

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของจังหวัดสุพรรณบุรี*

Strategies for Development of Sustainable Tourism of Suphan Buri Province



ประสิทธิ์ เวทประสิทธิ์¹, ศิริชัย เพชรรักษ์ และ รังสรรค์ ประเสริฐศรี
Prasit Wetprasit¹, Sirichai Petcharak and Rangsan Prasertsri

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
Thepsatri Rajabhat University

¹Corresponding Author. E-mail: bungchawak1@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และ 3) เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ประกอบไปด้วย ผู้บริหารภาครัฐ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ซึ่งแบบสัมภาษณ์มีการตรวจสอบความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิเคราะห์แบบอุปนัยและเชิงเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวจากสถานที่ท่องเที่ยวเด่น 10 แห่งจำนวน 400 คนใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และนำมาประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พบว่า 1) สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี มีการเติบโตขึ้นต่อเนื่อง เป็นจังหวัดที่มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวสูง 2) มีปัญหาและอุปสรรคในหลายด้านซึ่งขาดความเชื่อมโยงและมีความต่อเนื่องของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ยังไม่มากเท่าที่ควร 3) ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ครอบคลุมใน 3 ส่วน 1) โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ

ที่สมบูรณ์ 2) นำหลักการส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้ ด้าน 7 ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการมาใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ และ 3) การมีส่วนร่วมคือมุ่งเน้นให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากขึ้นให้เกิดความรักความหวงแหน ความภาคภูมิใจ พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์; การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน; จังหวัดสุพรรณบุรี

Abstract

This research aimed to 1) study the situation of tourism of Suphanburi province 2) study the problems and obstacles encountered in the development of tourism of Suphanburi province and 3) the propose strategies for development of sustainable tourism of Suphanburi province. The target group is executives in government sector and others who are related to Suphanburi Tourism by The questionnaire was tested for consistency with the objectives. Qualitative research by inductive and content analysis. The samples were tourists from 10 tourist destinations, of which 400 were used as questionnaires. The descriptive statistics were analyzed.

The research results were found as follows; that the numbers of tourist is increasing every year for Suphanburitourism. However, 2) there are problems and obstacles in many aspects, which lack of continuity of individual tourist attractions. Public Relations are still not enough. 3) strategies for development of sustainable tourism The SWOT analysis was used to analyze the environment both inside and outside of Suphanburi province should have three significant parts. 1) Infrastructure: public utility system and renovation system. 2) Marketing strategies consists of seven elements: products or services, pricing, distribution channels, marketing promotion, human resources, physical evidence, process determined strategies. 3) The engagement focuses on local community to contribute more loving, caring, pride and creation of awareness on preserving resources and protecting the environment.

Keyword: Strategies, Development of Sustainable Tourism, Suphanburi Province

บทนำ

สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวของไทยนั้น มีองค์ประกอบหลากหลายไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ เช่น ทิศทางการท่องเที่ยวในตลาดโลก ภาวะการแข่งขัน ความเสี่ยง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น จะเห็นได้ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความผกผันในหลายๆ อย่างเกี่ยวกับการพัฒนาที่ผ่านมาของการท่องเที่ยวไทย ความไม่มั่นคงด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และ ภัยธรรมชาติโรคระบาดของหลายประเทศทั่วโลก ก็ล้วนแต่เป็นปัญหาและอุปสรรคอีกมากมาย อย่างไรก็ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามกระแสของโลกาภิวัตน์ ทำให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์และสร้างโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ส่งผลให้เกิดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สู่ท้องถิ่นจากส่วนกลาง จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Saefang, 2016) มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่เป้าหมาย ความเจริญรุ่งเรือง และยั่งยืน (Phrakru Kosaiyapattanapundit and Phra Sakdithat Sangthong, 2017)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนที่มีมูลค่านับแสนล้านบาท ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ และมีผลดีในด้านอื่นๆ อีกหลายด้าน เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ ที่ทำให้มนุษย์มีทัศนคติกว้างไกลขึ้น การท่องเที่ยวช่วยผ่อนคลายความเครียด เกิดความสนุกสนาน เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ สามารถสร้างความเข้าใจอันดีและสัมพันธ์ระหว่างมนุษยชาติ มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชนในชาติและนานาชาติ สำหรับในด้านเศรษฐกิจนั้น ต่างก็เป็นที่ยอมรับกันว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนสถานที่แห่งใดก็ตาม จะต้องมีการใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าบริการอาหาร ที่พักและอื่นๆ ตามมาอีกมากมาย และจะมีเงินหมุนเวียนเกิดขึ้นมากมาย และการท่องเที่ยวก็สามารถสร้างงานใหม่ให้แก่บุคคลในท้องถิ่น ทั้งแบบงานประจำและงานชั่วคราว สินค้าพื้นเมืองก็สามารถขายได้มากขึ้นและสินค้าเกษตรของเกษตรกรก็จะสามารถขายได้ราคาดีขึ้น ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ยังช่วยให้ประชาชนได้เห็นถึงความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปถึง ซึ่งเปรียบเสมือนการทำให้เกิดความเข้าใจกันระหว่างประชาชน

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การท่องเที่ยวเป็นภาคธุรกิจที่สำคัญของสังคมโลก รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวของไทยและชาวต่างประเทศก่อให้เกิดการหมุนเวียนของการใช้จ่าย ซึ่งจะตกอยู่ในหลายกลุ่มอาชีพช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับสังคมทั้งระดับชุมชนท้องถิ่นและระดับประเทศ (Wannathanom, 2009) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Ministry of Tourism and Sports, 2011) การเข้ามา

ของนายทุนและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวชุมชนแบบดั้งเดิมนอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดปัญหาขยะ ปัญหาการจราจรปัญหามลพิษทางเสียงและทางอากาศ (Apichartkulchai, 2015) สำหรับแรงจูงใจ หรือปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสนใจด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ ด้านราคาและด้านส่งเสริมการตลาด (Jongkol, 2009)

“สุพรรณบุรีเมืองยุทธหัตถี วรรณคดีขึ้นชื่อ เลื่องลือพระเครื่อง รุ่งเรืองเกษตรกรรม สูงล้ำประวัติศาสตร์ แหล่งปราชญ์ศิลปิน ภาษาถิ่นชวนฟัง” ประวัติศาสตร์ความเป็นมาจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ที่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ในเขตภาคกลางด้านตะวันตกของประเทศไทย มีอายุถึงยุคหินใหม่ ประมาณ 3,500 – 4,000 ปี สืบต่อเนื่องมาจนถึงยุคสัมฤทธิ์และยุคเหล็ก อายุราว 2,500 ปี ล่วงเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ พุ้นัน อมรวดี ทวารวดี ลพบุรี อุทอง ยุชยาจนจนถึงปัจจุบัน สุพรรณบุรีตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 14 องศา 4 ลิปดา ถึง 15 องศา 5 ลิปดาเหนือ และระหว่างเส้นแวงที่ 99 องศา 17 ลิปดา ถึง 100 องศา 16 ลิปดาตะวันออก อยู่สูงจากระดับน้ำ มีพื้นที่ประมาณ 5,358 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,348,755 ไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ทางรถยนต์ 107 กิโลเมตรจังหวัดสุพรรณบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรมที่น่าท่องเที่ยวมากมาย

ผู้วิจัยเห็นว่าจังหวัดสุพรรณบุรีมีนักท่องเที่ยว นักทัศนาจร และผู้เยี่ยมเยียน ซึ่งในอดีตมิได้มีความโดดเด่นมากนัก แต่ในปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวจากภายในและต่างประเทศเดินทางเข้ามาจังหวัดสุพรรณบุรีมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวต้องปรับตัวและควรมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสม ในการบริหารทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสุพรรณบุรี ทว่าถึงและคืบค้ำอีกทั้งจังหวัดสุพรรณบุรีมีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงลักษณะยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
3. นำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

1) แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ คำว่า กลยุทธ์ มีรากศัพท์มาจากศาสตร์ทางการทหาร ในภาษาอังกฤษคำว่า Strategy มีรากมาจากคำว่า Strategos ในภาษากรีกโบราณ มีความหมายว่า นายพลผู้นำทัพ แต่ถ้าใช้เป็นคำกริยา จะหมายถึง การวางกลวิธีเพื่อโจมตีฝ่ายศัตรู ส่วนปรีชา หงส์ไกรเลิศ (Hongkraitert, 2006) กล่าวว่า กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ เป็นการ วางแผนทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นแผนกลยุทธ์ แผนกลวิธีและแผนปฏิบัติการ ก็จะต้องมีขั้นตอนของการวางแผน ที่เรียกว่า กระบวนการวางแผน ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ 1) วิเคราะห์สิ่งแวดล้อม (Analyze Environment) 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Set Objectives) 3) กำหนดสิ่งที่ต้องการ (Determine Requirements) 4) ความพร้อมของทรัพยากร (Access Resources) 5) พัฒนาแผนปฏิบัติการ (Develop Action Plan) กลยุทธ์ในที่นี้ หมายถึง ขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบตามท้องถื่นได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

2) แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ฉลอมศรี พิมลสมพงษ์ (Pimolsompong, 2007) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าหมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือประการที่ 1 เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการที่ 2 เดินทางด้วยความสมัครใจประการที่ 3 เดินทางด้วย เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ได้ แต่ไม่ใช่ เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ส่วนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) คือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นมีการปกป้องและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลังไป (Jittungwattana, 1999; Suansri, 1996; Payak, 1996) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนก็คือ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวให้มีความยั่งยืนและมีเอกลักษณ์ดั้งเดิม เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างสม่ำเสมอ แม้จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด จึงสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้ยาวนานที่สุด

3) แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

สาธิต สติวิทยานันท์ และคณะ (Sathidwittayanont and et al., 2011) ได้ให้แนวคิดสำคัญ การมีส่วนร่วม 3 ประการ ที่ได้เสนอไว้ดังนี้ 1) ความสนใจและความห่วงใยกันจะร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วง กังวลส่วนบุคคลที่บังเอิญต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม 2) ความเดือดร้อนและความไม่พอใจร่วมกัน ที่มีอยู่ต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น ผลักดันให้พุ่งไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผนและลงมือกระทำร่วมกัน 3) การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนให้ไปในทิศทางที่พึงปรารถนา การมีส่วนร่วมในมิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถาบันวิทยาศาสตร์

และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (Institute of Science and Technology of Thailand (1997) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่าคือ “แนวคิดการมีส่วนร่วม เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นหลัก โดยได้รวมถึงการมีส่วนร่วมกับทุกองค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและมีแนวการพัฒนาที่ไปในทิศทางเดียวกัน”

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ (consistency)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารภาครัฐ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอการวิเคราะห์ซึ่งได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการทบทวนวรรณกรรมและสัมภาษณ์เชิงลึก และอภิปรายกลุ่มย่อย จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัย พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี มีการเติบโตขึ้นต่อเนื่อง เป็นจังหวัดที่มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวสูง มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากจะมีที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมแล้ว เรายังมีที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น และพยายามจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสุพรรณบุรีอยู่เสมอ อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี เป็นจังหวัดอันดับ 1 ในการเดินทางสะดวกมาก มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภท หลายรูปแบบ สุพรรณบุรีเป็นเมืองเกษตรกรรม สถานที่ท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วจังหวัด มีทุกอำเภอ และมีสถานที่ท่องเที่ยวติดตลาดหลายที่ สถานที่พัก อาหาร ของฝาก ราคาไม่แพงรสชาติอาหารอร่อย ราคาสินค้าโดยทั่วไปมีคุณภาพระดับดี

2. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัย พบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีขาดความต่อเนื่อง ขาดความเชื่อมโยงของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ยังไม่มากเท่าที่ควร ยังมีสถานที่หลายแห่ง ขาดการปรับปรุง ขาดการจัดระเบียบ

ขาดสมรรถนะทางภาษาต่างประเทศของบุคลากร ด้านการบริการท่องเที่ยวบางช่วงเวลาร้านค้าอาจจะมีการขายสินค้าขาดคุณภาพ และเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านต่างๆ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัย พบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีที่ครอบคลุมใน 3 ส่วนดังนี้

1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) คือสิ่งปลูกสร้าง หรือระบบที่รองรับ หรือเป็นพื้นฐานของชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรีควรรองรับการขยายของมี ระบบชลประทาน ระบบขนส่ง ถนน อุโมงค์ สะพาน ทางรถไฟ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน และระบบท่อ สาธารณูปโภค โรงกรองน้ำประปา โรงผลิตไฟฟ้า ระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะ โครงสร้างพื้นฐานเป็นกลไกแห่งความเป็นอยู่ที่ดี (Well-being) การพัฒนาชุมชน และประเทศ การทบทวนประวัติพัฒนาการของโครงสร้างพื้นฐาน ช่วยให้เข้าใจบทบาทที่สำคัญและการพัฒนาในอนาคตเช่น (1) ระบบสาธารณูปโภค คือการบริการของรัฐในด้านต่างๆ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรคมนาคม ถนน รถไฟ และ (2) สาธารณูปการ คือบริการเพื่อสาธารณะซึ่งดำเนินการโดยองค์กรของรัฐเคหะการ การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม การอนามัย ความปลอดภัย สันทนาการ และบริการอื่นๆ ตามความต้องการของประชาชน และเป็นกิจการที่ไม่หวังผลกำไร

2) กลยุทธ์ทางการตลาดหรือที่เรียกว่าส่วนผสมทางการตลาด (Kotler, 2003) คือปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้และ เป็นแนวคิดการตลาดแบบสมัยใหม่ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีเป้าหมาย และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะมีผลคือนักท่องเที่ยวเดิม อยากกลับมาใหม่ และทำให้เกิดลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service) นั่นคือสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริการของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นสิ่งที่จับต้องได้ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว สินค้า เบ็ดเตล็ด อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึก เป็นต้น ในส่วนที่จับต้องไม่ได้คือ การบริการ เช่น การให้ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว การเตือนภัย การรับแจ้งเหตุและการดูแลด้านความปลอดภัย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์หรือ บริการนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ สูงสุด

(2) ด้านราคา (Price) คือผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อยู่ในรูปที่จะต้องใช้จ่ายเงินในการจ่าย สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ประกอบด้วย ร้านค้าอาหารและเครื่องดื่ม ราคาผ่านประตู สถานที่ท่องเที่ยวที่พักร้านค้าสินค้าเบ็ดเตล็ด และของที่ระลึก ต้องมีราคาเหมาะสม และยุติธรรมต่อนักท่องเที่ยว

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในที่นี้หมายถึงจังหวัดสุพรรณบุรีอาจมีการส่งเสริมและพัฒนาท่าเล ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความสะดวกในการเข้ามาท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง การจัดจำหน่ายของสถานที่ท่องเที่ยว ต้องพิจารณาถึงความสะดวกของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

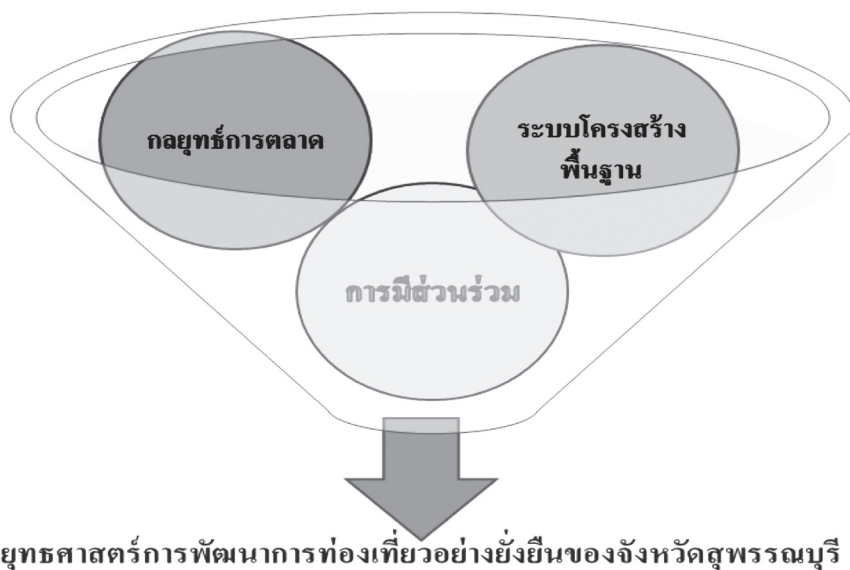
(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ต้องทำเต็มรูปแบบและทุกช่องทาง เป็นการนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและสนใจให้เกิดความรู้สึก อยากจะเข้ามาท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องใช้สื่อหลายประเภทด้วยกัน เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร เว็บไซต์ แผ่นพับ เป็นต้น

(5) ด้านบุคคล (People) จังหวัดสุพรรณบุรีต้องส่งเสริมและพัฒนาให้บุคลากรทั้งหมดในองค์กรภายในจังหวัด ตั้งแต่ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติ มีสมรรถนะทางการท่องเที่ยว พร้อมรับกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เพราะในกระบวนการบริการโดยส่วนใหญ่จะต้องมีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องกัน ให้บริการกับนักท่องเที่ยว

(6) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่ปรากฏต่อสายตานักท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่มองเห็นได้ซึ่งเป็นทั้งสิ่งที่เกิด ขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นต้องมีอัตลักษณ์โดดเด่น สวยงามและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งปลูกสร้างภายในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว อย่างน้อยที่สุดต้องมีความสะอาด และสะดวกสบาย ดังนั้น จึงควรต้องมีการดูแลและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ดูดีอยู่เสมอเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวให้ อยากกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต

(7) ด้านกระบวนการ (Process) จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นการสร้างกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี เพื่อให้การขับเคลื่อนเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเกิดการบูรณาการร่วมกัน จะทำให้ทำงานได้อย่างสะดวก ถูกต้อง และมีแบบแผนเดียวกัน เช่น กฎระเบียบ ภายในแหล่งท่องเที่ยว มาตรการรักษาความปลอดภัย

3) การมีส่วนร่วม คือมุ่งเน้นให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากขึ้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้ที่รับรู้ปัญหาและได้รับผลกระทบโดยตรงจากการท่องเที่ยว จึงจำ เป็นที่ต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกขั้นตอนและให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดความรักความหวงแหน ความภาคภูมิใจ พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืนเพราะเมื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวย่อมได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสะดวกรวดเร็วและไม่ขัดแย้งกัน อธิบายโดยภาพ



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี มีการเติบโตขึ้นต่อเนื่อง เป็นจังหวัดที่มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวสูง มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้จะมีที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมแล้ว เรายังมีที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น และพยายามจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสุพรรณบุรี อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร สามารถท่องเที่ยวได้ทั้งปี เป็นจังหวัดอันดับต้นๆ ในการเดินทางสะดวกมาก มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภท หลายรูปแบบ สุพรรณบุรีเป็นเมืองเกษตรกรรมที่ท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วจังหวัด มีทุกอำเภอมีสถานที่ท่องเที่ยวติดตลาดหลายที่ พักอาหาร ของฝาก ราคาไม่แพงรสชาติอาหารอร่อย ราคาไม่แพง สินค้าโดยทั่วไปมีคุณภาพที่ดีสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ ของ ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาระบบบริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี (2016) จังหวัดสุพรรณบุรีแนวโน้มดีมาก มีนักท่องเที่ยวเข้ามาตลอดทุกเทศกาล มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี ระบบสาธารณูปโภคพร้อม ถนน ไฟฟ้า ประปา การสื่อสาร ดีมาก แหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกอำเภอ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีขาดความต่อเนื่อง ขาดความเชื่อมโยงของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ยังไม่มากเท่าที่ควร ยังมีสถานที่หลายแห่ง ขาดการปรับปรุง ขาดการจัดระเบียบ บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว

ขาดสมรรถนะทางภาษาต่างประเทศของบุคลากร ด้านการบริการท่องเที่ยวบางช่วงเวลาร้านค้าอาจจะมีการขายสินค้าขาดคุณภาพ และเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านต่างๆ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี สอดคล้องกับการนำเสนอของท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี (2016) ในมุมมองของการท่องเที่ยวจังหวัดจะเห็นได้ว่าจังหวัดสุพรรณบุรียังขาดความต่อเนื่อง ขาดความเชื่อมโยงของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ขาดการประชาสัมพันธ์ขาดการพัฒนา ขาดการปรับปรุง ขาดการจัดระเบียบ บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว ที่จอดรถสถานที่ท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบที่ท่องเที่ยวขาดกิจกรรมเสริมภาษาต่างประเทศของบุคลากรด้านการบริการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ มีการจัดการอย่างประสทธิภาพ จะนำไปสู่เป้าหมาย ความเจริญรุ่งเรือง และยั่งยืน (Phrakru Kosaiyapattanapundit and Phra Sakdithat Sangthong, 2017)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีที่ครอบคลุมใน 3 ส่วน ดังนี้ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) ระบบสาธารณูปโภค และ 3) สาธารณูปการ

กลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่าส่วนผสมทางการตลาด คือ ปัจจัยทางการตลาดซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ สถานที่ท่องเที่ยวหรือบริการของจังหวัดสุพรรณบุรี จะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลลัพธ์หรือบริการที่อยู่ในรูปที่จะต้องใช้จ่ายเงินในการจ่ายราคาผ่านประตู สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักร้านค้าสินค้าเบ็ดเตล็ด และของที่ระลึก ต้องมีราคาเหมาะสม และยุติธรรมต่อนักท่องเที่ยว การจัดจำหน่ายของสถานที่ท่องเที่ยว ต้องพิจารณาถึงความสะดวกของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ต้องทำเต็มรูปแบบและทุกช่องทาง ส่งเสริมและพัฒนาให้บุคลากรทั้งหมดในองค์กรภายในจังหวัด ตั้งแต่ผู้บริหารและปฏิบัติ มีสมรรถนะทางด้านการท่องเที่ยว เป็นการสร้างกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี เพื่อให้การขับเคลื่อนเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเกิดการบูรณาการร่วมกัน จะทำให้ทำงานได้อย่างสะดวก ถูกต้อง และมีแบบแผนเดียวกัน สอดคล้องกับการนำเสนอว่า กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการนำเสนอลักษณะทาง ภายนอก ด้านราคาและด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการซึ่งจะมีผลคือนักท่องเที่ยวเดิม อยากกลับมาใหม่ และทำให้เกิดลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น (Jongkol, Siripanich, Mooknee and Thongneunkhung, 2016; Intarasatayapong, 2009; Kotler, 2003) และเลือกแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืน และมีแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนโดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนไปพร้อมกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดีได้

สรุป

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี จะต้องมีการปรับโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และ สาธารณูปการ ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่าส่วนผสมทางการตลาด จึงจำเป็นต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกขั้นตอนและให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดความรักความหวงแหน ความภาคภูมิใจ พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี มีการเติบโตขึ้นต่อเนื่อง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการให้เกิดความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีขาดความต่อเนื่อง ขาดความเชื่อมโยงของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ยังไม่มากเท่าที่ควร ยังมีสถานที่หลายแห่ง ขาดการปรับปรุง ขาดการจัดระเบียบ บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว ขาดสมรรถนะทางภาษาต่างประเทศของบุคลากร ด้านการบริการท่องเที่ยวบางช่วงเวลาร้านค้าอาจจะมีการขายสินค้าขาดคุณภาพ และเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการให้เกิดกระบวนการในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีที่ครอบคลุมใน 3 ส่วน คือ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และ สาธารณูปการ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ ควรมีสมรรถนะทางด้านการท่องเที่ยว เป็นการสร้างกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี เพื่อให้การขับเคลื่อนเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเกิดการพัฒนาการร่วมกัน จะทำให้ทำงานได้อย่างสะดวก ถูกต้อง และมีแบบแผนเดียวกัน

References

- Apichartkulchai, S. (2015). Networks Enhancement of the Community-Based Tourism for Peaceful Communities A Case Study of Amphawa Floating Market, Samut Songkhram Province. *Journal of MCU Peace Studies*, 3(1), 115-129.
- Hongkraitert, P. (2006). *Principle of Planning. Development of Bangkok*. Bangkok: Office of the Permanent Secretary of the Interior.
- Institute of Science and Technology of Thailand. (1997). *Last report Implementation of ecotourism policy*. Bangkok: Institute of Science and Technology of Thailand.
- Intarasatayapong, S. (2009). *Factors Influencing the Selection of Attractions for Adventure Activities, Foreign Tourists in Chiang Mai Province*. Master's Degree. Chiang Mai University.
- Jittungwattana, B. (1999). *Sustainable Tourism Development*. Chiang Mai: Chiang Mai University.
- Jongkol, P. (2016). *Marketing Strategy for Tourism in Singhanakhon District, Songkhla Province*. Master of Business Administration Bachelor of Business Administration Songkhla Rajabhat University.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.) Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *The Marketing Mix*. [Online]. <http://spsstheis.blogspot.com/>. Retrieved March 30, 2017.
- Ministry of Tourism and Sports. (2011). *The Plan of National Tourism Development B.E.2555-2559*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- Payakwichai, P. (1996). Thailand Tourism Development in a Sustainable Direction. *Travel Booklet*, 15(2): 4-7.
- Phrakru Kosaiyapattanapundit and Phra Sakdithat Sangthong. (2017). Executives in the New Age with Thailand 4.0. *Journal of MCU Buddhapanya Review*, 2(3), 67-74.
- Pimolsompong, C. (2007). *Planning and Development of Tourism Market*. Bangkok: Kasetsart University Press.
- Saefang, Y. (2016). The Policies to promote cultural tourism by local tradition Poi Sang Long (ordination) Mae Hong Son Province. *Journal of MCU Peace Studies*, 4(2), 89-103.
- Sathidwittayanont, S. et al. (2011). *Environment, Technology, and Life*. (3rd ed.). Bangkok: Thammasat University.
- Suansri, P. (1996). *Manual of Community-Based Tourism Management*. Bangkok: Tourism Projects for Life and Nature.
- Wannathanom, C. (2009). *The Tourism Industry*. Bangkok: Samlada.