ทิศทางการดำเนินงานขององค์กรท่องเที่ยว” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

2) งบประมาณ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารองค์กร งบประมาณที่เพียงพอ จะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทางกลับกัน งบประมาณที่จำกัด อาจส่งผลให้การพัฒนาและการบริหารจัดการองค์กรเป็นไปอย่างล่าช้า ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ งบประมาณที่เพียงพอช่วยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงช่วยในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของบริการ “การจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมและเพียงพอจะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

3) การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถบริหารจัดการได้อย่างยั่งยืน การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว จะช่วยสร้างความเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบร่วมกัน นำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในระยะยาว นอกจากนี้ ชุมชนยังเป็นแหล่งข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน สร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง “การมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยสร้างรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

**3. แนวทางการบริหารองค์กรสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยของจังหวัดชลบุรี** พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัยมากขึ้น ในการบริหารองค์กรสมัยใหม่ต้องยกระดับมาตรฐานสถานประกอบการ สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ต้องทำการตลาดรูปแบบใหม่ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและข้อมูล ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ นำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชุมชน สร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ ยกกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และส่งเสริมการตลาดร่วมกัน สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือขององค์กรเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและนักลงทุน “การบริหารองค์กรสมัยใหม่ที่เน้นสุขอนามัย/ความปลอดภัย การตลาดรูปแบบใหม่ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีและข้อมูล และความน่าเชื่อถือขององค์กร จะช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชลบุรีให้เติบโตอย่างยั่งยืน” ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าว

## 5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปและอภิปรายผลวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พบว่าการบริหารองค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยฯ มีปัจจัยสำคัญหลายด้านที่ส่งผลต่อการบริหารองค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยฯ

นโยบายภาครัฐมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับมหภาค เช่น นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไปจนถึงระดับจุลภาค เช่น นโยบายขององค์กรในการบริหารจัดการความเสี่ยง ตัวอย่างนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เช่น โครงการ "ชลบุรี ชิค แอนด์ ซิลล์" นโยบายพัฒนาเมืองพนัสนิคมสู่การเป็นเมืองน่าอยู่ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ สอดคล้องกับ ราชกิจจานุเบกษา (2563ก) กฎกระทรวง ฉบับที่ 358 (2563) ที่มีนโยบายการยกเว้นราชการ การยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับเงินสนับสนุนและชดเชยตามมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ กำหนดให้เงินที่ได้มาจากการซื้อสินค้าหรือรับบริการผ่านชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเงินที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ และสอดคล้องกับ ราชกิจจานุเบกษา (2563ข) กฎกระทรวง ฉบับที่ 368 (2563) ที่มีนโยบายการยกเว้นราชการ ยกเว้นเงินได้เท่าที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการตามมาตรการ "ช้อปดีมีคืน" ยังสอดคล้องกับ กรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ (2566) รัฐบาลไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการยกเว้นการตรวจลงตราให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน และชาวคาซัคสถาน โดยพำนักในไทยได้ไม่เกิน 30 วัน ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2566 ถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2567 ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาไทยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถเดินทางมาไทยได้โดยไม่ต้องขอรับการตรวจลงตรา (ไม่ต้องขอวีซ่าจึงไม่มีค่าธรรมเนียม) และเป็นการส่งเสริมภาค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยอันเป็นปัจจัยสำคัญ ในการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมตามนโยบายรัฐบาล

งบประมาณ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการบริหารจัดการองค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว งบประมาณที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพจะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว งบประมาณที่เพียงพอจะช่วยให้สามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ศรีदानนท์ ชอบประดิษฐ์ (2563) ที่ได้ศึกษาวิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร พบว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 นั้น จะส่งผลกระทบต่อระดับความยากจนและความเหลื่อมล้ำที่จะเพิ่มสูงขึ้นได้ ซึ่งผลกระทบในระยะสั้นเหล่านี้ อาจส่งผลไปสู่ผลกระทบระยะยาวได้ เช่น การที่ประเทศจะสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว (Long-Term Economic Growth) เนื่องจากจะต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากในการป้องกันและรักษาเชื้อไวรัสโควิด-19 นี้ จนขาดแคลน ทรัพยากรในการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถบริหารจัดการได้อย่างยั่งยืน ซึ่งชุมชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การสร้างสรรค์สินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ๆ และการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับ Richards and Wilson (2006) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในประสบการณ์ ท่องเที่ยว: วิธีการสร้างใหม่แบบอนุกรมของวัฒนธรรม พบว่า ความเป็นวัฒนธรรมถูกนำมาใช้มากขึ้นจนกลายเป็นวิธีการของการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงเต็มไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่มีเส้นทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นมากมาย อย่างไรก็ตามผู้บริโภคจำนวนมากพยายามที่จะเผชิญหน้ากับการนำวัฒนธรรมมาผลิตใหม่เพื่อที่จะสร้างวัฒนธรรมให้แตกต่างกันในแต่ละสถานที่ ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของการบริโภคทางวัฒนธรรมที่มี

ความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์และการซื้อกิจการของทุนทางวัฒนธรรมก่อนสมัยใหม่ จึงเป็นจุดยืนของสังคมสมัยใหม่ที่มีผลต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นทางเลือกเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม และยังสอดคล้องกับ วิจิธา พานิชย์ (2557) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร พบว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในองค์ประกอบด้านการมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สวยงาม และสร้างสรรค์ด้านความสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่โดดเด่น ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะ ฝีมือและประเพณีในท้องถิ่น

## 5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยแนวทางการบริหารองค์การสมัยใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยฯ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัยมากขึ้น ดังผู้ประกอบการและคนในชุมชนท่องเที่ยว ต้องช่วยกันดูแลความสะอาดสถานที่ท่องเที่ยว และรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่น
2. การทำการตลาดรูปแบบใหม่ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและข้อมูล ผู้ประกอบการต้องส่งเสริมให้บุคลากรมีทักษะทั้ง Hard Skills และ Soft Skills
3. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
4. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ควรมีการสร้างกลุ่มในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น กลุ่มไลน์
5. การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือขององค์กร ผู้ประกอบการต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่น การรักษาความน่าเชื่อถือ และการให้บริการที่มีคุณภาพ

## 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การเมืองและอุปถัมภ์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยง และการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลังเกิดวิกฤตเช่น แผ่นดินไหว สึนามิ เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ. (2566). **รัฐบาลไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการยกเว้นการตรวจลงตราให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน และชาวคาซัคสถาน โดยพำนักในไทยได้ไม่เกิน 30 วัน.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2568, จาก <https://consular.mfa.go.th/th/content/13-9-66-2>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). **สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2568, จาก [http://wesr-doe.moph.go.th/wp-content/uploads/2024/05/04b-ReportingStatistics-ParticipantSlides\\_Clean-version.pdf](http://wesr-doe.moph.go.th/wp-content/uploads/2024/05/04b-ReportingStatistics-ParticipantSlides_Clean-version.pdf)
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570).** กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จริยา นันทิยาภูษิต และภมร ชันธหัตถ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดจันทบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(4), 378-395.
- ชญมน พลະบุญ. (2563). **อิทธิพลของปัจจัยด้านการจัดการในองค์การและการจัดการเวลาต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลรัฐบาลขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปาริฉัตร วงละคร. (2566). **องค์ประกอบของการจัดองค์การที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลเชิงคุณภาพ: กรณีศึกษา หน่วยงานรัฐ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น .**วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รัชตะสรณ์ จันทวรรณศิษฐ์. (2564). **แรงจูงใจการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2563ก). **กฎกระทรวง ฉบับที่ 358 (2563) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ จาก [https://thaitaxlaw.com/code/fileadmin/user\\_upload/kormor/newlaw/mr358.pdf](https://thaitaxlaw.com/code/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/mr358.pdf)
- ราชกิจจานุเบกษา. (2563ข). **กฎกระทรวง ฉบับที่ 368 (2563) ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2568, จาก [https://thaitaxlaw.com/code/fileadmin/user\\_upload/kormor/newlaw/mr368.pdf](https://thaitaxlaw.com/code/fileadmin/user_upload/kormor/newlaw/mr368.pdf)
- วิริธา พานิชย์. (2557). แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ปลาร้าของหมู่บ้านท่องเที่ยวริมหนองหาร จังหวัดสกลนคร. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 16(1), 44-55.
- วุฒิสภา. (2561). **แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (5) ประเด็น การท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561- 2580).** ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2568, จาก จาก <https://www.senate.go.th/assets/portals/181/fileups/180/files/05-การท่องเที่ยว>.
- ศรุตานนท์ ขอบประดิษฐ์. (2563). **วิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร.** *วารสารชัยภูมิปริทัศน์*, 3(2), 1-14.
- สาตี สุวันนะวงสา ยุทธการ ไวยอาภา กิรติ ตระการศิริวานิช และมนลืษา อินทจักร. (2565). รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนภายใต้บริบทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: บ้านธาตุอิงฮัง นครไทรสอพนมวิหาร แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*, 7(1), 248-262.

- สุพิศรา ยอดสุรางค์. (2562). แนวคิดว่าด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 14(1), 122-132.
- Bernstein, S. J. (1979). **Public administration: Organizations, people, and public policy**. New York: Harper & Row.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1981). **Rural development participation: Concept and measures for project design implementation and evaluation**. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- Lynch, T. D. (1979). **Public budgeting in America**. New York: Prentice-Hall.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, 27(6), 1408-1413.
- Schindler, R. M., & Bickart, B. (2012). Perceived helpfulness of online consumer reviews. *Journal of Consumer Behaviour*, 234–243.
- Tourism Western Australia. (2008). **5A's of tourism**. Retrieved January 5, 2025, from [www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb\\_5Asoftourism.html](http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html)