

แผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

STRATEGIC PLAN FOR SUSTAINABLE INTEGRATED TOURISM DEVELOPMENT IN SUPHAN BURI PROVINCE

จิตราภรณ์ เถรวัด¹ พยอม ธรรมบุตร² เสรี วงษ์มณฑา³ และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์⁴
Jittraporn Therawat¹, Payom Dhamabutra², Seri Wongmonta³, and Kanapa Pongponrat⁴

^{1,2,3} วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

⁴ วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

^{1,2,3} College of Management Bangkok – University of Phayao

⁴ College of Innovation Thammasat University

E-mail: jittra.therawat@gmail.com

Received: March 14, 2022

Revised: May 28, 2022

Accepted: June 22, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสร้างแบบสอบถามการวิจัยซึ่งเป็นข้อมูลที่ครอบคลุมในการสร้างแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ และแสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า สุพรรณบุรี มีอุทยานแห่งชาติพุเตย วนอุทยานแห่งชาติพุฒึง เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก วัดป่าเลไลยก์ วัดไผ่โรงวัว วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่อดาววัดป่าเลไลยก์ งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และมีแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีวิสัยทัศน์ คือ จังหวัดสุพรรณบุรี จะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว ธรรมชาติที่โดดเด่นระดับโลก “เยือนสุพรรณบุรี สูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุกระทีน เดินป่าเส้นทางสู่อุดมเขาเทวดาบนป่าทิพย์ ทางเดินต้น นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้าสัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุฒึง มาสุพรรณ ร่วมกันเสริมสร้างธรรมชาติ ท้องไร่องนาแปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราศจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” มียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และมีกลยุทธ์ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และมีกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากร ทั้งนี้ กลยุทธ์ทั้งหมดมีความสัมพันธ์ต่อกัน และเมื่อมีการดำเนินการภายใต้กลยุทธ์แต่ละด้าน จะมีโครงการที่ต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ด้วยเหตุนี้ แผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จึงให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ

คำสำคัญ

แผนกลยุทธ์ การพัฒนา การท่องเที่ยวยั่งยืน จังหวัดสุพรรณบุรี

ABSTRACT

This research has a purpose to create a strategic plan for sustainable integrated tourism development in Suphan Buri province by using quantitative research method and creating a research questionnaire of comprehensive information in creating a strategic plan for tourism development. The data were collected from a sample group, namely the government, the private sector and the public sectors including tourists in total 400 people. The obtain data were analyzed by frequency distribution and displayed the results as percentage, mean and standard deviation.

The result showed that Suphan Buri province has Phu Toei National Park., Phu Muang National Park, Bueng Chawak Non-Hunting Area, Wat Pa Lelai, Wat Phai Rong Wua, Wat Phra Si Rattana Mahathat, Worship ceremony and worship Luang Pho To of Wat Pa Lelai Festival and, Don Chedi Memorial Festival as a potential tourism resource as well as a strategic plan in tourism development. The administration vision of Suphan Buri province is that Suphan Buri province will create a world-renowned natural tourism brand under the quotation of “Visit Suphan Buri to breathe in the fresh air at Phu Toei National Park, study the flora and fauna in the unspoiled forest, feel the cool mist from Phu Krathing Waterfall, trek the path to the peak of Mount Taow Da in the dense forest, pitch a tent and count stars, wake up in the morning mist to feel the tranquility and integrity of the forest of Phu Muang Ma Suphan Forest Park, jointly enhance nature fields of rice fields, vegetable plots, fish ponds, organic agriculture without chemicals on the land of Suvarnabhumi to conserve the environment.” Furthermore, there are also tourism development strategy for sustainable environmental conservation together with a strategy for utilizing the area to develop tourist attractions and resource management which all are interrelated. When operations are conducted under each strategy, there will be projects that need to be implemented to achieve the objectives. Strategic plans for sustainable integrated tourism development therefore emphasize the environment, society, economy, culture and mental development.

Keywords

Strategic Plan, Development, Sustainable Tourism, Suphan Buri Province

ความสำคัญของปัญหา

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization, 2017) ได้คาดการณ์แนวโน้มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มจำนวนมากขึ้นถึง 1,800 ล้านคน ซึ่งการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นย่อมส่งผลดีต่อประเทศในด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจ สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สะสมจากการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศขยายตัวจากปีที่ผ่านมา ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขยายตัวร้อยละ 3.05 และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยขยายตัวร้อยละ 1.18 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด 3.01 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.37 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (Division of Tourism and Sports Economy Ministry of Tourism and Sports, 2019) โดยประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญ เพราะประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของประเทศไทยยังคงเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศจีน รองลงมาจะเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะคำนึงในทุกด้านเพื่อให้เกิดความสมดุล เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยต้องตระหนักว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ซึ่งในการประชุมสุดยอดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (The World Summit on Sustainable Development: WSSD) ปี พ.ศ. 2545 โดยองค์การสหประชาชาติ ณ เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ถูกบรรจุในแผนพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นครั้งแรก ภายใต้หัวข้อการพิทักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติบนพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเพิ่มประโยชน์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนเจ้าบ้าน โดยที่ต้องรักษาไว้ซึ่งความสมบูรณ์ของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการยกระดับการพิทักษ์บริเวณที่ระบบนิเวศเปราะบางและรักษาไว้ซึ่งมรดกทางธรรมชาติ (United Nations, 2002) และเมื่อปี พ.ศ. 2558 องค์การสหประชาชาติได้รับรองวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) ในการประชุมสมัชชาสหประชาชาติ สมัยสามัญ ครั้งที่ 70 และได้ตั้งเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน จำนวน 17 ข้อ (17 Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่ง 17 ข้อนี้ เป็นเป้าหมายของการพัฒนาที่สมดุลในด้านต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้นานาประเทศทั่วโลกที่ต้องการความยั่งยืน จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ ที่ครอบคลุมในทุกมิติของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาจิตใจ

จังหวัดสุพรรณบุรี จัดอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือได้ว่าเป็นดินแดนมหัศจรรย์แห่งสายน้ำและขุนเขาความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติเหมาะแก่การเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นข้าวพืชมังคังไร้ผลไม้ การประมงและปศุสัตว์ทำให้กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มีศักยภาพในการเป็นแหล่งผลิตอาหารเพื่อสนับสนุนนโยบายครัวโลกของรัฐบาล เป็นพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีแนวเขตชายแดนติดต่อกับพม่าระยะทางประมาณ 440 กิโลเมตร (แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 พ.ศ. 2562-2565) เหมาะแก่การค้าขายแดนแต่ละจังหวัดเป็นจังหวัดขนาดกลางที่มีประชากรใกล้เคียงกันซึ่งเหมาะแก่การบริหารการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

เป็นอย่างดี แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ส่งเสริมอัตลักษณ์ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด อารยธรรมทวารวดีไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน และยกระดับการท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียง เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด โดยมีประเด็น “อารยธรรมทวารวดี” เป็นกรอบในการดำเนินการ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม อารยธรรมทวารวดี วิถีชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ เพื่อรักษา ความอุดมสมบูรณ์และสภาพแวดล้อมที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะมุ่งเน้นทางด้านการประชาสัมพันธ์ การมีโอเวนท์หรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาในกลุ่มจังหวัด โดยจะต้องมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงกิจกรรม ตลอดจนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงสินค้าด้านการท่องเที่ยว ให้สื่อความหมายถึงอารยธรรมทวารวดี จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีความพร้อมและความหลากหลายทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการกระจายตัวอยู่ในทุกอำเภอและสามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ทั้งในด้านของธรรมชาติ วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ พุทธศาสนา และแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมาก ตลอดจนเป็นเมืองของศิลปินพื้นบ้าน ที่เป็นศิลปินแห่งชาติอีกหลายท่าน

อย่างไรก็ดี การจะพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีให้ยั่งยืนได้นั้น ควรมีแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจน โดยการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาและรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต รวมถึงป้องกันผลกระทบที่จะตามมาจากการท่องเที่ยว และป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบการท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม หรือเสียหาย ที่ผ่านมา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความมุ่งหมายที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ซึ่งยังขาดการพิจารณาในมิติอื่น ๆ อาทิ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ อีกทั้งขาดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการอนุรักษ์ ดูแล และจัดการพื้นที่อย่างเหมาะสม ดังนั้น ควรมีแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีให้ยั่งยืนต่อไป

โจทย์วิจัย/ปัญหาการวิจัย

ในแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ.2561-2565) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาไว้ว่า สุพรรณบุรี เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตร และอาหารปลอดภัยชั้นนำ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านเมืองสะอาด ธรรมชาติสมบูรณ์ ศูนย์การศึกษา และการกีฬา ประชาชนคุณภาพชีวิตดี จากวิสัยทัศน์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า จังหวัดสุพรรณบุรี ยังขาดการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวบูรณาการอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคตได้ โดยเฉพาะ ปี พ.ศ. 2563 ทั่วโลกและประเทศไทย ได้เกิดโรคระบาดโควิด -19 ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสร้างแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อตอบสนองนโยบายของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสร้างแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1) รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ทำการสร้างแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเพื่อแนวทางในการสร้างแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลออกมาเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยบรรยายข้อมูลระดับความคิดเห็น

2) ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี และเนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีจำนวนมาก จึงคำนวณหาค่ากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ คอแครน (Cochran, 1977) อังโน ชีรวุฒิ เอกะกุล(Ekakun, 2000) เพื่อประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3) กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ คอแครน (Cochran, 1977) อังโน ชีรวุฒิ เอกะกุล(Ekakun, 2000) โดยกำหนดให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว แบ่งเป็นชั้นภูมิ แต่ละชั้นภูมิจัดกลุ่มตัวอย่างแบบเหมาะสม ชั้นภูมิละ 100 คน

1. ภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดสุพรรณบุรี และสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการและพนักงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ภาคประชาชน ได้แก่ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอศรีประจันต์ อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภออู่ทอง อำเภอสามชุก

อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอด่านช้าง จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

4. นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่นในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอศรีประจันต์ อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภออู่ทอง อำเภอสามชุก อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอด่านช้าง จำนวน 100 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

4) เครื่องมือ/วิธีตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ โดยข้อมูลในเครื่องมือดังกล่าวเกิดจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามกับระดับความคิดเห็นต่อแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน (Index of Item – Objective Congruence: IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณและปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน คำนวณหาค่าความเชื่อมั่น ได้ 0.97 ซึ่งเป็นข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาเพื่อแนวทางในการสร้างแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา สำหรับทั้ง 4 กลุ่ม และในแบบสอบถามสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เพิ่มหัวข้อด้านแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check list)

ตอนที่ 2-5 เป็นคำให้ตัดสินใจเลือกด้วยเกณฑ์การตอบจากมากที่สุด - น้อยที่สุด โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม มหกรรม กิจกรรม และการบริการการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ในการประเมินผลแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ธานินทร์ ศิลป์จารุ (Silpcharu, 2005)

5) วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไป การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพของการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงแผนยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสอบถามความคิดเห็นจาก

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งสิ้น
จำนวน 400 ชุด

6) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ จังหวัดสุพรรณบุรี นำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. รวบรวมแบบสอบถาม มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. บันทึกข้อคำถามและคำตอบลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS
3. ผู้วิจัยจำแนกข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรมและจิตใจ
4. ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ ร้อยละโดยบรรยายข้อมูลระดับความคิดเห็น ของแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอรายงานผลการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะการเดินทาง และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป ลักษณะสนใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

[illegible]

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป ด้านประชากรศาสตร์ และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพ										
โสด	72	72	60	60	59	59	61	61	252	63
สมรส	25	25	32	32	37	37	32	32	126	31.5
หม้าย	1	1	7	7	4	4	5	5	17	4.25
หย่าร้าง	2	2	1	1	0	0	2	2	5	1.25
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100
4. การศึกษา										
ประถมศึกษา	2	2	4	4	2	2	3	3	11	2.75
ประกาศนียบัตร	0	0	15	15	2	2	6	6	23	5.75
มัธยมศึกษา	4	4	6	6	3	3	4	4	17	4.25
อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2	2	23	23	14	14	19	19	58	14.5
ปริญญาตรี	53	53	35	35	59	59	53	53	200	50
สูงกว่าปริญญาตรี	39	39	17	17	20	20	15	15	91	22.75
รวม	100	100	100	100	100	100	100	100	400	100
5. อาชีพ										
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	-	-	-	-	-	-	27	27	27	27
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	-	-	-	-	13	13	13	13
พนักงานบริษัทเอกชน	-	-	-	-	-	-	23	23	23	23
เกษตรกร	-	-	-	-	-	-	16	16	16	16
นักเรียน/นักศึกษา	-	-	-	-	-	-	14	14	14	14
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	7	7	7	7
รวม							100	100	100	100
6. รายได้ต่อเดือน										
ต่ำกว่า 5,000 บาท	-	-	-	-	-	-	8	8	8	8
5,001-10,000 บาท	-	-	-	-	-	-	11	11	11	11
10,001-15,000 บาท	-	-	-	-	-	-	13	13	13	13
15,001-20,000 บาท	-	-	-	-	-	-	21	21	21	21
20,000-25,000 บาท	-	-	-	-	-	-	12	12	12	12
25,001-30,000 บาท	-	-	-	-	-	-	5	5	5	5
30,001-35,000 บาท	-	-	-	-	-	-	10	10	10	10
35,001-40,000 บาท	-	-	-	-	-	-	10	10	10	10
40,001-45,000 บาท	-	-	-	-	-	-	6	6	6	6
45,000 บาทขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	4	4	4	4
รวม							100	100	100	100
7. ทานศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด										
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/คำแนะนำปากต่อปาก	-	-	-	-	-	-	30	30	30	30
บริษัทท่องเที่ยว/ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	-	-	-	-	-	-	4	4	4	4
เอกสารแผ่นพับ/โบรชัวร์/วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง	-	-	-	-	-	-	6	6	6	6
สื่อออนไลน์/วิทยุ/โทรทัศน์/ป้ายประชาสัมพันธ์	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
สื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย/เฟซบุ๊ก/ยูทูบ/บล็อกเกอร์/รีวิวอื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	60	60	60	60
รวม							100	100	100	100

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป ด้านประชากรศาสตร์ และแรงจูงใจในการเดินทาง ท่องเที่ยว	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8. โดยทั่วไป ท่านซื้อตั๋วเครื่องบิน ตัวโดยสาร จองที่พัก รถเช่า และ บริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านช่องทางใด ซื้อผ่านบริษัทท่องเที่ยว/ซื้อ โดยตรงกับผู้ให้บริการ ซื้อผ่าน Agoda ซื้อผ่าน Booking.com ซื้อผ่าน Expedia ซื้อผ่าน Traveloka ซื้อผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	23	23	23	23
	-	-	-	-	-	-	41	41	41	41
	-	-	-	-	-	-	23	23	23	23
	-	-	-	-	-	-	3	3	3	3
	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2
	-	-	-	-	-	-	8	8	8	8
	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
รวม							100	100	100	100
9. โดยทั่วไป ลักษณะการเดินทาง ของท่าน คือ เที่ยวคนเดียว เที่ยวกับครอบครัว เที่ยวกับกลุ่มเพื่อน เที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว เที่ยวกับกลุ่มหน่วยงานองค์กร อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	14	14	14	14
	-	-	-	-	-	-	42	42	42	42
	-	-	-	-	-	-	36	36	36	36
	-	-	-	-	-	-	3	3	3	3
	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2
	-	-	-	-	-	-	3	3	3	3
รวม							100	100	100	100
10. โดยทั่วไป ยานพาหนะที่ท่านใช้ ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถไฟ รถเช่า เรือ รถจักรยานยนต์ รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว เครื่องบิน อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	82	82	82	82
	-	-	-	-	-	-	12	12	12	12
	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2
	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2
	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2
	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
รวม							100	100	100	100
11. ในการเดินทางโดยทั่วไป ท่าน พักค้างคืนหรือไม่ พักค้างคืน ไม่พักค้างคืน	-	-	-	-	-	-	72	72	72	72
	-	-	-	-	-	-	28	28	28	28
รวม							100	100	100	100

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป ด้านประชากรศาสตร์ และแรงจูงใจในการเดินทาง ท่องเที่ยว	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
12. ถ้าท่านพักค้างคืน ท่านเลือกที่พักประเภทใด										
โรงแรม	-	-	-	-	-	-	61	61	61	61
รีสอร์ท	-	-	-	-	-	-	26	26	26	26
โฮมสเตย์	-	-	-	-	-	-	6	6	6	6
บ้านญาติ/เพื่อน	-	-	-	-	-	-	4	4	4	4
โฮสเทล/เกสต์เฮาส์	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
วัด/โรงเรียน	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2
รวม							100	100	100	100
13. ระยะเวลาที่ท่านพักค้างคืน										
1 คืน	-	-	-	-	-	-	68	68	68	68
2 คืน	-	-	-	-	-	-	20	20	20	20
มากกว่า 2 คืน	-	-	-	-	-	-	12	12	12	12
รวม							100	100	100	100
14. โดยทั่วไป ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันของท่าน คือ										
ต่ำกว่า 1,000 บาท	-	-	-	-	-	-	20	20	20	20
1,000-3,000 บาท	-	-	-	-	-	-	32	32	32	32
3,001-4,000 บาท	-	-	-	-	-	-	17	17	17	17
4,001-5,000 บาท	-	-	-	-	-	-	23	23	23	23
มากกว่า 5,000 บาท	-	-	-	-	-	-	8	8	8	8
รวม							100	100	100	100
15. แรงจูงใจที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี										
ธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติพุเตย	-	-	-	-	-	-	59	59	59	59
อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เขื่อนกระเสียว	-	-	-	-	-	-	25	25	25	25
แม่น้ำท่าจีน วนอุทยานแห่งชาติพุ่มม่วง	-	-	-	-	-	-	4	4	4	4
วัดธรรม วัดป่าเลไลยก์ พิพิธภัณฑ์	-	-	-	-	-	-	10	10	10	10
สถานแห่งชาติอุททอง อุทยานมังกรสวรรค์ วัดแค	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2
ประเพณี งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
งานทั้งกระจาด มหกรรมอาหารอร่อย	-	-	-	-	-	-				
งานตรุษจีน	-	-	-	-	-	-				
กิจกรรม เดินเที่ยวชมตลาดสามชุก	-	-	-	-	-	-				
การทำบุญไหว้พระ การทำนาหั่ว	-	-	-	-	-	-				
เรียนรู้ศูนย์อนุรักษ์บ้านควาย	-	-	-	-	-	-				
ชิมอาหารร้านดัง อาหารท้องถิ่น	-	-	-	-	-	-				
อาหารพื้นบ้าน อาหารกลุ่มชาติพันธุ์	-	-	-	-	-	-				
ท่องเที่ยวชุมชนวิถีเกษตร แปลงผัก	-	-	-	-	-	-				
ปลอดภัย	-	-	-	-	-	-				
รวม							100	100	100	100

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีสถานภาพโสด จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ผลสรุปผู้ตอบแบบสอบถามจากภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 61 คน มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 35 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 72 คน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 53 คน

ผลสรุปผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคเอกชน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 56 คน มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 40 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 60 คน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 35 คน

ผลสรุปผู้ตอบแบบสอบถามจากภาคประชาชน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 62 คน มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 41 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 59 คน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 59 คน

ผลสรุปผู้ตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 54 คน มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 37 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 61 คน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 53 คน ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ จำนวน 27 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 21 คน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย/เฟสบุ๊ก/ยูทูบ/บล็อกเกอร์/รีวิว คิดเป็นร้อยละ 95 นักท่องเที่ยวจะซื้อตั๋วเครื่องบิน ตัวโดยสาร จองที่พัก รถเช่า และบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยซื้อผ่าน Agoda คิดเป็นร้อยละ 41 มีลักษณะการเดินทางมาเที่ยวครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 42 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 82 ส่วนมากจะพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 72 โดยเลือกที่พักโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 61 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพักผ่อน 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 68 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวัน อยู่ที่ 1,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี คือ ท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติพุเตย อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เขื่อนกระเสียว แม่น้ำท่าจีน วนอุทยานแห่งชาติพุฒิม่วง คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมาคือ ท่องเที่ยววัฒนธรรม วัดป่าเลไลยก์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทุมพร อุทยานมังกรสวรรค์ วัดแค คิดเป็นร้อยละ 25 กิจกรรมเดินเที่ยวชมตลาดสามชุก การทำบุญไหว้พระ การทำนาหั่ว เรียนรู้ศูนย์อนุรักษ์บ้านควาย คิดเป็นร้อยละ 10 ท่องเที่ยวประเพณี งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ งานทิ้งกระจาด มหกรรมอาหารอร่อย งานตรุษจีน คิดเป็นร้อยละ 4 ชิมอาหารร้านดัง อาหารท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน อาหารกลุ่มชาติพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 2 และท่องเที่ยวชมชนวิถีเกษตร แปลงผักปลอดสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการประเมินทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า อันดับที่ 1 คือ อุทยานแห่งชาติพุเตย วนอุทยานแห่งชาติพุมาง เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก รองลงมา คือ แม่น้ำท่าจีน อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง เขื่อนกระเสียว น้ำตกตะเพินคี ตามลำดับ

2. ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า อันดับที่ 1 คือ วัดป่าเลไลยก์ วัดไผ่โรงวัว วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ รองลงมา พิพิธภัณฑ์ภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง พิพิธภัณฑ์ภัณฑสถานแห่งชาติสุพรรณบุรี อุทยานมังกรสวรรค์ ตามลำดับ

3. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านมหรหรรเทศกาลและประเพณีของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับที่ 1 คือ งานนมัสการสมโภชและนมัสการหลวงพ่โตวัดป่าเลไลยก์ งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ รองลงมา ประเพณีแข่งเรือยาว งานมหรหรรอาหารและของดีเมืองสุพรรณ ตามลำดับ

4. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านกิจกรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับที่ 1 คือ สัมผัสธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติพุเตย นอนแพกลางน้ำหุบเขาวง ดูพระอาทิตย์ตกดินที่เขื่อนกระเสียว รองลงมา ทำบุญไหว้พระ 9 วัด ที่สุพรรณบุรี ร่วมประเพณีวิสาขบูชา ออกพรรษา ตามลำดับ

5. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านบริการของจังหวัดสุพรรณบุรี อันดับที่ 1 คือ ตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง รองลงมา มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสมตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

จุดแข็ง ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ มีพื้นที่เหมาะสมต่อการทำการเกษตร มีการทำการเกษตรปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารที่อร่อย มีศิลปินพื้นบ้านที่สำคัญ

จุดอ่อน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษาและขาดแคลนมัคคุเทศก์ ขาดแผนการตลาดออนไลน์ของธุรกิจท่องเที่ยว

โอกาส ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ กระแสโลกด้านการท่องเที่ยว ธรรมชาติและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาจิตและการท่องเที่ยวเกษตรและอาหาร

อุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ โลกมีปัญหาด้านระบารายแรง เช่น Covid 19 มีวิกฤตทางเศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ รองลงมา มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น มีความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติ รองลงมา การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว รองลงมา ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และมีความเข้มแข็ง

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมายของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และองค์กรต่าง ๆ รองลงมา มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 แสดงข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

จังหวัดสุพรรณบุรี มีวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้ คือ วิสัยทัศน์จังหวัดสุพรรณบุรี ในอนาคต 10-15 ปี จะสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่นระดับโลก “เยือนสุพรรณบุรี สูดอากาศบริสุทธิ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ศึกษาพืชพันธุ์ไม้ในป่าที่ยังบริสุทธิ์สมบูรณ์ สัมผัสละออง ไอน้ำเย็นจากน้ำตกพุทราทิพย์ เดินป่าเส้นทางสู่อุดเขาเทวดาบนป่าทิพย์ ทางเดินที่ นอนนับดาว เพื่อตื่นขึ้นมาในสายหมอกยามเช้า สัมผัสความเงียบสงบและความสมบูรณ์ของผืนป่าของวนอุทยานพุม่วง มาสุพรรณ ร่วมกันเสริมสร้างธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา แปลงผัก บ่อปลา เกษตรอินทรีย์ ปราศจากเคมี บนแผ่นดินสุวรรณภูมิ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” รองลงมา คือ จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณ เพื่อช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เข้าร่วมกิจกรรมที่หลากหลายร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เดินป่า นอนเต็นท์ ชมอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งเอเชีย อุโมงค์คณลามใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ร่วมกิจกรรมวิถีชีวิตชาวนาไทย ในวิถีเกษตรอินทรีย์วิถีใหม่เกษตรเทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Organic Rice Farming) ที่ผืนดินเกษตรแห่งสุพรรณบุรี ร่วมมหกรรมอาหารปลอดภัยและยาฆ่าแมลง เพื่อเสริมสร้างสุขภาพปลอดภัย จากมะเร็ง ร่วมเทศกาลงานประเพณีทางศาสนาและพิธีกรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์เมืองสุพรรณ มหกรรมดนตรี กีฬา นันทนาการและบันเทิง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน” จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ “เที่ยวสุพรรณเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายด้วยเชื้อชาติ และชาติพันธุ์ วิถีชีวิต สังคมที่แตกต่างด้วยศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ที่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบและสันติ เยี่ยมเยือนชาวไทยพื้นถิ่น ที่อำเภออู่ทอง ชุมชนจีน ในย่านธุรกิจ ทุกอำเภอ ตลาดเก่าห้อง ตลาดสุพรรณบุรี ตลาดบางลี่ แวะเวียนไปทักทายคนสุพรรณ เชื้อสายกระเหรี่ยงที่ด่านซ้าย ชาวไทยทรงดำ และลาวเวียง ที่อำเภออู่ทอง เป็นหนึ่งในสังคมเมืองเลือดสุพรรณ” และอันดับสุดท้ายคือ จังหวัดสุพรรณบุรีจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยววัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ “เยือนสุพรรณบุรี ดินแดนเก่าแก่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์สมัยยุคหินใหม่ เมื่อ 3,500-4,000 ปี สืบเนื่องมาถึงยุคสำริดและยุคเหล็ก ล่องเข้าสู่ยุคสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวารวดี ลพบุรี อู่ทอง อยุธยา จวบจนถึงปัจจุบัน เยือนเมืองโบราณอู่ทองเพื่อสักการะพุทธประติมากรรมที่ขุดค้นพบในพื้นที่เมืองสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นแผ่นดินแรกที่พุทธศาสนาได้มาฝังรากไว้อย่างหนาแน่น ไม่น้อยกว่า 2,300 ปีมาแล้ว ในแผ่นดินสุวรรณภูมิ ศึกษาศิลปะ สถาปัตยกรรมประติมากรรมจากโบราณสถานและโบราณวัตถุ เพื่อสัมผัสพุทธศิลป์ยุค

ต่าง ๆ และในการปฏิบัติจิตไปสู่การพ้นทุกข์ ปฏิบัติธรรม ฝึกสติ ฝึกสมาธิ ตามแนวไตรสิกขา ศีลสมาธิ ปัญญา เพื่อร่วมอนุรักษ์อารยธรรมและวัฒนธรรมเก่าแก่ ตลอดจนเพื่อพัฒนาจิตสู่ปัญญา” และได้ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การใช้ประโยชน์ด้านพื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุด และมีโครงการที่เหมาะสม คือ โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี รองลงมา กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และมีโครงการ คือ โครงการสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย

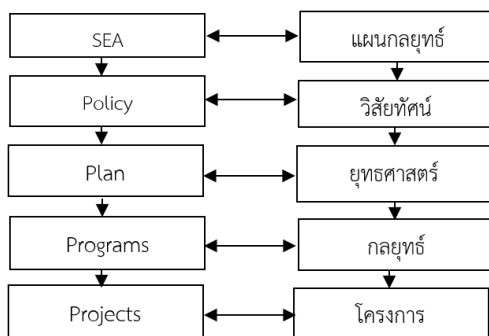
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุด และโครงการสร้างแพคเกจแบรนด์ “ท่องเที่ยวธรรมชาติสุพรรณบุรี” และกลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด มีโครงการสร้างฐานข้อมูลท่องเที่ยว พร้อมระบบการจองผ่าน Facebook หรือ Google

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุด โครงการยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยวและสินค้า OTOP ตลอดจนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าที่เหมาะสมมากที่สุด กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว โครงการอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือวิกฤตเศรษฐกิจการเมือง ภัยพิบัติธรรมชาติ โรคระบาดร้ายแรง เช่น Covid-19 การก่อการร้าย สาธารณภัยจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เพื่อสร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต มีความเหมาะสมกับยุทธศาสตร์มากที่สุด โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โครงการที่เหมาะสม และกลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก โครงการประกวดนวัตกรรมสื่อหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกหรือการสร้าง online community ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันกิจกรรม

สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้แผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยนำเสนอในรูปแบบของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment: SEA) ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนกลยุทธ์

โดยการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ แผนกลยุทธ์จัดเป็นกรอบการพัฒนาในระดับสูง ภายใต้การบริหารงานหลัก จะมีแผนปฏิบัติการระดับกลยุทธ์ และโครงการ โดยแต่ละยุทธศาสตร์ จะมีจำนวนกลยุทธ์ที่เหมาะสม ทั้งนี้ กลยุทธ์ทั้งหมดจะมีผลกระทบและความสัมพันธ์ต่อกัน และเมื่อมีการดำเนินการภายใต้กลยุทธ์แต่ละด้าน จะมีโครงการที่ต้องดำเนินการเพื่อให้กลยุทธ์บรรลุตามวัตถุประสงค์ และทุกโครงการมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน ด้วยเหตุนี้ แผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดสุพรรณบุรี จึงให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ

อภิปรายผล

ผลการสร้างแผนกลยุทธ์ ดังกล่าว ได้รูปแบบของการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว 4 แบรินด์ โดยทั้ง 4 แบรินด์ มีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (Ministry of Tourism and Sports, 2017) ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การสร้างสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) เสริมสร้าง ภาพลักษณ์ คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย (2) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ (3) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทย และของ แต่ละท้องถิ่น (4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่ และเวลา และ (5) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการใช้เทคโนโลยีในการทำ การตลาด

การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นสิ่งที่ผู้บริหารจะต้องรู้จักวิธีการดำเนินการ หรือกระบวนการ ในการบริหารว่าจะต้องทำอะไร และควรจะเริ่มตรงที่ใด เพื่อที่จะให้การวางแผนยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับสุดใจ วันอุดมเดชาชัย (Wanudomdechachai, 2013) กล่าวถึง องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ สามารถแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Environmental Scanning) การตรวจสอบสภาพแวดล้อมหรือ การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันในด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์การโดยเริ่มจากการตรวจสอบการประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ต้องการระบุถึงปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Factors) โดยปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวกำหนดอนาคตขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยตัวแปร 2 ตัว คือ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นการวิเคราะห์ ตัวแปร 2 ตัวแปร คือ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และทรัพยากรองค์กร

2. การกำหนดยุทธศาสตร์ หมายถึง การจัดทำแผนระยะยาว เพื่อให้การบริหารมีประสิทธิภาพ โดยเหมาะสมกับโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร รวมทั้งจุดอ่อน จุดแข็งจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร การกำหนดยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย การกำหนดพันธกิจขององค์กร การกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจงที่ต้องการบรรลุผลสำเร็จ การพัฒนายุทธศาสตร์ และการกำหนดนโยบาย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

3. การนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่นำยุทธศาสตร์และนโยบายที่กำหนดไว้แล้วมาปฏิบัติด้วยการพัฒนาจัดทำโปรแกรมการดำเนินงาน งบประมาณ และวิธีการดำเนินงาน กระบวนการดำเนินงานดังกล่าวอาจนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร และระบบการจัดการทั่วทั้งองค์กรโดยทั่วไป

4. การควบคุมและการประเมินผล (Evaluation and Control) การควบคุมและการประเมินผลยุทธศาสตร์ เป็นกระบวนการที่องค์กรใช้ในการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานทั้งองค์กร โดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับผลการดำเนินงานที่ต้องการ

ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การใช้ประโยชน์ด้านพื้นที่ (Land Use) และ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของดุสิตพร ฮกทา (Hoktha, 2019) ที่ศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง พบว่า การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง จะประกอบด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ สิ่งอำนวยความสะดวก และสอดคล้องกับภูกิจ ยลชญาวงศ์ (Yonchayawong, 2022) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ พบว่า การบริหารจัดการภาครัฐด้านการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในแนวคิดการท่องเที่ยวสีเขียวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่นยุทธศาสตร์การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวแบบบูรณาการและยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว ในยุทธศาสตร์ ที่ 3 และยุทธศาสตร์ที่ 4 สอดคล้องกับ สุธาสินี วิทยาภรณ์ (Wiyaporn, 2019) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีการวางแผนให้ประชาชนร่วมกันอนุรักษ์ ดูแลรักษาฟื้นฟู สืบทอดศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชน เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน และสอดคล้องกับกาสัก เต๊ะขันหมากพนิตสุภา ธรรมประมวล และกานดา เต๊ะขันหมาก (Tekhanmag, Thampramuan & Tekhanmag, 2021) ที่ศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ทางวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญบางชั้นหมาก ตำบลบางชั้นหมาก อำเภอมะนัง จังหวัดสตูล พบว่า สามารถสร้างองค์ความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการ 4 ขั้นตอนต่อเนื่องกัน ได้แก่ การสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วม การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (นักเล่าเรื่องชุมชน การแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรม อาหารพื้นถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน จัดทำสื่อเรียนรู้และภูมิทัศน์ของชุมชน) การส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว และการสื่อสารสร้างการรับรู้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. ภาครัฐ ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำแผนกลยุทธ์นี้ไปกำหนดนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยว โดยการนำไปวางแผนในการประกอบธุรกิจ รวมถึงเตรียมการรับมือกรณีที่จะเกิดขึ้นกับผลกระทบที่เกิดกับการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการวิจัย เรื่อง อาหารพื้นถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อสร้างอัตลักษณ์ ในการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

References

- Division of Tourism and Sports Economy Ministry of Tourism and Sports. (2019). **sathanākān kānthōngthīeo nai duān Thanwākhom** [Tourism situation in December 2019]. Retrieved from https://www.mots.go.th/download/article/article_20200123132729.pdf.
- Ekakun, T. (2000). **rabīap withī wīchāi thāng phruttikam sāt lāe sangkhommasāt** [Research methodology in behavioral sciences and social sciences]. Ubon Ratchathani: Ubon Ratchathani Rajabhat Institute.
- Hoktha, D. (2019). **yutthasāt phūā phatthanā sakkayaphāp kānthōngthīeo chāngwat Trang** [Strategies for trang province tourism potential development]. **Parichart Journal**. 32(1), 215-247.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). **phatthanākān thōngthīāohāng chāt chabap thī sōng** [The 2nd National tourism development plan (2017-2021)]. Bangkok: Office of Printing Works of the War Veterans Organization.
- Silpcharu, T. (2005). **kānwīchāi lāe kām wikhro khōmūn thāng sathiti duāi SPSS** [Research and data analysis by SPSS]. 3rd Publish. Bangkok: V InterPrint.

- Tekhanmag, K., Thampramuan, P. & Tekhanmag, K. (2021). *Kānchatkān khwāmru̐ naikānsongsoēm kānthōngthiao thāngwatthanatham dōichai chumchon penthān naikān chatkān khōng chumchon mōnbāngkhanmāk Tambonbāngkhanmāk ‘Amphoēmūāng Changwatlopburī* [Knowledge management of cultural tourism promotion by community-based tourism of mon community, Bangkhanmag Sub - District, Muang District, Lopburi Province]. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*. 15(3), 15-32.
- United Nations. (2002). *World Population ageing: 1950 – 2050*. New York: U.S.A.
- Wanudomdechachai, S. (2013). *kānchatkān choēngkon yut* [Strategic management]. Bangkok: Samlada.
- Wiyaporn, S. (2019). *nāothāng kānphatthana kānchatkān kānthōngthiao yāng yangyūn chumchon bāng krachao ‘amphoe phra pradāng changwat Samut Prākān* [The guidelines for sustainable tourism management development of bang krachao community Amphoe Phra Pradang Samutprakarn]. *Journal of Pacific Institute of Management*. 5(1), 115-123.
- World Tourism Organization. (2017). *UNWTO annual report 2017*. Retrieved from <https://doi.org/10.18111/9789284419807>.
- Yonchaywong, P. (2022). *Nāothāng kānphatthana kānthōngthiao sikhiao yāngyangyūn naiklum changwat nakorn chai burin* [Guidelines for the development of Sustainable green tourism in Nakhon Chai Burin]. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*. 16(1), 100-116.