

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา

เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้แก่ประเทศไทยจำนวนมาก เช่น ในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 323.4 พันล้านบาท มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.95 ล้านคน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป. : 13-15) อาจจะกล่าวได้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ประสบผลสำเร็จด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในแง่ของการสร้างรายได้

1.1.1 แผนการตลาดปี พ.ศ.2548 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

แผนการตลาดของททท. เป็นแผนสำคัญที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการตลาด การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น ท่าอากาศยาน สนามบิน และทางหลวง เป็นต้น แผนการตลาดปี พ.ศ. 2548 เป็นแผนการตลาดล่าสุดในช่วงเวลาของการดำเนินการวิจัย ดังนั้นจึงควรทำความเข้าใจแผนการตลาดนี้ไว้ด้วย

แผนการตลาดปี พ.ศ. 2548 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ปรากฏทางอินเทอร์เน็ต (http://www.tat.or.th/thai/tat_plan.php, 2 ธันวาคม 2547) ระบุว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมายมี 4 กลุ่ม จำแนกตามภูมิภาค กลุ่มแรกเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในเอเชีย กลุ่มที่สองเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศในยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา กลุ่มที่สามเป็นนักท่องเที่ยวจากอเมริกา และกลุ่มที่สี่คือ โอเชียเนีย

1.1.2 ตลาดต่างประเทศเป้าหมาย

ภายใต้งบประมาณที่จำกัด เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพ ในแผนการตลาด พ.ศ. 2548 ททท. จึงแบ่งตลาดต่างประเทศเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นตลาดหลัก ซึ่งเป็นตลาดดั้งเดิม ส่วนที่สองเป็นตลาดรอง ซึ่งมีศักยภาพที่จะเติบโตได้ในระยะสั้น ส่วนที่สามเป็นตลาดเติบโตเร็ว (Emerging Market) ซึ่งเป็นตลาดเล็ก แต่มีสภาพเศรษฐกิจดี และอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวสูงอย่างต่อเนื่อง ตารางที่ 1.1 แสดงพื้นที่ตลาดเป้าหมายของททท.

ตารางที่ 1.1 ตลาดเป้าหมายของททท.

พื้นที่ตลาด (Market Area)	กลุ่มตลาด (Market Segment)
<p>ภูมิภาคเอเชีย ตลาดหลัก : ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง จีน ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ ตลาดรอง : อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ตลาดเติบโตเร็ว : เวียดนาม</p>	<p>ตลาดหลัก : High End, Wellness-spa, Golf, MICE, Family ตลาดรอง : Honeymoon, Youth, Medical-Tourism, Senior, Long Stay, Lady, Film Maker</p>
<p>ภูมิภาคยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา ตลาดหลัก : สหราชอาณาจักร เยอรมัน ฝรั่งเศส สวีเดน ตลาดรอง : เนเธอร์แลนด์ อิตาลี สเปน สวิตเซอร์แลนด์ เดนมาร์ก นอร์เวย์ เบลเยียม ออสเตรเลีย ยุโรปตะวันออก โปรตุเกส กรีซ ตุรกี อิสราเอล แอฟริกาใต้ ตลาดเติบโตเร็ว : รัสเซีย กลุ่มประเทศอดีต สหภาพโซเวียต กลุ่มประเทศบอลติก ฟินแลนด์ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง</p>	<p>ตลาดหลัก : Leisure, Golf, Wellness-spa, MICE, Family, Diving, Lady, Long Stay, Senior ตลาดรอง : Ecotourism and Soft Adventure, Medical Tourism, Youth</p>
<p>ภูมิภาคอเมริกา ตลาดหลัก : สหรัฐอเมริกา ตลาดรอง : ละตินอเมริกา ตลาดเติบโตเร็ว : แคนาดา</p>	<p>ตลาดหลัก : High End, MICE, Senior, Leisure, Honeymoon, Wellness-spa ตลาดรอง : Ecotourism and Soft Adventure, Golf, Diving, Youth, Film Maker</p>
<p>ภูมิภาคโอเชียเนีย ตลาดหลัก : ออสเตรเลีย ตลาดเติบโตเร็ว : นิวซีแลนด์</p>	<p>ตลาดหลัก : High End, MICE, Family, Honeymoon, Lady, Medical Tourism ตลาดรอง : Golf, Wellness-spa, Youth, Senior, Long Stay, Ecotourism and Soft Adventure, Film Maker</p>

1.1.3 สินค้าทางการท่องเที่ยว

ททท. แบ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มสินค้าหลัก และกลุ่มสินค้ารอง โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว แบ่งเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) 4 ชนิด กล่าวคือ

Cluster ที่ 1: หาดทราย ชายทะเล ได้แก่ พัทยา ภูเก็ต พังงา กระบี่ สมุย หัวหิน ชะอำ

Cluster ที่ 2: อุทยาน ธรรมชาติ ป่าเขา ได้แก่ เชียงใหม่ กาญจนบุรี เพชรบุรี

Cluster ที่ 3: ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย สุโขทัย กาญจนบุรี

Cluster ที่ 4: ความสนใจเฉพาะ ได้แก่ Shopping, Food, MICE, Golf, Wellness-spa

2. กลุ่มสินค้าใหม่ทางการท่องเที่ยวที่พร้อมเสนอขาย แบ่งเป็นกลุ่ม 5 กลุ่ม คือ

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่

- เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (ทางบก)

- เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (ทาง

อากาศ)

- เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจ IMT-GT

2) เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในประเทศ (Domestic Route) ได้แก่

- เส้นทางมรดกโลก

- เส้นทางวัฒนธรรมขอม

- เส้นทาง OTOP

3) จุดหมายปลายทางใหม่ (New Destination) ได้แก่

- หาดทรายชายทะเล: หมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด ทะเลตรัง จังหวัดตรัง
เขาหลัก จังหวัดพังงา เกาะลันตา จังหวัดกระบี่

- อุทยาน ป่าเขา: อุทยานแห่งชาติเขาลาวง จังหวัดนครศรีธรรมราช
อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี อุทยานแห่งชาติทะเลบัน จังหวัดสตูล

- ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม: เวียงกุมกาม จังหวัดเชียงใหม่ วัดบริเวณ
ช่วงเมือง จังหวัดน่าน

4) สิ่งที่น่าสนใจเป็นพิเศษ (Special Interest Product) ได้แก่

- Wellness-spa/Medical Tourism
- Golf
- Ecotourism and Soft Adventure
- Culture and Lifestyle
- Diving
- Shopping
- Wedding and Honeymoon
- Agrotourism
- Religious Tourism/Pilgrimage
- Man-made
- Geological Tourism

5) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่

- World Events: Bangkok International Film Festival ทรุษจีน
ไชน่าทาวน์ เขาวราช Pattaya Music Festival ประเพณีสงกรานต์ Amazing Thailand Grand Sale
ประเพณีลอยกระทง งานสงท่ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่

- กิจกรรมระดับนานาชาติ: 2005 International Trumpet Guild
Conference, The First Indoor Games

- กิจกรรมระดับชาติ: งานแข่งขันแม่น้ำใจงไตรกีฬานานาชาติ ครั้งที่ 8
Chiang Mai International Arts and Culture Festival , Pattaya Queen's Cup Marathon งานแข่งขัน
จักรยานเขื่อนภูมิพลเสื่อภูเขานานาชาติครั้งที่ 4 งานสวดขอดเรือสยาม (แข่งเรือยาวประเพณีและ
เรื่อนานาชาติ)

1.1.4 แผนการตลาดในประเทศ

การท่องเที่ยวในประเทศ มีผลดีต่อการกระจายรายได้ภายในประเทศ และการ
ช่วยลดการไหลของเงินตราออกนอกประเทศเนื่องจากชาวไทยไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ

1. กลุ่มเป้าหมายตลาดในประเทศ

ตลาดภายในประเทศ ได้แก่ ครอบครัว ผู้สูงอายุ เขวชน คนทำงาน ผู้มี
รายได้สูง ชาวต่างประเทศที่มาทำงานในประเทศไทย และตลาด MICE เป็นต้น

2. สินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับตลาดในประเทศ สำหรับตลาด
ภายในประเทศ สินค้าที่เป็นที่นิยม มี 3 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มสินค้าทั่วไปทางการท่องเที่ยว

- 1.1) กลุ่มเมืองชายแดนเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน
- 1.2) กลุ่มเส้นทางเชื่อมโยงภายในประเทศ
- 1.3) กลุ่มหาดทราย ชายทะเล
- 1.4) กลุ่มอุทยาน ป่าเขา
- 1.5) กลุ่มประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม
- 1.6) กลุ่มสินค้าความสนใจพิเศษ

2) กลุ่มสินค้า Unseen Product (สัมผัสจริงเมืองไทย)

- 2.1) Unseen Wonders and Nature (มุมมองใหม่แหล่งท่องเที่ยวมหัศจรรย์ และธรรมชาติ)
- 2.2) Unseen Adventures (มุมมองใหม่ผจญภัย)
- 2.3) Unseen Sacred (มุมมองใหม่สิ่งศักดิ์สิทธิ์)
- 2.4) Unseen Way of Life Tradition and Culture (มุมมองใหม่ วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม)

3) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Event/Festival)

ประกอบด้วย World Events 7 กิจกรรม กีฬาระดับชาติ และกิจกรรมงานเทศกาลประเพณีทั่วประเทศ

โดยทั่วไปแล้ว วัตถุประสงค์หลักของการวางแผนการท่องเที่ยว คือ การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งตามความเข้าใจโดยทั่วไป คือ การเพิ่มขีดความสามารถให้ประเทศไทยสามารถรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งนี้หมายความว่าแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรจรรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น หากพิจารณาตามแนวคิดนี้ ได้มีการยอมรับแล้วว่า ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นนั้นทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติในลักษณะต่างๆ เช่น หญ้า กิ่งไม้ ปะการัง การเกิดของขยะการทำลายบางอย่างอาจจะฟื้นตัวได้โดยธรรมชาติ เช่น หญ้า กิ่งไม้ และปะการัง จะงอกมาใหม่ได้ และขยะบางส่วนอาจจะย่อยสลายตามธรรมชาติได้ แต่การฟื้นตัวอาจจะใช้เวลานาน นอกจากนี้ยังมีปัญหาทางสังคม เช่น ยาเสพติด การค้าประเวณี อาชญากรรม คิดตามมา ซึ่งอาจจะส่งผลให้ผลดีที่ได้จากการท่องเที่ยวเมื่อลบด้วยผลเสียหาย จะเหลือผลได้สุทธิที่น้อยจนไม่คุ้มค่าในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งก็ได้ ดังนั้นแนวคิดที่รอบคอบยิ่งขึ้น คือ การรักษาความสมดุลระหว่างปัจจัยต่างๆ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายรับที่ได้จากการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ผลเสียจากการทำลายธรรมชาติและสังคม รูปแบบหนึ่งของแนวคิดนี้ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ซึ่งได้มีการกล่าวถึงบ่อยๆ แต่การศึกษาอย่างจริงจังในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก

เมื่อใช้แนวทางตามแผนของ ททท. เป็นหลัก จะพบว่าอุทยานแห่งชาติตะรุเตา จังหวัดสตูล จัดว่าไม่ได้อยู่ในระดับที่พร้อมจะเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จึงอยู่ในระดับสินค้าทางการท่องเที่ยวสำหรับตลาดในประเทศ กลุ่มหาดทรายชายทะเล ส่วนอุทยานแห่งชาติสิรินาถ จังหวัดภูเก็ตนั้นก็มีส่วนสภาพคล้ายๆ กัน เพียงแต่ตั้งอยู่ในจังหวัดภูเก็ตที่มีการคมนาคมสะดวกกว่าจังหวัดสตูล จึงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่าอุทยานแห่งชาติตะรุเตา

1.2 เนื้อหาของโครงการวิจัย

ในโครงการวิจัยนี้ ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีความพยายามดำเนินการในอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และอุทยานแห่งชาติสิรินาถ เพื่อให้เข้าใจถึงประโยชน์ที่แท้จริงที่ประเทศไทยได้รับจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นอยู่ในอุทยานแห่งชาติทั้งสองแห่งนี้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในปี.ศ.2545 เกิดวิกฤติการระบาดของโรคทางเดินหายใจอหิวาต์เฉียบพลัน (SARS) ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างรุนแรง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเป็นอย่างมาก มีผลให้การเก็บข้อมูลไม่เป็นไปตามแผน และส่งผลต่อเนื้อให้โครงการวิจัยล่าช้ากว่ากำหนด จึงจำเป็นต้องปรับปรุงโครงการวิจัยให้สามารถเสร็จสิ้นภายในเวลาไม่ช้านานเกินไป โดยได้ขออนุมัติและได้รับอนุญาตให้ตัด โครงการวิจัยย่อย เรื่อง “รูปแบบทางคณิตศาสตร์สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติทางทะเล” ออกไปเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา

โครงการวิจัยชุด เรื่อง การประเมินศักยภาพและผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นี้ จะแบ่งรายงานเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ อุทยานแห่งชาติตะรุเตา และส่วนที่สอง คือ อุทยานแห่งชาติสิรินาถ ทั้งสองส่วนจะประกอบไปด้วยโครงการวิจัยย่อย 2 เรื่อง คือ

1. โครงการวิจัยย่อย เรื่อง “การประเมินศักยภาพและผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”
2. โครงการวิจัยย่อย เรื่อง “การประเมินศักยภาพและผลกระทบด้านสังคมจากการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”

รายงานผลการวิจัยแต่ละส่วน ประกอบไปด้วย 9 บท โดยแต่ละบทจะครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- | | |
|---------|--------------------------------|
| บทที่ 1 | บทนำ |
| บทที่ 2 | งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง |
| บทที่ 3 | วิธีการวิจัย |
| บทที่ 4 | สภาพทางกายภาพของอุทยานแห่งชาติ |

- บทที่ 5 ผลการศึกษา : กลุ่มนักท่องเที่ยว
- บทที่ 6 ผลการศึกษา : กลุ่มประชาชน
- บทที่ 7 ผลการศึกษา : กลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง
- บทที่ 8 ผลการศึกษา : กลุ่มผู้ประกอบการ
- บทที่ 9 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1.3 วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์โดยรวมของชุดโครงการ มีดังต่อไปนี้

1.3.1 เพื่อประเมินศักยภาพและผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านเศรษฐกิจ

- 1) เพื่อประเมินศักยภาพทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติตะรุเตาและสิรินาถ
- 2) เพื่อประเมินคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ของการท่องเที่ยว ในเขตอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และสิรินาถ

1.3.2 เพื่อประเมินศักยภาพและผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านสังคม

- 1) เพื่อประเมินผลกระทบทางด้านสังคมที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และ สิรินาถ
- 2) เพื่อหารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม ในแหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติตะรุเตาและสิรินาถ
- 3) เพื่อหาแนวทางในการป้องกันปัญหาทางด้านสังคมในการพัฒนาอุทยานแห่งชาติดังกล่าว

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จะทราบปัจจัยที่บ่งชี้ถึงศักยภาพและผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านเศรษฐกิจและสังคม ในเขตอุทยานแห่งชาติทางทะเล เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.5 หน่วยงานที่สามารถจะนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.5.1 อุทยานแห่งชาติตะรุเตา จังหวัดสตูล และอุทยานแห่งชาติสิรินาถ จังหวัดภูเก็ต
- 1.5.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

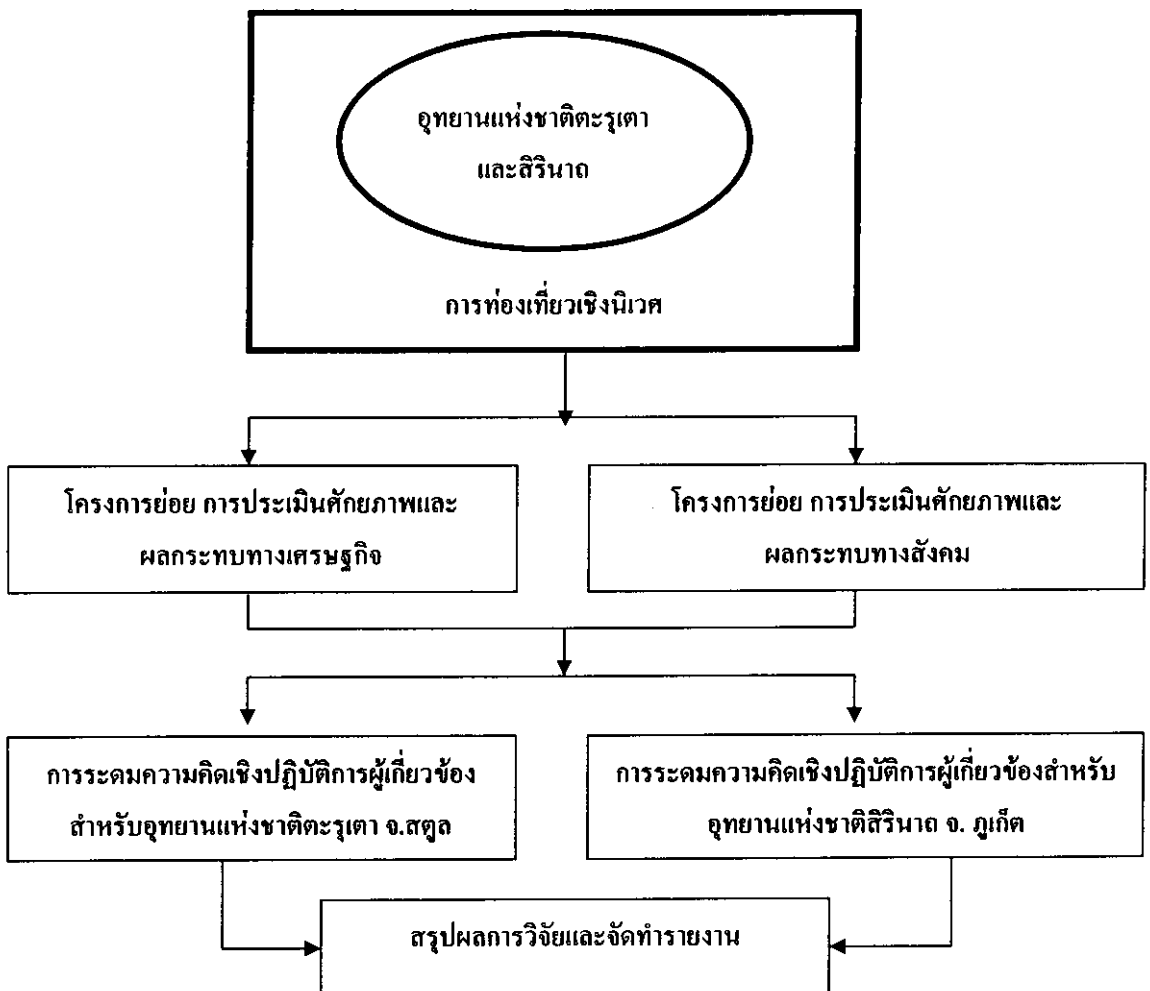
15.3 องค์การส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ติดต่อกับเขตอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น

15.4 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การรายงานการวิจัยจะจัดแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ โครงการวิจัยย่อยเรื่อง “การประเมินศักยภาพและผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” และ “การประเมินศักยภาพและผลกระทบด้านสังคมจากการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”

โดยทั้งสองโครงการย่อยจะดำเนินการวิจัยร่วมกัน และในการวิจัย จะต้องมีการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีการระดมสมองของผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เป้าหมายทั้งสองแห่ง คือ ที่จังหวัดสตูล และจังหวัดภูเก็ต



รูปที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย