

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจาก
เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



สุเมธ จันทรสุทนพจน์

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ

เมษายน 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจาก
เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



สุเมธ จันทร์สุทนต์พจน์

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

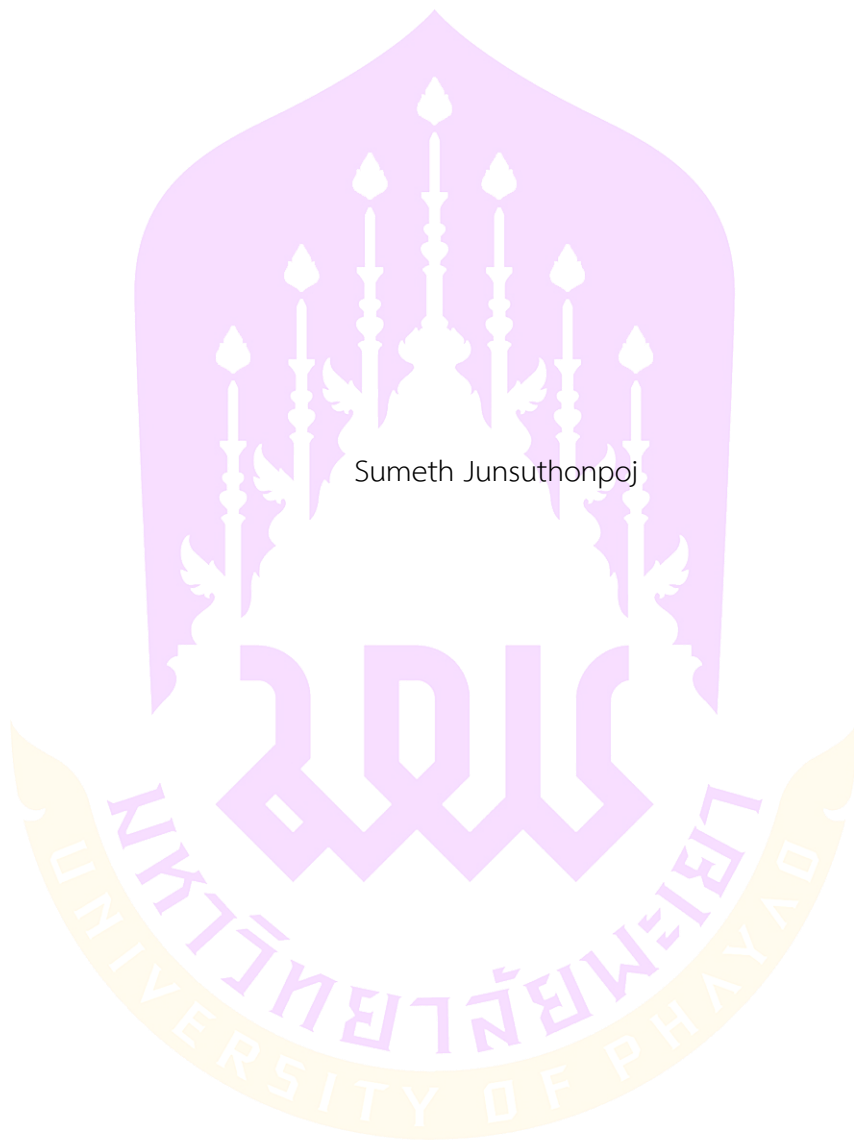
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ

เมษายน 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

Factors for the Development and Promotion Environment-friendly Tourism Derived
from the Model of Environment-friendly Tourism Awarded Koh Mak, Trat Province



Sumeth Junsuthonpoj

A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy in Tourism,Hotel, and Service Business Management
April 2025

Copyright by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก
จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ของ สุเมธ จันทร์สุทนต์พจน์

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบ
(ว่าที่ร้อยตรี ดร.ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง)

..... ประธานที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชูณะ เตชคณา)

..... กรรมการที่ปรึกษา
(ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เขียวชาญ)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.รักษิต สุทธิพงษ์)

- เรื่อง:** ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ผู้วิจัย:** สุเมธ จันทร์สุทนต์พจน์
- อาจารย์ที่ปรึกษา:** รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา, อ.ที่ปรึกษาร่วม: รองศาสตราจารย์ ดร. ชูษณะ เตชคณา, ดร.ณัฐรินทร์ ปริงศ์กุลธร
- คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, เกาะหมาก, การพัฒนาการท่องเที่ยว, การส่งเสริมการท่องเที่ยว

บทคัดย่อภาษาไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด และ 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม โดยข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ 25 ท่านเพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงปริมาณด้วยเทคนิคการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 500 คน แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นโดยภาพรวม 0.95 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-3 วัน และมีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง 3,001 ถึง 10,000 บาทต่อคน และผลการศึกษาร่วมกันเชิงยืนยันอันดับสอง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.99 โดยมีตัวแปรเชิงสังเกต ได้แก่ การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว (ค่าน้ำหนัก 0.67, $R^2=0.45$, C.R. 11.11) องค์ประกอบที่ 2 การจัดการความรู้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.94 โดยมีตัวแปรเชิงสังเกต ได้แก่ การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ (ค่าน้ำหนัก 0.64) องค์ประกอบที่ 3 ประสบการณ์ท่องเที่ยว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.92 โดยมีตัวแปรเชิงสังเกต ได้แก่ การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ (ค่าน้ำหนัก 0.67, $R^2=0.45$, C.R. 11.22) องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.90 โดยมีตัวแปรเชิงสังเกต ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าน้ำหนัก 0.66) และองค์ประกอบที่ 5 การจัดการสิ่งแวดล้อม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.74 โดยมีตัวแปรเชิงสังเกต ได้แก่ การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก (ค่าน้ำหนัก 0.62) ทุกองค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองที่พัฒนาขึ้น พบว่า ผ่านเกณฑ์การประเมินมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์เท่ากับ 0.154 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์เท่ากับ 1.734 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเท่ากับ 0.908 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.045 แสดงให้เห็นว่าตัวแบบปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราดที่พัฒนาขึ้นสามารถนำมาอธิบายปัจจัยการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

Title: Factors for the Development and Promotion Environment-friendly Tourism Derived from the Model of Environment-friendly Tourism Awarded Koh Mak, Trat Province

Author: Sumeth Junsuthonpoj

Advisor: Associate Professor Seri Wongmonta, Ph.D., Co Advisor: Associate Professor Jusana Techakana, Ph.D., Nuttharin Pariwongkhuntorn, Ph.D.

Keywords: Koh Mak, Tourism Development, Tourism Promotion, Environmentally Friendly Tourism

ABSTRACT

The objectives of this study were: 1) to investigate the behavior of tourists engaging in environmentally friendly tourism on Koh Mak, Trat Province. 2) to study the components of factors in the development and promotion of environmentally friendly tourism on Koh Mak, Trat Province. 3) to analyze the second-order confirmatory factor of the development and promotion of environmentally friendly tourism on Koh Mak, Trat Province. This study employed a mixed-methods research design. The data collection included qualitative research using in-depth interviews with 25 experts to develop the questionnaire, and quantitative research using a survey method. The questionnaire was administered to 500 Thai tourists, with an overall reliability coefficient of 0.95. Statistical analyses included mean, percentage, standard deviation, and confirmatory factor analysis.

The research findings revealed that most tourists were female, held a bachelor's degree, and had an average monthly income of more than 30,000 Baht. Tourists typically traveled during weekends, spent 2-3 days per trip, and incurred expenses between 3,001 and 10,000 Baht per person. The results of the second-order confirmatory factor analysis indicated five components: (1) Low-carbon tourism attractions with a factor loading of 0.99, including the observed variable of using local products to reduce transportation and external resource use (loading = 0.67, $R^2 = 0.45$, C.R. = 11.11); (2) Knowledge management with a factor loading of 0.94, including the observed variable of having spaces for knowledge exchange activities between tourists and operators (loading = 0.64); (3) Tourism experience with a factor loading of 0.92, including the observed variable of gaining sustainable and environmentally responsible experiences from leisure and tourism (loading = 0.67, $R^2 = 0.45$, C.R. = 11.22); (4) Stakeholder participation with a factor loading of 0.90, including the observed variable of community participation in organizing environmentally friendly tourist reception activities (loading = 0.66); and (5) Environmental management with a factor loading of 0.74, including the observed variable of enforcing regulations to control waste discharge from tourism businesses in Koh Mak (loading = 0.62). All components were statistically significant at the 0.001 level. The model fit assessment of the factors for the development and promotion of environmentally friendly tourism in Koh Mak showed a good fit with empirical data, with a chi-square probability level of 0.154, relative chi-square of 1.734, goodness of fit index of 0.908, and root mean square error of approximation of 0.045, indicating that the developed model effectively explains the factors for the development and promotion of environmentally friendly tourism and aligns with the empirical data.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ ซึ่งข้าพเจ้าได้ทุ่มเททั้งแรงกาย แรงใจ และเวลาในการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา การดำเนินงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงไปได้หากขาดความเมตตา ความเอื้ออาทร และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลายท่าน

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ที่ปรึกษาหลักผู้เปี่ยมด้วยเมตตา วิสัยทัศน์ และความรู้ความสามารถที่มอบคำแนะนำ คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่ทรงคุณค่าแก่ผู้วิจัยในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานวิทยานิพนธ์ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชูณะ เตชคณา อาจารย์ ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร อาจารย์ผู้ร่วมให้คำปรึกษา คำแนะนำและกำลังใจในการทำวิจัย อีกทั้งกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำอย่างละเอียดรอบคอบ และส่งเสริมให้ผู้วิจัยได้พัฒนางานให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

ข้าพเจ้าขอขอบคุณมหาวิทยาลัยพะเยา ที่สนับสนุนทุนการวิจัยสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ อีกทั้งขอขอบคุณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่มอบโอกาสทางวิชาการ องค์ความรู้ และสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่เหมาะสม รวมทั้งขอขอบคุณ หน่วยงานและองค์กรที่ให้ข้อมูล หรือสนับสนุนการวิจัย ตลอดจนผู้นำชุมชน ผู้ให้สัมภาษณ์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความร่วมมือด้วยไมตรีจิต และขอขอบคุณวิทยาลัยดุสิตธานี ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของข้าพเจ้าในการสนับสนุนและส่งเสริมให้ข้าพเจ้าได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตครั้งนี้

ขอแสดงความขอบคุณจากใจต่อบิดาและมารดาที่เป็นกำลังใจสำคัญในทุกช่วงเวลา โดยเฉพาะภัทรวรินทร์ รอดบุตร สตรีอันเป็นที่รักของข้าพเจ้า ที่คอยสนับสนุนทั้งด้านจิตใจและกำลังใจอย่างไม่มีเงื่อนไข และเป็นแรงบันดาลใจในการมุ่งมั่นจนก้าวข้ามทุกอุปสรรคได้สำเร็จ

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอมอบความสำเร็จนี้ให้แก่ทุกท่านที่เคียงข้างกันเสมอมา พร้อมความซาบซึ้งใจอันหาที่สุดมิได้

สุเมธ จันทรสุทนต์พน

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ ซ	
สารบัญตาราง.....	ต
สารบัญรูปภาพ.....	22
บทที่ 1 บทนำ	23
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	23
1.2 คำถามการวิจัย.....	30
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	30
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	30
1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่.....	31
1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	31
1.4.3 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย.....	31
1.4.4 เวลาในการทำวิจัย.....	32
1.5 สมมติฐานของการวิจัย	32
1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น	33
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	34

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	36
บทที่ 2 เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	37
2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ	37
2.2 หลักการของการวางยุทธศาสตร์	44
2.2.1 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์	46
2.2.2 เทคนิคการสังเคราะห์ด้วยตาราง TOWS Matrix และการกำหนดกลยุทธ์	51
2.2.3 การจัดการเชิงกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศ	52
2.2.4 ยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยว	53
2.2.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	54
2.2.6 ประโยชน์และความสำคัญของการท่องเที่ยว	57
2.3 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)	58
2.3.1 ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	59
2.3.2 องค์ประกอบของความยั่งยืน	60
2.3.3 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)	62
2.3.4 หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	64
2.3.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	69
2.3.6 แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	72
2.3.7 ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	74
2.3.8 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติเพื่ออนาคต (UN: Sustainable Development Goals)	79
2.3.9 ประเทศไทยเดินทางสู่ความยั่งยืนด้วย BCG Model	83
2.3.10 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย	85

2.4	การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Tourism)	87
2.4.1	ความหมายการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ.....	89
2.4.2	องค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ	91
2.4.3	บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	93
2.4.4	สถานการณ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในระดับโลก	95
2.4.5	สถานการณ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในประเทศไทย	97
2.5	การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน	98
2.5.1	ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน.....	99
2.5.2	องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน	103
2.5.3	หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเป็นฐาน	104
2.5.4	บทบาทของชุมชนกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน.....	108
2.5.5	การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน	109
2.5.6	ผลประโยชน์ของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน.....	112
2.5.7	การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย	115
2.6	การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	117
2.6.1	ความหมายการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	117
2.6.2	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวสีเขียว	119
2.6.3	กระแสนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	121
2.6.4	องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	122
2.6.5	การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในบริบทประเทศไทย	127
2.6.6	การตลาดสีเขียว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	129

2.6.7	ปัจจัยแห่งความสำเร็จการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.....	133
2.6.8	ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว.....	136
2.7	การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด.....	138
2.7.1	ความเป็นมาของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก.....	138
2.7.1	การวางแผนและดำเนินการแบบบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วน	140
2.7.2	ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด.....	143
2.7.1	มาตรการในการได้รับรางวัลของเกาะหมาก.....	148
2.8	ชุมชนศึกษา: ทรัพยากรการท่องเที่ยวของเกาะหมาก จังหวัดตราด	150
2.8.1	สภาพบริบทของพื้นที่เกาะหมาก	150
2.8.2	ประวัติศาสตร์เกาะหมาก.....	151
2.8.3	ทรัพยากรทางธรรมชาติ.....	152
2.8.4	ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์	153
2.8.5	ทรัพยากรทางด้านการบริการ.....	153
2.8.6	คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก	154
2.9	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	155
2.9.1	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	155
2.9.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมการโครงสร้าง	160
2.10	สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัจจัยและองค์ประกอบของงานวิจัย.....	163
2.10.1	ทฤษฎีสำหรับการสร้าง Latent ในงานวิจัย ปัจจัยของการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาเกาะหมาก จังหวัดตราด.....	166

2.11 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	172
2.12 กำหนดสมมติฐานของการวิจัยตามแนวคิดและทฤษฎี.....	174
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	181
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	181
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	183
3.2.1 รูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	183
3.2.2 แนวทางการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	185
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	188
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	189
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	194
4.1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก	195
4.1.1 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management).....	196
4.1.2 ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)	197
4.1.3 ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ...	198
4.1.4 ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience).....	199
4.1.5 ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)	200
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	202
4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	202
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว เกะหมาก จังหวัดตราด.....	206
4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา ท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	206

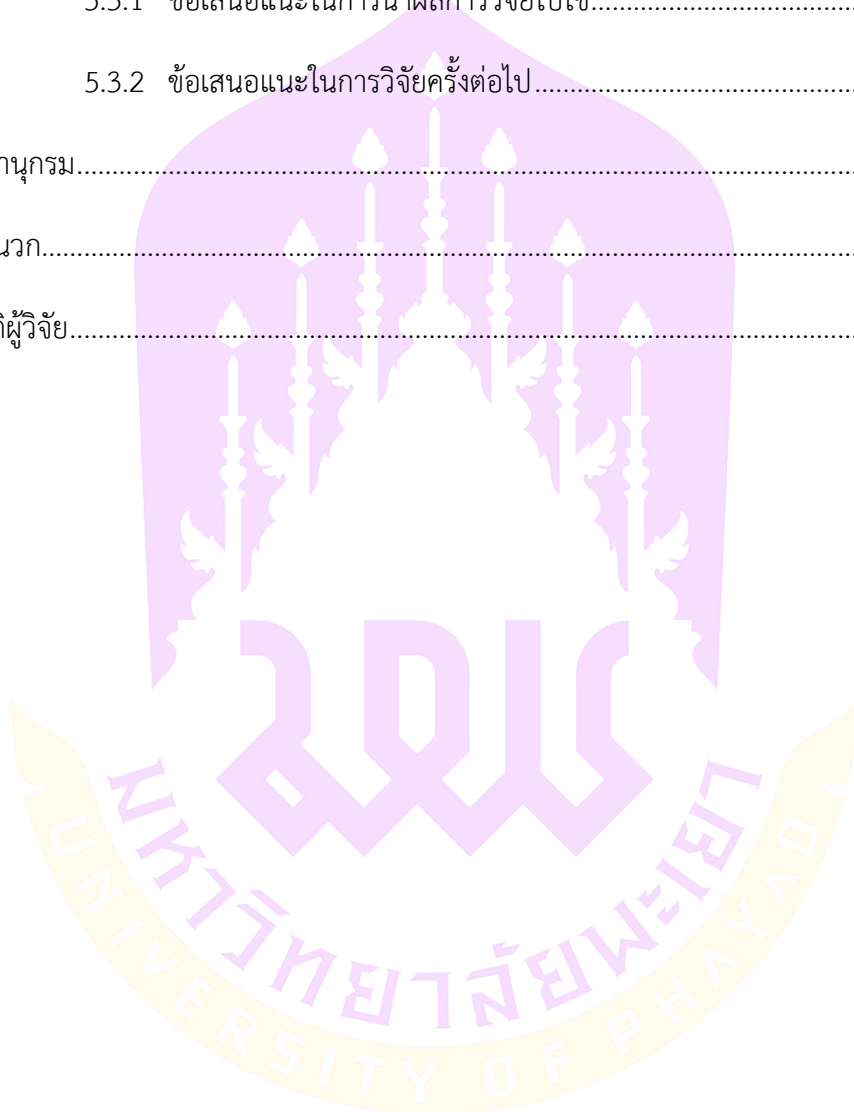
4.3.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	207
4.3.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	208
4.3.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการระหว่างท่องเที่ยวในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	209
4.3.5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	210
4.3.6	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	211
4.3.7	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	212
4.3.8	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	212
4.4	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	213
4.4.1	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	214
4.4.2	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	215
4.4.3	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)	219

4.4.4	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination).....	222
4.4.5	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience).....	226
4.4.6	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation).....	229
4.5	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	233
4.5.1	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	233
4.5.2	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	235
4.5.3	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	241

4.5.4	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	247
4.5.5	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	253
4.5.6	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	259
4.6	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	265
4.6.1	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวโดยรวม	265
4.6.2	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ.....	267
4.7	ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	279

4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด.....	280
4.8.1 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด.....	280
4.8.2 นักท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่การท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทย	281
4.8.3 การปรับตัวของการท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ที่ 4 มุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)	281
4.9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุงตัวแบบ	283
4.10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ	285
4.11 ผลการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุง ตัวแบบ และหลังการปรับปรุงตัวแบบ.....	293
4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด.....	294
4.13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด รายคู่ หลังการปรับปรุงตัวแบบ	296
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	302

5.1 สรุปผลการวิจัย	305
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	311
5.3 ข้อเสนอแนะ	348
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	348
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	358
บรรณานุกรม.....	361
ภาคผนวก.....	374
ประวัติผู้วิจัย.....	420



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	เป้าประสงค์ที่ 12.b มีข้อกำหนดและตัวชี้วัดดังนี้	82
ตารางที่ 2	เปรียบเทียบองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	120
ตารางที่ 3	ความเชื่อมโยงของสภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จและแนวทางการจัดการด้วยทฤษฎี นำมาสู่องค์ประกอบของงานวิจัยครั้งนี้	166
ตารางที่ 4	เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง	191
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	202
ตารางที่ 6 (ต่อ)	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	203
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด	204
ตารางที่ 8	จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	207
ตารางที่ 9	จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	207
ตารางที่ 10	จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัด ตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	208
ตารางที่ 11	จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการระหว่างท่องเที่ยว ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	209
ตารางที่ 12	จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	210
ตารางที่ 13	จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาก ที่สุดในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	211

ตารางที่ 14 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าโคสแควร์ของระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่ เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	212
ตารางที่ 15 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าโคสแควร์ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยว ที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	213
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก โดยภาพรวม	214
ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการ สิ่งแวดล้อม (Environmental Management).....	215
ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการ จัดการความรู้ (Knowledge Management)	219
ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่ง ท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)	222
ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้าน ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)	226
ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมี ส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation).....	229
ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว.....	233

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว .	235
ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	241
ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	248
ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	254
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว	260
ตารางที่ 28 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวโดยรวม	266
ตารางที่ 29 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ	267
ตารางที่ 30 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ	287

ตารางที่ 31	ค่าสถิติที่ประเมินความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เปรียบเทียบก่อน และหลังการปรับปรุงตัวแบบ	293
ตารางที่ 32	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายคู่ หลังการปรับปรุงตัวแบบ	297
ตารางที่ 33	เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบ	304



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1	เทคนิคการสังเคราะห์ด้วยตาราง TOWS Matrix.....	52
ภาพที่ 2	Sustainable Development Goals: SDGs.....	81
ภาพที่ 3	แผนที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด	154
ภาพที่ 4	ความเชื่อมโยงของสภาพปัจจัยความสำเร็จด้วยแนวคิดทฤษฎี นำมาสู่องค์ประกอบของงานวิจัยแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียน เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	165
ภาพที่ 5	กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาเกาะหมาก จังหวัดตราด	173
ภาพที่ 6	การกำหนดตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 500 คน	183
ภาพที่ 7	แนวทางการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ	188
ภาพที่ 8	องค์ประกอบเชิงยืนยันสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Unstandardized Estimate	283
ภาพที่ 9	องค์ประกอบเชิงยืนยันสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Standardized Estimate.....	284
ภาพที่ 10	องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Unstandardized Estimate หลังการปรับปรุงตัวแบบ	285
ภาพที่ 11	องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Standardized Estimate หลังการปรับปรุงตัวแบบ	286

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) จัดประกายแนวคิดเรื่องความยั่งยืนและได้กำหนดแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 (ค.ศ. 2012) ที่การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Sustainable Development: UNCSD) ณ เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ในการประชุมนี้การประเมินผลการพัฒนาภายใต้เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals: 2001-2015) พบว่าหลายเป้าหมายยังไม่บรรลุ และในขณะเดียวกันความท้าทายใหม่ ๆ ของโลกก็เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเพิ่มขึ้นของประชากรที่นำมาซึ่งแรงกดดันต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองที่รุนแรงขึ้นทั้งในระดับระหว่างประเทศและภายในประเทศ โดยเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเน้นให้ความสำคัญกับการปรับสมดุลทั้ง 3 มิติของการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมในรูปแบบบูรณาการและการมีส่วนร่วมเพื่อไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง โดยสามารถจัดกลุ่ม SDGs ตามปัจจัยที่เชื่อมโยงกันใน 5 มิติ (5P) ได้แก่ (1) การพัฒนาคน (People) (2) สิ่งแวดล้อม (Planet) (3) เศรษฐกิจและความมั่งคั่ง (Prosperity) (4) สันติภาพและความยุติธรรม (Peace) และ (5) ความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) (โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), 2016) กล่าวได้ว่า แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแนวคิดสำคัญที่คำนึงถึงผลกระทบของการพัฒนาต่อคนรุ่นอนาคต การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำให้คนรุ่นอนาคตต้องเสียโอกาสในการตอบสนองความต้องการ

เนื่องด้วยในการประชุมสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติในเดือนกันยายน พ.ศ. 2558 ประเทศต่าง ๆ ในโลกขานรับแนวคิดการพัฒนาด้วยเป้าหมายดำรงความยั่งยืน (Sustainable Development Goals – SDGs) โดยประเทศสมาชิกทั้งหมด 193 ประเทศ รวมถึงประเทศไทยได้ลงนามและมีคำมั่นว่าจะร่วมกันบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และรัฐบาลไทยมีความตั้งใจที่จะบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยอาศัยกระบวนการการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ ทั้งภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม ภายในปี พ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030) และต่อมาในปี พ.ศ. 2565 ทีมสหประชาชาติประจำประเทศไทยได้ลงนามในกรอบความร่วมมือว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน วาระปี

พ.ศ. 2565-2569 (UNSDCF) กับรัฐบาลไทย กรอบความร่วมมือฯ นี้แจกแจงการสนับสนุนด้านการพัฒนาที่ระบบสหประชาชาติมอบให้กับประเทศไทยเพื่อให้บรรลุความมุ่งมั่นภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใน ค.ศ. 2030 และก้าวขึ้นเป็นประเทศรายได้สูง มีการพัฒนาที่ครอบคลุมยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกันต่อวิกฤต กรอบความร่วมมือฯ ได้รับการออกแบบโดยอิงหลักการของสหประชาชาติที่จะไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง หลักสิทธิมนุษยชน หลักความเสมอภาคทางเพศ หลักความยั่งยืน และหลักภูมิคุ้มกันต่อวิกฤต จึงมีความสอดคล้องในระดับสูงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีของประเทศไทย และร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 การถ่ายทอดแนวคิดและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนลงสู่ภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ และภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการขับเคลื่อนในเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) และโปรแกรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของสหประชาชาติ (UNEP) ได้กำหนดนิยามของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่าเป็นการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเน้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ โดยครอบคลุมทุกประเภทของการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวกระแสหลักและการท่องเที่ยวทางเลือกต่าง ๆ ทั้งนี้การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงให้ความสำคัญกับประเภทของการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางและเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวสีเขียว เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเทศไทยได้นำแนวความคิด โมเดลเศรษฐกิจ BCG (BCG Model) มาประยุกต์ใช้ให้เกิดความยั่งยืนในปัจจุบัน อันประกอบด้วย เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจ สีเขียว (Green Economy) เป็นกลไกที่มีศักยภาพสูงในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศอย่างทั่วถึง สามารถกระจายโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันสามารถสร้างให้ประเทศไทยก้าวขึ้นเป็นผู้นำระดับโลกในบางสาขาที่ประเทศไทยมีศักยภาพ โดยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่กับสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงหลักคิดเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นการบูรณาการระหว่างภาคประชาชน ภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ อีกทั้ง BCG Model ยังทำหน้าที่บูรณาการการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) จากฐานความหลากหลายของทรัพยากรชีวภาพและวัฒนธรรม และผลผลิตทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ เพื่อรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง BCG Model กับการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ มีความเชื่อมโยงกัน 5 เป้าหมาย ได้แก่ เป้าหมายที่ 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง การจ้างงานเต็มที่มีประสิทธิภาพ เป้าหมายที่ 9 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและส่งเสริมนวัตกรรม เป้าหมายที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 13 รับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและ

ผลกระทบที่เกิดขึ้น และเป้าหมายที่ 15 ปกป้อง พื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (ประชาคมวิจัยด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว, 2561) BCG Model นี้ จึงนับเป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญที่จะช่วยให้ประเทศไทยมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติได้อย่างเป็นรูปธรรม

แนวความคิดด้านความยั่งยืนก่อให้เกิดแนวคิดเรื่องความเป็นกลางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ซึ่งหมายถึง การที่ปริมาณการปล่อยคาร์บอน (CO_2) เข้าสู่ชั้นบรรยากาศเท่ากับปริมาณคาร์บอนที่ถูกดูดซับกลับคืนมาผ่านป่าหรือวิธีการอื่น การประชุม COP21 ในปี ค.ศ. 2015 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ได้เกิดข้อตกลงที่เรียกว่าความตกลงปารีส (Paris Agreement) ที่มีเป้าหมายร่วมกันในการควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้สูงขึ้นเกิน 2 องศาเซลเซียส และพยายามตั้งเป้าหมายสูงสุดไว้ที่ไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส เมื่อเทียบกับยุคก่อนปฏิวัติอุตสาหกรรม การที่อุณหภูมิของโลกเพิ่มขึ้นเพียง 0.5 องศาเซลเซียส ก็ส่งผลกระทบอย่างมหาศาลต่อโลก ทั้งการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และภัยพิบัติต่าง ๆ (UNFCCC, 2015) อย่างไรก็ตาม “Emissions Gap Report 2019” ที่เผยแพร่โดยโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) แสดงให้เห็นว่ายังมีช่องว่างขนาดใหญ่ระหว่างเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนของประเทศต่าง ๆ กับเป้าหมาย 1.5 °C ในการประชุม COP26 จึงทำให้นานาประเทศต่างประกาศเป้าหมายมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการหยุดยั้งอันตรายของมวลมนุษยชาติ และประเทศไทยโดยนายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้แสดงเจตนารมณ์ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยประกาศเป้าหมายการเข้าสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี ค.ศ. 2050 และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี ค.ศ. 2065 สำหรับประเทศไทยปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นอันดับที่ 21 ของโลก ในปี ค.ศ. 2019 ประเทศไทยปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับ 354 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และคาดว่าจะปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงสุดเท่ากับ 368 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ภายในปี ค.ศ. 2025 เพื่อเข้าสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี ค.ศ. 2050 และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นศูนย์ ภายในปี ค.ศ. 2065 ตามที่ได้ประกาศไว้ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้กำหนดเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย (Nationally Determined Contribution; NDC) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20-25 เป็นร้อยละ 30-40 จากระดับปกติ ภายในปี ค.ศ. 2030 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2565) จะเห็นได้ว่าเป้าหมายของประเทศไทยมีความท้าทายและต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ซึ่งหนึ่งในนั้นคือภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ กระแสเงินตราไหลเวียนในประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมและขนส่ง รวมถึงการค้าและการลงทุนที่ช่วยเพิ่มการขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อ้างอิงจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account: TSA) ในปี พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยว (Tourism Gross Domestic Product: TGDP) มากถึง 3,005,552 ล้านบาท หรือเท่ากับสัดส่วนร้อยละ 17.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)) ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ รวมถึงศิลปวัฒนธรรมที่งดงาม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ วิถีชีวิตและอัธยาศัยไมตรีที่ดึงดูดใจของคนไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยขนานรับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเห็นได้จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ภายในระยะเวลา 5 ปี คือ “การท่องเที่ยวไทยของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม (Rebuilding High Value Tourism Industry with Resilience, Sustainability and Inclusive Growth)” เมื่อมองลึกลงไปในมิติสิ่งแวดล้อม ประเด็นเรื่องการต่อยอดคุณค่าให้กับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจะพบว่ามีตัวอย่างแนวทางการพัฒนาที่กล่าวถึง การบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ ปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ด้วย จึงแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศที่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการต้องมีส่วนรับผิดชอบ ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ 13 ของเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals (SDGs)) การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมีผลสำคัญอย่างยิ่งต่ออนาคตของประเทศไทย โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (The Tourism World Organization, United Nation (UNTWO)) ตั้งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เรียกว่า “การจัดทำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายในปี ค.ศ. 2030 (2030 Agenda for Sustainable Development and the Sustainable Development Goals (SDGs))” หรือ โดยมีทั้งหมด 17 ข้อ เพื่อเป็นหลักจริยธรรมในการท่องเที่ยว และเพิ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจและสังคมในการท่องเที่ยวและในขณะเดียวกันลดผลกระทบเชิงลบที่สามารถเกิดได้ในอนาคต (UNWTO, 2020)

พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีคนที่ 29 ของประเทศไทยนำเสนอยุทธศาสตร์แห่งรอยยิ้ม (SMILES) เป็นกระบวนทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว ในการสัมมนากำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย (Thailand Tourism Congress 2022) ปาฐกถาพิเศษเรื่อง “ยุทธศาสตร์การยกระดับการท่องเที่ยวไทยสู่การท่องเที่ยวคุณภาพที่ยั่งยืน” ที่จังหวัดภูเก็ต และได้กล่าวช่วงตอนหนึ่งของการปาฐกถาพิเศษว่า “การระดมความคิดและร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ถือเป็นโอกาสสำคัญในการร่วมกันกำหนดทางเดินของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ให้มียุทธศาสตร์อย่างรู้ทันแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยทุกประเทศต่างมียุทธศาสตร์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก และสร้างการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งต่อหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศให้คนรุ่นต่อไป” (กรมประชาสัมพันธ์, 2565) ยุทธศาสตร์แห่งรอยยิ้ม (SMILES) ได้แก่

S – Sustainability ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ทั้งเรื่องการใช้พลังงาน Carbon Footprint ไปจนถึงขยะเศษอาหาร

M – Manpower ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยว ที่มีทักษะในระดับนานาชาติ แต่รักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทยได้อย่างมีเสน่ห์

I – Inclusive Economy ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจแบบมีส่วนร่วม ครอบคลุมคนทุกเพศทุกวัย ออกแบบสถานท่องเที่ยวให้ตอบสนองกับทุกคน และสร้างโอกาสในการทำงานให้กับผู้ด้อยโอกาส

L – Localization ให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ชูจุดเด่นที่แตกต่างกัน และนำมาร้อยเรียงกัน

E – Ecosystems ให้ความสำคัญกับระบบนิเวศทางการท่องเที่ยว รวมถึงการลดเงื่อนไขขั้นตอนทางด้านกฎหมาย ให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีภูมิทัศน์ด้านทันทต่อการเปลี่ยนแปลง

S – Social Innovation ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมด้านสังคม ที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป

ยุทธศาสตร์แห่งรอยยิ้ม (SMILES) ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อคุณค่าของสิ่งแวดล้อม คุณค่าวัฒนธรรม คุณค่าความเป็นไทย ผลักดันนวัตกรรมด้านสังคมที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไปจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเดินหน้าต่อไป และเป็นกำลังสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) กำลังเป็นกระแสโลกที่ให้ความสำคัญกับการดำรงรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ลดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและปัญหามลพิษ ในปัจจุบันประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวสีเขียว โดยมีปัจจัยสำคัญที่เป็น

แรงผลักดันและแรงดึงดูดหลายประการ ปัจจัยหลักดันที่สำคัญ ได้แก่ การเติบโตอย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเติบโตเร็วกว่าความสามารถในการกระจายและการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นไปสู่แหล่งท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้เกิดความแออัดและความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มในการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผ่านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพเด่นชัด นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ และความผันผวนของสภาพภูมิอากาศที่เป็นผลกระทบจากสภาวะโลกร้อนที่รุนแรงเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประชาคมโลกต่างให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในส่วนของปัจจัยดึงดูดที่สำคัญคือการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตกับการพัฒนาเข้าสู่การท่องเที่ยวสีเขียว คือการที่ประเทศไทยกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ส่งผลให้ประเทศไทยมีความจำเป็นในการยกระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาคการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่จากประเทศที่พัฒนาแล้วต่างให้ความสำคัญต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมในภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยจุดหมายปลายทางมากขึ้น (ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว พ.ศ. 2560-2564) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564b)

เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติสวยงาม และเป็นต้นแบบของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environment Friendly Tourism) พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อไปสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างเป็นระบบตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC) ของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council) ซึ่งหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของเกณฑ์ คือ การปกป้องสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ สร้างประโยชน์ต่อธุรกิจและชุมชนในท้องถิ่น การวิเคราะห์ผลกระทบและบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้ง เกาะหมาก ได้พัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยว (Low Carbon Tourism) ร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) เพื่อพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยว เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ ทดลอง นวัตกรรม และยกระดับรูปแบบการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อความยั่งยืนในอนาคต ซึ่งกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยว เป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ต่อยอดจากแนวคิดจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญต่อทรัพยากรธรรมชาติในแง่ของการท่องเที่ยวภายในประเทศ และในปี พ.ศ. 2566 เกาะหมาก จังหวัดตราด ได้รับรางวัล 2023 Green Destination Story Awards ด้านการจัดการและฟื้นฟู ในลำดับที่ 2 โดยคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการประกาศให้เป็นสุดยอดแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน 100 แห่งของโลก ในปี พ.ศ.2565

จาก Green Destination Foundation จัดขึ้นในงาน ITB Berlin สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ซึ่งเป็นงานมหกรรมส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565b) ดังนั้น เกาะหมาก จังหวัดตราด ถือเป็นตัวอย่างที่ดีในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายอื่น ๆ ของประเทศไทยควรถอดบทเรียนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากเกาะหมาก จังหวัดตราด เนื่องจากตลอดเวลาที่ผ่านมา หลายภาคส่วนในสังคมยังมีความเข้าใจ ที่คาดเคลื่อนต่อแนวคิดการท่องเที่ยวสีเขียว โดยเข้าใจว่าการท่องเที่ยวสีเขียวครอบคลุมเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่แท้จริงแล้วการท่องเที่ยวสีเขียวมีขอบเขตรอบคลุมถึงการท่องเที่ยวทุกประเภทกิจกรรมและองค์ประกอบในภาคการท่องเที่ยวทั้งในระดับจุดท่องเที่ยวและพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับมิติด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจเป็น จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีเป้าหมายเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวสีเขียว และการท่องเที่ยวสีเขียวก็เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อีกทั้งหลายชุมชนในพื้นที่เป้าหมายการพัฒนาท่องเที่ยวยังไม่มีแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ประกอบกับหลายชุมชนยังไม่เข้าใจนโยบายของรัฐบาล ไม่เข้าใจแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยังไม่มีความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนอกจากนี้หลายชุมชนยังคงขาดงบประมาณในการดำเนินการ การรณรงค์สื่อสารเพื่อให้ชุมชนร่วมวางแผนแบบบูรณาการยังไม่ดีพอ ประการสุดท้ายการรณรงค์เพื่อกำกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางของ การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมยังไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอ

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ งานวิจัยครั้งนี้ ต้องการศึกษาปัจจัยและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ด้วยการวิเคราะห์และถอดบทเรียนปัจจัยความสำเร็จจากแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของเกาะหมาก เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในพื้นที่เป้าหมายการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราดเป็นอย่างไร
2. จากการถอดบทเรียนเกาะหมาก ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมคืออะไร
3. จากการถอดบทเรียนของเกาะหมาก จะวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด
3. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) โดยข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยเทคนิคการสำรวจ (Survey Research) โดยข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและการตีความเพื่อสร้างข้อสรุป ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้ในการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวของไทยสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ นักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 30 ปี (Youth Tourist) และนักท่องเที่ยวอายุ 30 ปี หรือมากกว่า (Adult Tourist)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งมีมาตรการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) ตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) คือ ตัวแปรที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบคาร์บอนต่ำ

2) ตัวแปรแฝงหรือตัวแปรองค์ประกอบ (Latent Variable) คือ ตัวแปรที่รวบรวมข้อมูลมาจากตัวแปรเชิงสังเกต ตัวแปรแฝง ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่เพื่อทำการและเก็บข้อมูลศึกษา ในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด โดยพื้นที่ในเกาะหมากที่ผู้วิจัยวางแผนสำหรับการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ได้แก่ บริเวณอ่าวตานิด อ่าวไผ่ อ่าวโปรง อ่าวผาด และอ่าวแดง

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด โดยการดำเนินการศึกษาข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิจากทฤษฎี แนวคิด เอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัย ร่วมกับการใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผน กำหนดทิศทางการดำเนินการวิจัย การเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอนการวิจัย และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ให้เกิดความเชื่อมโยงกับงานวิจัย

1.4.3 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสม โดยแบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) สำหรับการศึกษาในการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความเห็นของแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐ หรือผู้แทนจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้แทนจากกรมการท่องเที่ยว ผู้แทนจากท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด ผู้แทน

จากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตราด ผู้แทนจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และผู้แทนจากสำนักงานพื้นที่พิเศษ 3 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐมีอำนาจในการกำหนดนโยบาย วางแผน และรับนโยบายมาปฏิบัติโดยตรงในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1.2 ผู้เชี่ยวชาญจากภาคผู้ประกอบการ จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการนำแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้ในสถานประกอบการ

1.3 ผู้เชี่ยวชาญภาคชุมชน ประชาชนในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำนวน 8 คน

1.4 ผู้เชี่ยวชาญภาควิชาการ นักวิชาการ อาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ได้แก่ อาจารย์ด้านท่องเที่ยวจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อาจารย์ด้านท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยพะเยา อาจารย์ด้านท่องเที่ยวจากมหาวิทยาลัยบูรพา อาจารย์ด้านสิ่งแวดล้อมจากมหาวิทยาลัยมหิดล และอาจารย์ด้านสิ่งแวดล้อมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ให้ข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ในการกำหนดกระบวนการตัดสินใจ ต้นน้ำ กลยุทธ์และโครงการในการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามจำนวน 500 ชุด เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด โดยแบ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยตามช่วงอายุ 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 30 ปี (Youth Tourist) และนักท่องเที่ยวอายุ 30 ปี หรือมากกว่า (Adult Tourist) ช่วงอายุละ 250 ชุด

1.4.4 เวลาในการทำวิจัย

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณของการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2567 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2568

1.5 สมมติฐานของการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัยตามหลักทฤษฎีและแนวคิด สามารถสรุปออกมาเป็นสมมติฐานการวิจัยได้จำนวน 6 ข้อ ข้อมูลสนับสนุนการตั้งสมมติฐานการวิจัยอยู่ในหัวข้อ 2.14 หน้า 172

1. สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 1

H1: ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

(Environmental Management)

2. สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 2

H2: ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

3. สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 3

H3: ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

4. สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 4

H4: ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience)

5. สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 4

H5: ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

6. สมมติฐานที่ต้องการทดสอบความแตกต่างระดับความสำคัญของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ โดยภาพรวมจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

H6: ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด เมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวแล้วแตกต่างกัน

1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น

ข้อตกลงเบื้องต้น ในการจัดลำดับผลการวิจัย สถานภาพ ลักษณะการดำเนินงานโดยทั่วไป และความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด

1. การนำเสนอข้อมูลเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย เมื่อค่าเฉลี่ยเท่ากันจะบรรยายค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่น้อยกว่าขึ้นก่อน

2. ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยครั้งนี้ ใช้ทศนิยม 2 ตำแหน่ง ยกเว้น ผลการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนกับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลังปรับปรุงตัวแบบจะใช้ทศนิยม 3 ตำแหน่ง

3. การจัดลำดับความสำคัญของค่าน้ำหนักในแบบจำลองจะเรียงตามค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) จากมากไปหาน้อย ถ้ากรณีค่าน้ำหนักเท่ากันจะเรียงลำดับตามค่า C.R. (Critical Ration) ที่มีค่ามากกว่าขึ้นก่อนและจะบรรยายค่า C.R. กำกับไว้

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องที่เห็นควรนำมาให้คำจำกัดความเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ซึ่งมีดังต่อไปนี้

การพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development) หมายถึง การทำให้การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น และเป็นที่พึงพอใจกับการเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ทำการพัฒนา ทั้งนี้ จำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพและความต้องการของชุมชน และเกิดการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม

การส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) หมายถึง การสื่อสารและดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรควบคู่กันไป ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โฆษณา ข้อมูลหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว ทั้งภายในและภายนอกองค์กร และมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความรับผิดชอบและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น โดยสามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนท้องถิ่นได้ด้วย โดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมุมมองเพื่อความยั่งยืน คือ รักษาสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศน์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้อยู่ในสภาพเดิมให้มากที่สุดและการท่องเที่ยวนี้ร่วมสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาวด้วย

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวทุกรูปแบบที่มีการจัดการทรัพยากรในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจพร้อมกัน โดยมีภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกันในพื้นที่ เพื่อนำมาสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอนาคต

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรม รักษาสิทธิของวัฒนธรรม

และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชนในท้องถิ่น รวมทั้งเปิดประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชน รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทาง เศรษฐกิจแก่คนในท้องถิ่น สนับสนุนและส่งเสริมกลไกการบูรณาการการท่องเที่ยวไปสู่การวางแผน กำหนดนโยบาย สร้างการตระหนักรู้ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดำเนินการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) หมายถึง การดำเนินการอย่างมีระบบในการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยว โดยไม่มีผลกระทบต่อระบบสิ่งแวดล้อม เพื่อจะมีทรัพยากรใช้ได้ตลอดไป โดยมีการประเมินผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อมมาเป็นแนวทางวางแผนการจัดการและปฏิบัติ โดยสามารถระบุสภาพปัญหาและวางแผนแก้ไขปัญหาก่อนการลงมือปฏิบัติดำเนินโครงการ เตรียมแผนการไว้ใช้ระหว่างและหลังการดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาระบบ โดยไม่สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งกระจุกกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้พื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด และก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วนร่วมมือกันการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตามตรวจสอบ และการประเมินผลร่วมกันเป็นไปอย่างมีอิสระภาพและเสมอภาค เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนากระบวนการดำเนินงาน และใช้ความเชี่ยวชาญของแต่ละภาคส่วนในการแก้ปัญหาของพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายและพัฒนาการดำเนินงานการท่องเที่ยวให้มีความโปร่งใสและให้มีประสิทธิภาพ

แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้แนวทางการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานทดแทน และการส่งเสริมการเดินทางที่ลดการใช้พลังงานฟอสซิล รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำมุ่งเน้นให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีกลไกในการบริหารจัดการที่คำนึงถึงความยั่งยืนของธรรมชาติและสังคมในระยะยาว เช่น การนำเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ในกระบวนการท่องเที่ยว การจัดการขยะและของเสียอย่างเป็นระบบ การลดปริมาณการใช้น้ำและพลังงาน รวมถึงการส่งเสริมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไม่สร้างมลพิษ โดยมีมาตรฐาน

ในการประเมินและรับรองเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง

ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) หมายถึง ประสบการณ์ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางบุคคลหรือกลุ่มคนทั่วไปที่ได้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยใช้ทั้งเหตุและผลรวมไปถึงอารมณ์ในการตัดสินใจด้วยเหตุผลต่าง ๆ ในเรื่องของค่าใช้จ่าย ความน่าเชื่อถือ เวลาสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่พักและการบริการที่ได้รับรู้จากการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงข้อมูลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบในเวลาเดียวกัน ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ความต้องการ ความคาดหวังจากการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นำจดจำ ประทับใจทำให้เกิดมีความพึงพอใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมซ้ำอีกครั้งและส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการทบทวนสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวและมีการบอกต่อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง ประสิทธิภาพและคุณภาพของดำเนินกิจกรรมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เกิดองค์ความรู้ใหม่สำหรับปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยวให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เกิดองค์ความรู้ใหม่จากการตกผลึกทางความคิดของปัจจัยและเงื่อนไขสู่ความสำเร็จ จากถอดบทเรียนความสำเร็จของเกาะหมาก
3. เกิดนวัตกรรมแนวทางการพัฒนา Green Destination สำหรับเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยว ในรูปแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นต้นแบบการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างบูรณาการความรู้จากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการวิจัยนี้ ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หันมาสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
5. นักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา สามารถนำผลการวิจัยนำผลการวิจัย ในครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานวิจัย และการค้นคว้าด้านการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวให้เป็นเมืองเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บทที่ 2

เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 12 หัวข้อ ดังนี้

- 2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
- 2.2 หลักการของการวางยุทธศาสตร์
- 2.3 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
- 2.4 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Tourism)
- 2.5 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน
- 2.6 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2.7 การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด
- 2.8 ชุมชนศึกษา: ทรัพยากรการท่องเที่ยวของเกาะหมาก จังหวัดตราด
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.10 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัญหาและองค์ประกอบของงานวิจัย
- 2.11 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.12 กำหนดสมมติฐานของงานวิจัยตามทฤษฎี

2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงและ เสริมแต่งแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพเดิมไปสู่สภาพใหม่ที่ดีกว่า ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ส่วนในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554) การพัฒนา หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่ว ๆ ไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือ การทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สอดคล้องความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ดียิ่งขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง การพัฒนามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเปลี่ยนแปลง การพัฒนา หมายถึง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว การทำลักษณะเดิมเปลี่ยนไปโดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า

สภาพเก่าแต่โดยธรรมชาติแล้วการเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดปัญหาเพียงแต่ว่าจะมีปัญหามากหรือน้อย

สรุปความหมายของการพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มนุษย์ต้องการทำให้ดีขึ้นตามความคิดของตน มีการกำหนดทิศทาง หรือการเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้แน่นอน ล่วงหน้า ซึ่งทิศทางที่กำหนดขึ้นจะต้องเป็นของดีสำหรับกลุ่มหรือชุมชนที่สร้างขึ้น การเจริญเติบโตเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้าอย่างมีระบบทั้งในรูปธรรม คือ สิ่งที่เป็นรูปร่างและนามธรรมคือสิ่งที่บังเกิดผลทางใจหรือความรู้สึกนึกคิด ซึ่งสามารถวัดและประเมินค่าของความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การทำให้การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นและเป็นที่พึงพอใจกับการเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ทำการพัฒนา ทั้งนี้จำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพและความต้องการของชุมชน และเกิดการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเน้นเป้าหมายเชิงรุกไปที่การเติบโตเชิงปริมาณจากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ทำให้การท่องเที่ยวขาดคุณภาพ ขาดการกำหนดทิศทางในการพัฒนา และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (สภาปฏิรูปแห่งชาติ, 2558) ในอดีตที่ผ่านมานักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเนื่องจากราคาถูก แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น ควรสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างจริงจัง เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว การสร้างบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่สำคัญควรสนับสนุนภาคเอกชนและภาคชุมชนให้มีความเข้มแข็ง การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสำเร็จนั้น ต้องประกอบด้วยความสามารถในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการท่องเที่ยว และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถในการรับรองนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ปรัชญา บุญเดช, 2561) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนในการสร้างความร่วมมือ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองในลักษณะต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวควรได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความใส่ใจในสุขภาพและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว โดยสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น ซึ่ง

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างทางสังคมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติในการทดแทนฟื้นฟูให้สามารถผลิต และให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดไปโดยไม่ลดถอยหรือเสื่อมโทรมลง (ปรัชญา บุญเดช, 2561) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาและการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อันประกอบด้วยการบริหารจัดการแผนงาน งบประมาณ และทรัพยากรบุคคล เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพในการบริการและสินค้าทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการบริหารจัดการความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างมาตรการกำกับ ดูแล ควบคุม แหล่งท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและรักษาความเชื่อมั่นในระยะยาว

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้ให้นิยามความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sonuç, 2020) คือ การท่องเที่ยวที่มีแนวทางพัฒนาและการจัดการซึ่งต้องนำมาใช้กับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบในทุกพื้นที่ จุดหมายปลายทาง โดยมีหลักการซึ่งครอบคลุมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งจะต้องเป็นการพัฒนาที่มีความสมดุลของทุกด้านดังกล่าว เพื่อประกันความยั่งยืนระยะยาว การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนเสียทุกฝ่าย ตลอดจนผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งที่จะประกันการมีส่วนร่วมที่กว้างขวาง และมีการตกลงมีความคิดร่วมกัน การก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นกระบวนการที่ต้องทำต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ และจำเป็นต้องมีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นระหว่างพัฒนา ตลอดจนนำแนวทางแก้ไขผลกระทบ และมาตรการเพื่อป้องกันผลกระทบมาประยุกต์ใช้ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องให้ความสำคัญในระดับสูงแก่นักท่องเที่ยว โดยปลูกจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวให้ร่วมสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ พยอ ม ธรรมบุตร ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือการพัฒนาซึ่งนำผลกระทบทั้งในปัจจุบันและในอนาคตด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มาพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยไม่ลืมหาพิจารณาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และชุมชนเจ้าบ้านของแหล่งท่องเที่ยว (พยอ ม ธรรมบุตร, 2558) และสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดอย่างยืนยาว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการที่หลากหลาย จึงมีความเกี่ยวพันและมีภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะก่อประโยชน์มากมาย แต่อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาทำให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งเกิดจากการแสวงหารายได้ของการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ตามมา ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือจากทุกฝ่าย การทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องประสานจึงมีความสำคัญยิ่ง หน่วยงานสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 5 ภาคส่วนหลัก ๆ คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาควิชาการและ NGOs โดยหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย ดำเนินการ กำกับ ควบคุม ดูแลและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่ภาคเอกชนเป็นพันธมิตรสำคัญในการขับเคลื่อน กระตุ้นและส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป การท่องเที่ยวต้องผ่านกระบวนการจัดการและพัฒนาองค์ประกอบทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง โดยหน่วยงานสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต้องใช้องค์ความรู้จากศาสตร์ต่าง ๆ ในเชิงบูรณาการทั้งด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การตลาด การจัดการ ภูมิศาสตร์ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการต่าง ๆ ต้องมีทั้งเชิงรุกและเชิงรับ โดยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานของทรัพยากรที่มีอยู่และเกิดผลกระทบด้านลบต่อสังคม วิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยการส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมบูรณ์ ซึ่งเป็นหนทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมา มุ่งเน้นเพื่อตอบสนองเป้าหมายด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยอาศัยทุนเดิมที่มีอยู่คือทุนทางธรรมชาติ ซึ่งส่งผลกระทบตามมามากแต่ประเทศไทยยังมีโอกาสในด้านการท่องเที่ยว จึงควรใช้โอกาสนี้พัฒนาให้เกิดความยั่งยืนทางด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบหรือสร้างกลไกในการบริหารจัดการความเสี่ยงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ชัดเจน โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน การปรับมิติด้านการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับระดับชุมชน เพื่อให้เกิดการกระจายการพัฒนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วถึง โดยบทบาทของแต่ละภาคส่วนในการมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว เริ่มต้นจากองค์กรภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่ส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวตลอดจนการแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวทุกประเทศที่เข้ามาเที่ยวองค์กรภาครัฐมีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดจะเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มและส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ขององค์กรท่องเที่ยวแห่งชาติตามที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) แบ่งออกเป็น 5 ประการ (วรรณฯ ศิลปอาษา, 2549) โดยมีประเด็นดังนี้

- 1) การบริหารงานทั่วไปในการเดินทางและท่องเที่ยวโดยกำหนดกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ
- 2) การวางแผนและการลงทุนในด้านต่าง ๆ เช่น การวางแผนด้านกายภาพในระดับชาติ การวางแผนด้านเศรษฐกิจ การวางแผนเป้าหมายทางสังคมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมและพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการลงทุน ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวการลงทุนด้านที่พักแรม มีการจัดทำแผนพัฒนาและกำหนดมาตรฐานการบริการ
- 3) การวิจัยและสถิติในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์ ประกอบการพิจารณาตัดสินใจ กำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อคุณภาพและศักยภาพของการท่องเที่ยวและทิศทางของการนำไปสู่แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต การสำรวจตลาดการท่องเที่ยว
- 4) การฝึกอบรมด้านวิชาชีพเพื่อตระหนักถึงคุณค่าเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งต่อท้องถิ่นและประเทศชาติโดยรวม
- 5) การส่งเสริมการตลาดในด้านต่าง ๆ เป็นการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ที่ดีและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศสู่สายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นอีกหน่วยงานที่มีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถดึงความได้เปรียบของทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอยู่ในท้องถิ่น หรือในชุมชนมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นแหล่งสร้างรายได้ของประชาชนในท้องถิ่นที่สำคัญได้อีกด้วย (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) การพัฒนาการท่องเที่ยวถือเป็นบทบาทหนึ่งที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถดึงความได้เปรียบของทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอยู่ในท้องถิ่นหรือในชุมชนมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นแหล่งสร้างรายได้ของประชาชนในท้องถิ่นได้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) สำหรับการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากระหว่างหน่วยงานราชการและต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนในชุมชนที่ต้องร่วมมือร่วมใจส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตน การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ และบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นเป็นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งได้รับถ่ายโอนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนับเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่ง ในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับความอยู่ดีกินดีของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ อีกด้วย จะเห็นได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้นต้องมองที่พื้นฐานและความพร้อมของทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น เพื่อนำมาเป็นจุดเด่นหรือจุดขาย โดยการอนุรักษ์ความเป็นวิถีชีวิตแบบที่เป็นอยู่ โดยที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ผลักดันให้เกิดพัฒนาเพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวตามบริบทและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ๆ

ชุมชนท้องถิ่นคือภาคส่วนที่มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอาศัย การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็น อย่างยิ่งในการผลักดันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนประสบความสำเร็จ (Sangkyun Kim และ คณะ, 2014) ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะถูกมองเป็นเหมือนดาบสองคมที่ส่งผลกระทบทั้งทางบวกและ ทางลบต่อประชาชนในชุมชน (Wang & Pfister, 2008) ดังนั้นระดับการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในชุมชนการท่องเที่ยว จึงมีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญกับการรับรู้ผลกระทบจากการ ท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รับผลประโยชน์ส่วนบุคคลจากการท่องเที่ยว (Hanafiah และ คณะ, 2013) ในด้านของเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม หากผลกระทบเชิงลบจากการ ท่องเที่ยวของชุมชนสูงกว่าผลประโยชน์ส่วนบุคคล ย่อมส่งผลให้ประชาชนในชุมชนเกิดการคัดค้าน การท่องเที่ยว และไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ปัจจัยของการมีส่วนร่วมของ ประชาชนมีทั้งความผูกพันในชุมชน ต้องการให้ชุมชนพัฒนาขึ้น การมองเห็นผลประโยชน์ต่าง ๆ จาก การเข้าร่วม ปัจจัยผลักดันจากบุคคลอื่น ความเกรงใจต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือผู้นำ รวมทั้งจาก ปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ประชาชนเข้าไปมีส่วน ร่วมในกิจกรรม แต่การมีส่วนร่วมนั้นต้องเกิดจากความเต็มใจที่จะเข้าร่วม เพราะจะทำให้เกิด ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน (สิรินภา จงเกษกรณ์ & กนก กานต์ แก้วนุช, 2564)

การทำงานร่วมกันแบบบูรณาการตามแนวคิดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว โดยที่ การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลมีความคิดและเป้าหมายที่เหมือนกันได้เข้ามา มีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และร่วมกันรับผลประโยชน์ โดยจะต้องเข้ามามีส่วน ร่วมในทุกขั้นตอน (เชาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564) การมีส่วนร่วม คือความเกี่ยวข้องทางด้าน อารมณ์และจิตใจของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ทำให้เป็นเหตุให้กระทำเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่ม และทำให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกัน โดยกระบวนการในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจ ทราบถึงปัญหาของชุมชน และร่วมมือเข้ามามีส่วนร่วมในชุมชน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (เพชรอำไพ มงคลจิระเดช และ คณะ, 2557)

- 1) การศึกษาและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 2) การให้ความรู้และความเข้าใจแก่คนในชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่
- 3) ร่วมกันวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน
- 4) การดำเนินงานตามแผน
- 5) การติดตามและประเมินผลร่วมกันแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและ

มาตรฐานอย่างยั่งยืน

เงื่อนไขของการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 3 ประการ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552) ได้แก่

- 1) การที่ประชาชนจะต้องมีอิสรภาพในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว
- 2) จะต้องมีความเสมอภาคในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 3) ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมจะต้องมีความสามารถในการเข้ามามีส่วนร่วม

การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น เป็นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งได้รับถ่ายโอนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นับเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่ง ในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับความอยู่ดีกินดีของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ อีกด้วย โดยอาศัยความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างใกล้ชิด รวมทั้งมีการปรับมิติด้านการท่องเที่ยวให้มีความสำคัญกับระดับชุมชน เพื่อให้เกิดการกระจายการพัฒนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ทั่วถึง พร้อมทั้งปรับบทบาทของภาครัฐจากการควบคุม ดูแลกำกับ เป็นการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน โดยควรให้ความสำคัญใน 4 เรื่อง คือ

- 1) การปรับโครงสร้างหรือบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้มีภารกิจเชื่อมโยงและสนับสนุนภาคเอกชน
- 2) การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งไม่ใช่เฉพาะบุคลากรภาคเอกชน แต่หมายรวมถึงท้องถิ่นและชุมชนด้วย
- 3) การเพิ่มบทบาทความรับผิดชอบของหน่วยงานในระดับจังหวัดในการส่งเสริม พัฒนาและแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดและท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ
- 4) ส่งเสริมให้นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือในการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

การมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเริ่มมีตั้งแต่การให้ข้อมูลของท้องถิ่น การเตรียมการ จัดการการควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากร การมีส่วนร่วมในการบริหารและการได้ประโยชน์ ดังนั้น องค์กรชุมชนจึงมีความสำคัญในกระบวนการมีส่วนร่วมองค์กรของชุมชน อาจเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวของประชาชนในชุมชนเป็นองค์กรภายใต้กฎหมายที่กำหนดบทบาทของปัจเจกบุคคล ฉะนั้นจึงควรผลักดันให้องค์กรดังกล่าวเป็นองค์กรของประชาชนที่แท้จริงเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว อีกทั้งในระดับปฏิบัติการควรมีรูปแบบเป็นองค์กรกึ่งอิสระไม่เป็นทางการเกินไป ไม่อิสระเกินไป โดยมีระบบการได้รับผลประโยชน์ร่วมกันเป็นครรลอง ผลประโยชน์ต่าง ๆ กล่าวคือ หากชุมชนมีส่วนร่วมมากหรือมีอำนาจเพียงพอในการร่วมควบคุมการท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดการ

พัฒนาคนเป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถจัดสรรผลประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและเกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น โดยสิ่งสำคัญที่จำเป็นคือการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลรักษาทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการเพิ่มทักษะในการจัดการและประสานงานกับภายนอกการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่นจึงต้องเป็นการมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ท้ายที่สุดชุมชนสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีการรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืนสังคมพัฒนาอย่างเหมาะสม โดยการพัฒนาการของชุมชนเอง

2.2 หลักการของการวางยุทธศาสตร์

แนวคิดด้านการวางแผนกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) เป็นการวางแผนที่นำมาใช้เพื่อกำหนดแผนการทำงานด้านต่าง ๆ ในระยะยาวอย่างสอดคล้องกับสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการก้าวไปในอนาคต มีการพิจารณาความสามารถขององค์กร และวิเคราะห์ปัจจัยที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อองค์กรในอนาคตเพื่อบอกทิศทาง การดำเนินงานและแนวทางปฏิบัติที่จะบรรลุตามเป้าหมายต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ แผนยุทธศาสตร์ หรือแผนกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่จะช่วยชี้แนะการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ช่วยชี้แนะแนวทาง การติดตามความก้าวหน้าและปรับแนวทางการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อนำไปสู่ การบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ นอกจากนี้แผนยุทธศาสตร์จะช่วยให้องค์กรทั้งภาครัฐและ เอกชนแก้ไขปัญหาได้ทันการณ์มีผลการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และยังเป็น การช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร อันจะนำไปสู่การเป็นองค์กรที่มี ประสิทธิภาพภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่อง ในอนาคตแผนยุทธศาสตร์จะทวี ความสำคัญต่อองค์กรภาครัฐมากขึ้นหน่วยงานภาครัฐทุกหน่วยงานจะต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ อย่างเป็นระบบ ซึ่งจะต้องเปิดเผยสู่สาธารณะและถือเป็นเงื่อนไขการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐ

ความหมายของยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ (Strategy) นักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ (Ubben & Hughes, 2001) เป็นคำที่มาจากภาษากรีก Strategos ซึ่งเป็นการ รวม 2 คำ เข้าด้วยกันคือ คำว่า Stratos ที่มีความหมายว่า กองทัพ และคำว่า Ago หมายถึงการนำ หรือคำแนะนำ ซึ่งเมื่อเอามารวมกันจะมีความหมายว่าวิธีการหรือแนวทางในการนำทัพ ซึ่งเป็นคำที่ใช้ ในวงการทหารเป็นหลักแต่ในปัจจุบัน นำไปใช้ในทุกภาคส่วนโดยทั่วไปแล้ว (Fred R. David, 2000) กลยุทธ์หมายถึงแผนงาน แนวทางหรือวิธีการที่จะนำองค์กรไปสู่ผลที่สอดคล้องกับภารกิจและ จุดมุ่งหมายรวมขององค์กร การกำหนดกรอบและทิศทางระยะยาวขององค์กร โดยมีการจัดสรร ทรัพยากรท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่ท้าทายเพื่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร รวมถึงมีความสอดคล้องกับ ความต้องการทางการตลาดและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความหมายของยุทธศาสตร์ (บาเพ็ญ โมตรีโสภณ, 2555) หมายถึง ยุทธศาสตร์เป็นการมององค์กรในสภาพที่เป็นอยู่ปัจจุบัน และการมุ่งไปสู่อนาคตด้วยการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ พิจารณาความสามารถขององค์กรวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกในจุดที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน โอกาส ปัญหา และอุปสรรค รวมถึงการคาดเดาการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่มีผลต่อทิศทางและการดำเนินการขององค์กร การเลือกใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มี และการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการเลือกใช้วิธีต่าง ๆ และนำมากำหนดเป็นทิศทางการดำเนินการขององค์กร เพื่อดำเนินการไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ หรือเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน อีกทั้ง นครชาติ เผื่อนปฐม ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ หมายถึง ยุทธศาสตร์เป็นคำที่มีความหมายเดียวกับคำว่ากลยุทธ์หรือแผน (Plan) ซึ่งรวมถึงกลวิธี (Tactics) หรือแนวทางการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง การบรรลุจุดประสงค์หรือเป้าหมายของงานหรือองค์กรที่กำหนดไว้ (นครชาติ เผื่อนปฐม, 2554) ประกอบกับที่ พนิดา คล้อยสวัสดิ์ ได้ให้ความหมายยุทธศาสตร์ หมายถึง การวางแผนการดำเนินการและการควบคุมในแนวทางเชิงกลยุทธ์ เพื่อช่วยให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล (พนิดา คล้อยสวัสดิ์, 2551) สุดท้าย สายฝน ภาณุมาศ ให้ความหมายยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการในการบริหารองค์กรโดยคำนึงถึงสิ่งที่ผ่านมาปรับปรุงและพัฒนาเป็นแบบแผนในการทำงานขององค์กรในปัจจุบันและมุ่งผลสำเร็จในอนาคต เพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร (สายฝน ภาณุมาศ, 2550)

ในมุมมองของนักวิชาการต่างชาติได้ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ (Paul, 1983) หมายถึง ชุดของทางเลือกระยะยาวเกี่ยวกับเป้าประสงค์เชิงปฏิบัติการและนโยบายรวมทั้งแผนปฏิบัติการของแผนงานของรัฐบาล ซึ่งองค์กรภาครัฐบาลกำหนดโดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของแผนงานที่รัฐบาลกำหนดไว้ และสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของแผน อีกทั้ง Gregory Dess และคณะ ให้ความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์ เป็นแผนงานที่ผู้บริหารระดับสูงใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารองค์กร โดยมีปัจจัยเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจและการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ภายใต้สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อให้ได้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ เพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมาย (Gregory Dess และคณะ, 2010) นอกจากนี้ Goetsch and David ให้ความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์ หมายถึง เครื่องมือสำหรับกำหนดทิศทางขององค์กรในอนาคตและบอกเส้นทางที่จะนำองค์กรจากปัจจุบันไปสู่เป้าหมายใน 5-10 ปี โดยแผนยุทธศาสตร์ต้องง่าย ชัดเจน อยู่บนพื้นฐานของความจริง ใช้ระยะเวลาในการวางแผนพอสมควร และเขียนแผนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร (David L. Goetsch & Stanley Davis,

2006)

สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ หมายถึง แผนการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างหนึ่งอย่างใดอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยการวางแผนงานสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมาย ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม กล่าวคือ การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและภัยคุกคาม (อุปสรรค) หรือการวิเคราะห์ SWOT ในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อประกอบการวางแผนการใช้ทรัพยากรที่ประหยัด และบรรลุเป้าหมายสูงสุด ความหมายที่ง่ายที่สุดนั้น ยุทธศาสตร์ หรือ Strategy ก็คือ แผนการปฏิบัติที่รวบรวมความพยายามทั้งหลายเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในยุคปัจจุบันนี้จะเป็นการเที่ยงตรงมากกว่า

หากพิจารณาว่า Strategy คือขบวนการตัดสินใจอันซับซ้อนซึ่งเชื่อมโยงวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายสุดท้าย (End) เข้ากับ วิธีหรือหนทาง (Ways) และวิธีการหรือเครื่องมือ (Means) ในอันที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ยุทธศาสตร์ในระดับสูงสุดของประเทศ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ เป็นกระบวนการซึ่งวัตถุประสงค์หลักของชาติได้รับการยอมรับ

ส่วนในด้านแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ยุติ นิรัตน์ตระกุล (2557) ได้อธิบาย ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวว่าเป็นการกำหนดทิศทางหรือหนทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่หนึ่งให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกในยุคโลกาภิวัตน์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และคำนึงถึงปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ฐานทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม (ยุติ นิรัตน์ตระกุล, 2556)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์เป็นวิธีการหรือแนวทางซึ่งรวมถึงกลวิธีในการใช้ศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การบรรลุจุดประสงค์หรือ เป้าหมายของงานหรือองค์กรที่กำหนด ส่วนการวางแผนยุทธศาสตร์เป็นการวางแผนอย่างเป็นกระบวนการและขั้นตอนในการคิดและกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบายขององค์กรเพื่อให้องค์กรปรับการทำงานให้สามารถมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพสูงสุด ไปสู่วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.2.1 กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์

กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์มีขั้นตอนดังนี้ (ชนินทร์ ชุณหพันธุ์รักษ์, 2544)

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นการพิจารณาตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรทั้งภายในและภายนอกอย่างรอบคอบ เพื่อค้นหาโอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) จุดเด่น (Strengths) และจุดด้อย (Weaknesses) ขององค์กรเพื่อที่ผู้บริหารจะสามารถกำหนดภารกิจและเป้าหมายของกิจการได้อย่างเหมาะสม หลังจากนั้นจะได้พิจารณา

กำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมทั่ว ๆ ไป เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน อันได้แก่ คู่แข่งขัน ลูกค้าและชุมชน เป็นต้น ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาจุดเด่นและจุดด้อยจากการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ขององค์กรเอง เช่น การดำเนินงานด้านการตลาด การผลิต การเงินและการบัญชี เป็นต้น ในการวางแผนกลยุทธ์ผู้บริหารจะต้องพยายามหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ หลีกเลี่ยงอุปสรรคต่อการดำเนินงาน โดยจุดเด่นของกิจการมาทำให้เกิดประโยชน์ ลดจุดด้อยหรือเปลี่ยนจุดด้อยให้เป็นจุดเด่นให้ได้ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการกำหนดเป้าหมายกว้าง ๆ ขององค์กรถึงสิ่งที่ต้องการในอนาคต โดยยังไม่ได้กำหนดวิธีการในการดำเนินการไว้ วิสัยทัศน์เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงทิศทางขององค์กรในอนาคต นอกจากนั้นจะเป็นแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการชี้นำว่าองค์กรพยายามจะทำอะไรและจะเป็นอะไร

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดภารกิจ (Mission) เพื่อระบุขอบเขตการดำเนินงานขององค์กร โดยกำหนดไว้เป็นข้อความภารกิจ (Mission Statement) เพื่อกำหนดทิศทางขององค์กรในอนาคต โดยทั่วไปข้อความภารกิจจะมุ่งเน้นประเด็นที่แสดงออกอย่างชัดเจน และมีความเฉพาะเจาะจงในคุณลักษณะของแต่ละหน่วยขององค์กรว่ามีอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าหมาย (Goals) เป็นการกำหนดผลลัพธ์ที่องค์กรคาดหวังไว้ หรือเป็นจุดมุ่งหมายที่องค์กรต้องการจะบรรลุ เป้าหมายจะเป็นสิ่งที่ทำให้ภารกิจขององค์กรเป็นจริงยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) วัตถุประสงค์ คือ สิ่งที่องค์กรต้องการที่จะบรรลุ แต่จะมีรายละเอียดที่มากกว่าเป้าหมาย วัตถุประสงค์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรที่จะใช้เป็นแนวทางขั้นพื้นฐานสำหรับการวางแผน การจัดองค์กร การจูงใจและการควบคุม รวมทั้งเป็นตัวกำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมาย

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดนโยบาย (Policies) เป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน เพื่อให้กลยุทธ์ที่กำหนดไว้บรรลุผลตามที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) การกำหนดกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ โดยทั่วไปกลยุทธ์จะมี 3 ระดับ ได้แก่ (1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) มักถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูง กลยุทธ์ระดับนี้ถูกกำหนดเพื่อบรรลุเป้าหมายโดยรวมขององค์กร มีการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางขององค์กรนั้น ๆ (2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้กลยุทธ์ระดับองค์กรบรรลุ สิ่งสำคัญของกลยุทธ์ระดับนี้ คือ เป็นการค้นหาวิธีการแข่งขันให้กับแต่ละ

ธุรกิจที่องค์กรดำเนินงานอยู่ และ (3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ทางธุรกิจ (Functional Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้นตามหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อที่จะทำให้การดำเนินงานบรรลุผลตามกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

นอกจากนี้ ดำรงค์ วัฒนา ได้กล่าวถึง ขั้นตอนในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 2) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อระบุสภาพในอนาคตและการดำเนินงานที่ต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะบอกความคาดหวังและความปรารถนาที่อยากจะให้เกิดอะไรขึ้นตามเจตนารมณ์ที่มุ่งมั่นไว้ 3) พันธกิจ (Mission) ที่แสดงถึงขอบข่ายหรือวิธีการในการดำเนินงานของหน่วยงานที่จะปฏิบัติให้สำเร็จตามวิสัยทัศน์ 4) ยุทธศาสตร์ เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการกำหนดทิศทางขององค์กร 5) การกำหนดกลยุทธ์ (Tactic) เป็นแนวทางหรือวิธีการต่าง ๆ ที่จะนำองค์กรไปสู่การบรรลุผลตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ 6) การแปลงกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติต้องอาศัยแผนปฏิบัติการเป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นแนวปฏิบัติสำหรับส่วนงานต่าง ๆ ที่เป็นไปอย่างสอดคล้องประสานกันทั้งในด้านทิศทางและจังหวะเวลา โดยมีองค์ประกอบดังนี้ ชื่อกลยุทธ์หรือแผนงาน วัตถุประสงค์ที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ ชื่อโครงการ/งาน/กิจกรรมต่าง ๆ เป้าหมายหรือตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ ระยะเวลาในการดำเนินการ ผู้รับผิดชอบในการดำเนินโครงการให้บรรลุผลสำเร็จ และงบประมาณ (ดำรง วัฒนา, 2546)

การจัดทำแผนกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์จึงมีความเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก กล่าวคือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเป็นการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรจากทรัพยากรภายในและสมรรถนะในการใช้ทรัพยากร หรือจากการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ (Critical Success Factor) ความเชื่อมโยงของคุณค่าหรือค่านิยม (Value Chains) และกระบวนการหลักหรือระบบธุรกิจขององค์กร เพื่อประโยชน์ต่อองค์กร (เอกชัย บุญยาธิฐาน, 2553) ทั้งที่เป็นผลดีหรือความได้เปรียบในการแข่งขัน และที่เป็นผลเสียหรือความเสียเปรียบในการแข่งขัน ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการประเมินโอกาสและอุปสรรคขององค์กรจากสภาวะภายนอก ทั้งที่เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมของตัวงานจากภายนอก (Task Environment) ที่เอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาว

การศึกษาสภาพแวดล้อม หรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม สามารถใช้เทคนิค SWOT Analysis ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis คือ เทคนิคอย่างหนึ่งที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำ

ผลที่ได้ในรูปแบบจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) มากำหนดเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการวางแผนและพัฒนาองค์กร (เอกชัย บุญยาพิษฐาน, 2553) เทคนิค SWOT Analysis ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้วยการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์การจากทรัพยากรภายในและสมรรถนะในการใช้ทรัพยากร และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ด้วยการประเมินโอกาสและอุปสรรคขององค์การจากสภาวะภายนอก ทั้งที่เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมของตัวงานจากภายนอกที่เอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จขององค์การ สำหรับรายละเอียดและขอบเขตของคำว่า SWOT นั้น ความหมายของแต่ละคำมีดังนี้

1) Strength หรือ S หมายถึง จุดแข็ง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในชุมชน โดยการประเมินข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของทรัพยากรของชุมชน ที่คาดว่าจะสนับสนุนให้การจัดการท่องเที่ยวบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งจะพิจารณาจากตัวแปรด้านต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น

2) Weakness หรือ W หมายถึง จุดอ่อน เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในชุมชนโดยการประเมินข้อเสียเปรียบหรือจุดด้อยของทรัพยากรชุมชน ซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคที่ขัดขวางมิให้การจัดการท่องเที่ยวบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งจะพิจารณาเช่นเดียวกับจุดแข็ง

3) Opportunity หรือ O หมายถึง โอกาส เป็นการพิจารณาปัจจัยภายนอกชุมชน โดยการประเมินโอกาสหรือเงื่อนไขที่คาดว่าจะเอื้ออำนวยต่อการจัดการท่องเที่ยวให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งพิจารณาจากตัวแปรด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมืองและเทคโนโลยี

4) Threat หรือ T หมายถึง อุปสรรค เป็นการพิจารณาปัจจัยภายนอกชุมชน โดยการประเมินอุปสรรคหรือเงื่อนไขที่ขัดขวางการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งจะพิจารณาจากตัวแปรด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกับโอกาส

จากองค์ประกอบในแต่ละด้านของ SWOT นั้น กระบวนการของการวิเคราะห์ SWOT จะประสบความสำเร็จได้ต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้ (ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์, 2553)

1) ใช้การมีส่วนร่วมสูงสุด ทุกระดับ การมีส่วนร่วมทำให้สมาชิกชุมชนทราบทิศทางและแผนงานของชุมชน

2) เป็นเวทีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะเกิดจากการร่วมคิดร่วมเสนอร่วมอภิปรายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนหรือของตนเองให้กระจ่างชัดเจนขึ้น

3) การใช้เหตุผลคิดและตัดสินใจอย่างรอบคอบ SWOT จึงเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เหตุผลในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์

4) การใช้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมที่ได้จากประสบการณ์ในชุมชนหรือวิทยากร ข้อมูลที่ถูกต้องจะต้องเกิดผลดี SWOT คือ การมองการณ์ไกล กำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์สอดคล้องกับสถานการณ์ และระบุจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคได้ ใกล้เคียงความจริง

5) การกระตุ้นให้คิดและเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้น เพราะผู้เข้าร่วมจะเป็นผู้กระทำต่าง ๆ ตามขั้นตอนหากผู้เข้าร่วมทำไม่ได้ในขั้นตอนใดก็ไม่สามารถข้ามไปได้ ผู้เข้าร่วมอาจไม่เคยคิดหรือเห็นแง่มุมใหม่ ซึ่งเป็นการเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้นให้ชัดเจนขึ้น ความชัดเจนมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา

6) การเป็นเจ้าของหรือพันธสัญญา เพราะได้ร่วมคิดวิเคราะห์ อภิปรายจนไปสู่การตัดสินใจของชุมชนเอง ในการกำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ของกลุ่ม ทำให้เกิดความผูกพันการเป็นเจ้าของ

7) การปฏิบัติทันที กระบวนการ SWOT เผยให้เห็นจุดอ่อนที่เป็นปัญหาที่จะต้องแก้ไขเร่งด่วน เมื่อเสร็จสิ้นการวางแผนผู้เข้าร่วมจะต้องลงมือปฏิบัติแก้ไขทันที จึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการวิเคราะห์ SWOT ทำให้เกิดผลทางการปฏิบัติการ

เมื่อได้ผลจากการวิเคราะห์ SWOT แล้ว การวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT เพื่อพัฒนาชุมชนสู่การท่องเที่ยว มีวิธีการโดย กำหนดให้จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชนอยู่ในแนวนอนหรือแกนเอ็กซ์ (X) และโอกาสดับภัยคุกคามอยู่ในแนวตั้งหรือแกนวาย (Y) โดยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ได้ว่า ชุมชนควรจะใช้ยุทธศาสตร์ใดเป็นสิ่งสำคัญและเหมาะสม ดังนั้นในการวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT จะทำให้ทราบว่าชุมชนควรปรับปรุงหรือจะเจริญก้าวหน้า (เอกชัย บุญยาพิษฐาน, 2553) โดยการวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT ดังนี้

ถ้า W มากกว่า S, O มากกว่า T แสดงว่า ชุมชนมีโอกาที่จะพลิกฟื้น ปรับปรุงชุมชนเพื่อดำเนินการท่องเที่ยวได้

ถ้า W มากกว่า S, T มากกว่า O แสดงว่า ชุมชนต้องระมัดระวัง โอกาสในการจะพัฒนาไปข้างหน้าอย่างมาก สถานการณ์ในชุมชนแย่มาก ๆ ต้องรอโอกาสไว้ก่อน

ถ้า S มากกว่า W, T มากกว่า O เช่น ถ้าเป็นการผลิตสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลอาจต้องพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น เพราะสินค้าเราดีแล้ว แต่สินค้าเราผลิตอาจมีชุมชนผลิตมามากเราอาจจะต้องเลี้ยงไปหาตลาดอื่น ๆ หรือ ไปผลิตภัณฑใหม่ ๆ มาเพิ่มแทน

ถ้า S มากกว่า W, O มากกว่า T แสดงว่า ชุมชนมีโอกาสนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ เพราะมีจุดแข็งที่ดี และโอกาสจากภายนอกสนับสนุน

2.2.2 เทคนิคการสังเคราะห์ด้วยตาราง TOWS Matrix และการกำหนดกลยุทธ์

การจัดทำ TOWS Matrix เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์กรหรือชุมชนจะต้องมีการจับคู่ประเด็นต่าง ๆ เข้าด้วยกันเสียก่อน จากปัจจัยหลักทั้ง 4 ตัว คือ จุดแข็ง(Strength) จุดอ่อน(Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ซึ่งการจับคู่จากปัจจัยหลักทั้ง 4 นี้ จะทำให้เกิดกลยุทธ์ 4 ประเภท (เอกชัย บุญยาธิฐาน, 2553) ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1: SO (Strengths–Opportunities)

เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการเอาจุดแข็งขององค์กรไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตามไปรวมกับโอกาสที่ดีจากภายนอกที่เหมาะสมกัน เป็นกลยุทธ์ที่ทุกองค์กรแสวงหาและต้องการให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่เพื่อปกป้องจุดแข็งของตนเอง และหาโอกาสที่ดีจากภายนอกมาใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ หากกลยุทธ์นี้สามารถนำไปแก้ไขจุดอ่อนขององค์กรได้ จะยังมีประโยชน์มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2: WO (Weakness–Opportunities)

เป็นกลยุทธ์ในการพยายามที่จะลดจุดอ่อนของตนเอง และเพื่อที่จะนำเอาโอกาสที่ดีข้างนอกมารวมกับจุดอ่อนขององค์กรที่ตรงกัน เพื่อพัฒนาให้เกิดประโยชน์กลยุทธ์ในส่วนนี้จะช่วยในการกำหนดวิธีการปรับปรุงจุดอ่อนแล้วเปลี่ยนเป็นจุดแข็ง

กลยุทธ์ที่ 3: ST (Strength–Threats)

เป็นกลยุทธ์ที่เอาจุดแข็งขององค์กรมาจับคู่กับภัยคุกคามจากภายนอก เพื่อต่อสู้กับภัยคุกคามนั้น จุดมุ่งหมายก็คือ เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งและลดปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่า องค์กรจะเอาจุดแข็งของตัวเองไปสู้กับภัยคุกคามภายนอก เพราะการทำให้แบบนี้ไม่แน่ว่าอาจสร้างความเสียหายให้กับองค์กรได้ แต่สิ่งที่องค์กรควรจะทำก็คือ นำจุดแข็งไปลดทอนปัญหาที่เกิดขึ้น หรือไม่ก็เปลี่ยนภัยคุกคามนั้นให้เป็นโอกาสเสีย

กลยุทธ์ที่ 4: WT (Weakness–Threats)

เป็นกลยุทธ์ที่จับคู่กันระหว่างจุดอ่อนขององค์กรกับภัยคุกคามจากภายนอกที่ตรงกันเพื่อพยายามที่จะลดทอนปัญหาทั้งสองที่เกิดขึ้น คือ ลดทั้งจุดอ่อนและภัยคุกคามที่มีมาจากภายนอก องค์กรใดที่ตกอยู่ในภาวะที่ถูกสภาพแวดล้อมภายนอกคุกคาม แล้วตัวเองก็ไม่มีกำลังความสามารถ ซึ่งองค์กรอาจจะมีทางเลือกสองทาง คือ ต่อสู้เพื่อความอยู่รอดหรือไม่ก็ต้องหลบหนี แต่ในทางธุรกิจยังมีทางเลือกอื่นให้เดินเหมือนกัน เช่น การควบรวมกิจการ หรือลดทอนธุรกิจที่ตัวเองทำอยู่เพื่อลดจุดอ่อน เป็นต้น

เทคนิคการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจสู่การวางยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับชุมชนนั้น โดยหลังจากที่ชุมชนเลือกยุทธศาสตร์ทางเลือกที่เหมาะสมได้แล้ว ชุมชน

จะต้องมีการศึกษาเชิงประเมิณผลอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ซึ่งนับเป็นหัวใจหลักสำคัญของการพัฒนา



ภาพที่ 1 เทคนิคการสังเคราะห์ด้วยตาราง TOWS Matrix

ที่มา: <https://www.penfill.co/strategy/tows-matrix/>

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์กรหรือชุมชน โดยจับคู่ประเด็นต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ได้แก่ กลยุทธ์ SO กลยุทธ์ ST กลยุทธ์ WO และกลยุทธ์ WT มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและการส่งเสริมการตลาดให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2.3 การจัดการเชิงกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศ

การวางแผนจัดการเชิงกลยุทธ์ ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารเหนือกว่าคู่แข่งหรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา การวางแผนเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในองค์กรช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้

ทั้งนี้ไม่จำกัดเฉพาะแต่องค์การภาครัฐหรือภาคเอกชนแต่อย่างใดเพราะกลยุทธ์สามารถกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรได้

การจัดการกลยุทธ์ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรเป็นส่วนประกอบ และอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน โดยทั่วไป หมายถึง การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) จากนั้นจึงวางแผนเป้าประสงค์ (Goal) ขององค์กรทั้งในระยะสั้น และระยะยาว จากนั้นจึงวางแผนทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการตามพันธกิจ อันนำไปสู่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การวางแผนกลยุทธ์ (Strategy Planning) หมายถึงกระบวนการวางแผนอย่างต่อเนื่องในการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าประสงค์ระยะยาว ให้ชัดเจนแน่ชัดมีการวิเคราะห์อนาคตและคิดเชิงการแข่งขัน ในการปรับตัวสูงขององค์กรภายใต้บริบทของสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรการกำหนดกลวิธีที่เหมาะสม การปฏิบัติงานตามกลวิธีที่กำหนดไว้ การใช้อำนาจหน้าที่ในการควบคุมในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อทำให้มั่นใจว่ากลวิธีขององค์กรที่นำมาใช้สามารถนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้

การวางแผนกลยุทธ์เป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน (Guidelines) หรือการกำหนดวิธีปฏิบัติที่ชัดเจน (Course of Action) ทั้งนี้โดยคำนึงถึงสถานการณ์แวดล้อมที่ผ่านการวิเคราะห์อย่างแยบยล และเป็นการกำหนดแผนในเชิงพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงาน คำนึงถึงความสอดคล้องกับการปฏิบัติที่ได้ผลในอดีต เน้นความยืดหยุ่นที่ผู้ปฏิบัติสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และต้องกำหนดสถานะหรือตำแหน่งของการทำงานหรือการบริการให้สอดคล้องกับลักษณะของความต้องการของผู้รับบริการ อาจเป็นค่านิยมร่วมองค์กร เพื่อปฏิบัติให้สำเร็จตามแนวทางที่กำหนดเป็นอุปายหรือขั้นเชิงในการทำงานที่ต้องใช้สิ่งจูงใจในเชิงบวกและการสร้างภาวะกดดันต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอดและความก้าวหน้า (Growth) ขององค์กรหรือหน่วยงานหรือของธุรกิจของตน มีการคิดเชิงรุก เน้นคุณภาพและความเป็นเลิศ

2.2.4 ยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยว

การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวมีแนวคิดด้านการวางแผนการท่องเที่ยวมี 5 แนวคิด (พยอม ธรรมบุตร, 2546) ดังนี้

1) การวางแผนการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างเงิน (Boos tourism)

นักพัฒนาคือผู้คิดสร้างกำไร โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นโดยปราศจากความคิดเรื่องอนุรักษ์ ชุมชนชาวบ้านไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนา นักพัฒนาต้องการสร้างโรงแรมเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงการทำลายสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและวัฒนธรรม

2) การวางแผนการท่องเที่ยวแนวเศรษฐกิจ (Economic Based)

นักพัฒนาคือนักเศรษฐศาสตร์ ซึ่งพิจารณาว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งของเศรษฐกิจใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ เพื่อการเติบโตและฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติ เป็นการสร้างเงินสร้างงาน และการพัฒนาภูมิภาคต่าง ๆ โดยยังไม่มีความคิดด้านการอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

3) การวางแผนการท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์พื้นที่การท่องเที่ยว (Destination Based)

นักพัฒนาคือนักวางแผนการใช้ที่ดินและนักวางแผนผังเมือง ซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying Capacity) การกำหนดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Acceptable Change) การจัดการผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (Visitor Impact Management) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และการกระจายการท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อพื้นที่

4) การวางแผนการท่องเที่ยวแนวยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community Based)

นักพัฒนาคือผู้ประกอบการ การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชนโดยให้ชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวแทนการเป็นแรงงานราคาถูก มีการวางแผนพัฒนาท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

5) การวางแผนท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

นักพัฒนาคือนักวางแผนแบบบูรณาการ มีการวางแผนท่องเที่ยวบูรณาการเข้ากับการวางแผนพัฒนาด้านจิตสำนึกไปในแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ตั้งไว้ แนวคิดในแนวนี้นี้คือ แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พิจารณาถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจและผลกำไรได้ คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานกันระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย (Pike, 2008) สอดคล้องกับแนวความคิดของ Buhalis ที่ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ หรือ 6 A's (Buhalis & Spada, 2000) ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่

มนุษย์สร้างขึ้น สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ

2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก การจัดเลี้ยงและการบริการท่องเที่ยว
4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมไว้โดยคนกลางระหว่างที่นักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน
5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไพร่ชนีย์ และการโทรคมนาคม

เช่นเดียวกับ Dickman (1996) และ Middleton (2009) เห็นสอดคล้องกันว่าองค์ประกอบ การท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว (Sharron Dickman, 1996; Victor Middleton และคณะ, 2009) เนื่องจากสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ และได้แบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยว ออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือทรัพยากร การท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อการกระตุ้นการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลอย่างยิ่ง ต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง Middleton (1994) สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีความแตกต่างกัน แต่โดยรวมสิ่งดึงดูดใจ (Victor Middleton และคณะ, 2009) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สถานที่ ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attractions) และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญอีก ประการหนึ่งในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่าง ๆ ผ่าน เข้าออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานที่ทันสมัยมีสายการบินมาลงมาก พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการ ผ่อนผันคลายระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ยังรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ ออกกำลังกาย สถานที่บันเทิงห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสาร บริการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับบุคคลที่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อ ธุรกิจ การคมนาคมที่สะดวกนับได้ว่าสำคัญอย่างยิ่ง บริการต่าง ๆ นี้นำมาซึ่งการอำนวยความสะดวก

และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว

4. การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available Packages) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการให้บริการเป็นชุด โดยในแพ็คเกจหนึ่ง ๆ จะประกอบไปด้วยการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่าในกรณีที่แยกใช้บริการทีละอย่าง โดยจะดึงดูดใจให้ลูกค้าเห็นความคุ้มค่า และเลือกใช้บริการมากกว่าเลือกใช้บริการเพียงอย่างเดียวหนึ่ง ลักษณะของแพ็คเกจนั้นมีทั้งแพ็คเกจที่นำเสนอตลอดทั้งปีและแพ็คเกจที่จัดขึ้นเฉพาะช่วง

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่หลากหลายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

6. การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) บริการการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล สถานที่ให้บริการโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งสำคัญที่ประการหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงให้กับนักท่องเที่ยว

การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ และควรคำนึงถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การให้บริการการท่องเที่ยว (Ancillary Service) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activities) (Pelasol และคณะ, 2012)

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวนับเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยว ประสบความสำเร็จอีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้ (ประกิจ ลอยเลิศฤทธิ์ และระชนนธ์ ทวีผล, 2560) นอกจากนี้ข้างต้นแล้วองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวซึ่งได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว 2) เจ้าของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน และ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบระหว่างเจ้าบ้าน กับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่จะเชื่อมโยงให้เกิดรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะสร้างความพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังชุมชน ทั้งนี้ชุมชนจึงต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้มีประสิทธิภาพร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่สอดคล้องกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม จึงก่อให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเอาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6As) (Pelasol และคณะ, 2012) ได้แก่ (1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) (2) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การให้บริการของแหล่ง

ท่องเที่ยว (Ancillary Service) 5) การมีที่พักแรมเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) และ 6) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของเกาะหมาก จังหวัดตราด

2.2.6 ประโยชน์และความสำคัญของการท่องเที่ยว

ศุภกิจ อุดมเรือง กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทำรายได้เป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกประเภทอื่น ๆ และเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม (ศุภกิจ อุดมเรือง, 2557) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) การส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่งผลคนในชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยว (Facilities Developed for Tourism Can Benefit Residents) การท่องเที่ยวสนับสนุนให้การพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน โดยประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงระบบสาธารณสุขและการขนส่ง การมีแหล่งสันทนาการและการกีฬาแห่งใหม่ การมีพื้นที่สาธารณะเพิ่มขึ้น รวมถึงการมีตัวเลือกของสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและจำนวนที่มากขึ้น

2) คุณค่าทางวัฒนธรรมและประเพณีได้รับการทะนุบำรุงขึ้นมาใหม่ (Revolution of Culture and Traditions) การพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมการทะนุบำรุงและการสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม อีกทั้งช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและจัดการอย่างยั่งยืนได้ การปกป้องมรดกของท้องถิ่น และการฟื้นฟูงานฝีมือศิลปะและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นขึ้นมาใหม่ นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยด้านการเงินในการอนุรักษ์มรดกท้องถิ่นในส่วนของงบประมาณในการทะนุบำรุงศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย

การท่องเที่ยวส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความภูมิใจของชุมชนท้องถิ่น (Tourism Encourage Civic Involvement and Pride) การพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้ชุมชนเรียนรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ ยังผลให้เกิดความใส่ใจในการมีส่วนร่วมเพื่อการอนุรักษ์ จะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขสำคัญในการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่หลากหลายอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่มีทัศนคติเชิงบวกจะส่งผลให้เกิดแรงสนับสนุนและโอกาสที่ดีกว่าในการพัฒนา สรุปได้ว่าการดำเนินการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืนคือการพัฒนาชุมชนให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการในขั้นตอนการตัดสินใจ เพื่อพิจารณาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะยาวต่อสิ่งแวดล้อมและความเสมอภาคของชุมชน

2.3 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

กระแสความยั่งยืนนั้นเกิดมาตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นต้นมา ทิศทางการพัฒนาของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทุกด้าน จึงทำให้มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในปริมาณมากเพื่อผลิตสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดเหลือน้อยลงจนใกล้จะหมดไปหรืออยู่ในสภาพที่เสื่อมโทรมลง จนไม่สามารถสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างไร้ขีดจำกัด แม้ว่าปรากฏการณ์การพัฒนาดังกล่าวจะนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้า แต่ในขณะเดียวกันได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของมนุษย์ เกิดความเสื่อมโทรมด้านคุณธรรม จริยธรรม คุณภาพชีวิตของมนุษย์ถูกบั่นทอนลงเรื่อย ๆ เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคที่ไม่เหมาะสม ส่งผลให้สังคมโลกต้องตกอยู่ในภาวะสังคมมีปัญหาและการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนจากสภาพปัญหาที่หลายประเทศทั่วโลกประสบกับภาวะความไม่ยั่งยืนของการพัฒนาดังกล่าว ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ทั่วโลกต่างแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็นองค์รวมของทุกด้านอย่างสมดุล เพื่อก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้ สังคมที่ดี มนุษย์มีคุณภาพชีวิตที่ดี ควบคู่กันไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงสภาพเดิมและดีขึ้นอย่างยั่งยืน

วิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้กระตุ้นให้หลายประเทศเกิดความตระหนักที่จะร่วมมือกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และเห็นควรให้มีการจัดการประชุมระดับโลกเพื่อร่วมมือกันพิจารณามาตรการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ประเทศต่าง ๆ กำลังเผชิญอยู่ ในปี ค.ศ. 1987 เมื่อคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาของสหประชาชาติ โดยคณะกรรมการบรันท์แลนด์ (Brundtland, 1987) ได้ตีพิมพ์รายงานที่ชื่อ “Our Common Future” ที่ได้ให้แนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ไว้เป็นครั้งแรก โดยได้ให้นิยามของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืนคือการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำให้ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นต่อไปต้องลดลง” โดยนิยามคำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” มีการนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ภายหลังจากเกิดรายงานที่ชื่อว่า “Our Common Future” หรือ Brundtland Report ได้ให้นิยามไว้

ประเทศไทยได้รับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนมาปรับใช้ดังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ ที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) รัฐได้เน้นการพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาเน้นการ

พัฒนาอย่างองค์รวม โดยใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนให้ดีขึ้น จนกระทั่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระยะที่ 9 (พ.ศ. 2545 -2549) ซึ่งเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศที่ได้ัญเชิญและยึดแนวคิด “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นปณิธานนำทางในการบริหารประเทศ โดยยึดหลักทางสายกลางมุ่งการพัฒนาที่มีดุลยภาพระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลกันสู่การพัฒนาอย่างมีคุณภาพ มั่นคง และยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาประเทศอย่างองค์รวม โดยประชาชนที่มีส่วนร่วมมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน คือ การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของประชาชนอย่างถาวร อีกทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559a) กล่าวถึงสภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นปัญหาและเป็นจุดอ่อนของการรักษาฐานการผลิตและการให้บริการ รวมทั้งการดำรงชีพที่ยั่งยืน ฐานทรัพยากรธรรมชาติถูกนำไปใช้ในการพัฒนาจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ป่าไม้ลดลง ตามหลากหลายทางชีวภาพถูกคุกคาม เกิดปัญหาความขัดแย้งในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น จากการเข้าถึงและการจัดสรรการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและชุมชนเมือง วาระการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ปี ค.ศ.2030 ได้กำหนดทิศทางและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างบูรณาการ เป็นทิศทางหลักในการพัฒนาของโลกหลังปี ค.ศ.2015 โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศไทย

2.3.1 ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) นั้น เป็นคำที่ใช้กันมากในการพัฒนาประเทศ มีการให้คำนิยามแตกต่างกันไปตามการแปลความของประเทศต่าง ๆ และได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายทัศนะ ดังนี้ คณะกรรมาธิการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development [WCED]) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ “การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ลดทอนความสามารถของคนรุ่นต่อมาที่จะตอบสนองความต้องการของพวกเขา” (Sustainable development is development which meets the needs current generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs) ทั้งนี้การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็นสังคมธรรมรัฐ มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี

ประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิตเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Brundtland, 1987) นอกจากนี้องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ยังเสนอเพิ่มเติมว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนควรตั้งอยู่บนรากฐานทางวัฒนธรรมที่ยึดถือคุณค่าของความเป็นมนุษย์ด้วย (UNESCO, 2007)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชนชนบทธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว โดยตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากรและชุมชน ต้องยอมรับให้ทุกภาคส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และอยู่ภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555) สำหรับ Sezgin และ Kalaman ให้นิยามของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเป็นหลักสภาพแวดล้อมและการจัดการนี้จะต้องได้รับการปรับแต่งให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ทางวัฒนธรรม ระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพและการทำงานที่สำคัญ (Sezgin M., 2008) และ UNWTO ให้นิยามของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยรูปแบบเรื่องราวของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมทั้งในปัจจุบันและอนาคตที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อุตสาหกรรมสิ่งแวดล้อมและเจ้าของชุมชน และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism Segments) หากแต่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวม (UNWTO, 2013)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นแนวคิดที่เป็นกระบวนการในการกำหนดแนวทางและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับความสมดุลของการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน มีการขับเคลื่อนกลไกของระบบการพัฒนาด้วยการบริหารจัดการที่ดีของพหุภาคีในการมีส่วนร่วมดำเนินการและปฏิบัติร่วมกัน และมีการกระจายประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาอย่างเป็นธรรมและทั่วถึงในทุกภาคส่วน

2.3.2 องค์ประกอบของความยั่งยืน

การศึกษาแนวคิดและองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืน มีนักวิชาการได้ให้ความหมายและองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือการพัฒนาที่เน้นให้มนุษย์คำนึงถึงขีดจำกัดของ

ทรัพยากรธรรมชาติบนโลก และให้มีการดำเนินการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), 2016) โดยให้เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนทั้งในยุคปัจจุบันและยุคต่อไป อย่างเท่าเทียมกัน

หลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การสร้างสมดุลการพัฒนาระหว่าง 3 มิติ ได้แก่

- 1) มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กระจาย รายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย
- 2) มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้
- 3) มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถ ฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ การปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษได้ โดยให้สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไป

แนวคิดและองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดของพระพรหมคุณาภรณ์ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), 2539) ซึ่งกล่าวว่า กระแสในการพัฒนาแบบใหม่มี 2 กระแส กระแสแรกเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวคิดของคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (CSD) คือมุ่งพัฒนาควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญแก่สิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการเพิ่มจำนวนประชากร ส่งผลให้เกิดปัญหาทรัพยากรย่อยหรือและการเกิดมลภาวะ กระแสที่สองคือการพัฒนาตามแนวคิดของยูเนสโก (UNESCO) ที่ให้ความสำคัญแก่คุณค่าของมนุษย์และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาสำหรับชาวพุทธแล้ว การพัฒนาที่ยั่งยืนควร เป็นการพัฒนาเพื่อสร้างสังคมที่ยั่งยืน ควบคู่กับการตอบสนองความต้องการของคนได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสัตว์ โลก และประชาชนรุ่นต่อ ๆ ไปในอนาคตต้องเตือน (UNESCO, 2007) นั้นหมายความว่า การทำกิจกรรมของมนุษย์ต้องสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ ต้องบูรณาการทั้งเศรษฐกิจและธรรมชาติเข้าด้วยกัน เพื่อจะพิทักษ์รักษา ทรัพยากรธรรมชาติ และกำจัดความยากจนออกไป

นอกจากนี้ พณิดา ตั้งวัฒนาภรณ์ กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นจะต้องมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ (พณิดา ตั้งวัฒนาภรณ์, 2558) ดังนี้

- 1) ด้านหลักการควรมีการคำนึงถึงคุณภาพ โดยแยกออกเป็นลักษณะเฉพาะ ดังนี้
 - (1) คุณภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ด้านนันทนาการของนักท่องเที่ยว ในด้านที่เป็นคุณภาพและคุณประโยชน์
 - (2) คุณภาพของชุมชนที่จะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน
 - (3) คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่จะไม่เสื่อมโทรมลง
- 2) การท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่องระยะยาว และมีความสมดุลระหว่างรายได้ของชุมชน

ท้องถิ่น และความสุขหรือประสบการณ์อันดีที่นักท่องเที่ยวได้รับ

3) รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อาจจะเป็นรูปแบบได้ดังนี้ การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (History Tourism) การท่องเที่ยวด้านเกษตร (Agriculture Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น ด้านคุณภาพ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความสมดุล โดยครอบคลุมมิติการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนอย่างสมดุล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดลำดับความสำคัญระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ว่าจะให้องค์ประกอบใดมีลำดับความสำคัญที่สูงกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ถ้าให้ความสำคัญทางด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอันดับแรก ก็อาจต้องชดเชยด้วยการให้เป้าหมายทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมลดลง ส่วนประกอบของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจนั้นสังคมต้องสร้างความเจริญเติบโตที่ทำให้เกิดกระแสรายได้ที่เหมาะสม ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ จะนำไปสู่เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนต่อไป การพัฒนาที่ยั่งยืนนับเป็นแนวทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมาแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากแนวทางการพัฒนาตามแนวเสรีนิยมใหม่ เพราะนอกจากเกิดปัญหาช่องว่างระหว่างชนชั้นที่สูงแล้ว ยังนำพาการทำลายทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงตามไปด้วย แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงพยายามเติมเต็มโดยสร้างฐานความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทางสังคมและการเมืองโดยตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยังรักษาความมั่นคงของสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน ขณะที่บทบาทรัฐก็ยังคงทำหน้าที่บำรุงรักษาระบบโดยรวมหรือเป็นกลไกกลางในการประสานทั้งภาคเอกชนและภาคประชาชนให้ดำเนินการในกระบวนการทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนสืบต่อไป

2.3.3 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) มีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ จะต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย (World Tourism Organization, 2016) การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน เป็นผลมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอดีตที่ไม่ประสบความสำเร็จขาดการควบคุมที่ดี โดยในอดีตจะไปที่การหวังผลกำไรสูงสุดของ

ผู้ประกอบการ มากกว่าการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งที่ในความเป็นจริงการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้นั้นจะอาศัยองค์ประกอบอีกหลายปัจจัย เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยที่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Tourism) นั้นมีการริเริ่มในปี พ.ศ. 2554 เพื่อตอบรับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกด้านสภาพภูมิอากาศ ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นเป็นสาเหตุหนึ่งให้เกิดภาวะโลกร้อน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การเข้าพักในโรงแรม ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ และแม้แต่ปริมาณขยะที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ในแหล่งท่องเที่ยวก็ตาม การคำนึงถึงการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว โดยเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด หรือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนหรือผู้ประกอบการ เช่น การปลูกต้นไม้ เพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (World Economic Forum, 2020) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งต่อพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานประกอบการ และประชาชนในพื้นที่

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization, 2016) ได้ให้คำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche tourism segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่เรารู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” โดยทั่วไปการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้สำคัญต่อการเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคมและวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันต่อไปจนถึงคนในอนาคต

อทิยาภรณ์ แก่นสุข กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป (อทิยาภรณ์ แก่นสุข, 2559) สามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้

- 1) การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตของความสามารถของธรรมชาติชุมชนชนบทธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อการท่องเที่ยว
- 2) การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชนชนบทธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน
- 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชนชนบทธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

4) การประสานความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

2.3.4 หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Shirley Eber, 1993) มีดังนี้

1) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) คือผู้รับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรทั้งมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างดั้งเดิมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างประหยัด โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่าและคุณภาพของธรรมชาติ ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประกอบอยู่ และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงการสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุข รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุงบำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน รวมทั้งเพิ่มพูนและเสริมสร้างให้มีมากเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสม การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้นต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเหมาะสม และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและลดของเสีย (Reducing Overconsumption and Waste) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้อง จัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติมีคุณภาพเหมือนกันหรือใช้ทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น มีการวางแผนเพื่อการใช้เชื้อเพลิงและไฟฟ้าอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด หรือมีสนับสนุนการพลังงานจากธรรมชาติมาใช้ทดแทนได้ เช่น การใช้กังหันลม การใช้เซลล์พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น ซึ่งการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดการใช้พลังงานไฟฟ้านั้น มีส่วนช่วยในการลดค่าใช้จ่ายหรือลดต้นทุนการผลิต ทำให้ธุรกิจมีผลกำไรมากขึ้น ส่วนการลดของเสียและขยะปฏิกูล ต้องหาวิธีการจัดการโดยการคัดแยกประเภทขยะ สนับสนุนระบบการหมุนเวียนการใช้ (Circular) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ส่วนขยะอินทรีย์และขยะเศษอาหารนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์และน้ำหมัก ปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

3) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมโดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก หรือหมู่บ้านวัฒนธรรม

และแหล่งโบราณคดี อาจเพิ่มกิจกรรมที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น ๆ มีการทำเส้นทางจักรยานให้นักท่องเที่ยว ชี้ชมรอบหมู่บ้าน การเป็นอาสาสมัครนักโบราณคดีขุดค้นโดยมีนักโบราณคดีสอนหลักการเบื้องต้นให้ เป็นต้น

4) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ แต่ต้องประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อมแผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

5) ต้องนำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น การหาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมใหม่ ๆ ในแต่ละตำบล อันเป็นนโยบายของรัฐบาล ปัจจุบันก็เพื่อการขยายฐานสร้างรายได้เสริมให้กับท้องถิ่น

6) การสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (Involving Local Communities) ให้เป็นผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมทำในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วม ทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหา เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวและประเมินผลการท่องเที่ยว เป็นต้น อีกทั้งต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7) ทำการประชุมและปรึกษาหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and The Public) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับพหุภาคี ได้แก่ ชุมชนหรือประชาคมในพื้นที่ หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยวการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกันเป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน เช่น การกำหนดราคาค่าบริการรถโดยสารหรือรถรับจ้างในท้องถิ่นควรเป็นราคารามาตรฐานเดียวกัน หรือการใช้ที่สาธารณะประโยชน์ การจัดการขยะ เป็นต้น

8) การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงาน อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหารให้รู้วิธีการเสิร์ฟอาหารที่เป็นมาตรฐานสากล การฝึกแม่บ้าน ให้การต้อนรับแบบโฮมสเตย์ การอบรมนักท่องเที่ยวอาสาสมัคร เป็นต้น

9) การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม (Preparing Tourist Information) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมมีเพียงพอต่อการเผยแพร่ ซึ่งอาจจัดทำในรูปแบบสื่อ ทัศนูปกรณ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว และคู่มือการตลาดการท่องเที่ยว

10) ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) ความจำเป็นต่อการ แก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า รวมถึงการจัดการคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบ ผลกระทบและการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรงการสอบถามเห็น จากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยวเพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและ แก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวได้

หลักการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 10 ประการนี้ สามารถเป็นกรอบการปฏิบัติใน แหล่งท่องเที่ยวทุกรูปแบบได้ อีกทั้งยังมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่าง ยั่งยืนในบริบทโลกยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักการที่เน้นการอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากร อย่างประหยัดและเหมาะสม เนื่องจากในหลายพื้นที่ปัจจุบันยังขาดความตระหนักถึงคุณค่าของ ทรัพยากร และมักมุ่งเน้นการสร้างรายได้ระยะสั้นเป็นหลัก จนส่งผลให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมในระยะยาว นอกจากนี้ การเน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่นถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้ ควรนำหลักการเหล่านี้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและนำไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริงในระยะยาว

นอกจากนั้นแล้วหลักการของการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนรวม 6 ข้อ (ซัชพล ทรงสุนทร วงศ์, 2545) ดังนี้

1) ความยั่งยืนทางด้านนิเวศ (Ecological Sustainability) เป็นหลักการแรกเสนอว่า ควรมี การคำนวณหาศักยภาพรองรับ (Carrying Capacity) จำนวนนักท่องเที่ยวที่ระบบนิเวศจะสามารถรับ ได้อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นวิธีที่จะช่วยให้วัดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมได้

2) ความยั่งยืนทางด้านสังคม (Social Sustainability) เป็นศักยภาพของชุมชนที่จะรองรับ นักท่องเที่ยวหรือคนมาเยือนได้ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถที่จะดำรงความเป็นชุมชนเดิมอยู่ได้โดยไม่

เกิดความขัดแย้งหรือปัญหาต่าง ๆ อันเกิดจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว และการคำนวนศักยภาพรองรับในด้านระบบนิเวศเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำเช่นเดียวกัน

3) ความยั่งยืนทางด้านวัฒนธรรม (Cultural sustainability) เป็นสิ่งที่วัดและเห็นได้ยากในระยะสั้น หากแต่ค่อย ๆ ส่งผลกระทบต่อชุมชนในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงทางด้านโลกทัศน์ วิถีชีวิตและการดำรงอยู่วัฒนธรรม มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด หลักการแห่งความยั่งยืนทางด้านวัฒนธรรม หมายถึง ศักยภาพของชุมชนในการรับหรือปรับเปลี่ยนหรือคงไว้ ซึ่งวัฒนธรรมของตนเองที่แตกต่างจากของผู้อื่น การแทรกซึมทางวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ แต่ควรจะมีมาตรการในการควบคุมวัฒนธรรมที่เป็นอันตรายต่อวัฒนธรรมเดิมและป้องกันมิให้เกิดการดัดแปลงวัฒนธรรมของชุมชนไปในทางที่เสื่อมทราม

4) ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ (Economic sustainability) หมายถึง การได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงพอกับการจัดการกับต้นทุนด้านอื่น ๆ และการจัดการกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นด้านอื่น ๆ อาจไม่มีประโยชน์เลยหากมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างมากมายแต่ไม่สามารถจัดการกับปัญหาอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) ความยั่งยืนด้านการศึกษา (Educational element) เป็นหลักการที่สำคัญประการหนึ่ง ที่แบ่งแยกระหว่างการท่องเที่ยวแบบเดิมกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งในที่นี้อาจมีได้หมายถึง การได้รับการยกย่องจากสถาบันการศึกษา แต่หมายถึง เกิดการเรียนรู้ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ในส่วนของนักท่องเที่ยว หมายถึง การเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ การปรับตัวของสภาพชุมชนกับสิ่งแวดล้อมและในส่วนของชุมชน หมายถึง การเรียนรู้ในการจัดการ และรับมือกับวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยมีการประเมินผลกระทบต่อชุมชนทั้งระยะสั้นและระยะยาว

6) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Local participation) แนวโน้มของการเปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเข้ามามีการจัดการกับการท่องเที่ยวเองมีแนวโน้มที่ชัดเจนและสูงขึ้น เรื่อย ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงจากการที่มองว่า ชุมชนที่รับการท่องเที่ยวเป็นชุมชนที่เป็นวัตถุทางการท่องเที่ยว เปลี่ยนเป็นให้ชุมชนมีส่วนกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวจัดรูปแบบการท่องเที่ยว

โดยสรุปหลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 6 ประการ นำเสนอแนวทางการจัดการที่ครอบคลุมทุกมิติ ได้แก่ การรักษาความยั่งยืนทางนิเวศ โดยใช้การคำนวนศักยภาพรองรับ (Carrying Capacity) เพื่อจำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนทางสังคม โดยเน้นความสามารถของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยไม่เกิดปัญหาหรือความขัดแย้ง ด้านวัฒนธรรม แม้จะเห็นผลชัดเจนได้ยากในระยะสั้น แต่ชุมชนควรรักษาอัตลักษณ์และป้องกันการแทรกซึมของวัฒนธรรมที่ส่งผลลบ ด้านเศรษฐกิจ ต้องเน้นประโยชน์ที่สมดุลและจัดการต้นทุนต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ด้านการศึกษา ส่งเสริมการเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน และสุดท้ายคือ การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หลักการเหล่านี้จึงเหมาะสมในการใช้กำหนดทิศ

ทางการจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

สอดคล้องกับ ปิยวรรณ คงประเสริฐ ได้ระบุไว้ว่า องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) กล่าวถึงหลักการสำคัญของการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) มีรายละเอียดดังนี้

- 1) มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ (Carrying Capacity) ในการทดแทนฟื้นฟูให้สามารถผลิตและให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดไป โดยไม่ลดถอยหรือเสื่อมโทรมลง ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Local Participation) และความต้องการของชุมชน (Local Needs)
- 2) มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น (Equity)
- 3) ให้ประสบการณ์นันทนาการที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว (Quality of experience)
- 4) ให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากร และวิถีชีวิต (Education and understanding)
- 5) เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และใช้วัสดุในท้องถิ่น (Local Architecture and Local Material)
- 6) เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและระดับประเทศ (Integration of Sustainable Tourism to Local, Regional and National Plans)
- 7) เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานการตัดสินใจ และการติดตามตรวจสอบ (Information and Monitoring)

สรุปได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจำเป็นต้องคำนึงถึงทุกมิติทั้งด้านนิเวศ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การศึกษา และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยต้องมีการกำหนดศักยภาพรองรับที่เหมาะสม กระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม รวมถึงเน้นประสบการณ์ที่มีคุณค่าและการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า หลักการเหล่านี้มีความสำคัญต่อการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เนื่องจากช่วยให้เกิดความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จในการนำหลักการไปปฏิบัติ จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจบริบทพื้นที่และการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของชุมชนเป็นสำคัญ เพื่อสร้างความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพและยาวนานที่สุด ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน (All Tourism Should be Sustainable Tourism) หลักการที่ต้องปฏิบัติจริงจึงได้แก่ การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถรองรับของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชนกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ภายใต้การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการเรียนรู้ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ดังนั้นจึงต้องมีการประสานการจัดการร่วมกัน เพื่อลดผลกระทบต่อระบบ

นิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน อีกทั้งป้องกันปัญหาเรื่องผลประโยชน์และความขัดแย้งด้วยการประสานความต้องการและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ ความยั่งยืนของการดำรงอยู่และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.3.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว โดยปกป้องและรักษาโอกาสให้กับคนในรุ่นต่อ ๆ ไปในอนาคต ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งมวลที่จะสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในขณะที่จะสามารถธำรงรักษาเนื้อหาทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบอื่น ๆ โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน และต้องมีลักษณะการพัฒนาที่เป็นบูรณาการ (Integrated) คือ ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) นั่นคือ องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์และมีลักษณะอีกอย่างหนึ่ง คือ มีดุลยภาพ (Balance) หรือพูดอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้กิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2539) โดยการปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นกับประชาชนทุกคนในประเทศสามัญสำนึกเป็นจุดเริ่มต้นของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ความสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมจะทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวคงอยู่บนโลกได้อย่างยาวนาน เมื่อทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่เกิดความเสื่อมโทรม และสามารถอำนวยความสะดวกต่อบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีแล้ว การท่องเที่ยวก็จะเกิดความยั่งยืนในที่สุด (ซัฟพล ทรงสุนทรวงศ์, 2547)

กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ โดยมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงสามารถรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นไว้ได้ ทั้งนี้ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม จะต้องมีน้อยที่สุด ซึ่งมีเพียงการจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้นจึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

กล่าวได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่สร้างผลกระทบ หรือความเสียหายสู่แหล่งท่องเที่ยวในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการจัดการการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างรอบคอบ

ระมัดระวัง เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ มีการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมที่ชาญฉลาด เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและยาวนาน หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามหลักการของการ พัฒนา การท่องเที่ยวโลก ได้แก่ อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดของเสีย รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถสรุปและแบ่งออกเป็นได้ 6 ด้าน (ธง คำเกิด และคณะ, 2564) ดังต่อไปนี้ คือ

1) องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือน โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2) องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3) องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการ อำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจโดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการท่องเที่ยวของตนเอง และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6) องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

สรุปองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือการที่คนในชุมชนท้องถิ่นได้มี

ส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรมและสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งประเทศ ไทยฉบับปัจจุบัน ที่มุ่งเน้นให้ชุมชนท้องถิ่นมีศักยภาพและความพร้อมในการดูแลจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งท้องถิ่นตนได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตามหลักวิชาการ ดังนั้น กระบวนการสร้างความพร้อมและกระตุ้นการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังของชุมชนท้องถิ่นในการ ดำเนินการด้านการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงานและการติดตามประเมินผลกระทบ ต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็น ก่อให้เกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์จากชุมชนถึงหน่วยงาน รับผิดชอบถึงโอกาสความเป็นไปได้ ข้อจำกัดหรือปัญหาใด ๆ จากการดำเนินการดังกล่าวอีกด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้ชุมชนเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและตระหนักถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการดูแล ทรัพยากรดังกล่าวด้วยตนเอง และสามารถใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีแนวความคิดที่มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไปจากสังคมที่ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เป็นสังคมที่มุ่งเน้นการให้ชุมชนในพื้นที่แหล่ง ท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการร่วมกัน โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องขับเคลื่อนการท่องเที่ยว สู่ความยั่งยืนที่มีลักษณะเป็นแบบบูรณาการ (Integrated) ในมิติ 3 ด้าน ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) ในองค์ประกอบทั้งหลายที่ เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์และมีลักษณะอีกอย่างหนึ่ง คือ มีดุลยภาพ (Balance) คือ การทำให้กิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ การปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ให้เกิดขึ้นกับประชาชนทุกคนในชุมชน จะเป็นจุดเริ่มต้นของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม ซึ่งมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เมื่อทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่เกิดความ เสื่อมโทรม และสามารถอำนวยประโยชน์ต่อบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี การท่องเที่ยวก็จะเกิดความยั่งยืนในที่สุด นั่นคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ โดย มั่นคงท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็น เจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของ ประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้อง ได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรเพื่อ ตอบสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ยังสามารถ รักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้น

อีกทั้งยังสรุปโดยรวมว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างบูรณาการ คือ การท่องเที่ยวที่เกิด ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างพอดี เพื่อสามารถใช้ประโยชน์ได้ยาวนาน มีผลกำไรที่เป็นธรรมและกระจายรายได้สู่คนส่วนมาก อีกทั้งเป็น การท่องเที่ยวที่ไม่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมหรือมีน้อยที่สุด ซึ่งการ

ท่องเที่ยวต้องเป็นการสร้างความสมดุลประโยชน์ 5 ฝ่าย เพื่อก่อให้เกิด การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ ฝ่ายที่ 1 ภาครัฐ ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ฝ่ายที่ 2 กลุ่มผู้ประกอบการ คือ มีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นและแบ่งปันผลประโยชน์แก่ชุมชน ฝ่ายที่ 3 ชุมชนท้องถิ่น คือ เกิดการกระจายรายได้และผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่น เกิดความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ฝ่ายที่ 4 องค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ (Non-Governmental Organizations (NGOs)) รวมถึงภาควิชาการ ซึ่งการเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง (Implementer) การเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Catalyst) และการเป็นผู้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง (Partner) ทั้งในเชิงนโยบายและแบบแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน และสุดท้ายฝ่ายที่ 5 นักท่องเที่ยว คือ เกิดความรู้สึภาคภูมิใจของการเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น เกิดความประทับใจและท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่คงความสวยงามตลอดไป

2.3.6 แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันแนวคิดด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้รับความสนใจและถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (กรมการท่องเที่ยว, 2557a) ได้เสนอหลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ครอบคลุมในหลายมิติ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงและยั่งยืน โดยมีหลักการดังนี้ หลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนี้

1) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่ดูแล รับผิดชอบต่อการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีวิธีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้เพียงพอ ประหยัดและมีประสิทธิภาพอย่างที่สุด อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้นที่มีปัจจัยสำคัญ ประกอบอยู่ด้วยการพัฒนานั้นยังต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมไว้ให้มากที่สุดและเกิดผลกระทบน้อยที่สุด โดยใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีใหม่ ๆ การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมสามารถทำให้ธุรกิจนั้นยืนยาวได้

2) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับลดการก่อของเสีย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพหรืออาจจะหาทรัพยากรที่มีความเหมือนกันมาใช้ทดแทนกันได้ เพื่อเป็นการลดการใช้ทรัพยากรที่อาจจะหมดสิ้นไป ส่วนการลดการก่อของเสีย

(1) ขยะแห้งนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่

(2) ขยะเปียกนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์และน้ำหมักปุ๋ย สามารถนำไปใช้เป็นปุ๋ยได้

3) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ผู้รับผิดชอบการพัฒนาต้องมีการวางแผนที่สามารถขยายฐานการท่องเที่ยว โดยรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมไว้

(1) การเพิ่มคุณค่า เช่น แหล่งท่องเที่ยวรดน้ำตก อาจเพิ่มกิจกรรมการดูนก ฝึเสือ หรือ ปีนหน้าผาหรือหมู่บ้านวัฒนธรรมและแหล่งโบราณคดีอาจเพิ่มกิจกรรมการนั่งเกวียนเทียมวัว การทำเส้นทางจักรยานให้ท่องเที่ยวชมรอบหมู่บ้าน เป็นต้น

(2) การเพิ่มมาตรฐานการบริการ เช่น การส่งบุคลากรไปอบรมด้านต่าง ๆ เช่น ภาษาอังกฤษมัคคุเทศก์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำตามแผนที่วางไว้ แต่จะต้องประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาควบคู่กันด้วย เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต. และเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด เป็นต้น เพื่อให้การพัฒนาในสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพมากขึ้น

5) ต้องใช้การท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจของท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องประสานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อสรรหาทรัพยากรที่โดดเด่นของท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ได้ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น เช่น การหาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมใหม่ ๆ ในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายฐานเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

6) การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์กรร่วม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมทำในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น ร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ หรือเป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกจากนั้นยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7) หมั่นประชุม หรือปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับพหุภาคี ได้แก่ 1) ชุมชนในพื้นที่ 2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว 4) สถาบันการศึกษา 5) สถาบันการศาสนา และ 6) หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่การประชุมปรึกษาหารือ ทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยวการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยอาจจะมีการจัดประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อผิดพลาดมาแก้ไขให้เป็นไปใน

ทิศทางเดียวกันเป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ เช่น การกำหนดค่าบริการเรือโดยสารในการเดินทางท่องเที่ยวควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน

8) การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ โดยจัดให้มีการอบรม การส่งบุคลากรไปศึกษาดูงานการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบผลสำเร็จ จะทำให้บุคลากรมีความรู้หรือแนวทางในการปฏิบัติมากขึ้น นับว่าเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร อีกทั้งยังเป็นการยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว เช่น การอบรมนักสื่อความหมายด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

9) จัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสถานที่นั้น ๆ ให้พร้อมและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อความสะดวกในการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนหรืออาจจะทำให้อยู่ในรูปของสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ คู่มือท่องเที่ยว หรือวิดีโอแนะนำ เป็นต้น

แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรอย่างสมดุล ลดการใช้ทรัพยากรที่เกินจำเป็น รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงเน้นการประสานความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรและการเตรียมข้อมูลที่ครบถ้วน โดยสรุปแล้วแนวทางนี้สามารถนำไปใช้ได้จริง เนื่องจากเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความยั่งยืน และยังช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังจำเป็นต้องมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานให้ชัดเจนและต่อเนื่อง เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกิดประสิทธิผลสูงสุดในระยะยาว

2.3.7 ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ องค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้พัฒนาเกณฑ์ชี้วัดในแต่ละด้านเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีตัวชี้วัดที่สำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ถูกนำมาใช้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ ตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ได้นำเสนอเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการเดินทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รับผิดชอบและรักษาสีแวดล้อม สำหรับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการประยุกต์มาจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มูลนิธิสหประชาชาติ (United Nations Foundation) ร่วมกับองค์การท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) โปรแกรมสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme - UNEP) Rainforest Alliance และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนทั่วโลก รวมทั้งสิ้น 27 องค์กร ได้นำเสนอ “เกณฑ์สำหรับการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” โดยยึดหลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญและแต่ละเกณฑ์มาตรฐานนั้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2560) ประกอบด้วยรายละเอียดที่บ่งบอกว่าควรจะดำเนินการหรือปฏิบัติในเรื่องใดบ้าง จึงสามารถนำไปสู่ความเป็นมาตรฐานขั้นต่ำของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เกณฑ์การชี้วัดที่สำคัญ 4 ด้าน ประกอบด้วย

1) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

(1) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว (Tourism Strategy) มีการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการในระยะยาว มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและมรดกทางวัฒนธรรม คุณภาพการดำเนินงาน สุขภาพ และความปลอดภัย

(2) การจัดการองค์การการท่องเที่ยว (Tourism Management Organization) มีการจัดตั้งกลุ่มองค์กรหรือคณะกรรมการเพื่อรับผิดชอบดำเนินงานเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในประเด็นด้าน สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและมรดกทางวัฒนธรรม

(3) การติดตามประเมินผล (Monitoring) มีระบบตรวจสอบประเมินผลและรายงานต่อ สาธารณะในประเด็นสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและมรดกทางวัฒนธรรม

(4) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Adaptation) มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ยึดหลักของการก่อสร้างอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติ วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น

(5) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Inventory of Attraction Sites) มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีความสวยงามทางทัศนียภาพ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรม เป็นต้น

(6) การวางแผนนโยบาย (Planning Regulations) มีการวางแผนแนวทางการระเบียบและนโยบาย ควบคุมการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างมีทิศทาง เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว ปฏิบัติตามประกาศของผังเมืองหรือเขตการใช้ที่ดินและปฏิบัติตามกฎระเบียบของพื้นที่คุ้มครองหรือพื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า โบราณสถาน โบราณวัตถุหรือพื้นที่หวงห้าม เป็นต้น

(7) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Access for All) มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งสำหรับคนพิการ เด็ก เล็ก และผู้สูงอายุ

(8) สิทธิการครอบครองที่ดิน (Property Acquisitions) มีกฎระเบียบข้อบังคับในการซื้อขายที่ดินและการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการคุกคามสิทธิการใช้ประโยชน์

ทรัพยากรสำหรับชุมชนท้องถิ่น ชุมชนมีสิทธิในการอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้บุคคลภายนอกมาตั้งถิ่นฐานหรือประกอบกิจการในพื้นที่

(9) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) มีการประเมินและตรวจวัด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หรือผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการแก้ไขหรือปรับปรุงสิ่งที่จำเป็นตามความเหมาะสม

(10) มาตรฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability Standards) มีระบบบริหารจัดการภายใต้มาตรฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน

(11) ความปลอดภัย (Safety and Security) มีการจัดการด้านความปลอดภัยด้านชีวิตและทรัพย์สินสำหรับนักท่องเที่ยว

(12) การเตรียมความพร้อมรับมือกรณีฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Preparedness and Response) มีแผนรับมือเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินสำหรับนักท่องเที่ยว มีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และมีการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากร

(13) การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Promotion) สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์มีความสมบูรณ์และถูกต้องตรงกับความเป็นจริง และไม่สัญญาเสนอสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้แก่ผู้รับบริการมากกว่าที่องค์กรหรือบริษัทสามารถทำได้

2) ด้านเศรษฐกิจต่อชุมชนท้องถิ่น

(1) การตรวจสอบทางเศรษฐกิจ (Economic Monitoring) องค์กรหรือบริษัทให้การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนด้านสังคมและสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เช่น การศึกษา สุขอนามัย ความสะอาด เป็นต้น

(2) โอกาสการจ้างงานในท้องถิ่น (Local Career Opportunities) องค์กรหรือบริษัทมีการจ้างงานคนท้องถิ่นเข้าทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ และจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะหากจำเป็น

(3) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Participation) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยว

(4) ความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น (Local Community Opinion) เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นและเสนอปัญหา รวมถึงการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

(5) การเข้าถึงท้องถิ่น (Local Access) เคารพต่อธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ตั้งอยู่โดยรอบ โดยสะท้อนให้เห็นจากการวางผังบริเวณ การออกแบบ การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและการได้มาซึ่งสิทธิในที่ดิน

(6) ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยว (Tourism Awareness) มีการสร้างจิตสำนึกและสร้างความตระหนักให้กับนักท่องเที่ยวในแง่ของการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(7) การป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์ (Preventing Exploitation) องค์กรหรือบริษัทมีการดำเนินนโยบายที่เป็นการต่อต้านการเอารัดเอาเปรียบเชิงพาณิชย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเอารัดเอาเปรียบต่อเด็กและเยาวชน เช่น การใช้แรงงาน การค้าประเวณี เป็นต้น

(8) การสนับสนุนชุมชน (Support for Community) องค์กรหรือบริษัทให้การสนับสนุนจัดทำกฎ กติกา หรือจรรยาบรรณ สำหรับการปฏิบัติในเรื่องต่าง ๆ ของชุมชน แต่ทั้งนี้ต้องได้รับการยินยอมและความร่วมมือจากชุมชนท้องถิ่น

(9) สนับสนุนผู้ประกอบการในชุมชนและสินค้าที่ถูกกฎหมาย (Supporting Local Entrepreneurs and Fair Trade) องค์กรหรือบริษัทเสนอให้ความช่วยเหลือแก่ร้านค้ารายย่อยในชุมชนเพื่อพัฒนาและขายผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ซึ่งทำมาจากวัตถุดิบหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น อาหาร และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เครื่องหัตถกรรม ศิลปะการแสดง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

3) ด้านการลดผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว รวมไปถึงมรดกทางวัฒนธรรม

(1) การปกป้องแหล่งท่องเที่ยว (Attraction Protection) มีแผนงานด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

(2) การจัดการผู้มาเยือน (Visitor Management) มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือกรอบกติกาของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือทางประวัติศาสตร์อันเปราะบาง เพื่อให้การท่องเที่ยวสร้างผลกระทบน้อยที่สุด แต่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินมากที่สุด

(3) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Visitor Behavior) มีการควบคุมพฤติกรรมอันไม่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด

(4) การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage Protection) ไม่มีการซื้อขาย แลกเปลี่ยนหรือจัดแสดงโบราณวัตถุทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ยกเว้นสิ่งที่ได้รับอนุญาต หรือถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น

(5) การสื่อความหมายในพื้นที่ (Site Interpretation) มีข้อมูลและการสื่อความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติโบราณสถาน โบราณวัตถุวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น แก่ผู้ให้บริการพร้อมมีคำอธิบายขอความร่วมมือให้ประพฤติปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมด้วยความระมัดระวัง และเหมาะสม

(6) ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ช่วยสนับสนุนการปกป้องรักษาสถานที่และทรัพย์สินทางประวัติศาสตร์โบราณคดีวัฒนธรรม และสิ่งที่เป็นความเชื่อของท้องถิ่น รวมทั้งเปิดเส้นทางให้คนในท้องถิ่นเข้าถึงสถานที่และทรัพย์สินดังกล่าวได้

(7) การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว (Visitor Contributions) มีรูปแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ

4) ด้านสิ่งแวดล้อม

(1) ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risks) มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม และระบุถึงความเสี่ยงที่สำคัญ

(2) การปกป้องสิ่งแวดล้อมที่เปราะบาง (Protection of Sensitive Environments) มีระบบในการตรวจสอบผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่มีความเปราะบาง เช่น เป็นแหล่งอาศัยของหรือขยายพันธุ์ของพืชและสัตว์ เป็นต้น

(3) สัตว์ป่าคุ้มครอง (Wildlife Protection) ไม่มีการกักขังสัตว์ป่า ยกเว้นกฎหมายจะอนุญาตและต้องกระทำอย่างเหมาะสม และสัตว์ป่าชนิดหวงห้ามหรือชนิดคุ้มครองที่ยังมีชีวิตอยู่ควรมอบให้พนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเป็นผู้ดูแล โดยจัดให้อยู่ในสถานที่ที่เหมาะสมและมีการเลี้ยงดูอย่างถูกต้อง

(4) การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions) มีการตรวจวัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแหล่งที่มาต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรหรือบริษัท พร้อมมีกระบวนการ วิธีการลด และสร้างสมดุลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่จะไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(5) การอนุรักษ์พลังงาน (Energy Conservation) มีการตรวจวัดการใช้พลังงานทราบแหล่งที่มาและมีมาตรการลดปริมาณการใช้พลังงานโดยรวม พร้อมทั้งการใช้พลังงานทดแทน

(6) การจัดการน้ำ (Water Management) มีการตรวจวัดการใช้น้ำ ทราบแหล่งที่มาและมีมาตรการลดปริมาณการใช้น้ำ

(7) การตรวจสอบทรัพยากรน้ำ (Water Security) มีการตรวจสอบปริมาณการใช้ประโยชน์ทรัพยากรน้ำเพื่อให้เพียงพอต่อการใช้ประโยชน์

(8) คุณภาพน้ำ (Water Quality) มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำอุปโภคและบริโภคอย่างสม่ำเสมอให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน

(9) การบำบัดน้ำเสีย (Wastewater) มีการบำบัดน้ำเสียและน้ำทิ้งอย่างมีประสิทธิภาพ และหากกระทำได้อีกก็นำกลับมาใช้ใหม่

(10) ลดของเสีย (Solid Waste Reduction) การจัดการของเสียและขยะอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายให้มีของเสียและขยะเป็นปริมาณน้อยที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งของเสียและขยะที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก ลดการใช้สารที่มีอันตรายและพยายามทดแทนโดยการใช้สารที่ไม่มีพิษภัยต่อสุขภาพ นอกจากนี้การใช้สารเคมีทุกชนิดต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ

(11) มลพิษทางแสงและเสียง (Light and Noise Pollution) มีวิธีปฏิบัติที่ช่วยลดมลภาวะทางแสงและเสียง รวมทั้งมลภาวะอันเกิดจากน้ำไหลบ่าหน้าดิน การกัดเซาะพังทลายของดิน การใช้สารประกอบที่ทำลายโอโซน และสารพิษตกค้างในอากาศและดิน

(12) การขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Low Impact Transport) ลดการใช้

พลังงาน เพื่อการขนส่งที่เกินความจำเป็น ใช้ระบบขนส่งที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น การปั่นจักรยาน การพายเรือ หรือใช้เชื้อเพลิงที่ก่อให้เกิดมลพิษน้อย

จากเกณฑ์ชี้วัดของ Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่แหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกควรนำแนวคิดการพัฒนายั่งยืนมาประยุกต์ใช้ โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดอย่างละเอียดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ ด้านการลดผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวและมรดกวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งตัวชี้วัดเหล่านี้ถูกออกแบบมาเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ ทั้งนี้ ตัวชี้วัดของ GSTC มีจุดเด่นสำคัญคือ เน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายอย่างแท้จริง โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความยั่งยืน และยังช่วยลดปัญหาความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในระยะยาว นอกจากนี้ยังเน้นการประเมินผลและการติดตามผลกระทบอย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถปรับปรุงและแก้ไขปัญหาได้ทัน่วงที (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2560) อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญในการนำเกณฑ์นี้ไปใช้คือ ความต่อเนื่องในการปฏิบัติ การมีระบบการจัดการที่ชัดเจน และการบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่เป็นรูปธรรมและยั่งยืนอย่างแท้จริง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กรอบทฤษฎี และแนวคิดการพัฒนายั่งยืน (Sustainable Development) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาความคิดที่ต้องให้ชุมชนรู้จักเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมและประยุกต์ใช้อย่างบูรณาการ และต้องคำนึงถึงผลกระทบที่ก่อให้เกิดความเสียหายทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยการนำแผนยุทธศาสตร์ที่ได้จากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนนำไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา ไปพัฒนาเป็นแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในเกาะหมาก จังหวัดตราด ตามเป้าหมายของโครงการและกรอบเวลาที่กำหนดต่อไป และหลักการพัฒนาที่นำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานพัฒนาเพื่อความยั่งยืนได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกันทั้งสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนต้องเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดได้เข้ามามีส่วนร่วมในการงานพัฒนาตามแนวทางของแผนการพัฒนาที่มุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา

2.3.8 เป้าหมายการพัฒนายั่งยืน 17 ประการของสหประชาชาติเพื่ออนาคต (UN: Sustainable Development Goals)

จุดแรกเริ่มของการมีเป้าหมายพัฒนาร่วมกันระดับนานาชาติประเทศเกิดขึ้นเมื่อผู้นำทั้ง 189 ประเทศเข้าร่วมลงนามปฏิญญาแห่งสหประชาชาติ เพื่อมีเป้าหมายพัฒนาร่วมกันที่มีชื่อเรียกว่า เป้าหมาย

การพัฒนาแห่งสหัสวรรษ หรือ Millennium Development Goals (MDGs) โดยที่เป้าหมายนั้นเป็นเป้าหมายที่วัดผลได้และเป็นรูปธรรมโดยมีจุดประสงค์เพื่อลดความหิวโหยและสนับสนุนความเท่าเทียมกันในด้านต่าง ๆ กำหนดเป็นเป้าหมาย 8 ข้อ เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ สิ้นสุดเมื่อปี ค.ศ. 2015 และเพื่อเป็นการคงไว้ซึ่งความร่วมมือระดับนานาชาติประเทศด้านการพัฒนา ได้มีการเสนอเป้าหมายการพัฒนาชุดใหม่เมื่อปี ค.ศ. 2014 ซึ่งมีชุดเป้าหมายการพัฒนาทั้งหมด 17 เป้าหมาย เพื่อเป็นจุดมุ่งหมายการพัฒนาระหว่างปี ค.ศ. 2015-2030 เป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs ในปัจจุบัน (Sakiko Fukuda-Parr, 2019)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นชุดเป้าหมายการพัฒนาระดับโลกหลังปี 2015 ที่ได้รับการรับรองจาก 193 ประเทศสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 25 กันยายน ค.ศ. 2015 ครอบคลุมช่วงระยะเวลาที่ต้องบรรลุภายใน 15 ปี เป็นทิศทางการพัฒนาที่ทุกประเทศที่ต้องดำเนินการร่วมกันมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 ไปจนถึงปี ค.ศ. 2030 โดยเอกสารที่ประเทศสมาชิกทั้งหมดลงนามรับรองเป็นพันธสัญญา เรียกว่า “Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development” หรือ “วาระการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030” ฉะนั้นในบางโอกาส SDGs อาจถูกกล่าวถึงผ่านชื่ออื่นได้ทั้ง Agenda 2030 หรือ Global Goals (โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), 2016)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) มีทั้งหมด 17 เป้าหมาย (Goals) ภายใต้หนึ่งเป้าหมายจะประกอบไปด้วยเป้าหมายย่อย ๆ ที่เรียกว่า เป้าหมายย่อย (Targets) ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 169 เป้าหมายย่อย และพัฒนาตัวชี้วัด (Indicators) จำนวน 244 ตัวชี้วัด เพื่อติดตามความก้าวหน้าของเป้าหมายย่อยดังกล่าว เป้าหมายการพัฒนาทั้ง 17 ข้อ สะท้อน “3 เสาหลักของมิติความยั่งยืน” (Three Pillars of Sustainability) คือ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม บวกกับอีก 2 มิติ คือ มิติด้านสันติภาพและสถาบัน และมิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนาที่เชื่อมร้อยทุกมิติของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน รวมเป็น 5 มิติ องค์การสหประชาชาติแบ่งเป้าหมาย 17 ข้อ ออกเป็น 5 กลุ่ม (เรียกว่า 5 Ps) ประกอบด้วย (1) มิติด้านสังคม (People) (2) มิติด้านเศรษฐกิจ (Prosperity) (3) มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Planet) (4) มิติด้านสันติภาพและสถาบัน (Peace) และ (5) มิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) (โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), 2016)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



ภาพที่ 2 Sustainable Development Goals: SDGs

โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme - UNEP) ได้ให้ความสำคัญต่อการได้มาซึ่งรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Consumption and Production Patterns (SCP) ในปี ค.ศ. 2002 (พ.ศ. 2545) ณ เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เห็นความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพต่อทรัพยากรในปัจจุบันและการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดในอนาคตเพื่อคนรุ่นถัดไป การบรรลุเป้าหมายการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนนั้นมีกรอบการทำงานระดับโลกที่รับมาใช้ตั้งแต่การประชุมสหประชาชาติในเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Sustainable Development) หรือ Rio+20 ซึ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพให้เพียงพอที่จะสามารถ “เปลี่ยนผ่าน” สู่รูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), 2016) การขับเคลื่อนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนจึงเกิดเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) จากการศึกษาของ สุพจน์ ชุมทโชติอนันต์ และธิดา อ่อนอินทร์ กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนปรากฏอยู่ใน SDG เป้าหมายที่ 12 – (12.b) ซึ่งมีคำอธิบาย ดังนี้ เป้าประสงค์ที่ 12.b พัฒนาและดำเนินการใช้เครื่องมือในการติดตามตรวจสอบผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างงานและการส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หลายหน่วยงานมีแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวชุมชน แต่ยังไม่มีการพัฒนาเครื่องมือในการติดตามตรวจสอบผลลัพธ์ และผลสัมฤทธิ์ของแผนและนโยบายเหล่านั้น รวมทั้งยังไม่มีการศึกษา

ความสามารถในการรับรอง (Carrying Capacity) ของพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย อีกทั้งไม่ถูกนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบาย (สุพจน์ ชุณหะวัณ & ธิดา ช่อนอินทร์, 2560)

ตารางที่ 1 เป้าประสงค์ที่ 12.b มีข้อกำหนดและตัวชี้วัดดังนี้

12.b พัฒนาและดำเนินการใช้เครื่องมือในการติดตามตรวจสอบผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่สร้างงานและส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	12.b.1 จำนวนยุทธศาสตร์ หรือนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ โดยใช้เครื่องมือในการติดตามและประเมินผลที่เห็นชอบร่วมกัน
12.b. Develop and implement tools to monitor sustainable development impacts for sustainable tourism that create jobs and promote local culture and products	12.b.1: Number of sustainable tourism strategies or policies and implemented action plans with agreed monitoring and evaluation tools

สถานการณ์ของเป้าหมายที่ 12.b การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักอย่างหนึ่งของโลก ในปีพ.ศ.2559 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนร่วมโดยตรงในเศรษฐกิจโลกถึง 2.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และสร้างงาน 109 ล้านตำแหน่ง โดยถ้านับผลโดยอ้อมและผลในการกระตุ้นเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีขนาดถึง 10.2% ของผลผลิตมวลรวมทั้งโลก (Global GDP) (WTTC, 2017) สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนสำคัญของเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น ในปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยถึง 29.9 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศ 44,553 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งนับเป็นอันดับ 6 ของโลก (UNWTO, 2016) โดยมีการจ้างงานมากกว่า 4 ล้านตำแหน่ง ในปี พ.ศ. 2560 และคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วต่อไป และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากเป็นอันดับ 3 ของโลก ในปีพ.ศ. 2570 (WTTC, 2017)

การดำเนินงานของภาคส่วนต่าง ๆ ในปัจจุบันกับเป้าหมายที่ 12 ในบริบทประเทศไทย ในส่วนของเป้าหมายที่ 12.b ประเทศไทยโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมีหน่วยงานภายใต้กำกับดูแลดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาอยู่ก่อนแล้ว ได้รับเอาแนวคิดจาก UNWTO รวมทั้ง เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ SDGs ในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามารวมไว้ในนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศจนถึงฉบับล่าสุดคือ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง

ภายในระยะเวลา 5 ปี คือ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม (Rebuilding High Value Tourism Industry with Resilience, Sustainability and Inclusive Growth)” โดยมีความสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศระยะยาว ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งมีทั้งหมด 4 ยุทธศาสตร์ โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับเป้าประสงค์นี้ อีกทั้งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 นั้นอยู่บนหลักการของกับเรื่องการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน อันเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของประเทศไทยในการดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.3.9 ประเทศไทยเดินหน้าสู่ความยั่งยืนด้วย BCG Model

BCG หรือ Bio-Circular-Green Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว) เป็นโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในการขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมของประเทศที่นำหลักการและลำดับความสำคัญจากยุทธศาสตร์ชาติและวิสัยทัศน์ “Thailand 4.0” เป็นตัวตั้ง ผสมผสานกับ “หลักคิดของเศรษฐกิจพอเพียง” (Sufficiency Economy Philosophy, SEP) และ “เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development Goals, SDGs) พัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ไปพร้อม ๆ กัน เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม โดยการผนึกพลัง ภาครัฐ-เอกชน/ชุมชน/สังคม-มหาวิทยาลัย/สถาบันวิจัยและเครือข่ายต่างประเทศ เพื่อเปลี่ยนข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ที่ไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้เป็นความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Science, Technology & Innovation, STI) เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจ BCG ที่เติบโต แข่งขันได้ในระดับโลก พร้อมกับการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ชุมชนเข้มแข็ง ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562)

BCG Model เป็นกลไกขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศรูปแบบใหม่ ที่มุ่งเน้น “การเติบโตเชิงคุณภาพ” สร้างความสมดุลของเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า (Value-based Economy) การเติบโตที่เน้นการมีส่วนร่วม (Inclusive Growth) และสังคมที่มีการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากร (Circular Society) กล่าวได้ว่า BCG Model เป็นกลไกที่สำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศอย่างทั่วถึง สามารถกระจายโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการตอบสนองต่อปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม และสุขภาพของคนได้ในหลายมิติ

ในขณะเดียวกันสามารถสร้างให้ประเทศไทยก้าวขึ้นเป็นผู้นำระดับโลกในบางสาขา (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562)

เศรษฐกิจสีเขียวและเศรษฐกิจหมุนเวียน มีหลักการสำคัญ คือ การเร่งหาแนวทางการพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้มีสีเขียวและสะอาดมากขึ้นจากที่เป็นอยู่ โดยเศรษฐกิจสีเขียวจะต้องมุ่งเน้นการมองเชิงระบบ (Systematic Approach) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรได้สูงที่สุด โดยใช้ต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด พร้อมกับเน้นการลดของเสีย รวมทั้งลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต เพื่อการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) เกิดการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง ในขณะที่เศรษฐกิจหมุนเวียนจะเน้นส่งเสริมระบบเศรษฐกิจที่มีการวางแผนให้ทรัพยากรในระบบการผลิตทั้งหมดสามารถกลับคืนสู่สภาพเดิมและนำกลับมาใช้ใหม่ได้เพื่อรับมือกับปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรในอนาคต ที่จะมีความต้องการใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิตเพิ่มมากขึ้นจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค ดังนั้นเศรษฐกิจหมุนเวียน จึงมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรใหม่ (Virgin Material) ให้น้อยที่สุด การคงคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้นานที่สุด การสร้างของเสียในปริมาณที่ต่ำที่สุด และให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค

BCG Model มุ่งการเติบโตทางเศรษฐกิจเชิงคุณภาพ กระจายอย่างทั่วถึงและการพัฒนาที่ยั่งยืน BCG มีความสำคัญต่อประเทศสูงทั้งในมิติด้านสังคมเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการเกี่ยวข้องกับการจ้างงานมากถึงครึ่งหนึ่งของจำนวนการจ้างงานรวม มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจรวมกัน 3.4 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งครอบคลุม 4 สาขา คือ เกษตรและอาหาร สุขภาพและการแพทย์ พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ และการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าเป็น 4.4 ล้านล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 24 ของ GDP ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยทั้ง 4 สาขายุทธศาสตร์ดังกล่าวสามารถพัฒนาอย่างอิสระ แต่การเชื่อมโยงและพัฒนาไปพร้อมกันเพื่อประโยชน์สูงสุด

ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนสาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน BCG Model เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศด้วยมูลค่า GDP ประมาณ 1 ล้านล้านบาท และมีศักยภาพในสร้างมูลค่าเพิ่มเติมด้วยการกระจายแหล่งท่องเที่ยวสู่เมืองรอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564a) โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคม ระบบดิจิทัล สินค้าและบริการซึ่งดำเนินการด้วยชุมชนท้องถิ่น เน้นตลาดคุณภาพ สร้างมาตรฐานความสะอาด ปลอดภัย ร่วมกับการชูอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการและดูแลระบบนิเวศอย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาสู่แบบแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยการจัดทำระบบมาตรฐานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การจัดทำแผนการระดับชาติด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัญชีต้นทุนทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในเขตพัฒนาการ

ท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงการปรับตัวกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งเสื่อมโทรมทางธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงกับทุนทางปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อรังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายการพัฒนาใน 3 สาขายุทธศาสตร์ข้างต้น สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวผ่านระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เช่น การให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับการแพทย์แผนไทย การท่องเที่ยวเชิงศิลปและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาเพื่อส่งออกสินค้าและบริการเหล่านี้ ผ่านของขวัญ ของฝากที่สร้างสรรค์อย่างมีอัตลักษณ์ การจัดการด้านระบบและมาตรฐานที่กำกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั่วโลก เช่นเดียวกับการมีสมาพันธ์ทางด้านกีฬา การจัดมหกรรมระดับโลก เป็นต้น ส่งเสริมและร่วมมือกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจบริการ ในการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุที่จะส่งผลกระทบโดยตรงกับการท่องเที่ยวในอีก 5-10 ปีข้างหน้า โดยรัฐบาลคาดหวังว่าโมเดลเศรษฐกิจ BCG จะช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน ผลของการดำเนินการตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG จะมีศักยภาพในการเพิ่ม GDP เป็น 1.4 ล้านล้านบาท ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถช่วยเล่าเรื่องที่ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของสินค้าและบริการได้ ซึ่งทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องพยายามนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี พร้อมทั้งจะต้องต่อยอดความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม โดยเชื่อมโยงกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ในมิติด้านการท่องเที่ยวเป็นรูปธรรมมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564a)

2.3.10 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยนั้นถูกกล่าวถึงมาไม่น้อยกว่า 20 ปี ทั้งนี้ จุลสารการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2538 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวและการจัดบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตที่ดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถ การมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ธรรมชาติขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ที่ทำให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค ภายใต้ความต้องการของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น

ที่ผ่านมาประเทศไทยดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาต่อเนื่อง แต่ยังคงมีความท้าทาย

ทายที่ต้องก้าวข้ามในหลายประเด็น โดยการดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของไทย ได้แก่ การกำหนดให้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอยู่ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของไทยตลอด 10 ปีที่ผ่านมา (ฉบับที่ 1-2: ปี พ.ศ. 2555-2564) และในอีก 5 ปีข้างหน้า (ฉบับที่ 3: ปี พ.ศ. 2565-2569) ยังคงเน้นส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทำหน้าที่วางแผนกำหนดนโยบายและประสานหน่วยงานทั้งภาครัฐส่วนกลาง ท้องถิ่น ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ ทั้งพื้นที่หลักเดิมที่มีความเชื่อมโยงและพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ อีกทั้งประเทศไทยมีการประเมินและรับรองมาตรฐานโรงแรม (Green Hotel) และร้านอาหาร (Green Restaurant) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564b) แต่ข้อมูลจากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แสดงให้เห็นว่ามีธุรกิจที่เข้าร่วมและผ่านการประเมินในจำนวนน้อย โดยมีโรงแรมเพียง 68 แห่ง ในปี พ.ศ. 2564 คิดเป็นร้อยละ 0.3 ของที่พักแรมทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นรายใหญ่และบางส่วนได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนระดับสากลด้วย ขณะที่ในปี พ.ศ. 2563 มีร้านอาหารเพียง 39 แห่ง ที่เข้าร่วมและผ่านการประเมินความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ได้ถูกนำไปประยุกต์โดยใช้โดยหลายหน่วยงานในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในปัจจุบัน ซึ่งโครงการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่วนใหญ่มักได้รับการสนับสนุนหรือมีความร่วมมือกับองค์กรการท่องเที่ยวระดับชาติ ได้แก่ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นเสมือนหน่วยงานกลางในการประสานงานภาคีเครือข่ายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดการเชิงพื้นที่ โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งรับผิดชอบในด้านการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเชิงนโยบาย แม้ในภาพรวมประเทศไทยมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน แต่การขับเคลื่อนในระดับพื้นที่ยังมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถทำได้คล่องตัวนัก สอดคล้องกับคะแนนการพิจารณาการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของไทยในปี พ.ศ. 2562 จากการประเมินของสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ซึ่งอยู่ที่ 4.6 คะแนนจากเต็ม 7 คะแนน สูงกว่าค่าเฉลี่ยเพียงเล็กน้อย ซึ่งค่าเฉลี่ยของทั้งโลกอยู่ที่ 4.3 คะแนน (World Economic Forum, 2020) โดยจากผลการศึกษากับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของไทยมีความเห็นตรงกันว่า การขับเคลื่อนไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับพื้นที่ (นายสุส บุญทอง และคณะ, 2564) ยังมีความท้าทายที่ต้องก้าวข้าม 3 ประเด็น ดังนี้

- 1) มีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระดับพื้นที่จำนวนมาก ทำให้การประสานความร่วมมือต้องอาศัยระยะเวลา รวมทั้งเป้าหมาย งบประมาณ และกลไกการขับเคลื่อนยัง

ไม่ชัดเจน

2) ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ ความเข้าใจและแรงจูงใจในการปรับตัว โดยเฉพาะรายเล็ก-กลาง ที่มีต้นทุนในการปรับตัวและยังไม่เห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากเท่าที่ควร

3) การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวยังอยู่ในวงจำกัด

สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวมานานแล้ว รัฐบาลได้บรรจุเรื่องนี้ไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางอย่างองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนและประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในระดับพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังคงมีข้อจำกัดและความท้าทายสำคัญที่ประเทศไทยต้องก้าวข้าม โดยเฉพาะในเรื่องของการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งยังไม่มี ความชัดเจนในเป้าหมายและงบประมาณ ทำให้การดำเนินงานขาดความต่อเนื่อง รวมถึงปัญหาความรู้ความเข้าใจและแรงจูงใจของผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็ก และกลางที่ยังไม่เห็นความสำคัญของการปรับตัวด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมากเท่าที่ควร นอกจากนี้ การสร้างความรับรู้และความตระหนักในกลุ่มนักท่องเที่ยวยังอยู่ในวงจำกัด ส่งผลให้การมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวยังคงเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการส่งเสริมเพิ่มเติม

โดยสรุป แม้ประเทศไทยจะมีแนวทางและแผนงานที่ชัดเจนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างแท้จริง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการประสานงาน สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย และขยายการรับรู้ให้กว้างขึ้น เพื่อให้ทุกภาคส่วนเกิดความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว อีกทั้งจากข้อสังเกตข้างต้นจะเห็นว่า ประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงพัฒนาและสร้างจุดแข็งใหม่ ๆ ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน เพื่อเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย

2.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism) เป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่ทำให้สถานที่นั้น ๆ มีความน่าอยู่ทั้งต่อเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน โดยเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ส่งผล

กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และรักษาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อคนรุ่นต่อ ๆ ไปไว้ให้ได้มากที่สุด เพราะถ้าหากนักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางโดยไม่ได้นำถึงความต้องการก็จะสร้างผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตค่อนข้างมาก มีความหลากหลายและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงจริยธรรม การท่องเที่ยวสีเขียว เป็นต้น ทำให้การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าของสังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2523 และในแง่ของการตีความและการประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยวได้รับความสนใจอย่างดียิ่งดังต่อไปนี้ "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์การท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการวางแผนการท่องเที่ยวนโยบายและการพัฒนา เพื่อให้มั่นใจว่าผลประโยชน์จะได้รับการกระจายอย่างเหมาะสมที่สุดระหว่างประชากรที่ได้รับผลกระทบ รัฐบาล นักท่องเที่ยวและนักลงทุน (Lynn C. Harrison & Winston Husbands, 2010) จากรายงานองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ปี 1989 ของ Smith (1990) ได้กล่าวถึงการจัดสนัมนาเรื่อง "การท่องเที่ยวทางเลือก" ที่เมืองทาแมนราสเซีท ประเทศแอลจีเรีย ได้นำเสนอเอกสารเพื่อกำหนดบทบาทและกิจกรรมของการท่องเที่ยวทางเลือก โดยการท่องเที่ยวทางเลือกนี้ถูกมองว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม จึงเป็นที่มาของคำว่า "การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ" ที่ถูกนำมาแทนที่การท่องเที่ยวทางเลือก (Smith, 1990) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ยังครอบคลุมถึงการสนับสนุนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในเชิงบวกซึ่งได้รับจากองค์การการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ตามคำจำกัดความของ "ปฏิญญาเคปทาวน์ (the Cape Town Declaration)" เน้นความจำเป็นที่จะต้องให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นแก่ประชาชนในท้องถิ่นจากการท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อมโยงผู้คนในพื้นที่กับการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อชีวิตของพวกเขาและสร้างผลงานที่ดีในการจัดการทางธรรมชาติและมรดกวัฒนธรรม โดยสาระสำคัญประกอบด้วย

- 1) การลดผลกระทบทางลบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2) การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญให้กับผู้คนในท้องถิ่น ส่งเสริมการคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากร
- 3) ชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดสินใจต่อการพัฒนาที่อาจจะส่งผลกระทบและเกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิต
- 4) ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม และรักษาความหลากหลายของโลกไว้ได้
- 5) สร้างประสบการณ์ที่สนุกสนานและเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการมีปฏิสัมพันธ์

กับคนในท้องถิ่น เศรษฐกิจวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน

6) ทำให้นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานภาพ เข้าถึงการท่องเที่ยวได้

7) สร้างความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน โดยทำให้เกิดความภาคภูมิใจและมั่นใจในความเป็นท้องถิ่นตนเอง

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) เป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมุ่งเน้นให้เกิดความสมดุลระหว่างการใช้อยู่ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยให้ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวร่วมรับผิดชอบต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดนี้ไม่ได้เป็นเพียงการกำหนดผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นแนวทางในการบริหารจัดการและการวางแผนนโยบายที่ส่งเสริมการกระจายผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนา โดยเฉพาะในมิติของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน ซึ่งถือเป็นจุดแข็งสำคัญของแนวคิดนี้ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบยังต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยวเอง ในการร่วมสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวและสังคมโดยรวม เพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาวและอย่างยั่งยืน

2.4.1 ความหมายการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวทุกรูปแบบที่เคารพเจ้าของพื้นที่ ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่ และมีการคำนึงถึงผู้ที่มีความเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน สร้างผลกระทบเชิงบวกให้มากที่สุดและลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ (Smith, 1990) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบครอบคลุมถึงกรอบและชุดของการปฏิบัติที่ใช้ในการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมระหว่างความคุ้มครองของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผลกระทบภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบเดิม (Lynn C. Harrison & Winston Husbands, 2010) จุดพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ คือ การท่องเที่ยวที่สามารถปฏิบัติได้ด้วยวิธีลดและลดผลประโยชน์ที่เห็นได้ชัด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นโยบาย การวางแผน และการตลาด สามารถจัดทำขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจว่า นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจะได้รับผลประโยชน์ระยะยาว

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง กระบวนการทางการท่องเที่ยวที่ไม่สร้างผลกระทบเชิงลบในความแตกต่างทางวัฒนธรรม อนุรักษ์และ สืบทอดประเพณี วิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ ความเพลิดเพลินให้แก่

นักท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยบุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชนหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สนับสนุนและส่งเสริมกระบวนการให้เกิดกลไกการบูรณาการการท่องเที่ยวไปสู่การวางแผน กำหนดนโยบาย สร้างการตระหนักรู้ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดำเนินการภายใต้ ความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม (ทิพย์สุดา พุฒจร และคณะ, 2556) สอดคล้อง กับ วนิดา อ่อนละมัย ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง แนวทางการท่องเที่ยวที่ทำให้สถานที่นั้น ๆ มีความน่าอยู่ทั้งต่อเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน โดยเป็นการท่องเที่ยวใน ลักษณะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และรักษาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อคนรุ่นต่อ ๆ ไปไว้ให้ ได้มากที่สุด เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น สร้างงานและรายได้ ทำให้ผู้คนใน ชุมชนมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติน้อยที่สุด ส่งเสริมการอนุรักษ์ ธรรมชาติและรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม รักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชน รวมทั้งเปิด ประสพการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน (วนิดา อ่อนละมัย, 2562)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นิยามการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ว่าหมายถึง “การ ท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบน้อยที่สุด เคารพในความแตกต่างทางวัฒนธรรม อนุรักษ์และสืบทอด ประเพณี วิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ ควบคู่กับการสร้าง ประสพการณ์และความเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจแก่ คนในท้องถิ่น” และกำหนด 8 แนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

- 1) ลดผลกระทบทางลบ ด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม
- 2) ยกระดับวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น
- 3) ให้ความสำคัญกับธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น
- 4) สร้างประสบการณ์ที่เพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวโดยเชื่อมต่อกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น
- 5) ส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจทั้งที่เป็นบุคคลและกลุ่ม
- 6) รับผิดชอบต่อความมั่นคงและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 7) สร้างแหล่งท่องเที่ยวให้น่าอยู่และน่าเที่ยว
- 8) พัฒนาและปลูกจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันทุกภาคส่วน

สรุปความหมาย การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และให้ความสำคัญกับการสร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว หรือสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการลดผลกระทบทางลบที่ เกิดจากการท่องเที่ยวให้มากที่สุด แนวคิดนี้มุ่งเน้นการอนุรักษ์และเคารพในความแตกต่างของ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต รวมถึงการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทาง

ชีวภาพ ควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการวางกรอบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมและบูรณาการทุกภาคส่วนในการวางแผน กำหนดนโยบาย และส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าบ้าน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมและยั่งยืนในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของแนวทางนี้ยังต้องอาศัยการส่งเสริมความเข้าใจ ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจากทุกภาคส่วน จึงจะทำให้การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบบรรลุผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้

2.4.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบจะต้องมีการบูรณาการการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการอนุรักษ์และพัฒนาที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลกระทบและผลประโยชน์ที่ชุมชนและสิ่งแวดล้อมจะได้รับในระยะยาวเป็นหลัก การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบครอบคลุมทั้ง 3 มิติของความยั่งยืนคือ 1) ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ 2) ความรับผิดชอบต่อทางสังคม และ 3) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะตระหนักว่า ลำดับความสำคัญจะแตกต่างกันไปในแต่ละปลายทาง หลักเกณฑ์สำหรับความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ระบุไว้ใน Cape Town Declaration สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) ก่อนที่การท่องเที่ยวจะได้รับการพัฒนาควรประเมินผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และควรตัดสินใจว่าการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศหรือไม่ ซึ่งการพึ่งพานักท่องเที่ยวมากเกินไปในจุดหมายปลายทางที่การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจเดียวเป็นสิ่งที่อันตรายและขาดความรับผิดชอบต่อ นอกจากนี้ควรเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สุดที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชากรในท้องถิ่น เพื่อเพิ่มผลประโยชน์เหล่านี้ ต้องเพิ่มความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและการรั่วไหลทางเศรษฐกิจจะต้องลดลง การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งสะท้อนถึงจุดหมายปลายทางที่ดี นอกจากนี้การตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะต้องเหมาะสมและเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และ สังคมของจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ควรมีการฝึกอบรมและใช้แนวปฏิบัติทางธุรกิจที่เป็นธรรม รวมทั้งกลยุทธ์การกำหนดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม รวมถึงแรงงานในท้องถิ่น ท้ายสุดควรให้การสนับสนุนกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อย่างเพียงพอ เพื่อให้แน่ใจว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำคัญและยั่งยืน

2) ความรับผิดชอบต่อทางสังคม (Social Responsibility) การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจของท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รวมถึงการติดตามผลกระทบทางสังคม ตลอดจนการดำเนินงานของโครงการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อลดผลกระทบและเพิ่มผลประโยชน์สูงสุด การท่องเที่ยวควรเข้าถึงชุมชนได้ทุกแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ชุมชนที่อ่อนแอและด้อยโอกาสต้องไม่ถูกแยกออกจากกัน เนื่องจากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะทำให้การท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์ทางสังคมโดยรวม นอกจากนี้การใช้ประโยชน์ชนิดใดก็ได้ต้องมีการต่อสู้กัน และการท่องเที่ยวต้องได้รับการจัดการอย่างราบรื่นเพื่อรักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม สุดท้ายต้องมั่นใจว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสร้างเสริมสุขภาพและการศึกษาของชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเชื่อมโยงไปยังภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยว

3) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Responsibility) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนรวมถึงการลดของเสียและการบริโภคที่มากเกินไป การศึกษาและการสร้างจิตสำนึกเป็นสิ่งสำคัญในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต้องได้รับการประเมินและตรวจสอบตลอดวงจรชีวิตของโครงการท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบทางลบและเพิ่มผลลัพธ์ให้เป็นบวก สภาพสิ่งแวดล้อมของจุดหมายปลายทางควรได้รับการบำรุงรักษาและมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมซึ่งสามารถรองรับได้โดยสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนจะต้องได้รับความช่วยเหลือการปรับขีดความสามารถของตนเพื่อปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุด

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ จะมุ่งเน้นไปที่ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ที่ช่วยกันสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยให้มีผลกระทบน้อยที่สุด ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่น มีการดำเนินการที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน โดยมีเป้าหมายเดียวกันคือเพื่อให้การท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ประกอบด้วย 1) ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม 2) สร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 3) มีการกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจสู่คนในชุมชนท้องถิ่น และ 4) สร้างวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดความเคารพระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อครอบคลุมมิติความยั่งยืนในสามด้านที่สำคัญ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในด้านเศรษฐกิจนั้น เน้นการประเมินความเหมาะสมของการท่องเที่ยวในฐานะกลไกการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เลือกรูปแบบที่ช่วยเพิ่มประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนท้องถิ่น และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการพึ่งพาการท่องเที่ยวมากเกินไป ด้านสังคมให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการตัดสินใจ การเข้าถึงโอกาสทางสังคมอย่างเท่าเทียม การสนับสนุนสุขภาพและการศึกษา ตลอดจนการอนุรักษ์และเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ส่วนในด้านสิ่งแวดล้อมนั้น มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสีย และประเมินผลกระทบ

ทางสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพในการรองรับของธรรมชาติในพื้นที่

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าองค์ประกอบทั้งสามด้านจะถูกนำเสนอไว้อย่างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติยังคงพบความท้าทายสำคัญหลายประการในการขับเคลื่อนแนวคิดนี้ไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างสมดุลและบูรณาการให้เกิดขึ้นจริงในแต่ละพื้นที่ เนื่องจากแต่ละชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวมีเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน ดังนั้น เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อที่ประสบผลสำเร็จ จึงจำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการสร้างความรู้ความเข้าใจ การเพิ่มศักยภาพ และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้แนวคิดนี้เกิดผลในเชิงปฏิบัติอย่างแท้จริงและสามารถคงความยั่งยืนในระยะยาวได้

2.4.3 บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

ทุกภาคส่วนมีหน้าที่ผลักดันรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อให้เกิดขึ้นจริง เพื่อลดผลกระทบต่องาน เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยการกำหนดบทบาทหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทยประกอบด้วยหน่วยงาน 4 ประเภท ได้แก่ บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ ภาคชุมชน และบทบาทหน้าที่ของนักท่องเที่ยว อธิบายได้ดังนี้

1) บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ในฐานะตัวกลางซึ่งบทบาทสำคัญคือการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อและสร้างความยั่งยืนที่ชัดเจน เพื่อการสร้างสมดุลของการสร้างรายได้และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชน พิจารณามาตรการเพื่อสนับสนุนความเข้มแข็งของชุมชนและท้องถิ่น เช่น ด้านเทคโนโลยี องค์ความรู้ เป็นต้น รวมถึงส่งเสริมเทคโนโลยีการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ สร้างความเข้าใจและเคารพในความแตกต่างของแต่ละชุมชน รับฟังความคิดเห็นชุมชน และคอยให้คำปรึกษากับชุมชนอย่างต่อเนื่อง การบูรณาการทำงานและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดเพื่อป้องกันผลกระทบต่อพื้นที่และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันเกิดจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ

2) บทบาทหน้าที่ของภาคเอกชนและผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ต้องยึดมั่นในวิถีการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความยั่งยืน ไม่ใช่เพียงคาดหวังผลประโยชน์ที่เป็นเม็ดเงินเท่านั้น แต่ต้องบริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่นมาเยือนหรือคนในพื้นที่ด้วยตนเอง เป็นเจ้าบ้านที่ดีและทำหน้าที่อย่างรับผิดชอบต่อ จะต้องไม่สร้างผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่ง

ท่องเที่ยว อีกทั้งควรวางแผน จัดการควบคุม การดำเนินธุรกิจไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชนทั้งด้าน สภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ และวัฒนธรรมของ ชุมชน และอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวในแก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ไม่สร้างผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชน ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจซื้อโปรแกรมท่องเที่ยว ประสานงานข้อมูลการท่องเที่ยวกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง แบ่งผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนอย่างเป็นธรรมและลดการต่อรองกับชุมชน โดยการร่วมมือกัน ในชุมชนออกแบบระบบจัดการการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่า เช่น การสร้างแผนการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมหรือเชิงอนุรักษ์ สร้างระบบจัดการขยะและบำบัดน้ำเสีย ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ หรือวัสดุท้องถิ่น สร้างการจ้างงานในชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการเดิน การปั่นจักรยาน เป็นต้น

3) บทบาทหน้าที่ของชุมชน ควรมุ่งอนุรักษ์ความเก่าของชุมชนให้คงอยู่ การสร้างเอกลักษณ์ ของชุมชนให้เป็นที่น่าจดจำ บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของชุมชนได้อย่างชัดเจน การ จัดการ สิ่งแวดล้อมในชุมชน การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ การมี กิจกรรมที่เชื่อมโยงกันหรือการส่งต่อนักท่องเที่ยว กระจายนักท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ใน เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนหรือภาคประชาสังคมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมการจัดการ ท่องเที่ยว ให้คนรุ่นใหม่ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น สร้างโอกาสให้ชุมชนและคนในท้องถิ่นได้รับ ประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงทางอ้อม มีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม และแสวงหานักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ

4) บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อของนักท่องเที่ยว ควรเตรียมตัวก่อนมาท่องเที่ยว หา ข้อมูล รู้ถึงข้อห้ามและธรรมเนียมปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อการปรับตัวหรือปรับพฤติกรรมให้สอดคล้อง กับ สภาพพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว วางแผนการท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดสัมภาระอย่างเหมาะสม ไม่นำสิ่งที่จะ กลายเป็นขยะเข้าพื้นที่มากเกินไปจนเกิดความจำเป็น อีกทั้งคำนึงถึงรูปแบบการเดินทาง เช่น การเลือกเดินทาง ด้วยระบบขนส่งสาธารณะ การเดินทางด้วยจักรยาน พาหนะที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ การตรวจสอบสภาพ รถยนต์ก่อนการใช้งาน เป็นต้น ในระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรให้ความเคารพ ให้เกียรติ และยอมรับความเป็นชุมชน ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ไม่ละเมิดหรือสร้างความขัดแย้งต่อ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อหรือค่านิยมท้องถิ่น และประพฤติปฏิบัติตนเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี

โดยสิ่งสำคัญที่สุดคือจะต้องสร้างความเข้าใจให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เห็นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อนที่กำลังส่งผลต่อภาคการ ท่องเที่ยว พร้อมทั้งจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง ร่วมมือกันแก้ไขและบรรเทาให้ เกิดการตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อมบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บทบาทของผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่ทุกภาคส่วน ทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว จะต้องมีส่วนร่วมและรับผิดชอบต่อร่วมกันอย่างชัดเจนและ

เป็นระบบ โดยภาครัฐมีหน้าที่กำหนดกรอบนโยบายและมาตรการสนับสนุน เพื่อให้การพัฒนาท่องเที่ยวมีความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรกับการสร้างรายได้ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริการที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่นและการรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการที่ยั่งยืน ส่วนชุมชนมีบทบาทสำคัญในการรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ควบคู่ไปกับการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่นักท่องเที่ยวเองก็ต้องมีความรับผิดชอบในการศึกษาข้อมูลปรับตัวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและกติกาของชุมชน เพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบทางลบต่อพื้นที่

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจำเป็นต้องอาศัยการประสานงานและการบูรณาการอย่างใกล้ชิดจากทุกฝ่ายภายใต้วิสัยทัศน์และเป้าหมายเดียวกัน โดยเฉพาะในบริบทของปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อนที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ดังนั้น การบูรณาการความร่วมมือจากทุกฝ่ายภายใต้วิสัยทัศน์เดียวกันกับความพยายามสร้างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม จะเป็นเส้นทางสู่ความสำเร็จในอนาคตเพื่อลดผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืนพร้อมการรักษาทรัพยากรให้มีความอุดมสมบูรณ์ต่อไป

2.4.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในระดับโลก

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมกำลังได้รับความนิยมทั่วโลก การตระหนักถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลายรายปรับรูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับกระแสนิยมนี้ผ่านการให้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ และสร้างที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาดังกล่าวนำไปสู่การเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมทั่วโลก มีคาดการณ์ไว้ว่าตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในปี ค.ศ. 2019 ถึงปี 2023 จะเติบโตเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 และมีมูลค่าประมาณ 3 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.39% ต่อปี ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในทวีปยุโรปจะเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดประมาณร้อยละ 51 รองลงมาคือทวีปอเมริกาเหนือ ทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกาใต้และตะวันออกกลาง ตามลำดับ (ปรัชญากรณ์ ไชยคช และคณะ, 2564)

Center for Responsible Travel ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้สรุปกระแสและสถิติการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของโลกในปี ค.ศ. 2017 และปี ค.ศ. 2018 ดังนี้ ผลการสำรวจของ Sustainable Travel International ร่วมกับ Mandala Research พบว่าร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวในอเมริกาที่เดินทางเอง จำนวน 105.3 ล้านคน) ได้เลือกเดินทาง

ทริปที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน (Sustainable Trip) ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา โดยมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างสำคัญ มีค่าเฉลี่ยใช้จ่ายมากกว่า 600 ดอลลาร์ต่อทริป ระยะเวลาในการพักนานมากขึ้นจากจำนวน 4 วัน เป็น 7 วัน และนักท่องเที่ยว 3 ใน 5 คนมีความเชื่อว่าเขาได้ทำเรื่องที่มีแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในการท่องเที่ยว โดยที่การเดินทางท่องเที่ยวไม่ไปรบกวนผู้คน สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ (The Center for Responsible Travel, 2018) The Adventure Travel Trade Association's Adventure Travel Trends Snapshot รายงานว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ตามด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ รายงานของ Global Sustainable Tourism Council (The Global Sustainable Tourism Council, 2020) ยังชี้ให้เห็นว่า หลายประเทศทั่วโลกได้มีการนำหลักเกณฑ์มาตรฐาน GSTC ไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น ในยุโรป ประเทศสเปนและอิตาลีได้มีการรับรองแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์ GSTC เพื่อเพิ่มความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น อเมริกาใต้ เช่น คอสตาริกา มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยใช้เกณฑ์ GSTC เป็นแนวทางหลัก ในเอเชีย ประเทศไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์มีการเพิ่มจำนวนแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GSTC อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม แม้จะมีแนวโน้มเชิงบวก แต่หลายพื้นที่ยังพบกับความท้าทายในการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการบังคับใช้กฎระเบียบที่ยังไม่เข้มแข็งเพียงพอ ทำให้การดำเนินงานในระดับพื้นที่บางแห่งยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2020) ยังได้รายงานเพิ่มเติมว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี 2020-2021 ส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั่วโลกตระหนักถึงความจำเป็นในการทบทวนกลยุทธ์ใหม่โดยเน้นไปที่ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ทั้งนี้ มีหลายประเทศได้เริ่มปรับตัวและใช้วิกฤตินี้ในการผลักดันแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะในมิติการรักษาสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว รวมถึงการฟื้นฟูชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากวิกฤตครั้งนี้ จากการทบทวนสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า แม้การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะมีการผลักดันอย่างต่อเนื่องในระดับโลก แต่ยังคงมีความท้าทายสำคัญที่แต่ละประเทศต้องเผชิญ ทั้งการ บูรณาการความร่วมมือ การเพิ่มความตระหนักรู้ และการดำเนินการที่เป็นรูปธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตอย่างแท้จริง

2.4.5 สถานการณ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยกระแสการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบยังไม่ใช่ที่รู้จักแพร่หลายมากนัก หากเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก เนื่องจากยังมีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ที่สามารถสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกระแสนิยมได้ แต่ในความเป็นจริง ทรัพยากรท่องเที่ยวได้ถูกนำมาใช้อย่างสิ้นเปลืองเพื่อสนองต่อแผนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งในปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยได้รับการจัดความสามารถด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Competitiveness) ในอันดับ 31 จาก 140 ประเทศ อันดับ 9 ในทวีปเอเชีย และอันดับ 3 ในกลุ่มประเทศอาเซียน รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีความพร้อมทางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศ ทรัพยากรมนุษย์ และตลาดแรงงาน กับราคาที่แข่งขันได้ แต่สิ่งที่ประเทศไทยเป็นรองอย่างมากคือ ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 130 และด้านความมั่นคงและความปลอดภัยอยู่อันดับที่ 111 (World Economic Forum, 2020)

แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังขาดความสมดุลระหว่างความสำเร็จทางเศรษฐกิจกับสิ่งแวดล้อม ประกอบกับนโยบายการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมาส่วนใหญ่เน้นจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยวมากนัก ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบยังไม่ถูกหยิบยกมากำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ได้ให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาในทุกด้านรวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ควรคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สร้างมูลค่าให้กับคนในท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของทรัพยากร แม้ว่าการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบยังไม่ใช่ที่รู้จักของผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป แต่ก็มีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวบางกลุ่มและหน่วยงานของรัฐบาลบางส่วนได้นำหลักการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแล้วที่ผ่านมา

ดังนั้นสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ประกอบด้วย 3 มิติที่สำคัญ คือ 1) มิติทางเศรษฐกิจ มีการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สุดที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชากรในท้องถิ่น มุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและสังคมของจุดหมายปลายทาง มีแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่เป็นธรรม ให้การสนับสนุนกลุ่มธุรกิจในระดับท้องถิ่นอย่างเพียงพอ 2) มิติทางสังคม การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเน้นถึงการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ มีการติดตามผลกระทบทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่อ่อนแอและด้อยโอกาสต้องไม่ถูกแยกออกจากกัน ช่วยรักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม สร้างเสริมสุขภาพและการศึกษาของชุมชนท้องถิ่น และการเชื่อมโยงไปยังทุกภาคส่วนนอกเหนือจากการท่องเที่ยว และ 3) การใช้

ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมถึงการลดของเสียและการบริโภคที่มากเกินไป การศึกษาและการสร้างจิตสำนึกเป็นสิ่งสำคัญในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดเป็นการการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ขณะที่นักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคที่สำคัญซึ่งเป็นการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎระเบียบของพื้นที่นั้น ๆ ความเชื่อทางศาสนาในท้องถิ่นหรือบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม และไม่ทำร้ายสภาพแวดล้อมทางกายภาพของท้องถิ่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนจึงมีหน้าที่ผลักดันรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้เกิดขึ้นจริงอย่างยั่งยืน

2.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน

ในประเทศไทย การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้มีจุดเริ่มต้นอย่างชัดเจนมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 โดยได้รับอิทธิพลโดยตรงจากแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีการกล่าวถึงและได้รับความสนใจในระดับโลกจากเวทีประชุมสำคัญต่าง ๆ เช่น การประชุมสุดยอดริโอ (Rio Earth Summit) เมื่อปี ค.ศ. 1992 ซึ่งมีส่วนทำให้ประเทศไทยเริ่มตระหนักและเห็นความสำคัญของการผสมผสานการพัฒนาเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกัน จากการตระหนักดังกล่าว ในปี พ.ศ. 2540 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อใช้เป็นกรอบในการวางแผนการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก แนวทางนี้สอดคล้องโดยตรงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ซึ่งให้ความสำคัญกับ "คนเป็นศูนย์กลาง" โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนา และมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการตัดสินใจเกี่ยวกับทิศทางและรูปแบบของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ทั้งนี้ ในบริบทของประเทศไทย คำว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" (Ecotourism) มักถูกใช้ในลักษณะเป็นไวยากรณ์หรือคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับ "การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน" (Sustainable Tourism) และ "การท่องเที่ยวทางเลือก" (Alternative Tourism) (ดวงใจ หล่อธนวิชัย, 2550) นวนิพนธ์ดังกล่าวล้วนมีหลักการสำคัญที่เหมือนกันคือ เน้นการมีส่วนร่วมจากชุมชนอย่างชัดเจน ทั้งในด้านของการเป็นเจ้าของกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดการ และการมีอำนาจในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แนวทางการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ถูกนิยามหรือเรียกว่า "การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน" (Community-Based Tourism: CBT) ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทหลักในการเป็นเจ้าของ จัดการ และดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยชุมชนมีการจัดการตนเองทั้งในแง่ของการดูแลทรัพยากรในท้องถิ่น การจัดการสิ่งแวดล้อม และการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจะถูกนำมาใช้พัฒนาคุณภาพชีวิต

ของสมาชิกในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ และเกิดความยั่งยืนในระยะยาว กล่าวได้ว่า แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน (CBT) จึงเป็นแนวคิดสำคัญและเป็นต้นแบบที่ประเทศไทยนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจนถึงปัจจุบัน และยังคงเป็นแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นกำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2555)

2.5.1 ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน

World Tourism Organization อธิบายเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานว่า ถ้ามีการวางแผนพัฒนาการจัดการที่ดีแล้วการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดอาชีพในชุมชน สร้างรายได้และเป็นโอกาสให้เกิดการประกอบธุรกิจซึ่งจะทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้นนอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติในชุมชน โบราณคดีประวัติศาสตร์ศิลปะงานหัตถกรรม และวัฒนธรรม ประเพณี ช่วยในการพัฒนาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นเพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา สอดคล้องกับ พจนา สวงศรี ที่ให้คำนิยามว่าการท่องเที่ยวฐานชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อเกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนา สวงศรี, 2546) ในทิศทางเดียวกัน ธง คำเกิด ให้คำนิยามว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นโดยชุมชนร่วมคิดร่วมวางแผน ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหาและร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเองบนพื้นฐานทรัพยากรของชุมชน ที่มุ่งเน้นถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน เกิดการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นการนำทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนที่มีอยู่มาทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน (ธง คำเกิด และคณะ, 2564)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานคือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางและรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งมีชาวบ้านที่เป็นเจ้าของชุมชนและเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ๆ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยวและอนุรักษ์ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน สู้ชนรุ่นหลังและเกิดประโยชน์สูงสุด” ซึ่งสอดคล้องกับ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานไว้ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเป็นการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสำคัญในการแก้ไขปัญหาในระดับชาติในเรื่องของสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม” (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2560) เช่นเดียวกันกับหน่วยงานภาครัฐก็จะระดับโลกอย่าง ธนาคารโลก ได้ให้คำอธิบายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานไว้ว่า “การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของชุมชน ผู้ซึ่งต้องได้รับประโยชน์และรายได้อย่างยุติธรรมจากการท่องเที่ยว กำจัดความยากจน และไม่ส่งผลกระทบแก่ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างความภาคภูมิใจในชุมชนเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน (World Bank, ม.ป.ป.)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้ชุมชนเป็นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว มีการเตรียมความพร้อมของชุมชน เสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในชุมชนให้สามารถดำเนินงานได้ มีการประสานความร่วมมือกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง โดยในการจัดการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับธรรมชาติ การคุ้มครองระบบนิเวศ หลีกเลี่ยงผลกระทบในด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม ขณะเดียวกันก็มุ่งให้เกิดการอนุรักษ์ฐานทรัพยากร อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และการฟื้นฟูภูมิปัญญาอันเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน คือชุมชนเป็นผู้ดำเนินการตั้งอยู่บนฐานที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนไปสู่รุ่นลูกหลานพร้อมกันนี้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยว และเป็นผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการตั้งแต่ร่วมคิด วางแผนดำเนินการ การตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การประเมินผลโครงการและการรับผลประโยชน์โดยคำนึงถึงความสามารถในการ

รองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2555)

ดังนั้นสามารถสรุปความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนเป็นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและการจัดการทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนเพื่อประโยชน์สุขของชุมชนตนเองโดยมีกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของชุมชนเป็นสำคัญ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานยังเป็นเครื่องมือหรือวิธีการที่จะชุมชนก้าวข้ามภาวะในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โดยใช้ฉันทามติและความต้องการของชุมชนเป็นหลัก โดยไม่เน้นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้นจะต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น และสามารถกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

ด้วยความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานที่ได้ยกตัวอย่างมา สามารถสรุปเป็นปรัชญาแห่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานซึ่งมีความสอดคล้องกับความหมายที่นักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ให้ไว้ 7 ประการ (วรพงศ์ ผูกภู และคณะ, 2562) ดังนี้

1) ศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานอยู่บนพื้นฐานนิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนเมื่อเริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยว สิ่งแรกที่เริ่มในการเริ่มต้น คือ เรามีของดีอะไรบ้าง ซึ่งจะพบว่าของดีหรือสิ่งที่ชุมชนนำมาเสนอ อยู่บนพื้นฐานของนิเวศวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งสามารถตีความหมายได้อย่างกว้างขวาง เกี่ยวข้องถึงระบบภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ การดำรงชีวิต ซึ่งจะสัมพันธ์กับวัฒนธรรมในเรื่องของชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ความเชื่อ ศาสนา เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน มีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์และใช้อย่างรู้คุณค่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเมื่อทราบถึงศักยภาพตัวตน เรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชน จึงจะสามารถวิเคราะห์ศักยภาพความน่าสนใจ ต้นทุนของชุมชนได้ เมื่อนำมาใช้ในมิติของการท่องเที่ยวต้องอยู่บนพื้นฐานของการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เพราะฉะนั้นการนำเสนอผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการต่างต้องอยู่บนหลักคิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคำนึงถึงคนรุ่นหลัง

3) คนในชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทาง อนาคต ของตนเอง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานให้ความสำคัญกับบทบาทคนในท้องถิ่น ตั้งแต่กระบวนการแรกเริ่ม คือ การศึกษา ศักยภาพ การวิเคราะห์ การทำความเข้าใจตนเอง และเลือกนำเสนอ เพราะฉะนั้นคนในชุมชนต้องมีบทบาทและเป็นผู้กำหนดอนาคตและทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หากชุมชนจะเลือกสิ่งใดมาใช้หรือนำเสนอ ต้องมีส่วนร่วมในการเลือกและตัดสินใจ (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2555)

4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน ต้องมีการบริหารจัดการในรูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์ ในปัจจุบันชุมชนที่ทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานนั้นมีพัฒนาการไปไกลมากจากเดิมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือก แหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวไม่มาก แต่ปัจจุบันหลาย ๆ ชุมชนมีพัฒนาการเป็นแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทำให้สถานการณ์หรือบริบทของพื้นที่เปลี่ยนไปการบริหารจัดการในวิธิตดแบบเดิมที่มองว่าชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ใช่กระแสหลัก อาจจะไม่เท่าทันและเพียงพอต่อบางชุมชนในปัจจุบัน เช่น บางชุมชนไม่สามารถใช้รูปแบบเดิมได้ เนื่องจากสถานการณ์เปลี่ยน นักท่องเที่ยวเปลี่ยน คนในชุมชนเปลี่ยนบทบาทและสถานะ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเปลี่ยนไปชุมชนหลายที่ผันตัวเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น การบริหารจัดการการอยู่ร่วมกันจึงจำเป็นต้องมีรูปแบบที่เหมาะสมและลงตัวอยู่ด้วยกันได้ รูปแบบการจัดการบริการพื้นที่ชุมชนจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์อยู่เป็นระยะ มีการกำหนดมาตรการ ข้อตกลง การจัดการผลประโยชน์ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์แต่ละพื้นที่ รูปแบบการจัดการจึงไม่ตายตัว โดยที่อยู่บนพื้นฐานศักยภาพพื้นที่ในมิติต่าง ๆ นิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่น เป้าหมายของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานการอนุรักษ์และใช้อย่างรู้คุณค่า คนในชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางในอนาคตของตนเอง

5) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน มีการกระจายรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการจัดการอย่างยั่งยืน เพราะฉะนั้นสิ่งที่จะแยกแยะระหว่างการท่องเที่ยวที่เป็นและไม่เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน อย่างหนึ่งคือการกระจายรายได้ ซึ่งต้องดูว่าการท่องเที่ยวที่ดำเนินการนั้น คำนึงถึงการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมหรือไม่ โดยคำนึงถึงทุกภาคส่วนที่ควรจะได้ตามความเหมาะสมหรือไม่ เป็นไปตามข้อตกลงหรือไม่ กติกาที่สร้างร่วมกันไว้หรือไม่ เช่น ไกด์ โฮมสเตย์ ได้รับตามข้อตกลง (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2555) ตามข้อกำหนดร่วมกัน การกระจายรายได้ทางอ้อม คือ ตัวสำคัญที่จะตอบโจทย์เรื่องการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและสังคม การบริหารจัดการ การกำหนดอนาคตของชุมชน และการท่องเที่ยว รายได้ทางอ้อมออกมาเป็นหลายรูปแบบได้ บางพื้นที่สามารถนำไปต่อยอด หรือลงทุนในส่วนอื่น ๆ เช่น ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ลงทุนเป็นร้านค้าชุมชน เพราะฉะนั้นการกระจายรายได้ไม่เพียงทำให้ทุกคนมีรายได้ แต่นำไปสู่การนำรายได้ไปหมุนเวียนในระบบอื่น ๆ

6) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นเรื่องแรก ๆ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานมุ่งเน้นเรื่องการนำทรัพยากรบนฐานนิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้อย่างรู้คุณค่า ผ่านกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการ สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เกิดความเข้าใจ ตระหนัก เพื่อนำไปสู่การสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ต่อไป หากใช้การท่องเที่ยวไปในทิศทางแบบนี้ คือการท่องเที่ยวทรัพยากรที่นำมาใช้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวและการให้บริการ เพื่อให้คนเกิดความเข้าใจ ยอมรับ ตระหนัก การให้เกียรติ เป็นสิ่งที่สอดคล้องกับแนวทางของเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

(โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), 2016) เมื่อเกิดกระบวนการแบบนี้ จะทำให้สังคมเกิดความตระหนักในเรื่องของการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมได้นำไปสู่กระบวนการดำเนินงานอนุรักษ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำเสนอบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

7) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน เป็นเครื่องมือในการพัฒนาได้ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชน สังคม เป้าหมายทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานมีเป้าหมายอยากเห็นการเปลี่ยนแปลงดีขึ้นในเรื่องของการพัฒนาในชุมชน หากทำการท่องเที่ยวโดยไม่หลุดจากปรัชญาที่เป็นแก่นสารหรือสาระสำคัญการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานนั่นเอง จะพบว่าเมื่อเริ่มต้นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน จากปรัชญาข้อที่ 1-6 ก็จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานหรือ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่เรื่องการพัฒนาได้จริง ซึ่งหลาย ๆ พื้นที่พิสูจน์ให้เห็นแล้ว นับได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเป็นรูปธรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และแสดงออกเป็นรูปธรรมหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน มีลักษณะโดดเด่นในด้านการเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นหัวใจหลัก เริ่มต้นจากการตระหนักในศักยภาพของพื้นที่ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานนิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่น และให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยชุมชนต้องเป็นผู้กำหนดอนาคตของตนเอง ผ่านกระบวนการตัดสินใจ การวางแผนและการจัดการอย่างเป็นระบบที่สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานยังเน้นการบริหารจัดการผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ผ่านการกระจายรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แก่สมาชิกในชุมชนทุกระดับ เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และนำไปสู่การลงทุนเพิ่มเติมที่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างรอบด้านของชุมชน อีกทั้งยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่นำไปสู่ความตระหนักรู้ และความเข้าใจที่ลึกซึ้งต่อคุณค่าของทรัพยากรในท้องถิ่น สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ซึ่งส่งผลดีต่อกระบวนการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว สุดท้ายนี้ ปรัชญาทั้งหมดได้แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถผลักดันการพัฒนาได้จริงในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคม ซึ่งในหลายพื้นที่ได้พิสูจน์แล้วว่ารูปแบบการท่องเที่ยวนี้คือแนวทางที่นำไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริงทั้งในมิติของการท่องเที่ยวและการพัฒนาโดยรวมของประเทศ

2.5.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Tourism: CBT) ถือเป็นกรอบแนวคิดที่ชัดเจนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของ

ชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมและการบริหารจัดการที่เหมาะสมในชุมชน ซึ่งส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และสร้างความยั่งยืนในทุกมิติ สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน กำหนดองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน 4 ด้าน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2561) ดังต่อไปนี้

- 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 2) องค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
- 3) การจัดการ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนของชุมชนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
- 4) การเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

จากองค์ประกอบทั้งสี่ด้านที่ได้กล่าวมา สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกกระบวนการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การสร้างระบบที่ดีเพื่อกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน ถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนและความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว

2.5.3 หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเป็นฐาน

หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นกรอบแนวทางสำคัญในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญ เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ผ่านการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน ไว้ 10 ประการ (พจนานุกรม, 2546) ได้แก่

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ หมายถึง ชุมชนต้องเป็นผู้มีสิทธิในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง เป็นเจ้าของกิจกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก อาหาร สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยว

2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง ชุมชนจะต้องมีบทบาทในการตัดสินใจ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การดำเนินกิจกรรม การจัดการ จนถึงการประเมินผลและการปรับปรุงการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องสะท้อนถึงคุณค่าและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน โดยการนำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมที่ชุมชนมีอยู่ ทำให้สมาชิกชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของตนเอง

4) ยกระดับคุณภาพชีวิต รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ การศึกษา สาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดสวัสดิการ การลงทุนด้านสาธารณูปโภค หรือการจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชน

5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีการจัดการที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ และมีระบบบริหารจัดการที่สามารถควบคุมและป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม

6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนต้องตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีการรักษาและฟื้นฟูประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่สืบทอดมาอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ให้ถูกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจนสูญเสียอัตลักษณ์ที่สำคัญ

7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวควรเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ นักท่องเที่ยวและชุมชนต้องเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกัน มีการปฏิบัติตนโดยเคารพต่อวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชน โดยไม่ละเมิดหรือทำลายคุณค่าความเป็นมนุษย์และวิถีชีวิตดั้งเดิมของเจ้าของพื้นที่

9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น รายได้หรือผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวจะต้องกระจายสู่สมาชิกในชุมชนอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ไม่มีการเอาเปรียบหรือกีดกันกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยคำนึงถึงความยุติธรรมและความเหมาะสมตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละคน

10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน นอกจากการกระจายรายได้สู่สมาชิกแต่ละคนแล้ว รายได้ส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวควรถูกจัดสรรไปใช้ในโครงการหรือกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม การศึกษา การพัฒนาสาธารณสุข และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนโดยรวม

จะเห็นว่าหลักการทั้ง 10 ข้อนี้มีความสอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

ยั่งยืน และสามารถกำหนดอนาคตของตนเองได้อย่างแท้จริง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (สถาบันการทอ่งเทียวโดยชุมชน, 2561)หลักการเหล่านี้จึงเป็นแนวทางที่ชุมชนควรนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทอ่งเทียวให้ประสบความสำเร็จและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้การทอ่งเทียวโดยชุมชนเป็นฐานจำเป็นต้องม้องค์กรที่เข้ามารับผิดชอบในการทำงาน เนื่องจากลักษณะงานต้องติดต่อสัมพันธ์กับนักทอ่งเทียวซึ่งเป็นบุคคลภายนอก หรือหน่วยงานภายนอกที่ต้องประสานความร่วมมือด้วย การทอ่งเทียวยังเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรส่วนร่วมของชุมชน จำเป็นต้องสร้างรูปแบบการบริหารงานองค์กรให้ชัดเจน การที่จะชี้วัดว่าองค์กรที่เข้ามาทำหน้าที่จัดการการทอ่งเทียวโดยชุมชนสามารถเป็นตัวแทนผลประโยชน์ที่แท้จริงของชุมชนหรือไม่ องค์กรต้องให้ความสำคัญองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้(พจนา สวนศรี, 2546)

1) การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นหัวใจการทำงานชุมชน คือการที่ชาวบ้านมีความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อกระบวนการทำงานได้ให้ชาวบ้านได้ร่วมคิด ร่วมทำตั้งแต่เริ่มต้น และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดทิศทาง และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งอาจเป็นไปได้ยากที่จะทำให้ทุกคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง แต่การทอ่งเทียวโดยชุมชนก็ควรให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์ไม่ทางตรงก็ทางอ้อมในการจัดการการทอ่งเทียว ในกรณีของการทอ่งเทียวโดยชุมชนสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนให้เข้ามามีบทบาทในการทำงานโดยการเป็นที่ปรึกษาหรือร่วมทุน ชาวบ้านทั่วไปสามารถเป็นสมาชิกได้ในลักษณะการร่วมทุน การลงทุน เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ชุมชน แม้ว่าการมีส่วนร่วมอาจทำให้กิจกรรมเป็นไปได้ช้าแต่สมาชิกในชุมชนจะเกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ร่วมกัน

2) การกระจายบทบาทการทำงาน (Division of Roles) การที่การทอ่งเทียวมีกิจกรรมหลากหลาย การแบ่งบทบาทหน้าที่การทำงานให้กระจายไปยังสมาชิก จะทำให้การทำงาน คล่องตัว นอกจากนี้ยังเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกโดยเฉพาะผู้หญิง ผู้อาวุโส เยาวชนได้แสดง บทบาทและศักยภาพของตนในการทำงาน

3) การกระจายผลประโยชน์ (Division of Benefits) การทอ่งเทียวเป็นกิจกรรม สร้างรายได้และผลตอบแทนให้กับชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดการผลประโยชน์ให้กระจายตัวสู่คนในชุมชนและสมาชิกผู้ดำเนินการทอ่งเทียว การจัดผลประโยชน์ควรแยกออกเป็นผลประโยชน์ทางตรงที่สมาชิกของกลุ่ม องค์กรทอ่งเทียวโดยชุมชนได้รับจากการทอ่งเทียว และผลประโยชน์ทางอ้อม แม้ว่าสมาชิกทุกคนจะไม่ได้รับโดยตรงจากการทอ่งเทียว แต่ก็ควรได้รับการจัดสรรผลประโยชน์ในส่วนของสาธารณะประโยชน์ของชุมชน เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ของชุมชน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงผลประโยชน์ที่เกิดจากขายของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ของ

ชุมชน ทำให้มีเงินหมุนเวียนในหมู่บ้าน มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในหมู่บ้านเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

4) มีระบบการทำงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ระบบการเงินที่เข้าใจง่าย ตรวจสอบได้ และการกระจายบทบาทการทำงาน มีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญตั้งแต่ต้น เพราะการท่องเที่ยวมีผลประโยชน์ในหลายด้านการวางระบบที่ดีจะทำให้สมาชิกไม่ต้องหวาดระแวงกัน ในภายหลัง สิ่งที่สามารถทำให้โปร่งใสและตรวจสอบการทำงานได้มีดังนี้

(1) มีการจัดทำการเงินขึ้นพื้นฐาน เช่น การมีใบเสร็จรับเงิน ใบเสร็จ จ่ายเงิน การลงบัญชีรายรับและรายจ่ายรายวัน และบัญชีแยกประเภท

(2) มีระบบการรายงานการเงินทุกเดือน

(3) ออกระเบียบว่าด้วยการหักเงินเข้าบัญชีกองทุนหมู่บ้านหรือกองกลางของกลุ่ม รวมทั้งระเบียบใช้เงิน

(4) มีการสรุปการใช้จ่ายเป็นระยะทุก ๆ 3-6 เดือน

(5) สมาชิกที่ทำการเงิน (รับ-จ่าย) กับคนทำบัญชี (แสดงรายการสรุปการใช้จ่ายเงินในแต่ละประเภท) ต้องไม่ใช่คนเดียวกัน และควรมีกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 2 คน

(6) ระบบหมุนเวียนผู้รับผิดชอบเรื่องที่พัก การนำเที่ยว การบริการอาหารหรือยานพาหนะ ให้มีการทำระบบรายชื่อเพื่อให้เห็นการกระจายตัวการทำงาน การหมุนเวียนการทำงาน และผลตอบแทนที่ได้รับ

5) มีมาตรการในการควบคุมและป้องกันผลกระทบทางด้านสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม กลุ่มสามารถออกกฎระเบียบการท่องเที่ยว หรือแนวทางการปฏิบัติตัวเมื่ออยู่ในชุมชนให้นักท่องเที่ยวถือเป็นแนวปฏิบัติ นอกจากนี้ยังควรจะต้องมีกลไกการติดตามผลกระทบด้านต่าง ๆ โดยตั้งกรรมการรับผิดชอบ หรือจัดทำให้เป็นวิธปฏิบัติเมื่อมีการท่องเที่ยว ควรมีการรายงานการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสมเพื่อให้มีการเฝ้าระวังและแก้ไขผลกระทบได้อย่างทันทั่วถึง

โดยสรุปแล้ว องค์กรที่รับผิดชอบในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานจะประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องยึดองค์ประกอบทั้ง 5 ประการดังกล่าวข้างต้นเป็นแนวทางหลักในการดำเนินงาน ทั้งในด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมการท่องเที่ยว การกระจายบทบาทหน้าที่ในการทำงานที่ชัดเจนและทั่วถึง การจัดสรรและกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ทุกภาคส่วนในชุมชน การมีระบบบริหารงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้ และการมีมาตรการที่ชัดเจนในการเฝ้าระวังและป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้น (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2555) ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

และความยั่งยืนให้กับการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน ตลอดจนเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างแท้จริงและยั่งยืนในระยะยาว

2.5.4 บทบาทของชุมชนกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานนั้นอยู่บนฐานรากวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองบนฐานต้นทุนของชุมชนจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนมีจิตสำนึกในการดูแลรักษา มีความรักสามัคคีกันในชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันของคนในชุมชนและกับชุมชนเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือกันในการแก้ไขปัญหา ชุมชนตัดสินใจได้อย่างอิสระมีการจัดการรายได้ด้วยความโปร่งใสโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานส่งผลให้ชุมชนเกิดระบบความร่วมมือทั้งคนภายในชุมชนและภายนอกชุมชนเกิดความเอกภาพระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลกับชุมชน ทำให้เกิดพลังของชุมชนที่มีความเข้มแข็ง (ทิพย์สุตา พุฒจร, 2559) และการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นเป็นสิ่งสำคัญและหากขาดองค์ประกอบนี้ก็จะทำให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพไม่ได้ การที่ประชาชน คนในชุมชนหรือภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมด้วยจะทำให้การท่องเที่ยวนั้น ๆ เกิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานบนฐานทรัพยากรในชุมชน

โดยภาครัฐต้องเปิดโอกาสให้คนในชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วม ในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมกันทำ ร่วมรับผลประโยชน์และตรวจสอบได้เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ภาครัฐในการตัดสินใจและเกิดเป็นที่ยอมรับร่วมกันในทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติที่ต้องการพัฒนาศักยภาพคนเป็นสำคัญในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับแนวคิดประเทศไทย 4.0 ที่ต้องการสร้างความเข้มแข็งจากภายในของคนในชุมชน โดยการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยวเพื่อสร้างสมดุลในด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อมและประชาชนพึ่งพาตนเองได้ซึ่งสิ่งสำคัญในการพัฒนา คือ องค์ความรู้ ความเข้าใจในอัตลักษณ์ การมีจิตสำนึกด้านการรักษาทรัพยากรของตน และการบริหารจัดการเป็นต้น ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ ปีพ.ศ. 2560-2564 (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) นับเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Tourism) เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดขึ้นได้โดยตรงจากบทบาทของชุมชนในทุกขั้นตอน ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นในการ

วางแผนกิจกรรม กำหนดทิศทางของการท่องเที่ยว ตลอดจนกระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และประเมินผลที่เกิดขึ้นตามมา การที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่เป็น การแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว บทบาทสำคัญของชุมชนในกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน ได้แก่ การนำเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น งานหัตถกรรมพื้นบ้าน สินค้าทางการเกษตร หรืออาหารท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งชุมชนยังมีบทบาทในการจัดกิจกรรมที่แสดงถึงประเพณีและวัฒนธรรม เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การร่ายรำ กิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตจริงของชุมชน อันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชุมชนยังมีบทบาทในการจัดการที่พักในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดตั้งบ้านพักแบบโฮมสเตย์ (Homestay) ที่นักท่องเที่ยวสามารถพักอาศัยร่วมกับครอบครัวเจ้าบ้าน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงการต้อนรับที่อบอุ่นจากชุมชนโดยตรง ขณะเดียวกัน รายได้จากกิจกรรมเหล่านี้ก็จะถูกนำไปพัฒนาชุมชน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสาธารณสุข ส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง และสามารถบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2.5.5 การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน

การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นนับว่าเป็นเป้าหมายสำคัญของกระบวนการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนในองค์กรของระบบและจัดเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นครอบคลุมการมีส่วนร่วมขององค์กรอื่น ๆ ด้วย แต่ได้เน้นความสำคัญให้แก่ประชาชนท้องถิ่นที่จะมีบทบาทในการกำกับดูแล และควบคุมทรัพยากรและการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมากขึ้นและสามารถให้ประชาชนท้องถิ่นดำเนินชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนควรเริ่มต้นตั้งแต่การให้ข้อมูลท้องถิ่น การระบุปัญหาและทางเลือกในการแก้ปัญหา การเตรียมการจัดการ การระบุแผนงาน การควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากร การมีส่วนร่วมในการบริการ และการได้รับประโยชน์จากการบริการ โดยชุมชนเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและมีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เพื่ออนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรเหล่านั้นให้ยังคงอยู่สืบไป ดังนั้นองค์กรของชุมชนจึงมีความสำคัญในกระบวนการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม หมายถึง การประชาชนหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิดและเป้าหมายที่เหมือนกันได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และร่วมกันรับผลประโยชน์ โดยจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน (เชาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564) และการมีส่วนร่วม คือ ความเกี่ยวข้องทางด้านอารมณ์และจิตใจของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เป็นเหตุให้กระทำเพื่อบรรลุ

จุดมุ่งหมายของกลุ่มและยังทำให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกัน โดยกระบวนการในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจถึงปัญหาของชุมชน และร่วมมือเข้ามามีส่วนรวมในชุมชนประกอบด้วย 5 ขั้นตอน (เพชรอำไพ มงคลจิระเดช และคณะ, 2557) ดังนี้

1) การศึกษาและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่สำคัญเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอก โดยหน่วยงานจะต้องลงพื้นที่เพื่อทำความรู้จักชุมชน ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม สภาพปัญหาต่าง ๆ รวมถึงการสำรวจศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับทรัพยากรในพื้นที่ ขั้นตอนนี้ควรเน้นสร้างความไว้วางใจและรู้สึกเป็นมิตร เพื่อให้ชุมชนเปิดรับและร่วมมือในการดำเนินงานในขั้นตอนถัดไป

2) การให้ความรู้และความเข้าใจแก่คนในชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ เป็นขั้นตอนที่มุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ให้แก่สมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน ประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ในขั้นตอนนี้หน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญควรเข้ามาจัดอบรมหรือเวทีเสวนากับคนในชุมชน เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่าย ชัดเจน และเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ อย่างอิสระ เพื่อสร้างพื้นฐานความเข้าใจที่ตรงกัน

3) ร่วมกันวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน ขั้นตอนนี้มีความสำคัญเนื่องจากชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนอย่างเต็มที่ โดยกำหนดกิจกรรม รูปแบบการท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย แนวทางการจัดการทรัพยากร รวมถึงแผนการตลาด การบริหารจัดการรายได้ และการกระจายผลประโยชน์ สมาชิกชุมชนจะต้องเข้าร่วมประชุม อภิปราย ให้ความเห็น และตัดสินใจร่วมกัน ทั้งนี้แผนงานที่ได้ต้องตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริงและสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

4) การดำเนินงานตามแผน เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติการจริงตามแผนที่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันกำหนดไว้ โดยชุมชนควรมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกอย่างชัดเจน มีการกำหนดกลุ่มรับผิดชอบในแต่ละกิจกรรม เช่น การจัดการที่พัก อาหาร การนำเที่ยว การดูแลนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ในระหว่างการทำงาน ชุมชนควรมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

5) การติดตามและประเมินผล ขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถประเมินผลการดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมาอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยข้อมูลจริงจากการดำเนินกิจกรรม เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งผลการติดตามและประเมินผลนี้ จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวในรอบต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์

สูงสุดต่อชุมชนในระยะยาว

เงื่อนไขของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการด้านการท่องเที่ยว จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสำคัญ 3 ประการ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552) เพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง ยั่งยืน และสะท้อนความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งแต่ละเงื่อนไขมีรายละเอียดเพิ่มเติม ได้แก่

1) การที่ประชาชนจะต้องมีอิสระภาพในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่ชุมชนสามารถแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจ และดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างอิสระ โดยปราศจากแรงกดดันจากหน่วยงานภายนอกหรือผู้มีอำนาจอื่นใดเข้ามาครอบงำหรือชี้นำการตัดสินใจ ประชาชนควรมีอิสระในการเสนอความคิดเห็นที่หลากหลาย การเลือกกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงมีเสรีภาพในการจัดสรรทรัพยากรท้องถิ่นของตนเองโดยปราศจากการแทรกแซงจากภายนอก อิสระภาพนี้ยังหมายรวมถึงสิทธิในการปฏิเสธกิจกรรมที่ไม่เหมาะสมหรืออาจสร้างผลกระทบต่อชุมชนด้วยเช่นกัน

2) จะต้องมีคามเสมอภาคในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ หลักการนี้เน้นการให้โอกาสที่เท่าเทียมกันแก่สมาชิกทุกกลุ่มในชุมชนในการมีส่วนร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว โดยไม่เลือกปฏิบัติหรือกีดกันใครโดยเหตุแห่งฐานะ เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา หรือสถานภาพทางสังคม สมาชิกทุกคนต้องมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและมีสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้แน่ใจว่ากระบวนการตัดสินใจมีความเป็นธรรมและสะท้อนความต้องการของทุกฝ่ายในชุมชน

3) ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมจะต้องมีความสามารถในการเข้ามามีส่วนร่วม หมายถึงการที่ประชาชนในชุมชนต้องมีศักยภาพ มีทักษะ และมีความรู้ที่เพียงพอในการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว การเสริมสร้างศักยภาพนี้อาจเกิดจากการอบรม การศึกษา การให้คำปรึกษา หรือการฝึกฝนทักษะต่าง ๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าใจบริบทของการท่องเที่ยว รู้จักวิธีการบริหารจัดการ มีทักษะในการสื่อสารและการจัดการกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถวางแผนและตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนสามารถดูแลจัดการการท่องเที่ยวของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

การมีส่วนร่วมของชุมชนจำแนกตามลักษณะของการดำเนินงานที่ประชาชนท้องถิ่นมีโอกาสมิมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท กล่าวคือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนในการให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและดำเนินการในรูปของธุรกิจท้องถิ่นรายบุคคล และการมีส่วนร่วมในรูปแบบขององค์กรท้องถิ่น เช่น องค์กรท่องเที่ยวของหมู่บ้าน หรือตำบล เป็นต้น

1) การมีส่วนร่วมระดับรายบุคคลรับผลประโยชน์โดยตรง เช่น สมาชิกชุมชนจัดให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดรายได้จากการให้บริการดังกล่าว เช่น เรือ ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว เป็นต้น หรือเป็นการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากชุมชน

2) การมีส่วนร่วมระดับชุมชนรวมกลุ่มจัดระบบการบริการนักท่องเที่ยว โดยชุมชนร่วมกันจัดตั้งเป็นองค์กรทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ กำหนดมาตรฐานการรองรับการท่องเที่ยว มีการจัดระบบการให้บริการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้เรียบร้อยให้เกิดความสะดวกและมีมาตรฐานเดียวกัน มีการจัดสรรรายได้สู่ผู้ให้บริการโดยตรงและกับสมาชิกของชุมชนทั้งหมดในรูปของกองทุนหมู่บ้าน จัดเป็นธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชน นอกจากนั้นชุมชนอาจประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้บริษัทนำเที่ยวนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน หรือชุมชนมีส่วนร่วมในการระดมทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวร่วมกับผู้ลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวร่วมกับผู้ลงทุนอื่น ๆ และชุมชนได้รับประโยชน์จากธุรกิจท่องเที่ยวนำมาจัดสรรใช้ประโยชน์ในชุมชนตามที่ชุมชนได้ตั้งกฎกติกาไว้

สามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นถือเป็นรากฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน เนื่องจากเป็นแนวทางการพัฒนาที่มีเป้าหมายหลักในการสร้างความยั่งยืนในทุกมิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชนจำเป็นต้องดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านกระบวนการสำคัญทั้ง 5 ขั้นตอน เริ่มจากการทำความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เหมาะสมแก่ประชาชนในพื้นที่เพื่อให้ชุมชนสามารถวิเคราะห์ปัญหาและศักยภาพของตนเองได้ การร่วมวางแผนบริหารจัดการเพื่อให้กิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง มีการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม และท้ายสุดคือการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้ไปปรับปรุงกิจกรรมให้ดีขึ้นต่อไป ทั้งนี้ เงื่อนไขสำคัญที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนให้เกิดผลในทางปฏิบัติ คือ ประชาชนต้องมีเสรีภาพในการตัดสินใจอย่างแท้จริงโดยไม่มีแรงกดดันจากภายนอก มีความเสมอภาคในการเข้าถึงโอกาสและสิทธิในการมีส่วนร่วม และต้องได้รับการเสริมสร้างศักยภาพเพื่อให้มีความสามารถเพียงพอในการจัดการท่องเที่ยวของตนเอง ทั้งในด้านการบริหารจัดการและการให้บริการนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับองค์กรชุมชน ซึ่งทั้งสองลักษณะนี้จะช่วยส่งเสริมให้ชุมชนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึง เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม สร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากร และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

2.5.6 ผลประโยชน์ของชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานเกิดจากความร่วมมือกันของคนในชุมชน ดังนั้นผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจะกลับเข้าสู่ชุมชนโดยตรงเพื่อพัฒนาและดูแลชุมชนรวมถึงทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชน และสิ่งเหล่านั้นจะคืนกลับให้คนทุกคนในชุมชน ขณะที่การท่องเที่ยวชุมชนผลประโยชน์ที่ได้ส่วนใหญ่จะคืนกลับสู่ผู้ประกอบการรายนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านรายได้ หรือการพัฒนาดูแลต่าง ๆ ซึ่งหากจะคืนกลับสู่ชุมชนก็อาจจะขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญของแต่ละผู้ประกอบการนั้น ๆ โดย

ผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ มีดังนี้

1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน มีส่วนสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชน ความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น มีความเชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทั้งการสร้างภาคภูมิให้ให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร สื่อสารปัญหาความขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรให้คนภายนอกได้รับทราบ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชน สร้างความร่วมมือของหน่วยงานในการทำงานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน มีส่วนสนับสนุนการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนจะทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคม โดยที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับชาวบ้านในการนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ทำให้เกิดการสืบค้นถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ชุมชนพร้อมในการนำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมคนท้องถิ่น เป็นตัวกระตุ้นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน และทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง

3) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน ความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่น หรือชาติพันธุ์ของตน ความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน การมีพื้นที่ทางสังคมได้รับการยอมรับจากคนภายนอก เป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน ช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการความรู้ภายในชุมชน มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนภายนอก มีความเชื่อมั่นให้คนในชุมชนในการนำเสนอปัญหาและความต้องการกับหน่วยงานภายนอก นำเสนอประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนา กับคนและหน่วยงานที่มาศึกษาดูงาน นอกจากเป็นการพัฒนา “คนใน” แล้วยังให้การศึกษา กับ “คนนอก” ด้วย

4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน มีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่น “การท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามา

ในชุมชนคือ วิถีชีวิตที่แตกต่าง และวัฒนธรรมดั้งเดิม จุดดึงดูดคือวิถีที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริม ที่สามารถนำรายได้นั้นไปปรับปรุงที่อยู่อาศัย การออมทรัพย์ไว้ใช้ยามขาดแคลน เจ็บป่วย หรือเป็นทุนการศึกษาให้กับลูกหลาน โดยที่ชาวบ้านยังคงดำเนินวิถีดั้งเดิมหรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ให้กับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างงานให้กับคนในชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ท้ายที่สุดแล้วเป็นไปเพื่อความยั่งยืนของ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับชุมชนจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานในด้านดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

1) ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจนั้นไม่มุ่งหมายให้การท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจหลักของชุมชน เพราะอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และชุมชนจะไม่สามารถอยู่ได้หากภาวะท่องเที่ยวในชุมชนซบเซาลง แต่ประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ อาชีพเสริมที่เกิดจากการจัดสรรทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดมูลค่าและประโยชน์สูงสุด นำมาซึ่งความเป็นอยู่ที่ดี พร้อมทั้งนำบรรยากาศแห่งความอบอุ่นและความเข้มแข็งกลับคืนสู่ชุมชนอีกด้วย

2) ผลประโยชน์ด้านสังคมวัฒนธรรม คือ ผลประโยชน์ที่ชัดที่สุดและเกิดขึ้นตั้งแต่เริ่มต้นจากการร่วมมือกันของคนในชุมชน การสำรวจชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี อัตลักษณ์ที่เป็นมรดกทางสังคมของแต่ละชุมชนซึ่งไม่เพียงเป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ยังเป็นสร้างคุณค่าที่ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ การมีส่วนร่วมและความเป็นหนึ่งเดียวกันของชุมชน

3) ผลประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม คือ การคืนสิ่งแวดล้อมสู่ชุมชนผ่านเงื่อนไขของการท่องเที่ยวที่ใช้ความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งนำเสนอในรูปแบบของการท่องเที่ยวขณะเดียวกันยังสามารถป้องกันการเข้ามาของนายทุนที่อาจสร้างเงินสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชนแต่สิ่งที่ถูกทำลายคือสิ่งแวดล้อมจากการเข้ามาโดยไม่คำนึงถึงชุมชนดังนั้นการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมที่อาจเปลี่ยนแปลงไป และปกป้องสิ่งแวดล้อมในชุมชนไม่ให้ถูกรุกรานจากคนภายนอก

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์โดยตรงต่อชุมชน เพราะชุมชนเป็นทั้งผู้ดำเนินกิจกรรมและเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์หลัก การดำเนินการทั้งหมดตั้งอยู่บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตั้งแต่ต้นจนจบ โดยการนำทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้สร้างมูลค่า เกิดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ชุมชนสามารถรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมสู่ทุกคนในชุมชน ไม่เพียงแต่สมาชิกที่เกี่ยวข้องโดยตรง แต่ยังขยายไปถึงประชาชนในพื้นที่โดยรอบผ่านการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ส่งผลให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และลดการพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้าง

ศักยภาพและความเข้มแข็งให้ชุมชนในการจัดการทรัพยากรของตนเอง เพิ่มทักษะในการบริหารจัดการ ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันทั้งระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม นำไปสู่ความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกันในระยะยาว ซึ่งลักษณะเช่นนี้เป็นแนวทางที่สามารถตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ของโลกได้อย่างแท้จริง

2.5.7 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย

ภาครัฐมีการกำหนดแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน และสร้างสรรค์ ปีพ.ศ. 2561-2565 เป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพและทักษะของทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน ตามแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานความพอเพียง อีกทั้งยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีมาตรฐานคุณภาพภายใต้ขีดความสามารถการรองรับของชุมชน และเพื่อเพิ่มจำนวนเครือข่ายและความเข้มแข็งของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มีเป้าหมายหนึ่งคือการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำของประเทศผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายดังกล่าวหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างร่วมมือผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการพัฒนาแบรนด์ CBT Thailand ภายใต้แนวคิดท่องเที่ยววิถีไทย สุขใจวิถีชุมชน โดยคณะอนุกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) เพื่อผลักดันให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นที่รู้จักและมีมาตรฐานไปในทางเดียวกัน และโครงการเที่ยวเมืองรองลดภาษีของรัฐบาล

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่พิเศษโดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) อพท. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่อยู่ในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประสาน ส่งเสริม และสนับสนุน เพื่อเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์สูงสุดจากการท่องเที่ยว และได้จัดทำเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ซึ่งพัฒนาจากเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เพื่อนำมาเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมินจุดอ่อน จุดแข็ง ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีมาตรฐาน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555)

อีกทั้งสิ่งที่สำคัญที่สุดในการก้าวข้ามปัจจัยท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน ทั้ง 2 ประการ คือ การพัฒนาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการรู้เท่าทันข้อดีและข้อเสียของการท่องเที่ยว การ

บริหารจัดการและการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น การเป็นเจ้าบ้านที่ดีการเล็งเห็นถึงโอกาสในการเชื่อมโยงชุมชนกับการท่องเที่ยว เป็นต้น ในการพัฒนาศักยภาพชุมชนนั้นมีภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหลากหลาย ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง หรือภาควิชาการทั้งสถาบันการศึกษาและองค์กรพัฒนาเอกชน หรือ NGOs ต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย การมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากมาย ทำให้ทิศทางการพัฒนามีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามภารกิจหรือแนวทางของแต่ละหน่วยงาน ดังนั้น ภาคส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคประชาชนจึงจำเป็นต้องหันหน้าเข้ามาร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติร่วมรับผิดชอบและร่วมรับผลประโยชน์ ทำให้เกิดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่จะเกิดประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่นสูงสุด ดังนั้นจึงได้เกิดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 (CBT Thailand) จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประสานการทำงานกับภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดการกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปสู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยพัฒนาสู่สากลอย่างมีเอกภาพบนฐานการรักษา และจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนสู่ชุมชนแห่งความสุข” (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยได้รับการผลักดันอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อบรรลุเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืนของชุมชนผ่านการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ในชุมชน ให้มีทักษะในการบริหารจัดการและสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการที่ชัดเจนของภาครัฐ ได้แก่ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติและแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงการริเริ่มโครงการต่าง ๆ เช่น CBT Thailand และการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) มีบทบาทสำคัญในฐานะหน่วยงานกลางที่ประสานงานกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึง รวมทั้งมีการจัดทำเกณฑ์การประเมินเพื่อสร้างมาตรฐานและยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล อีกทั้งยังมีการส่งเสริมให้ชุมชนมีบทบาทและส่วนร่วมมากขึ้นในการตัดสินใจ กำหนดทิศทาง และได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความท้าทายที่สำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่หลากหลาย ทำให้การประสานงานมีความซับซ้อนและมีทิศทางที่แตกต่างกันไปตามบทบาทของแต่ละภาคส่วน ดังนั้นการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน ชุมชน และองค์กรภาคประชาสังคมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยใช้กลไกและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนจากทุกภาคส่วน ทั้งนี้เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในประเทศไทยสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืนและสร้างประโยชน์ที่แท้จริงแก่ชุมชนในระยะยาว

2.6 การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแนวคิดสำคัญที่คำนึงถึงผลกระทบของการพัฒนาต่อคนรุ่นอนาคต ซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำให้คนรุ่นอนาคตต้องเสียโอกาสในการตอบสนองความต้องการ อย่างไรก็ตามเพื่อให้แนวคิดดังกล่าวมีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น ให้ความสำคัญกับประเด็นสิ่งแวดล้อมที่มักถูกมองข้าม และนำไปสู่การขับเคลื่อนจริงในเชิงนโยบายและปฏิบัติแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวหรือ Green Economy จึงได้เกิดขึ้น โดยเศรษฐกิจสีเขียวคือการพัฒนาหรือสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มีการรักษาระบบธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน ดังนั้นสามารถระบุได้ว่า เศรษฐกิจสีเขียว เป็นสิ่งเดียวกันกับเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กรมการท่องเที่ยว, 2557b) โดยแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวหรือเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในภาคเศรษฐกิจ เช่น ผลิตภัณฑ์สีเขียว โรงงานสีเขียว การขนส่งสีเขียว และการท่องเที่ยวสีเขียว เป็นต้น

นอกจากนี้ประชาคมโลกยังได้มีการถ่ายทอดแนวคิดและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนสู่ภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ และภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการขับเคลื่อนในเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) และโปรแกรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของสหประชาชาติ (UNEP) ได้กำหนดนิยามของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่าเป็นการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและอนาคต (UNWTO, 2008) โดยเน้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาคธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ โดยครอบคลุมทุกประเภทของการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวกระแสหลักและการท่องเที่ยวทางเลือกต่าง ๆ ทั้งนี้การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางและเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวสีเขียว

2.6.1 ความหมายการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีหน่วยงานและนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวสีเขียว ที่มีความหมายในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Tourism หรือ Green Tourism) เป็นแนวคิดการท่องเที่ยวที่เกิดจากความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและ

ทรัพยากรธรรมชาติที่กำลังถูกทำลายลงจากการท่องเที่ยวที่ขาดการควบคุมและไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบที่ตามมา แนวคิดนี้ได้กลายเป็นกระแสที่ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในระดับโลก โดยมุ่งเน้นให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ในประเทศไทยได้มีงานศึกษาและมีผู้ที่นิยามความหมายหรือคำจำกัดความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสีเขียว ดังนี้ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความหมายของการท่องเที่ยวสีเขียวไว้ การท่องเที่ยวที่ทุกคนมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางด้านการศึกษาเรียนรู้และประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ร่วม ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น (กรมการท่องเที่ยว, 2557a) สอดคล้องกับ ตรีทิพ บุญแยม เสนอว่าการท่องเที่ยวสีเขียวเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความรับผิดชอบและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น โดยสามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนท้องถิ่นได้ด้วย (ตรีทิพ บุญแยม, 2554) นอกจากนี้ ธนเดช เกียรติเลิศธรรม (2558) ระบุว่า การท่องเที่ยวสีเขียวหมายถึง การท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติสภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ (ธนเดช เกียรติเลิศธรรม, 2558) ขณะที่ ศุภรดา มาจันทร์ (2558) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวสีเขียว ว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้อยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ศุภรดา มาจันทร์, 2558) อีกทั้งเพชรรัตน์ จำปาสุข (2558) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวสีเขียวว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่ออนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งมีสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งไม่ได้เป็นการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพียงอย่างเดียว แต่การท่องเที่ยวสีเขียวจะรวมถึงตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชนบท หรือแม้แต่เขตเมืองก็ตาม (เพชรรัตน์ จำปาสุข, 2558)

สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวสีเขียว หมายถึงการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความรับผิดชอบและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น โดยสามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนท้องถิ่นได้ด้วย โดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมุมมองเพื่อความยั่งยืน คือ รักษาสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศน์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้อยู่ในสภาพเดิมให้มากที่สุดและการท่องเที่ยวนี้ร่วมสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาวด้วย

ดังนั้น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับบริบทของโลกยุคปัจจุบันที่กำลังเผชิญกับปัญหาวิกฤตทางสิ่งแวดล้อมและการ

เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรง โดยการท่องเที่ยวสีเขียวไม่ได้มีเป้าหมายเพียงแค่การลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบต่อไป โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางที่สร้างประโยชน์ร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแก่ชุมชนเจ้าของพื้นที่อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการให้บริการและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ และการออกแบบการท่องเที่ยวที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในอนาคตได้อย่างแท้จริง

2.6.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวสีเขียว

จากลำดับแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนข้างต้นที่มีการถ่ายทอดสู่แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว และสู่แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวสีเขียวที่เป็นแนวคิดที่อยู่ภายใต้ตรรกะและขอบเขตของแนวคิดทั้งสอง โดยเน้นที่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รักษา และสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ตรีทิพย์ บุญเยี่ยม (2554) เสนอว่าการท่องเที่ยวสีเขียวมีลักษณะความคล้ายกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเพื่อธรรมชาติ อย่างไรก็ตามได้ จึงสามารถใช้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาอธิบายความหมายในมุมมองการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่นให้ดำรงอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด (ตรีทิพย์ บุญเยี่ยม, 2554) กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวสีเขียว (Green tourism) เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เน้นความสมดุลระหว่างสภาพเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และต้องตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นให้ได้มากที่สุด การท่องเที่ยวสีเขียวมีลักษณะคล้ายกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อธรรมชาติ (Natural Tourism) ดังนั้น หากจะนิยามความหมายของการท่องเที่ยวสีเขียว จึงสามารถใช้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาอธิบายได้เช่นกัน โดยสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนานาชาติ หรือ The International Ecotourism Society (TIES, 2015) ที่นำเสนอความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ธรรมชาติ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีต่อชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาได้มีการให้ความหมายของการท่องเที่ยวสีเขียวหรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวที่มีความหมายใกล้เคียงกันอย่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ต่างก็เป็นรูปแบบของการ

ท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ซึ่งมีเป้าหมายที่ใกล้เคียงกัน โดยเน้นการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติให้ได้มากที่สุด รวมถึงการสร้างควมรับผิดชอบในการดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การท่องเที่ยวสีเขียวยังขยายความครอบคลุมกว้างขวางกว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวมถึงกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวในบริบทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเขตเมืองหรือชนบท เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions) การใช้พลังงานทางเลือกหรือพลังงานสะอาด (Renewable Energy) การจัดการของเสียหรือขยะที่มีประสิทธิภาพ (Waste Management) การบำบัดน้ำเสีย (Wastewater Treatment) ตลอดจนการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Products and Services) เพื่อช่วยลดการสร้างผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อระบบนิเวศและชุมชนท้องถิ่น ในทางกลับกัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) จะเน้นไปที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นหลัก มีกระบวนการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นมักเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์เชิงนิเวศวิทยาที่ชัดเจน เช่น กิจกรรมดูนก (Bird Watching) การเดินป่าเพื่อศึกษาธรรมชาติ (Nature Trail) หรือการศึกษาวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นโดยตรง ดังนั้น แม้ว่าการท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีเป้าหมายร่วมกันในด้านการอนุรักษ์และการสร้างควมยั่งยืน แต่การท่องเที่ยวสีเขียวจะมีขอบเขตที่กว้างกว่า โดยสามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งการท่องเที่ยวในเขตเมืองและชนบท รวมถึงยังครอบคลุมการพิจารณาถึงปัจจัยเชิงเศรษฐกิจและสังคมที่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนอีก (พัชรศร กนิษฐะสุนทร, 2559) ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวสีเขียว	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
การท่องเที่ยวที่มุ่งที่ธรรมชาติ โดยมุ่งที่การติดต่อโดยตรงกับธรรมชาติ และคำนึงว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติได้รับผลกระทบน้อยที่สุด	✓	✓
การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการท่องเที่ยว และการรักษาวิถีชุมชน ท้องถิ่นสถานที่ท่องเที่ยว	✓	✓
เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว	✓	✓
เพื่อให้การท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน	✓	✓

สร้างความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมุ่งตอบสนอง ความคาดหวังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว	✓	✓
เพื่อให้การท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน	✓	✓
องค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวต้องมีผลเพื่อ ลดความเปลี่ยนแปลงต่อสภาพภูมิอากาศ	✓	✗
สถานประกอบการท่องเที่ยวมีการจัดการด้านการ ใช้ทรัพยากร การจัดการของเสียการใช้พลังงาน หมุนเวียน	✓	✗

2.6.3 กระแสการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากเพียง 24 ล้านคนในปีค.ศ. 1950 เป็น 528 ล้านคนในปีค.ศ. 1995 ดังนั้น UNWTO จึงได้คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเพิ่มสูงถึง 1.8 พันล้านคนในปีค.ศ. 2030 นอกจากการเปลี่ยนแปลงในเชิงขนาดแล้วภาคการท่องเที่ยวของโลกกำลังอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนโครงสร้างด้วยเช่นกัน (UNWTO, 2011) โดย UNWTO ได้พยากรณ์ไว้ในรายงาน Tourism Towards 2030 ว่าการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั่วโลกโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 3.3 ต่อปี ในช่วงปี ค.ศ. 2010-2030 โดยกลุ่มเอเชียแปซิฟิกจะเป็นกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดที่ร้อยละ 4.9 ต่อปี ภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญในด้านการจ้างงานและในด้านการสร้างรายได้ให้กับประเทศต่าง ๆ และโลกมากขึ้น โดยภาคการท่องเที่ยวมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกและจ้างงานร้อยละ 9 (WTTC, 2017) เช่นเดียวกับประเทศไทยที่มูลค่าของภาคการท่องเที่ยวของไทยมีมูลค่า 1,292 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี ค.ศ. 2016 แต่ได้มีการคาดการณ์ว่าภาคการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญมากขึ้นต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต ในมิติด้านการท่องเที่ยวสีเขียวและการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น World Economic Forum ได้วิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวกับดัชนีชี้วัดคุณภาพสิ่งแวดล้อม พบว่ามีสหสัมพันธ์ที่เป็นบวกซึ่งหมายความว่าประเทศที่มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีก็บ่งชี้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวก็มีทิศทางไปในทางเดียวกันโดยประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนนี้เป็นประเด็นหนึ่งที่มีความสำคัญต่อทุกภาคเศรษฐกิจ รวมถึงการท่องเที่ยวด้วย (World Economic Forum, 2020)

อีกทั้งผลการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในหลายประเทศพบว่า ถึงแม้ว่าราคาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายและความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แต่ผลการสำรวจก็ได้เพิ่มหลักฐานมากขึ้นว่า ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนเป็นปัจจัยที่

สำคัญมากขึ้น ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อนักท่องเที่ยวเอง เช่น ด้านความสะอาดของน้ำ ความปลอดภัยและการปราศจากมลภาวะ ด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต้องการค้นหาธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลายและแปลกใหม่ ด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวของตนและรวมถึงด้านความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ในด้านขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยที่จัดทำโดย World Economic Forum พบว่าในปีค.ศ. 2017 ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 34 ขึ้นมาจากอันดับ 35 จากในปี ค.ศ. 2016 เมื่อพิจารณาจากดัชนีชี้วัดในมิติต่าง ๆ พบว่า ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงในมิติทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) โดยอยู่สูงถึงอันดับ 7 ของโลก มิติโครงสร้างพื้นฐานบริการสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist Service Infrastructure) อยู่ในอันดับ 16 ของโลกและด้านการแข่งขันทางราคา (Price Competitiveness) อยู่ในอันดับที่ 18 อย่างไรก็ตามยังมีหลายมิติที่ไทยยังมีอันดับต่ำมาก โดยเฉพาะมิติความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) อยู่อันดับ 122 ของโลก ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security) อยู่อันดับที่ 118 ของโลก (World Economic Forum, 2020) ซึ่งแสดงว่าจุดเด่นของการท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวโลกยังคงอยู่ที่ความได้เปรียบด้านราคา ด้านการบริการและความดึงดูดจากการมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และหลากหลาย แต่จุดอ่อนของประเทศไทยยังคงอยู่ที่ด้านความปลอดภัยและด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพ ซึ่งเป็นประเด็นที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวนั้นจะมีบทบาทสำคัญในการยกระดับการท่องเที่ยวของไทยให้หลุดจาก การแข่งขันด้านราคาขึ้นไปแข่งขันในด้านคุณภาพระดับสูง เพื่อให้สามารถยกระดับด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไปพร้อมกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

2.6.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Tourism) หรือ การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ให้ประสบผลสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยการดำเนินงานที่บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว การกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องจึงมีความสำคัญ เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ และร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้เสนอแนวทางการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวอย่างเป็นระบบ ผ่านการกำหนดองค์ประกอบซึ่งแต่ละองค์ประกอบต่างมีบทบาทในการสนับสนุนให้การท่องเที่ยวสีเขียวบรรลุเป้าหมายของความยั่งยืน ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง โดยกลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว ออกเป็น 6 องค์ประกอบ (กรมการท่องเที่ยว, 2557a) ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านเครือข่ายการท่องเที่ยว

เครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นการรวมกลุ่มกันของภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรชุมชน นักวิชาการ และหน่วยงานท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายร่วมกันคือการสนับสนุน ส่งเสริม และดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เครือข่ายนี้ทำหน้าที่ประสานการทำงานร่วมกันของแต่ละภาคส่วน กำหนดนโยบาย และแผนงานที่เป็นรูปธรรม รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ต่างๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2) องค์ประกอบด้านผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหมายถึงผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ ทั้งโรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร รวมถึงกิจการอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ง่าย การลดการใช้พลังงานฟอสซิลและหันมาใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการปลูกฝังแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานในองค์กร เพื่อให้ธุรกิจมีความยั่งยืนทั้งในแง่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3) องค์ประกอบด้านนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกและตระหนักรู้ถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม รับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนปลายทาง โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีพฤติกรรมที่เน้นการลดผลกระทบเชิงลบจากกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น เลือกเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

4) องค์ประกอบด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นกระบวนการที่เน้นการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งชุมชนจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและทิศทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เน้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า โดยผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจะถูกระบายให้แก่สมาชิกในชุมชนอย่างทั่วถึง มีการจัดตั้งกฎกติกาการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการอย่างเต็มที่ เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน

5) องค์ประกอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวสำคัญจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยการวางแผนที่เป็นระบบ มีกฎระเบียบในการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การจัดการด้านความสะอาดและการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการ

ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ การกำหนดเขตห้ามเข้าหรือจำกัดการเข้าถึงทรัพยากรที่เปราะบาง การส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นเพื่อให้สามารถรักษาอัตลักษณ์และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวไว้ได้อย่างยั่งยืน

6) องค์ประกอบด้านการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมการท่องเที่ยวสีเขียว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวจำเป็นต้องมีการศึกษา วิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยอาจเป็นการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เช่น การสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ช่วยในการจัดการนักท่องเที่ยว ระบบการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้พลังงานหมุนเวียนในธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเครื่องมือในการวัดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวสีเขียวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Meei Lee และคณะ, 2016) ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต

โดยมุ่งเน้นให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืนอีกทั้งเพื่อให้การท่องเที่ยวสีเขียวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวให้ประสบความสำเร็จยังต้องอาศัยการวางแผนและการจัดการที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดองค์ประกอบสำคัญที่เอื้อต่อการมีพื้นที่สีเขียวที่มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความยั่งยืนและลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยว จากการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวสีเขียว พบว่าองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการให้มีพื้นที่สีเขียว (Meei Lee และคณะ, 2016) คือ

- 1) พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวควรเน้นเอกลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีวิถีชีวิตของตนเองไว้เป็นอย่างดีและนำมาบริการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง และรู้คุณค่าพร้อม ๆ กับการถ่ายทอดให้อนุชนรุ่นหลังได้รับรู้และหวงแหนไว้ตลอดไป

- 2) ให้ความสำคัญกับบุคคลในพื้นที่ทุกระดับทุกกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรักความเห็นชอบร่วมกันและเกิดความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง

- 3) แต่ละกลุ่มที่รับผิดชอบควรปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่และข้อตกลงร่วมกันอย่างจริงจังทุกกลุ่มทุกภาคที่เกี่ยวข้อง

- 4) ขั้นตอนการทำงานทุกขั้นตอนควรเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายเพื่อนำไปสู่การรวบรวมแนวคิดการวางแผนการปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานอย่างมีคุณภาพและมีความยั่งยืน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือการท่องเที่ยวสีเขียวจะประสบ

ผลสำเร็จได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ เครือข่ายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ธุรกิจ นักท่องเที่ยว การจัดการชุมชน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมต่างมีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง การดำเนินงานอย่างบูรณาการ โดยมีเครือข่ายเป็นกลไกสำคัญในการประสานความร่วมมือ ผู้ประกอบการมีจิตสำนึกรักษาสีสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความตระหนักรู้และพร้อมร่วมมือชุมชนมีบทบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้การท่องเที่ยวสีเขียวเกิดความยั่งยืนในทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์อัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของบุคคลในพื้นที่ ควบคู่ไปกับการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ที่ผ่านมาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับ 7 Greens เป็นแนวคิดที่ต้องการให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวพร้อมปกป้องสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมอีกทั้งเพื่อรณรงค์ให้คนรุ่นใหม่ร่วมกันสร้างสรรค์การท่องเที่ยวทั้งระบบให้ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการแสดงศักยภาพทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการรักษาสิ่งแวดล้อมกับการสร้างค่านิยมที่ดีกับนักท่องเที่ยวให้ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมโดยร่วมมือกันสร้างอนาคตให้แก่การท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งเป็นแนวทางสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว, 2557b) ดังนั้นแนวคิด 7 Greens จึงเป็นแนวคิดที่ส่งผลให้ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศมีความชัดเจนมากขึ้น แนวคิด 7 Greens เกิดจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่เริ่มรณรงค์การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมกันอย่างจริงจังและใช้เป็นยุทธศาสตร์ทางการแข่งขันในเวทีโลก ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ประกาศ “โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปี 2551-2553” ภายใต้กรอบแนวความคิดด้าน 7 Greens ซึ่งเป็นแนวคิดที่นำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดผลสำคัญ 2 ประการคือ ลดผลกระทบจากสถานะโลกร้อน และสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แนวคิด 7 Greens มีองค์ประกอบดังนี้

1) Green Hearts (หัวใจสีเขียว) การมีทัศนคติความรู้สึกรักคิด การรับรู้และตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว พร้อมมีการปฏิบัติเพื่อป้องกันรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยความรู้ความเข้าใจและวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม

2) Green Logistics (รูปแบบการเดินทางสีเขียว) วิธีการเดินทางและรูปแบบการให้บริการ

ในระบบการคมนาคมหรือการขนส่งทางการท่องเที่ยวจากแหล่งพำนัก ไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม

3) Green Attractions (แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว) แหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการตามกรอบนโยบายและการดำเนินงานในทิศทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญตระหนักอย่างชัดเจนในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

4) Green Communities (ชุมชนสีเขียว) แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งในเมืองและชนบทที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน พร้อมทั้งมีการดำเนินงานที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

5) Green Activities (กิจกรรมสีเขียว) กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับคุณค่าของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินหรือความสนุกสนาน ให้โอกาสในการเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวโดยส่งผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

6) Green Services (การบริการสีเขียว) สนับสนุนการเสนอขายรูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มาตรฐานและคุณภาพที่ดีภายใต้การคำนึงถึงสภาพแวดล้อม

7) Green Plus (ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม) การแสดงออกของบุคคล กลุ่มบุคคลและองค์กรในการสนับสนุนร่างกายหรือสติปัญญาหรือบริจาคทุนทรัพย์ เพื่อร่วมมือดำเนินการในการปกป้องรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่ช่วยลดภัยคุกคามอันเกิดจากภาวะโลกร้อน

สรุปได้ว่า แนวคิด 7 Greens เป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดนี้มีความสำคัญในการช่วยให้ประเทศไทยสามารถกำหนดจุดยืนที่ชัดเจนในเวทีการท่องเที่ยวระดับโลก และสร้างการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพโดยคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก แนวคิด 7 Greens ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผ่านองค์ประกอบสำคัญทั้ง 7 ด้าน(กรมการท่องเที่ยว, 2557b) อย่างไรก็ตาม แม้แนวคิด 7 Greens จะเป็นแนวทางที่ดีและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างชัดเจน แต่สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเพิ่มเติมคือการทำให้นักท่องเที่ยวถูกนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในภาคการท่องเที่ยว การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายอย่างแท้จริงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประเทศไทยอย่างยั่งยืนในอนาคต ทั้งนี้หากแนวคิดนี้ได้รับการส่งเสริมและดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยก็จะ

กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้การยอมรับในฐานะผู้นำด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.6.5 การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในบริบทประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงเนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติอันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภูเขา ป่าไม้ ทะเล เกาะต่าง ๆ และแหล่งวัฒนธรรมที่โดดเด่นจำนวนมาก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นหนึ่งในรายได้หลักของประเทศ อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างรวดเร็วของภาคการท่องเที่ยวได้นำมาซึ่งปัญหาการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในหลายพื้นที่ จากการใช้ประโยชน์เกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงพฤติกรรมที่ไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มและผู้ประกอบการที่ขาดจิตสำนึกและขาดการจัดการที่ดี ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Tourism) หรือการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) จึงได้รับความสนใจและความสำคัญจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ส่งเสริมให้เกิดผลกระทบเชิงลบน้อยที่สุด และช่วยสร้างความยั่งยืนให้แก่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลกที่มุ่งรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาเศรษฐกิจ

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ดำเนินการตามแนวทางการดูแลและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามกรอบนโยบายและข้อตกลงระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น การปฏิบัติตามอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ (CBD) อนุสัญญาแรมซาร์ (Ramsar) ด้านพื้นที่ชุ่มน้ำ และความตกลงปารีส (Paris Agreement) ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น (UNFCCC, 2015) ถึงแม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยจะยังไม่มีกรอบกฎหมายที่กำกับดูแลการท่องเที่ยวสีเขียวโดยเฉพาะ แต่ก็มีกฎหมายสำคัญหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กฎหมายด้านการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งชาติ และกฎหมายเกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่กำกับดูแลและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติในระดับพื้นที่โดยตรง ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวของประเทศ ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านแผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว และยังได้ระบุไว้ในแนวคิดการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่เน้นรักษาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตชุมชนและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยแนวทางนี้ถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

ในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมชั้นนำ ภาครัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่มีความเป็นรูปธรรมเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายดังกล่าว ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

ยุทธศาสตร์แรก เน้นการพัฒนาทรัพยากรและผลิตภัณฑการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรท้องถิ่นของตนเอง มีการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและรักษาไว้ซึ่งความสมบูรณ์ของทรัพยากรในระยะยาว

ยุทธศาสตร์ที่สอง มุ่งเน้นการสร้างกลไกการสนับสนุนและส่งเสริมที่มีประสิทธิภาพเพื่อผลักดันภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ดำเนินการตามแนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนทั้งในด้านความรู้ เทคโนโลยี และมาตรการด้านการเงิน อาทิ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยีพลังงานสะอาด รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจไปสู่แนวทางที่ยั่งยืนมากขึ้น พร้อมทั้งการสนับสนุนการฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่สาม มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้และการส่งเสริมการตลาด โดยใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) เพื่อให้ภาคส่วนต่าง ๆ ตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ต่อชุมชนและธรรมชาติ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะช่วยยกระดับมาตรฐานและชื่อเสียงของประเทศไทยในเวทีโลกได้ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ประสบความสำเร็จนั้น ไม่ใช่เพียงการวางแผนเชิงนโยบายหรือการกำหนดยุทธศาสตร์เท่านั้น แต่ยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติจริงที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง โดยเฉพาะในระดับพื้นที่ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การสร้างความเข้าใจและจิตสำนึกในชุมชน การกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม และการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่อย่างเข้มงวด จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถดำรงอยู่และขยายผลไปได้ในระยะยาว ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในการตอบสนองต่อความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม และยังช่วยรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประโยชน์ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมให้แก่ประเทศไทย

2.6.6 การตลาดสีเขียว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

แนวคิดกลยุทธ์การตลาดสีเขียว (Green Marketing) เกิดจากหน่วยงานที่รักษาและดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง โดยใช้ความคิดและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดสีเขียว ซึ่งแสดงออกทางพฤติกรรม โดยมีทั้งทางบวกและทางลบจากสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งระบบและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวในแบบการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเน้นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กรมการท่องเที่ยว, 2557a)

การตลาดสีเขียว หมายถึง การที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าออกมาโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เริ่มจากการสรรหาแหล่งผลิตการจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การปรับส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นส่วนประสมการตลาดสีเขียวตลอดจน วิธีการกำจัดขยะของเหลือใช้รวมถึงการสร้างควมน่าเชื่อถือและความเข้าใจอันดีกับสังคม (ภรณ์พัฒน์ อิมประเสริฐ & อมร รัตตากร, 2559) โดยการมีส่วนร่วมของคนที่เกี่ยวข้อง กระทั่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในที่สุด Groening และคณะ ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตลาดสีเขียว หมายถึง การดำเนินงานและกิจกรรมทางการตลาดสำหรับผู้บริโภค ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านการวางแผน ด้านกระบวนการ ด้านการผลิต ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคคล ที่มีการออกแบบมาเพื่อแสดงให้เห็นถึงเป้าหมายขององค์กรในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์และบริการ (Groening และคณะ, 2018) ในอีกมุมมอง การตลาดสีเขียว หมายถึง การปฏิบัติการนโยบาย และขั้นตอนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมธรรมชาติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสร้างรายได้ให้กับองค์กรและบุคคล (Leonidou และคณะ, 2013)

การตลาดสีเขียว นับเป็นการตลาดที่ผู้ประกอบการมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมผลิตสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือขายสินค้าหรือบริการที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับการตลาดสีเขียวในภาคธุรกิจท่องเที่ยว หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า ท่องเที่ยวสีเขียว (7 Green) มีเป้าหมายเพื่อรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวร่วมกันสร้างสรรค์การท่องเที่ยวทั้งระบบให้ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวแห่งอนาคต การตลาดสีเขียวกับส่วนประสมทางการตลาดแนวคิดการตลาดสีเขียวสามารถนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ใช้เป็นเทคนิคการตลาดสีเขียวได้ (เปรมศักดิ์ อาษาภิก & หฤทัย อาษาภิก, 2562) ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Green Product) ต้องเริ่มตั้งแต่การผลิตสินค้าคือการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หรือการลงทุนเพิ่มเพื่อปรับให้กระบวนการผลิตสินค้าในทุกขั้นตอนทุกกระบวนการที่จะไม่

สร้างผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมหรือติดตั้งอุปกรณ์ในการป้องกันและกำจัดของเสียที่เกิดจากการผลิต เช่น การติดตั้งและใช้งานเครื่องกรองอากาศขนาดใหญ่ เครื่องบำบัดน้ำเสีย ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ธุรกิจลดต้นทุนแล้วยังจะลดของเสีย และเกิดประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า อีกทั้งการผลิตสินค้าต้องเป็น “สินค้าสีเขียว” หมายถึง สินค้าที่ผลิตออกมานั้นสามารถย่อยสลายง่ายและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

2) ด้านราคา (Green Price) การตั้งราคาขึ้นอยู่กับความมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่มีอรรถประโยชน์สูงจนทำให้สินค้ามีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและต้องสูงเกินกว่าต้นทุนของผู้ซื้อ อย่างไรก็ตามถ้าดีนักการตลาดต้องเข้าใจต้นทุนการผลิตกับต้นทุนสิ่งแวดล้อมหากมีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดของเสียและมลพิษซึ่งจะกลายเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตอันจะทำให้สินค้านั้นมีราคาแพงจนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้

3) การจัดจำหน่าย (Green Place) ต้องคำนึงถึงวิธีการเลือกการกระจายสินค้าที่จะมีผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ซึ่งการจัดจำหน่ายนั้นต้องใชยานพาหนะต่าง ๆ ในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค

4) การส่งเสริมการตลาด (Green Promotion) ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) โดยใช้ทุกวิธีร่วมกันในการที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคและผู้ประกอบการด้วยกันให้เกิดความใส่ใจอย่างจริงจังกับสิ่งแวดล้อม เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและพฤติกรรมที่ดีกับสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์การตลาดสีเขียว (Green Marketing) เป็นแนวทางการตลาดที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการดำเนินงาน ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ การสื่อสารไปจนถึงการให้บริการ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมีความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภาคธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับตัวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่แสดงถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยกลยุทธ์การตลาดสีเขียวนั้น มีหลักแนวคิดสำคัญอยู่ 7 ประการ ได้แก่

1) ธุรกิจต้องทำการบ้านในเรื่องของสิ่งแวดล้อมใหม่ทั้งด้านข้อกำหนดการเมืองเทคโนโลยี สังคมวัฒนธรรม เรียกอีกอย่างว่าคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders)

2) การผลิตสินค้าต้องให้ได้คุณภาพทั้งตัวสินค้าและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3) ให้ทางเลือกแก่ประชาชนผู้บริโภคในการที่จะได้รับคุณค่าและคุณประโยชน์

4) สร้างความน่าเชื่อถือทางการตลาด

5) ดึงสมาคมชมรมสิ่งแวดล้อมมาร่วมมือกันพัฒนาและรับประกันคุณภาพ

6) ทำการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจอันดีกับสังคมว่าธุรกิจมีการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่ง

ทำให้คุณค่าของบริษัทและสินค้าดีขึ้น

7) อย่าเบื่อกว่าจะทำให้โลกสะอาด

สรุปได้ว่า การตลาดสีเขียว (Green Marketing) คือแนวคิดการทำการตลาดที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน เพื่อให้ตอบสนองกับเทรนด์โลกที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทั้งแบรนด์และผู้บริโภคต่างให้ความสนใจ โดยการทำตลาดสีเขียวนี้ไม่ใช่แค่ในมุมมองของการตลาด แต่ยังรวมไปถึงการผลิต การขนส่ง การจัดจำหน่ายสินค้า และในทุกด้านของการทำธุรกิจด้วย เนื่องจากการทำธุรกิจไม่ว่าจะอุตสาหกรรมไหนก็ส่งผลกระทบต่อโลกเราไม่มากก็น้อย เพราะจากกระบวนการผลิตสินค้าที่ปล่อยมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ และด้านอื่น ๆ มีการใช้พลังงาน เชื้อเพลิงในการผลิต จัดจำหน่าย การขนส่ง ไปจนถึงกระบวนการสุดท้ายของการบริโภคที่สินค้าชิ้นนั้นกลายเป็นขยะ ของเน่าเสีย แนวคิดการตลาดสีเขียวจึงมีไว้ให้ผู้ประกอบการได้แสดงความรับผิดชอบต่อและส่งเสริมบางอย่างกลับคืนสู่สิ่งแวดล้อม เพื่อให้ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้และลดผลเสียต่อโลกของเราในระยะยาว นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2563 ยังเคยสำรวจกลุ่มตัวอย่างคนไทย 1,252 คนเกี่ยวกับมุมมองต่อการบริโภคแบบรักษ์โลก พบว่ามีถึงร้อยละ 37.6 ที่ยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้น หากการบริโภคนั้นสามารถช่วยรักษาสีเขียวหรือช่วยโลกได้ และอีกร้อยละ 20.8 มองว่าสามารถเลือกบริโภคหรือปฏิบัติตามแนวทางรักษ์โลกได้ หากสังคมหรือบุคคลที่ตัวเองไว้วางใจบอกว่าทำแล้วดี นั่นหมายถึงมีผู้บริโภคกว่าครึ่งหนึ่งในตลาดที่พร้อมที่จะเดินบนเส้นทางสีเขียวนี้ไปพร้อมกับแบรนด์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึงการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นมองเห็นได้โดยทั่วไป ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถมองเห็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและธุรกิจสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ว่าต้องการซื้อบริการท่องเที่ยวอะไร ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไหร่ ซื้อบริการที่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วนักท่องเที่ยวจะประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, ม.ป.ป.) หากต้องการให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเรียนรู้ทุกสิ่งเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการ การทำงาน การใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัวและปัจจัยกลุ่มที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ชวลนุช อุทยาน ที่ระบุว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งใน

สภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอก รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (ชวลินช อุทยาน, 2551)

ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว รายงานถึงการศึกษารายงานของ Expedia Group ร่วมกับ Wakefield Research ได้เปิดเผยรายงาน Sustainable Travel Study จากการสำรวจนักท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวน 11,000 คน จาก 11 ประเทศ ได้แก่ แคนาดา สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก บราซิล สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี อินเดีย จีน ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม พ.ศ. 2565 เพื่อทำความเข้าใจทัศนคติ พฤติกรรม และค่านิยมเกี่ยวกับความยั่งยืนในการเดินทางท่องเที่ยว (ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2566) ซึ่งจะสรุปเป็นสาระสำคัญสำหรับคาดการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปี 2022 ได้ดังนี้

1) ภูมิทัศน์ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสำรวจมุมมองนักท่องเที่ยวชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยบริบทของความยั่งยืนในที่นี้ ไม่ได้หมายความว่าเพียงการไม่สร้างผลกระทบทางลบให้แก่ธรรมชาติ แต่ต้องยกระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของชุมชนดั้งเดิมไม่ให้เสื่อมสลายไปด้วย ความยั่งยืนครอบคลุมไปทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ตั้งแต่ขั้นตอนการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนท่องเที่ยว การจองที่พัก การคมนาคม รวมถึงจุดหมายปลายทาง โดยให้น้ำหนักกับแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้ ร้อยละ 69 ของนักท่องเที่ยวมองหาทริปที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 66 ของนักท่องเที่ยวต้องการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ร้อยละ 65 ของนักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นชุมชน ร้อยละ 52 ของนักท่องเที่ยวอยากไปเยี่ยมชมสถานที่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ พบว่าร้อยละ 90 ของนักเดินทางใช้เกณฑ์เรื่องความยั่งยืนเป็นตัวเลือกหลัก ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

2) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นตัวเลือกหลักสำหรับนักท่องเที่ยว จากสถิติในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (ปีค.ศ. 2020-2022) จะพบว่า 3 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวเลือกวิธีเดินทางหรือที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าแบบทั่วไป และกว่า 7 ใน 10 ของนักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงจุดหมายปลายทางหรือเลิกใช้บริการขนส่งทันที หากมีสิ่งบ่งชี้ว่าเป็นทางเลือกที่ไม่ยั่งยืน หลังสิ้นสุดโรคระบาด หลายคนมีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กว่าร้อยละ 65 จะสนับสนุนที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทริปถัด ๆ ไป นอกจากผลการศึกษาดังกล่าวแล้วตัวเลือกที่เชื่อมโยงกับประเด็นความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ สูงขึ้นมาติดอันดับต้น ๆ ที่ได้รับการเลือกจากกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนี้ ร้อยละ 56 ของนักท่องเที่ยวมองหาตัวเลือกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 51 ของนักท่องเที่ยวเลือกบริการที่ชุมชนเป็นเจ้าของหรือมีการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ร้อยละ 48 ของนักท่องเที่ยวอยากสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนมากเป็นพิเศษ และร้อยละ 37 ของนักท่องเที่ยวให้น้ำหนักกับบริการที่สามารถลดการปล่อยคาร์บอน

3) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีคุณค่าและความหมายต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น โดยร้อยละ 47 ของนักท่องเที่ยวจะเลือกรูปแบบการเดินทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 45 ของนักท่องเที่ยวอยากซื้อสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือชนพื้นเมือง อีกทั้งในสัดส่วนเดียวกัน ร้อยละ 45 ของนักท่องเที่ยวเลือกพักผ่อนภายในที่พักมากกว่าออกไปทำกิจกรรมที่เสี่ยงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวสนับสนุนบริการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการที่มีแนวทางความยั่งยืนชัดเจน

4) นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายแพงขึ้นเพื่อความยั่งยืน จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 74 เห็นพ้องต้องกันว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีต้นทุนสูง อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่ถึงอย่างนั้นกว่าครึ่งหนึ่งก็เต็มใจที่จะจ่ายแพงขึ้นเล็กน้อย หากจะมีส่วนช่วยลดมลพิษ และนำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังต้องการส่งเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะสนับสนุนที่พัก ลักษณะการเดินทาง และเลือกจุดหมายปลายทางที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน แม้ว่าอาจจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น นักท่องเที่ยวยังเต็มใจที่จะเสียสละความสะดวกสบายในบางมิติเพื่อเป็นนักเดินทางภายใต้กรอบแนวคิดความยั่งยืน

อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปสัมผัสธรรมชาติ สัมผัสบรรยากาศของชุมชนท้องถิ่น และเพลิดเพลินกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องการจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยดูแลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอุดหนุนสินค้าชุมชน ซึ่งเกาะหมาก จังหวัดตราด ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนช่วยผลักดัน Low Carbon Tourism จนกลายเป็นกระแสการท่องเที่ยวที่รักสิ่งแวดล้อม และทำให้ภาพลักษณ์ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีการรณรงค์การท่องเที่ยวให้ทุกภาคส่วนดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการเข้าพักในสถานประกอบการที่ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การทำอาหารจะเน้นใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่ง และเน้นให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมที่ดูแลรักษาธรรมชาติ เช่น กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเก็บขยะรอบชายหาด ปั่นจักรยานรอบเกาะ เดินป่า ดำน้ำปลุกปะการัง เป็นต้น เกาะหมาก จังหวัดตราดจึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมภายใต้โครงการ Low Carbon Destination เพื่อมุ่งเป้าหมายสู่การเป็น Green Island ในระดับสากล (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2558)

2.6.7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การศึกษาตัวอย่างที่ดีในต่างประเทศพบว่าบางประเทศมีการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในความหมายกว้างที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาที่ยั่งยืนหรือการเติบโตสีเขียว (Green

Growth) ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนผ่านการท่องเที่ยวของประเทศในทุกสาขาการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวสีเขียว โดยการจัดการการท่องเที่ยวสีเขียวในต่างประเทศสามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ได้ดังนี้

1) การมีวิสัยทัศน์ระยะยาวที่ชัดเจน การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเห็นเป้าหมายประเทศที่มุ่งสู่การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

2) ประเทศได้นำหลักการเรื่องการพัฒนายั่งยืน (Sustainable Development) ผสมในนโยบายของประเทศทั้งในภาพรวมหรือในสาขาการท่องเที่ยว ประเทศที่ประสบความสำเร็จจะกำหนดนโยบายของประเทศโดยได้นำหลักการการพัฒนายั่งยืนมาใช้ในการพัฒนาสาขาการท่องเที่ยว หรือขยายขอบเขตไปถึงสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การขนส่งคมนาคม หรือในบางประเทศได้ยึดหลักการพัฒนายั่งยืน

3) การใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์เป็นกลไกการขับเคลื่อน การนำเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์การสร้างความแข็งแกร่ง หรือหลักการและมาตรการทางด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ภาคธุรกิจในสาขาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีการพัฒนายั่งยืนได้ผลรวดเร็วมากขึ้น ตัวอย่างเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่นิยมใช้ ได้แก่ กำหนดเกณฑ์ทางสิ่งแวดล้อม การดเว้นภาษีศุลกากรและให้เงินทุนสนับสนุนสำหรับเทคโนโลยีสะอาด ส่งเสริมการออกใบรับรอง การใช้หลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays)

4) การพัฒนาอิงบริบทพื้นที่ (Area Based Development) และการบริหารจัดการโซนนิ่งพื้นที่ (Zoning) การท่องเที่ยว นอกเหนือจากทิศทางการพัฒนาภาพใหญ่ของประเทศที่มุ่งสู่การท่องเที่ยวสีเขียวจะต้องมีความชัดเจนแล้ว การขับเคลื่อนในทางปฏิบัติที่เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมนั้นต้องคำนึงถึงบริบทพื้นที่ การพัฒนาอิงฐานพื้นที่ หรือบริหารจัดการโซนนิ่งพื้นที่นั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จ ตัวอย่างที่มีความสำเร็จโดดเด่น เช่น การจัดการการท่องเที่ยวทะเลแดงอย่างยั่งยืนของประเทศอียิปต์ และการพัฒนาเมืองต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น เช่น เกียวโต โอซาก้า เป็นต้น

5) การพัฒนาในพื้นที่การท่องเที่ยวจากล่างขึ้นบน (Bottom up Approach) มีความสำคัญโดยจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับนโยบายระดับชาติ หรือกรอบการพัฒนาระดับโลก ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก คือ กรณีเมืองโคคูราของประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งได้พัฒนาเมืองและได้รับการรับรองการมุ่งสู่การเป็นจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนภายใต้กรอบ Green Globe 21 และตัวอย่างกรณีการบริหารจัดการที่ดีของรัฐควีนส์แลนด์ประเทศออสเตรเลีย โดยขับเคลื่อนการพัฒนาและบริหารจัดการอย่างบูรณาการในระดับท้องถิ่น มีการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับรัฐเชื่อมโยงกับแผนระดับชาติ

6) การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวและชุมชน การมีส่วนร่วมมีความสำคัญอย่างมากในการผลักดันให้การท่องเที่ยวสีเขียวเกิดผลจริงในทางปฏิบัติและยั่งยืนตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ เช่น ประเทศเกาหลีใต้สร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภาคส่วนต่าง ๆ ของสาขาการท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในปฏิบัติการในทุกระดับ ประเทศนอร์เวย์ เน้นการมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยังต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมและนับว่าเป็นประเทศหนึ่งที่โดดเด่นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)

7) การมีระบบการติดตาม ข้อมูลข่าวสาร และตัวชี้วัดความสำเร็จ ระบบการติดตามการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีส่วนช่วยให้การดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวสีเขียวบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้โดยตัวอย่างประเทศที่ดำเนินการได้ดี เช่น ประเทศเกาหลีใต้ดำเนินการนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และติดตามความก้าวหน้า รวมทั้งส่งเสริมการแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ประเทศนอร์เวย์วางกรอบตัวชี้วัดเพื่อประเมิน ติดตามและผลักดันให้บรรลุจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน (Sustainable Destination)

จากการศึกษาตัวอย่างการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ สะท้อนให้เห็นว่าการเปลี่ยนผ่านไปสู่การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพนั้น ต้องอาศัยการผสมผสานปัจจัยสำคัญหลายด้านอย่างรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ระยะยาวที่ชัดเจน การผนวกหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ากับนโยบายสาธารณะ การใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์เพื่อจูงใจภาคธุรกิจ และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบนฐานของบริบทพื้นที่ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศต่างๆ ไปสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การบริหารจัดการโดยใช้แนวทางจากล่างขึ้นบน (Bottom up Approach) ยังเป็นแนวทางที่ทำให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด เนื่องจากการเปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับท้องถิ่นได้แสดงบทบาทอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงการดำเนินงานในพื้นที่เข้ากับนโยบายระดับชาติและกรอบการพัฒนานาระดับโลก อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการพื้นที่และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เพื่อควบคุมผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพยากรธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่น อีกปัจจัยหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้แนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกลายเป็นรูปธรรมได้

ดังนั้น ประเทศไทยสามารถเรียนรู้และนำแนวทางการจัดการที่ประสบความสำเร็จเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดวิสัยทัศน์ระยะยาวที่ชัดเจน การผนวกรวมการพัฒนาอย่างยั่งยืนกับนโยบายระดับชาติ และการสร้างกลไกที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง การดำเนินงานเช่นนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้การท่องเที่ยวสีเขียวของไทยมีความชัดเจนและประสบ

ความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น แต่ยังคงช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริงในระดับโลกอีกด้วย

2.6.8 ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญหลายประการ ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยเชิงวิชาการทั้งสามฉบับ ได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโคกเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ (อัจฉรา ศรีลาชัย & ภูเกริก บัวสอน, 2561) การพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดเกาะหมากต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (อุมาพร บุญเพชรแก้ว & อิศระพงษ์ พลธานี, 2561) และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ (จิราภา นิลประภา และคณะ, 2560) สามารถสรุปและอภิปรายปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญได้ดังนี้

1) ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์

จากกรณีศึกษาของชุมชนบ้านโคกเมือง พบว่าปัจจัยหลักที่สนับสนุนความสำเร็จ คือ การมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ปราสาทหินเมืองต่ำ และบารายเมืองต่ำ ซึ่งมีประวัติศาสตร์อันยาวนานและเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ อีกทั้งยังมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นระบบ เช่น การจัดการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและเกิดการบอกต่อ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เช่นเดียวกับ เกาะหมากที่จังหวัดตราด ศักยภาพทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามทั้งชายหาด ป่าไม้ และทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้เกาะหมากมีความโดดเด่นในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและคาร์บอนต่ำที่สำคัญของประเทศ ขณะที่ชุมชนเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ ก็มีทรัพยากรทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวบ้านที่น่าสนใจ เป็นเสน่ห์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จริง

2) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นอย่างเข้มแข็ง

จากกรณีศึกษาชี้ชัดว่า ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญที่สุดคือการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยที่ชุมชนจะต้องมีบทบาทตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน ดำเนินกิจกรรม ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล เพื่อให้ชุมชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ และพร้อมที่จะดูแลรักษาทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ตัวอย่างที่ชัดเจน เช่น กรณีของชุมชนบ้านโคกเมืองที่ชาวบ้านรวมตัวจัดตั้งเป็นกลุ่มบริหารจัดการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและเกิดความรับผิดชอบในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเข้มแข็ง นอกจากนี้ ในกรณีของเกาะหมากยังพบว่าชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผนเชิงนโยบาย การตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

พื้นที่ การจัดการสิ่งแวดล้อม ไปจนถึงการสร้างสำนึกในการอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการมีส่วนร่วมในลักษณะนี้ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว สำหรับชุมชนเกาะกลางจังหวัดกระบี่ มีการดำเนินงานบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมพื้นบ้าน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และชาวบ้านเองมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนมากขึ้น

3) ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน

ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวยังเกิดจากการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ทั้งสามกรณีศึกษาแสดงให้เห็นว่า การได้รับการสนับสนุนทั้งในเชิงนโยบาย งบประมาณ และความรู้จากหน่วยงานภายนอกเป็นปัจจัยที่ช่วยผลักดันให้การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น กรณีเกาะหมากได้รับการสนับสนุนจากองค์การด้านสิ่งแวดล้อมและหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน และการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ ทำให้เกาะหมากสามารถรักษาความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างต่อเนื่อง

4) การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

การบริหารจัดการที่ดีและมีความต่อเนื่อง ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยว จากงานวิจัยทั้งสามกรณีศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จเกิดจากการมีแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน มีเป้าหมายที่แน่นอน และมีแนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน รวมถึงมีการประเมินและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น เกาะหมากมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ซึ่งมีแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนในทุกขั้นตอน ส่วนชุมชนเกาะกลางเองก็มีการบริหารจัดการที่เข้มแข็งด้วยการกำหนดบทบาทหน้าที่ของชาวบ้านอย่างเป็นระบบ รวมถึงการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งกับหน่วยงานภายนอก

5) การพัฒนาองค์ความรู้และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

การประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสมมีส่วนช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมาก เช่น กรณีเกาะหมากที่มีการนำเทคโนโลยีพลังงานสะอาดมาใช้ ทำให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ศักยภาพของทรัพยากรที่ชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่เข้มแข็ง ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และการนำองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการพัฒนา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นหลักการสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและประสบผลสำเร็จได้ในระยะยาว

2.7 การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรมของประเทศไทย ท่ามกลางกระแสการท่องเที่ยวโลกที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน เกาะหมากนับเป็นหนึ่งในเกาะที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านการรักษาสภาพแวดล้อม วิถีชีวิตชุมชน และความเป็นธรรมชาติที่ยังคงไว้ได้เป็นอย่างดี โดยมีแนวทางการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ เกาะหมากจึงถูกกำหนดให้เป็นต้นแบบในการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Destination) และกลายเป็นพื้นที่ตัวอย่างของประเทศในการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ประสบความสำเร็จ โดยสามารถสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยว การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการดำเนินชีวิตของชุมชนท้องถิ่นได้อย่างลงตัว ซึ่งแนวทางนี้ยังสามารถนำไปปรับใช้เป็นต้นแบบสำหรับพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

2.7.1 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก

ที่มาของชื่อ “เกาะหมาก” นั้นสันนิษฐานว่าน่าจะมาจาก “หมากป่า” ซึ่งมีอยู่มากในสมัยก่อน ปัจจุบันพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนยางพารา สวนมะพร้าว ที่พักอาศัย และรีสอร์ทขนาดเล็กและขนาดย่อม เกาะหมากมีพื้นที่ทั้งหมด 9,500 ไร่ ถือเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของจังหวัดตราด รองจากเกาะช้างและเกาะกูด โดยพื้นที่ส่วนใหญ่ของเกาะหมากอยู่ในการครอบครองของเอกชนจากทั้ง 5 ตระกูลข้างต้น ด้วยความที่เกาะหมากไม่ได้มีแหล่งท่องเที่ยวมากเหมือนเกาะอื่น เพราะไม่มีทั้งน้ำตกหรือหาดทรายสวยขึ้นชื่อระดับประเทศ และส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทางการเกษตร เกาะหมากจึงไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่มีร้านสะดวกซื้อ ไม่มีเจ็ตสกี ผับบาร์ คาราโอเกะ แต่ในอีกมุมหนึ่งความไม่มี สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้เกาะหมากยังเงียบสงบ ธรรมชาติยังสมบูรณ์จนถึงทุกวันนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือนเกาะหมากจึงเป็นชาวต่างชาติที่ต้องการมาพักผ่อนระยะยาว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565a; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555)

กระทั่งเมื่อเทรนด์การท่องเที่ยวโลกเริ่มเปลี่ยนไป มีการหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกหยิบยกนำมาเป็นประเด็นแรก ๆ ของการพัฒนา Low Carbon Tourism จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ เกาะหมากจึงเริ่มฉายแววโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร จากสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ที่ธรรมชาติยังคงบริสุทธิ์ ไม่ได้ถูกการท่องเที่ยวสมัยใหม่เข้ามาเปลี่ยนแปลง จึงได้รับคัดเลือกให้เป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้เกิด

คาร์บอนต่ำ (Low Carbon Destination) ซึ่งมีหน่วยงานหลักอย่าง “องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” หรือ อพท. เข้ามาช่วยขับเคลื่อน ด้วยการนำหลักการสากลอย่างเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC) มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน จัดให้มีการจัดบันทึกลงนามความร่วมมือภายใต้ปฏิญญาเกาะหมาก จากทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565a; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555) เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ.2555 เพื่อร่วมกันพัฒนาลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบบครบวงจรเมื่อการท่องเที่ยวเริ่มเติบโต เพื่อให้เกิดภาพปฏิบัติที่ชัดเจนขึ้น และป้องกันกระแสความเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวยุคใหม่

ในปี พ.ศ.2561 จึงมีการระดมความคิดเห็นผ่านเวทีประชาคมของชาวเกาะหมาก ผู้ประกอบการ และหน่วยงานในพื้นที่เพื่อหาแนวทางการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขโดยได้จัดทำเป็น “ธรรมนูญเกาะหมาก” ขึ้นมา ซึ่งมีรายละเอียด 8 ข้อ ได้แก่ (1) ไม่สนับสนุนให้เรือเฟอร์รีนำยานพาหนะของนักท่องเที่ยวข้ามมายังเกาะหมาก (2) รถจักรยานยนต์ให้เข้าต้องไม่เกินร้อยละ 70 ของจำนวนห้องพักบนเกาะหมาก (3) ไม่สนับสนุนการใช้วัสดุจากโฟม หรือวัสดุที่ก่อให้เกิดมลพิษเพื่อใส่อาหาร (4) ห้ามทิ้งขยะ สิ่งปฏิกูล ของรับประทานเหลือลงในที่สาธารณะและแหล่งน้ำโดยเด็ดขาด (5) ไม่สนับสนุนให้ใช้สารเคมีที่มีสารตกค้างสูง (6) ห้ามส่งเสียงดังหรือกระทำการรบกวน หรือเป็นการเดือดร้อนในเวลา 22.00 - 07.00 น. (7) ไม่สนับสนุนกีฬาทางบกและทางทะเลที่ใช้เครื่องยนต์ที่สร้างความเดือดร้อนแก่ชุมชน และ (8) ห้ามนำ ห้ามเสพ ห้ามจำหน่ายสารเสพติดผิดกฎหมายทุกชนิดบนเกาะ จึงทำให้การท่องเที่ยวเกาะหมากมีความเข้มแข็งมากขึ้น ชุมชนและภาคธุรกิจท่องเที่ยวต่างเติบโตและอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565a)

ในทางปฏิบัตินั้นที่ชุมชนเกาะหมาก การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเริ่มต้นด้วยการเห็นความสำคัญของการลดคาร์บอนจากคนในชุมชน เนื่องจากตระหนักถึงผลกระทบจากการมีคาร์บอนปริมาณมากในกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในเขตพื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยงมาโดยตลอด เกาะหมากเป็นเกาะเชื่อมโยงที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาสูงที่สุดในหมู่เกาะเชื่อมโยงของเขต พื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้าง ซึ่งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวของพื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างจึงร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศ เพื่อพัฒนาพื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง “เกาะหมาก” เป็นต้นแบบด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Low Carbon Destination) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565a) โดยคนในชุมชนเกาะหมากเองก็ให้ความสำคัญกับปัญหาเรื่องพลังงาน ขยะ น้ำ และวิถีชีวิตบนเกาะที่สร้างปัญหาให้กับผู้อยู่อาศัยบนเกาะมานาน จึงร่วมกันพัฒนา

โดยใช้หลักการการคำนวณคาร์บอนไดออกไซด์ที่ถูกปล่อยออกมา จากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบนเกาะหมาก และเทียบให้เห็นภาพเป็นรูปธรรม ทั้งยังกำหนดเป้าหมายภายใน 3 ปี เป็นปริมาณคาร์บอนที่ลดลงจากการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมในชีวิตประจำวัน และการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยจะเห็นได้ว่าการคำนวณการปล่อยปริมาณคาร์บอนให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนได้เห็นจากการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันและกิจกรรมต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวทั้งของชุมชนเองและนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการรับรู้ สร้างความรู้สึกร่วมมีส่วนร่วม และความเข้าใจเพื่อนำไปปฏิบัติได้จริง ยกตัวอย่างการเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ

2.7.1 การวางแผนและดำเนินการแบบบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วน

โครงการ “Low Carbon Destination at Kho Mak” เกิดขึ้นจากความร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจำนวน 45 ราย ร่วมกลุ่มประสานการทำงานกันเป็นกลุ่มที่มีชื่อว่า “Low Carbon Family” เพื่อดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศใน 4 ประเด็น ได้แก่ (1) การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการใช้พลังงานทางเลือก (2) การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ (3) การบริหารจัดการขยะ และ (4) รักษาวิถีชีวิตชุมชน และเมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ.2555 (กาญจนา จินตกานนท์, 2556) ได้มีการลงนามปฏิญญาเกาะหมาก Low Carbon Destination ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

1) ทุกภาคส่วนร่วมกันแสดงจุดยืนและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก มุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำและพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) ร่วมรณรงค์ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้เห็นถึงความสำคัญและร่วมมือกันดำเนินการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำภายในพื้นที่

3) สร้างการรับรู้และความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และผลกระทบเชิงลบที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกับการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะ แลกเปลี่ยนความรู้ แบ่งปันประสบการณ์ระหว่างกัน พร้อมทั้งลงมือปฏิบัติปกป้องและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยความรู้ความเข้าใจ และวิธีการที่ถูกต้อง

4) ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเพิ่มประสบการณ์ พร้อมทั้งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมการปั่นจักรยานในพื้นที่ ส่งเสริมการบริโภคสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น การคัดแยกขยะ การปลูกต้นไม้ การใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น

5) ส่งเสริมและสนับสนุนสถานที่พัก ร้านอาหาร และธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดนโยบายและปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบ

คาร์บอนต่ำ

6) ส่งเสริมการจัดการขยะที่เป็นมิตรกับสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ

7) สนับสนุนและมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ในการลดการใช้พลังงาน นำไปสู่การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ประกอบกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอีกหลายกิจกรรม เช่น การกำหนดกลยุทธ์พัฒนาภาพลักษณ์ (Brand Image) ในระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2558-2560 การวางแผนสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเกิดการรับรู้ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ก่อให้เกิดความชื่นชอบและความภักดีต่อแบรนด์ท่องเที่ยวเกาะหมาก โดยในปี พ.ศ. 2558 จะเน้นการวางรากฐานของการดำเนินการโครงการโดยใช้ 3 กลยุทธ์ดังนี้ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2558)

กลยุทธ์ระดับที่ 1 การวิจัยและสังเคราะห์แก่นของแบรนด์ท่องเที่ยวเกาะหมากที่จะนำมาสร้างเอกลักษณ์ ความเป็นตัวตน เพื่อใช้ในการสื่อสารคุณค่าที่แตกต่างไปยังกลุ่มเป้าหมายและนักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยมีองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบดังนี้

1) Local Determination ความมุ่งมั่นตั้งใจของภาครัฐกิจในการร่วมมือกับองค์กรกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2) Sustainable Nature ความสงบ สวยงามของธรรมชาติเกาะหมาก

3) Community Being เสน่ห์ความน่ารักของชุมชนที่อยู่กันอย่างเกื้อกูล

4) DASTA Initiatives การสนับสนุนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งด้านวิชาการและด้านกิจกรรมคาร์บอนต่ำ

5) Tourist and Local Relationship มิตรไมตรีที่เกิดขึ้นระหว่างความเป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

องค์ประกอบทั้งหมดถูกนำมาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ของคนบนเกาะหมาก และเป็นเนื้อหาหลักในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและห่วงใยต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวเป้าหมายในลักษณะการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว โดยพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะหมากให้มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์แบบคาร์บอนต่ำ เช่น กิจกรรมการล่องเรือใบ การปั่นจักรยานตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ บนเกาะหมาก อีกทั้งร่วมมือกับสถานประกอบการบนเกาะในโครงการปลูกต้นไม้บนเกาะร่วมกับนักท่องเที่ยวที่มีหัวใจสีเขียว และโครงการรณรงค์สนับสนุนการบริโภคโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อลดการขนส่งวัตถุดิบจากภายนอก โดยกิจกรรมในโครงการต่าง ๆ เน้นให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้มีส่วนร่วมในการดูแลและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ

เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555)

กลยุทธ์ระดับที่ 3 คือ การสร้างให้แบรนด์ท่องเที่ยวเกาะหมากเป็นแบรนด์ในใจของนักท่องเที่ยวจากคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเกาะหมาก ซึ่งประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์แบบคาร์บอนต่ำ สามารถทำให้แบรนด์ของเกาะหมากมีคุณค่าที่โดดเด่น และมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จนเป็นแบรนด์ท่องเที่ยวที่อยู่ในใจของนักท่องเที่ยว และช่วยสื่อสารคุณค่านี้ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ให้หันมาท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

อีกทั้งการให้ความสำคัญในเรื่องการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เป็นระบบ เกิดการต่อยอดและเป็นผู้นำในภูมิภาคนี้ของเกาะหมากนั้น มีการวางแผนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาในระดับสากล (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2555) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน เผยแพร่ และพัฒนาองค์ความรู้ไปสู่การต่อยอด และผลักดันให้พื้นที่เกาะหมากบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาและบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นอกจากข้างต้นแล้ว ชุมชนเกาะหมากเป็นชุมชนที่ถือได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม และมีแนวโน้มที่จะดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง จนสามารถนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เนื่องด้วยการลดการใช้พลังงาน โดยหันมาเดิน วิ่ง ปั่นจักรยาน หรือพายเรือ เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีการหันมาใช้เครื่องมือบริหารโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสภาวะอากาศ มีการติดตั้งบ่อหมักก๊าซชีวภาพ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการใช้แก๊สหุงต้ม และการจัดการขยะที่มีกว่า 10,000 ตัน ให้เป็นพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการให้ชุมชนมีส่วนร่วม โดยให้ความสำคัญกับการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตชุมชน อีกทั้งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จัดแคมเปญ 3 แคมเปญหลัก คือ Eat it Fresh รมรงค์ให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และรีสอร์ท ซื้ออาหารทะเลจากเรือประมง เพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่งและตอบความเป็น Green Logistic กระตุ้นให้ชาวเกาะหมากทำการปลูกผัก และผลไม้ปลอดสารพิษ เพื่อปรุงอาหารให้ลูกค้า ที่จะได้ทั้งความสะอาดปลอดภัย และแคมเปญ รมรงค์ให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สงกรานต์ กลมสุข, 2558) โดยที่พักต่าง ๆ จะมีแบบฟอร์มสำรวจพฤติกรรมคาร์บอนต่ำ เช่น บริโภคอาหารท้องถิ่น ใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ ไม่เปิดน้ำทิ้งขณะแปรงฟัน และปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้ เป็นต้น เมื่อปฏิบัติได้ 1 ข้อ ก็จะได้รับต้นไม้ 1 ต้น มาร่วมลดคาร์บอนและเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้เกาะหมาก ซึ่งถือเป็นวิธีน่านักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ ตั้งเป้าหมายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน โดยการดำเนินงานภายใต้โครงการ “แผนการจัดทำภาพลักษณ์เกาะหมาก” มีระยะเวลาดำเนินงาน 3 ปี นับจากปีงบประมาณ 2558-2560 เป้าหมายในปีแรกสร้างการรับรู้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไป

เกาะหมาก ปีที่ 2 เพิ่มการรับรู้เป็นร้อยละ 70 และในปีสุดท้ายเมื่อจบโครงการเพิ่มเป็นร้อยละ 90 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปยังพื้นที่เกาะหมาก ทั้งนี้ตามแผนการทำงานจะสร้างกิจกรรม เพื่อให้เกิดการรับรู้ของเกาะหมากนับเป็นแนวทางที่ชัดเจน และเกิดจากการร่วมมือของทุก ภาคีเป็น ตัวอย่างที่ดีมุ่งสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคมและ สิ่งแวดล้อม

กล่าวสรุปได้ว่า การจัดการแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยองค์ความรู้ ความเข้าใจในหลักการจัดการด้าน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต้องเข้าใจบริบท เอกลักษณะและจุดเด่นหรือข้อจำกัดต่าง ๆ ของ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ อีกทั้งยังต้องประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วนและทำงานร่วมกัน อย่างบูรณาการ ขับเคลื่อนกลยุทธ์อย่างพร้อมเพรียงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การจัดการ การท่องเที่ยววนั้นบรรลุเป้าหมายของการเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ อย่างแท้จริงและพัฒนาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต่อยอดกลายเป็นการท่องเที่ยว ที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ได้ในที่สุด

2.7.2 ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Tourism) หรือ "การท่องเที่ยวสีเขียว" (Green Tourism) ได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในระดับ นานาชาติ เนื่องจากเป็นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้าง ประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว การจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และ นักท่องเที่ยว ในกรณีของเกาะหมาก จังหวัดตราด (สงกรานต์ กลมสุข, 2558)การท่องเที่ยวที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมได้ถูกนำมาใช้ภายใต้แนวคิด Low Carbon Destination ซึ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ ลดการใช้พลังงานจากฟอสซิล และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เกาะหมาก มีเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยการใช้พลังงานทดแทน เช่น แผง โซลาร์เซลล์และกังหันลม รวมถึงการส่งเสริมการเดินทางด้วยจักรยานและพาหนะที่ประหยัดพลังงาน นอกจากนี้ยังเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดทิศทางและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ เป็นไปอย่างยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การ มหาชน), 2558) ปัจจัยความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะ หมาก จังหวัดตราด ได้แก่

1) การมีส่วนร่วมของชุมชน

ชุมชนเกาะหมากมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้ดูแลทรัพยากรธรรมชาติและมียอำนาจในการกำหนดนโยบายการจัดการท่องเที่ยว ภาคีในพื้นที่รวมตัวกันเป็น "Low Carbon Family" ที่มีทั้งภาครัฐกิจ ภาคราชการ และประชาชน ร่วมกันลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์และสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2558)

2) การใช้พลังงานทางเลือกและการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

เกาะหมากได้พัฒนาการใช้พลังงานทางเลือก เช่น การใช้แผงโซลาร์เซลล์และกังหันลมในการผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากฟอสซิล ทั้งนี้ยังมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการลดการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง เช่น การปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กรมการท่องเที่ยว, 2557a)

3) การจัดการขยะอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนเกาะหมากประสบความสำเร็จ ชุมชนมีระบบการจัดเก็บและคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีจิตสำนึกในการลดขยะ โดยเฉพาะการลดการใช้พลาสติกและโฟม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2558)

4) การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เกาะหมากได้จัดทำโครงการประหยัดน้ำและใช้น้ำซ้ำในบางกิจกรรม เช่น การรีไซเคิลน้ำจากการซักล้างมาใช้รดต้นไม้ รวมถึงการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในเรื่องการประหยัดน้ำ (กรมการท่องเที่ยว, 2557a)

5) การส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

การสร้างจิตสำนึกและการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้การท่องเที่ยวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมากได้จัดกิจกรรมเชิงเรียนรู้ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลดคาร์บอน การใช้พลังงานทดแทน และการดูแลรักษาธรรมชาติ โดยมีการนำเสนอผ่านป้ายประชาสัมพันธ์และสื่อออนไลน์ เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

6) การมีนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนจากภาครัฐ

การสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ โดยภาครัฐได้มีการกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด Low Carbon Tourism ซึ่งรวมถึงการ

กำหนดเป้าหมายระยะยาวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว, 2557a)

การจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมากทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและเป็นระเบียบ วิถีชีวิตชุมชนยังคงสงบและเรียบง่าย มีการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559) ความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนเกาะหมาก จังหวัดตราด เกิดจากการประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น การมีนโยบายที่ชัดเจนและการสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้เกาะหมากกลายเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

นอกจากนี้การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการขับเคลื่อนเมืองท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำด้วยเหตุผล 2 ประการ (วนิดา อ่อนละมัย, 2562) คือ

1) ชุมชนท่องเที่ยวคือเจ้าของพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง แต่ในด้านผลประโยชน์ ชุมชนท่องเที่ยวมีส่วนกับรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย ดังนั้น การขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำจึงเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมาเรียนรู้และสัมผัสกับวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการได้สัมผัสประสบการณ์แบบใหม่ใกล้ขีดธรรมชาติที่ไม่สามารถหาได้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวของชุมชนจะถูกขับเคลื่อนจากเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่มีความแตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ

2) กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำมีรากฐานจากวิถีชีวิตชุมชนที่มีความเชื่อมโยงกับทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น กิจกรรมใด ๆ ของชุมชนจึงให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) ได้กลายเป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากภาวะโลกร้อนและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงขึ้น การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นความท้าทายที่สำคัญ แนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำมุ่งเน้นการลดการใช้พลังงาน การลดของเสียและการปล่อยมลพิษ การใช้พลังงานทดแทน และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในทุกขั้นตอนของการท่องเที่ยว ประเทศไทยเองได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว เช่น เกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งได้มีการนำหลักการพัฒนาท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำมาใช้ในการ

บริหารจัดการอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำของเกาะหมาก จึงกลายเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจและได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล

โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จในการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (ชาคริต อ่องทุน & นรินทร์ สังข์รักษา, 2562) มีดังนี้

1) แผนแบบองค์รวม (Holistic Plan) ในการขับเคลื่อนชุมชนคาร์บอนต่ำ ปัจจัยแห่งความสำเร็จหนึ่งคือ การวางแผนแบบองค์รวมที่มีการคำนึงถึงองค์ประกอบโดยภาพรวมทั้งแผนผังการใช้ประโยชน์โดยรวมของชุมชน และระบบสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทั้งในด้านประสบการณ์และความเพลิดเพลินใจในการท่องเที่ยว และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวตามที่มีการออกแบบเรื่องราวและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ชุมชนท้องถิ่นที่ต้องการขับเคลื่อนชุมชนคาร์บอนต่ำ ควรมีการจัดวางผังการใช้ประโยชน์และแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม

2) จิตสำนึก (Mindset) การขับเคลื่อนชุมชนคาร์บอนต่ำจะสำเร็จลงไม่ได้หากขาดจิตสำนึกของคนในชุมชน เนื่องจากถึงแม้ว่าชุมชนท้องถิ่นมีการวางระบบการบริหารจัดการแบบองค์รวม มีการออกแบบผังการใช้ประโยชน์และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม แต่ชุมชนท้องถิ่นขาดจิตสำนึกในการดำเนินการกิจกรรมคาร์บอนต่ำทั้งการใช้พลังงานทางเลือก การประหยัดพลังงาน หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ย่อมไม่มีทางที่จะสามารถขับเคลื่อนชุมชนคาร์บอนต่ำได้ ดังนั้น แผนแบบองค์รวม (Holistic Plan) เปรียบเสมือนเครื่องมือของชุมชนคาร์บอนต่ำ และจิตสำนึก (Mindset) เปรียบเสมือนกลไกในการขับเคลื่อนชุมชนคาร์บอนต่ำ

3) การบริการ (Service) การบริการในส่วนนี้เป็นการประยุกต์แนวคิดการบริการ (Service) จากกระบวนการให้บริการของการตลาด ที่ให้ความสำคัญกับการบริการ ว่าเป็นกระบวนการในการสร้างคุณค่าหรือผลประโยชน์ให้กับลูกค้า ซึ่งในกรณีนี้คือนักท่องเที่ยว ดังนั้น การบริการในส่วนนี้จึงเกี่ยวข้องกับการนำเสนอผลประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ เช่น อาหารคาร์บอนต่ำ ที่พักคาร์บอนต่ำ และกิจกรรมคาร์บอนต่ำในชุมชน เป็นต้น ซึ่งการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการนำเสนอทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ และเป็นกำลังในการขับเคลื่อนชุมชนคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืนโดยอาศัยรากฐานที่สำคัญคือ การวางแผนแบบองค์รวมและจิตสำนึกของคนในชุมชน

ในการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ (Management) 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ และ 3) การขนส่งทางท่องเที่ยวและพลังงานทดแทน (Transportation and Renewable Energy) ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำต้องวางแผนเกี่ยวกับองค์ประกอบทั้ง 3 ให้สามารถ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและลดผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) เข้าสู่ชั้นบรรยากาศ โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จในการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (ธีระ สนิเตจารักษ์ และคณะ, 2558) มีดังนี้

1. Reform: การวางแผนผังการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ตามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ๆ จะมีศักยภาพของพื้นที่ที่แตกต่างกันตามสภาพพื้นที่และสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สีเขียว พื้นที่นันทนาการ พื้นที่ธุรกิจ ซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีศักยภาพในการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ต้องมีการวางแผนการใช้ประโยชน์ให้ชัดเจนเพื่อเป็นการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวให้มากที่สุด และใช้ประโยชน์พื้นที่ตามศักยภาพซึ่งทำให้สามารถลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

2. Recheck: การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความเปราะบางต่อการเสื่อมโทรมและถูกทำลายจากการเข้าไปใช้ประโยชน์ที่ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่และการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการควรมีการศึกษาและกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในช่วงระยะเวลาหนึ่งอย่างน้อยครบ 1 รอบปีการใช้ประโยชน์เพื่อกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว และผลักดันให้มีการบังคับใช้ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

3. Retreat: การฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ทรัพยากรการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นที่เมื่อมีการใช้ประโยชน์ย่อมส่งผลถึงความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการต้องกำหนดแนวทางการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อที่จะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำโดยต้องวางแผนการฟื้นฟูตามบริบทและศักยภาพของพื้นที่

4. Reserve: การอนุรักษ์ สิ่งที่สำคัญของการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ คือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สีเขียว สัตว์ป่า สัตว์น้ำ ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการต้องสนับสนุนและกระตุ้นจิตสำนึกของคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงนักท่องเที่ยวให้มีการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวและทรัพยากร

5. Recreation: กิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการต้องวางแผนและออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดทั้งความเพลิดเพลินและประสบการณ์การท่องเที่ยว และก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่น้อยที่สุด

6. Reduce: การลดการใช้พลังงานและทรัพยากรต่าง ๆ เนื่องจากการขนส่งเป็นภาคส่วนที่เป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เข้าสู่ชั้นบรรยากาศ เพราะการขนส่งใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากฟอสซิลที่เมื่อมีการเผาไหม้ของเครื่องยนต์จะก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนั้นในแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำจึงต้องส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานทางเลือกอื่น ๆ รวมทั้งการใช้นาฬิกาเพื่อการท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือไม่มีการใช้พลังงานเลยยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาเส้นทางจักรยาน เป็นต้น ยังรวมไปถึงการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้าหรือน้ำ และลดปริมาณขยะด้วยการแยกขยะและกำจัดขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

7. Replace: การเปลี่ยนใช้อุปกรณ์คาร์บอนต่ำ นอกเหนือจากการลดการใช้พลังงาน สิ่งที่สำคัญที่สามารถดำเนินการได้คือ การเปลี่ยนใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ประหยัดพลังงาน หรือการเลือกใช้วัสดุในอาคารที่ช่วยลดการบริโภคพลังงาน และเปลี่ยนการใช้แสงสว่างจากไฟนีออนเป็นใช้แสงสว่างจากภายนอกอาคารในช่วงเวลากลางวัน

8. Reuse: การนำมาใช้ใหม่ แม้ว่าปัญหาด้านขยะจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการบริโภคพลังงานโดยตรง แต่ปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบต่อการใช้พลังงานในการกำจัดขยะ รวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากขยะที่ถูกหมักไว้ในพื้นที่ทิ้งขยะ ดังนั้น การนำกลับมาใช้ใหม่จึงเป็นการลดปริมาณขยะและการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำคือ การท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ชุมชนที่มีวิถีการดำเนินชีวิต และภาคธุรกิจท่องเที่ยวดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly) ให้มีความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงการที่คนในชุมชนมีความตระหนักในปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานมีการใช้พลังงานทางเลือก การออกแบบที่พัก ยานพาหนะ ออกแบบเส้นทางขนส่งภายในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวลดปัญหาการจราจรติดขัด การวางผังเมืองมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ที่ดิน และการลดการขนส่งวัตถุจากภายนอกชุมชน เป็นต้น ซึ่งแนวทางการจัดการชุมชนคาร์บอนต่ำ ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำตามบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

2.7.1 มาตรการในการได้รับรางวัลของเกาะหมาก

เกาะหมาก เป็นเกาะขนาดใหญ่อันดับ 3 ของหมู่เกาะทะเล ที่นี้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวนมาก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบของ Low Carbon Destination แห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับรางวัลระดับนานาชาติมากมาย โดยล่าสุดคว้ารางวัล Green Destinations Story Awards ในงานท่องเที่ยวระดับโลก ITB Berlin 2023 ประเทศเยอรมนี

เกาะหมาก นอกจากจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนที่ได้รับความนิยมแล้ว ยังขึ้นชื่อใน

เรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเกาะด้วยการปั่นจักรยาน พายเรือคายัก ส่งเสริมให้ร้านอาหารและโรงแรมใช้วัตถุดิบทำอาหารต่าง ๆ ที่หาได้บนเกาะ แทนที่จะต้องขนส่งขึ้นเรือข้ามเกาะมา ทั้งยังส่งเสริมการปลูกผักสำหรับกินเองและขายในกิจการโรงแรมและร้านอาหาร มีโครงการนำขยะเศษอาหารจากโรงแรมหรือร้านอาหารบนเกาะมาเป็นปุ๋ยหมักเวียน และการจัดการขยะบนเกาะที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้เกาะหมากจึงถูกคัดเลือกให้เป็นเกาะต้นแบบแห่งแรกของประเทศไทย ด้านความปลอดภัย และด้านการจัดการขยะ ซึ่งในปี พ.ศ.2565 เกาะหมากได้รับเลือกเป็น 1 ในแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน 100 แห่งของโลกประจำปี พ.ศ.2565 (2022 Green Destinations Top 100 Stories) ซึ่งถือเป็นรางวัลใหญ่ระดับโลกของเกาะหมาก และหลังจากนั้นได้รับรางวัล 2023 GREEN DESTINATIONS STORY AWARDS ซึ่งเป็นรางวัลระดับโลกรางวัลที่ 2 ของเกาะหมากที่มีความโดดเด่นด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับต้น ๆ ของเมืองไทย(องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565b)

การที่เกาะหมาก ได้เข้ารับรางวัลแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน 100 แห่งของโลก ถือว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท. กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานเพื่อให้ เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ Circular Economy ของประเทศไทย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565a) และการเสนอชื่อเข้ารับการคัดเลือกครั้งนี้ อพท. ได้ส่งเรื่องราวเกี่ยวกับแนวทางการจัดการที่ดีที่สุด (Best Practice) ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนของตนที่เรียกว่า Sustainability Story เพื่อให้หน่วยงานบริหารแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกได้มีการศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันด้วย โดยเกาะหมากได้ส่งเรื่อง “The journey to become the first low carbon destination in Thailand” เป็นเรื่องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานสากล

จากความสำเร็จของการผลักดันให้เกาะหมากเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน 100 แห่ง ทางอพท. ได้ต่อยอดความสำเร็จนี้เข้าสู่แผนงานด้านการพัฒนาระดับความสามารถทางการแข่งขันให้กับแหล่งท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ ในปี 2565-2566 และเตรียมเสนอ จังหวัดน่าน และจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่พิเศษของ อพท. ต่อยูเนสโก ให้เข้าเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (UCCN) การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก หรือ GSTC และจะผลักดัน เกาะหมาก เป็น Green Destinations Top 100 และแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ Circular Economy ของประเทศไทย และเดินเข้าสู่การรับรองมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐาน Green Destinations ระดับโลกในปี พ.ศ. 2570 ต่อไป

สำหรับมิติด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ อพท. ได้ร่วมกับยูเนสโก จัดทำเครื่องมือการประเมินผลการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งมรดกโลก หรือ VMAST

(Visitor Management, Assessment and Strategy Tool) ในการจัดการแหล่งมรดกโลกของประเทศสมาชิกอาเซียน อีกทั้งที่ผ่านมา อพท. เป็นหน่วยงานแรกของประเทศไทยที่นำเครื่องมือการประเมินและพัฒนากลยุทธ์การจัดการนักท่องเที่ยวมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวทุกพื้นที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะพื้นที่มรดกโลกเท่านั้น โดยความร่วมมือครั้งนี้มุ่งขับเคลื่อนโครงการ Blue Carbon ในแหล่งหญ้าทะเล รวมถึงพัฒนาพื้นที่ระบบนิเวศและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำในพื้นที่ตำบลเกาะหมาก อีกทั้ง อพท. มีความตั้งใจที่จะพัฒนาและยกระดับให้เกาะหมากเป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถลดการปล่อยคาร์บอนจากกิจกรรมภาคการท่องเที่ยวให้น้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวโดยทั่วไป และยกระดับให้เกาะหมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ Circular Economy ที่มีแผนจัดการขยะการท่องเที่ยว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2565b)

2.8 ชุมชนศึกษา: ทรัพยากรการท่องเที่ยวของเกาะหมาก จังหวัดตราด

พื้นที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากมีความเงียบสงบ ธรรมชาติยังคงสมบูรณ์ และวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่เรียบง่าย สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้จะนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยวของเกาะหมาก จังหวัดตราด เพื่อให้เข้าใจบริบทของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด

2.8.1 สภาพบริบทของพื้นที่เกาะหมาก

เกาะหมากเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่อยู่ระหว่าง เกาะช้างกับเกาะกูด ตั้งอยู่ห่างจากชายฝั่งประมาณ 37 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 13 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 9,500 ไร่ ระยะทางรอบเกาะประมาณ 27 กิโลเมตร เกาะหมากนั้นมีรูปร่างคล้ายดาวสี่แฉก พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบมีอ่าวโอบรอบ และมีชายหาดที่สวยงาม น้ำใสสะอาดหลายแห่ง เช่น บริเวณอ่าวนิด อ่าวไผ่ อ่าวโปร่ง อ่าวผาด อ่าวแดง สภาพทั่วไปของตำบลส่วนใหญ่เป็นเกาะ ซึ่งมีเกาะที่สำคัญ ได้แก่ เกาะหมาก เกาะระยั้งใน เกาะระยั้งนอก เกาะผี เกาะขาม เกาะกระดาด เกาะนก เกาะนอก เกาะใน เกาะรังใหญ่

อาณาเขต / พื้นที่ติดต่อ

- 1) ทิศเหนือ ติดต่อ ทะเลอ่าวไทย ใกล้หมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด
- 2) ทิศใต้ติดต่อ ทะเลอ่าวไทย ใกล้หมู่เกาะกูด จ.ตราด
- 3) ทิศตะวันออก ติดต่อ ทะเลอ่าวไทย ใกล้หมู่เกาะกระดาด

4) ทิศตะวันตก ติดต่อ ทะเลอ่าวไทย ใกล้หมู่เกาะรัง

สภาพเศรษฐกิจและสังคม

1) จำนวนประชากร บนเกาะหมากมีประชากรจำนวนประมาณ 550 คน

2) อาชีพหลักของประชาชนบนเกาะที่สามารถสร้างรายได้ และส่งเสริมเศรษฐกิจภายในเกาะ ได้แก่ อาชีพทำสวน อาชีพทำการประมง และอาชีพเสริม คือ ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยบนเกาะหมากนั้นมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวไว้บริการอยู่ไม่น้อย แต่เนื่องจากสภาพพื้นที่ที่เป็นเกาะทำให้ช่วงฤดูท่องเที่ยวจะเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี

2.8.2 ประวัติศาสตร์เกาะหมาก

เนื่องจากเป็นเกาะหมากมีพื้นที่เกาะทั้งหมดเกือบ 9,500 ไร่ มีเจ้าของเป็นทายาทของ "ตระกูลตะเวทีกุล" เพียงตระกูลเดียวจากอดีตถึงปัจจุบัน รวมระยะเวลา 100 ปีเศษ ทั้งนี้ นายจักรพรรดิ ตะเวทีกุล เป็นเจ้าของเกาะหมากรีสอร์ท ผู้เป็นทายาท รุ่นที่ 4 เล่าว่า หลวงพรหมภักดี (นายเปลี่ยน ตะเวทีกุล) ผู้มีศักดิ์เป็นคุณชวด เป็นผู้เข้ามาครอบครองเกาะหมากเป็นคนแรกเมื่อปี พ.ศ. 2447 โดยซื้อจากเจ้าของเดิมชื่อเจ้าสัวเส็ง ปลัดจีนในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งเข้ามาจับจองทำสวนมะพร้าวไว้ หลวงพรหมภักดีขณะนั้นเป็นปลัดจีนอยู่ที่จังหวัดประจันตคีรีเขตร์ ซึ่งขณะนั้นเป็นของไทยอยู่ โดยได้ส่งบุตรชาย 3 คนมาทำสวนมะพร้าวอยู่ก่อน คือ นายอู่ นายเอิบ และนายอาบ ตะเวทีกุล ต่อมาเมื่อไทยเสียเมืองตราด หมู่เกาะต่าง ๆ รวมทั้งเมืองประจันตคีรีเขตร์ให้กับฝรั่งเศส เพื่อแลกกับการที่ฝรั่งเศสถอนทหารออกจากเมืองจันทบุรี หลวงพรหมภักดียังคงทำมาค้าขายอยู่ที่เกาะปอ เมืองประจันตคีรีเขตร์ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2453 จึงได้อพยพครอบครัวมาตั้งรกรากที่เกาะหมาก ทำสวนมะพร้าวและสร้างบ้านเรือนอยู่ที่บริเวณอ่าวสวนใหญ่ เรียกกันว่า บ้านสวนใหญ่

หลวงพรหมภักดีได้แต่งงานกับนางมู่ลี่ มีบุตร 7 คน ธิดา 4 คน รวม 11 คน และต่อมาแต่งงานกับนางทิม มีบุตรชายอีก 1 คน เมื่อบุตรสาวโตขึ้นแต่งงานไปใช้นามสกุลของฝ่ายชาย ฝ่ายชายสืบตระกูลตะเวทีกุลมาถึงปัจจุบัน สำหรับนายจักรพรรดิ ตะเวทีกุล เป็นรุ่นที่ 4 บิดาชื่อนายสันต์ ตะเวทีกุล มารดาคือนางเฉลิม ศรีอรุณ ปู่คือนายอู่ ตะเวทีกุล บุตรชายคนที่ 5 ของหลวงพรหมภักดี เมื่อสิ้นหลวงพรหมภักดี ปี พ.ศ. 2458 สวนมะพร้าวและที่ดินทั้งหมดบนเกาะถูกแบ่งเป็นมรดกให้ลูกๆ หลานๆ ทายาทของหลวงพรหมภักดี ซึ่งในยุครุ่นลูกนี้เองได้มีการนำยางพาราเข้ามาปลูกเป็นจำนวนนับ 1,000 ไร่ และมีการสร้างโรงบ่มยางขึ้นภายในบริเวณบ้านสวนใหญ่ ในปัจจุบันพื้นที่เกาะหมากทั้งหมด 9,500 ไร่ เป็นที่สาธารณประโยชน์ 500 ไร่ ที่เหลือ 9,000 ไร่ ล้วนแต่เป็นของพี่น้องในสายตระกูลตะเวทีกุลเท่านั้น มีบ้างเล็กน้อยที่ขายให้กับคนต่างถิ่นที่มาลงทุนสร้างรีสอร์ทแต่เป็นส่วนน้อย

นับจากปี พ.ศ 2447 ที่หลวงพรหมภักดีได้เป็นเจ้าของเกาะหมาก มาถึงทายาทในปัจจุบันปี พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลา 119 ปี ในปี พ.ศ.2547 กำนันจักรพรรดิ ตะเวทีกุล ร่วมกับญาติ ๆ ได้จัด

งานเฉลิมฉลองรำลึกถึงหลวงพรหมภักดี และเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยจะถือเอางานเฉลิมฉลองนี้เป็นเอกลักษณ์ของชาวเกาะหมาก จัดงานเป็นประจำทุกปี เพราะนับวันการท่องเที่ยวจะเติบโตเป็นเศรษฐกิจที่สำคัญบนเกาะหมาก และอาจจะทำรายได้ให้ชาวบ้านบนเกาะมากกว่าการทำอาชีพเกษตรกรรม สวนมะพร้าว สวนยางพารา (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2558)

2.8.3 ทรัพยากรทางธรรมชาติ

1) อ่าวนิต เป็นศูนย์กลางการคมนาคมระหว่างเกาะหมากไปยังเกาะอื่น ๆ เพราะบริเวณอ่าวนิตเป็นท่าเรือประจำเกาะ จากอ่าวนิตสามารถเดินทางเชื่อมต่อไปได้ทั้งเกาะ และบริเวณทิศตะวันออกของเกาะสามารถเป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นอีกด้วย

2) อ่าวไผ่ เป็นหาดทรายสีแสดมีแนวยาวสลับไปกับหินซึ่งบริเวณหาดเป็นหินดินแดง ไม่เหมาะกับการลงเล่นน้ำ แต่เหมาะสำหรับการเดินชมวิวยิวทัศน์ จากหาดนี้สามารถมองเห็นเกาะกูดได้อย่างชัดเจน และหากเดินลัดบริเวณหาดต่อไปจะอ้อมเกาะมาที่แหลมสนได้ และจากแหลมสนสามารถมองเห็นเกาะกระดาดซึ่งเป็นหาดที่อยู่ในบริเวณถัดไป อ่าวตัน อ่าวตาล้องอ่าวแหลมสวนใหญ่ หรือเรียกกันชื่อว่า อ่าวเกาะหมากรีสอร์ท เนื่องจากในบริเวณนี้เป็นที่ตั้งของเกาะหมากรีสอร์ท ที่ก่อตั้งมานานจนเรียกชื่อติดปาก อ่าวนี้ถือได้ว่าเป็นหาดที่มีความยาวมาก และสวยงามที่สุดบนเกาะ ชายหาดลาดเอียง มีหาดทรายที่ขาวสะอาดเหมาะแก่การเล่นน้ำ และยังสามารถชมพระอาทิตย์ตกได้ในเวลาเย็นได้อีกด้วย เนื่องจากบริเวณอ่าวนี้มีพื้นที่ติดต่อกับเกาะหมากนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปท่องเที่ยวได้โดยใช้เรือของเกาะหมากรีสอร์ท นอกจากจะมองเห็นเกาะงามแล้วยังสามารถมองเห็นเกาะผีได้ด้วย ซึ่งเกาะผีเป็นเกาะที่มีขนาดเล็ก

3) อ่าวขาว มีลักษณะเป็นชายหาดที่ยาวมีที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดแนวหาด มีบรรยากาศสงบ ชายหาดสามารถเล่นน้ำได้อย่างปลอดภัย บริเวณอ่าวขาวนั้นยังเป็นจุดให้นักท่องเที่ยวได้ชมพระอาทิตย์ตกได้ และยังสามารถข้ามไปเที่ยวที่เกาะระยั้งนอกและระยั้งใน

4) เกาะงาม อยู่ใกล้กับอ่าวสวนใหญ่ สามารถข้ามเรือไปเพียง 5 นาที มีที่พักไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวเพียง 1 แห่ง จุดเด่นของเกาะงาม คือ มีหาดทรายยาวหน้าเกาะ มีแหลมทรายยื่นออกมานอกเกาะ ในช่วงเวลาที่น้ำลงจะสามารถมองเห็นเป็นสันสวยงาม และยังมีจุดเด่นอีกประการก็คือหินภูเขาไฟสีดำที่ตั้งอยู่บนหาดทรายหน้าเกาะงาม

5) เกาะระยั้งในและนอก ตั้งอยู่ใกล้กับอ่าวขาว เกาะระยั้งในนั้นเป็นเพียงหินล้อมรอบเกาะ ไม่มีหาดทราย ใกล้กันคือเกาะระยั้งนอก ซึ่งชายหาดสามารถลงเล่นน้ำได้ประกออบกับมีปะการังอยู่โดยรอบเกาะ ซึ่งบ่งบอกได้ถึงความอุดมสมบูรณ์ของสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี

6) เกาะกระดาด มีลักษณะโดดเด่นในเรื่องของธรรมชาติ อีกทั้งยังมีประวัติศาสตร์เกี่ยวเนื่อง

กันมานับแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ลักษณะของเกาะกระดาด มีลักษณะเป็นเกาะที่เหมือนแผ่นกระดาด มีความแบนราบ ไม่มีภูเขาบริเวณหาดทรายรอบเกาะสามารถเดินเล่นได้รอบเกาะ ได้นำมีกองหินที่มีปลาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

นอกจากนั้นหมู่เกาะหมากยังมีเกาะบริวารอื่น ๆ อีกมาก แต่ไม่มีความน่าสนใจหรือเหมาะแก่การพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องด้วยในบริเวณพื้นที่ของเกาะทั้งหมดจะมีลักษณะเป็นเกาะเล็ก ๆ ที่มีหินล้อมเกาะ ดังนั้น เกาะที่อยู่ในหมู่เกาะหมากที่มีความเหมาะสมแก่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวจึงมีเพียง เกาะหมาก เกาะขาม เกาะกระดาด และเกาะระยั้งนอก (อิสระพงษ์ พลธานี & ชุมพร บุญเพชรแก้ว, 2560)

2.8.4 ทรรศนทางประวัติศาสตร์

เกาะหมากมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ของชาติไทย เนื่องด้วยตั้งอยู่ในทะเลตราดฝั่งอ่าวไทย ครั้งหนึ่งในยุคล่าอาณานิคม ฝรั่งเศสพยายามที่จะเข้ามายึดดินแดนประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2436 ตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ 5 ฝรั่งเศสได้เข้ามายึดเมืองจันทบุรีและเมืองต่าง ๆ ทางฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง ต่อมาในปี พ.ศ.2446 (ร.ศ.122) ไทยได้เสียดินแดนให้แก่ฝรั่งเศส เนื่องจากการตกลงทำสนธิสัญญากับฝรั่งเศส ทำให้ไทยจำต้องยกดินแดนตั้งแต่ อ.แหลมสิงห์ จ.จันทบุรี ไปจนถึงเกาะหมาก เกาะกูด และเมืองประจันตคีรีเขตร์ เพื่อแลกเปลี่ยนกับการถอนกองทหารออกจากจันทบุรีและในปี พ.ศ.2449 รัชกาลที่ 5 ทรงตัดสินพระทัยยอมยกดินแดน พระตะบอง เสียมราฐ และศรีโสภณ เพื่อแลกเอาจังหวัดตราดและหมู่เกาะต่าง ๆ คืนมาเมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2449 อีกเหตุการณ์หนึ่งที่มีความสำคัญก็คือ ในอดีตพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ได้เคยเสด็จประพาสคราวพ้นจากการปกครองของฝรั่งเศส และได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้พระเจ้าลูกยาเธอ พระองค์เจ้า จิระประวดีวรเดช ดำเนินการออกโฉนดที่ดินของเกาะกระดาด ดังนั้นจึงเป็นเพียงเกาะเดียวเท่านั้นที่มีการออกโฉนดที่ดินในบริเวณทะเลตราด ปัจจุบันถูกขายออกไปจนถึงมือของเอกชน

2.8.5 ทรรศนทางด้านการบริการ

การบริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน ซึ่งการบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญของเกาะหมาก ได้แก่ ที่พัก โรงแรมและรีสอร์ท จำนวน 47 แห่ง ร้านอาหาร จำนวน 42 แห่ง แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 13 แห่ง แหล่งจำหน่ายสินค้า จำนวน 11 แห่ง สถานประกอบการธุรกิจดำน้ำ จำนวน 3 แห่ง และแหล่งกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย เช่น เรือขนส่ง ท่าเทียบเรือ และสถานที่เช่ารถมอเตอร์ไซด์ มีพิพิธภัณฑ์เกาะหมาก ซึ่งอยู่ใกล้กับท่าเรือบริเวณอ่าวนิต เป็นพิพิธภัณฑ์

ประพาส 2 ครั้ง โดยระบุจุดเด่น จุดด้อย และข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

จุดเด่น ความปลอดภัยจากการถูกทำร้าย ชายฝั่งมีร่องรอยการถูกกัดเซาะน้อยมากในช่วงมรสุมและกลับคืนสู่สภาพเดิมเมื่อผ่านช่วงมรสุมไป ไม่มีกิจกรรมก่อให้เกิดการทำลายสภาพธรรมชาติบริเวณชายฝั่ง และภัยธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการทำลายสภาพของเกาะมีโอกาสดังขึ้นน้อยมาก การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเสื่อมโทรม เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นและคนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจกรรม และเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ (อิสระพงษ์ พลธานี & ชุมพร บุญเพชรแก้ว, 2560)

จุดด้อย ศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้น้อย หรือมีความเปราะบาง หรืออ่อนไหวมาก มีกลุ่มองค์กรท้องถิ่นร่วมกำหนดนโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ แต่การปฏิบัติการยังไม่สัมฤทธิ์ผล การจัดการด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวไม่มีกฎ ระเบียบ หรือข้อห้ามสำหรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่

ข้อเสนอแนะ มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการจัดการด้านการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ โดยสามารถส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยเสด็จรัชกาลที่ 5 หรือพิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ 5 ตระกูลของเกาะหมาก เป็นต้น ทั้งนี้ควรเพิ่มมาตรฐานของที่พักและสาธารณูปโภค เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.9.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ชาคริต อ่องทุน และ นรินทร์ สังข์รักษา (2562) การปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ :กรณีศึกษาชุมชนในภาคตะวันออกของไทย บทความวิชาการนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) จากแนวคิดที่มุ่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Destination) ของชุมชนในภาคตะวันออกของประเทศไทย จากการสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของพื้นที่ที่มีผลงานดีเด่นเป็นที่ยอมรับ เพื่อให้หน่วยงานอื่นได้นำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ดีที่สุดของตนเองในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยเลือกศึกษาพื้นที่เกาะหมากและชุมชนบ้านน้ำเขียว เนื่องจากทั้ง 2 พื้นที่เป็นพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ การศึกษาพบว่า วิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำประกอบด้วย องค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ คือ

ชุมชนคาร์บอนต่ำ แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ที่พักคาร์บอนต่ำ อาหารคาร์บอนต่ำ กิจกรรมคาร์บอนต่ำ และขนส่งคาร์บอนต่ำ อีกทั้งกระบวนการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ คือ แผนขับเคลื่อนจิตสำนึก และการบริการ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ปัจจัยภายในคือผู้นำและคนในชุมชนร่วมมือพัฒนา และปัจจัยภายนอกคือ ภาครัฐเครือข่าย (ชาคริต อ่องทูน & นรินทร์ สังข์รักษา, 2562)

นิคมศม อักษรประดิษฐ์และ ชีรศักดิ์อุ้นอารมณ์เลิศ (2560) กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด การวิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) ของเกาะหมาก จังหวัดตราด (2) ศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) ของพื้นที่เกาะหมาก และ (3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ใช้สถิติตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) พบว่า (1) ด้านการบริหารจัดการ (1.1) ในการดำเนินการจัดทำนโยบายต้องทำการการศึกษาข้อมูลจากบริบทของพื้นที่ก่อนการดำเนินการนโยบาย ตั้งแต่เริ่มต้นกิจกรรมกระทั่งเสร็จสิ้น (1.2) คงไว้ซึ่งประวัติศาสตร์ของพื้นที่ (1.3) ต้องมีการจัดการใช้พลังงานที่ดี (2) ปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ประกอบด้วย (2.1) จิตสำนึกและทัศนคติที่ดี และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ผ่านการให้ความรู้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์อย่างชัดเจน (2.2) การถ่ายทอดองค์ความรู้ ต้องเข้าถึงทุกพื้นที่ ได้แก่ ภาครัฐ สถานประกอบการ และภาคประชาชน (3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ด้านได้แก่ (3.1) ความพึงพอใจด้านสถานที่พักแรมพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่พักแรมมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ และด้านการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ (3.2) ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า การมีส่วนร่วมช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อยู่ระดับมากและพร้อมที่จะทำตามหลักการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (นิคมศม อักษรประดิษฐ์ & ชีรศักดิ์ อุ้นอารมณ์เลิศ, 2560)

อมรเทพฤทธิ์ อินทร์แย้ม, วัชรินทร์ อินทพรหม และพัลลภมน สีนหัง (2563) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เทศบาลตำบลเมืองแกลงเป็นเมืองคาร์บอนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อ 1) ศึกษาประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เป็นเมืองคาร์บอนต่ำของเทศบาลตำบลเมืองแกลง 2) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองคาร์บอนต่ำของเทศบาลตำบลเมืองแกลง และ 3) รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เทศบาลตำบลเมืองแกลงเป็นเมืองคาร์บอนต่ำที่มีประสิทธิภาพ เป็นการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เจ้าหน้าที่ผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองคาร์บอนต่ำของเทศบาลตำบล

เมืองแกลง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน 44 คน ประธานชุมชนในเขตเทศบาลตำบลเมืองแกลง จำนวน 16 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 60 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตีความ ผลการศึกษาพบว่า 1) ประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เป็นเมืองคาร์บอนต่ำของเทศบาลตำบลเมืองแกลงอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองคาร์บอนต่ำของเทศบาลตำบลเมืองแกลง คือ ปัจจัยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองคาร์บอนต่ำ ด้านนโยบายด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารโครงการ และด้านความร่วมมือ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับมากกับประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เป็นเมืองคาร์บอนต่ำของเทศบาลตำบลเมืองแกลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 3) รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เทศบาลตำบลเมืองแกลงเป็นเมืองคาร์บอนต่ำที่สำคัญ คือ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองคาร์บอนต่ำด้วยอำนาจหน้าที่ของเทศบาล ในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองคาร์บอนต่ำ ด้านนโยบาย คือ วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ด้านการบริหารจัดการ คือ การเชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานภายใน ด้านการบริหารโครงการ คือ ความเชี่ยวชาญของบุคลากร ด้านความร่วมมือ คือ ความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรกับประชาชนซึ่งประสิทธิผลแห่งความสำเร็จ และกระบวนการในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองคาร์บอนต่ำของเทศบาลตำบลเมืองแกลง ส่งผลให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและสุขอนามัยที่ดี (อมรเทพฤทธิ์อินทร์แย้ม และคณะ, 2563)

ภัญญภัส พุกษากิจ และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของชุมชนบนเกาะหมาก เพื่อเป็นการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของชุมชนต่อการบริหารแหล่งท่องเที่ยวของเกาะหมาก จังหวัดตราด และ 2) เพื่อเสนอแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ 3 ราย ประชาชน 4 รายและผู้ประกอบการภาคเอกชน 5 ราย การวิจัยเชิงปริมาณได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างชุมชนในพื้นที่จำนวน 263 ราย การศึกษาพบว่า ด้านรายได้และการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน หากแต่ปัจจัยด้านเพศ อายุและอาชีพส่งผลต่อความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเสริมมาตรการในการบริหารจัดการชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม สาธารณูปโภค เศรษฐกิจ และการบริหารและพัฒนา เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ซึ่งมีเป้าหมายหลัก 4 ประการ โดยผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม (ภัญญภัส พุกษากิจ และคณะ, 2565a)

กมลกรก เกียรติศักดิ์ชัย (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างสมรรถนะของคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) วิเคราะห์บริบทและสมรรถนะของคนในชุมชนเกาะหมากที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ 2) วิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของคนในชุมชนเกาะหมากที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ และ 3) นำเสนอแนวทางการเสริมสร้างสมรรถนะของคนในชุมชนเกาะหมากที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีคือ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย กลุ่มผู้นำชุมชนเกาะหมากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และผู้ประกอบการ จำนวน 15 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีจำแนกชนิดข้อมูล การวิเคราะห์เนื้อหา และการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า บริบทและสมรรถนะของคนในชุมชนที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำของชุมชนเกาะหมาก ประกอบด้วย 5 สมรรถนะหลักดังนี้ 1) ทักษะของคนในชุมชน 2) ความรู้ของคนในชุมชน 3) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 4) การวางแผนของคนในชุมชน และ 5) การควบคุมของคนในชุมชน โดยมีสมรรถนะย่อยของคนในชุมชนที่อยู่ภายใต้บริบท ส่วนความต้องการจำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำของชุมชนเกาะหมากเรียงลำดับรายด้าน ดังนี้ ด้านการควบคุมของคนในชุมชน ($\bar{X} = 2.84$) ด้านความรู้ของคนในชุมชน ($\bar{X} = 2.76$) ด้านการวางแผนของคนในชุมชน ($\bar{X} = 2.66$) ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ($\bar{X} = 2.66$) และด้านทักษะของคนในชุมชน ($\bar{X} = 2.55$) และสุดท้ายแนวทางการเสริมสร้างสมรรถนะของคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำของชุมชนเกาะหมาก ประกอบด้วย 5 แนวทาง ดังนี้ แนวทางที่1 การพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ แนวทางที่2 การพัฒนาทักษะและทัศนคติของคนในชุมชนในการปฏิบัติงานเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ แนวทางที่3 การพัฒนาการวางแผนและปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อม แนวทางที่ 4 การพัฒนาการควบคุมการปฏิบัติตามขั้นตอนมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ และแนวทางที่ 5 การพัฒนาการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานและการพัฒนาร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางข้างต้นเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำของชุมชนเกาะหมากด้วยการพัฒนาสมรรถนะหลักและสมรรถนะย่อยของคนในชุมชน เข้าใจบทบาทและหน้าที่ของตน ทั้งยังสามารถสื่อสาร ถ่ายทอด และปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง นำไปเป็นต้นแบบแนวทางให้กับเขตพื้นที่อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กมลกรก เกียรติศักดิ์ชัย และ ชื่นชนก โควินท์, 2563)

Gössling, S., Balas, M., Mayer, M., & Sun, Y.-Y. (2023) ได้ศึกษาเรื่อง A review of tourism and climate change mitigation: The scales, scopes, stakeholders and strategies of carbon management การท่องเที่ยวจำเป็นต้องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามภาคเศรษฐกิจ

อื่น ๆ หากบรรลุวัตถุประสงค์ของประชาคมระหว่างประเทศในการรักษาภาวะโลกร้อนไว้ที่ 1.5-2.0 C สิ่งนี้จะทำให้อุตสาหกรรมต้องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงครึ่งหนึ่งภายในปีค.ศ. 2030 และจะต้องลดการปล่อยก๊าซสุทธิเป็นศูนย์ภายในกลางศตวรรษ การบรรเทาผลกระทบต้องคำนึงถึงมิติ ได้แก่ ขนาด ขอบเขต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลยุทธ์ของการจัดการคาร์บอน บทความนี้มีการทบทวนมิติเหล่านี้และความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ โดยเน้นไปที่ความครอบคลุมของรายการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หลักการจัดสรรในระดับต่าง ๆ ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนสำหรับการลดการปล่อยคาร์บอน และการระบุกลยุทธ์การบรรเทาผลกระทบที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม มาตรการลดการปล่อยคาร์บอนที่มีประสิทธิภาพที่สุดยังเผชิญกับอุปสรรคสำคัญขององค์กร การเมือง และหากไม่มีความพยายามเชิงนโยบายทั่วโลกในระดับประเทศในการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของภาคส่วนนี้ การท่องเที่ยวจะกลายเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Gössling และคณะ, 2023)

Shwn-Meei Lee, Hiroshi Chris Honda, Gui Ren and Yu Chen (2016) ได้ศึกษาเรื่อง The Implementation of Green Tourism and Hospitality พบว่า ในช่วงไม่กี่ปีมานี้บริษัทต่าง ๆ ทั่วโลกได้เข้าสู่ยุคธุรกิจ ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งความต้องการด้านการพักผ่อนและการเดินทางท่องเที่ยวเริ่มที่จะสะดวกสบายมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันการเติบโตของการเดินทางท่องเที่ยวที่ทันสมัย และผู้มาเยือนไม่ตระหนักเกี่ยวกับปัจจัยของภาวะโลกร้อน ในฐานะประชากรของโลก ทุกคนควรมีความรับผิดชอบต่อและส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสีเขียวคาร์บอนต่ำการท่องเที่ยวสีเขียวจะเป็นทิศทางใหม่ของการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต ดังนั้นในแง่มุมมองของกระบวนการท่องเที่ยว “การท่องเที่ยวสีเขียว” ที่รวมทั้ง นักท่องเที่ยว โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์นำเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวสีเขียวนี้จะทำการปกป้องสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติด้วยแนวคิดสีเขียวผนวกกับกิจกรรมการบริโภคสีเขียวเพื่อให้บรรลุความรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาเศรษฐกิจ ระบบนิเวศวิทยา และความยั่งยืนของพื้นที่ (Meei Lee และคณะ, 2016)

งานวิจัยของ Yang (2015) ได้ศึกษาเรื่อง Implementation Strategies of Low-Carbon Tourism โดยระบุว่าเมืองในประเทศจีนกำลังเผชิญกับมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรงจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมจึงกลายเป็นปัญหาที่จะต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับทรัพยากรธรรมชาติ การดำเนินงานของการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการปกป้องทรัพยากรสิ่งแวดล้อม การศึกษาพบว่า มาตรการหลักในการนำคาร์บอนต่ำไปใช้กับการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ประการ คือ 1) เพื่อเสริมสร้างกลไกรัฐบาลและกรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการดำเนินการ เพื่อกำหนดระบบที่เหมาะสมและกลไกในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ควรมีเกณฑ์ในการกำหนดการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวโดยมีตัวชี้วัดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ ความสามารถในการกำจัดของเสีย การจัดการขนส่งสาธารณะและมีการประเมินด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี 3) การส่งเสริมในการเผยแพร่การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้และปรับพฤติกรรม (Yang, 2015)

งานวิจัยของ Can, H., & Hongbing, D (2011) ได้วิจัยเรื่อง The Model of Developing Low-Carbon Tourism in the Context of Leisure Economy พบว่า รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงการบรรลุเป้าหมายสูงสุดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเป็นประโยชน์ การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำจึงเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ควรจะเป็นไปตามการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยวิธีการควบคุมการปล่อยคาร์บอนในระดับที่เหมาะสมด้วยเทคโนโลยีคาร์บอนต่ำ และ 2) รูปแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ คือ การลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยวิธีการ ดังนี้ (1) สร้างแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ โดยประการแรก การวางแผนและออกแบบพื้นที่ และการพัฒนาด้านพลังงานทดแทน ประการที่สอง การดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและกำหนดปริมาณคาร์บอนต่ำ ประการที่สาม ทำให้เกิดการประยุกต์ใช้แหล่งพลังงานสะอาด และประการที่สี่ ใช้เทคโนโลยีในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (2) การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ โครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ การจัดหาแหล่งพลังงานเพื่อการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการ และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจแบบคาร์บอนต่ำ (3) ส่งเสริมการบริโภคการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ เน้นการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การขนส่งและเส้นทางท่องเที่ยวเป็นมิตรกับธรรมชาติ โดยวิธีที่สำคัญที่สุดในการส่งเสริมการบริโภคการท่องเที่ยวที่มีคาร์บอนต่ำ คือ การใช้การชดเชยคาร์บอน เป็นต้น และ (4) บำรุงรักษาสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวของการกักเก็บคาร์บอน เป็นรูปแบบการทำงานร่วมกันของรัฐบาลองค์กรเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะทำให้สภาพแวดล้อมที่กลมกลืนกับการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำรัฐบาลควรจัดทำกลไกในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ (Can & Hongbing, 2011)

2.9.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมการโครงสร้าง

สุจิตรา หนูมี (2562) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยศึกษาถึงอิทธิพลของประสบการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อความทรงจำ ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ใช้แบบสอบถามเป็น

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยและเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำนวน 300 คน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยมีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง (First Order Confirmatory Factor Analysis) ได้แก่ ความทรงจำ ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis) ด้านประสบการณ์นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ การหลีกเลี่ยงและได้รับการยอมรับ ความสงบทางจิตใจและการผ่อนคลาย การมีส่วนร่วมอย่างมีเอกลักษณ์การมีปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ การศึกษาพบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี แสดงถึงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านตัวแปรความทรงจำและความพึงพอใจ โดยประสบการณ์นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความทรงจำและความพึงพอใจ ตัวแปรความทรงจำและความพึงพอใจก็มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (สุจิตรา หนูมี, 2562)

ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ และสุดาพร สวม่วง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทย โดยงานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อค้นหา รูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั่วไป และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยกลุ่มละ 460 ตัวอย่าง ณ อุทยานแห่งชาติโดยใช้สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั่วไป องค์ประกอบสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการแสวงหาข้อมูล นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านจิตวิทยาในเรื่องทัศนคติและด้านการสื่อสารทางการตลาดของปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาด โดยคำนึงถึงคุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัย พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการแสวงหาข้อมูล การสื่อสารทางการตลาดและการบริการ (ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ & สุดาพร สวม่วง, 2558)

ชนิษฐา บรมสำลี และรัฐพล สันสน (2560) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหารูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบดั้งเดิม จำนวน 600 คน และนักท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว 600 คน รวมจำนวน 1,200 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้น

เพื่อการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการภาพลักษณ์ของตลาดน้ำและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน เมื่อวิเคราะห์รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบดั้งเดิม พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในขณะที่รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน ด้านการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว (ชนิษฐา บรมคำลี & รัฐพล สันสน, 2560)

นภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เชียว และอุษารดี ภูมาลี (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ โดยการศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ จำนวน 794 คน ใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรม LISREL ในการสรุปผลการวิจัย พบว่า ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรทั้งหมดในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 93.0 ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยวคือ พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบด้วยค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.09 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยว คือ วิธีการท่องเที่ยวและทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยว ด้วยค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.18 และ -0.85 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (นภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เชียว & อุษารดี ภูมาลี, 2560)

มนทรา สังข์ทอง, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร และวิชัย แหวนเพชร (2563) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว 2) พัฒนารูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) ประเมินและยืนยันรูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่ม 3 ภาคี ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้แทนจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จำนวน 340 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า 1) สภาพห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ สภาพห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านต้นน้ำ ด้านสภาพห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านกลางน้ำ ด้านสภาพห่วงโซ่

อุปทานการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านปลายน้ำ และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ผลการพัฒนาแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นไปตามแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และ 3) แบบจำลองสมการโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (มนทิรา สังข์ทอง และคณะ, 2563)

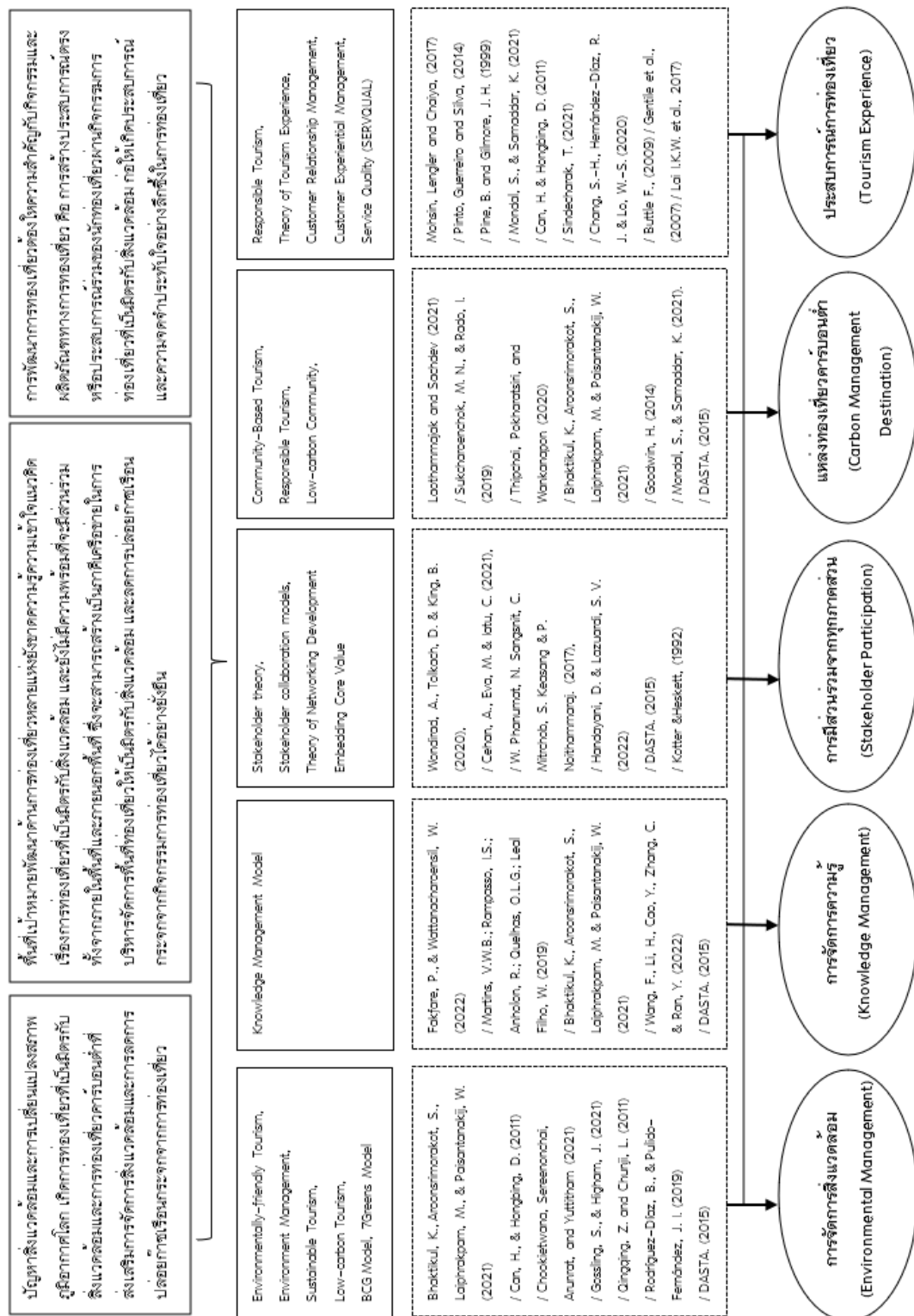
2.10 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัจจัยและองค์ประกอบของงานวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ผ่านมาของแนวคิดการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ดังภาพที่ 3 และตารางที่ 3 แสดงปัจจัยสภาพแวดล้อมของโอกาสและปัญหา แนวทางการจัดการ และแนวคิดทฤษฎีประกอบ จากภาพที่ 4 ที่มาขององค์ประกอบของงานวิจัยเรื่องปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะเห็นได้ว่าปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ เกาะหมากมีรายละเอียดดังนี้

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติตามกรอบนโยบายและการดำเนินงานในทิศทางของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การวางแผนการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างถูกวิธีเป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการถ่ายทอดองค์ความรู้การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ในรูปแบบการดำเนินงานที่หลากหลายและบูรณาการ เพื่อเผยแพร่แนวทางการดำเนินงาน แนวทางปฏิบัติที่ดีบนพื้นฐานและศักยภาพของพื้นที่ เพื่อให้เกิดความพร้อมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยเฉพาะชุมชน ที่บทบาทสำคัญในฐานะเจ้าของและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน พร้อมทั้งมีการดำเนินงานที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินชีวิต โดยดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ทั้งจากการใช้พลังงานทางเลือกของชุมชนและความตระหนักของคนในชุมชน การออกแบบบ้านเรือน การบริการอาหารคาร์บอนต่ำ และกิจกรรมท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำใน

ชุมชน โดยการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องเกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชนและผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างมีแบบแผนและเป้าหมายในการดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ภาครัฐมีการจัดทำแผนโครงการและจัดสรรงบประมาณเพื่อการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง การสร้างความร่วมมือเป็นเครือข่ายชุมชนผู้ประกอบการ เอกชนและภาครัฐประสานความร่วมมือตามบทบาทและหน้าที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งเสริมองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อใช้ในการพัฒนา





ภาพที่ 4 ความเชื่อมโยงของสภาพปัจจัยความสำเร็จด้วยแนวคิดทฤษฎี นำมาสู่องค์ประกอบของงานวิจัยแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียน เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สิ่งดังกล่าวข้างต้นจะเป็นปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้นแบบในการดำเนินการให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายอื่น ๆ จากสภาพปัจจัยความสำเร็จดังกล่าวจึงได้ศึกษาทฤษฎีออกมาเป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

2.10.1 ทฤษฎีสำหรับการสร้าง Latent ในงานวิจัย ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาเกาะหมาก จังหวัดตราด

ตารางที่ 3 ความเชื่อมโยงของสภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จและแนวทางการจัดการด้วยทฤษฎีนำมาสู่องค์ประกอบของงานวิจัยครั้งนี้

สภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จ	แนวทางการจัดการ	แนวคิดทฤษฎี
1. ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก เกิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมการจัดการสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เกาะหมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เช่น มีการส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะและของเสียภายในพื้นที่ เกาะหมาก ขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวสีเขียวภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG	1. องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การเข้าพักในโรงแรมตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ และแม้แต่ปริมาณขยะที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ในแหล่งท่องเที่ยวก็ตาม โดยเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ดังนั้นการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบในพื้นที่ท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญ	1. การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Can & Hongbing, 2011) โดยมีการจัดการการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาดและมีเป้าหมาย (Stefan Gössling & James Higham, 2021) เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีระบบ

ตารางที่ 3 (ต่อ)

สภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จ	แนวทางการจัดการ	แนวคิดทฤษฎี
2. มีความจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ การถ่ายทอดองค์ความรู้ การมีความเข้าใจถึงปัญหาและผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท) เป็นผู้ให้การสนับสนุน เผยแพร่และพัฒนาองค์ความรู้ไปสู่การต่อยอดและผลักดันพื้นที่เกาะหมากให้บรรลุตามเป้าหมายการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555) อีกทั้งหลายชุมชนในพื้นที่เป้าหมายการพัฒนาท่องเที่ยวยังไม่เข้าใจนโยบายของรัฐบาล และไม่เข้าใจแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังไม่มีความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการของการสร้างความรู้ เพื่อนำพื้นที่ ชุมชน องค์กร หรือ ธุรกิจ ไปสู่ความสำเร็จการจัดการความรู้ จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะสามารถนำมาใช้ในการสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้	2. การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย กระบวนการ ดังนี้ 1) การสร้างองค์ความรู้ 2) การจัดเก็บองค์ความรู้ 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ 4) การใช้ความรู้ (กมลนุก เกียรติศักดิ์ชัย & ชื่นชนก โควินท์, 2563) การจัดการความรู้องค์กรและพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นพลวัตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การสร้างให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงถือว่ามีความสำคัญ (Pipatpong Fakfare & Walanchalee Wattanacharoensil, 2022) ทั้งนี้เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับองค์กร ชุมชน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคาร์บอนต่ำ ((Kampanad Bhaktikul และคณะ, 2021; Pipatpong Fakfare & Walanchalee Wattanacharoensil, 2022))

ตารางที่ 3 (ต่อ)

สภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จ	แนวทางการจัดการ	แนวคิดทฤษฎี
3. เกะหมาก เป็นเกาะตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวหรือสังคมคาร์บอนต่ำที่เข้มแข็งมากแห่งหนึ่ง กระบวนการบริหารจัดการของชุมชนเกาะหมากเกิดขึ้นบนพื้นฐานของการประสบปัญหาจากแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐที่ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนและสิ่งแวดล้อมของชุมชน	3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) แหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและส่งเสริมชุมชนที่มีวิถีการดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly) ให้มีความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงการที่คนในชุมชนมีความตระหนักในปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงาน การวางผังเมืองที่เป็นระเบียบเรียบร้อยสอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ที่ดินและการลดการขนส่งวัตถุจากภายนอกชุมชน (DASTA, 2015) เกาะหมากถือเป็นชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำคือองค์ประกอบที่สำคัญของการขับเคลื่อนเมืองท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ	3. แนวคิดท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีการดำเนินงานมุ่งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยที่ชุมชนที่ร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่บรรยากาศให้น้อยที่สุด มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Kampanad Bhaktikul และคณะ, 2021) ตลอดจนเน้นให้คนในชุมชนคำนึงถึงขีดจำกัดของสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ แต่ยังคงสนองความต้องการอย่างเท่าเทียมของคนทั้งในยุคปัจจุบันและยุคต่อไป (Munlika Thipcha และคณะ, 2020) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนคาร์บอนต่ำ ประกอบด้วย 1) การพัฒนาคน 2) การพัฒนางาน และ 3) การบริหารจัดการงบประมาณ (Munlika Thipcha และคณะ, 2020) (Kampanad Bhaktikul และคณะ, 2021)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

สภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จ	แนวทางการจัดการ	แนวคิดทฤษฎี
4. การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว คือ การสร้างประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดประสบการณ์และความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในการท่องเที่ยว	4. ด้านประสบการณ์ การท่องเที่ยว (Tourism Experience) การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการดำเนินการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่การบริการต่ำ ที่เกิดขึ้นจากการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4. ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมาจากการเดินทางมาเยือน ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็นประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ด้านความงาม สนุกสนาน ประสบการณ์ด้านความบันเทิง และประสบการณ์ด้านการหลีกเลี่ยงหนีออกจากประสบการณ์เดิม (Pine & Gilmore, 1999) ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อคุณค่าจากการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า (Buttle F., 2009) แนวคิดการจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experiential Management: CEM) คือ การสร้างประสบการณ์แบบองค์รวมที่ทุกจุดสัมผัส (All Touch Point) คือการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์เชิงบวกโดยการออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำและนำไปสู่ความภักดี (Gentile et al., 2007)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

สภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จ	แนวทางการจัดการ	แนวคิดทฤษฎี
		4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) (ต่อ) แนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะตัดสินใจหลังจากใช้บริการ ด้วยการนำสิ่งได้รับบริการไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการ โดยใช้ SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของลูกค้า (Lai I.K.W. และคณะ, 2017) จากการศึกษาประสบการณ์การพักผ่อนมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Chang, S.-H., Hernández-Díaz, R. J. & Lo, W.-S., 2020) และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมีผลทางตรงต่อความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ (Mondal, S., & Samaddar, K., 2021)

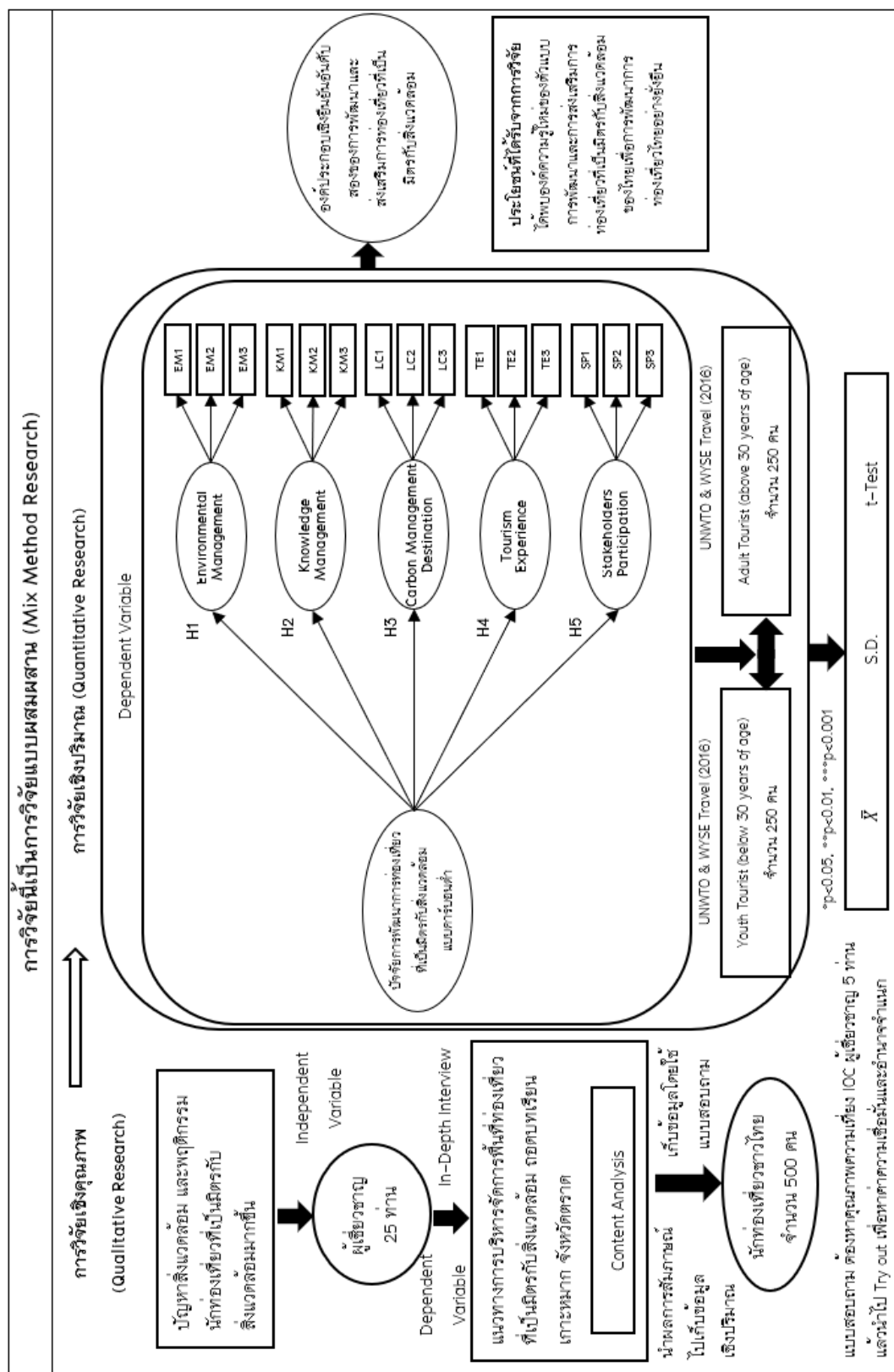
ตารางที่ 3 (ต่อ)

สภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จ	แนวทางการจัดการ	แนวคิดทฤษฎี
5. แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ควรประสานความร่วมมือของทุกภาคส่วนให้ทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ สร้างความแข็งแกร่งของช่องทางการส่งเสริมการขายและขยายการรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสู่กลยุทธการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละองค์ระบอบองค์รวม ขยายความร่วมมือสู่ระดับสากล และอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (DASTA, 2015) อีกทั้ง “ธรรมนูญเกาะหมาก” จำนวน 8 ข้อ ซึ่งมีรายละเอียดครอบคลุมในเรื่องของการบริการของธุรกิจท่องเที่ยวทั้งจากภาคชุมชนท้องถิ่นและภาคเอกชนในการบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก อาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางขนส่งภายในพื้นที่ท่องเที่ยว จะอยู่ภายใต้แนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวเป็นข้อตกลงที่เกิดจากการระดมความคิดเห็นผ่านเวทีประชาคมของชาวเกาะหมากผู้ประกอบการ และหน่วยงานในพื้นที่	5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ปัจจัยแห่งความสำเร็จหนึ่งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือ การวางแผนแบบองค์รวมที่มีการคำนึงถึงองค์ประกอบโดยภาพรวมทั้งแผนผังการใช้ประโยชน์โดยรวมของชุมชนและระบบสิ่งแวดล้อมในชุมชน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งในด้านประสบการณ์และความเพลิดเพลินใจในการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว (DASTA, 2015)	5. การทำงานร่วมกันเป็นกระบวนการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำงานร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาและดำเนินการโดยใช้กฎ บรรทัดฐาน และโครงสร้างที่ใช้ร่วมกัน (Wood & Grey, 1991) แนวคิดการสร้างเครือข่ายเพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมหลัก (Networking Development Embedding Core Value) ทำให้สมาชิกในเครือข่ายมีส่วนร่วมในแนวทางที่ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเกิดจากการมีค่านิยมร่วมกัน ก่อให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Kotter และ Heskett, 1992) การท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันด้วยความร่วมมือ (Jamal & Getz, 1995; Sheehan & Ritchie, 2005) การทำงานร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสำคัญต่อความสำเร็จของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (McComb, Boyd, & Boluk, 2017) และการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถช่วยให้เข้าใจจุดหมายปลายทางลักษณะเฉพาะและวิธีการจัดการในปัจจุบันและในอนาคต (Hazra, Fletcher, & Wilkes, 2017)

2.11 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ (Inductive Research) โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ โดยกรอบแนวคิดการวิจัยแสดงดังภาพที่ 5





ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาเกาะหมาก จังหวัดตราด

2.12 กำหนดสมมติฐานของการวิจัยตามแนวคิดและทฤษฎี

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัยตามหลักแนวคิดและทฤษฎี ซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 5 และสามารถสรุปออกมาเป็นสมมติฐานการวิจัยไว้ 6 สมมติฐาน (H1 ถึง H6) ดังนี้

1) สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นแนวทางจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Zhang Qingqing and Liu Chunji, 2011) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้สิ่งแวดล้อมบริเวณนั้นมีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยมีการจัดการการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาดและมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การกำหนดแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอีกวิธีหนึ่งซึ่งจะช่วยในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Bhaktikul, K., Aroonsrimorakot, S., Laiphakpam, M., & Paisantanakij, W., 2021) โดยการจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อมมาเป็นแนวทางวางแผนการจัดการ และปฏิบัติโดยสามารถพยากรณ์สภาพปัญหาและวางแผนแก้ไขปัญหาก่อนการลงมือปฏิบัติดำเนินโครงการพัฒนาหรือเตรียมแผนไว้ใช้ระหว่างและหลังการดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาระบบ โดยไม่สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด (Can, H., & Hongbing, D., 2011)

การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีระบบและมีการดำเนินการที่จะลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้น้อยลงหรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุด จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และ ชีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ. (2560) และ DASTA. (2015) ดังนั้นการนำเอากลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและจัดการบริหารสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวตามแนวทางโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนหรือ BCG Economy Model โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่ยั่งยืน เป็นหนึ่งในแนวทางที่สำคัญ โดยมีเป้าหมายให้สามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถใช้ประโยชน์

จากทรัพยากรดังกล่าวอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ประโยชน์มากที่สุด โดยให้มีผลกระทบเชิงลบน้อยที่สุด

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 1 ดังนี้

H1 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

2) สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

การทบทวนวรรณกรรมยืนยันว่าการจัดการความรู้ที่สนับสนุนการสร้างความรู้มีความสำคัญสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่เป้าหมายการพัฒนาท่องเที่ยวที่ต้องดำเนินการพัฒนาในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา กระบวนการการสร้างองค์ความรู้เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้พื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายสามารถจัดการกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมได้สำเร็จ อีกทั้งความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นหนึ่งในทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ที่สำคัญที่สุดสำหรับองค์กรในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันในปัจจุบัน (Martins, V.W.B.; Rampasso, I.S.; Anholon, R.; Quelhas, O.L.G.; Leal Filho, W., 2019) ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมสามารถกำหนดได้ว่าเป็นระดับที่บุคคลหรือองค์กรในการตระหนักและเกี่ยวข้องกับปัญหาทางนิเวศวิทยา ซึ่งความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมประกอบด้วยคลังข้อมูล สารสนเทศ และทรัพยากรความรู้ ที่ได้รับการรวบรวมและสะสมโดยองค์กร ซึ่งอาศัยโครงสร้างความรู้ขององค์กร (Wang, F., Li, H., Cao, Y., Zhang, C. & Ran, Y., 2022)

การจัดการความรู้องค์การด้านการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการในการส่งเสริมการสร้างการแลกเปลี่ยน และการใช้ประโยชน์จากความรู้ภายในองค์กร ประกอบด้วยกระบวนการ ดังนี้ (1) การค้นหาค้นหาองค์ความรู้ (Knowledge Discovery) คือ การพัฒนาความรู้ใหม่ทั้งที่เป็นความรู้ที่ชัดเจนและความรู้ฝังลึก ซึ่งเป็นความรู้ที่ได้จากการสังเคราะห์ ข้อมูล และสารสนเทศ (2) การจัดเก็บองค์ความรู้ (Knowledge Capture) คือ กระบวนการจัดเก็บองค์ความรู้ที่ชัดเจนหรือความรู้ฝังลึก ซึ่งเป็นความรู้ที่ได้จากคน สิ่งประดิษฐ์ และหน่วยงานภายในองค์กร (3) การถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Transfer) คือการถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจนและความรู้ฝังลึกไปสู่บุคคล กลุ่มคน และองค์กร และ (4) การประยุกต์ใช้ความรู้ (Knowledge Application) คือ การใช้ประโยชน์ความรู้ที่ได้จากการค้นหาค้นหาองค์ความรู้ การจัดเก็บองค์ความรู้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มาประกอบการพิจารณาการตัดสินใจ เพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Becerra-Fernandez et al., 2004) โดย

ประโยชน์ที่ได้จากการจัดการความรู้ คือ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรหรือธุรกิจ สมาชิกในองค์กรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตให้กับองค์กร ซึ่งการจัดการความรู้ขององค์กรและพื้นที่พัฒนาด้านการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นพลวัตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การสร้างให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงถือว่ามีความสำคัญ (Bhaktikul, K., Aroonsrimorakot, S., Laiphrakpam, M. & Paisantanakij, W., 2021) ทั้งนี้ เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับองค์กรชุมชน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Fakfare, P., & Wattanacharoensil, W., 2022, อีระสินเดชารักษ์, 2564 และ DASTA. (2015)

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 2 ดังนี้

H2 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

3) สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบหนึ่งภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน โดยใช้แนวทางในการตัดสินใจหรือรับผิดชอบต่อการเข้าถึงความเป็นเจ้าของและผลประโยชน์ร่วมกัน มีการนำเสนอของดีชุมชนและความภาคภูมิใจผ่านการนำเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว (Laothammajak and Sachdev, 2021) เป็นการท่องเที่ยวด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาบูรณาการสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม ประกอบกับมุ่งเน้นกิจกรรมที่ไม่มีผลกระทบเชิงลบในทุกมิติทั้งสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว (Thipchai, Pokharatsiri, and Wankanapon, 2020) สรุปคือโดยมีชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในฐานะของเจ้าของพื้นที่ ชุมชนต้องตระหนักถึงความพร้อมของทรัพยากรของตนเองในพื้นที่ว่ามีอะไรบ้างที่สามารถพัฒนาและนำเสนอเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวได้ หากชุมชนมีความชัดเจนในการเลือกทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ก็จะสามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชุมชนและพื้นที่รอบข้างได้ และยังเป็นกลไกในการทำนุบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติให้คงอยู่ (Bhaktikul, K., Aroonsrimorakot, S., Laiphrakpam, M. & Paisantanakij, W., 2021)

ชุมชนที่ร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่บรรยากาศให้น้อยที่สุด มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนเน้นให้คนในชุมชนคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ แต่ยังคงตอบสนองความต้องการอย่างเท่าเทียมของคนทั้งในยุคปัจจุบันและยุคต่อไป ดังนั้นชุมชนคาร์บอนต่ำจะอยู่บนพื้นฐานแนวการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ เน้นความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน รวมถึงสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ การประสานงาน และการควบคุม โดยทุก ๆ กระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล ซึ่งการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดชุมชนคาร์บอนต่ำ เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ชุมชน อ่องทุน และนวัตกรรม สังคม (2562) ญานุรักษ์ พลภักษ์ สรณันท์และอดิเรก บาดรา (2561) สงกรานต์ กลมสุข (2558) และ DASTA. (2015)

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 3 ดังนี้

H3 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

4. สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience)

แนวความคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั้นมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดจำทางด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทาง แม้ว่าประสบการณ์ในระหว่างการเดินทางที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้จะเกิดขึ้นในอนาคต ประสบการณ์ส่วนบุคคล กระบวนการทางจิตใจ ให้ความสำคัญกับลักษณะประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่จะประกอบไปด้วยสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการเดินทางของนักท่องเที่ยว แนวทางการจัดการประสบการณ์การท่องเที่ยวต้องอาศัยรูปแบบ

กิจกรรม เป็นสื่อกลางในการสร้างประสบการณ์ ซึ่งทำให้การนำแนวคิดการจัดการประสบการณ์ของแต่ละประเภทไปออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องเลือกรูปแบบท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับประสบการณ์ที่ต้องการส่งมอบให้นักท่องเที่ยว (Mohsin, Lengler and Chaiya, 2017) ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมาจากการเดินทางมาเยือน ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็นประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ ประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ด้านความงาม สุนทรียภาพ ประสบการณ์ด้านความบันเทิง และประสบการณ์ด้านการหลีกเลี่ยงจากประสบการณ์เดิม ๆ (Pine & Gilmore, 1999) จากการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านพบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ Chang, S.-H., Hernández-Díaz, R. J. & Lo, W.-S. (2020) ที่พบว่า การศึกษาที่ประสบการณ์การพักผ่อนมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ Mondal, S., & Samaddar, K. (2021) ที่พบว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมีผลทางตรงต่อความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ

โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวสามารถศึกษาได้จากการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำซึ่งเป็นการดำเนินการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่การบริการต่ำ โดยต้องมีการควบคุม การจำกัดปริมาณคาร์บอนและลดปริมาณคาร์บอนที่เกิดขึ้นจากการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบในการลดคาร์บอนสำหรับการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Gössling, S., Garrod, B., Aall, C., Hille, J., & Peeters, P. (2011), Hanpattanakit, P., Pimonsree, L., Jamnongchob, A., & Boonpoke, A. (2018), ชาคริต อ่องทุน และนรินทร์ สังข์รักษา. (2562))

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 4 ดังนี้

H4 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดทบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience)

5) สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีรากฐานมาจากการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) โดยทั่วไปแล้วองค์การจะมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย โดยแต่ละกลุ่มต่างมีอิทธิพลต่อองค์การที่แตกต่างกัน และมีความรับผิดชอบต่อองค์การที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นในการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้น องค์การควรจะผนวกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ด้วย (Freeman & Reed, 1983) เมื่อนำแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาประยุกต์ใช้กับการจัดการการท่องเที่ยวที่ จะพบว่าแนวคิดนี้มีประโยชน์อย่างมากในการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในกรณีที่พื้นที่ท่องเที่ยวมีการวางแผนและดำเนินโครงการบางอย่าง ก็สามารถนำแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้ในการกำหนดว่าใครบ้างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องเชิญมาเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับใดบ้าง รวมทั้งในการบริหารจัดการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้นมีความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างความร่วมมือและแสวงหาการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทำให้กลุ่มต่าง ๆ ได้เข้าร่วมดำเนินกิจกรรมการพัฒนาและได้รับการจัดสรรประโยชน์จากกิจกรรมดังกล่าว อันจะส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เป้าหมายพัฒนาการท่องเที่ยว โดยไม่เกิดความรู้สึกว่ามีสมาชิกบางคนถูกทอดทิ้งไว้ข้างหลัง

แนวคิดในการจัดการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับภาคการท่องเที่ยวว่า จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องผนวกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังจะต้องนำผลประโยชน์ ความห่วงใย และเป้าประสงค์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุก ๆ กลุ่มเข้ามาบูรณาการไว้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์อีกด้วย เพื่อหาทางจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่วางอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมทางธุรกิจ และนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีดุลยภาพ โดยการเชื่อมโยงกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม (Robson & Robson, 1996) การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในเรื่องของการลดการปล่อยก๊าซโดยอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ สนับสนุนในเรื่องของแนวทาง และนโยบาย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น Bhaktikul, K., Aroonsrimorakot, S., Laiphrakpam, M., & Paisantanakij, W. (2021) Yang, Y. (2015) กมลชนก เกียรติศักดิ์ชัย และชื่นชนก โควินท์ (2563) นิคมศม อักษรประดิษฐ์และ อิศศักดิ์ อุ๋นอารมย์เลิศ. (2560) อีระ สินเดชารักษ์. (2564) การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการบริหารจัดการโดยเฉพาะภาคประชาชนเพราะถือว่าเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการนำนโยบายมาใช้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพร้อมและต้องการที่จะปฏิบัติของทุกฝ่ายโดยผ่านกระบวนการการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ผู้ที่ปฏิบัติ เกิดความอยากมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 5 ดังนี้

H5 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

6. สมมติฐานที่ต้องการทดสอบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาเรื่องการรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานประกอบการภาคีเครือข่ายขององค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (อพท.) ผลการศึกษาในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีการรับรู้และทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยเฉพาะในการรับรู้สิ่งที่แต่ละพื้นที่พิเศษได้มีการรณรงค์และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งในด้านการใช้พลังงาน การรับประทานอาหารจากร้านที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และการเลือกพาหนะในการเดินทางระหว่างการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษ จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ และพบว่าอายุ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ประหยัดพลังงานและความยินยอมของนักท่องเที่ยวในการที่จะจ่ายเงินเพิ่มหากสถานประกอบการมีการดำเนินการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวมีความตระหนักรู้ถึงผลของการท่องเที่ยวที่มีต่อธรรมชาติ ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะมีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุน้อย (ธีระ สนิตเดชารักษ์, 2564) ซึ่งสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาเรื่องมูลค่าความเต็มใจจะจ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เพื่อวิเคราะห์ความเต็มใจจะจ่ายค่าธรรมเนียมการเข้าชมของนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการสนับสนุนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ผลการศึกษาลงพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากจะยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเพื่อสนับสนุนนโยบายการจัดการจัดการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า (สุนิดา พิริยะภาดา และอุดมศักดิ์ ศิลประชาวศ์, 2561)

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงกำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 6 ดังนี้

H6 : ระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวแล้วแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องเรื่องปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ (Inductive Research) โดยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology Research) คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีทั้งหมด 2 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนแรกดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และขั้นตอนที่สองดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดแนวทาง ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 25 คน เหตุเพราะจำนวนนี้ จะมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด และไม่ควรมีมากเกินไป เพราะอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการติดตามคำตอบ และอาจได้บุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญในประเด็นเรื่องที่ได้ศึกษา ซึ่งสามารถคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ ดังนี้

โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่

1.1 ผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐ จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ ผู้แทนจากกรมการท่องเที่ยว ผู้แทนจากท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด ผู้แทนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตราด ผู้แทนจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และผู้แทนจากสำนักงานพื้นที่พิเศษ 3 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 ผู้เชี่ยวชาญจากภาคผู้ประกอบการ จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกาะหมาก ผู้บริหารเกาะหมากรีสอร์ท ผู้บริหารร้านอาหารเกาะหมากซีฟู้ด ผู้จัดการเกาะหมากฟาร์ม ผู้บริหารไนยวาชาเด็นท์เกาะหมาก และผู้เชี่ยวชาญการเกษตร เกาะหมากรีสอร์ท

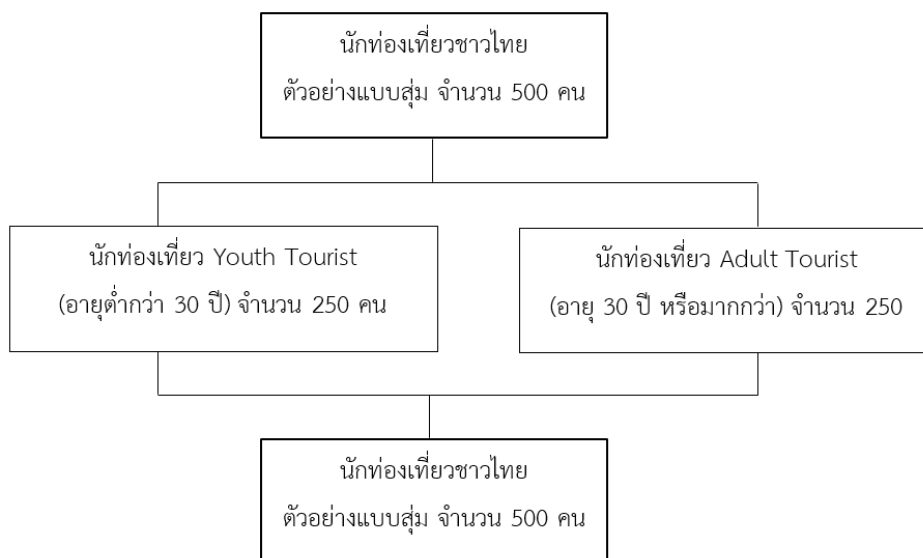
1.3 ผู้เชี่ยวชาญภาควิชาการ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ อาจารย์ด้านท่องเที่ยวจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อาจารย์ด้านท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยพะเยา อาจารย์ด้านท่องเที่ยวจากมหาวิทยาลัยบูรพา อาจารย์ด้านสิ่งแวดล้อมจากมหาวิทยาลัยมหิดล และอาจารย์ด้านสิ่งแวดล้อมจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4 ผู้เชี่ยวชาญภาคชุมชน จำนวน 8 ท่าน ได้แก่ ประธานชุมชนชายฝั่งเกาะหมาก นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก ผู้นำชุมชนจากหมู่ 1 และหมู่ 2 หมู่ละ 3 คน

2) การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะหมากในระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 จำนวน 37,240 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2562)

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ใช้เกณฑ์ของงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์องค์ประกอบ หรือแบบจำลองโครงสร้าง ซึ่งได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมในระดับดีมากไว้จำนวน 500 ตัวอย่าง (ธานินทร์, 2563) การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) ประกอบด้วยขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยตามช่วงอายุ 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) และนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จัดสรรจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มกระจายตามพื้นที่ของเกาะหมาก เพื่อความเหมาะสมในการกระจายของข้อมูล และประชากรในแต่ละหน่วยมีโอกาสเท่า ๆ กันในการถูกสุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 การกำหนดตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 500 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้สามารถแบ่งออกตามลักษณะของวิธีการวิจัยได้เป็น 2 ประเภท คือ เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบและแนวทางการสร้างเครื่องมือมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 รูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการวิจัยด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ผู้วิจัยกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ไว้ทั้งหมด 5 องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านชุมชนคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Community) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพื่อคัดกรองตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้ค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
มาก	มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

โดยถือเกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับความสำคัญของคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญของการประสบความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
คะแนนเฉลี่ย 4.51–5.00	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51–4.50	มีระดับความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51–3.50	มีระดับความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51–2.50	มีระดับความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 –1.50	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาเกาะหมาก จังหวัดตราด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) จำนวน 4 ข้อ

แบบสอบถามการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการหาคุณภาพเครื่องมือตามเกณฑ์ที่กำหนด

3.2.2 แนวทางการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

(1) ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร หลักการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามประกอบการสัมภาษณ์

(2) ผู้วิจัยเตรียมข้อคำถามพร้อมแนวทางคำตอบจำนวน 5 ข้อ เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสาร หลักการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยที่ต้องการศึกษา และบรรลุตตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดองค์ประกอบไว้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) โดยแต่ละองค์ประกอบผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างแนวคำตอบไว้องค์ประกอบละ 5 ข้อ

(3) แนวทางการสร้างแบบสัมภาษณ์ มีประเด็น ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2. ตำแหน่ง หรือหน่วยงาน
3. วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์
4. เวลาเริ่มและจบการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำเกาะหมากจังหวัดตราด ตามแต่ละองค์ประกอบที่กำหนดไว้

(4) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (แบบสัมภาษณ์) เพื่อให้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่มีความตรงและถูกต้อง ผู้วิจัยจึงตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้ตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหาให้มีข้อคำถามที่ครอบคลุมครบถ้วน และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จำนวน 5 ท่าน

การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือค่า IOC ในแต่ละข้อคำถามมีตัวเลือก 3 กรณี คือ ถ้าข้อคำถามนั้น ๆ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยอยู่ในระดับใช้ได้ กำหนดค่าเป็น 1 ถ้าอยู่ในระดับไม่แน่ใจ กำหนดค่าเป็น 0 และถ้าอยู่ในระดับใช้ไม่ได้ กำหนดค่าเป็น -1 หลักจากนั้นนำค่าที่ได้ในแต่ละรายข้อแทนค่าลงในสูตร ดังนี้

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

โดย ΣR = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

ถ้า $IOC > 0.50$ ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ถ้า $IOC \leq 0.50$ ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) ผู้วิจัยได้นำค่าดังกล่าวพร้อมแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ มาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60–1.00

2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัยตามลำดับขั้นตอน 8 ขั้นตอนดังนี้

(1) ผู้วิจัยศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยและสร้างกรอบแนวความคิดของการวิจัย

(2) ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร หลักการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จำนวน 25 ท่าน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม

(3) กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

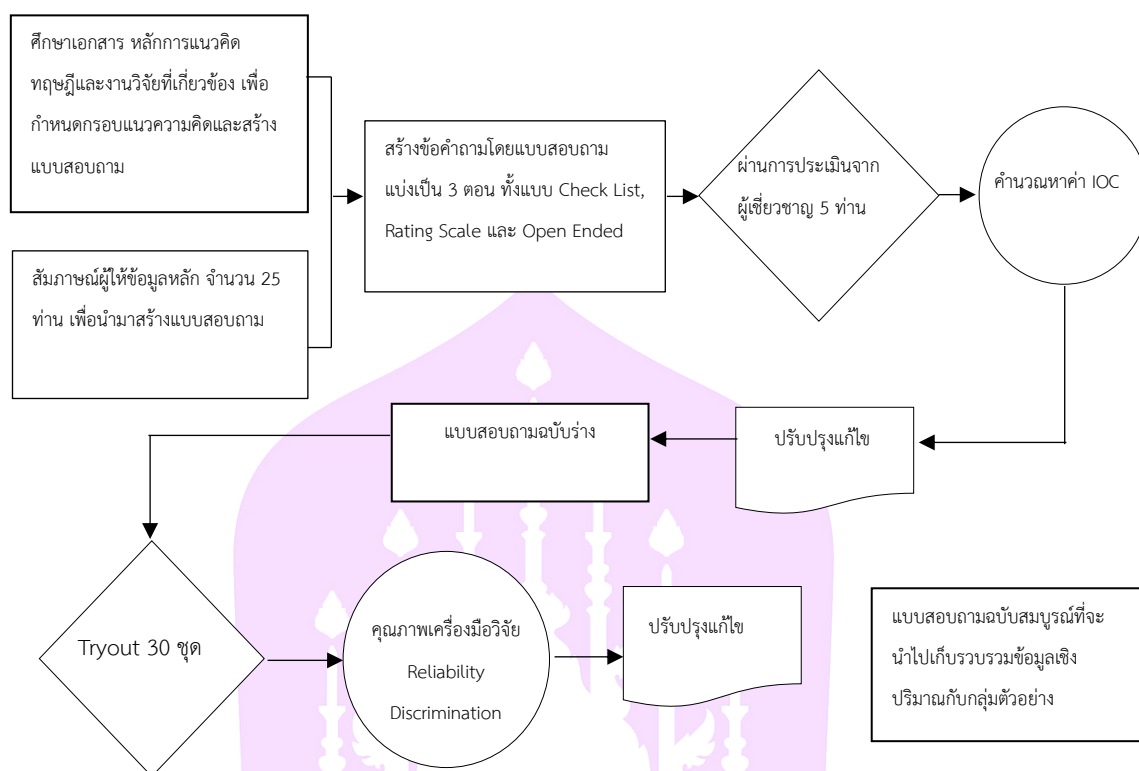
(4) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามสำหรับร่าง

(5) นำแบบสอบถามฉบับร่างพร้อมแบบประเมินส่งให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้ และประสบการณ์ตรงกับหัวข้อการวิจัย จำนวน 5 ท่าน เพื่อทำการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามด้วยวิธีการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) ผู้วิจัยได้นำค่าดังกล่าวพร้อมแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60–1.00

(6) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผ่านการแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยแล้ว มาดำเนินการทดสอบ (Tryout) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรของงานวิจัยนี้ จำนวน 30 ชุด ซึ่งเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการยอมรับในการดำเนินการทดลอง

(7) ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบแบบสอบถามฉบับร่างที่เก็บรวบรวมได้ มาทำการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) โดยส่วนของข้อคำถามแบบเลือกตอบใช้วิธีวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และในส่วนข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Corrected Item-Total Correlation) สำหรับการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับเฉพาะในส่วนของข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (ธานินทร์, 2563) จากโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS : Statistical Package for the Social Science for Windows) ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ ส่วนข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ด้วยการวิเคราะห์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.75–1.14 และข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าด้วยการวิเคราะห์ค่า Corrected Item-Total Correlation ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.38–0.63 ส่วนการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่า 0.95

(8) ผู้วิจัยทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง แนวทางการสร้างเครื่องมือการวิจัยครั้งนี้ แสดงได้ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แนวทางการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

(1) ขออนุญาตจากวิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยพะเยาในการขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์

(2) เตรียมแบบสัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้ในการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

(3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ตามที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น

(4) นำผลการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความสมบูรณ์ ถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูล และจำแนกออกเป็นประเด็นสำคัญ

(5) นำผลการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ร่วมกับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทั้งหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนเป็นสำคัญ โดยจัดข้อมูลที่

มีลักษณะร่วมหรือที่มีความหมายเหมือนกันไว้ด้วยกัน จากนั้นให้ความหมายหรือจำแนกชื่อแก่กลุ่มข้อมูลนั้น ๆ

(6) นำกลุ่มคำ ข้อความหรือประโยคที่ได้มาตีความหรือให้ความหมาย ในกรณีที่ข้อมูลมีความไม่ชัดเจนจะบันทึกแยกเป็นข้อสังเกตไว้ต่างหาก เพื่อสะสมข้อมูลนั้นไว้ เพื่อนำกลับมาใช้ร่วมในการวิเคราะห์เมื่อได้ข้อมูลมากพอ

(7) เขียนบรรยายความหมายตามลักษณะของข้อมูลที่ปรากฏ แล้วนำมาเรียบเรียงเป็นข้อความที่มีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า เพื่อนำไปใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

(1) จัดทำแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

(2) ขออนุญาตจากวิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยพะเยาในการขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

(3) ดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวหรือมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจและให้กรอกแบบสอบถาม นอกจากการเก็บข้อมูลในรูปแบบเอกสารที่ดำเนินการภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังมีการขยายการเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ โดยเผยแพร่แบบสอบถามในรูปแบบฟอร์มออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของเกาะหมาก และการเผยแพร่ลิงก์แบบสอบถามผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เพจประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกาะหมาก เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้อง ทั้งที่อยู่ในพื้นที่และผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว การเก็บข้อมูลทั้งสองรูปแบบนี้มีเป้าหมายเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและสะท้อนมุมมองของนักท่องเที่ยวอย่างครอบคลุม อันจะช่วยเสริมความน่าเชื่อถือของข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

(4) นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา พร้อมทั้งแยกฉบับที่ไม่สมบูรณ์ออก นำข้อมูลที่ตรวจสอบถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตัวเลข (Code) บันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สรุป

ออกมาเป็นแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามรายองค์ประกอบ

2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยเทคนิคการสำรวจ (Survey Research) การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติอ้างอิง (Inference Statistics) และสถิติเชิงพหุ (Multivariate Statistics) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS (Statistical Package for the Social Science) และโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS AMOS (Analysis of Moment Structures for Research) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับข้อความที่มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปเป็นค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อความที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) และสำหรับข้อความปลายเปิดใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปเป็นค่าความถี่

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติด้วยสถิติอ้างอิง (Inference Statistics) ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายคู่ของแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำด้วย Bivariate Correlation โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, 0.01 และ 0.05 สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ด้วยค่า Pearson Chi-square กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทดสอบความแตกต่างระดับความสำคัญขององค์ประกอบแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ จำแนกตามประเภทของช่วงอายุนักท่องเที่ยว ระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) จำนวน 250 ราย และนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) จำนวน 250 ราย ทั้ง 2 กลุ่มมีความเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample Test) ด้วยการทดสอบค่าที (T-Test) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เป็นวิธีการยืนยันความถูกต้องของการวิเคราะห์องค์ประกอบที่พยายามจะจัดกลุ่มตัวแปรโดยนำตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์กันสูง ๆ มาอยู่รวมในกลุ่มเดียวกัน หรือ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการยืนยันความถูกต้องของการจัดกลุ่มตัวแปรเชิงสังเกตกับตัวแปรแฝงในแต่ละตัว การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis) ของปัจจัยพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาเกาะหมาก จังหวัดตราด ใช้สถิติเชิงพหุ (Multivariate Statistic) วิเคราะห์เชิงลึกในการนำองค์ประกอบเชิงยืนยันมายืนยันซ้ำอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งเป็นการยืนยันความถูกต้องของตัวแปรแฝงในแต่ละตัวว่ามีความเหมาะสมกับงานวิจัย ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล

ทางสถิติขั้นสูง AMOS เพื่อทราบข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งการแปลผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งแบบจำลองต้องผ่านการปรับแต่งค่าองค์ประกอบ หรือตัวแปรแฝง (Latent Variable Adjustment) ในทุกตัวของงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ โดยทำการประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองจนแต่ละองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์ทุกตัว การปรับแต่งค่าตัวแปรแฝง (Latent Variable) ให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์นั้น จะพิจารณาดำเนินการปรับจากตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) ซึ่งเป็นตัวแปรจากข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บข้อมูลจริง

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแบบจำลองพิจารณาจากค่าดัชนีปรับโมเดล (Modification Indices: MI) ตามคำแนะนำของ Arbuckle (2016) โดยการพิจารณาค่าของผลที่ได้จากโปรแกรมร่วมกับหลักวิชาการทางทฤษฎีเพื่อตัดตัวแปรเชิงสังเกตบางตัวที่มีความไม่เหมาะสมออกไปทีละตัวแปร แล้วทำการประมวลผลการวิเคราะห์แบบจำลองใหม่อีกครั้ง จนได้แบบจำลองสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์ ซึ่งเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินการพัฒนาแบบจำลอง ซึ่ง Arbuckle (2016) ได้เสนอแนะเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองที่ต้องนำมาใช้ในการพิจารณาไว้ 4 ค่า ซึ่งเป็นที่ยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลาย แสดงในตารางที่ 4 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง

การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง (Evaluation of the Data-Model Fit)	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา (Criteria)	แหล่งอ้างอิง (Reference)
1. CMIN-p (ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์)	มีค่า > 0.05	Arbuckle (2016, p.53)
2. CMIN/DF (ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์)	มีค่า < 2.00	Arbuckle (2016, p.601)
3. GFI (ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง)	มีค่า > 0.90	Arbuckle (2016, p.614)
4. RMSEA (ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน)	มีค่า < 0.08	Arbuckle (2016, p.614)

จากตารางที่ 4 เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองที่ได้พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการวิเคราะห์แบบจำลองมีเกณฑ์ค่าดัชนีสำหรับการพิจารณาความสอดคล้องของแบบจำลอง 4 ค่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-square Probability Level: CMIN-p) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ค่าดัชนีความสอดคล้องนี้เมื่อมีค่าไคสแควร์เป็น 0 จะดีมากที่สุด กล่าวคือถ้าค่าไคสแควร์มีค่าต่ำมาก และมีค่าเข้าใกล้ 0 มากเท่าใด แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น ในทางตรงกันค่าไคสแควร์ให้ค่าสูงมากแสดงว่าฟังก์ชันความสอดคล้องนี้มีค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าแบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นการพิจารณาค่าไคสแควร์เพื่อทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนนั้น พิจารณาจากค่าไคสแควร์ที่มีค่าต่ำ ๆ โดยยึดเกณฑ์การพิจารณาจากค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (CMIN-p) จะต้องมีความ $p > 0.05$ จึงจะถือว่าแบบจำลองต้นแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และแสดงว่าผลการทดสอบออกมาว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 (สมมติฐานหลัก) แปลความได้ว่าแบบจำลองต้นแบบกับแบบจำลองที่ได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่าแบบจำลองต้นแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

(2) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: CMIN/DF) วิเคราะห์จากอัตราส่วนของค่าไคสแควร์ต่อค่าขั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) โดยค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) จะต้องมีความน้อยกว่า 2 โดยที่ยังค่าไคสแควร์สัมพัทธ์มีค่าเข้าใกล้ 0 มากเท่าใด แสดงว่าแบบจำลองนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้นเท่านั้น การนำค่าไคสแควร์สัมพัทธ์มาพิจารณาความสอดคล้องร่วมกับค่าไคสแควร์นั้นมีสาเหตุสำคัญ คือ ในเชิงปฏิบัติการนั้นการใช้ค่าไคสแควร์ในการทดสอบความสอดคล้องมักพบว่า ค่าไคสแควร์แปรผันโดยตรงกับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่เท่าใด ค่าไคสแควร์จะสูงขึ้นเท่านั้น หรือมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธสมมติฐานสูงขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการใช้ค่าไคสแควร์เป็นเกณฑ์ประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองเพียงอย่างเดียว จึงทำให้การประเมินยังไม่สมบูรณ์เพียงพอ

(3) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GIF) เป็นอัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชันความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GIF) จะต้องมีความมากกว่า 0.09 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การพิจารณา และหากค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องมีค่าเข้าใกล้ 1 มากเท่าใด ความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์จะมากขึ้นเท่านั้น

(4) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประเมินค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าดัชนีที่ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่า ฟังก์ชันความสอดคล้องมีค่าไม่เป็น 0 แต่นำค่าองศาอิสระมาปรับแก้ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$RMSEA = \sqrt{F_0/df}$$

เมื่อ F_0 คือ Population Discrepancy Function Value หรือค่าฟังก์ชันความสอดคล้อง เมื่อแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ F_0 จะมีค่าเป็น 0 เช่นเดียวกับ RMSEA ก็จะมีค่าเท่ากับ 0 เช่นกัน กล่าวคือถ้าค่าดัชนี RMSEA ยิ่งเข้าใกล้ 0 มากเท่าใด เนื่องจากค่าความคลาดเคลื่อนยิ่งน้อยลง แสดงว่าความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์จะมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นจึงกำหนดเกณฑ์การพิจารณาให้ค่าดัชนี RMSEA จะต้องมีความต่ำกว่า 0.08 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์การพิจารณา



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไปนี้เป็น การนำเสนอผลการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และเพื่อยืนยันองค์ประกอบของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในการรายงานผลการวิจัยและอภิปรายผลการศึกษาครั้งนี้ “ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด” จะเรียกว่า “องค์ประกอบ” ตามหลักวิชาการทางสถิติ โดยผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยตามลำดับ 13 ข้อ ดังนี้

- 4.1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยว
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เกาะหมาก จังหวัดตราด
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว
- 4.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญขององค์ประกอบจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว
- 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระดับความสำคัญขององค์ประกอบโดยภาพรวมจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว
- 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด
- 4.9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุงตัวแบบ
- 4.10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ

4.11 ผลการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุงตัวแบบและหลังการปรับปรุงตัวแบบ

4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด

4.13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายคู่หลังการปรับปรุงตัวแบบ

4.1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 25 คน ซึ่งมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการศึกษากรณีตัวอย่างของเกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลจากข้อคำถามที่ออกแบบขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อสะท้อนปัจจัยและกระบวนการสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่เกาะหมาก

เนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกนำมาวิเคราะห์อย่างละเอียด เพื่อสกัดตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variables) ที่สะท้อนลักษณะของการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาคุณภาพของประสบการณ์นักท่องเที่ยว กระบวนการวิเคราะห์เชิงเนื้อหานี้มุ่งเน้นการเชื่อมโยงแนวคิดจากผู้ให้ข้อมูลเข้ากับกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญพบว่า องค์ประกอบมีประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ดังภาพที่ 5 ซึ่งแสดงองค์ประกอบ และตารางที่ 3 แสดงปัจจัยความเชื่อมโยงของสภาพแวดล้อมปัจจัยความสำเร็จ แนวทางการจัดการและแนวคิดทฤษฎีประกอบ นำมาสู่องค์ประกอบของงานวิจัยครั้งนี้ ปรากฏผลดังข้อที่ 4.1.1–4.1.5

4.1.1 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

- 1) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวพื้นที่
- 4) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
- 5) การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร
- 6) กำนามาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟ เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5
- 7) การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก
- 8) การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว
- 9) การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว
- 10) การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 11) การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น
- 12) การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล
- 13) การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด
- 14) การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ
- 15) การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ
- 16) การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว
- 17) การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐและชุมชน
- 18) การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว
- 19) การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะ

- 20) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

4.1.2 ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

- 1) การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง
- 2) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น
- 3) การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่
- 4) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 5) การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก
- 6) การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม
- 7) การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก
- 8) การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่
- 9) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 10) การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว
- 11) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว
- 12) การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว
- 13) การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้แก่นักท่องเที่ยว
- 14) การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น
- 15) การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว

- 16) การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว
- 17) การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น
- 18) การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน
- 19) การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน
- 20) การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ

4.1.3 ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

- 1) การมีการใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก
- 2) การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว
- 3) การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก
- 4) การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว
- 5) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก
- 6) การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง
- 7) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- 8) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 9) การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว
- 10) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก
- 11) การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม

- 12) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ
- 13) การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- 14) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ
- 15) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว
- 16) การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- 17) การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว
- 18) การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน
- 19) การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก
- 20) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

4.1.4 ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)

- 1) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- 2) การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน
- 3) การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 4) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 5) การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ
- 6) การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก
- 7) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 8) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว

- 9) การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว
- 10) การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม
- 11) การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น
- 12) การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 13) การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 14) การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้
- 15) การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว
- 16) การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านการบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี
- 17) การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว
- 18) การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 19) การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน
- 20) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่

4.1.5 ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

- 1) การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
- 2) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- 3) การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- 5) การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
- 6) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว
- 7) การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- 8) การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น
- 9) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน
- 10) การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 11) ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่
- 12) การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 13) การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 14) การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 15) การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 16) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม
- 17) การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว
- 18) การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน
- 19) การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 20) การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด ปรากฏผลดังข้อที่ 4.2.1–4.2.4

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกาะหมาก จังหวัดตราด ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	239	47.80
1.2 หญิง	254	50.80
1.3 ไม่ต้องการระบุ	7	1.40
2. อายุ		
2.1 19 – 30 ปี	250	50.00
2.2 31 ปีขึ้นไป	250	50.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	53	10.60
3.2ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	388	77.60
3.3 สูงกว่าระดับปริญญาตรี	59	11.80
4. อาชีพ		
4.1 นักเรียน/นักศึกษา	93	18.60
4.2 พนักงานบริษัทเอกชน	225	45.00
4.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	88	17.60
4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	73	14.60
4.5 อื่น ๆ	21	4.20

ตารางที่ 6 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 15,000 บาท หรือต่ำกว่า	120	24.00
5.2 15,001-30,000 บาท	186	37.20
5.3 30,001 บาทขึ้นไป	194	38.80
6. ภูมิลำเนา		
6.1 กรุงเทพฯ และปริมณฑล	264	56.80
6.2 ภาคตะวันออก	57	11.40
6.3 ภาคอื่น ๆ	159	31.80
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 6 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนเกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.80) ใกล้เคียงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย (ร้อยละ 47.80) ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวในการศึกษานี้กำหนดเป็นช่วงอายุ 19 – 30 ปี และ มากกว่า 31 ปี ในสัดส่วนที่เท่า (ร้อยละ 50) ระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 77.60) รองลงมา คือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 11.80) อาชีพหลัก ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 45.00) รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 18.60) สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีช่วงรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 38.80) รองลงมา คือ 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 37.20) ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ภูมิลำเนากรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 56.80) รองลงมา คือ ภาคอื่น ๆ (ร้อยละ 31.80) และภาคตะวันออกเป็นลำดับสุดท้าย (ร้อยละ 11.40)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกาะหมาก จังหวัดตราด ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด ปรากฏผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด		
1.1 เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน	364	72.80
1.2 เพื่อหาประสบการณ์ความรู้	52	10.4
1.3 เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ	67	13.40
1.4 เพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม	17	3.40
2. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด		
2.1 วันธรรมดา	69	13.80
2.2 วันเสาร์-อาทิตย์	241	48.20
2.3 วันหยุดนักขัตฤกษ์	190	38.00
3. ประเภทของยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว (จังหวัดตราด)		
3.1 รถโดยสารประจำทาง	94	18.80
3.2 รถยนต์ส่วนตัว	269	53.80
3.3 รถจักรยานยนต์	7	1.40
3.4 รถเช่า/จ้างเหมา	114	22.80
3.5 เครื่องบิน	16	3.20
4. ประเภทของที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ		
4.1 โรงแรม	217	43.40
4.2 รีสอร์ท	239	47.80
4.3 เกสต์เฮ้าส์ (Guest house)	11	2.20
4.4 บังกะโล	24	4.80
4.5 โฮมสเตย์ (Homestay)	9	1.80
รวม		

ตารางที่ 7 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด		
5.1 ชายหาดอ่าวไผ่	33	6.60
5.2 ชายหาดอ่าวลอม	22	4.40
5.3 ชายหาดอ่าวกระตัง	51	10.20
5.4 ชายหาดอ่าวตาล	36	7.20
5.5 ชายหาดอ่าวพระ	34	6.80
5.6 ชายหาดอ่าวสวนใหญ่	22	4.40
5.7 เกาะกระดาด	147	29.40
5.8 เกาะขาม	110	22.00
5.9 แหลมสน	30	6.00
5.10 แหลมตุ๊กตา	15	3.00
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด		
6.1 ดำน้ำดูปะการัง	158	31.60
6.2 ปั่นจักรยานรอบเกาะ	70	14.00
6.3 พายเรือคายัค	64	12.80
6.4 เดินเล่นชายหาด	115	23.00
6.5 สัมผัสจุดชมวิว	93	18.60
7. ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด		
7.1 2-3 วัน	328	65.60
7.2 4-5 วัน	148	29.60
7.3 5 วันขึ้นไป	24	4.80
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ของนักท่องเที่ยว		
8.1 3,000 บาท หรือต่ำกว่า	95	19.00
8.2 3,001 – 10,000 บาท	391	78.20
8.3 มากกว่า 10,000 บาท	14	2.80
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 7 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน (ร้อยละ 72.80) เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ (ร้อยละ 13.40) และเพื่อหาประสบการณ์ความรู้ (ร้อยละ 10.40) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 48.20) และช่วงเวลาวันหยุดนักขัตฤกษ์ (ร้อยละ 38.0) รองลงมาคือวันธรรมดา (ร้อยละ 13.80) การเดินทางท่องเที่ยวจากที่พักมายังจังหวัดตราดของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 53.80) รองลงมา คือ เดินทางมาโดยรถเช่าหรือรถจ้างเหมา (ร้อยละ 22.80) และรถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 18.80) มีบางส่วนที่เดินทางโดยเครื่องบินและรถจักรยานยนต์ (ร้อยละ 3.2 และร้อยละ 1.4 ตามลำดับ) ที่พักในพื้นที่เกาะหมากที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นที่พักเป็นรีสอร์ตและโรงแรม (ร้อยละ 47.80 และร้อยละ 43.40 ตามลำดับ) รองลงมา คือ บังกะโล เกสต์เฮาส์ และโฮมสเตย์ (ร้อยละ 4.80 ร้อยละ 2.20 และร้อยละ 1.80 ตามลำดับ) สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมากที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ ส่วนใหญ่ชื่นชอบเกาะกระดาด (ร้อยละ 29.4) รองลงมา คือ เกาะขาม (ร้อยละ 22.00) ชายหาดที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด คือ ชายหาดอ่าวกระตัง (ร้อยละ 10.20) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ส่วนใหญ่ ชื่นชอบการดำน้ำดูปะการัง (ร้อยละ 31.60) รองลงมา คือ เดินเล่นชายหาด (ร้อยละ 23.00) สำนวญจุดชมวิว (ร้อยละ 18.60) ปั่นจักรยานรอบเกาะ (ร้อยละ 14.00) และพายเรือเรือคายัค (ร้อยละ 12.80) ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ อยู่ที่ 2-3 วัน (ร้อยละ 65.60) รองลงมา อยู่ที่ 4-5 วันต่อรอบการเดินทางท่องเที่ยว (ร้อยละ 29.60) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยโดยรวมต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3,001-10,000 บาท (ร้อยละ 78.20) รองลงมา คือ 3,000 บาทหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 19.00)

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เกาะหมาก จังหวัดตราด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปีหรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน	176	70.40	180	72.00	0.196
2. เพื่อหาประสบการณ์ความรู้	31	12.40	30	12.00	
3. เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ	37	14.80	31	12.40	
4. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม	4	1.60	9	3.6	
รวม	250	100.00	250	100.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ค่า P-Value = 0.196 พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง มาท่องเที่ยวที่เกาะหมากจังหวัดตราด ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปรากฏผลแบบภาพรวม ดังตารางที่ 7 หน้า 193-197

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. วันธรรมดา	34	13.60	35	14.00	0.509
2. วันเสาร์-อาทิตย์	124	49.60	117	46.80	
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	92	36.80	98	39.20	
รวม	250	100.00	250	100.00	

จากตารางที่ 9 ค่า P-Value = 0.509 พบว่า ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปรากฏผลแบบภาพรวม ดังตารางที่ 7 หน้า 193-197

4.3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายัง จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. รถโดยสารประจำทาง	60	24.00	34	13.60	< 0.001*
2. รถยนต์ส่วนตัว	150	60.00	126	50.40	
3. รถเช่า/จ้างเหมา	33	13.20	81	32.40	
4. เครื่องบิน	7	2.80	9	3.60	
รวม	250	100.00	250	100.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ ยานพาหนะส่วนบุคคล คือการรวมรถยนต์ส่วนตัวกับรถจักรยานยนต์

จากตารางที่ 10 ค่า P-Value = < 0.001 พบว่า ประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดตราด ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปรากฏผลดังนี้

นักท่องเที่ยวช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี พบว่า ประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดตราด มากที่สุด คือ ยานพาหนะส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา ได้แก่ รถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 24.00 รถเช่า/จ้างเหมา คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวช่วงอายุ 30 ปีหรือมากกว่า พบว่า ประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายัง จังหวัดตราด มากที่สุด คือ ยานพาหนะส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมา ได้แก่ รถเช่า/จ้าง เหมมา คิดเป็นร้อยละ 32.40 รถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 13.60 และเครื่องบินคิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

4.3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการระหว่าง

ท่องเที่ยวในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการระหว่างท่องเที่ยวในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการระหว่างท่องเที่ยว ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการ ระหว่างท่องเที่ยวในเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. โรงแรม	106	42.40	111	44.40	0.082
2. รีสอร์ท	117	46.80	122	48.80	
3. เกสต์เฮ้าส์ (Guest house)	7	2.80	5	2.00	
4. บังกะโล	9	3.60	5	2.00	
5. โฮมสเตย์ (Homestay)	11	4.40	7	2.80	
รวม	250	100.00	250	100.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ค่า P-Value = 0.082 พบว่า ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการระหว่างท่องเที่ยว ในเกาะหมาก จังหวัดตราด ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปรากฏผลแบบภาพรวม ดังตารางที่ 7 หน้า 193-197

4.3.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด
ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่
นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ชื่นชอบที่สุดในเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ชายหาดอ่าวไผ่	20	8.00	13	5.20	0.003*
2. ชายหาดอ่าวลอม	16	6.40	13	5.20	
3. ชายหาดอ่าวกระทิง	35	14.00	16	6.40	
4. ชายหาดอ่าวตาล	13	5.20	23	9.20	
5. ชายหาดอ่าวพระ	18	7.20	16	6.40	
6. ชายหาดอ่าวสวนใหญ่	7	2.80	15	6.00	
7. เกาะกระดาด	80	32.00	67	26.80	
8. เกาะขาม	47	18.80	63	25.20	
9. แหลมสน	10	4.00	20	8.00	
10. แหลมตุ๊กตา	4	1.60	11	4.40	
รวม	250	100.00	250	100.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ค่า P-Value = 0.003 พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด
ในเกาะหมาก จังหวัดตราด ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 โดยปรากฏผลดังนี้

นักท่องเที่ยวช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบที่สุดใน
เกาะหมาก จังหวัดตราด มากที่สุด คือ เกาะกระดาด คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา ได้แก่ เกาะขาม
คิดเป็นร้อยละ 18.80 ชายหาดอ่าวกระทิง คิดเป็นร้อยละ 14.00 ชายหาดอ่าวไผ่ คิดเป็นร้อยละ 8.00
ชายหาดอ่าวพระ คิดเป็นร้อยละ 7.20 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวช่วงอายุ 30 ปีหรือมากกว่า พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด มากที่สุด คือ เกาะกระดาด คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมา ได้แก่ เกาะขาม คิดเป็นร้อยละ 25.20 ชายหาดตาล คิดเป็นร้อยละ 9.20 แหลมสน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ชายหาดอ่าวกระทิงและชายหาดอ่าวพระ คิดเป็นร้อยละ 7.20 ตามลำดับ

4.3.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ดำนํ้าดูปะการัง	86	34.40	72	28.80	0.099
2. ปั่นจักรยานรอบเกาะ	53	21.20	21	8.40	
3. พายเรือคายัค	34	13.60	30	12.00	
4. เดินเล่นชายหาด	44	17.60	72	28.80	
5. สํารวจจุดชมวิว	33	13.20	55	22.00	
รวม	250	100.00	250	100.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 ค่า P-value = 0.099 พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด ในเกาะหมาก จังหวัดตราด ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปรากฏผลแบบภาพรวม ดังตารางที่ 7 หน้า 193-197

4.3.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่ เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ของระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม ท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. 2-3 วัน	169	67.60	159	63.60	0.662
2. 4-5 วัน	66	26.40	82	32.80	
3. 5 วันขึ้นไป	15	6.00	9	3.60	
รวม	250	100.00	250	100.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 ค่า P-Value = 0.662 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปรากฏผลแบบภาพรวม ดังตารางที่ 7 หน้า 193-197

4.3.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของ นักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของ นักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 จำนวน ค่าร้อยละ และค่าโคสแควร์ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของ นักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัด ตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)		นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		P-Value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. 3,000 บาท หรือต่ำกว่า	72	28.80	21	8.40	0.001*
2. 3,001 – 10,000 บาท	171	68.40	220	88.00	
3. มากกว่า 10,000 บาท	7	2.80	9	3.60	
รวม	250	100.00	250	100.00	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 ค่า P-Value = 0.001 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปรากฏผลดังนี้

นักท่องเที่ยวช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี พบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด มากที่สุด คือ ช่วง 3,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.40 รองลงมา ได้แก่ 3,000 บาท หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 28.80 และ มากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวช่วงอายุ 30 ปีหรือมากกว่า พบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด มากที่สุด คือ ช่วง 3,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมา ได้แก่ 3,000 บาท หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 8.40 และ มากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แปลความว่า มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แปลความว่า มีระดับความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แปลความว่า มีระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แปลความว่า มีระดับความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แปลความว่า มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ปรากฏผลดังข้อที่ 4.4.1–4.4.5

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม ผลดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก โดยภาพรวม

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ระดับความสำคัญขององค์ประกอบโดยภาพรวม	4.66	0.21	มากที่สุด
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	4.65	0.24	มากที่สุด
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)	4.64	0.23	มากที่สุด
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)	4.66	0.24	มากที่สุด
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)	4.68	0.25	มากที่สุด
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)	4.66	0.26	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 (S.D. = 0.21) สำหรับปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายด้านเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 (S.D. = 0.25) 2) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 (S.D. = 0.24) 3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 (S.D. = 0.26) 4) องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (S.D. = 0.24) และ 5) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (S.D. = 0.23) ตามลำดับ

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ปรากฏผลดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	4.65	0.24	มากที่สุด
1.1 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.73	0.45	มากที่สุด
1.2 การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.75	0.44	มากที่สุด

ตารางที่ 17 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1.3 การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวพื้นที่	4.67	0.48	มากที่สุด
1.4 การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.63	0.48	มากที่สุด
1.5 การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร	4.73	0.44	มากที่สุด
1.6 การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟเครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5	4.59	0.52	มากที่สุด
1.7 การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	4.76	0.43	มากที่สุด
1.8 การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว	4.73	0.42	มากที่สุด
1.9 การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว	4.57	0.58	มากที่สุด
1.10 การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.52	0.50	มากที่สุด
1.11 การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น	4.54	0.53	มากที่สุด
1.12 การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล	4.72	0.45	มากที่สุด
1.13 การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด	4.79	0.41	มากที่สุด
1.14 การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสสมดุลของระบบนิเวศ	4.54	0.51	มากที่สุด

ตารางที่ 17 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1.15 การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ	4.53	0.55	มากที่สุด
1.16 การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว	4.73	0.47	มากที่สุด
1.17 การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐและชุมชน	4.64	0.49	มากที่สุด
1.18 การณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว	4.62	0.48	มากที่สุด
1.19 การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากรถจักรยานยนต์ในพื้นที่เกาะหมาก	4.61	0.49	มากที่สุด
1.20 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	4.62	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวมองค์ประกอบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.79-4.52 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ในส่วนองค์ประกอบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมดจำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด ($\bar{x}$ = 4.79) 2) การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก ($\bar{x}$ = 4.76) 3) การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.75) 4) การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้ง

สถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.42) 5) การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.44) 6) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.45) 7) การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.45) 8) การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.47) 9) การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล ($\bar{X}$ = 4.72) 10) การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.67) 11) การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐและชุมชน ($\bar{X}$ = 4.64) 12) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 4.63) 13) การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.48) 14) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.50) 15) การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.61) 16) การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟ เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 ($\bar{X}$ = 4.59) 17) การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.57) 18) การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.51) 19) การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.53) และ 20) การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.52) ตามลำดับ

ส่วนระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ปรากฏผลดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)	4.64	0.23	มากที่สุด
2.1 การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	4.57	0.51	มากที่สุด
2.2 การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น	4.66	0.48	มากที่สุด
2.3 การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่	4.71	0.45	มากที่สุด
2.4 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.63	0.49	มากที่สุด
2.5 การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	4.70	0.46	มากที่สุด
2.6 การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม	4.51	0.52	มากที่สุด
2.7 การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	4.56	0.50	มากที่สุด
2.8 การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่	4.75	0.43	มากที่สุด

ตารางที่ 18 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2.8 การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่	4.75	0.43	มากที่สุด
2.9 การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.67	0.47	มากที่สุด
2.10 การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.72	0.45	มากที่สุด
2.11 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว	4.46	0.50	มาก
2.12 การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว	4.60	0.49	มากที่สุด
2.13 การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้แก่นักท่องเที่ยว	4.59	0.50	มากที่สุด
2.14 การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	4.69	0.47	มากที่สุด
2.15 การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่	4.73	0.46	มากที่สุด
2.16 การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว	4.63	0.48	มากที่สุด
2.17 การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น	4.62	0.49	มากที่สุด
2.18 การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยว	4.70	0.45	มากที่สุด
2.19 การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน	4.72	0.46	มากที่สุด
2.20 การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ	4.65	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวมองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.75–4.46 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 19 ข้อ ได้แก่ 1) การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.75) 2) การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.73) 3) การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) 4) การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.46) 5) การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.71) 6) การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45) 7) การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.46) 8) การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.69) 9) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.67) 10) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.66) 11) การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ($\bar{X}$ = 4.65) 12) การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.48) 13) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.49) 14) การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.62) 15) การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.60) 16) การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.59) 17) การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง ($\bar{X}$ = 4.57) 18) การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อ

สิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.56) และ 19) การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ($\bar{X}$ = 4.51) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ คือ 1) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.46)

ส่วนระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ปรากฏผลดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)	4.67	0.24	มากที่สุด
3.1 การใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	4.68	0.47	มากที่สุด
3.2 การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว	4.64	0.48	มากที่สุด

ตารางที่ 19 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3.3 การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	4.68	0.48	มากที่สุด
3.4 การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว	4.70	0.46	มากที่สุด
3.5 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	4.64	0.49	มากที่สุด
3.6 การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง	4.74	0.45	มากที่สุด
3.7 การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	4.66	0.48	มากที่สุด
3.8 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.67	0.50	มากที่สุด
3.9 การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว	4.65	0.49	มากที่สุด
3.10 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก	4.64	0.47	มากที่สุด
3.11 การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม	4.68	0.50	มากที่สุด
3.12 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ	4.68	0.49	มากที่สุด
3.13 การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	4.60	0.51	มากที่สุด
3.14 การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ	4.63	0.48	มากที่สุด

ตารางที่ 19 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3.15 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว	4.70	0.45	มากที่สุด
3.16 การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	4.65	0.47	มากที่สุด
3.17 การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่	4.67	0.47	มากที่สุด
3.18 การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.65	0.50	มากที่สุด
3.19 การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก	4.65	0.52	มากที่สุด
3.20 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	4.67	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวมองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.74–4.60 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง ($\bar{X}$ = 4.74) 2) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45) 3) การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. =

0.46) 4) การใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.47) 5) การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.48) 6) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.49) 7) การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.50) 8) การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.47) 9) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48) 10) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.50) 11) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.66) 12) การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.47) 13) การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.49) 14) การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.50) 15) การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.52) 16) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียว และการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.47) 17) การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.48) 18) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.49) 19) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.48) และ 20) การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ส่วนระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด

องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ปรากฏผลดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)	4.68	0.25	มากที่สุด
4.1 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.69	0.46	มากที่สุด
4.2 การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน	4.74	0.45	มากที่สุด
4.3 การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.66	0.49	มากที่สุด
4.4 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.70	0.49	มากที่สุด
4.5 การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	4.70	0.46	มากที่สุด
4.6 การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	4.68	0.50	มากที่สุด
4.7 การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.73	0.44	มากที่สุด
4.8 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว	4.67	0.49	มากที่สุด
4.9 การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว	4.58	0.49	มากที่สุด

ตารางที่ 20 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
4.10 การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม	4.60	0.50	มากที่สุด
4.11 การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น	4.70	0.45	มากที่สุด
4.12 การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.66	0.48	มากที่สุด
4.13 การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.67	0.47	มากที่สุด
4.14 การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้	4.72	0.45	มากที่สุด
4.15 การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว	4.73	0.45	มากที่สุด
4.16 การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านการบริการที่เป็นมิตรและการใสใจนักท่องเที่ยวอย่างดี	4.70	0.44	มากที่สุด
4.17 การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว	4.67	0.48	มากที่สุด
4.18 การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.67	0.50	มากที่สุด
4.19 การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน	4.70	0.48	มากที่สุด
4.20 การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่	4.69	0.47	มากที่สุด

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.73–4.58 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ($\bar{X}$ = 4.74) 2) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.44) 3) การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.45) 4) การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ ($\bar{X}$ = 4.72) 5) การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.44) 6) การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45) 7) การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.46) 8) การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.48) 9) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.49) 10) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.46) 11) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.47) 12) การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.50) 13) การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.47) 14) การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.48) 15) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.49) 16) การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.50) 17) การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่

สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.48) 18) การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.49) 19) การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม ($\bar{X}$ = 4.60) และ 20) การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.58)

ส่วนระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ปรากฏผลดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)	4.66	0.26	มากที่สุด
5.1 การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	4.71	0.45	มากที่สุด
5.2 การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	4.66	0.49	มากที่สุด
5.3 การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.66	0.50	มากที่สุด

ตารางที่ 21 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
5.4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.66	0.48	มากที่สุด
5.5 การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่	4.74	0.44	มากที่สุด
5.6 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว	4.66	0.51	มากที่สุด
5.7 การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	4.73	0.45	มากที่สุด
5.8 การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น	4.65	0.49	มากที่สุด
5.9 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน	4.67	0.46	มากที่สุด
5.10 การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4.68	0.47	มากที่สุด
5.11 ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่	4.66	0.47	มากที่สุด
5.12 การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.65	0.50	มากที่สุด
5.13 การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.63	0.48	มากที่สุด
5.14 การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.63	0.49	มากที่สุด
5.15 การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.70	0.46	มากที่สุด
5.16 การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	4.62	0.48	มากที่สุด

ตารางที่ 21 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

องค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
5.17 การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว	4.60	0.50	มากที่สุด
5.18 การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน	4.62	0.49	มากที่สุด
5.19 การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.58	0.49	มากที่สุด
5.20 การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน	4.59	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.74–4.58 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.74) 2) การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.73) 3) การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.71) 4) การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.70) 5) การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ($\bar{X}$ = 4.68) 6) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน ($\bar{X}$ = 4.67) 7) ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตาม

ข้อตกลงร่วมของพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.47) 8) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.48) 9) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.49) 10) การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.50) 11) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.51) 12) การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.49) 13) การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.50) 14) การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.48) 15) การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.49) 16) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.48) 17) การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.49) 18) การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.60) 19) การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน ($\bar{X}$ = 4.59) และ 20) การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.58) ตามลำดับ

ส่วนระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็นภาพรวมและรายด้าน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) รวมทั้งการวิเคราะห์เป็นรายข้อจำนวน 100 ข้อ เมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังข้อที่ 4.5.1-4.5.6

4.5.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ระดับความสำคัญขององค์ประกอบโดยภาพรวม	4.58	0.28	มากที่สุด	4.73	0.05	มากที่สุด
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	4.58	0.31	มากที่สุด	4.72	0.11	มากที่สุด

ตารางที่ 22 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)	4.57	0.29	มากที่สุด	4.71	0.12	มากที่สุด
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)	4.59	0.31	มากที่สุด	4.74	0.11	มากที่สุด
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)	4.62	0.32	มากที่สุด	4.74	0.10	มากที่สุด
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)	4.58	0.32	มากที่สุด	4.73	0.13	มากที่สุด

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

นักท่องเที่ยว Youth Tourist ที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราดโดยภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และเมื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 2) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 3) องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. 0.31) 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความสำคัญอยู่ใน

ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 (S.D. 0.32) และ 5) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยว Adult Tourist ที่มีช่วงอายุอายุ 30 ปี หรือมากกว่า พบว่า ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 และเมื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญเป็นรายด้านพบว่า 1) องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 (S.D. 0.10) 2) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 (S.D. 0.11) 3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 4) องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 และ 5) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ตามลำดับ

4.5.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	4.58	0.31	มากที่สุด	4.72	0.11	มากที่สุด

ตารางที่ 23 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
1.1 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.67	0.47	มากที่สุด	4.78	0.42	มากที่สุด
1.2 การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.69	0.47	มากที่สุด	4.79	0.40	มากที่สุด
1.3 การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวในพื้นที่	4.49	0.52	มาก	4.85	0.36	มากที่สุด
1.4 การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยว	4.58	0.50	มากที่สุด	4.68	0.49	มากที่สุด
1.5 การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร	4.70	0.46	มากที่สุด	4.78	0.41	มากที่สุด
1.6 การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการนักท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟเครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5	4.52	0.50	มากที่สุด	4.66	0.54	มากที่สุด
1.7 การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยว	4.68	0.47	มากที่สุด	4.84	0.37	มากที่สุด

ตารางที่ 23 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
1.8 การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว	4.68	0.46	มากที่สุด	4.83	0.37	มากที่สุด
1.9 การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยว	4.42	0.64	มาก	4.71	0.47	มากที่สุด
1.10 การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.46	0.50	มาก	4.60	0.49	มากที่สุด
1.11 การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปา ท้องถิ่น	4.48	0.51	มาก	4.60	0.52	มากที่สุด
1.12 การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล	4.72	0.45	มากที่สุด	4.73	0.46	มากที่สุด
1.13 การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด	4.74	0.44	มากที่สุด	4.83	0.36	มากที่สุด
1.14 การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลระบบนิเวศ	4.47	0.50	มาก	4.62	0.51	มากที่สุด
1.15 การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ	4.38	0.53	มาก	4.68	0.52	มากที่สุด

ตารางที่ 23 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
1.16 การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว	4.71	0.45	มากที่สุด	4.75	0.44	มากที่สุด
1.17 การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐ ชุมชน	4.56	0.49	มากที่สุด	4.72	0.47	มากที่สุด
1.18 การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว	4.48	0.50	มาก	4.77	0.42	มากที่สุด
1.19 การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยว	4.51	0.50	มากที่สุด	4.71	0.46	มากที่สุด
1.20 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	4.63	0.48	มากที่สุด	4.63	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) โดยภาพรวมด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.74-4.38 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental

Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 13 ข้อ ได้แก่ 1) การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด ($\bar{X}$ = 4.74) 2) การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล ($\bar{X}$ = 4.72) 3) การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.71) 4) การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร ($\bar{X}$ = 4.70) 5) การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.69) 6) การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.46) 7) การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.47) 8) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.67) 9) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.63) 10) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.58) 11) การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐ และชุมชน ($\bar{X}$ = 4.56) 12) การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟ เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 ($\bar{X}$ = 4.52) และ 13) การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.51) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ 1) การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.49) 2) การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.50) 3) การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น ท่อท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.51) 4) การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลระบบนิเวศ ($\bar{X}$ = 4.47) 5) การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.46) 6) การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.42) และ 7) การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ ($\bar{X}$ = 4.38) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental

Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

สำหรับนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) โดยภาพรวมองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.85–4.60 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.85) 2) การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.84) 3) การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.36) 4) การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.37) 5) การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.79) 6) การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร ($\bar{X}$ = 4.78, S.D. = 0.41) 7) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.78, S.D. = 0.42) 8) การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.77) 9) การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.75) 10) การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล ($\bar{X}$ = 4.73) 11) การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐและชุมชน ($\bar{X}$ = 4.72) 12) การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.46) 13) การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.47) 14) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.49) 15) การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.52) 16) การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟ เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 ($\bar{X}$ = 4.66) 17) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.63) 18) การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลระบบนิเวศ ($\bar{X}$ = 4.62) 19) การจัดกิจกรรม

หรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.49) และ 20) การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปา ท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

4.5.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)	4.57	0.29	มากที่สุด	4.71	0.12	มากที่สุด

ตารางที่ 24 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2.1 การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	4.45	0.50	มาก	4.69	0.49	มากที่สุด
2.2 การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น	4.56	0.50	มากที่สุด	4.76	0.45	มากที่สุด
2.3 การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่	4.70	0.46	มากที่สุด	4.72	0.45	มากที่สุด
2.4 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.50	0.50	มากที่สุด	4.75	0.44	มากที่สุด
2.5 การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่	4.68	0.46	มากที่สุด	4.72	0.46	มากที่สุด
2.6 การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์	4.44	0.50	มาก	4.57	0.53	มากที่สุด
2.7 การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	4.52	0.50	มากที่สุด	4.52	0.50	มากที่สุด
2.8 การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่	4.69	0.46	มากที่สุด	4.82	0.39	มากที่สุด

ตารางที่ 24 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2.9 การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.58	0.49	มากที่สุด	4.75	0.43	มากที่สุด
2.10 การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.72	0.44	มากที่สุด	4.72	0.44	มากที่สุด
2.11 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว	4.44	0.49	มาก	4.49	0.50	มาก
2.12 การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว	4.46	0.50	มาก	4.73	0.44	มากที่สุด
2.13 การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว	4.47	0.50	มาก	4.71	0.47	มากที่สุด
2.14 การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	4.62	0.48	มากที่สุด	4.75	0.45	มากที่สุด
2.15 การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่สำหรับเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยว	4.69	0.48	มากที่สุด	4.76	0.42	มากที่สุด

ตารางที่ 24 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2.16 การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว	4.50	0.51	มากที่สุด	4.74	0.43	มากที่สุด
2.17 การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น	4.53	0.50	มากที่สุด	4.70	0.46	มากที่สุด
2.18 การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	4.69	0.45	มากที่สุด	4.71	0.46	มากที่สุด
2.19 การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน	4.70	0.45	มากที่สุด	4.76	0.44	มากที่สุด
2.20 การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ	4.48	0.52	มาก	4.81	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) โดยภาพรวมปรากฏผลดังนี้ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.70–4.44 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 14 ข้อ ได้แก่ 1) การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.72) 2) การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45) 3) การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.46) 4) การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.45) 5) การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.46) 6) การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.48) 7) การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.68) 8) การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.62) 9) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.58) 10) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.56) 11) การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.53) 12) การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.52) 13) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.50) และ 14) การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ 1) การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ($\bar{X}$ = 4.48) 2) การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.47) 3) การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.46) 4) การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง ($\bar{X}$ = 4.45) 5) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็น

เพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = 0.49) และ 7) การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

สำหรับนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.82–4.49 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 19 ข้อ ได้แก่ 1) การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.82) 2) การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ($\bar{X}$ = 4.82) 3) การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.42) 4) การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.44) 5) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.45) 6) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.43) 7) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.44) 8) การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.45) 9) การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.74) 10) การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.73) 11) การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.44) 12) การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) 13) การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.46) 14) การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหา

ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.46) 15) การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.47) 16) การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.70) 17) การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง ($\bar{X}$ = 4.69) 18) การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ($\bar{X}$ = 4.57) และ 19) การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.52) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ คือ 1) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.49)

4.5.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)	4.59	0.31	มากที่สุด	4.74	0.11	มากที่สุด
3.1 การใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	4.67	0.47	มากที่สุด	4.69	0.46	มากที่สุด
3.2 การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว	4.59	0.49	มากที่สุด	4.69	0.47	มากที่สุด
3.3 การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	4.64	0.48	มากที่สุด	4.71	0.49	มากที่สุด
3.4 การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว	4.65	0.48	มากที่สุด	4.77	0.44	มากที่สุด
3.5 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	4.56	0.50	มากที่สุด	4.73	0.45	มากที่สุด
3.6 การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง	4.71	0.45	มากที่สุด	4.76	0.44	มากที่สุด
3.7 การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	4.55	0.50	มากที่สุด	4.75	0.43	มากที่สุด

ตารางที่ 25 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
3.8 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาส ร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.60	0.51	มากที่สุด	4.72	0.44	มากที่สุด
3.9 การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่ง และการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ ท่องเที่ยว	4.54	0.49	มากที่สุด	4.76	0.42	มากที่สุด
3.10 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมใน การเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้ เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก	4.54	0.50	มากที่สุด	4.74	0.43	มากที่สุด
3.11 การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลด ก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำ ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม	4.69	0.46	มากที่สุด	4.67	0.50	มากที่สุด
3.12 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว คาร์บอนต่ำ	4.58	0.53	มากที่สุด	4.79	0.43	มากที่สุด
3.13 การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรม ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	4.47	0.54	มาก	4.74	0.44	มากที่สุด
3.14 การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการ ใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ	4.54	0.52	มากที่สุด	4.72	0.45	มากที่สุด

ตารางที่ 25 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
3.16 การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	4.62	0.49	มากที่สุด	4.76	0.47	มากที่สุด
3.17 การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว	4.57	0.49	มากที่สุด	4.78	0.42	มากที่สุด
3.18 การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.55	0.51	มากที่สุด	4.78	0.43	มากที่สุด
3.19 การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก	4.56	0.51	มากที่สุด	4.74	0.46	มากที่สุด
3.20 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	4.58	0.52	มากที่สุด	4.77	0.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) โดยภาพรวมองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.71–4.47 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 19 ข้อ ได้แก่ 1) การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง ($\bar{X}$ = 4.71) 2) การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม ($\bar{X}$ = 4.69) 3) การใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.67) 4) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.44) 5) การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.48) 6) การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.64) 7) การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.62) 8) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.60) 9) การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.59) 10) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.52) 11) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.52) 12) การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.57) 13) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.50) 14) การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.51) 15) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.50) 16) การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.51) 17) การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.49) 18) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.50) และ 19) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ คือ 1) การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.47)

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

สำหรับนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) โดยภาพรวม องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.79-4.67 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ($\bar{X}$ = 4.79) 2) การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.78, S.D. = 0.42) 3) การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน ($\bar{X}$ = 4.78, S.D. = 0.43) 4) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.77, S.D. = 0.43) 5) การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.77, S.D. = 0.44) 6) การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.42) 7) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.43) 8) การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.44) 9) การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.47) 10) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.75) 11) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการ

ดูดซับก๊าซเรือนกระจก ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.43) 12) การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.44) 13) การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.46) 14) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.73) 15) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.44) 16) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) 17) การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.71) 18) การใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.46) 19) การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.47) และ 20) การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม ($\bar{X}$ = 4.67) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

4.5.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้าน ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)	4.62	0.32	มากที่สุด	4.74	0.11	มากที่สุด
4.1 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.64	0.48	มากที่สุด	4.74	0.43	มากที่สุด
4.2 การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุข สำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน	4.68	0.48	มากที่สุด	4.79	0.41	มากที่สุด
4.3 การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.61	0.49	มากที่สุด	4.71	0.48	มากที่สุด
4.4 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.67	0.52	มากที่สุด	4.72	0.46	มากที่สุด
4.5 การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	4.66	0.47	มากที่สุด	4.75	0.45	มากที่สุด
4.6 การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	4.52	0.56	มากที่สุด	4.84	0.37	มากที่สุด
4.7 การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.70	0.45	มากที่สุด	4.76	0.42	มากที่สุด

ตารางที่ 26 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
4.8 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว	4.61	0.51	มากที่สุด	4.74	0.45	มากที่สุด
4.9 การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว	4.51	0.50	มากที่สุด	4.66	0.47	มากที่สุด
4.10 การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม	4.49	0.52	มาก	4.71	0.46	มากที่สุด
4.11 การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น	4.65	0.48	มากที่สุด	4.75	0.43	มากที่สุด
4.12 การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.56	0.52	มากที่สุด	4.76	0.43	มากที่สุด
4.13 การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.64	0.45	มากที่สุด	4.70	0.47	มากที่สุด
4.14 การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้	4.67	0.47	มากที่สุด	4.76	0.44	มากที่สุด

ตารางที่ 26 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
4.15 การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว	4.70	0.46	มากที่สุด	4.75	0.44	มากที่สุด
4.16 การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี	4.73	0.44	มากที่สุด	4.67	0.49	มากที่สุด
4.17 การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว	4.59	0.52	มากที่สุด	4.75	0.46	มากที่สุด
4.18 การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.60	0.54	มากที่สุด	4.72	0.47	มากที่สุด
4.19 การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน	4.60	0.49	มากที่สุด	4.80	0.39	มากที่สุด
4.20 การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่	4.58	0.49	มากที่สุด	4.79	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) โดยภาพรวมองค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.73–4.49 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 19 ข้อ ได้แก่ 1) การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านบริการที่เป็นมิตรและการใสใจนักท่องเที่ยวอย่างดี ($\bar{X}$ = 4.73) 2) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45) 3) การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.46) 4) การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ($\bar{X}$ = 4.68) 5) การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.47) 6) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.52) 7) การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}$ = 4.66) 8) การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น ($\bar{X}$ = 4.65) 9) การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.45) 10) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.48) 11) การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.49) 12) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.51) 13) การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.49) 14) การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.54) 15) การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.59) 16) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.58) 17) การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.56) 18) การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก ($\bar{X}$ =

4.52) และ 19) การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.51) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ คือ 1) การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม ($\bar{X}$ = 4.49)

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

สำหรับนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) โดยภาพรวม องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.84–4.66 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด มีจำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก ($\bar{X}$ = 4.84) 2) การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.80) 3) การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ($\bar{X}$ = 4.79, S.D. = 0.41) 4) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.79, S.D. = 0.42) 5) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.42) 6) การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.76, S.D. = 0.43) 7) การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.43) 8) การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.44) 9) การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.45) 10) การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษา

สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.46) 11) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.43) 12) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.45) 13) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.46) 14) การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.47) 15) การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ นักเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.46) 16) การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.71, S.D. = 0.48) 18) การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.70) 19) การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านการบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี ($\bar{X}$ = 4.67) และ 20) การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.66) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

4.5.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)	4.58	0.35	มากที่สุด	4.74	0.13	มากที่สุด
5.1 การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิด เห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการ พัฒนาการท่องเที่ยว	4.64	0.48	มากที่สุด	4.77	0.42	มากที่สุด
5.2 การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมี ส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	4.56	0.52	มากที่สุด	4.77	0.43	มากที่สุด
5.3 การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและ สนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.58	0.53	มากที่สุด	4.75	0.45	มากที่สุด
5.4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัด กิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	4.58	0.49	มากที่สุด	4.74	0.46	มากที่สุด
5.5 การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อ พัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่	4.68	0.48	มากที่สุด	4.80	0.40	มากที่สุด
5.6 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จาก ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว	4.57	0.52	มากที่สุด	4.74	0.45	มากที่สุด
5.7 การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	4.69	0.46	มากที่สุด	4.77	0.44	มากที่สุด

ตารางที่ 27 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
5.8 การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น	4.57	0.50	มากที่สุด	4.72	0.47	มากที่สุด
5.9 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน	4.58	0.48	มากที่สุด	4.72	0.45	มากที่สุด
5.10 การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4.61	0.49	มากที่สุด	4.74	0.44	มากที่สุด
5.11 ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่	4.58	0.50	มากที่สุด	4.73	0.44	มากที่สุด
5.12 การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.65	0.48	มากที่สุด	4.68	0.48	มากที่สุด
5.13 การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.54	0.49	มากที่สุด	4.73	0.46	มากที่สุด
5.14 การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.54	0.50	มากที่สุด	4.73	0.45	มากที่สุด

ตารางที่ 27 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี)			นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
5.15 การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.64	0.47	มากที่สุด	4.76	0.43	มากที่สุด
5.16 การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบด้านลบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	4.53	0.50	มากที่สุด	4.70	0.46	มากที่สุด
5.17 การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว	4.48	0.51	มาก	4.74	0.47	มากที่สุด
5.18 การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน	4.54	0.48	มากที่สุด	4.71	0.46	มากที่สุด
5.19 การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.48	0.50	มาก	4.68	0.47	มากที่สุด
5.20 การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน	4.46	0.53	มาก	4.72	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) โดยภาพรวม องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.69–4.46 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 17 ข้อ ได้แก่ 1) การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.69) 2) การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.68) 3) การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.65) 4) การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.47) 5) การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.48) 6) การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ($\bar{X}$ = 4.61) 7) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.48) 8) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.49) 9) ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.50) 10) การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.53) 11) การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.57, S.D. = 0.50) 12) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.57, S.D. = 0.52) 13) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.56) 14) การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.48) 15) การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.49) 16) การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.50) และ 17) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.53) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.50) 2) การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.51) และ 3) การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน ($\bar{X}$ = 4.46) ตามลำดับ

สำหรับนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) โดยภาพรวม องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 สำหรับผลการพิจารณารายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.80–4.68 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.80) 2) การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.77, S.D. = 0.42) 3) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.77, S.D. = 0.43) 4) การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.77, S.D. = 0.44) 5) การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.76) 6) การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.75) 7) การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.44) 8) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.45) 9) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.46) 10) การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.47) 11) ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.45) 12) การ

ประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.73, S.D. = 0.46) 13) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) 14) การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.46) 15) การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.47) 16) การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน ($\bar{X}$ = 4.71) 17) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบด้านลบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.70) 19) การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.47) และ 20) การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยระดับนี้

4.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังข้อที่ 4.6.1–4.6.2

4.6.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวโดยรวม

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว โดยรวม ปรากฏผลดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวโดยรวม

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
ระดับความสำคัญขององค์ประกอบโดยภาพรวม	3.10	0.00*
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	2.72	0.00*
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)	2.65	0.00*
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)	2.95	0.00*
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)	3.26	0.00*
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)	3.03	0.00*

จากตารางที่ 28 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวแล้วแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 22 หน้า 222-223

สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายด้าน เมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) พบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกด้านนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 22 หน้า 222-223

4.6.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ ปรากฏผลดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)		
1.1 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	2.72	0.00*
1.2 การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว	2.65	0.00*
1.3 การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวพื้นที่	8.95	0.00*
1.4 การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	2.26	0.00*
1.5 การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร	2.03	0.00*
1.6 การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟเครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5	3.02	0.06
1.7 การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	3.99	0.00*
1.8 การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว	2.64	0.00*
1.9 การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว	5.76	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
1.10 การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	2.88	0.04*
1.11 การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น	2.53	0.66
1.12 การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล	0.19	0.88
1.13 การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด	2.42	0.00*
1.14 การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสสมดุลของระบบนิเวศ	3.27	0.15
1.15 การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ	6.48	0.06
1.16 การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว	0.99	0.07
1.17 การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐและชุมชน	3.68	0.00*
1.19 การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก	4.73	0.00*
1.20 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	0.00	0.79
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)		
2.1 การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	5.43	0.00*
2.2 การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น	4.68	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
2.3 การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่	0.69	0.17
2.4 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5.76	0.00*
2.5 การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	0.87	0.12
2.6 การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม	2.93	0.49
2.7 การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	2.14	0.05
2.8 การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่	3.34	0.00*
2.9 การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.05	0.00*
2.10 การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว	0.20	0.69
2.11 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว	1.07	0.07
2.12 การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว	6.34	0.00*
2.13 การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว	5.43	0.00*
2.14 การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	3.19	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
2.15 การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว	1.56	0.00*
2.16 การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว	5.61	0.00*
2.17 การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น	3.79	0.00*
2.18 การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิถีลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	0.29	0.67
2.19 การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณชน	1.77	0.00*
2.20 การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ	8.02	0.00*
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)		
3.1 การใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	0.48	0.34
3.2 การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว	2.24	0.00*
3.3 การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	1.57	0.03*
3.4 การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว	2.91	0.00*
3.5 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	4.14	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายชื่อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
3.6 การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง	1.24	0.03*
3.7 การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	4.90	0.00*
3.8 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว	2.88	0.00*
3.9 การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว	5.16	0.00*
3.10 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก	4.78	0.00*
3.11 การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม	0.46	0.16
3.12 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ	4.80	0.00*
3.15 การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว	2.56	0.00*
3.16 การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1.22	0.02*
3.17 การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว	5.07	0.00*
3.18 การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน	5.47	0.00*
3.19 การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก	4.15	0.00*
3.20 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	4.31	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายข้อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)		
4.1 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	2.44	0.00*
4.2 การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน	2.59	0.00*
4.3 การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2.49	0.00*
4.4 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.09	0.03*
4.5 การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	2.32	0.00*
4.6 การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	7.52	0.00*
4.7 การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.41	0.01*
4.8 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว	3.06	0.00*
4.9 การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว	3.48	0.00*
4.10 การมีป้ายบอกข้อมูลที่ทำให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ นักเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม	4.96	0.00*
4.11 การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่น	2.55	0.00*
4.12 การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.69	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายชื่อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
4.13 การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	1.23	0.03*
4.14 การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้	2.27	0.00*
4.15 การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว	1.13	0.02*
4.16 การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านการบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี	1.44	0.00*
4.17 การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว	3.60	0.00*
4.18 การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	2.65	0.00*
4.19 การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน	5.22	0.00*
4.20 การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่	4.99	0.00*
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)		
5.1 การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	3.07	0.00*
5.2 การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	4.49	0.00*
5.3 การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.92	0.00*
5.4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.75	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายชื่อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
5.5 การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่	3.05	0.00*
5.6 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว	3.81	0.00*
5.7 การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	2.09	0.00*
5.8 การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น	3.43	0.00*
5.9 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน	3.41	0.00*
5.10 การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.27	0.00*
5.11 ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่	3.77	0.00*
5.12 การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	0.74	0.31
5.13 การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.46	0.00*
5.14 การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.06	0.00*
5.15 การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2.91	0.00*
5.16 การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	4.02	0.00*

ตารางที่ 29 (ต่อ) ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นรายชื่อ

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด	t-Value	P-Value
5.17 การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว	5.91	0.00*
5.18 การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน	3.96	0.00*
5.19 การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.43	0.00*
5.20 การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน	5.96	0.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายชื่อ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 85 ข้อ แบ่งเป็น

องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 14 ข้อ ได้แก่ 1) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว 3) การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวพื้นที่ 4) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พักร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ 5) การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร 6) การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักรับและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟเครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 7) การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก 8) การจัดการขยะและการส่งเสริมการใช้เคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว 9) การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว 10) กิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 11) การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการ

ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด 12) การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐและชุมชน 13) การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว และ 14) การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก โดยทั้ง 14 ข้อ นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อบังคับของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่า นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 23 หน้า 224-227

องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 13 ข้อ ได้แก่ 1) การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง 2) การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น 3) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ 5) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6) การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว 7) การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยว 8) การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น 9) การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่สำหรับเป็นข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว 10) การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว 11) การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น 12) การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน และ 13) การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ โดยทั้ง 13 ข้อ นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อบังคับของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่า นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 24 หน้า 230-233

องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 18 ข้อ ดังนี้ ได้แก่ 1) การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว 2) การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก 3) การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว 4) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

เกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก 5) การพัฒนาเส้นทางจักรยาน และเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง 6) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 7) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว 8) การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอก พื้นที่ท่องเที่ยว 9) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก 10) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับ ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ 11) การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 12) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการ ใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ 13) การส่งเสริมให้ นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน การลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว 14) การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 15) การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว 16) การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่ บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน 17) การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและ เครื่องดื่มภายในเกาะหมาก และ 18) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยทั้ง 18 ข้อ นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อบังคับของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่า นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 25 หน้า 236-239

องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 20 ข้อ ดังนี้

นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) ให้ความสำคัญต่อบังคับของการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้านประสบการณ์ การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มากกว่านักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือ มากกว่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ข้อ คือ 1) การสร้างความประทับใจต่อ การท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านการบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี

นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อบังคับของการ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้าน ประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มากกว่านักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำ กว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 19 ข้อ ได้แก่ 1) การมีกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 2) การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน 3) การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 4) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 5) การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ 6) การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก 7) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 8) การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชนเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว 9) การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 10) การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม 11) การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น 12) การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว 13) การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 14) การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ 15) การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว 16) การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว 17) การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 18) การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน และ 19) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังตารางที่ 26 หน้า 242-245

องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 19 ข้อ ได้แก่ 1) การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว 2) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3) การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 5) การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 6) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว 7) การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 8) การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น 9) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการ

ท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน 10) การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุม และเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 11) ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่ 13) การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 14) การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 15) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม 16) การใช้แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว 17) การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน 18) การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และ 19) การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน โดยทั้ง 19 ข้อ นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อบังคับของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่า นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 27 หน้า 249-251

4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

H6 : ระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวแล้วแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าค่า P-Value โดยภาพรวม = 0.00 (จากตารางที่ 28 หน้า 255) จึงสรุปได้ว่าปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวมเมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว (H6) ระหว่างนักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) และนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) มีระดับความสำคัญของปัจจัยของการพัฒนา

และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) ดังตารางที่ 22 หน้า 222-223

4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด จากแบบสอบถามจำนวน 500 ชุด มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ได้มีการระบุข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมาด้วย ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ จึงนำเสนอข้อมูลปรากฏผลดังข้อที่ 4.8.1-4.9.3

4.8.1 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มีดังนี้

ลำดับ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	การสนับสนุนให้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเข้าถึงและกระจายสู่ชุมชนท้องถิ่น อย่างเป็นธรรม ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม	28
2	การสร้างมาตรฐานและระบบรับรองด้านความยั่งยืน พัฒนาระบบการรับรอง (Eco-label) ที่ชัดเจนสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่มีแนวปฏิบัติ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี	22
3	นวัตกรรมเทคโนโลยีและดิจิทัลในงานจัดการสิ่งแวดล้อม ใช้เทคโนโลยีและระบบดิจิทัลในการติดตามและวิเคราะห์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	18
4	การวางระบบประเมินและติดตามผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง	15
5	การพัฒนากิจกรรมที่ผสมผสานการดูแลสุขภาพ ร่วมกับการสัมผัสธรรมชาติ เช่น โยคะท่ามกลางธรรมชาติ หรือการบำบัดจากธรรมชาติ	11
6	การวางแผนและพัฒนาระบบการตลาดที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	7

4.8.2 นักท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ การท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทย

นักท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่การท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทย มีดังนี้

ลำดับ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้วัสดุก่อสร้างและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในโครงการท่องเที่ยว เช่น การใช้วัสดุรีไซเคิลและเทคโนโลยีพลังงานสะอาด	19
2	การสนับสนุนและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมวางแผนและบริหารจัดการการท่องเที่ยว	15
3	จัดตั้งระบบการคัดแยกขยะในทุกพื้นที่ท่องเที่ยว พร้อมทั้งรณรงค์ให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการลดและรีไซเคิลขยะ	10
4	การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและยั่งยืนในทุกภาคส่วน	8
5	การเผยแพร่ข้อมูลและการรณรงค์ด้านความยั่งยืน โดยใช้สื่อออนไลน์และการจัดเวิร์กช็อป เพื่อเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ในหมู่นักท่องเที่ยวและชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการรักษาสิ่งแวดล้อม	5
6	การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม โดยการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น	3

4.8.3 การปรับตัวของการท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ที่ 4 มุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)

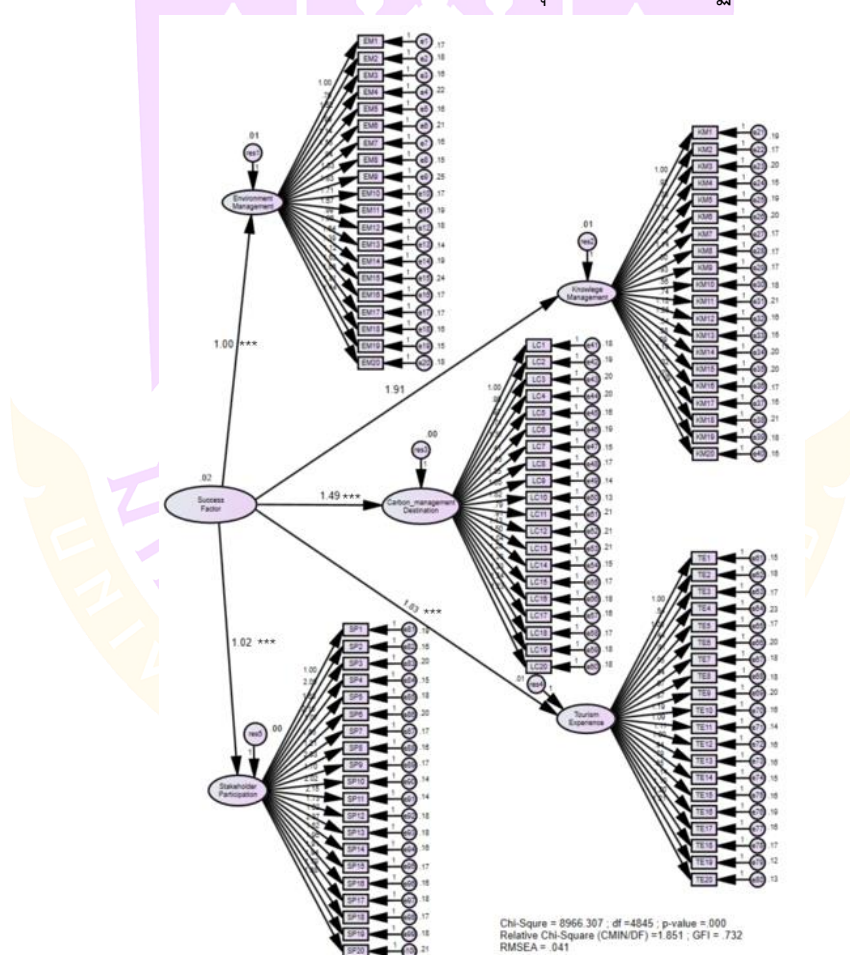
การปรับตัวของการท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ที่ 4 มุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) มีดังนี้

ลำดับ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมอบประสบการณ์ที่แตกต่างเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบความพิเศษและพร้อมจ่ายในระดับสูง	21
2	ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการและการตลาดการท่องเที่ยว (Smart Tourism)	18
3	พัฒนากลยุทธ์และมาตรการรับมือกับความท้าทายจากภายนอก เตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความยืดหยุ่นของภาคธุรกิจท่องเที่ยว โดยเน้นความสามารถในการปรับเปลี่ยนและฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว	12
4	ยกระดับมาตรฐานการให้บริการและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงและยั่งยืน โดยเน้นการบริการที่ใส่ใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	9
5	การส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) พัฒนาระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในภาคการท่องเที่ยว โดยเน้นการลดของเสีย ใช้ซ้ำและรีไซเคิลทรัพยากร ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร	8
6	เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น มนการมีส่วนร่วมในการวางแผนและบริหารจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาศักยภาพและความรู้ของคนในพื้นที่ให้เกิดผลกระทบเชิงบวกทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม	6
7	การยกระดับทักษะและความรู้ในระดับวิชาชีพ จัดหลักสูตรอบรมและพัฒนาทักษะเฉพาะด้านสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่งเสริมการเป็นมืออาชีพที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4
8	สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับภูมิภาคและระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและนวัตกรรม ช่วยยกระดับภาพลักษณ์และความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก	3

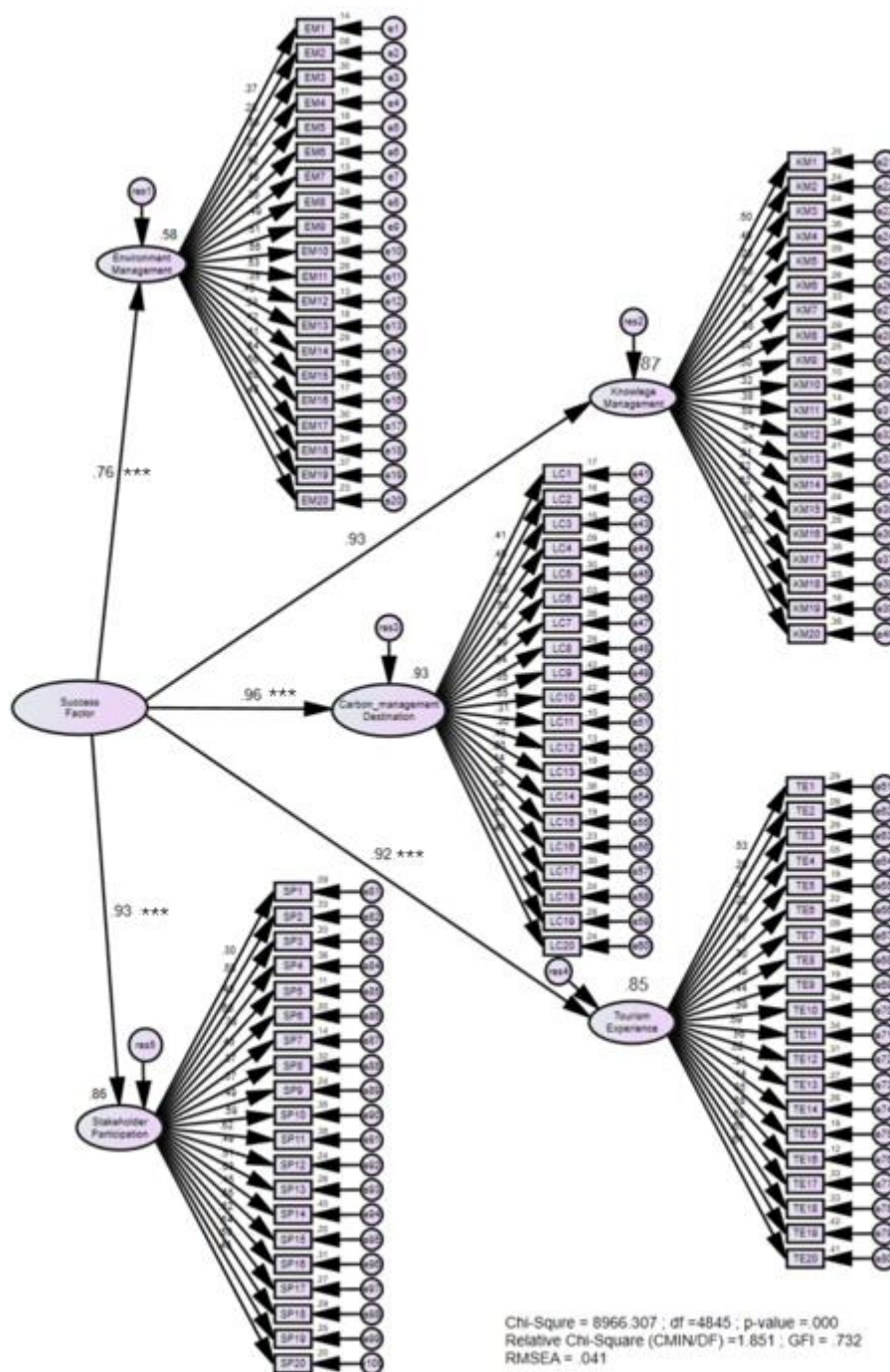
จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของ ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด ปรากฏผลดังข้อ 4.9-4.13

4.9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุงตัวแบบ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Unstandardized Estimate และในโหมด Standardized Estimate ก่อนการปรับปรุงตัวแบบ ปรากฏดังภาพที่ 8 และภาพที่ 9



ภาพที่ 8 องค์ประกอบเชิงยืนยันสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Unstandardized Estimate ก่อนปรับปรุงตัวแบบ

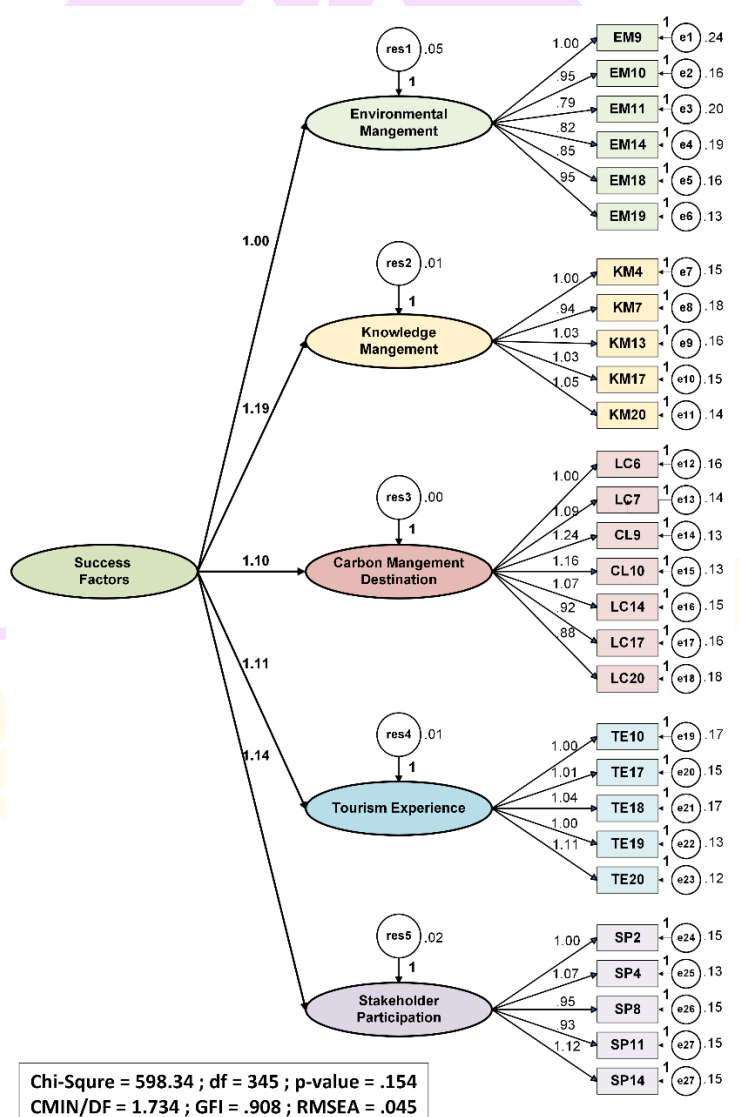


ภาพที่ 9 องค์ประกอบเชิงยืนยันสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Standardized Estimate ก่อนปรับปรุงตัวแบบ

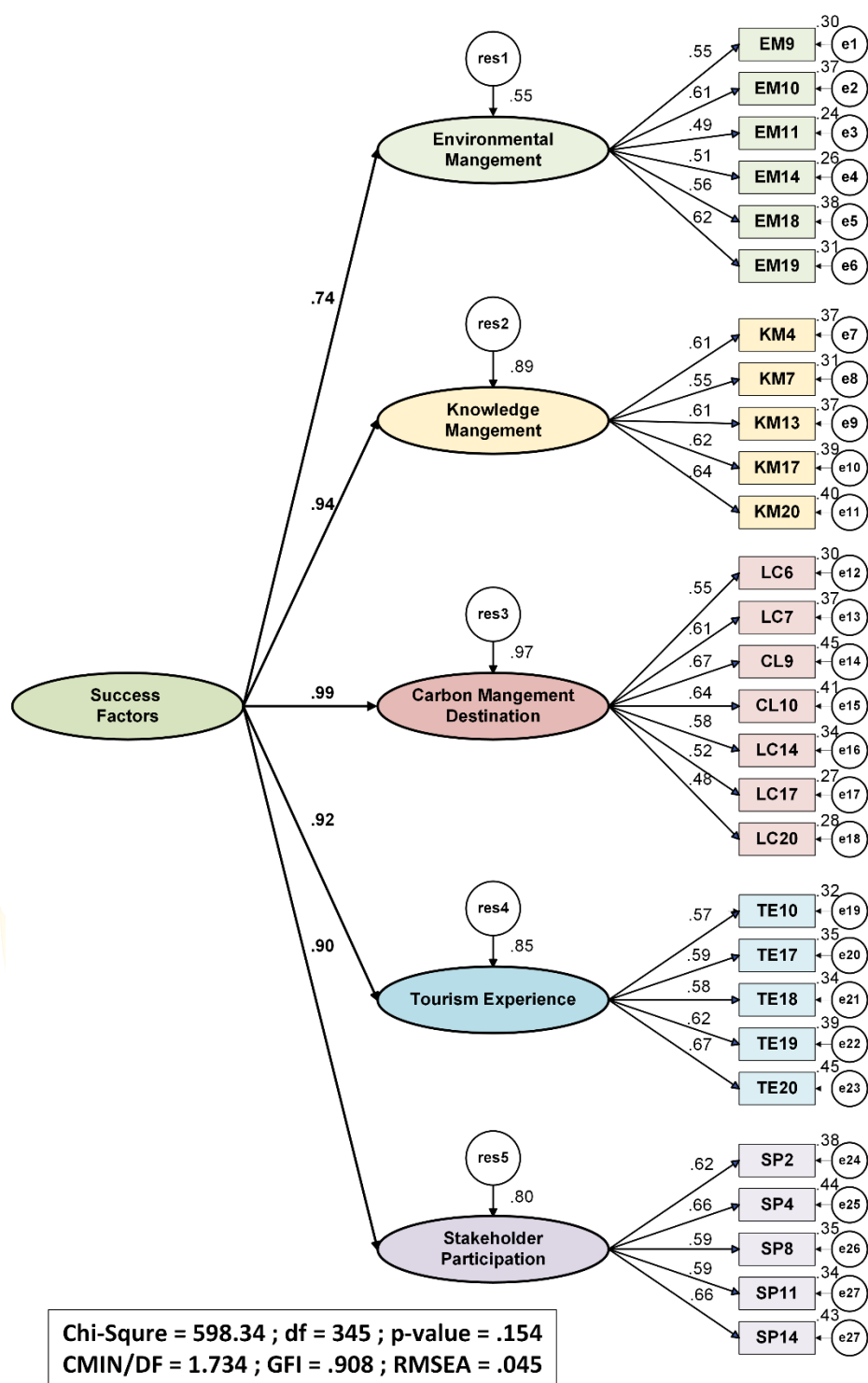
หมายเหตุ ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างก่อนการปรับปรุงตัวแบบดูได้จากภาคผนวก ฉ และสัญลักษณ์ตัวอักษรย่อดูได้จากภาคผนวก จ

4.10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Unstandardized Estimate และในโหมด Standardized Estimate หลังการปรับปรุงตัวแบบ ปรากฏผลดังภาพที่ 10 ภาพที่ 11 และตารางที่ 30



ภาพที่ 10 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Unstandardized Estimate หลังการปรับปรุงตัวแบบ



ภาพที่ 11 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ในโหมด Standardized Estimate หลังการปรับปรุงตัวแบบ

ตารางที่ 30 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ

Variables	Estimate		R^2	Variance	C.R.	P
	Standard	Unstandard				
Success Factors				0.06		
Environment Management	0.74	1.00	0.55	0.05		
Knowledge Management	0.94	1.14	0.89	0.01	8.37	***
Carbon Management Destination	0.99	1.10	0.97	0.00	8.63	***
Tourism Experience	0.92	1.11	0.85	0.01	8.37	***
Stakeholder Participation	0.90	1.14	0.80	0.02	8.71	***
Environment Management			0.55	0.05		
EM9	0.55	1.00	0.30	0.24		
EM10	0.61	0.95	0.37	0.16	9.44	***
EM11	0.49	0.79	0.24	0.20	8.19	***
EM14	0.51	0.82	0.26	0.19	8.50	***
EM18	0.56	0.85	0.38	0.16	8.95	***
EM19	0.62	0.95	0.31	0.15	9.53	***
Knowledge Management			0.89	0.01		
KM4	0.61	1.00	0.37	0.15		
KM7	0.55	0.94	0.31	0.18	10.34	***
KM13	0.61	1.03	0.37	0.16	11.15	***
KM17	0.62	1.03	0.39	0.15	11.31	***
KM20	0.64	1.05	0.40	0.14	11.51	***
Carbon Management Destination			0.97	0.00		
LC5	0.55	1.00	0.30	0.16		
LC7	0.61	1.09	0.37	0.14	10.41	***
LC9	0.67	1.24	0.45	0.13	11.11	***
LC10	0.64	1.16	0.41	0.13	10.81	***

ตารางที่ 30 (ต่อ) ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ

Variables	Estimate		R^2	Variance	C.R.	P
	Standard	Unstandard				
LC14	0.58	1.07	0.34	0.15	10.16	***
LC17	0.52	0.92	0.27	0.16	9.32	***
LC20	0.48	0.88	0.28	0.18	8.79	***
Tourism Experience			0.85	0.01		
TE10	0.57	1.00	0.32	0.17		
TE17	0.59	1.01	0.35	0.15	10.26	***
TE18	0.58	1.04	0.34	0.17	10.17	***
TE19	0.62	1.00	0.39	0.13	10.64	***
TE20	0.67	1.11	0.45	0.12	11.22	***
Stakeholder Participation			0.80	0.02		
SP2	0.62	1.00	0.38	0.15		
SP4	0.66	1.07	0.44	0.13	11.85	***
SP8	0.59	0.95	0.36	0.15	10.82	***
SP11	0.59	0.93	0.35	0.15	10.83	***
SP14	0.66	1.12	0.43	0.15	11.73	***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

หมายเหตุ ตัวแปรและความหมาย อยู่ในภาคผนวก จ

จากภาพ 9 ภาพ 10 และตารางที่ 34 พบว่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ ประกอบด้วย ตัวแปรแฝง (Latent Variable) จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) องค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) และองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.99 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.97 ค่าความแปรปรวน 0.00

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.94 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.89 ค่าความแปรปรวน 0.01

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.92 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.85 ค่าความแปรปรวน 0.01

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.80 ค่าความแปรปรวน 0.02

ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.74 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.55 ค่าความแปรปรวน 0.05

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) มีจำนวน 7 ตัว เรียงตามลำดับของค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ 1) การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลด

การขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว (LC9) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.67 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.45 ค่าความแปรปรวน 0.13 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 2) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียว และการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก (LC10) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.64 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.34 ค่าความแปรปรวน 0.13 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชน และนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (LC7) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.61 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.37 ค่าความแปรปรวน 0.14 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 4) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ (LC14) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.58 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.34 ค่าความแปรปรวน 0.15 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 5) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก (LC5) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.55 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.30 ค่าความแปรปรวน 0.16 6) การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว (LC17) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.52 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.27 ค่าความแปรปรวน 0.16 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 7) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว (LC20) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.48 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.23 ค่าความแปรปรวน 0.18 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) มีจำนวน 5 ตัว เรียงตามลำดับของค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ 1) การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ (KM20) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.64 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.40 ค่าความแปรปรวน 0.14 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 2) การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น (KM17) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.62 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.39 ค่าความแปรปรวน 0.14 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (KM4) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.61 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.37 ค่าความแปรปรวน 0.15 4) การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืน

ให้นักท่องเที่ยว (KM13) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.61 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.37 ค่าความแปรปรวน 0.16 ค่า C.R. 11.15 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 5) การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก (KM7) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.55 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.31 ค่าความแปรปรวน 0.18 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

องค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) มีจำนวน 5 ตัว เรียงตามลำดับของค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ 1) การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ (TE20) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.67 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.45 ค่าความแปรปรวน 0.12 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 2) การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน (TE19) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.62 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.39 ค่าความแปรปรวน 0.13 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว (TE17) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.59 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.35 ค่าความแปรปรวน 0.15 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 4) การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (TE18) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.58 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.34 ค่าความแปรปรวน 0.17 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 5) การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม (TE10) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.57 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.32 ค่าความแปรปรวน 0.17

องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) มีจำนวน 5 ตัว เรียงตามลำดับของค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (SP4) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.66 ค่า C.R. 11.85 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.44 ค่าความแปรปรวน 0.13 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 2) การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (SP14) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.66 ค่า C.R. 11.73 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.43 ค่าความแปรปรวน 0.15 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ

ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (SP2) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.62 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.38 ค่าความแปรปรวน 0.15 4) การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น (SP8) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.59 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.36 ค่าความแปรปรวน 0.15 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 5) ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่ ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.59 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.35 ค่าความแปรปรวน 0.15 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ประกอบด้วยตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) มีจำนวน 6 ตัว เรียงตามลำดับของค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ 1) การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก (EM19) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.62 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.31 ค่าความแปรปรวน 0.15 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 2) การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (EM10) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.61 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.37 ค่าความแปรปรวน 0.16 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว (EM18) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.56 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.38 ค่าความแปรปรวน 0.16 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 4) การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว ท่องเที่ยว (EM9) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.55 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.30 ค่าความแปรปรวน 0.24 5) การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ (EM14) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.51 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.26 ค่าความแปรปรวน 0.19 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 6) การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น (EM11) ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) 0.49 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.24 ค่าความแปรปรวน 0.20 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

4.11 ผลการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุง ตัวแบบ และหลังการปรับปรุงตัวแบบ

ผลการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุงตัวแบบและหลังการปรับปรุงตัวแบบปรากฏผลดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ค่าสถิติที่ประเมินความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เปรียบเทียบก่อน และหลังการปรับปรุงตัวแบบ

ค่าสถิติ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ก่อนปรับปรุง	หลังปรับปรุง
1. CMIN-p (ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์)	มีค่า > 0.05	0.000	0.154
2. CMIN/DF (ค่าไคสแควร์สัมพันธ์)	มีค่า < 2.00	1.854	1.734
3. GFI (ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง)	มีค่า > 0.90	0.732	0.908
4. RMSEA (ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน)	มีค่า < 0.08	0.041	0.045

จากภาพที่ 7-10 และตาราง 30 แสดงค่าสถิติที่ประเมินความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เปรียบเทียบก่อนการปรับปรุงตัวแบบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-Square Probability Level : CMIN-p) เท่ากับ 0.000 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.851 ค่าดัชนีวัดระดับ ความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.732 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.041 ซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกลมกลืนกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับปรุงองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด โดย

พิจารณา จากค่า Modification Indices ตามคำแนะนำของ Arbuckle (2016) โดยพิจารณาค่าของผลที่ได้มาจากโปรแกรมสำเร็จรูปพร้อมหลักวิชาการทางทฤษฎี เพื่อตัดตัวแปรเชิงสังเกตที่มีความไม่เหมาะสมบางตัวออกไปทีละตัว แล้วดำเนินการประมวลผลตัวแบบใหม่ ทำเช่นนี้ไปจนได้ตัวแบบที่มีค่าสถิติ ผ่านเกณฑ์ครบทั้ง 4 ค่า จึงถือว่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด นั้นมีความสมบูรณ์สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ภายหลังที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแบบจำลองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว พบว่า ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (CMIN-p) เท่ากับ 0.154 มากกว่า 0.05 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.734 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.908 มีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.045 มีค่าน้อยกว่า 0.08 จึงสรุปได้ว่า สถิติทั้ง 4 ค่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน ดังนั้นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ภายหลังปรับปรุงแล้วนั้นจึงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด มีจำนวน 5 สมมติฐาน ปรากฏผลดังข้อ 4.12.1–4.12.5

4.12.1 สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 1

H1 : ปัจจัยของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.74 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.12.2 สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 2

H2 : ปัจจัยของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราดส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบ ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.94 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.12.3 สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 3

H3 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราดส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบ ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.99 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.12.4 สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 4

H4 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบ ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.92 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.12.5 สมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ข้อที่ 5

H5 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบ การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.90 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4.13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด รายคู่ หลังการปรับปรุงตัวแบบ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายคู่ หลังการปรับปรุงแบบจำลองสมการโครงสร้าง ปรากฏผลดังตารางที่ 32



ตารางที่ 32 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายคู่

หลังการปรับปรุงตัวแบบ

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	EM9	EM10	EM11	EM14	EM18	EM19	KM4	KM7	KM13	KM17	KM20	LC5	LC7	LC9	LC10
EM9	4.57	0.58	1														
EM10	4.52	0.50	.423***	1													
EM11	4.54	0.53	.337***	.343***	1												
EM14	4.54	0.51	.252***	.290***	.299***	1											
EM18	4.62	0.48	.242***	.261***	.242***	.323***	1										
EM19	4.61	0.49	.300***	.368***	.252***	.316***	.375***	1									
KM4	4.63	0.49	.264***	.197***	.148**	.147**	.260***	.284***	1								
KM7	4.56	0.50	.212***	.216***	.126**	.133**	.197***	.250***	.402***	1							
KM13	4.59	0.50	.190***	.316***	.220***	.291***	.336***	.259***	.329***	.314***	1						
KM17	4.67	0.49	.237***	.336***	.204***	.228***	.305***	.311***	.323***	.346***	.388***	1					
KM20	4.65	0.49	.271***	.267***	.152**	.199***	.307***	.248***	.408***	.355***	.418***	.394***	1				
LC5	4.64	0.49	.166***	.226***	.157**	.150**	.223***	.257***	.386***	.348***	.280***	.363***	.346***	1			
LC7	4.66	0.48	.292***	.334***	.205***	.254***	.321***	.295***	.296***	.272***	.352***	.342***	.341***	.387***	1		
LC9	4.65	0.49	.229***	.251***	.200***	.255***	.279***	.296***	.439***	.314***	.392***	.392***	.441***	.309***	.458***	1	
LC10	4.64	0.47	.246***	.270***	.225***	.307***	.310***	.301***	.293***	.343***	.449***	.417***	.322***	.315***	.423***	.396***	1

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 32 (ต่อ) ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายตัว
หลังการปรับปรุงตัวแบบ

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	EM9	EM10	EM11	EM14	EM18	EM19	KM4	KM7	KM13	KM17	KM20	LC5	LC7	LC9	LC10
LC14	4.63	0.48	.233***	.186***	.234***	.234***	.332***	.204***	.376***	.319***	.293***	.328***	.345***	.356***	.334***	.385***	.367***
LC17	4.67	0.47	.179***	.187***	.168***	.141**	.223***	.208***	.399***	.292***	.302***	.290***	.347***	.341***	.271***	.325***	.261***
LC20	4.67	0.48	.285***	.363***	.226***	.233***	.316***	.326***	.274***	.265***	.332***	.245***	.249***	.276***	.381***	.304***	.319***
TE10	4.60	0.50	.261***	.240***	.184***	.231***	.264***	.245***	.314***	.214***	.304***	.292***	.288***	.248***	.378***	.410***	.341***
TE17	4.67	0.48	.197***	.177***	.166***	.229***	.244***	.339***	.287***	.302***	.254***	.317***	.296***	.281***	.343***	.351***	.437***
TE18	4.67	0.50	.166***	.197***	.140**	.208***	.273***	.298***	.241***	.185***	.313***	.326***	.259***	.219***	.220***	.392***	.310***
TE19	4.70	0.48	.175***	.224***	.218***	.268***	.284***	.341***	.293***	.300***	.368***	.317***	.309***	.266***	.311***	.339***	.504***
TE20	4.69	0.47	.201***	.216***	.145**	.193***	.298***	.223***	.395***	.301***	.335***	.322***	.377***	.309***	.346***	.451***	.354***
SP2	4.66	0.49	.204***	.256***	.180***	.154**	.221***	.324***	.290***	.285***	.288***	.320***	.359***	.260***	.322***	.423***	.355***
SP4	4.66	0.48	.148***	.192***	.152**	.151**	.232***	.267***	.335***	.328***	.282***	.373***	.362***	.313***	.350***	.384***	.384***
SP8	4.65	0.49	.232***	.278***	.130**	.136**	.267***	.267***	.344***	.382***	.256***	.305***	.338***	.281***	.266***	.301***	.307***
SP11	4.66	0.47	.192***	.250***	.246***	.179***	.217***	.261***	.270***	.222***	.335***	.325***	.324***	.291***	.293***	.354***	.300***
SP14	4.63	0.49	.185***	.253***	.227***	.249***	.173***	.309***	.367***	.299***	.321***	.385***	.322***	.373***	.221***	.375***	.367***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 32 (ต่อ) ค่าความสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายคู่

หลังการปรับปรุงตัวแบบ

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	LC14	LC17	LC20	TE10	TE17	TE18	TE19	TE20	SP2	SP4	SP8	SP11	SP14
LC14	4.63	0.48	1												
LC17	4.67	0.47	.403***	1											
LC20	4.67	0.48	.217***	.210***	1										
TE10	4.60	0.50	.278***	.286***	.234***	1									
TE17	4.67	0.48	.333***	.224***	.214***	.321***	1								
TE18	4.67	0.50	.269***	.214***	.254***	.313***	.364***	1							
TE19	4.70	0.48	.323***	.350***	.235***	.297***	.368***	.396***	1						
TE20	4.69	0.47	.382***	.321***	.254***	.387***	.375***	.452***	.405***	1					
SP2	4.66	0.49	.277***	.274***	.203***	.396***	.318***	.345***	.331***	.390***	1				
SP4	4.66	0.48	.313***	.311***	.222***	.350***	.338***	.364***	.352***	.483***	.428***	1			
SP8	4.65	0.49	.289***	.253***	.268***	.340***	.307***	.269***	.303***	.336***	.345***	.399***	1		
SP11	4.66	0.47	.352***	.253***	.190***	.260***	.326***	.303***	.265***	.319***	.399***	.359***	.361***	1	.
SP14	4.63	0.49	.348***	.285***	.249***	.354***	.366***	.388***	.419***	.364***	.354***	.454***	.389***	.402***	1

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 32 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของแบบจำลองสมการโครงสร้าง ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด หลังการปรับปรุงตัวแบบ มีจำนวน 406 คู่ แบ่งออกเป็น ตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จำนวน 394 คู่ และตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 12 คู่ ผู้วิจัยได้เรียงลำดับความสัมพันธ์เป็นรายคู่จากมากไปน้อย 10 ลำดับรายคู่แรก ได้ดังนี้ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก (LC10) กับตัวแปรการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน (TE19) มีค่า 0.504 2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ (TE20) กับตัวแปรการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (SP4) มีค่า 0.483 3) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (LC7) กับตัวแปรการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว (LC9) มีค่า 0.458 4) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (SP4) กับตัวแปรการพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (SP14) มีค่า 0.454 5) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี (TE18) กับตัวแปรการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ (TE20) มีค่า 0.452 6) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี (TE18) กับตัวแปรการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่ (TE20) มีค่า 0.452 7) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้แก่นักท่องเที่ยว (KM13) กับตัวแปรการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก (LC10) มีค่า 0.449 8) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ (KM20) กับตัวแปรการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว (LC9) มีค่า 0.441 9) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (KM4) กับตัวแปรการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว (LC9) มีค่า 0.439 และ 10) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการ

เพิ่มมีพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก (LC10) กับตัวแปรการจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ (TE14) มีค่า 0.437



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยเทคนิคการสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) คือ ผู้เชี่ยวชาญที่จะต้องเป็นที่ยอมรับโดยต้องมีการกำหนดเกณฑ์คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญไว้อย่างชัดเจน สำหรับจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ยอมรับได้กำหนดไว้ที่จำนวน 25 ท่าน ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยเทคนิคการสำรวจ (Survey Research) กำหนดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะหมากในระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 จำนวน 37,240 คน (กรมการท่องเที่ยว. 2562) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้เกณฑ์ของงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ ซึ่งได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับดีมากไว้จำนวน 500 ตัวอย่าง (ธานินทร์, 2564) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) (ธานินทร์, 2564) โดยแบ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็น 2 ประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) และนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จัดสรรจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มกระจายตามพื้นที่ของเกาะหมาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นแบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ดำเนินการวิจัยด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) กับ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ผู้วิจัยกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ไว้ทั้งหมด 5 องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้แก่ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยว ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้ค่าของน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ จำนวน 100 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) จำนวน 5 ข้อ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ ส่วนข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ด้วยการวิเคราะห์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.75–1.14 และข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าด้วยการวิเคราะห์ค่า Corrected Item–Total Correlation ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.38–0.63 ส่วนการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่า 0.95

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกระจายแบบสอบถาม (Questionnaire) จนครบจำนวนที่ได้กำหนด คือ 500 ราย จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปทั้งสถิติเชิงพรรณนา สถิติอ้างอิง และการวิเคราะห์ แบบจำลองสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์รายคู่ด้วย Bivariate Correlations กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, 0.01, และ 0.05 สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เกาะหมาก จังหวัดตราด วิเคราะห์ด้วยค่า Pearson Chi-square กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การทดสอบความแตกต่างระหว่าง

ค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันด้วยการทดสอบค่าที (t-test) ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพหุโดยการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics และ IBM SPSS AMOS

การปรับแต่งค่าองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable Adjustment) ในทุกตัวของงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ทำการประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง (Evaluation the Data-Model Fit) จนแต่ละองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงทุกตัวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์ทุกตัว การปรับแต่งค่าตัวแปรแฝงให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์นั้น จะพิจารณาดำเนินการปรับปรุงตัวแบบจากตัวแปรเชิงสังเกต ซึ่งเป็นตัวแปรจากข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บข้อมูลจริง

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะได้ดำเนินการปรับปรุงตัวแบบจำลองด้วยการพิจารณาค่า Modification Indices ตามคำแนะนำของ Arbuckle (2016) โดยการพิจารณาค่าของผลที่ได้มาจากโปรแกรมพร้อมหลักวิชาการทางทฤษฎี เพื่อตัดตัวแปรเชิงสังเกตที่มีความไม่เหมาะสมบางตัวออกไปทีละตัวแล้วดำเนินการประมวลผลตัวแบบใหม่ ทำเช่นนี้ไปจนได้ตัวแบบที่มีค่าสถิติผ่านเกณฑ์ครบทั้ง 4 ค่า (จานินทร์, 2564) ดังตารางที่ 33 จึงถือว่าตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสมบูรณ์สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 33 เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบ

การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง (Evaluation of the Data-Model Fit)	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา (Criteria)	แหล่งอ้างอิง (Reference)
1. CMIN-p (ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์)	มีค่า > 0.05	Arbuckle (2016, p.53)
2. CMIN/DF (ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์)	มีค่า < 2.00	Arbuckle (2016, p.601)
3. GFI (ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง)	มีค่า > 0.90	Arbuckle (2016, p.614)
4. RMSEA (ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน)	มีค่า < 0.08	Arbuckle (2016, p.614)

5.1 สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นภาพรวมของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และข้อสรุปผลการวิจัย ตามลำดับดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนทั้งสิ้น 500 คน ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.6 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.8 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 44.3 ในส่วนของช่วงอายุของนักท่องเที่ยวแบ่งเป็น นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) และนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวรูปแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 72.8 เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมากในช่วงเวลาวันเสาร์และวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 48.2 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะที่ใช้เดินทางจากภูมิลำเนาไปยังจังหวัดตราด คิดเป็นร้อยละ 53.8 เลือกใช้รีสอร์ทเป็นที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 47.8 เกาะกระตาดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.4 การดำน้ำดูปะการังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.6 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกาะหมากเป็นระยะเวลา 2 ถึง 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 65.6 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราดเป็นเงินประมาณ 3,001 ถึง 10,000 บาทต่อคน

การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวรูปแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทที่พักที่เลือกใช้บริการระหว่างท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด และระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในรูปแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนของประเภทยานพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดตราด สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนของนักท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ขึ้นอยู่กับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของปัจจัยปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 25 ท่าน ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า สามารถจำแนกองค์ประกอบออกมาได้ จำนวน 5 องค์ประกอบ 1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) 4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และ 5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) รวมทั้งสิ้น 100 ข้อ แบ่งเป็นองค์ประกอบละ 20 ตัวแปร ตามลำดับ

จากนั้นผู้วิจัยนำองค์ประกอบปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ทั้ง 5 องค์ประกอบรวมทั้งสิ้น 100 ข้อ แบ่งเป็นองค์ประกอบละ 20 ตัวแปร มาสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณที่มีลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้ค่าของน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ จำนวน 100 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 500 คน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยดังนี้

ระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 สำหรับองค์ประกอบปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายด้านเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 2) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 4) องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 และ 5) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ตามลำดับ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อในแต่ละด้าน ที่มีระดับความสำคัญสูงสุด 5 ลำดับแรก พบว่า

องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) ได้แก่ การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.74 รองลงมา ได้แก่ การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 ความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.72 และความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 ตามลำดับ

องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.74 รองลงมา ได้แก่ การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 การมีการใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 และการตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 ตามลำดับ

องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ได้แก่ การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.74 รองลงมา ได้แก่ การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็น

มิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73) การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 และการกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.68 ตามลำดับ

องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ได้แก่ การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.79 รองลงมา ได้แก่ การมีการใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.76 การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 และการจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 ตามลำดับ

องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ได้แก่ การมีการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.79 รองลงมา ได้แก่ การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.72 การมีการเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.72 และการมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิถีวัฒนธรรมต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 ตามลำดับ

การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันด้วยการทดสอบค่าที (t-test) พบว่า ระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่า นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยที่ปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) และด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกด้านนักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่า นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบเป็นรายชื่อ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 85 ข้อ แบ่งเป็น องค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) จำนวน 20 ข้อ องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) จำนวน 19 ข้อ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) จำนวน 18 ข้อ องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จำนวน 14 ข้อ และองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จำนวน 13 ข้อ โดยมี 83 ข้อ นักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่า นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) ส่วนข้อที่นักท่องเที่ยว Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด มากกว่านักท่องเที่ยว Adult Tourist (อายุ 30 ปี หรือมากกว่า) จำนวน 1 ข้อ คือ ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านการบริหารที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพหุ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics และ IBM SPSS AMOS และมีการปรับแต่งค่า

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable Adjustment) ในทุกตัวของงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิเคราะห์ขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ก่อนการปรับปรุงตัวแบบ พบว่า ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-Square Probability Level : CMIN-p) เท่ากับ 0.000 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.851 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.732 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.041 ซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับปรุงตัวแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง โดยพิจารณาจากคำแนะนำการปรับพารามิเตอร์ในตัวแบบด้วยค่าดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) ที่ได้มาจากโปรแกรมสำเร็จรูปพร้อมหลักวิชาการทางทฤษฎี จากนั้นปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น ทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ เพื่อตัดตัวแปรเชิงสังเกตที่มีความไม่เหมาะสมบางตัวออกไปทีละตัว แล้วดำเนินการประมวลผลตัวแบบใหม่ ทำเช่นนี้ไปจนกระทั่งค่าดัชนีความสอดคล้องมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และได้ตัวแบบที่มีค่าสถิติผ่านเกณฑ์ ครบทั้ง 4 ค่า ภายหลังจากที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแบบจำลองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว พบว่า ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (CMIN-p) เท่ากับ 0.154 มากกว่า 0.05 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.734 มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.908 มีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.045 มีค่าน้อยกว่า 0.08 จึงสรุปได้ว่าสถิติทั้ง 4 ค่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน จึงสรุปได้ว่าตัวแบบตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการพิจารณาตัวแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด โดยการพิจารณาค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) ของแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่มีค่าน้ำหนัก 0.99 รองลงมา ได้แก่ องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) มีค่าน้ำหนัก 0.94 องค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีค่าน้ำหนัก 0.92 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) มีค่าน้ำหนัก 0.90 และองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) มีค่าน้ำหนัก 0.74 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์การวิจัยในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองจำนวน 5 สมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 5 สมมติฐาน ได้แก่ 1) H1 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 2) H2 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) H3 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 4) H4 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 5) H5 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) เป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สุดท้ายผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองหลังการปรับปรุงตัวแบบ พบว่า มีจำนวน 406 คู่ แบ่งออกเป็น ตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จำนวน 394 คู่ และที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 12 คู่

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อม นี้มีข้อค้นพบที่สามารถนำมาอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพในภาคเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ซึ่งสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของเกาะหมากคือกลุ่มบุคคลในวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง และมีศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อารยา สุนทรวิภาต และคณะ (2565) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท และอยู่ในช่วงอายุ 21–37 ปี หรือเจเนอเรชัน Y และ Z สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวในวัยหนุ่มสาวและวัยทำงานเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของเกาะหมาก (อารยา สุนทรวิภาต และคณะ, 2565) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุณารมย์ (2560) เรื่อง กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ชี้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุ 26–40 ปี และมีรายได้เกิน 25,000 บาทต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาก่อนหน้านี้พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวเกาะหมากมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวเกาะหมาก ตามผลการศึกษาของ สุดา สุวรรณภิรมย์ (2560) เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด ที่พบว่า การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวประมาณ 8,001-10,000 บาทต่อการท่องเที่ยวต่อครั้ง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (สุดา สุวรรณภิรมย์, 2560) สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของหมู่เกาะในจังหวัดตราด คือกลุ่มบุคคลในวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง และมีศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับปานกลางถึงสูง

การค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความเฉพาะตัว และควรถูกนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ที่หน่วยงานรัฐและผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่ม ควรนำไปใช้ต่อยอดในการออกแบบนโยบายสาธารณะในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติเปราะบางและต้องการการจัดการอย่างสมดุล เช่น เกาะหมาก นอกจากนี้ ลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับทั้งคุณภาพชีวิตส่วนบุคคล และผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากพฤติกรรมการเดินทางของตนเอง จึงสันนิษฐานได้ว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก ควรมุ่งเน้นไป

ที่การสร้างคุณค่าทางจิตวิญญาณและสิ่งแวดล้อมให้กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว มากกว่าการพัฒนาเพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณเท่านั้น ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะช่วยสร้าง “นักท่องเที่ยวที่จงรักภักดีต่อพื้นที่” (Place-loyal Tourists) และส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาวได้อย่างแท้จริง

สำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้เวลา 2-3 วัน และพักในรีสอร์ท โดยมีงบประมาณการท่องเที่ยวเฉลี่ย 3,001-10,000 บาท ซึ่งสันนิษฐานว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนของกลุ่มเป้าหมาย และสะท้อนถึงความต้องการด้านการบริการที่ผ่อนคลายและมีคุณภาพ ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุมพร บุญเพชร แก้ว และคณะ (2561) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็มีแนวโน้มเดินทางในช่วงสุดสัปดาห์ และมีการใช้จ่ายเฉลี่ยเกิน 10,001 บาท แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมีความใกล้เคียงกันในบริบทของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบคาร์บอนต่ำ

การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เกาะหมาก จังหวัดตราด วิเคราะห์ด้วยค่า Pearson Chi-square กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ที่มีช่วงอายุแตกต่างกันที่เป็นอิสระต่อกันด้วยการทดสอบค่าที (t-test) ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษานี้ได้ชี้ให้เห็นทั้งประเด็นที่มีความแตกต่างและไม่มี ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้งสองช่วงอายุ ตลอดจนสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มและปัจจัยที่ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด พัฒนาไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัย พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเกาะหมาก จังหวัดตราด มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนเมื่อนำมาจำแนกตามช่วงอายุ โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประเภทของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และระดับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริป นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี หรือที่สามารถจัดอยู่ในกลุ่ม Youth Tourist มักเลือกเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำกว่า หรืออยู่ในช่วง 3,001 - 10,000 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Adult Tourist ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป กลับเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถเช่าในการเดินทาง และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มอายุน้อยอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของ อุมพร บุญเพชร แก้ว และคณะ (2561) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุมากมีแนวโน้มใช้จ่ายมากกว่าและให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายมากกว่ากลุ่มอายุน้อย อีกทั้งยังมีเป้าหมายการเดินทางที่ชัดเจน เช่น การพักผ่อนอย่างแท้จริง ข้อมูลนี้ยังได้รับการยืนยันเพิ่มเติมจากงานวิจัยของ กาญจนาวดี พวงชื่น และแสงสรรค์ ภูมิสถาน (2563) ซึ่งพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยมักต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ เช่น การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และแผนการท่องเที่ยวที่มีระบบ ข้อค้นพบนี้ แสดงให้เห็นว่า ช่วงวัยของ

นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อรูปแบบการเดินทางและระดับการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีรากฐานมาจากรายได้เฉลี่ยของแต่ละช่วงอายุไลฟ์สไตล์ รวมถึงภาระและความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่ม (กาญจนาวดี พวงขึ้น & แสงสรรค์ ภูมิสถาน, 2563) สันนิษฐานได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อยส่วนใหญ่น่าจะอยู่ในช่วงวัยเรียนหรือเพิ่งเริ่มทำงาน จึงมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ส่งผลให้เลือกใช้ยานพาหนะสาธารณะ และวางแผนการท่องเที่ยวภายใต้งบประมาณที่ประหยัดกว่า ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า มักมีความมั่นคงทางรายได้ และมีความต้องการด้านความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนตัว และคุณภาพของการเดินทางมากขึ้น จึงยินดีจ่ายเพื่อบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว

สันนิษฐานได้ว่า ความแตกต่างที่ปรากฏในผลการวิจัยดังกล่าวมิได้เป็นเพียงข้อมูลที่สะท้อนรูปแบบการใช้บริการ แต่ยังสามารถนำมาใช้เพื่อวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในด้านการแบ่งกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Market Segmentation) และการออกแบบบริการให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น การจัดระบบขนส่งมวลชนที่เข้าถึงง่ายในราคาประหยัดสำหรับกลุ่มเยาวชน หรือการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนความคุ้มค่าและความเป็นส่วนตัวสำหรับกลุ่มวัยทำงาน นอกจากนี้ ยังควรพิจารณาถึงรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ตอบสนองความสนใจของแต่ละกลุ่ม เช่น การจัดกิจกรรมเชิงผจญภัยหรือถ่ายภาพธรรมชาติสำหรับกลุ่มวัยหนุ่มสาว และการจัดกิจกรรมที่เน้นการพักผ่อนหรือการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับกลุ่มผู้ใหญ่ แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความหลากหลายของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุมและยั่งยืน เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดีควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจพฤติกรรมและบริบทชีวิตของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงวัยอย่างถ่องแท้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาบริการที่มีคุณภาพ และสร้างความประทับใจที่นำไปสู่ความภักดีในระยะยาวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิจัยนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายในการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม ซึ่งควรถูกนำมาพิจารณาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างทางเลือกที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ผลการวิจัยยัง สอดคล้องกับการศึกษาของ อุมพร บุญเพชรแก้ว และคณะ (2561) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเกาะหมาก โดยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่ามีแนวโน้มใช้จ่ายสูงขึ้น และให้ความสำคัญกับการพักผ่อนที่มีความสะดวกสบายและตอบโจทย์สุขภาพกายใจมากขึ้น ทั้งยังพบการเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถเช่ามากกว่ารถสาธารณะ (อุมพร บุญเพชรแก้ว และคณะ, 2561) ซึ่งสะท้อนถึงระดับรายได้และความพร้อมในการใช้จ่ายของกลุ่มอย่างชัดเจน ในขณะที่ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า แม้จะมีความแตกต่างในด้านยานพาหนะและระดับค่าใช้จ่าย แต่ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางและกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจยังคงมีลักษณะที่

คล้ายคลึงกันระหว่างกลุ่มวัย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน ชื่นชมธรรมชาติ หรือหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อีระ สินเดชารักษ์ (2564) ที่ชี้ว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงคาร์บอนต่ำ มีเป้าหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนใกล้เคียงกัน โดยไม่ได้จำกัดอยู่แค่บางช่วงอายุเท่านั้น (อีระ สินเดชารักษ์, 2564)

นอกจากนี้ ความต้องการด้านความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุมาก ยังสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้จากงานวิจัยของ กาญจนาวดี พวงชื่น และแสงสรรค์ ภูมิสถาน (2563) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่ากลุ่มนี้ต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะทาง และบริการที่เหมาะสมกับสภาพร่างกาย เช่น การเดินทางที่ไม่ซับซ้อน สถานที่พักที่ปลอดภัย และมีบริการที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ โดยมักจะวางแผนการเดินทางล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ และใช้จ่ายเพื่อความสบายอย่างเต็มที่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแม้อายุจะเป็นปัจจัยหนึ่ง แต่ก็อาจไม่ใช่ปัจจัยชี้ขาดว่ากลุ่มใดจะมีทัศนคติด้านการอนุรักษ์หรือมีพฤติกรรมการเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ากันเสมอไป (สุธีวรรณ ปราณีธรรม, 2564) เนื่องจากแรงจูงใจในการพักผ่อนและมองหาประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาตินั้นเป็นความปรารถนาโดยรวมของนักท่องเที่ยวหลากหลายวัย เมื่อพิจารณาประเด็นเรื่องความแตกต่างของช่วงอายุของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบนเกาะหมากตามกรอบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยยังพบว่า ตัวแปรบางประการ เช่น วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง หรือช่วงเวลาที่นิยมเดินทาง ไม่มีความแตกต่างที่ชัดเจนตามช่วงวัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเกาะหมากสามารถตอบสนองความต้องการในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุมหลากหลายกลุ่มอายุ โดยเฉพาะในบริบทของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เงียบสงบ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการตลาดของผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เน้นภาพลักษณ์ของเกาะหมากในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อีระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2560) ที่ระบุว่า ศักยภาพของเกาะหมากอยู่ที่ความปลอดภัยของกิจกรรมท่องเที่ยว การเข้าถึงที่สะดวก และคุณค่าทางธรรมชาติที่โดดเด่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจากหลากหลายวัยเกิดความพึงพอใจในระดับสูงและเลือกเดินทางกลับมาอีกครั้ง และสอดคล้องกับการศึกษาของ อารยา สุนทรวีภาต และคณะ (2565) ที่ชี้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในเกาะหมากอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านการบริการที่เป็นมิตรและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม (อารยา สุนทรวีภาต และคณะ, 2565)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 6 (H6) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด โดยจำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.00) ซึ่ง แสดงให้เห็นว่า ช่วงอายุของ

นักท่องเที่ยวมีผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานหรือวัยผู้ใหญ่ อาจมีความตระหนักและเข้าใจถึงความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากกว่ากลุ่มอายุน้อย โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ระบบการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ หรือแนวทางการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สันนิษฐานว่า กลุ่ม Adult Tourist มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่า และอาจมีความเชื่อมโยงกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การมีวิถีชีวิตที่ต้องการความยั่งยืน และการใส่ใจต่อบริบทสังคมมากขึ้น ในขณะที่กลุ่ม Youth Tourist อาจให้ความสำคัญกับประสบการณ์ตรงหรือกิจกรรมเฉพาะหน้าในระหว่างการท่องเที่ยวมากกว่าการพิจารณาถึงภาพรวมของแนวทางการพัฒนาเชิงระบบผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ชี้ให้เห็นว่า ความตระหนักรู้และทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมักพัฒนาเพิ่มขึ้นตามช่วงวัย ประสบการณ์ชีวิต และระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ ทั้งนี้ ดังนั้นควรจะมีการออกแบบแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มวัย โดยเฉพาะการพัฒนาสื่อสารรณรงค์หรือกิจกรรมที่สามารถปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อยได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระยะยาว

ดังนั้นควรจะมีการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความหลากหลายทางช่วงวัยของนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการให้บริการ การเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่ม เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับงบประมาณ ไลฟ์สไตล์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุ พร้อมทั้งส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถเชื่อมโยงคุณค่าทางธรรมชาติให้สอดคล้องกับรูปแบบการพักผ่อนของแต่ละวัยอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีคุณภาพ และยั่งยืนในระยะยาว ตลอดจนสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มวัยอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด

ผลการศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการจัดการและปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก จังหวัดตราด จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีองค์ประกอบหลัก 5 ด้านที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมถือเป็นปัจจัยสำคัญลำดับต้นในการพัฒนาเกาะหมากให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งในระดับชุมชนและภาคธุรกิจ ซึ่งสามารถสรุปออกเป็นประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) การจัดการขยะและของเสีย ทั้งระบบรีไซเคิล การจัดการขยะเศษอาหาร และการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-Use Plastic) ซึ่ง สะท้อนให้เห็นว่าแนวทางลดปริมาณของเสียและการจัดการขยะอย่างมีระบบเป็นรากฐานของการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) ที่ชี้ให้เห็นว่า Waste Management เป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สงกรานต์ กลมสุข, 2558) และสนับสนุนโดยงานของ วิสาชา ภูจินดา และณัฏฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) ซึ่งพบว่าการจัดการขยะในชุมชนท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง 2) การใช้พลังงานหมุนเวียน โดยเฉพาะพลังงานแสงอาทิตย์ และมาตรการประหยัดพลังงานในที่พักรหรือสถานที่ท่องเที่ยว (วิสาชา ภูจินดา & ณัฏฐธิดา พัฒนเจริญ, 2564) แสดงให้เห็นว่าพื้นที่เกาะหมากมีความพยายามลดการพึ่งพาพลังงานจากฟอสซิล และมุ่งสู่การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) สอดคล้องกับผลการศึกษาโดย นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุณารมย์ (2560) ที่ระบุว่าจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของแนวทางการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ของเกาะหมาก 3) การควบคุมมลภาวะทางเสียงและอากาศ เช่น การจำกัดเสียงรบกวนในเวลากลางคืน และการลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในการเดินทางในพื้นที่ สันนิษฐานว่า การควบคุมมลภาวะในมิติทางสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน มีบทบาทต่อการคงไว้ซึ่งระบบนิเวศและความน่าอยู่อาศัยของพื้นที่เกาะ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารีทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล และอัศวิน แสงพิกุล (2567) ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการจัดการมลพิษทางอากาศและพลังงานในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และ 4) การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity Management) เพื่อป้องกันความแออัดและลดผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อมในระยะยาว (ธารีทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล & อัศวิน แสงพิกุล, 2567) ซึ่ง สะท้อนให้เห็นว่าแนวคิดเรื่องขีดความสามารถในการรองรับ ไม่เพียงช่วยลดความเสื่อมโทรมของธรรมชาติ แต่ยังช่วยเพิ่มคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวด้วย สอดคล้องกับการศึกษาโดย ทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรณ (2554) ที่ชี้ว่าการควบคุมจำนวนผู้เข้าใช้พื้นที่มีผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในระยะยั่งยืน (ทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรณ, 2554)

การดำเนินการตามแนวทางข้างต้นยังได้รับการสนับสนุนจากนโยบายในระดับพื้นที่ เช่น “ธรรมนูญเกาะหมาก” ที่จัดทำโดยความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น ซึ่ง แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการกำหนดแนวทางร่วมเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและพัฒนาเกาะหมากอย่างยั่งยืน ตามที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน, 2565) และ เมธิกา พ่วงแสง (2566) ได้กล่าวถึงการจัดทำธรรมนูญ 8 ข้อ ที่มุ่งผลักดันให้

เกาะหมากเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนต่ำที่สุดในประเทศไทย ดังนั้นแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก เป็นตัวอย่างของการดำเนินนโยบายระดับพื้นที่ที่มีความสมดุลระหว่างแนวคิดระดับมหภาคและปฏิบัติการระดับจุลภาค ความสำเร็จดังกล่าวไม่ได้เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่เป็นผลจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง ดังนั้นควรจะมีการส่งเสริมและยกระดับกลไกการจัดการสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ให้มีความต่อเนื่อง ผ่านการสนับสนุนเชิงนโยบาย การพัฒนาศักยภาพของชุมชน และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างจิตสำนึกในด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การรักษาสถานภาพของเกาะหมากในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนในอนาคต

2) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) แสดงให้เห็นว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจ การมีส่วนร่วม และการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทั้งในระดับนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ โดยสามารถแบ่งแนวทางหลักออกได้เป็น 4 ด้านสำคัญ ดังนี้ 1) การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง ผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ช่วยเตรียมความพร้อมและปลูกจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารเชิงรุกสามารถส่งเสริมพฤติกรรมอนุรักษ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับการวิจัยของ อีระ สินเดชารักษ์ (2564) ที่พบว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความเต็มใจในการสนับสนุนสถานประกอบการ และเสริมด้วยข้อค้นพบของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์ (2560) ซึ่งระบุว่า การให้ความรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ เมธิกา พ่วงแสง (2566) ยังชี้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ 2) การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติ เช่น เวิร์กช็อป การปลูกป่า การเก็บขยะ หรือการเรียนรู้วิถีชุมชน ช่วยส่งเสริมความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับคุณค่าของการอนุรักษ์ (เมธิกา พ่วงแสง, 2567) สันนิษฐานว่าการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงสามารถกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้มากกว่าการสื่อสารทางเดียว สอดคล้องกับงานของ ธารทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล และอัศวิน แสงพิกุล (2567) ที่พบว่ากิจกรรมร่วมระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ตลอดจนงานวิจัยของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) ที่ชี้ว่า การแบ่งปันความรู้ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมคือหัวใจของแนวทางพัฒนาอย่างยั่งยืน และจากการศึกษาของ กมลทนก เกียรติศักดิ์ชัย และชื่นชนก โควินท์ (2563) ยังพบว่าความเชื่อมโยงของเครือข่ายเป็น “สมรรถนะหลัก” ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในชุมชนเกาะหมาก 3) ความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือ ช่วยแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดีด้านการอนุรักษ์และการจัดการสิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นว่าเครือข่ายที่มีศักยภาพสูงสามารถขับเคลื่อนนโยบายและกิจกรรมที่ส่งผลต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์นักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ชาคริต อ่อง

ทุน และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ที่เน้นย้ำถึงบทบาทของภาคีเครือข่ายในภาคตะวันออก รวมถึงงานของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) ที่เสนอว่าการสร้างเครือข่ายความรู้คือกลยุทธ์หลักในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และ 4)การจัดทำฐานข้อมูลความรู้ เช่น ระบบฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศ เพื่อบันทึกผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้สามารถวางแผนและบริหารจัดการพื้นที่ได้อย่างแม่นยำ สอดคล้องกับการศึกษาของ สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ (2560) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การมีระบบข้อมูลที่ชัดเจนและทันสมัยสามารถสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย และช่วยท้องถิ่นติดตามสถานะสิ่งแวดล้อมได้อย่างทันทั่วทั้ง (สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์, 2560)

ดังนั้นสรุปได้ว่า ควรจะมีการส่งเสริมระบบการจัดการความรู้แบบบูรณาการ ที่เชื่อมโยงทั้งการสื่อสารข้อมูล การจัดกิจกรรมมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการพัฒนาฐานข้อมูล เนื่องจากการจัดการความรู้ไม่ควรถูกมองเพียงในมิติของการให้ข้อมูล แต่ควรถูกยกระดับให้เป็น ระบบการเรียนรู้ร่วมของทุกภาคส่วนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและมีทิศทางจะส่งผลโดยตรงต่อความยั่งยืนของเกาะหมากในระยะยาว ทั้งในด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ของพื้นที่ และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การสนับสนุนกลไกดังกล่าวโดยภาครัฐ และการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการความรู้จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการยกระดับสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) แสดงให้เห็นว่าแนวคิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นกลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่มีการดำเนินการตามแนวทางคาร์บอนต่ำในหลายมิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ กัลยารัตน์ ศิริรัตน์ วิมา ชุ่มบัณฑิต และภัทรพล มหาพันธ์ (2568) ที่ระบุว่า “แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ” เป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวในบริบทความยั่งยืน แนวทางสำคัญที่พบในพื้นที่มีดังนี้ 1) การใช้พลังงานหมุนเวียน โดยเฉพาะพลังงานแสงอาทิตย์ ในสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักในเกาะหมาก สะท้อนให้เห็นว่าการใช้พลังงานสะอาดมีบทบาทในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากระบบโครงสร้างพื้นฐาน (กัลยารัตน์ ศิริรัตน์ และคณะ, 2568) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธาณีทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล และอศวิน แสงพิกุล (2567) ที่เสนอว่าการจัดการพลังงานเป็นองค์ประกอบสำคัญของแนวทางท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในประเทศไทย 2) การส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้รถโดยสารไฟฟ้า การเพิ่มโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินหรือจักรยาน สันนิษฐานว่า การลดการพึ่งพายานพาหนะเครื่องยนต์สันดาปช่วยลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของนักท่องเที่ยวในระดับที่จับต้องได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ชาคริต อ่องทุน และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ที่เน้นการเดินทางในพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยวิธีที่ไม่สร้างมลพิษ เช่น รถ

กอล์ฟ รถพลังงานแสงอาทิตย์ หรือการเดินเท้า 3) การลดการใช้พลาสติกและทรัพยากรสิ้นเปลือง ผ่านการรณรงค์ให้ใช้วัสดุย่อยสลายได้แทนพลาสติกใช้ครั้งเดียว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถ่ายทอดไปยังผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับการศึกษาของ เมทิกา พ่วงแสง (2566) ที่พบว่าการจัดการขยะและพลาสติกในพื้นที่เกาะหมากเป็นแนวทางปฏิบัติที่ส่งเสริมการลดคาร์บอนในเชิงรูปธรรม และ 4) การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ เช่น การพายเรือ การเดินป่า หรือกิจกรรมที่ไม่ใช้เครื่องยนต์ ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยวโดยตรง สอดคล้องกับการศึกษาของ กัลยารัตน์ ศิริรัตน์ วิณา ชุ่มบัณฑิต และภัทรพล มหาจันทร์ (2568) ที่ย้ำว่ากิจกรรมเหล่านี้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ และสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดังนั้นสรุปได้ว่า ควรจะมีการส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีการดำเนินงานตามแนวทางคาร์บอนต่ำอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ทั้งในระดับโครงสร้างพื้นฐาน การวางแผนกิจกรรม และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว พร้อมทั้งเป็นต้นแบบของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ

4) ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เนื่องจากประสบการณ์ที่ประทับใจสามารถกระตุ้นให้เกิดการเดินทางซ้ำ และส่งเสริมพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร บุญเพชรแก้ว และคณะ (2561) ซึ่งพบว่า ประสบการณ์ที่ดีเป็นแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการกลับมาเยือนเกาะหมากอีกครั้ง และสอดคล้องกับ จุฑาธิปต์ จันทรเอียด และคณะ (2561) ที่ชี้ว่าการมีกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถเสริมสร้างคุณค่าประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ แนวทางที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี ได้แก่ 1) กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือคายัค เก็บขยะชายหาด หรือปลูกป่าโกงกาง (จุฑาธิปต์ จันทรเอียด และคณะ, 2561) สะท้อนให้เห็นว่า กิจกรรมลักษณะนี้ช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่และชุมชน เพิ่มคุณค่าทางจิตใจ และสร้างความต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป สอดคล้องกับ ธารีทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล และอัศวิน แสงพิกุล (2567) ที่เน้นบทบาทของกิจกรรมร่วมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ 2) บรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การรักษาความสงบ และการใช้บริการจากผู้ประกอบการที่เน้นธรรมชาติ เช่น ที่พักที่ใช้วัสดุธรรมชาติและอาหารท้องถิ่น สันนิษฐานว่า สภาพแวดล้อมที่สงบและเป็นธรรมชาติสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจกลับมาเยือนอีกครั้ง สอดคล้องกับการศึกษาของ อารยา สุนทรวิภาต และคณะ (2565) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงต่อกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกบนเกาะหมาก 3) การได้รับบริการที่ดีและสิ่งอำนวยความสะดวก

ครบครัน เช่น ที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และการจัดการขยะอย่างมีระบบ สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยดึงดูด (Attractiveness Factor) จากสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เด่น อร่ามศรี (2557) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิคมสม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์ (2560) ที่พบว่า ความสะอาดและกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในที่พักส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (นิคมสม อักษรประดิษฐ์ & ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์, 2560) และ 4) ความปลอดภัยและการดูแลอย่างใส่ใจ ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งเสริมประสบการณ์ที่ดี โดยเฉพาะในกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การดำน้ำหรือเดินป่า ซึ่งต้องมีมาตรการความปลอดภัยชัดเจน เช่น การเตรียมพร้อมอุปกรณ์ การให้ข้อมูลล่วงหน้า และระบบเตือนภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2560) ที่พบว่าความประทับใจของนักท่องเที่ยวในเกาะหมากมาจากการมีระบบความปลอดภัยที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้งเส้นทางคมนาคมและกิจกรรมในธรรมชาติ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ควรจะมีการส่งเสริมการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมกับธรรมชาติ ความสงบ ความปลอดภัย และความสะดวกสบายอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่ความยั่งยืนทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือนในระยะยาว

5) ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) แสดงให้เห็นว่า ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ภาครัฐ หรือองค์กรพัฒนา สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่สามารถดำเนินการได้โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงลำพัง ผลการสัมภาษณ์ชี้ว่า 1) การสร้างเวทีประชาคมและเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ และเพิ่มการยอมรับในมาตรการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ วิสาขา ภูจินดา และณัฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) ที่เสนอว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต้องมีความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในระดับพื้นที่ เช่นเดียวกับการศึกษาของ ภัญญะภัส พฤชากิจ และคณะ (2565) ที่พบว่าชุมชนเกาะหมากมีความพึงพอใจต่อกระบวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา (ภัญญะภัส พฤชากิจ และคณะ, 2565b) และงานของ นิคมสม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์, 2560) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนคือปัจจัยสำคัญในการผลักดันแนวคิด Low Carbon Tourism ให้เกิดผลอย่างแท้จริง 2) การสนับสนุนจากผู้ประกอบการและภาครัฐ มีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการจัดอบรม การพัฒนาองค์ความรู้ และการสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นว่าการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชน คือกลไกสำคัญในการยกระดับศักยภาพของพื้นที่ สอดคล้องกับการศึกษาของ กมลกนก เกียรติศักดิ์ชัย และชื่นชนก โควินท์

(2563) ที่ระบุถึงสมรรถนะของคนในชุมชนว่าอยู่บนฐานของความร่วมมือและความรู้ รวมถึงงานของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) ที่เสนอให้มีหน่วยงานกลาง เช่น องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษฯ เข้ามาประสานงานเพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพสูงสุด 3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ หรือการจัดการหรือการมีข้อตกลงร่วมกัน (Co-Management) ช่วยให้ทุกฝ่ายสามารถบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดความขัดแย้งในการพัฒนา สันนิษฐานว่า ความเข้มแข็งของเครือข่ายในพื้นที่จะช่วยให้การดำเนินงานในเชิงนโยบายสามารถแปลงสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ เสรี วงษ์มณฑา (2563) ที่เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ต้องมีความร่วมมือแบบบูรณาการจากทั้งภาครัฐ เอกชน ผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว รวมถึงการเปิดโอกาสให้ชุมชนสะท้อนปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไขที่ตรงจุด (เสรี วงษ์มณฑา, 2563)

ดังนั้นสรุปได้ว่า ควรจะมีการออกแบบระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่เปิดกว้างต่อการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านนโยบาย กิจกรรม และการติดตามผล โดยใช้หลักการมีส่วนร่วมเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ ความเป็นเจ้าของ และแรงจูงใจในการดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

เมื่อนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพมาพัฒนาเป็นผลลัพธ์ที่สามารถวัดค่าได้เชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำ 100 ตัวแปร โดยอ้างอิงจาก 5 องค์ประกอบหลัก ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เนื้อหา มาสร้างเป็น แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับ และใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 500 คน แนวทางนี้เป็นไปตามหลักวิจัยเชิงปริมาณที่ต้องการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร และวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้มาตราส่วน 5 ระดับช่วยให้สามารถ ประเมินระดับความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบ ได้อย่างชัดเจนและมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 แสดงให้เห็นว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ที่ดี มีเอกลักษณ์ และสอดคล้องกับแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวของเกาะหมาก จังหวัดตราดสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกมิติ สอดคล้องกับการศึกษาของ อุมพร บุญเพชรแก้ว และคณะ (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์

คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด และสอดคล้องกับการศึกษาของ อารยา สุนทรวิภาต และคณะ (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกาะหมาก จังหวัดตราด ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่ได้รับความสำคัญสูงสุด คือ การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน มีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.74 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการพักผ่อนในบรรยากาศที่เงียบสงบและปราศจากมลภาวะ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ (2560) ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมากจังหวัดตราด นำเสนอว่า การสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่สงบสุขและมีบรรยากาศธรรมชาติที่ไม่ถูกทำลาย ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าการคงไว้ซึ่งความสงบและความเป็นธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญต่อความผูกพันของนักท่องเที่ยวในระยะยาว

ปัจจัยที่สำคัญรองลงมาคือ การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่นและความปลอดภัยและการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 4.73 สะท้อนถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในการได้รับบริการที่พิเศษและปลอดภัย สอดคล้องกับการศึกษาของ อิสรพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2560) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลเกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะและบริการที่ปลอดภัยจะสร้างความประทับใจและเพิ่มความภักดีของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น สันนิษฐานได้ว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มประเมินคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวจากความรู้สึกได้รับการดูแล ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความภักดี (Loyalty) อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ต้องอาศัยการเดินทางระยะไกลหรือเผชิญกับข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความพร้อมของระบบบริการที่มีคุณภาพและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น ที่พักที่ใช้พลังงานสะอาด หรือร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น จึงมีบทบาททั้งในมิติของความยั่งยืนและความพึงพอใจอย่างเป็นรูปธรรม และเมื่อพิจารณาประเด็นความเป็นเอกลักษณ์ของประสบการณ์ สันนิษฐานว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาได้จากแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและธรรมชาติ เช่น การดำน้ำดูปะการังในพื้นที่ที่มีการฟื้นฟูแนวปะการัง หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ที่จัดโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ที่มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์พบว่า การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.70 แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการได้รับบริการที่สะดวกสบายและสอดคล้องกับแนวทางการรักษาสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา สุนทรวิภาต และคณะ (2565) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแนวทาง

การยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกษะหมาก จังหวัดตราด พบว่า การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงานสะอาดและการจัดการขยะที่ดี ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และการสร้างความประทับใจจากการบริการที่เป็นมิตร ความประทับใจจากการได้รับบริการที่เป็นมิตรและใส่ใจจากผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ย 4.70 แสดงถึงความสำคัญของการบริการที่สร้างประสบการณ์ที่ดีและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนอีกครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร บุญเพชรแก้ว และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน เกษะหมาก จังหวัดตราด การให้บริการที่เป็นมิตรและใส่ใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจและความภักดีในการกลับมาเยือน

ในภาพรวม ผู้วิจัยเห็นว่าการจัดการประสบการณ์ท่องเที่ยว ไม่ควรถูกมองเพียงในเชิงกิจกรรมหรือบริการเท่านั้น แต่ควรถูกออกแบบในลักษณะของกระบวนการการมีส่วนร่วมที่ผสมผสานทั้งความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเข้ากับเป้าหมายการอนุรักษ์ในพื้นที่ โดยการออกแบบกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ที่แฝงความรู้ และการสื่อสารที่เน้นแรงบันดาลใจ จะช่วยยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์ได้ในระยะยาว ดังนั้น ผู้วิจัยเสนอว่า การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณ และควรส่งเสริมกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในมิติทางสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และชุมชน เพื่อสร้างความผูกพันและพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระยะยาว

2) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) โดยภาพรวมด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 แสดงให้เห็นว่าการจัดการแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศ การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำจึงเป็นแนวคิดที่เน้นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้มาตรการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกษะหมาก จังหวัดตราด สอดคล้องกับการศึกษาของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) การศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ ในประเทศไทย และการศึกษาของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุณารมย์ (2560) ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกษะหมากจังหวัดตราด โดยการพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินใน

พื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิงได้รับการจัดอันดับเป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.74 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการใช้พาหนะที่ไม่ใช้เชื้อเพลิงเป็นปัจจัยสำคัญในการลดคาร์บอนไดออกไซด์ สอดคล้องกับการศึกษาของ ญัณฐาศักดิ์ ทิษฏิญาณิน (2565) เรื่อง แนวทางพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาอำเภอย่านตาขาว จังหวัดตรัง พบว่า การพัฒนาเส้นทางจักรยานในแหล่งท่องเที่ยวช่วยเพิ่มโอกาสในการเดินทางที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษและช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ญัณฐาศักดิ์ ทิษฏิญาณิน, 2565) สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การพัฒนาเส้นทางจักรยานและทางเดินเท้า รวมถึงการสนับสนุนพาหนะที่ไม่ใช้เชื้อเพลิง ไม่เพียงช่วยลดการปล่อยคาร์บอน แต่ยังสร้างอัตลักษณ์เชิงสิ่งแวดล้อมให้กับพื้นที่ เช่นเดียวกับในกรณีของเกาะหมากที่สามารถนำเส้นทางจักรยานมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางตำแหน่งทางการตลาดของพื้นที่ท่องเที่ยวได้

อีกทั้งผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การมีการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 แสดงถึงความสำคัญของการใช้พลังงานสะอาดในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งช่วยลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุณารมย์ (2560) ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า การจัดการการใช้พลังงานที่ดีในพื้นที่ท่องเที่ยว ปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) ของพื้นที่เกาะหมาก การนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความยั่งยืนและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น สันนิษฐานได้ว่า นักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันโดยเฉพาะกลุ่มที่มีการศึกษาสูงและตระหนักถึงวิกฤติสภาพภูมิอากาศ มีแนวโน้มเลือกเดินทางไปยังพื้นที่ที่มีระบบนิเวศที่ดีและระบบการจัดการพลังงานสะอาด ซึ่งช่วยเสริมสร้างคุณค่าในเชิงจิตใจและคุณภาพประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป

อีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญคือ การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำ เช่น การพายเรือ การเดินป่า หรือการปั่นจักรยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล สอดคล้องกับการศึกษาของ จุฑาธิปต์ จันทรเอยัด และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง รูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ใช้เชื้อเพลิงช่วยลดการปล่อยคาร์บอนและเพิ่มความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยว และการมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติจริง

สอดคล้องกับการศึกษาของ ชีระ สินเดชารักษ์ (2564) การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ การรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานประกอบการภาคีเครือข่ายขององค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (อพท.) พบว่าการให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านป้ายและสื่อออนไลน์สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ชีระ สินเดชารักษ์, 2564) สะท้อนให้เห็นว่า การใช้ป้ายข้อมูลในพื้นที่ร่วมกับสื่อออนไลน์สามารถสร้างระบบนำทางเชิงพฤติกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

โดยสรุป ผู้วิจัยเสนอว่าแนวคิดแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำควรถูกยกระดับให้เป็นกรอบการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ในระดับพื้นที่ โดยบูรณาการเข้ากับระบบนิเวศท้องถิ่นและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ขณะเดียวกันควรมีการสนับสนุนภาคีในพื้นที่ให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมที่สนับสนุนแนวทางคาร์บอนต่ำอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในด้านพลังงานสะอาด การเดินทางที่ปลอดภัย และการสื่อสารเชิงพฤติกรรม เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ไม่กระทบสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แนวทางการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำไม่ใช่เพียงแค่นโยบายแต่เป็น “วิถีปฏิบัติร่วม” ที่นักท่องเที่ยวชุมชน และผู้ประกอบการสามารถมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในทุกมิติของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เนื่องจากการบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชนผู้ประกอบการ ภาครัฐ และนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของเกาะหมาก จังหวัดตราด แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายเป็นหัวใจสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการศึกษาของ วิสาชา ภูจินดา และณัฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) เรื่อง การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านสนำ ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และการศึกษาของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) การศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ ในประเทศไทย จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่ได้รับความสำคัญสูงสุดคือ การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.74 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการมีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาและกำกับดูแลการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การมีหน่วยงานเฉพาะที่มีบทบาทชัดเจนช่วยให้เกิดการประสานงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน แสดงให้เห็นว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ให้ความสำคัญกับการมีองค์กรนำที่มีอำนาจและความสามารถในการประสาน

แผนงานทั้งในระดับชุมชนและระดับนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการแบบบูรณาการ (Integrated Management) ที่เชื่อว่าความสำเร็จในการดำเนินงานจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการกำหนดโครงสร้างความรับผิดชอบที่ชัดเจน

ปัจจัยรองลงมาคือ การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.73 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสร้างความรู้และทักษะในการดำเนินงานเชิงอนุรักษ์มีบทบาทสำคัญในการยกระดับมาตรฐานของการให้บริการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาศริต อ่องทุน และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) เรื่อง การปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาชุมชนในภาคตะวันออกของไทย พบว่า การฝึกอบรมผู้ประกอบการในท้องถิ่นเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อมและสร้างความตระหนักรู้ได้อย่างมาก (ชาศริต อ่องทุน & นรินทร์ สังข์รักษา, 2562) สะท้อนให้เห็นว่า ทุนมนุษย์เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยเห็นว่า การให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาทักษะบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสายอนุรักษ์ จะช่วยยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และภาพลักษณ์

อีกปัจจัยสำคัญคือ การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.71 ซึ่งช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลกนก เกียรติศักดิ์ชัย และชินชนก โควินท์ (2563) ศึกษาเรื่องสมรรถนะของคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่แสดงให้เห็นว่า การสร้างพื้นที่ให้ชุมชนสามารถแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจส่งผลให้การพัฒนาท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน อีกทั้งมีความตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างพื้นที่กลางสำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูล และข้อเสนอแนะ ซึ่งไม่เพียงเป็นเครื่องมือกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชน แต่ยังเป็นกลไกสร้างความเป็นเจ้าของร่วม (Sense of Ownership) ต่อแนวทางการพัฒนาในพื้นที่

ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.70 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเป็นสิ่งสำคัญในการรวมพลังจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการศึกษาของ ธารทิพย์ เหลาวิโรจนกุล และอัศวิน แสงพิกุล (2567) เรื่อง การวิเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในประเทศไทย โดยใช้เกาะหมาก จังหวัดตราด แสดงให้เห็นว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท้องถิ่นกับภาคส่วนต่าง ๆ สามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น สรุปได้ว่าการส่งเสริมความร่วมมือของชุมชน

กับองค์กรภายนอกพื้นที่เป็นกลยุทธ์ที่ทรงพลังในการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงทรัพยากร เทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามพื้นที่ แต่ยังช่วยขยายผลแนวปฏิบัติที่ดีไปสู่ระดับนโยบายและพื้นที่อื่น ๆ ได้

จากภาพรวมทั้งหมด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนควรถูกมองในฐานะกระบวนการที่ลึกซึ้งและเป็นระบบ มากกว่าการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นเพียงอย่างเดียว เพราะแท้จริงแล้ว การมีส่วนร่วมที่แท้จริงหมายถึงการกระจายอำนาจในการตัดสินใจและการดำเนินงานไปสู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจ และมีผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ การสร้างการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งจึงจำเป็นต้องประกอบด้วยสามองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ โครงสร้างทางสถาบันที่มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบอย่างชัดเจนและสามารถเชื่อมโยงการทำงานกับภาคีต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลไกการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอย่างโปร่งใสผ่านกระบวนการที่สร้างความไว้วางใจร่วมกัน และกลยุทธ์เชิงพัฒนาที่เน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการให้ความรู้ การฝึกอบรม และการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือที่สามารถขับเคลื่อนงานด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นหากสามารถดำเนินการทั้งสามองค์ประกอบนี้ได้อย่างครบถ้วนและมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งยังคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นต้นทุนทางสังคมที่มีคุณค่ายิ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.64 และช่วงค่าเฉลี่ยของแต่ละรายการอยู่ระหว่าง 4.75-4.46 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูล ความรู้ และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ UNWTO (2019) ที่เน้นว่า "การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากช่วยเพิ่มขีดความสามารถของนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ ให้สามารถปรับตัวและปฏิบัติตามแนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม" ปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูงสุดมีค่าเฉลี่ย 4.75 คือ การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ แสดงให้เห็นว่าการมีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เกิดการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ชาคิริต อ่องทุน และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) เรื่อง การปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการ

ท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาชุมชนในภาคตะวันออกของไทย พบว่า ความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันอย่างจริงจังเป็นปัจจัยภายนอกในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำให้สำเร็จ สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมิได้อาศัยเพียงการดำเนินการเชิงเดี่ยวของแต่ละหน่วยงาน แต่ต้องเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ร่วมและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งในระดับพื้นที่และระดับนโยบาย เนื่องจากการจัดการความรู้เป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปรับตัวต่อความท้าทายของการท่องเที่ยวในอนาคต

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การให้ข้อมูลที่ชัดเจนและเข้าถึงง่ายเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก โดยมีปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูง ได้แก่ การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลให้อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (มีค่าเฉลี่ย 4.73) และการมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (มีค่าเฉลี่ย 4.72) ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการเครื่องมือช่วยนำทาง ในการปฏิบัติตามแนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารทิพย์ เหลาวิโรจนกุล และอัศวิน แสงพิกุล (2567) เรื่อง การวิเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในประเทศไทย โดยใช้เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นกรณีศึกษา การให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับมาตรการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่า ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าถึงได้ง่ายมีบทบาทในฐานะสื่อตัวกลาง สามารถเชื่อมโยงระหว่างการรับรู้กับพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางสิ่งแวดล้อมอย่างเกาะหมาก จังหวัดตราด

อีกทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.67 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ความรู้และส่งเสริมพฤติกรรมอนุรักษ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวงานศึกษาของ วาริชต์ มัธยมบุรุษ (2561) เรื่องรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสารข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมสามารถเพิ่มการรับรู้และเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ สอดคล้องกับข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็วผ่านช่องทางดิจิทัล สันนิษฐานว่า แนวโน้มดังกล่าวเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยีและวัฒนธรรมการสื่อสารของกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่น Y และ Z ที่มีพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลมากกว่าสื่อดั้งเดิม

โดยสรุป ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการจัดการความรู้ มิใช่เพียงบทบาทเสริมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หากแต่ควรถูกยกระดับให้เป็นกลไกหลักที่ขับเคลื่อนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิง

นิเวศซึ่งมีความซับซ้อนด้านทรัพยากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพควรประกอบด้วยกรอบการออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงวัย และการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ผ่านเครือข่ายความร่วมมือในระดับต่าง ๆ แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้เกิดการยกระดับทั้งด้านการรับรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ช่วยเสริมสร้างสมรรถนะของชุมชนในการจัดการทรัพยากรของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว โดยมีรากฐานจากความรู้ ความสามารถ และความร่วมมือ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เพียงคงไว้ซึ่งความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม แต่ยังยึดโยงกับความภาคภูมิใจและอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่อย่างแท้จริง

5) องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) แสดงให้เห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในบริบทของเกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.65 และแต่ละรายการในองค์ประกอบดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยที่อยู่ในช่วง 4.79–4.52 สะท้อนให้เห็นว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยหลักที่สร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างแท้จริง ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ UNWTO (2019) ที่เน้นว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีรากฐานอยู่บนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่กับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สงกรานต์ กลมสุข (2558), วิสาชา ภูจินดา และณัฏฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) ซึ่งระบุว่าการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในรายละเอียด พบว่าการส่งเสริมกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือคายัคหรือการเก็บขยะชายหาด ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (4.79) สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความตระหนักและให้การสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธิกา พ่วงแสง (2566) ที่ชี้ว่ากิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สามารถกระตุ้นพฤติกรรมเชิงบวกได้ในระยะยาว การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมของพื้นที่เกาะหมากสะท้อนถึงความสำเร็จของพื้นที่ในการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก ผู้วิจัยเห็นว่ากิจกรรมลักษณะนี้ไม่เพียงช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่เรียนรู้ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยว ได้รับคะแนนเฉลี่ย 4.76 และการใช้จักรยานภายในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ที่ 4.75 ซึ่ง สันนิษฐานว่า นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการลดการใช้พลังงานฟอสซิลและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สอดคล้องกับการศึกษาของ นิคม สม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์ (2560) ที่ระบุว่าการจัดการด้านพลังงานเป็นเงื่อนไขสำคัญของความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ และสอดคล้องกับ ชาคิต อ่องทุน และ

นรินทร์ สังข์รักษา (2562) ที่พบว่า การส่งเสริมรูปแบบการเดินทางทางเลือก เช่น จักรยาน รถไฟฟ้า หรือรถพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมในบริบทของประเทศไทย ดังนั้นควรจะมีการยกระดับมาตรการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องทั้งในมิติของการส่งเสริมกิจกรรมที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานสะอาด และการจัดการการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนของพื้นที่ และสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ทั้งนักท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบสนับสนุนที่ช่วยลดการปล่อยคาร์บอน สันนิษฐานได้ว่าการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไม่ได้อิงอยู่เพียงที่ปัจจัยด้านประสบการณ์หรือความสะดวกสบาย แต่ยังรวมถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในฐานะพื้นที่ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม อันเป็นคุณค่าร่วมที่สังคมในปัจจุบันให้ความสำคัญมากขึ้น

โดยสรุป ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การพัฒนาแนวทางจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น เกาะหมาก จึงควรได้รับการส่งเสริมในลักษณะเชิงระบบที่ไม่จำกัดเฉพาะการดำเนินงานรายกิจกรรม หากแต่ครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐาน การวางแผนระยะยาว และกลไกการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลงทุนในระบบพลังงานทางเลือก เช่น พลังงานแสงอาทิตย์หรือพลังงานสะอาดอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลและสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกัน การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมเก็บขยะชายหาด การดูแลป่าชายเลน หรือการเรียนรู้ระบบนิเวศท้องถิ่น ควรถูกยกระดับให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความหมายต่อจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาว โดยการรักษาสอดคล้องระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างรับผิดชอบ ร่วมกับการขับเคลื่อนผ่านองค์ความรู้ เทคโนโลยี และกลไกทางสังคมที่เข้มแข็งและยืดหยุ่น ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 (H6) ซึ่งเปรียบเทียบระดับความสำคัญขององค์ประกอบปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด จำแนกตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่ม Youth Tourist (อายุต่ำกว่า 30 ปี) และ Adult Tourist (อายุ 30 ปีขึ้นไป) มีการให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งนำไปสู่การยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สะท้อนให้เห็นว่า อายุและประสบการณ์ชีวิตของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการรับรู้และให้คุณค่าต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่ซึ่งมักมีรายได้มั่นคงกว่าและตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวในระยะยาวมากกว่ากลุ่มเยาวชน สอดคล้องกับงานของ Rodríguez et al. (2020) ที่พบว่านักท่องเที่ยวสูงวัยมักเลือก

บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน กลุ่มเยาวชนมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความสะดวกในการเดินทางมากกว่าเรื่องการอนุรักษ์โดยตรง ซึ่งสันนิษฐานว่าอาจเกิดจากข้อจำกัดด้านรายได้หรือประสบการณ์ในการรับรู้ถึงผลกระทบของกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงสิ่งแวดล้อม จากมุมมองด้านจิตวิทยาการท่องเที่ยว งานของ Wang et al. (2023) ชี้ว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไม่ขึ้นกับปัจจัยส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากแรงจูงใจทางสังคมและบรรทัดฐานในกลุ่มวัย ดังนั้นการเปรียบเทียบตามช่วงอายุจึงช่วยอธิบายความแตกต่างในการรับรู้และพฤติกรรมได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Pekersen and Canöz (2022) ซึ่งพบว่า อายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ เมื่ออายุเพิ่มขึ้น การรับรู้ถึงความสำคัญของระบบนิเวศและความจำเป็นของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน ผลการศึกษาที่พบความแตกต่างเชิงสถิติระหว่างกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรออกแบบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละช่วงวัย โดยเฉพาะการสื่อสารกับกลุ่มเยาวชน ซึ่งควรใช้ช่องทางที่เข้าถึงง่าย เช่น โซเชียลมีเดีย การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ หรือแคมเปญออนไลน์ที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมในประเด็นสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้ใหญ่ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนในระดับสูง ควรได้รับบริการและโครงสร้างพื้นฐานที่ตอบสนองต่อคุณภาพและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้หรือการอนุรักษ์ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ควรมีความยืดหยุ่นและตอบสนองตามลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม อย่างไรก็ตาม แม้จะอายุจะเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการรับรู้และให้ความสำคัญต่อประเด็นสิ่งแวดล้อม แต่สันนิษฐานว่าปัจจัยอื่น ๆ เช่น รายได้ ประสบการณ์การเดินทาง หรือความสนใจเฉพาะด้านก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน (Rodríguez et al., 2020; Wang et al., 2023) ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่ควรใช้แนวทางแบบ “One-size-fits-all” หากแต่ควรมีความยืดหยุ่นและเฉพาะเจาะจงตามลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว การสื่อสารกับกลุ่มเยาวชนควรมุ่งเน้นสื่อดิจิทัล การใช้ภาพลักษณ์ที่สร้างแรงบันดาลใจ และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม ขณะที่กลุ่มผู้ใหญ่ควรได้รับการออกแบบบริการที่ตอบสนองความคาดหวังด้านคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และความสอดคล้องกับค่านิยมด้านความยั่งยืน เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์กับชุมชน การพักในที่พักที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม หรือการเรียนรู้วิถีชุมชน

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แม้ช่วงอายุจะมีผลอย่างมีนัยต่อพฤติกรรมการรับรู้และการให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แต่การออกแบบนโยบายและกลยุทธ์การสื่อสารเชิงนโยบายจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยแวดล้อมอื่นร่วมด้วย เช่น รายได้ การศึกษา ความถนัดในการเดินทาง และความสนใจ

เฉพาะด้าน เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการที่ตอบสนองความหลากหลายของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง และนำไปสู่การส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อในทุกกลุ่มวัยอย่างยั่งยืน ดังนั้นควรจะมีการวางแผนกลยุทธ์ทั้งด้านการสื่อสารและการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมในแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมในกลุ่มเยาวชน ควบคู่กับการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคอย่างรับผิดชอบต่อในกลุ่มผู้ใหญ่อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยด้านอายุ รายได้ ประสบการณ์การเดินทาง และความสนใจเฉพาะทางร่วมกัน เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในมิติเชิงลึก ซึ่งจะช่วยนำไปสู่การออกแบบนโยบายและกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ความหลากหลายของนักท่องเที่ยว และยั่งยืนในระยะยาว

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อม ประเด็นสาเหตุของความสำเร็จต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก จังหวัดตราด มาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อยืนยันโครงสร้างขององค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการความรู้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเหลือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันหรือมีความร่วมกันสูงมารวมกันเป็นองค์ประกอบ จากผลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายดังนี้

1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อองค์ประกอบหลักทั้ง 5 องค์ประกอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) คำนวณหนักที่สูง (0.90) และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) ที่สูงมาก (0.97) แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นไปที่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการจัดการคาร์บอนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับนโยบายและปฏิบัติ การให้ความสำคัญกับแนวคิดคาร์บอนต่ำสะท้อนถึงจุดเปลี่ยนเชิงโครงสร้างในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งตอบสนองทั้งต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการนำแนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำมาใช้สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม สอดคล้องอย่างชัดเจนกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ (UN) โดยเฉพาะในเป้าหมายต่อไป SDG 13: Climate Action – การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการเดินทางและกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นแนวทางตรงต่อการรับมือและลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ SDG 12: Responsible Consumption and Production – การส่งเสริมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสียและพัฒนาแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนในการผลิตและบริการ SDG 11: Sustainable Cities and Communities – แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำช่วยสร้างเมืองและชุมชนที่ปลอดภัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และ SDG 7: Affordable and Clean Energy – การใช้พลังงานสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ช่วยส่งเสริมการเข้าถึงพลังงานที่ยั่งยืนในระดับท้องถิ่น สันนิษฐานได้ว่าการผลักดันแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในระดับนโยบายจะสามารถบูรณาการเป้าหมาย SDGs หลายด้านเข้าด้วยกัน ไม่เพียงแต่ในเชิงสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงถึงความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำลังเติบโตขึ้นในระดับโลก

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว (ค่าน้ำหนัก 0.67, $R^2 = 0.45$, C.R. 11.11) เป็นตัวแปรเชิงสังเกตที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด ถือเป็นแนวทางหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) การเลือกใช้วัตถุดิบ วัสดุ หรือสินค้าในท้องถิ่น ไม่เพียงแต่ช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจของชุมชนและสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตในพื้นที่ แต่ยังช่วยลดระยะทางในการขนส่งสินค้า ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการท่องเที่ยว การลดการพึ่งพาทรัพยากรจากภายนอก ยังส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สะท้อนถึงความสามารถในการพึ่งพาตนเองของชุมชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัตถุดิบอาหารจากท้องถิ่นในร้านอาหารหรือที่พัก การจัดจำหน่ายของที่ระลึกจากชุมชนแทนของนำเข้าจากต่างพื้นที่ ตลอดจนการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ในงานตกแต่งหรือก่อสร้างในพื้นที่ท่องเที่ยว สันนิษฐานได้ว่าการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่มีผลดีในมิติสิ่งแวดล้อมเท่านั้นและการรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นในระยะยาว อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ก้าวข้ามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์ของการอนุรักษ์ ไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว โดยการเลือกใช้สินค้าและบริการจากชุมชนท้องถิ่นถือเป็นการลดรอยเท้าคาร์บอน (Carbon Footprint) โดยตรง และยังช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนไปพร้อมกัน

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในกิจกรรมการท่องเที่ยวควรถูกบูรณาการเป็นมาตรการเชิงระบบในแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่จำกัดอยู่เพียงการรณรงค์ แต่ควรเชื่อมโยงกับกลไกส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก การจัดการโลจิสติกส์สีเขียว และการสร้างแรงจูงใจทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ทั้งนี้ เพื่อให้แนวทางแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำมีความยั่งยืนทั้งในระดับเศรษฐกิจและนิเวศ และสามารถต่อยอดเป็นต้นแบบนโยบายด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับพื้นที่และประเทศได้อย่างแท้จริง ดังนั้นควรจะมีการกำหนดนโยบายหรือแนวทางส่งเสริมที่ชัดเจนในระดับพื้นที่ เช่น การจัดลำดับความสำคัญในการจัดซื้อจากผู้ผลิตท้องถิ่น การจัดกิจกรรมตลาดชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว หรือการให้การรับรองสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนชุมชน เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเลือกบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ

2) องค์ประกอบการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมาตรฐานสูงรองลงมา โดยค่าน้ำหนักที่สูง (0.94) และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) ที่สูง (0.89) สะท้อนถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการจัดการความรู้ไม่เพียงเป็นกลไกสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่มีสถานะเป็นกลไกหลักที่หล่อหลอมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างของพฤติกรรมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง การสร้างพื้นที่เรียนรู้ร่วม และการพัฒนาเครือข่ายความรู้ ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ พฤติกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ อีกทั้งการให้ความรู้และฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนสามารถนำไปสู่การปรับปรุงการจัดการสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีขึ้น การให้ความรู้และการฝึกอบรมที่ต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่ามีบทบาทในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และช่วยยกระดับมาตรฐานของการให้บริการในลักษณะที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติ

โดยตัวแปรเชิงสังเกตที่มีค่าน้ำหนักสูงที่สุด คือ การมีพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ (ค่าน้ำหนัก 0.64) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้เชิงปฏิสัมพันธ์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า พื้นที่ดังกล่าวเป็นจุดเชื่อมระหว่างข้อมูลเชิงวิชาการและประสบการณ์ตรง ซึ่งสามารถแปลงสาระสำคัญของการอนุรักษ์ให้กลายเป็นความเข้าใจเชิงลึกในระดับบุคคล และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเชิงบวก โดยเฉพาะในแง่ของการตระหนักรู้ถึงผลกระทบของการท่องเที่ยว และบทบาทของตนเองในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม แนวทางนี้สอดคล้องกับแนวคิด “การเรียนรู้แบบเปลี่ยนผ่าน” (Transformative Learning) ที่เน้นให้ประสบการณ์การเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมเกิดการทบทวนกรอบความคิดเดิมและสร้างแนวคิดใหม่ที่เชื่อมโยงกับความรับผิดชอบต่อทาง

สังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยเห็นว่า การจัดการความรู้ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ควรถูกออกแบบให้เป็นระบบที่ต่อเนื่อง มีทั้งมิติของเนื้อหา (Content) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และบทบาทของผู้ส่งสาร (Knowledge Actors) ที่ชัดเจน โดยเฉพาะการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีบทบาทเป็นผู้นำทางความรู้ หรือ Green Ambassador ซึ่งไม่เพียงสื่อสารข้อมูลเชิงเทคนิค แต่ยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีพลัง อีกทั้งการจัดการความรู้จึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนเท่านั้น แต่เป็นกลไกสำคัญในการเปลี่ยนผ่านพฤติกรรมและสร้างระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยเสนอว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมควรบูรณาการระบบการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพในทุกระดับ ตั้งแต่การให้ข้อมูลเบื้องต้นผ่านสื่อดิจิทัล การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ที่มีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน ไปจนถึงการออกแบบกิจกรรมเชิงปฏิบัติที่สร้างประสบการณ์เชิงลึกแก่ผู้มาเยือน ทั้งนี้เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ร่วม (Collaborative Learning Space) ที่มีศักยภาพในการปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในระยะยาว ดังนั้นควรจะมีการออกแบบระบบการจัดการความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและยั่งยืน เช่น การจัดทำศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และการฝึกอบรมผู้ประกอบการให้มีบทบาทเป็นผู้นำทางความรู้ที่สามารถถ่ายทอดแนวคิดสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจและต่อเนื่อง

3) องค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมาตรฐานสูงรองลงมา ค่าน้ำหนักที่สูง (0.92) และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) ที่สูง (0.85) บ่งชี้ว่าประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนและส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักจะมองหาประสบการณ์ที่ไม่เพียงแค่พักผ่อน แต่ยังได้รับความรู้และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมช่วยให้เกิดความประทับใจและสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวทางนี้ สอดคล้องกับหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ UNWTO ซึ่งชี้ว่า การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมจะช่วยยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยว และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนในระยะยาว ตัวแปรเชิงสังเกตที่มีค่าน้ำหนักสูง ได้แก่ “การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่” (ค่าน้ำหนัก 0.67, $R^2 = 0.45$, C.R. = 11.22) สะท้อนให้เห็นว่าความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ความผูกพัน และพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประสบการณ์นั้นเชื่อมโยงกับคุณค่าทางจริยธรรมและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณค่าทางจิตวิญญาณหรือได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ สันนิษฐานว่าเป็นปัจจัย

กระตุ้นให้เกิดความผูกพันทางอารมณ์และความรู้สึกร่วมกับพื้นที่ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเดินทางกลับมาเยือนซ้ำ หรือบอกต่อประสบการณ์แก่ผู้อื่น (Positive Word of Mouth) นอกจากนี้ ประสบการณ์ที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมยังช่วยให้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นบวกมากขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่มีแนวโน้มเลือกแหล่งท่องเที่ยวตาม “คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม” มากกว่าความสะดวกหรือความบันเทิงเพียงอย่างเดียว สันนิษฐานได้ว่า ประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมช่วยสร้างแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและส่งเสริมจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ ยิ่งไปกว่านั้น ประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความยั่งยืนยังสามารถเพิ่มการรับรู้ถึง “อัตลักษณ์ของพื้นที่” และช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดความเคารพและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ดังนั้นควรจะมีการออกแบบกิจกรรมและรูปแบบการให้บริการที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยประสบการณ์เหล่านี้ควรเอื้อต่อการเรียนรู้ การตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในระดับจิตใจ ความรู้ และพฤติกรรม ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้มีส่วนร่วมในการดูแลธรรมชาติและชุมชน จะไม่เพียงแต่เพิ่มความพึงพอใจในทริปนั้น แต่ยังส่งผลต่อพฤติกรรมในระยะยาว เช่น การเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต การบอกต่อประสบการณ์เชิงบวก และการลดพฤติกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม แนวทางที่สำคัญ เช่น การจัดให้มีจุดข้อมูลหรือนิทรรศการย่อยภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสื่อสารเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมฟื้นฟูและอนุรักษ์ เช่น การเก็บขยะชายหาด การปลูกป่า การเรียนรู้การจัดการของเสียในชุมชน ตลอดจนการใช้สื่อสร้างสรรค์ เช่น แคมเปญ “นักท่องเที่ยวสีเขียว” หรือ Green Tourist Journey ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจว่า นักท่องเที่ยวทุกคนสามารถมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงที่ดีได้

4) องค์ประกอบการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมาตรฐานสูงรองลงมา ค่าน้ำหนัก 0.90 และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.80 การมีส่วนร่วมมิได้เป็นเพียงกลยุทธ์เสริมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หากแต่เป็นปัจจัยเชิงโครงสร้างที่มีผลโดยตรงต่อความยั่งยืนของระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของชุมชนเกาะหมาก ซึ่งมีพลวัตทางสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่ซับซ้อน การมีส่วนร่วมจึงต้องอยู่ในรูปของความร่วมมือเชิงรุก ที่เปิดพื้นที่ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นได้แสดงบทบาทในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่การออกแบบ การดำเนินงาน ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล สะท้อนให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดเวทีประชาคม การฝึกอบรม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การพัฒนาเป็นไป

อย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นเชิงรุก เช่น การจัดเวทีประชาคม การฝึกอบรม การออกแบบกิจกรรมร่วมกับชุมชน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่ แสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการที่โปร่งใส มีส่วนร่วม และเคารพในบริบทของท้องถิ่น ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับและความยั่งยืนของมาตรการต่าง ๆ ในการอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยว

โดยเฉพาะตัวแปรเชิงสังเกตอย่าง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าน้ำหนัก 0.66) สะท้อนให้เห็นว่าบทบาทของชุมชนในการสื่อสารคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ ไม่เพียงสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับนักท่องเที่ยว แต่ยังเสริมสร้างความภูมิใจและความผูกพันของชุมชนต่อแหล่งท่องเที่ยวของตน สันนิษฐานได้ว่าชุมชนที่มีบทบาทเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมอย่างแท้จริง จะสามารถร่วมกำหนดแนวทางการพัฒนาในลักษณะที่สอดคล้องกับศักยภาพและคุณค่าท้องถิ่น ตลอดจนมีแนวโน้มรักษาผลประโยชน์ร่วมและความยั่งยืนในระยะยาวได้มากกว่าการพัฒนาที่ถูกกำหนดจากภายนอก สอดคล้องกับการศึกษาของ วิสาखा ภูจินดา และณัฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ประกอบการช่วยลดความขัดแย้งและส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สันนิษฐานได้ว่า ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม (Sense of Ownership) ที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมในระดับลึก มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการธำรงรักษาแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในระยะยาว และเป็นเงื่อนไขสำคัญของการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ UNWTO (2019) ที่เน้นบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียท้องถิ่นในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และสอดคล้องกับผลการศึกษาในระดับพื้นที่ เช่น งานของ วิสาखा ภูจินดา และณัฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) ที่ยืนยันว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถลดความขัดแย้ง และส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสมดุลในทุกมิติ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้ หากปราศจากการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบจากชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และนักท่องเที่ยวเอง การมีส่วนร่วมจึงไม่ควรถูกมองในฐานะกิจกรรมเสริมในเชิงประชาสัมพันธ์หรือการรับฟังความคิดเห็นเท่านั้น แต่ควรถูกพัฒนาให้เป็นกลไกเชิงโครงสร้างที่สามารถขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่แนวทางที่ผู้วิจัยเสนอ คือ การจัดวางระบบการมีส่วนร่วมในลักษณะ “ร่วมกำหนด ร่วมดำเนิน และร่วมรับผิดชอบ” โดยเฉพาะการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีตัวแทนจากภาครัฐ เอกชน และชุมชนในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อให้การตัดสินใจเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเป็นไปอย่างมีความสมดุลและโปร่งใส ควบคู่กับการสนับสนุนทรัพยากรทั้งทางการเงินและองค์ความรู้แก่กิจกรรมอนุรักษ์

ที่ริเริ่มโดยชุมชน เช่น กลุ่มอาสาสมัคร กลุ่มเยาวชนอนุรักษ์ หรือกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ดึงนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ กระบวนการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทตั้งแต่ระดับแนวคิดไปจนถึงการปฏิบัติ เช่น การร่วมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดกิจกรรมต้อนรับที่สะท้อนคุณค่าท้องถิ่น ตลอดจนการถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ เพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วมระหว่างทุกภาคส่วนในการดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งความรู้สึกร่วมนี้ถือเป็นแกนกลางที่หล่อหลอมความเป็นเจ้าของและสร้างพลังความร่วมมือในการรักษาความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมควบคู่กันอย่างยืนยาว ดังนั้นควรจะมีการส่งเสริมกลไกการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และผู้ประกอบการในท้องถิ่น การสนับสนุนทุนและทรัพยากรให้แก่กิจกรรมอนุรักษ์ที่ริเริ่มโดยชุมชน และการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมหรือเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วมและความเป็นเจ้าของในทุกภาคส่วน แนวทางเช่นนี้ จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงคงอยู่ได้ในเชิงเศรษฐกิจ แต่ยังเติบโตอย่างสมดุลและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในยุคปัจจุบัน

5) องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) ค่าน้ำหนัก 0.74 และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.55 แสดงให้เห็นว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมยังคงเป็นปัจจัยสำคัญ แม้จะมีค่าน้ำหนักน้อยกว่าองค์ประกอบอื่นในตัวแบบ ซึ่งอาจสะท้อนถึงการที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมองว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ต้องมี มากกว่าปัจจัยที่สร้างความแตกต่างเชิงประสิทธิผลโดยตรง การวางแผนและดำเนินการในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการขยะ การใช้พลังงานหมุนเวียน และการควบคุมมลภาวะ ยังคงเป็นกลไกหลักในการปกป้องคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นรากฐานของการดำรงอยู่ของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความเปราะบางเชิงนิเวศอย่างเกาะหมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) การศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ ในประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าการมีนโยบายจัดการสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตัวแปรเชิงสังเกตที่สำคัญ ได้แก่ การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก (ค่าน้ำหนัก 0.62) สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเห็นความจำเป็นของการมีกลไกเชิงนโยบายหรือมาตรการควบคุมที่ชัดเจน เพื่อกำกับให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน สันนิษฐานได้ว่า กฎระเบียบที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อมากขึ้น ทั้งในด้านการใช้ทรัพยากรและการจัดการของเสีย ในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการสิ่งแวดล้อมไม่ใช่เพียงมาตรการเชิงเทคนิค แต่ควรถูก

ออกแบบให้เป็น กลไกสร้างจิตสำนึกและความร่วมมือในระยะยาว เช่น การออกแบบระบบจัดการของเสียแบบมีส่วนร่วม การส่งเสริมระบบธนาคารสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์สิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีสะอาดร่วมกับการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ สันนิษฐานว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมในอนาคตควรถูกออกแบบให้มีลักษณะเชิงรุก มากกว่าการควบคุมแบบเชิงรับ กล่าวคือ ไม่เพียงจำกัดอยู่ที่การกำหนดกฎเกณฑ์หรือข้อห้าม แต่ควรมุ่งสู่การสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ เช่น การออกแบบระบบการจัดการของเสียที่ชุมชนสามารถมีบทบาทในฐานะผู้ควบคุมและผู้รับผลประโยชน์ การส่งเสริมธนาคารสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างแรงจูงใจทางการตลาดแก่ธุรกิจที่ปฏิบัติตามเกณฑ์การอนุรักษ์ หรือแม้กระทั่งการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการตรวจสอบและรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างโปร่งใส

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมควรถูกยกระดับจากบทบาทเชิงสนับสนุนไปสู่การเป็นแกนกลางของยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงนิเวศสูงและความเปราะบางต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างเกาะหมาก จังหวัดตราด การจัดการสิ่งแวดล้อมในบริบทนี้ไม่ควรถูกมองเพียงในฐานะภาระต้นทุนของการพัฒนา แต่ควรถูกตีความใหม่ว่าเป็นการลงทุนระยะยาวที่จะเสริมสร้างขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยไม่ลดทอนคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ในเชิงนโยบาย ผู้วิจัยเสนอให้มีการพัฒนาเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อขับเคลื่อนการจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น การจัดตั้งกองทุนส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียว ที่ให้สิ่งจูงใจทางการเงินแก่ผู้ประกอบการที่มีแนวทางการดำเนินธุรกิจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ตั้งแต่การใช้วัสดุหมุนเวียน การลดขยะ ไปจนถึงการรีไซเคิลภายในสถานประกอบการ และการออกแบบระบบประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับระดับชุมชน เพื่อใช้เป็นกลไกในการเฝ้าระวังและปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดผลกระทบเชิงลบจากกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่นผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วม การกำหนดเป้าหมายร่วม และการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของพื้นที่ในระยะยาว ทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่

อภิปรายผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับสอง

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับสอง (Second-order Confirmatory Factor Analysis: S-CFA) ทั้งก่อนและหลังการปรับปรุงโมเดล แสดงให้เห็นว่า โมเดลที่ได้รับการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่เหมาะสมมากขึ้น โดยอาศัยแนวทางการปรับโมเดลตามข้อเสนอของ Arbuckle (2016) ซึ่งช่วยเพิ่มคุณภาพของแบบจำลองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หลังการปรับปรุงโมเดล พบว่าค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล (Goodness-of-

Fit Index: GFI) ปรับตัวดีขึ้นจาก 0.732 เป็น 0.908 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ถือว่ายอมรับได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน ขณะที่ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เปลี่ยนจาก 0.041 เป็น 0.045 ยังคงอยู่ในระดับที่เหมาะสม (ค่าที่น้อยกว่า 0.08 ถือว่ามีความสอดคล้องที่ดี) ตัวแบบที่ผ่านการปรับปรุงแล้ว ไม่เพียงเพิ่มความแม่นยำในเชิงสถิติ แต่ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนโยบายของทั้งหน่วยงานในประเทศและระดับสากล เช่น แนวทางของ UNWTO และเป้าหมาย SDGs ของสหประชาชาติ การที่ตัวแบบจำลองสามารถแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ยังสะท้อนถึงความเหมาะสมของการนำแบบจำลองนี้ไปใช้เป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์ ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวหรือวางแผนพัฒนาทรัพยากรในระดับพื้นที่ได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนว่า ตัวแบบมีความสามารถในการอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีความน่าเชื่อถือในทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการความรู้ ประสบการณ์การท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ถือเป็นกลไกสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในภาพรวม โดยเฉพาะการวางแผนในระดับยุทธศาสตร์และการกำหนดนโยบายที่มีเป้าหมายเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว กล่าวคือ หากสามารถพัฒนาองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ได้ด้วยเช่นกัน อันเป็นลักษณะของระบบที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นพลวัต ซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบูรณาการองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการความรู้ ประสบการณ์ท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน มิได้เป็นเพียงกลยุทธ์เพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในระยะสั้นเท่านั้น หากแต่เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยวางรากฐานของการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นในมิติที่ครอบคลุม ทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุล ความเชื่อมโยงดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวอย่างเกาะหมากมีศักยภาพในการเป็นพื้นที่นำร่องของการพัฒนาเชิงระบบที่สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง โดยเฉพาะในด้านการลดผลกระทบจากกิจกรรมท่องเที่ยว และการเพิ่มขีดความสามารถในการฟื้นตัวของทรัพยากรท้องถิ่น ในมุมมองของผู้วิจัย สิ่งที่โดดเด่นคือการขยายขอบเขตของการท่องเที่ยวจากมิติของบริการไปสู่มิติของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสะท้อนแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ที่ไม่เพียงให้น้ำหนักกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่ยังให้ความสำคัญ

ต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีจริยธรรม การมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากร และการสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชนในระยะยาว นักท่องเที่ยวจึงไม่ถูกมองว่าเป็นเพียงผู้บริโภค แต่เป็นผู้มีบทบาทที่ร่วมสร้างสรรค์สมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติอย่างเป็นรูปธรรม สามารถสรุปเป็นข้อเสนอได้ว่า หากต้องการขับเคลื่อนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนโยบาย ควรพิจารณาเกาะหมากเป็นกรณีศึกษาในการออกแบบต้นแบบของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการพัฒนากลไกสนับสนุนที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกในทุกภาคส่วน

นอกจากนี้ การออกแบบและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะหมาก จังหวัดตราด ได้สะท้อนการบูรณาการแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ากับบริบทของชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในมิติของการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงบทบาทของผู้ต้อนรับนักท่องเที่ยว แต่ขยายขอบเขตไปถึงการเป็นเจ้าของกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งในด้านการใช้ทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการกำหนดทิศทางนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของคนในพื้นที่ การมีส่วนร่วมในลักษณะนี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ซึ่งเน้นการพึ่งตนเอง การกระจายรายได้ และการลดความเหลื่อมล้ำจากการพัฒนาแบบรวมศูนย์ ในมิติของสิ่งแวดล้อม การขับเคลื่อนแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการนำแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Tourism) มาใช้ในระดับการดำเนินงานจริง ไม่ว่าจะเป็นการออกนโยบายของหน่วยงานท้องถิ่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนพฤติกรรมที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไปจนถึงการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการให้ปรับตัวเข้าสู่แนวทางการอนุรักษ์อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งปรากฏอย่างชัดเจนในกรณีของเกาะหมาก ก่อให้เกิดระบบนิเวศการท่องเที่ยวที่เกื้อหนุนกันทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นแบบจำลองการพัฒนาที่ตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) และเป็นตัวอย่างของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

สรุปได้ว่าการบูรณาการองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบ จึงสอดคล้องอย่างชัดเจนกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ตามกรอบขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมากสามารถเป็นต้นแบบของการสร้างสมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติในเชิงนโยบายและปฏิบัติ ดังนั้นตัวแบบจำลองนี้จึงควรถูกนำไปต่อยอดทั้งในเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้จริง โดยเฉพาะในพื้นที่ที่กำลังอยู่ระหว่าง

การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวเชิงปริมาณไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อวางแนวทางการพัฒนาที่สมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การบูรณาการองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านมีความสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอแผนภาพแสดงองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางทั้งในเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้จริง ดังภาพที่ 12 โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 12 แผนภาพแสดงองค์ประกอบปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกาะหมาก จังหวัดตราด

การวิจัยอภิปรายผลตามสมมติฐานได้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.74 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 แสดงให้เห็นว่าการพัฒนากลยุทธ์และนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีผลอย่างชัดเจนต่อการขับเคลื่อนระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ วิสาชา ภูจินดา และณัฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) เรื่อง การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านสะน้า ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี สอดคล้องการศึกษาของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) การศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ ในประเทศไทย และสอดคล้องการศึกษาธาริทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล และอัศวิน แสงพิกุล (2567) เรื่อง การวิเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในประเทศไทย โดยใช้เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นกรณีศึกษา สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมไม่ได้เกิดขึ้นโดยลำพังในมิติเชิงเทคนิคหรือปฏิบัติการเท่านั้น แต่มีรากฐานจากกรอบคิดและนโยบายเชิงระบบที่เอื้อต่อการออกแบบแนวทางที่สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืน กล่าวคือ การวางโครงสร้างนโยบายที่ชัดเจน เช่น การกำหนดแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจำกัดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หรือการส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน ล้วนส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินมาตรการเชิงสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งช่วยยกระดับขีดความสามารถในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นสรุปได้ว่า ข้อค้นพบดังกล่าวตอกย้ำความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านมุมมองแบบองค์รวม (Holistic Approach) ที่มีการส่งเสริมกิจกรรมอนุรักษ์ปลายทางรวมกับการให้ความสำคัญกับโครงสร้างการพัฒนาที่เอื้อต่อระบบนิเวศทางธรรมชาติและสังคมในระยะยาว ดังนั้น ควรส่งเสริมให้การจัดการสิ่งแวดล้อมกลายเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับพื้นที่จนถึงระดับประเทศ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ยั่งยืนต่อทั้งสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.94 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่จำเป็นต้องมีฐานการเรียนรู้และการจัดการองค์ความรู้ที่เป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกระดับ ทั้งในมิติของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนในพื้นที่ สอดคล้องกับการศึกษาของ สงกรานต์ กลมสุข (2558) ศึกษาเรื่อง แนวทางการ

จัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ ในประเทศไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาคริต อ่องทูน และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) เรื่อง การปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษาชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุณารมย์เลิศ (2560) ที่ได้ศึกษากระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมากจังหวัดตราด สะท้อนให้เห็นว่าการจัดการความรู้ไม่ใช่เพียงบทบาทสนับสนุนในกระบวนการพัฒนา แต่เป็นแกนกลางของกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ การสื่อสารองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการฝึกอบรมในระดับพื้นที่ ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้การปฏิบัติเชิงอนุรักษ์เกิดขึ้นจริงและต่อเนื่อง ทั้งนี้ ระบบการเรียนรู้ในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ควรถูกออกแบบให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความยืดหยุ่นต่อความหลากหลายของผู้ใช้ และสามารถเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอก เพื่อเสริมศักยภาพในการพัฒนาตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการวางรากฐานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านการเรียนรู้ร่วมกันของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในบริบทของเกาะหมากซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมและวัฒนธรรมท้องถิ่น การออกแบบระบบการจัดการความรู้จึงควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนใช้สื่อและกลยุทธ์ที่สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปในพื้นที่จริง การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ และการส่งเสริมบทบาทของผู้นำชุมชนเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้สามารถเชื่อมโยงทุกภาคส่วนเข้ากับระบบการท่องเที่ยวที่มีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และยั่งยืนในระยะยาว

สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.99 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของแนวคิด “แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ” ในฐานะกลไกหลักของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับพื้นที่ สอดคล้องกับ กัลยารัตน์ ศิริรัตน์ วิณา ชุ่มบัณฑิตและภัทรพล มหาจันทร์ (2568) เรื่อง แนวคิดคาร์บอนต่ำเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Attraction) และการศึกษาของ ธารทิพย์ เหลาวิโรจน์กุล และอัศวิน แสงพิกุล (2567) เรื่อง การวิเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำใน

ประเทศไทย โดยไขเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นกรณีศึกษา และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ (2560) ที่ได้ศึกษากระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมากจังหวัดตราด สะท้อนให้เห็นว่า แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่สามารถแยกออกจากประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการลดการปล่อยคาร์บอนจึงไม่เพียงเป็นการตอบสนองต่อกระแสสิ่งแวดล้อมระดับโลก แต่ยังเป็นแนวทางในการสร้างข้อได้เปรียบเชิงนโยบายและภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในระดับพื้นที่ กล่าวคือ การนำมามาตรการต่าง ๆ มาใช้ เช่น การลดการใช้พลังงานจากฟอสซิล การส่งเสริมระบบคมนาคมที่ปลอดคาร์บอน การใช้พลังงานหมุนเวียน และการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สามารถสร้างความแตกต่างและความน่าเชื่อถือให้กับแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นถึง ความจำเป็นเชิงโครงสร้างที่จะต้องผลักดันแนวคิดแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์หลักด้านการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งในระดับแผนงานภาครัฐและกลยุทธ์ของภาคธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน การใช้เทคโนโลยีสะอาด ไปจนถึงการให้ข้อมูลที่สร้างความเข้าใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ เพื่อให้แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงเป็นแนวคิดที่อยู่ในระดับเชิงนโยบาย แต่สามารถแปลงไปสู่การปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว และข้อค้นพบในสมมติฐานนี้ตอกย้ำว่า แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ คือ มาตรฐานใหม่ที่จะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันให้กับระบบการท่องเที่ยวท่ามกลางบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่กำลังให้ความสำคัญกับจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

สมมติฐานที่ 4 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.92 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับในพื้นที่ที่มีการจัดการอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นผลสะท้อนโดยตรงจากระบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและคำนึงถึงความยั่งยืนเป็นหลัก สอดคล้องกับ กัลยารัตน์ ศิริรัตน์ วิธนา ชุ่มบัณฑิตและภัทรพล มหาพันธ์ (2568) เรื่อง แนวคิดคาร์บอนต่ำเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร บุญเพชรแก้ว และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง รูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าประสบการณ์ (Experience-based Tourism) ที่ชี้ว่า นักท่องเที่ยวยุคใหม่ไม่ได้แสวงหาเพียงสถานที่หรือกิจกรรม แต่ยังต้องการประสบการณ์ที่สร้างความหมายทางจิตใจ สร้างความเชื่อมโยงกับธรรมชาติ และตอกย้ำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ ทั้งนี้ ประสบการณ์ที่ดีในแหล่งท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็ต่อเมื่อระบบการจัดการแวดล้อมมีคุณภาพ มีความปลอดภัย ความสงบ และความรู้สึกร่วมกันของการมีส่วนร่วม อีกทั้งสะท้อนให้เห็นถึง บทบาทของระบบนิเวศเชิงการบริหารจัดการ ที่ออกแบบมาเพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้มาเยือน กล่าวคือ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดีต้องไม่แยกขาดจากเป้าหมายในการสร้างความรู้สึกร่วมกันให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งในเชิงอารมณ์ ความรู้ และพฤติกรรม เช่น ความประทับใจจากการได้สัมผัสธรรมชาติในแบบไม่เร่งรีบ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนในท้องถิ่น

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมควรมุ่งเน้นที่การออกแบบประสบการณ์ให้สอดคล้องกับหลักการของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการบูรณาการกิจกรรมที่มีความหมาย การบริการที่คำนึงถึงความยั่งยืน และพื้นที่ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ความผูกพันและพฤติกรรมการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว และเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 5 : ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า Standardized Regression Weight = 0.92 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5 แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบเชิงโครงสร้างที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความซับซ้อนทางระบบนิเวศและสังคมวัฒนธรรมอย่างเกาะหมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ เมธิกา พ่วงแสง (2566) ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ วิธีการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับการศึกษาของ วิสาชา ภูจินดา และณัฐธิดา พัฒนเจริญ (2564) เรื่อง การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านสนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่าแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรกับชุมชนท่องเที่ยว จะต้องสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนกับภาคีเครือข่าย อีกทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ กมลกนก เกียรติศักดิ์ชัย และ ชื่นชนก โควินท์ (2563) ศึกษาเรื่องสมรรถนะของคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ในพื้นที่เกาะหมากจังหวัดตราด สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกระดับ ตั้งแต่ภาคประชาชน ชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ภาครัฐ ไปจนถึงนักท่องเที่ยวเอง โดยรูปแบบของความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ ควรดำเนินอยู่ภายใต้หลักการของ “การมีส่วนร่วมอย่างมีความหมาย” (Meaningful Participation) ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงการรับฟังความคิดเห็นเท่านั้น แต่รวมถึงการมีบทบาทในการวางแผน ออกแบบ และดำเนินกิจกรรมร่วมกันด้วย

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมควรถูกพัฒนาอย่างมียุทธศาสตร์ และดำเนินควบคู่กับการถ่ายทอดอำนาจการตัดสินใจอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อสร้างความรู้สึกร่วม (Shared Sense of Ownership) และความรับผิดชอบร่วม (Co-responsibility) กล่าวคือ การจัดตั้งกลไกการประสานงานระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ การสร้างเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง การฝึกอบรมเสริมทักษะให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทเชิงนำ ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงยั่งยืนในเชิงนโยบาย แต่สามารถเป็นไปได้จริงในทางปฏิบัติ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management), การจัดการความรู้ (Knowledge Management), แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Carbon Management Destination), ประสบการณ์ท่องเที่ยว (Tourism Experience) และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อให้การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐ

สามารถนำผลจากการวิจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สำหรับเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายอื่น ๆ ในประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก จังหวัดตราด หน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทสำคัญ ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการกำหนดกรอบนโยบาย ที่ครอบคลุมทั้งด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การสนับสนุนการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ และการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นโยบายเหล่านี้ควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ

(1) หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังเกาะหมากยังคงใช้ยานพาหนะส่วนบุคคลเป็นหลัก ส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางในระดับที่น่ากังวล ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทในการส่งเสริมและลงทุนในระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดบริการรถโดยสารพลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ การสนับสนุนระบบจักรยานสาธารณะ หรือการส่งเสริมการใช้รถพลังงานสะอาดผ่านการลดหย่อนภาษีและให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่ปรับตัวตามแนวทางดังกล่าว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดปริมาณการปล่อยคาร์บอน แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

(2) การกำหนดนโยบายและกฎระเบียบที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการสิ่งแวดล้อมและการควบคุมผลกระทบจากการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รัฐบาลจึงควรดำเนินการกำหนดนโยบายเชิงอนุรักษ์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในพื้นที่เปราะบางทางระบบนิเวศ เช่น เกาะหมาก จังหวัดตราด ควรกำหนดมาตรการควบคุมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในบางช่วงเวลา และการควบคุมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดการอนุรักษ์ ทั้งนี้ ควรมีการบังคับใช้นโยบายและกฎหมายอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อสร้างกลไกการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ

(3) การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต้องอาศัยการลงทุนอย่างเป็นระบบ รัฐบาลควรสนับสนุนทางการเงินและทรัพยากรในมิติต่าง ๆ อาทิ การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมการเดินทางอย่างยั่งยืน การติดตั้งระบบพลังงานหมุนเวียนในพื้นที่

ท่องเที่ยว และการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นให้สามารถเป็นผู้ให้บริการที่มีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ ยังควรมีทุนสนับสนุนโครงการของชุมชนที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์และพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างสมดุล

(4) การส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมในสาธารณะ เนื่องจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักรู้และทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อม รัฐบาลควรดำเนินนโยบายด้านการสื่อสารสาธารณะอย่างมีระบบ โดยส่งเสริมกิจกรรมและแคมเปญรณรงค์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย นิทรรศการ กิจกรรมร่วมรณรงค์เชิงปฏิบัติ เช่น การปลูกต้นไม้ การเก็บขยะ และกิจกรรมอาสาในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งไม่เพียงสร้างจิตสำนึกในกลุ่มนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังปลูกฝังความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในกลุ่มเยาวชนและชุมชนท้องถิ่น รวมถึงกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรมีการประสานความร่วมมือกับ สื่อมวลชนทั้งกระแสหลักและออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงเนื้อหาที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ประชาชนเห็นคุณค่าและบทบาทของตนในฐานะ “ผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์” ไม่ใช่เพียง “ผู้บริโภคการท่องเที่ยว” เท่านั้น ในขณะเดียวกัน การเชิญชวน ผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ศิลปิน ดารา ยูทูบเบอร์ หรืออินฟลูเอนเซอร์ด้านสิ่งแวดล้อม เข้ามามีบทบาทในการรณรงค์ผ่านโซเชียลมีเดีย จะช่วยขยายการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเฉพาะเยาวชนและกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์อย่างเข้มข้น การออกแบบแคมเปญที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างแรงจูงใจเชิงบวก กระตุ้นพฤติกรรมใหม่ และทำให้การอนุรักษ์กลายเป็นวัฒนธรรมร่วมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน การบูรณาการนโยบายด้านการสื่อสารเข้ากับการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนและบุคคลสาธารณะ จึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการเปลี่ยนผ่านจากการรับรู้ไปสู่การลงมือทำ และวางรากฐานของสังคมที่ตื่นรู้และมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

(5) การสร้างกลไกความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างภาคส่วน ผลการวิจัยยืนยันว่าการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รัฐบาลควรส่งเสริมการจัดตั้งคณะกรรมการหรือศูนย์ประสานงานในระดับพื้นที่ ที่ประกอบด้วยตัวแทนจากภาครัฐ เอกชน องค์กรท้องถิ่น และชุมชน เพื่อดำเนินงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง การประชุมแลกเปลี่ยนเชิงนโยบายควรถูกจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และมีช่องทางให้ภาคประชาชนมีส่วนในการเสนอแนะและติดตามผล เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินไปบนพื้นฐานของความเข้าใจร่วมและความโปร่งใส

(6) การบริหารจัดการการกระจายนักท่องเที่ยวในเชิงเวลา โดยเฉพาะการลดความแออัดของนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีความหนาแน่นสูง ทั้งในด้านจำนวนผู้เข้าพัก และการใช้ทรัพยากรสาธารณะในพื้นที่ การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า ควรมีการพัฒนาแนวทางการตลาด และกิจกรรมส่งเสริมการเดินทางมายังเกาะหมากในช่วงวันธรรมดามากขึ้น เพื่อลดผลกระทบด้าน

สิ่งแวดล้อมและเพิ่มคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือน แนวทางที่อาจใช้ได้แก่ การเสนอโปรโมชั่นพิเศษสำหรับการเดินทางหรือเข้าพักในช่วงวันธรรมดา การจัดกิจกรรมชุมชนเฉพาะในวันธรรมดา หรือการสื่อสารภาพลักษณ์ของเกาะหมากในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสงบและยั่งยืนที่เหมาะสมกับการพักผ่อนกลางสัปดาห์ การกระจายปริมาณนักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะช่วยให้การใช้ทรัพยากรในพื้นที่เกิดขึ้นอย่างสมดุล และลดแรงกดดันต่อระบบนิเวศในระยะยาว

(7) โครงการนำร่องในพื้นที่ที่มีศักยภาพ และประเมินผลกระทบจากการดำเนินงานในด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ควรพัฒนาแนวทางการประเมินผลและการติดตามผลการดำเนินงานเพื่อให้สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนานโยบายให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ส่งเสริมการบูรณาการการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐทั้งหมดเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างกรอบนโยบายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยควรมีการร่วมมือกันอย่างเป็นระบบและประสานกันในทุกระดับ และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบคาร์บอนต่ำผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและกระตุ้นจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(8) การจัดตั้งคณะกรรมการแบบบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ภาครัฐควรจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในลักษณะบูรณาการ โดยแยกบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนออกเป็น 3 คณะ ได้แก่ คณะกรรมการขับเคลื่อน (Steering Committee) สำหรับกำหนดนโยบายและทิศทางยุทธศาสตร์ คณะกรรมการดำเนินการ (Standing Committee) สำหรับนำแผนไปปฏิบัติ และคณะกรรมการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Committee) เพื่อสร้างกลไกติดตามและประเมินผลอย่างโปร่งใส โดยควรมีการประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ การประสานงานข้ามคณะ และการแบ่งปันข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้ ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเชิงนโยบายและการปฏิบัติจริง

2) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวพื้นที่อื่น ๆ การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นการนำหลักการและแนวทางจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเกาะหมาก จังหวัดตราด มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น โดยคำนึงถึงลักษณะภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และลักษณะการท่องเที่ยวเฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ ผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยาน การติดตั้งแหล่งพลังงานหมุนเวียนภายในสถานประกอบการ ตลอดจนการสนับสนุนการใช้ยานพาหนะไฟฟ้าหรือจักรยานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เดียวกันถือเป็นสิ่งสำคัญในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืนมากขึ้น

(1) การยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเกาะหมาก จังหวัดตราด ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายในระดับสูง ทั้งในด้านที่พัก บริการ และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ควรพิจารณาแนวทางการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ เพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวอย่างเหมาะสม ประการแรก ผู้ประกอบการควรยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการโดยเฉพาะในมิติเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ และคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยการพัฒนาแพ็คเกจการท่องเที่ยวหรือรูปแบบการบริการที่เน้นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือกในที่พัก การลดการใช้วัสดุพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หรือการใช้วัสดุดิบในท้องถิ่นเพื่อการบริหารด้านอาหารและการผลิตของที่ระลึก การส่งเสริมบริการเชิงอนุรักษ์เหล่านี้ ไม่เพียงตอบสนองต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ทำให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสามารถยกระดับภาพลักษณ์ของธุรกิจท่องเที่ยวในระยะยาวได้อีกด้วย

(2) การเสริมสร้างบทบาทของภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมากควรปรับบทบาทจากเพียงการให้บริการ ไปสู่การเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยควรดำเนินการให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่น การสมัครเข้ารับการรับรองมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-Certification) การปรับกระบวนการให้บริการให้ลดการใช้น้ำ พลังงาน และของเสีย รวมถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมท่องเที่ยวและที่พัก นอกจากนี้ควรพัฒนาโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น และสร้างความร่วมมือกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

(3) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการจัดการคาร์บอน ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ร่วมมือพัฒนาและใช้ แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการ Carbon Footprint ของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบของกิจกรรมท่องเที่ยวที่ตนให้บริการ เช่น การคำนวณการปล่อยคาร์บอนจากการเดินทาง การเข้าพัก หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ แอปพลิเคชันควรมีฟังก์ชันแนะนำแนวทางลดคาร์บอน การชดเชยคาร์บอน (Carbon Offset) และ

ระบบคะแนนสะสมหรือสิทธิประโยชน์ เพื่อจูงใจให้ผู้ให้บริการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในระดับพื้นที่

(4) การส่งเสริมความร่วมมือภาครัฐ-เอกชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัยที่พบว่า มาตรการทางกฎหมายมีบทบาทสำคัญในการควบคุมผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการในพื้นที่เกาะหมากจึงควรมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายและแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง เช่น การเข้าร่วมอบรมเรื่องมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม การยกระดับความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของธุรกิจท่องเที่ยวในฐานะผู้รักษาทรัพยากรของพื้นที่ และการมีส่วนร่วมในการออกแบบแนวทางปฏิบัติร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อให้การท่องเที่ยวในเกาะหมากดำเนินไปบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสามารถควบคุมผลกระทบเชิงลบได้อย่างเป็นรูปธรรม

(5) การกระจายนักท่องเที่ยวผ่านกลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันธรรมดาส่งเสริมความหนาแน่นในช่วงสุดสัปดาห์ ผลการวิจัยยังสะท้อนถึงความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่กระจุกตัวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการให้บริการและความเสี่ยงในการเกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีบทบาทเชิงรุกในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนในวันธรรมดามากขึ้น อาทิ การจัดทำโปรโมชั่นพิเศษ การนำเสนอแพ็คเกจเฉพาะกลุ่มสำหรับวันธรรมดา หรือการใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เช่น โซเชียลมีเดีย เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อดีของการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีผู้คนไม่แออัด กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยยืดหยุ่นต่อการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสมดุล อีกทั้งช่วยกระจายรายได้ให้เกิดความยั่งยืนในภาคธุรกิจโดยรวม

(6) การพัฒนากิจกรรมทางทะเลและชายหาดอย่างรับผิดชอบต่อสร้างประสบการณ์เชิงอนุรักษ์และยกระดับความผูกพันของนักท่องเที่ยวต่อทรัพยากรธรรมชาติ ผลการวิจัยพบว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและชื่นชมมากที่สุด ได้แก่ การดำน้ำดูปะการัง และการเดินเล่นชายหาด สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติทางทะเลและกิจกรรมพักผ่อนที่มีความสงบ เรียบง่าย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบกิจกรรมและบริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ในลักษณะที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งควบคู่ไปด้วย ดังนั้นควรมีการส่งเสริมกิจกรรมการดำน้ำในรูปแบบที่รับผิดชอบต่อระบบนิเวศ (Responsible Snorkeling/Diving) เช่น การจัดอบรมเบื้องต้นก่อนดำน้ำเกี่ยวกับการไม่สัมผัสปะการัง การไม่เก็บสัตว์ทะเล หรือการควบคุมจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละรอบ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบสะสมต่อแหล่งปะการัง แนวทางนี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และแนวทางการท่องเที่ยวอย่าง

รับผิดชอบที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบทางตรงจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อระบบนิเวศในพื้นที่อ่อนไหวทางธรรมชาติ นอกจากนี้การเดินเล่นชายหาดควรถูกพัฒนาให้กลายเป็นกิจกรรมที่มีความหมาย (Meaningful Experience) โดยผู้ประกอบการสามารถสนับสนุนการใช้ทางเดินธรรมชาติ การให้ข้อมูลทางสิ่งแวดล้อมผ่านป้ายหรือ QR Code รวมถึงการจัดกิจกรรมเสริม เช่น การเก็บขยะชายหาดโดยสมัครใจ หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศชายฝั่ง เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์และความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นระบบ

(7) การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อเสนอแนะมาใช้ปรับปรุงบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจแก่พนักงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การอบรมพนักงานให้มีทักษะด้านการให้บริการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานประกอบการ ผู้ประกอบการควรจัดทำแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ การพัฒนาและยกระดับการให้บริการของผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ผสมผสานกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้และมีจุดแวะชมธรรมชาติที่สวยงาม สุดท้ายควรส่งเสริมการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการ เช่น การได้รับใบรับรองการเป็นโรงแรมสีเขียว (Green Hotel) หรือการรับรองมาตรฐานด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมมาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

3) ประชาชนท้องถิ่น

ภาคประชาชนถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกกระบวนการจะทำให้การพัฒนาเกิดขึ้นอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน ดังนั้น ประชาชนท้องถิ่นควรได้รับการส่งเสริมให้มีบทบาทอย่างเต็มที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยการปรับใช้ผลการวิจัยจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นต้นแบบสู่พื้นที่อื่นได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถแปรสภาพจากบทบาทผู้รับผลกระทบไปสู่บทบาทผู้ขับเคลื่อน จึงขอเสนอแนะแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่นำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างชัดเจน ดังนี้

(1) ชุมชนควรมีการจัดตั้งกลไกการบริหารจัดการร่วม (Co-management) ระหว่างกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และหน่วยงานรัฐในพื้นที่ เพื่อทำหน้าที่กำหนดทิศทางของการพัฒนา เช่น การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างเหมาะสม การควบคุมกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงเชิงนิเวศ การมีเวทีประชาคมอย่างสม่ำเสมอ และ

การจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจจะช่วยให้การตัดสินใจเป็นประชาธิปไตย โปร่งใส และสะท้อนความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

(2) การร่วมกำหนดวิสัยทัศน์และบทบาทอย่างมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเอกภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภาคประชาชนควรมีบทบาทสำคัญในการร่วมกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกับภาครัฐ เอกชน และภาควิชาการ เพื่อให้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และความต้องการของชุมชน โดยควรเข้าร่วมกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ เวทีสาธารณะ และการระดมความคิดเห็น เพื่อสะท้อนมุมมองและความรู้จากท้องถิ่น พร้อมทั้งร่วมมือในการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือที่กำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละภาคส่วนอย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ ลดความขัดแย้ง และสร้างกลไกการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

(3) ชุมชนควรจัดให้มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มาตรฐานสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมท่องเที่ยว การจัดการต้อนรับและกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ ตลอดจนการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในเชิงสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Communication) นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนเข้ามามีบทบาทผ่านกลไก “เยาวชนอนุรักษ์ท้องถิ่น” เพื่อพัฒนาให้เกิดความต่อเนื่องเชิงรุ่น และสร้างการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในระยะยาว ควรจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนในพื้นที่เกาะหมากกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการเรียนรู้จากพื้นที่ต้นแบบซึ่งประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาเครือข่ายยังช่วยขยายขอบเขตการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่นำไปสู่การพัฒนาเชิงระบบอย่างแท้จริง

(4) การสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อกฎระเบียบเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภาคประชาชนควรมีบทบาทสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบ โดยส่งเสริมการเรียนรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวของตนเอง ผ่านกิจกรรมรณรงค์ สื่อสารสาธารณะ และการเฝ้าระวังโดยชุมชน เช่น กลุ่มอาสาสมัครหรือเวทีชุมชน การสร้างความตระหนักรู้ร่วมในหมู่ประชาชนและนักท่องเที่ยวจะช่วยลดความขัดแย้ง สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติตามกฎหมาย และเสริมสร้างการบังคับใช้กฎระเบียบให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

(5) การบูรณาการวัฒนธรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้าสู่วิถีชีวิตประจำวันของชุมชน ภาคประชาชนควรส่งเสริมและยึดถือวัฒนธรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวันเป็นฐานสำคัญของการอยู่ร่วมกับพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยควรให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น

การใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ การลดใช้พลาสติก การประหยัดพลังงานและน้ำ ตลอดจนการจัดการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถขับเคลื่อนผ่านการรณรงค์ภายในชุมชน การสาธิตรูปแบบที่ดีในระดับครัวเรือน และการจัดกิจกรรมสาธารณะที่ปลูกฝังจิตสำนึกเชิงอนุรักษ์ตั้งแต่ระดับเยาวชน เพื่อสร้างความต่อเนื่องของพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

(6) การเสริมสร้างบทบาทชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ภาคประชาชนควรมีบทบาทนำในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน (Community-Based Tourism) โดยการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิม การดูแลสิ่งแวดล้อม และการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว การฝึกอบรมทักษะด้านการบริการ การสื่อสาร และการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนจะช่วยยกระดับขีดความสามารถของชุมชนในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ พร้อมทั้งควรมีระบบการจัดสรรรายได้ที่เป็นธรรม เพื่อกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้ทั่วถึงทั้งครัวเรือนในพื้นที่ สร้างแรงจูงใจในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

(7) ภาคชุมชนควรส่งเสริมการสร้างแบรนด์ของชุมชนท้องถิ่น ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และทรัพยากรท้องถิ่น เช่น โฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์ ทิวทัศน์ธรรมชาติพร้อมมัคคุเทศก์ชุมชน หรือกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมที่ลดการใช้ทรัพยากรฟุ่มเฟือย แนวทางนี้จะช่วยยกระดับบทบาทของชุมชนจากผู้ให้บริการทั่วไป สู่การเป็นเจ้าบ้านวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และจิตวิญญาณ

4) นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่งผลโดยตรงต่อสภาพแวดล้อม ชุมชนท้องถิ่น และประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม การนำผลการวิจัยไปใช้ในกลุมนักท่องเที่ยวควรปฏิบัติดังนี้

(1) มุ่งเน้นการส่งเสริมการมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม การตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวควรได้รับการส่งเสริมให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการเดินทาง เช่น การใช้จักรยานหรือการเดินแทนการใช้รถยนต์ การลดการใช้พลังงานภายในที่พัก ตลอดจนการสนับสนุนที่พักหรือสถานบริการที่ใช้พลังงานหมุนเวียนและมีนโยบายการลดการปล่อยคาร์บอน

(2) การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) นักท่องเที่ยวควรมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยเลือกใช้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ที่พักที่ใช้พลังงานหมุนเวียน หรือร้านอาหารที่ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว อีกทั้งควรปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น การแยกขยะ การไม่ทิ้งขยะในพื้นที่ธรรมชาติ และการหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ การตระหนักรู้ถึงผลกระทบจากการเดินทางของตนเองและเลือกทางเลือกที่ยั่งยืนจะช่วยเสริมสร้างระบบการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงรักษาธรรมชาติ แต่ยังส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนในระยะยาว

(3) การสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและธุรกิจที่รับผิดชอบต่อ นักท่องเที่ยวควรเลือกใช้บริการจากชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืน ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เช่น เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยชุมชน สนับสนุนผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น และเลือกใช้บริการที่มีมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ที่พักที่ได้รับ Eco-Certification การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะเป็นแรงกระตุ้นสำคัญให้ภาคธุรกิจและชุมชนพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

(4) มีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์และปรับปรุงพฤติกรรมท่องเที่ยวให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะที่ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การเก็บขยะชายหาด ปลูกป่า หรือกิจกรรมรณรงค์ลดการใช้พลาสติก ซึ่งไม่เพียงช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างความผูกพันกับพื้นที่และชุมชน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวควรปรับปรุงพฤติกรรมในการท่องเที่ยว เช่น การลดการใช้ทรัพยากร การเลือกใช้บริการที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนร้านค้าหรือที่พักที่ใช้พลังงานสะอาดและวัสดุที่ย่อยสลายได้ เพื่อมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

(5) การใช้ข้อมูลอย่างรับผิดชอบและมีส่วนร่วมในการติดตามผลการพัฒนาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรใช้ข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เช่น ศูนย์ข้อมูลหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อวางแผนการเดินทางอย่างเหมาะสมและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะผ่านแบบสอบถามหรือระบบประเมินผลหลังการท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนมุมมองต่อคุณภาพของบริการและผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ แนวทางนี้ไม่เพียงสนับสนุนระบบการติดตามและประเมินผลที่โปร่งใส แต่ยังทำให้นักท่องเที่ยวมีบทบาทในการร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลยังสามารถทำหน้าที่เสมือนสื่อมวลชนพลเมือง (Citizen Media) โดยการเผยแพร่ข้อมูล ประสบการณ์ หรือความคิดเห็นผ่านโซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มรีวิว หรือบล็อกส่วนตัว ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงข้อมูลฐานความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น การมีบทบาทเชิงรุกของ

นักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ถือเป็นพลังสำคัญในการขยายผลสู่สาธารณะ และช่วยสร้างแรงขับเคลื่อนเชิงสังคมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

(6) การเคารพกฎระเบียบและมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรตระหนักถึงบทบาทของตนในการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการปฏิบัติตามกฎระเบียบและแนวทางที่แหล่งท่องเที่ยวกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เช่น การไม่ทิ้งขยะ การไม่รบกวนระบบนิเวศ หรือการหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง นอกจากนี้ ควรมีส่วนร่วมในการเป็นพลเมืองที่ดีขึ้น ด้วยการรายงานพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหรือการกระทำที่ละเมิดข้อกำหนดของพื้นที่ท่องเที่ยวต่อเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการเฝ้าระวังร่วม และช่วยให้ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมีความเข้มแข็งยิ่งขึ้นในเชิงปฏิบัติ ทั้งนี้การมีส่วนร่วมในลักษณะดังกล่าวจะช่วยสร้างวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบและยั่งยืนในระยะยาว

(7) การสนับสนุนการมีส่วนร่วมบนฐานของความเข้าใจร่วมในวิสัยทัศน์และบทบาทของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของระบบการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการให้ความร่วมมือกับแนวทางที่ภาคส่วนต่าง ๆ ได้ร่วมกันกำหนดขึ้น เช่น การเลือกใช้บริการที่ผ่านมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม การเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรม และการเคารพขนบธรรมเนียมของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว การรับรู้วิสัยทัศน์และแนวนโยบายร่วมนี้จะช่วยให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาที่สมดุล และมีบทบาทในการเสริมพลังให้ทุกภาคส่วนสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างแท้จริง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second-Order Confirmatory Factor Analysis: S-CFA) ซึ่งมุ่งเน้นการตรวจสอบโครงสร้างของตัวแปรแฝงและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบหลักของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร ควรมีการศึกษาต่อยอดโดยใช้เทคนิค การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ในการวิจัยครั้งต่อไป การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างจะช่วยให้สามารถทดสอบความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งวิเคราะห์อิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างตัวแปรในโมเดลได้อย่างครบถ้วน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการเสนอแนะนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีความแม่นยำและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

2) จากการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ข้อค้นพบและข้อสรุปที่ได้นั้นมีความจำกัดในมิติของกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอาจมีมุมมอง พฤติกรรม และค่านิยมที่แตกต่างกันไป ซึ่งอาจส่งผลต่อการกำหนดนโยบายและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับสากล การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายชาติ จะช่วยเพิ่มความครอบคลุมและความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ รวมถึงช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับมุมมองที่หลากหลายต่อแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยแยกตามกลุ่มเชื้อชาติหรือสัญชาติจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างละเอียดและนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม

3) การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะเกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แม้ว่าผลการวิจัยจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ แต่การวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาดำเนินการศึกษาเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์แนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practices) จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในการดำเนินงาน การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างแหล่งท่องเที่ยวจะช่วยให้เห็นถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ ตลอดจนความท้าทายและอุปสรรคที่แต่ละแหล่งท่องเที่ยวเผชิญ การศึกษาลักษณะการจัดการและการพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวอื่นจะช่วยสร้างความรู้ใหม่และแนวทางที่สามารถนำไปปรับใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม

4) การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ยังคงขาดการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาศึกษาอย่างละเอียดถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจในมิติต่าง ๆ เช่น รายได้จากการท่องเที่ยว การกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนผลกระทบทางสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม ความสัมพันธ์ภายในชุมชน และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ การศึกษาในมิติเศรษฐกิจและสังคมจะช่วยให้สามารถประเมินผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างรอบด้านและนำไปสู่การกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมประโยชน์ต่อชุมชนและเศรษฐกิจในระยะยาว

5) การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นเป็นอีกประเด็นที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย การวิจัยในอนาคตควรดำเนินการศึกษาในลักษณะของการวิจัยต่อเนื่อง

(Longitudinal Study) เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในระยะยาว ซึ่งจะช่วยสะท้อนถึงประสิทธิภาพของมาตรการและนโยบายที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาความพึงพอใจในช่วงเวลาที่ต่อเนื่องจะช่วยให้สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างแม่นยำและสามารถปรับปรุงนโยบายตามสถานการณ์และข้อเท็จจริงในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ



บรรณานุกรม

- กมลนก เกียรติศักดิ์ชัย, & ชื่นชนก โควิท. (2563). สมรรถนะของคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในพื้นที่เกาะหมากจังหวัดตราด. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 16–30.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557a). รายงานผลการจัดทำแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557b). รายงานผลการจัดทำแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560-2564. กองพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว.
<https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/568758>
- กรมประชาสัมพันธ์. (2565). ยุทธศาสตร์แห่งรอยยิ้ม (SMILES). กรมประชาสัมพันธ์.
<https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220606213948972>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/000000359.PDF>
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). ข้อเสนอ BCG in Action: The New Sustainable Growth Engine โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. <https://www.nxpo.or.th/th/report/9394/>
- กรัณย์พัฒน์ อิมประเสริฐ, & อมรา รัตตากร. (2559). แนวคิดการตลาดสีเขียวเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 10(2), 135–143.
- กัลยารัตน์ ศิริรัตน์, วิณา ชุ่มบัณฑิต, & ภัทรพล มหาพันธ์. (2568). แนวคิดคาร์บอนต่ำเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 17(1), 305–314.
- กาญจนา จินตกานนท์. (2556). เกาะหมาก ดันแบบ LOW CARBON DESTINATION. มติชน.
<http://info.matichon.co.th/techno/techno.php?srctag=05108010>

- กาญจนาวดี พวงชื่น, & แสงสรรค์ ภูมิสถาน. (2563). ฤทธิกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 29–42.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564a). *การท่องเที่ยวตามแนวคิด BCG*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. <https://tatacademy.com/th/publish/article/e64b2554-d206-4e07-8c83-5df6a1f4fe65>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564b). *ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว พ.ศ. 2560–2564*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T26666.pdf>
- ชนิษฐา บรมสำลี, & รัฐพล สันสน. (2560). รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน. *Veridian E-Journal*, 10(2), 1–22.
- ชัตติยา ชัชวาลพาณิชย์, & สุดาพร สวม่วง. (2558). รูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 5(1), 210–222.
- โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs). (2016). *ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ SDGs*. โครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs). <https://www.sdgmove.com/intro-to-sdgs/>
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จ่านชอบ, ญัฐพัชร มณีโรจน์, & วุฒิพงษ์ ทองก้อน. (2561). รูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ของชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 24(4), 548–561.
- ชนินทร์ ชุมหพันธ์. (2544). *กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์*. สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2545). *การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2547). *สำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. <http://www.stou.ac.th/Tourism/Acheive/May/Topic2.html>.
- ชาคริต อ่องทุน, & นรินทร์ สังข์รักษา. (2562). การปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ : กรณีศึกษาชุมชนในภาคตะวันออกของไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 374–384.
- ชุลีวรรณ ปราณิธรรม. (2564). ความตระหนักและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 8(2), 73–94.

- เขาวลิต อยู่เกิด, วิจิตรา ศรีสอน, & ศิโรตม์ ภาคสุวรรณ. (2564). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืน: กรณีศึกษารูปแบบการจัดการขยะชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(2), 713–726.
- ณัฐศาสตร์ดี ทิชฎิญาณิณ. (2565). แนวทางพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาอำเภอย่านตาขาว จังหวัดตรัง. *วารสารวิชาการ การออกแบบสภาพแวดล้อม*, 9(2).
- ดวงใจ หล่อธนวิชัย. (2550). รัฐ ทุน ชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างไทยกับญี่ปุ่น [ปริญานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สหวิทยาการ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดำรง วัฒนา. (2546). การประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการ. สถาบันดำรงราชานุภาพ.
- ตรีทิพ บุญแยม. (2554). การท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อความยั่งยืนของโลกและแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ. *วารสารนักบริหาร*, 31(2), 184–189.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ. สถาบันพระปกเกล้า.
- ทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรณ. (2554). ชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต*, 5(1).
- ทิพย์สุตา พุฒจรรย์. (2559). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด [ปริญานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทิพย์สุตา พุฒจรรย์, ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว, จิตศักดิ์ พุฒจรรย์, ธนวรรษ ดอกจันทร์, หทัยรัตน์ สวัสดิ์, & กนกวรรณ แก้วอุไทย. (2556). การศึกษาแนวทางการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร แม่ฮ่องสอน ภูเก็ตและสตูล. *มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 8(4), 14–27.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- ธง คำเกิด, อุทุมพร เรืองฤทธิ์, เพียงฤทัย เสงี่ยมศิลป์, จิตราภรณ์ เถรวัตร, & ชิตชนก มากจันทร์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานรากวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืน ของตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี.
- ธนเดช เกียรติเลิศธรรม. (2558). ประสบการณ์ความทรงจำของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นต่อกิจกรรมสีเขียว ในเขตภาคเหนือตอนล่าง กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติรามคำแหง (เขาลวง) อำเภอคีรีมาศ จังหวัดสุโขทัย [ปริญานิพนธ์วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *Sustainable Tourism: กระแสแห่งโอกาส และความท้าทายของภาคการท่องเที่ยวไทย*. ธนาคารแห่งประเทศไทย. <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/regional-articles/reg-article-2021-16.html>
- ธนาอุส บุญทอง, ณรงค์ฤทธิ์ อดุลย์ฐานานุกิตต์, & วรธีรพันธ์ ชุมประเสริฐ. (2564). *Sustainable Tourism: กระแสแห่งโอกาส และความท้าทายของภาคการท่องเที่ยวไทย*. ธนาคารแห่งประเทศไทย. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/article/regional/2564/2564_RL_16_Sustainable_Tourism.PDF
- ธารีทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล, & อัครวิน แสงพิกุล. (2567). การวิเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในประเทศไทย โดยใช้เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นกรณีศึกษา. *วารสารศิลปศาสตร์วิชาการและวิจัย*, 19(2), 41–53.
- ธีระ สนิเดชารักษ์. (2564). การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ : การรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานประกอบการภาคีเครือข่ายขององค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (อพท.). *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 16(2), 74–84.
- ธีระ สนิเดชารักษ์, อรุมา เตพลกุล, & จุฑาฉินิ ธัญประณีตกุล. (2558). *การศึกษาการรับรู้ด้าน Low Carbon Tourism ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักในโรงแรมที่พักภาคีเครือข่ายของ อพท. สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์. (2553). *ชุมชนศึกษา*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นครชาติ เผื่อนภูมิ. (2554). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริการปฐมภูมิที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข [ปริญญานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา]*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เขียว, & อุษารตี ภูมาลี. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อร่องรอยทางนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(3), 585–599.
- นิคมศม อักษรประดิษฐ์, & อัครศักดิ์ อุณารมย์เลิศ. (2560). กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร*, 9(2), 205–216.
- บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ. (2555). *ยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคตะวันตกเพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน [ปริญญานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา]*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (ม.ป.ป.). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: การวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ธรรมสาร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประชาคมวิจัยด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว. (2561). *สมุดปกขาว BCG in Action การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว Bio - Circular - Green Economy*.
- ปรัชญา บุญเดช. (2561). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเลขาเกอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง [ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปรัชญาภรณ์ ไชยคช, วัชร ชัยเขต, & ปณต ประคองทรัพย์. (2564). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในเมืองท่องเที่ยวรอง กรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(12), 288–304.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เปรมศักดิ์ อาษากิจ, & หฤทัย อาษากิจ. (2562). กลยุทธ์การตลาดสีเขียวสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา*, 7(2), 7–17.
- พจนา สอนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พนิดา ตั้งวัฒนาภรณ์. (2558). *คลังความรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. เอส. อาร์.
- พนิดา คล้อยสวัสดิ์. (2551). ปัจจัยเอื้อและแนวปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเอกชนในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน [ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุขบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). *แบบการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว*. สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยว.
- พยอม ธรรมบุตร. (2558). *การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว*. [เอกสารประกอบการสอน].
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (2539). *การพัฒนาที่ยั่งยืน*. มูลนิธิโกลคิมทอง.
- พัชรกร กนิษฐสุนทร. (2559). การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวแบบ Green Tourism ของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพชรรัตน์ จำปาสุข. (2558). *แนวทางการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวสีเขียวในจังหวัดพิษณุโลก: การศึกษารูปแบบการจัดการรีสอร์ทสีเขียว กรณีศึกษา เรนฟอเรส รีสอร์ท แอนด์ ฟาร์ม* [ปริญญานิพนธ์วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

เพชรอำไพ มงคลจิระเดช, ศุภรณันท์ ดลโสภณ, สุชาดา กิจเกิดแสง, & พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2557).

กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ในแผนฟื้นฟูอนุรักษ์ป่าต้นน้ำลำธารและป่าชุมชน
เขื่อนศรีนครินทร์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. *Veridian E-Journal*, 7(1), 586–598.

ภิญญภัส พลภูษากิจ, ปิยาภรณ์ รัตโนภาส, จาตุรันต์ แซ่มสุ่น, & ลัญจกร สัตย์สงวน. (2565a). ความ
พึงพอใจของชุมชนบนเกาะหมาก เพื่อเป็นการยกระดับ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ.

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 10(2), 138–147.

ภิญญภัส พลภูษากิจ, ปิยาภรณ์ รัตโนภาส, จาตุรันต์ แซ่มสุ่น, & ลัญจกร สัตย์สงวน. (2565b). ความ
พึงพอใจของชุมชนบนเกาะหมาก เพื่อเป็นการยกระดับ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ.

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 10(2), 138–147.

มนทิรา สังข์ทอง, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร, & วิชัย แหวนเพชร. (2563). รูปแบบการจัดการห่วงโซ่
อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ*, 7(2), 17–
35.

เมธิกา พ่วงแสง. (2567). การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ: วิธีการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.

วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด, 12(2), 615–627.

ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2556). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ต่อยอด เพิ่มค่า หาดูต่าง. กองวิจัย
การตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

วนิดา อ่อนละมัย. (2562). รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านศรีฐาน จังหวัดขอนแก่น.

วรพงศ์ ผูกภู, ฐิติ ฐิติจำเจริญพร, อิสริ แพทย์เจริญ, ศศิประภา โปธา, พัชรนันท์ บัวมะลิ, & ศุภรัตน์
นามมนตรี. (2562). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานแนวคิด
เศรษฐกิจพอเพียงภายใต้พลวัตของการเปลี่ยนแปลง: บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่
ฮ่อง จังหวัดเชียงใหม่.

วรรณภา ศิลปอาษา. (2549). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรร
มาธิราช.

วิสาชา ภูจินดา, & ญัฐธิดา พัฒนเจริญ. (2564). การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา:
ชุมชนบ้านสะนา ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 13(2), 301–319.

ศุภกิจ อุดมเรือง. (2557). วิวัฒนาการการท่องเที่ยวไทย. ธนาเพรส.

ศุภรดา มาจันทร์. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสีเขียวบ่อน้ำพุร้อนแม่กาษา อำเภอแม่
สลด จังหวัดตาก กรณีศึกษาการจัดการบ่อน้ำพุร้อนแม่กาษา [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2555). *แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน.

<https://thaicomcommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/concept/>

ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2566). *Expedia* ชื่นักท่องเที่ยว “เอาจริงเรื่องสิ่งแวดล้อม”. ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว.

<https://tatacademy.com/th/articles/article>

สงกรานต์ กลมสุข. (2558). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 21(3), 385–397.

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2561). *ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. http://www.cbt-pages&gen_lang=20112012094103#.WxY5-jSFPIU

สภาพัฒน์แห่งชาติ. (2558). *วาระพัฒนาที่ 1 : การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว*. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

สายฝน ภาณุมาศ. (2550). *ตัวชี้วัดผลงานหลักกับการวางแผนกลยุทธ์ของระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559a). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2564)*.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559b). *รายงานสรุปผลการศึกษาเพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ 33 เกาะ ใน 12 จังหวัด และข้อเสนอแนะทางการพัฒนา*.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570*.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2565). *แผนปฏิบัติการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ปี พ.ศ. 2564 - 2573* รายงาน.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561- 2565*.

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.

- สิรินภา จงเกษกรณ์, & กนกกานต์ แก้วนุช. (2564). การพัฒนาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ย่านเมืองเก่าภูเก็ต. *วารสารท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 17(2), 19–40.
- สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์. (2560). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในจังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น*, 11(1), 230–243.
- สุจิตรา หนูมี. (2562). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี [วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุดา สุวรรณภิรมย์. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(3), 69–79.
- สุพจน์ ชุมหิโตอินทร์, & ธิดา อ่อนอินทร์. (2560). โครงการ “สำรวจสถานะของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทประเทศไทย และทางเลือกมาตรการทางเศรษฐศาสตร์สังคม และกฎหมาย” เป้าหมายที่ 12. ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2563). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: นวัตกรรมและการเคลื่อนย้ายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลพระนคร*, 1(1), 1–24.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2565a). *เกาะหมาก Low Carbon Island หมายความว่าท่องเที่ยวที่รบกวนโลกน้อยที่สุด. อพท Travel ไทยให้ยั่งยืน*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2565b). *แสดงความยินดีกับ เกาะหมาก จ.ตราด ที่ได้รับเลือกให้เป็น 1 ใน 100 แหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน 100 แห่งของโลก ประจำปี 2022*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). <https://www.dasta.or.th/th/article/1403>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2555). *หลักเกณฑ์การรองรับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558). *LOW CARBON TOURISM เที่ยวแบบคนไม่เอาถ่าน*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). <https://www.dasta.or.th/th/microsite/elibrary/60?page=1>

- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2560). *การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). <http://110.78.114.133/sec39/e-loader/data/P1L5fLIAN52347ThuJan2017.pdf>
- อติยาภรณ์ แก่นสุข. (2559). *หลักการและแนวทางการบริหารการท่องเที่ยว*. สุขุมวิทการพิมพ์.
- อมรเทพฤทธิ์ อินทร์แย้ม, วัชรินทร์ อินทพรหม, & พัลลภ สิ้นหน่ง. (2563). รูปแบบการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เทศบาลตำบลเมืองแกลงเป็นเมืองคาร์บอนต่ำ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 11(2), 363–380.
- อัจฉรา ศรีลาชัย, & ภูเกริก บัวสอน. (2561). แนวทางการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(1), 218–229.
- อารยา สุนทรวิภาต, ลักษณ บัญมา, ธันนัท สังวาลย์, กนกฤษฏ์ กาสาวพานิชย์, & พัชรี ปรีเปรมโมทย์. (2565). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน: เกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 4(4), 297–312.
- อิสระพงษ์ พลธานี, & อุมพร บุญเพชรแก้ว. (2560). องค์ประกอบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารศิลปศาสตร์วิชาการและวิจัย (ออนไลน์)*, 12(24).
- อุมพร บุญเพชรแก้ว, & อิสระพงษ์ พลธานี. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด Low Carbon Destination กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 10(3), 221–234.
- อุมพร บุญเพชรแก้ว, อิสระพงษ์ พลธานี, กมลวรรณ อยู่คำ, ปลิดา ฐิวัชรปกรณ, ปิยะวรรณ มาก่อเกียรติ, ยูธิกา ด่านภู่งศ์, & อติติยา ตรีภักดี. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด. *Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(3), 2686–2703.
- เอกชัย บุญยาพิษฐาน. (2553). *คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ*. ปัญญาชน.
- Brundtland, C. (1987). *Our Common Future: The Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford Oxford University Press.

- Buhalis, D., & Spada, A. (2000). Destination Management Systems: Criteria for Success: An Exploratory Research. *Journal Information Technology and Tourism*, 3(1), 41–58.
- Can, H., & Hongbing, D. (2011). The model of developing low-carbon tourism in the context of leisure economy. *Energy Procedia*, 5, 1974–1978.
<https://doi.org/10.1016/j.egypro.2011.03.339>
- David L. Goetsch, & Stanley Davis. (2006). *Introduction to Total Quality: Quality Management for Production, Processing, and Services*. Pearson Prentice Hall.
- Fred R. David. (2000). *Strategic management: Concepts and Cases*. Prentice Hall.
- Gössling, S., Balas, M., Mayer, M., & Sun, Y.-Y. (2023). A review of tourism and climate change mitigation: The scales, scopes, stakeholders and strategies of carbon management. *Tourism Management Journal*, 95(4).
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104681>
- Gregory Dess, Gerry McNamara, Alan Eisner, & Seung-Hyun Lee. (2010). *Strategic Management: Text and Cases* (10th พิมพ์ครั้งที่). McGraw-Hill Connect.
- Groening, C., Sarkis, J., & Zhu, Q. (2018). Green marketing consumer-level theory review: A compendium of applied theories and further research directions. *Journal of Cleaner Production*, 172(1), 1848–1866.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.002>
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Zulkifly, M. I. (2013). Local Community Attitude and Support towards Tourism Development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 105(12), 792–800.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.11.082>
- Kampanad Bhaktikul, Sayam Aroonsrimorakot, Meena Laiphrakpam, & Warit Paisantanakij. (2021). Toward a low-carbon tourism for sustainable development: a study based on a royal project for highland community development in Chiang Rai, Thailand. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 10743–10762.
- Leonidou, C. N., Katsikeas, C. S., & Morgan, N. A. (2013). “Greening” the marketing mix: do firms do it and does it pay off? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(2), 151–170. <https://doi.org/10.1007/s11747-012-0317-2>

- Lynn C. Harrison, & Winston Husbands. (2010). *Practicing Responsible Tourism: International Case Studies in Tourism Planning, Policy, and Development*. Wiley.
- Meei Lee, S., Chris Honda, H., Gui Ren, & Yu-Chen Lo. (2016). The Implementation of Green Tourism and Hospitality. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5(4).
<https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000233>
- Munlika Thipcha, Jaturong Pokharatsiri, & Pimonmart Wankanapon. (2020). Evaluation Criteria of Low Carbon Destination Concept for Resort Design and Renovation in Koh Chang, Thailand. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies*, 17(2), 17–39.
- Paul, S. (1983). The Strategic Management of Development Programmes. *International Review of Administrative Sciences*, 49(1), 73–86.
<https://doi.org/10.1177/002085238304900109>
- Pelasol, Ma. R. J., Tayoba, M. A. T., Mondero, E., Jugado, K., & Lahaylahay, C. (2012). Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines. *JPAIR Multidisciplinary Research*, 8(1), 90–97. <https://doi.org/10.7719/jpair.v8i1.173>
- Pipatpong Fakfare, & Walanchalee Wattanacharoensil. (2022). Low-carbon tourism: determining domestic tourist perception from Thailand: Tourism Agenda 2030. *Tourism Review*, 78(2), 495–516.
- Sakiko Fukuda-Parr. (2019). From the Millennium Development Goals to the Sustainable Development Goals: Shifts in Purpose, Concept, and Politics of Global Goal-setting for Development. ใน *Green Planet Blues* (6th พิมพ์ครั้งที่). Routledge.
- Sangkyun Kim, Eerang Park, & Toulakham Phandanouvong. (2014). Barriers to Local Residents' Participation in Community-Based Tourism: Lessons from Houay Kaeng Village in Laos. *4th International Conference on Tourism Research*.
- Sharron Dickman. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Hodder Education.
- Shirley Eber. (1993). *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*. WWF .
- Smith, V. L. (1990). Alternative/responsible tourism seminar. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 479–480. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90015-J](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90015-J)

- Sonuç, N. (2020). Sustainable Tourism (Sustainable Development of Tourism, Sustainable Tourism Management). ใน *Encyclopedia of Sustainable Management* (น. 1–8). Springer International Publishing.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-02006-4_454-1
- Stefan Gössling, & James Higham. (2021). The Low-Carbon Imperative: Destination Management under Urgent Climate Change. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1167–1179.
- The Center for Responsible Travel. (2018). *The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2018*. The Center for Responsible Travel.
<https://www.responsibletravel.org/trends-and-statistics/>
- The Global Sustainable Tourism Council. (2020). *GSTC Strategic Plan 2020*. The Global Sustainable Tourism Council. <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Strategic-Plan-2020.pdf>
- Ubben, G. C., & Hughes, L. W. (2001). *The Principal: Creative Leadership for Effective Schools*. Allyn and Bacon.
- UNESCO. (2007). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. UNESCO. <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/convention-protection-and-promotion-diversity-cultural-expressions>
- UNFCCC. (2015). *Paris Agreement*. UNFCCC.
<http://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/eng/l09r01.pdf>
- UNWTO. (2008). *WORLD TOURISM DAY 2008: TOURISM: RESPONDING TO THE CHALLENGE OF CLIMATE CHANGE*. UNWTO. <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2008>
- UNWTO. (2011). *UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413935>
- UNWTO. (2013). *Tourism Highlights, 2013 Edition*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415427>
- UNWTO. (2016). *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition*. UNWTO.
www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145

- UNWTO. (2020). *World Tourism Barometer, May 2020 – Special focus on the Impact of COVID-19 (Summary)*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421817>
- Victor Middleton, Alan Fyall, Mike Morgan, & Ashok Ranchhod. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (4th พิมพ์ครั้งที่). Routledge.
- Wang, Y. (Alex), & Pfister, R. E. (2008). Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/0047287507312402>
- World Bank. (ม.ป.ป.). *Environment Matter. An Annual Review of the Bank's Environmental Work*. World Bank.
- World Economic Forum. (2020). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
- World Tourism Organization. (2016). *Tourism, a factor of sustainable development*. World Tourism Organization. <http://ethics.unwto.org/en/content/global-codeethics-tourism-article-3>
- WTTC. (2017). *Global Economic Impact & Issues 2017*. WTTC. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2017-documents/global-economicimpact-and-issues-2017.pdf>
- Yang, Y. (2015). Implementation Strategies of Low-Carbon Tourism. *The Open Cybernetics & Systemics Journal*, 9(1), 2003–2007. <https://doi.org/10.2174/1874110X01509012003>

ภาคผนวก



The background of the page features a large, faint watermark of the University of Phayao logo. It consists of a purple shield-shaped emblem with a white silhouette of a traditional Thai temple (prang) and several white candles. Below the emblem is a yellow banner with the university's name in Thai and English: "มหาวิทยาลัยพะเยา" and "UNIVERSITY OF PHAYAO".

ภาคผนวก ก

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

- รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ให้สัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามของงานวิจัย
- ข้อคำถามที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ให้สัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามของงานวิจัย

1.1 ผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐ

1.1 จาตุรนต์ ภัคดีวานิช	อธิบดีกรมการท่องเที่ยว
1.2 คมสันต์ สุมะนาถ	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตราด
1.3 นาวาอากาศเอก อธิคุณ คงมี	ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
1.4 นายเกียรติชาย ไมตรีวงษ์	ผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
1.5 พศลินทร์ เสวตรัตน์	ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตราด
1.6 สุธารักษ์ สุนทรวิภาต	ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษ 3 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ผู้เชี่ยวชาญจากภาคผู้ประกอบการ

2.1 จักรพรรดิ ตะเวทีกุล	ผู้บริหารเกาะหมาก รีสอร์ท
2.2 ธาณินทร์ สุทธิธินกุล	ผู้บริหารร้านอาหารเกาะหมาก ซีฟู้ด
2.3 นิพนธ์ สุทธิธินกุล	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกาะหมาก
2.4 ผดุงศักดิ์ สามัญเมือง	ผู้เชี่ยวชาญการเกษตร เกาะหมากรีสอร์ท
2.5 วริศรา อริยวงศ์ปรีชา	ผู้จัดการเกาะหมากฟาร์ม
2.6 ปณิตตา ชัยปการ	ผู้บริหารไนยาชาเดินท์เกาะหมาก

3. ผู้เชี่ยวชาญภาควิชาการ

3.1 ศ.ดร.วิชาชา ภูจินดา	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
3.2 รศ.ดร.สยาม อรุณศรีมรกต	มหาวิทยาลัยมหิดล
3.3 รศ.ดร.พยอม ธรรมบุตร	มหาวิทยาลัยพะเยา
3.4 ดร.ปณิตตา ตันวัฒนะ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3.5 ผศ.ดร.ณัฐกานต์ พงษ์สรนันทน์	มหาวิทยาลัยบูรพา

4. ผู้เชี่ยวชาญภาคชุมชน

4.1 นพดล สุทธิธินกุล	ประธานชุมชนชายฝั่งเกาะหมาก
4.2 นล สุวัจนานนท์	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก
4.3 ผู้แทนชุมชน	หมู่ 1 บ้านอ่าวนิต ตำบลเกาะหมาก
4.4 ผู้แทนชุมชน	หมู่ 1 บ้านอ่าวนิต ตำบลเกาะหมาก
4.5 ผู้แทนชุมชน	หมู่ 1 บ้านอ่าวนิต ตำบลเกาะหมาก
4.6 ผู้แทนชุมชน	หมู่ 2 บ้านอ่าวนิต ตำบลเกาะหมาก
4.7 ผู้แทนชุมชน	หมู่ 2 บ้านอ่าวนิต ตำบลเกาะหมาก
4.8 ผู้แทนชุมชน	หมู่ 2 บ้านอ่าวนิต ตำบลเกาะหมาก

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยสำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ และภาคชุมชน
เรื่อง ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
รูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอกซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณะอาจารย์ที่ปรึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ถอดบทเรียนความสำเร็จและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านได้กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวต่อไป

โดยแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด

การตอบแบบสัมภาษณ์นี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ ทุกข้อ ทุกคำถาม เพื่อให้การวิจัยมีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์แท้จริง ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสัมภาษณ์จะเก็บเป็นความลับ การนำเสนอของงานวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

สุเมธ จันทร์สุทนต์พจน์

ผู้วิจัย

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและภาควิชาการ
เรื่อง ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
รูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์

ตำแหน่ง หน่วยงาน

หมายเลขโทรศัพท์ สถานที่ที่ให้สัมภาษณ์

วันที่ให้สัมภาษณ์ เวลาที่ให้สัมภาษณ์

**ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและภาควิชาการ เกี่ยวกับปัจจัย
ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ**

1. ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ
กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด: **ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)** โดยให้ผู้
ทรงคุณวุฒิกล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จ เสนอแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาในด้านนี้

ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สนับสนุนการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวในรูปแบบคาร์บอนต่ำ เพื่อตอบรับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกด้านสภาพภูมิอากาศ ซึ่งการ
ท่องเที่ยวนั้นเป็นสาเหตุหนึ่งให้เกิดภาวะโลกร้อน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การเข้าพักในโรงแรมตลอดจนกิจกรรม
การท่องเที่ยวต่าง ๆ และแม้แต่ปริมาณขยะที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ในแหล่งท่องเที่ยว การคำนึงถึงการปลดปล่อยก๊าซ
เรือนกระจกที่ปลดปล่อยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ฯลฯ

ตัวอย่างแนวคำตอบในการให้สัมภาษณ์

1.1 ปรับเปลี่ยนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้เชื้อเพลิง

1.2 ใช้จักรยานในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว

1.3 ใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานสะอาดในการบริการนักท่องเที่ยว

1.4 ใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการ

1.5 จัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ

1.6

1.7

1.8

1.9

1.10

1.11

1.12

1.13

1.14

1.15

1.16

1.17

1.18

1.19

1.20

2. ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ
กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด: **ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)** โดยให้ผู้
ทรงคุณวุฒิกล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จ เสนอแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาในด้านนี้

ด้านการจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการของการสร้างความรู้ เพื่อนำพื้นที่ ชุมชน องค์กรหรือธุรกิจ
ไปสู่ความสำเร็จ การสร้างให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดการความรู้จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะ
สามารถนำมาใช้ในการสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอน
ต่ำในพื้นที่เป้าหมายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ ฯลฯ

ตัวอย่างแนวคำตอบในการให้สัมภาษณ์

- 2.1 มีกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ด้านการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 2.2 จัดเก็บองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในรูปแบบของฐานข้อมูล
- 2.3 มีกิจกรรมเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้รู้ในแหล่งท่องเที่ยว
- 2.4 จัดตั้งศูนย์กลางให้บริการข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว
- 2.5 นำการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยชุมชนมีส่วนร่วม

- 2.6
- 2.7
- 2.8
- 2.9
- 2.10
- 2.11
- 2.12
- 2.13
- 2.14
- 2.15
- 2.16
- 2.17
- 2.18
- 2.19
- 2.20

3. ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ
กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด: **ด้านชุมชนคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Community)** โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ
กล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จ เสนอแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาในด้านนี้

ด้านชุมชนคาร์บอนต่ำ หมายถึง ชุมชนที่มีวิถีการดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญ
กับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงการที่คนในชุมชนมีความตระหนักใน
ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงาน การวางผังเมืองที่เป็นระเบียบ
เรียบร้อย สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ที่ดินและการลดการขนส่งวัตถุจากภายนอกชุมชน ฯลฯ

ตัวอย่างแนวคำตอบในการให้สัมภาษณ์

- 3.1 กำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของสมาชิกชุมชนร่วมกัน
- 3.2 ปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน
- 3.3 ตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับครัวเรือน
- 3.4 มีกิจกรรมลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในครัวเรือนของคนในชุมชน
- 3.5 ดำเนินการวางแผนบริหารจัดการการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน

- 3.6
- 3.7
- 3.8
- 3.9
- 3.10
- 3.11
- 3.12
- 3.13
- 3.14
- 3.15
- 3.16
- 3.17
- 3.18
- 3.19
- 3.20

4. ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ
กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด: **ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)** โดยให้ผู้
ทรงคุณวุฒิกล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จ เสนอแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาในด้านนี้

ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว หมายถึง สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและระดับ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกี่ยวกับประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ด้าน
ความงาม สุนทรียภาพ ประสบการณ์ด้านความบันเทิง และประสบการณ์ด้านการหลีกหนีออกจากประสบการณ์
เดิม ๆ ที่เกิดขึ้นจากการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การมีกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยคำนึงถึงตลอดห่วงโซ่การบริการ ฯลฯ

ตัวอย่างแนวคำตอบในการให้สัมภาษณ์

- 4.1 นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว
- 4.2 ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
- 4.3 พัฒนารูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- 4.4 ควบคุมมาตรฐานการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในทุกธุรกิจบริการของพื้นที่
- 4.5 สำนวณความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

- 4.6
- 4.7
- 4.8
- 4.9
- 4.10
- 4.11
- 4.12
- 4.13
- 4.14
- 4.15
- 4.16
- 4.17
- 4.18
- 4.19
- 4.20

5. ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ
กรณีศึกษา เกาะหมาก จังหวัดตราด: **ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)** โดย
ให้ผู้ทรงคุณวุฒิกล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จ เสนอแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาในด้านนี้

ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน หมายถึง การทำงานร่วมกันเป็นกระบวนการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ทำงานร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาและดำเนินการโดยใช้กฎ บรรทัดฐาน และโครงสร้างที่ใช้ร่วมกัน การวางแผนแบบ
องค์รวมที่มีการคำนึงถึงองค์ประกอบโดยภาพรวมทั้งแผนผังการใช้ประโยชน์โดยรวมของชุมชน และระบบสิ่ง
อำนวยความสะดวกในชุมชน การมีข้อตกลงที่เกิดจากการระดมความคิดเห็นผ่านเวทีประชาคมของชุมชน
ผู้ประกอบการ และหน่วยงานในพื้นที่ ฯลฯ

ตัวอย่างแนวคำตอบในการให้สัมภาษณ์

- 5.1 ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 5.2 กำหนดนโยบายและแผนการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน
- 5.3 ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ นอกพื้นที่ในการร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 5.4 จัดเวทีประชาคมสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการพัฒนาการท่องเที่ยว
- 5.5 จัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

- 5.6
- 5.7
- 5.8
- 5.9
- 5.10
- 5.11
- 5.12
- 5.13
- 5.14
- 5.15
- 5.16
- 5.17
- 5.18
- 5.19
- 5.20

ภาคผนวก ข**การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ**

- รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- ตัวอย่างแบบฟอร์มประเมินแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญตามวิธี

Item Objective Congruence: IOC



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญสำหรับการประเมินความสอดคล้องของคำถาม (Item Objective Congruence : IOC) จากแบบสอบถามของงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมษ์ชาวิน พลโยธี
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชนนธ์ ทวีผล
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. ดร.อาทิตยา ปาทาน
อาจารย์ประจำสาขาวิชาธุรกิจการท่องเที่ยวและอีเว้นท์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
4. ดร.วิษฎา รงค์สยามานนท์
อาจารย์ประจำคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
5. ดร.จันทร์จิรา ตรีเพชร
อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ที่ อว ๗๓๒๗/๒๐๐๒๒



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
๕๕ อาคารเวฟเพลส ชั้น ๘ แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๓๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นายสุเมธ จันทร์สุทนต์พจน์ รหัสนิติ ๖๕๑๖๐๓๐๑ นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ วิทยาลัยการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูง ในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับ ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหากท่านพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือแล้วเสร็จโปรด แจ้งไปยัง นายสุเมธ จันทร์สุทนต์พจน์ รหัสนิติ ๖๕๑๖๐๓๐๑ โทรศัพท์ ๐๘๘๗-๕๕๑๒-๓๒๙๘๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพศรี)

รักษาการแทนรองคณบดีวิทยาลัยการจัดการ รักษาการแทน
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

แบบฟอร์มประเมินแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อเรื่อง ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจาก
เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามจากแบบสอบถามแล้วทำเครื่องหมาย ☐ ล้อมรอบตัวเลือกที่
ท่านพิจารณาตามความเหมาะสม และกรอกข้อมูลสิ่งที่ควรจะต้องปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ ในช่องว่างที่
เว้นไว้ให้

ข้อคำถาม	ใช้ได้	ไม่แน่ใจ	ใช้ไม่ได้	สิ่งที่ควรจะต้องปรับปรุง / ข้อเสนอแนะ
ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม				
ข้อที่ 1	1	0	-1	
ข้อที่ 2	1	0	-1	
ข้อที่ 3	1	0	-1	
ข้อที่ 4	1	0	-1	
ข้อที่ 5	1	0	-1	
ข้อที่ 6	1	0	-1	
ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว				
ข้อที่ 1	1	0	-1	
ข้อที่ 2	1	0	-1	
ข้อที่ 3	1	0	-1	
ข้อที่ 4	1	0	-1	
ข้อที่ 5	1	0	-1	
ข้อที่ 6	1	0	-1	
ข้อที่ 7	1	0	-1	
ข้อที่ 8	1	0	-1	
ข้อที่ 9	1	0	-1	
ข้อที่ 10	1	0	-1	
ข้อที่ 11	1	0	-1	
ข้อที่ 12	1	0	-1	

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามจากแบบสอบถามแล้วทำเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวเลือกที่ท่านพิจารณาตามความเหมาะสม และกรอกข้อมูลสิ่งที่ควรจะต้องปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ ในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

ข้อคำถาม	ใช้ได้	ไม่แน่ใจ	ใช้ไม่ได้	สิ่งที่ควรจะต้องปรับปรุง / ข้อเสนอแนะ
ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม				
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)				
ข้อที่ 1	1	0	-1	
ข้อที่ 2	1	0	-1	
ข้อที่ 3	1	0	-1	
ข้อที่ 4	1	0	-1	
ข้อที่ 5	1	0	-1	
ข้อที่ 6	1	0	-1	
ข้อที่ 7	1	0	-1	
ข้อที่ 8	1	0	-1	
ข้อที่ 9	1	0	-1	
ข้อที่ 10	1	0	-1	
ข้อที่ 11	1	0	-1	
ข้อที่ 12	1	0	-1	
ข้อที่ 13	1	0	-1	
ข้อที่ 14	1	0	-1	
ข้อที่ 15	1	0	-1	
ข้อที่ 16	1	0	-1	
ข้อที่ 17	1	0	-1	
ข้อที่ 18	1	0	-1	
ข้อที่ 19	1	0	-1	
ข้อที่ 20	1	0	-1	

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามจากแบบสอบถามแล้วทำเครื่องหมาย ☐ ล้อมรอบตัวเลือกที่ท่านพิจารณาตามความเหมาะสม และกรอกข้อมูลสิ่งที่ควรจะต้องปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ ในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

ข้อคำถาม	ใช้ได้	ไม่แน่ใจ	ใช้ไม่ได้	สิ่งที่ควรจะต้องปรับปรุง / ข้อเสนอแนะ
ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม				
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)				
ข้อที่ 1-20	1	0	-1	
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Destination)				
ข้อที่ 1-20	1	0	-1	
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)				
ข้อที่ 1-20	1	0	-1	
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)				
ข้อที่ 1-20	1	0	-1	

ภาคผนวก ค

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ด้วยเทคนิคการสำรวจ (Survey Research)

– แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียน
จากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีพหุวัฒนธรรมระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ (กรุงเทพฯ) มหาวิทยาลัยพะเยา โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงถอดบทเรียนความสำเร็จของเกาะหมากเป็นกระบวนทัศน์ของการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ได้รับรางวัล แบบสอบถามในงานวิจัยนี้ต้องการให้ท่านแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในแต่ละด้านอย่างอิสระในฐานะนักท่องเที่ยว

คำตอบของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่งต่องานวิจัย โดยจะใช้ข้อมูลเพื่อนำไปสรุปเป็นภาพรวม ดังนั้นคำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่าน ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและสมบูรณ์เท่านั้นที่จะช่วยให้ผลการวิจัยเป็นไปด้วยความถูกต้องและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม ผู้วิจัยใคร่ขอให้ท่านช่วยกรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัล จำนวน 100 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด จำนวน 4 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ และหลังจากที่ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์กลับจากท่านแล้ว หากสนใจผลการวิจัยครั้งนี้โปรดแจ้งให้ผู้วิจัยจัดส่งผลการวิจัยเรื่องนี้ในรูปแบบของ File PDF ไปยังท่าน

นายสุเมธ จันทร์สุทนต์พนธ์

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก
จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียวและ
กรณีที่เลือกตัวเลือกอื่น ๆ (โปรดระบุ) กรุณากรอกข้อมูลลงในช่องว่าง

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

☐ 3. ไม่ต้องการระบุ

2. อายุ

☐ 1. 19-30 ปี

☐ 2. 31 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า

☐ 2.ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

☐ 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

☐ 1. 15,000 บาท หรือต่ำกว่า

☐ 2. 15,001-30,000 บาท

☐ 3. 30,001 บาทขึ้นไป

6. ภูมิลำเนา

☐ 1. กรุงเทพฯ และปริมณฑล

☐ 2. ภาคตะวันออก

☐ 3. ภาคอื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เกาะหมาก จังหวัดตราด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียวและกรณีที่เลือกตัวเลือกอื่น ๆ (โปรดระบุ) กรุณากรอกข้อมูลลงในช่องว่าง

1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

☐ 1. เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน	☐ 2. เพื่อหาประสบการณ์ความรู้
☐ 3. เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ	☐ 4. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

2. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

☐ 1. วันธรรมดา	☐ 2. วันเสาร์-อาทิตย์
☐ 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	

3. ท่านเดินทางท่องเที่ยว (จังหวัดตราด) โดยยานพาหนะประเภทใด

☐ 1. รถโดยสารประจำทาง	☐ 2. รถยนต์ส่วนตัว
☐ 3. รถจักรยานยนต์	☐ 4. รถเช่า/จ้างเหมา
☐ 5. เครื่องบิน	☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านเลือกใช้บริการที่พักประเภทใด

☐ 1. โรงแรม	☐ 2. รีสอร์ท
☐ 3. เกสต์เฮ้าส์ (Guest house)	☐ 4. บังกะโล
☐ 5. โฮมสเตย์ (Homestay)	☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวใดมากที่สุด

☐ 1. ชายหาดอ่าวไผ่	☐ 2. ชายหาดอ่าวลอม
☐ 3. ชายหาดอ่าวกระทิง	☐ 4. ชายหาดอ่าวตาล
☐ 5. ชายหาดอ่าวพระ	☐ 6. ชายหาดอ่าวสวนใหญ่
☐ 7. เกาะกระดาด	☐ 8. เกาะขาม
☐ 9. แหลมสน	☐ 10. แหลมตุ๊กตา

6. ท่านชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวใดมากที่สุด

☐ 1. ดำน้ำดูปะการัง	☐ 2. ปั่นจักรยานรอบเกาะ
☐ 3. พายเรือคายัค	☐ 4. เดินเล่นชายหาด
☐ 5. สำนวญจุดชมวิว	☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

☐ 1. 2-3 วัน	☐ 2. 4-5 วัน
☐ 3. 5 วันขึ้นไป	

8. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนที่เกาะหมาก จังหวัดตราดเป็นเงินประมาณเท่าใด

☐ 1. 3,000 บาท หรือต่ำกว่า	☐ 2. 3,001 – 10,000 บาท
☐ 3. มากกว่า 10,000 บาท	

9. ท่านมีความประทับใจกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นอย่างไร

☐ 1. ประทับใจมาก	☐ 2. ประทับใจ
☐ 3. รู้สึกเฉย ๆ	☐ 4. ค่อนข้างไม่ค่อยประทับใจ
☐ 5. ไม่ประทับใจเลย	

10. ท่านมีความประสงค์จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด อีกครั้งหรือไม่

☐ 1. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน	☐ 2. ต้องการกลับมาเที่ยวอีกถ้ามีโอกาส
☐ 3. ไม่แน่ใจ	☐ 4. ค่อนข้างไม่ต้องการกลับมาเที่ยว
☐ 5. ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวอีกอย่างแน่นอน	

11. ท่านจะแนะนำคนอื่น ๆ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด หรือไม่

☐ 1. แนะนำอย่างแน่นอน	☐ 2. แนะนำถ้ามีโอกาส
☐ 3. ไม่แน่ใจ	☐ 4. ค่อนข้างไม่แนะนำ
☐ 5. ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	

12. ท่านมองเห็นเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างไร

☐ 1. ชัดเจน	☐ 2. ค่อนข้างชัดเจน
☐ 3. ไม่แน่ใจ	☐ 4. ค่อนข้างไม่ชัดเจน
☐ 5. ไม่ชัดเจน	



ตอนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจาก
เกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวเลือกที่ตรงกับระดับความสำคัญที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุดเพียง
ตัวเลือกเดียว

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)						
กรุณาให้คะแนนความสำคัญในแต่ละคำถามโดยเลือก 5-1 (5 = มากที่สุด, 1 = น้อยที่สุด)						
1.1	การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อ สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	5	4	3	2	1
1.2	การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของ นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
1.3	การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนิน โครงการท่องเที่ยวในพื้นที่	5	4	3	2	1
1.4	การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	5	4	3	2	1
1.5	การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่ การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร	5	4	3	2	1
1.6	การนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในที่พักและ สถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอด ไฟฟ้าประหยัดไฟ เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5	5	4	3	2	1
1.7	การใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ท่องเที่ยวเกาะหมาก	5	4	3	2	1
1.8	การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ ท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
1.9	การสร้างความรู้ความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ให้นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
1.10	การจัดกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
1.11	การพัฒนากระบวนการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น	5	4	3	2	1

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.12	การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล	5	4	3	2	1
1.13	การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด	5	4	3	2	1
1.14	การจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ	5	4	3	2	1
1.15	การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ	5	4	3	2	1
1.16	การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
1.17	การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐและชุมชน	5	4	3	2	1
1.18	การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
1.19	การออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก	5	4	3	2	1
1.20	การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	5	4	3	2	1
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)						
กรุณาให้คะแนนความสำคัญในแต่ละคำถามโดยเลือก 5-1 (5 = มากที่สุด, 1 = น้อยที่สุด)						
2.1	การให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	5	4	3	2	1
2.2	การมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น	5	4	3	2	1
2.3	การรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่	5	4	3	2	1
2.4	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.5	การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	5	4	3	2	1
2.6	การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม	5	4	3	2	1
2.7	การจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	5	4	3	2	1
2.8	การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่	5	4	3	2	1
2.9	การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
2.10	การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2.11	การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2.12	การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2.13	การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้แก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2.14	การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	5	4	3	2	1
2.15	การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2.16	การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2.17	การเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น	5	4	3	2	1

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.18	การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	5	4	3	2	1
2.19	การเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน	5	4	3	2	1
2.20	การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ	5	4	3	2	1
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Destination) <u>กรุณาให้คะแนนความสำคัญในแต่ละคำถามโดยเลือก 5-1 (5 = มากที่สุด, 1 = น้อยที่สุด)</u>						
3.1	การใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	5	4	3	2	1
3.2	การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
3.3	การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	5	4	3	2	1
3.4	การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
3.5	การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	5	4	3	2	1
3.6	การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง	5	4	3	2	1
3.7	การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	5	4	3	2	1
3.8	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
3.9	การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากรจากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
3.10	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก	5	4	3	2	1

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.11	การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม	5	4	3	2	1
3.12	การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ	5	4	3	2	1
3.13	การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
3.14	การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ	5	4	3	2	1
3.15	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือโรงแรมสีเขียว	5	4	3	2	1
3.16	การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	5	4	3	2	1
3.17	การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
3.18	การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน	5	4	3	2	1
3.19	การจัดการขยะเศษอาหารจากการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก	5	4	3	2	1
3.20	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)						
กรุณาให้คะแนนความสำคัญในแต่ละคำถามโดยเลือก 5-1 (5 = มากที่สุด, 1 = น้อยที่สุด)						
4.1	การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4.2	การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน	5	4	3	2	1
		ระดับความสำคัญ				

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.3	การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
4.4	การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
4.5	การสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	5	4	3	2	1
4.6	การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	5	4	3	2	1
4.7	การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
4.8	การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4.9	การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4.10	การมีป้ายบอกข้อมูลที่ทำให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ นักเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม	5	4	3	2	1
4.11	การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น	5	4	3	2	1
4.12	การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
4.13	การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
4.14	การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้	5	4	3	2	1

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.15	การจัดการความปลอดภัยและมีการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่การท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4.16	การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านการบริการที่เป็นมิตรและการใส่ใจนักท่องเที่ยวอย่างดี	5	4	3	2	1
4.17	การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4.18	การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
4.19	การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน	5	4	3	2	1
4.20	การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่	5	4	3	2	1
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) กรุณาให้คะแนนความสำคัญในแต่ละคำถามโดยเลือก 5-1 (5 = มากที่สุด, 1 = น้อยที่สุด)						
5.1	การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
5.2	การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	5	4	3	2	1
5.3	การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
5.4	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
5.5	การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่	5	4	3	2	1
5.6	การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการ	5	4	3	2	1
5.7	การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	5	4	3	2	1
5.8	การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น	5	4	3	2	

ปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.9	การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน	5	4	3	2	1
5.10	การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	5	4	3	2	1
5.11	ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่	5	4	3	2	1
5.12	การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	5	4	3	2	1
5.13	การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
5.14	การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
5.15	การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
5.16	การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
5.17	การใช้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
5.18	การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน	5	4	3	2	1
5.19	การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	5	4	3	2	1
5.20	การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน					

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

1. จากปัจจัยในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถอดบทเรียนจากเกาะหมาก จังหวัดตราด ที่ได้กล่าวไว้ในแบบสอบถามตอนที่ 2 ท่านคิดเห็นว่ายังมีปัจจัยใดเพิ่มเติมได้บ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ในฐานะนักท่องเที่ยว ท่านต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่การท่องเที่ยว อื่น ๆ ของประเทศไทยในประเด็นใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) มีวิสัยทัศน์ ดังนี้ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม (Rebuilding High Value Tourism Industry with Resilience, Sustainability and Inclusive Growth)” ซึ่งในยุทธศาสตร์ที่ 4 มุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวไทยควรปรับตัวอย่างไรเพื่อรองรับแผนพัฒนาดังกล่าว

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย

สุเมธ จันทร์สุทนต์

นิสิตระดับปริญญาเอก

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ

วิทยาลัยการจัดการ (กรุงเทพฯ) มหาวิทยาลัยพะเยา





ภาคผนวก จ

ค่าสถิติของคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

- ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม อักษรย่อของตัวแปรเชิงสังเกต (Observe Variable) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตารางที่ จ-1 ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม			
1.	เพศ	0.80	0.54
2.	อายุ	1.00	0.65
3.	ระดับการศึกษา	1.00	0.97
4.	อาชีพ	1.00	1.12
5.	รายได้ต่อเดือน	0.80	0.86
6.	ภูมิลำเนา	0.80	0.98
ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เกาะหมาก จังหวัดตราด			
1.	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด	1.00	0.84
2.	ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด	1.00	0.99
3.	ท่านเดินทางท่องเที่ยว (จังหวัดตราด) โดยยานพาหนะประเภทใด	0.80	1.17
4.	ท่านเลือกใช้บริการที่พักประเภทใด	1.00	1.05
5.	ท่านชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวใดมากที่สุด	0.80	0.62
6.	ท่านชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวใดมากที่สุด	0.80	0.68
7.	ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด	1.00	0.74
8.	ท่านมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นเงินประมาณเท่าใด	1.00	0.79
9.	ท่านมีความประทับใจกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นอย่างไร	1.00	0.88
10.	ท่านมีความประสงค์จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด อีกครั้งหรือไม่	0.80	1.98
11.	ท่านจะแนะนำคนอื่น ๆ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด หรือไม่	0.80	1.14
12.	ท่านมองเห็นเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างไร	0.80	1.22

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม			
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)			
EM1	การมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เกาะหมากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	0.80	0.67
EM2	การส่งเสริมการใช้จักรยานสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว	0.80	0.54
EM3	การมีการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการดำเนินโครงการท่องเที่ยวในพื้นที่	1.00	0.83
EM4	การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับการบริการที่พัก ร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	1.00	0.61
EM5	การจัดการขยะเศษอาหารอย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสถานประกอบการที่พักและร้านอาหาร	0.80	0.57
EM6	มาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้าในที่พักและสถานที่ต่าง ๆ ในการบริการท่องเที่ยว เช่น การใช้หลอดไฟฟ้าประหยัดไฟ เครื่องใช้ไฟฟ้า	0.80	0.89
EM7	การมีการใช้พลังงานหมุนเวียนในกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	1.00	0.84
EM8	การจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยว	0.80	0.62
EM9	การมีการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว	0.60	0.63
EM10	กิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	0.60	0.74
EM11	การพัฒนาระบบการจัดการน้ำที่ใช้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำ ระบบประปาท้องถิ่น	0.80	0.65
EM12	การควบคุมและจัดการมลภาวะทางเสียงและมลภาวะอื่น ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การงดใช้เสียงในยามวิกาล การลดการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล	0.80	0.58
EM13	การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การพายเรือ การเก็บขยะชายหาด	0.80	0.63
EM14	การมีการจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ	1.00	0.77

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ต่อ)			
1. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) (ต่อ)			
EM15	การสนับสนุนการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่ายในการให้บริการ นักท่องเที่ยว เช่น จานกระดาษชานอ้อย หลอดกระดาษ	0.80	0.73
EM16	การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นในการบริการแก่ นักท่องเที่ยว	0.80	0.67
EM17	การมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจาก ภาครัฐและชุมชน	0.60	0.55
EM18	การมีกิจกรรมรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ ครั้งเดียวในพื้นที่ท่องเที่ยว	0.80	0.74
EM19	การมีการออกกฎระเบียบเพื่อควบคุมการปล่อยของเสียจากธุรกิจ ท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก	0.80	0.60
EM20	การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	0.60	0.64
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)			
KM1	การมีที่ให้ข้อมูลความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวสำหรับการ เตรียมตัวก่อนการเดินทาง	1.00	0.78
KM2	การมีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและ ชุมชนท้องถิ่น	1.00	0.74
KM3	การมีการรวบรวมความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงแนว ปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่	0.80	0.67
KM4	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.00	0.58
KM5	การจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	0.80	0.72
KM6	การมีการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อ ออนไลน์และสื่อสังคม	0.80	0.63
KM7	การมีการจัดทำฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยว ต่อสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	0.80	0.73
KM8	การมีการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่	0.80	0.71

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ต่อ)			
2. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) (ต่อ)			
KM9	การมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.60	0.47
KM10	การมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่บริการแก่นักท่องเที่ยว	1.00	0.52
KM11	การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว	1.00	0.65
KM12	การมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว	0.80	0.54
KM13	การมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว	0.80	0.71
KM14	การมีกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	0.80	0.49
KM15	การมีป้ายและบอร์ดข้อมูลที่อธิบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ สำหรับเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยว	1.00	0.65
KM16	การมีกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว	0.60	0.58
KM17	การมีการเชื่อมโยงการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น	0.80	0.49
KM18	การมีแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	0.80	0.73
KM19	การมีการเผยแพร่ข้อมูลความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะชน	0.80	0.69
KM20	การมีพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ	1.00	0.71
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Destination)			
LC1	การมีการใช้พลังงานหมุนเวียน (เช่น พลังงานแสงอาทิตย์) ในพื้นที่ท่องเที่ยวเกาะหมาก	1.00	0.70

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ต่อ)			
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Destination) (ต่อ)			
LC2	การมีระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (เช่น รถไฟฟ้า) ในพื้นที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว	0.80	0.65
LC3	การตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ท่องเที่ยว	1.00	0.66
LC4	การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว	0.80	0.55
LC5	การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการลดคาร์บอนและการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะหมาก	1.00	0.72
LC6	การพัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินในพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อ สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เชื้อเพลิง	1.00	0.68
LC7	การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนและ นักท่องเที่ยวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	0.80	0.44
LC8	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสร่วมมือกับชุมชนในการลดการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านทางกิจกรรมการท่องเที่ยว	1.00	0.67
LC9	การมีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งและการใช้ทรัพยากร จากภายนอกพื้นที่ท่องเที่ยว	1.00	0.62
LC10	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการ ปลูกต้นไม้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มการดูดซับก๊าซเรือนกระจก	0.80	0.54
LC11	การมีป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการลดก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม	0.80	0.64
LC12	การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของ แหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ	0.80	0.71
LC13	การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	1.00	0.74
LC14	การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น การ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบค้างคืนที่ใช้พลังงานไฟฟ้าต่ำ	1.00	0.61
LC15	การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักที่มีมาตรการลดก๊าซเรือน กระจก เช่น โรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการลดคาร์บอนหรือ โรงแรมสีเขียว	0.80	0.57

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ต่อ)			
3. ด้านแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Destination) (ต่อ)			
LC16	การมีระบบติดตามและรายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	0.60	0.42
LC17	การกำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Used Plastic) ในพื้นที่ท่องเที่ยว	0.80	0.70
LC18	การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลังงานในที่พักและสถานที่บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน	0.80	0.67
LC19	การมีการจัดการขยะเศษอาหารจากบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในเกาะหมาก	0.80	0.64
LC20	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	1.00	0.58
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience)			
TE1	การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	1.00	0.71
TE2	การท่องเที่ยวที่ผ่อนคลายและสงบสุขสำหรับการพักผ่อน พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน	1.00	0.76
TE3	การได้รับบริการที่ดีจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.00	0.81
TE4	การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.00	0.74
TE5	การมีการสำรวจความพึงพอใจด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	1.00	0.70
TE6	การมีระบบการขนส่งสาธารณะที่มีความสะดวกสบายและที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเกาะหมาก	0.60	0.67
TE7	การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากสถานที่อื่น เช่น การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.00	0.71
TE8	การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว	0.60	0.64
TE9	การได้รับความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว	0.80	0.61

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ต่อ)			
4. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism Experience) (ต่อ)			
TE10	การมีป้ายบอกข้อมูลที่ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักเที่ยวมีแนวทางในการปฏิบัติตาม	0.80	0.47
TE11	การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น	0.80	0.58
TE12	การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ สถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม	0.60	0.41
TE13	การมีร้านอาหารที่ให้บริการเมนูท้องถิ่นซึ่งใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นและ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	0.80	0.53
TE14	การจัดการขยะและการรีไซเคิลในพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว สามารถมีส่วนร่วมได้	0.60	0.44
TE15	ความปลอดภัยและการดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและครอบคลุม พื้นที่การท่องเที่ยว	1.00	0.63
TE16	ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านบริการที่เป็นมิตรและ การใสใจนักท่องเที่ยวอย่างดี	1.00	0.61
TE17	การรณรงค์และกิจกรรมเพื่อปลูกฝังการรักษาสิ่งแวดล้อมให้แก่ นักท่องเที่ยว	0.60	0.57
TE18	การส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	1.00	0.64
TE19	การบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยเสริมสร้างการท่องเที่ยวที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน	1.00	0.61
TE20	การได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมจากการพักผ่อนและท่องเที่ยวในพื้นที่	1.00	0.59
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation)			
SP1	การมีเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับ การพัฒนาการท่องเที่ยว	1.00	0.63
SP2	การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนการ ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	1.00	0.58

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ต่อ)			
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) (ต่อ)			
SP3	การมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	0.80	0.47
SP4	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.00	0.54
SP5	การจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่	1.00	0.65
SP6	การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว จากชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว	0.80	0.57
SP7	การฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	0.80	0.51
SP8	การมีนโยบายสนับสนุนการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และชุมชน	0.80	0.47
SP9	การสื่อสารและประชาสัมพันธ์แผนการท่องเที่ยวเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในทุกภาคส่วน	0.80	0.62
SP10	การกำหนดกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและเกิดจากการร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1.00	0.78
SP11	ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมที่เป็นไปตามข้อตกลงร่วมของพื้นที่	1.00	0.74
SP12	การมีนโยบายที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	0.80	0.61
SP13	การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.00	0.74
SP14	การพิจารณาในการปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.60	0.58
SP15	การส่งเสริมความร่วมมือของชุมชนกับองค์กรภายนอกพื้นที่ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.00	0.47
SP16	การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	1.00	0.54

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม และอักษรย่อของตัวแปร
เชิงสังเกต (Observe Variable)

ลำดับ/ ตัวอักษรย่อ	ข้อความคำถาม/ตัวแปร	IOC	ค่าอำนาจ จำแนก
ตอนที่ 3 ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ต่อ)			
5. ด้านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Stakeholder Participation) (ต่อ)			
SP17	การใช้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ผสมผสานกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว	0.80	0.68
SP18	การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจนและบูรณาการการทำงานร่วมกัน	0.80	0.51
SP19	การมีนโยบายการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	1.00	0.67
SP20	การมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใส่ใจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน	1.00	0.71

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Statistics)

Cronbach's Alpha	Number of Items
0.95	100

ภาคผนวก ฉ

- ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ก่อนปรับปรุงตัวแบบ

ตารางที่ จ-1 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก ก่อนปรับปรุงตัวแบบ

Variables	Estimate		R^2	Variance	C.R.	P
	Standard	Unstandard				
Success Factors				0.06		
Environment Management	0.74	1.00	0.55	0.05		
Knowledge Management	0.99	1.10	0.89	0.01	8.37	***
Carbon Management	0.90	1.14	0.97	0.00	8.63	***
Destination						
Tourism Experience	0.92	1.11	0.85	0.01	8.37	***
Stakeholder Participation	0.94	1.19	0.80	0.02	8.71	***
Environment Management			0.55	0.05		***
EM1	0.36	1.00	0.13			***
EM2	0.28	0.76	0.08	4.93	4.93	***
EM3	0.54	1.61	0.30	7.01	7.01	***
EM4	0.32	0.98	0.11	5.40	5.40	***
EM5	0.42	1.14	0.18	6.28	6.28	***
EM6	0.47	1.53	0.23	6.64	6.64	***
EM7	0.35	0.93	0.13	5.69	5.69	***
EM8	0.49	1.33	0.24	6.73	6.73	***
EM9	0.51	1.83	0.27	6.85	6.85	***
EM10	0.56	1.71	0.32	7.09	7.09	***
EM11	0.53	1.67	0.28	6.94	6.94	***
EM12	0.35	0.98	0.13	5.69	5.69	***
EM13	0.42	1.06	0.18	6.30	6.30	***
EM14	0.52	1.64	0.28	6.91	6.91	***
EM15	0.41	1.39	0.18	6.23	6.23	***
EM16	0.41	1.12	0.17	6.18	6.18	***
EM17	0.54	1.63	0.30	7.00	7.00	***
EM18	0.55	1.65	0.31	7.06	7.06	***
EM19	0.60	1.82	0.37	7.27	7.27	***
EM20	0.48	1.44	0.09	6.67	6.67	***
Knowledge Management			0.89	0.01		***
KM1	0.51	1.00				***

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก ก่อนปรับปรุงตัวแบบ

Variables	Estimate		R^2	Variance	C.R.	P
	Standard	Unstandard				
Knowledge Management			0.89	0.01		***
KM2	0.50	0.93	0.25	0.09	4.22	***
KM3	0.21	0.37	0.04	0.12	9.68	***
KM4	0.60	1.13	0.36	0.09	5.94	***
KM5	0.31	0.55	0.09	0.12	8.80	***
KM6	0.51	1.03	0.09	0.12	9.53	***
KM7	0.58	1.14	0.34	0.09	5.75	***
KM8	0.29	0.50	0.09	0.11	8.65	***
KM9	0.50	0.92	0.09	0.09	6.08	***
KM10	0.31	0.55	0.10	0.10	6.99	***
KM11	0.37	0.72	0.14	0.12	9.53	***
KM12	0.58	1.11	0.34	0.12	10.07	***
KM13	0.64	1.24	0.41	0.09	5.80	***
KM14	0.30	0.54	0.09	0.09	4.25	***
KM15	0.21	0.37	0.28	0.11	8.87	***
KM16	0.52	0.98	0.27	0.12	9.89	***
KM17	0.62	1.18	0.38	0.09	3.70	***
KM18	0.18	0.33	0.03	0.10	7.25	***
KM19	0.39	0.70	0.15	0.12	9.86	***
KM20	0.62	1.18	0.38	0.09	4.22	***
Carbon Management Destination			0.97	0.00		
LC1	0.60	1.00				***
LC2	0.31	0.77	0.23	0.16	4.93	***
LC3	0.51	1.61	0.13	0.23	7.01	***
LC4	0.58	0.99	0.24	0.18	5.40	***
LC5	0.29	1.14	0.27	0.18	6.28	***
LC6	0.50	1.53	0.32	0.23	6.64	***
LC7	0.31	0.94	0.28	0.16	5.69	***
LC8	0.37	1.34	0.13	0.20	6.73	***
LC9	0.58	1.84	0.18	0.27	6.85	***

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก ก่อนปรับปรุงตัวแบบ

Variables	Estimate		R^2	Variance	C.R.	P
	Standard	Unstandard				
Carbon Management Destination			0.97	0.00		***
LC10	0.62	1.72	0.30	0.24	7.09	***
LC11	0.18	1.67	0.27	0.24	6.94	***
LC12	0.39	0.99	0.30	0.17	5.69	***
LC13	0.62	1.07	0.20	0.17	6.30	***
LC14	0.53	1.64	0.40	0.24	6.91	***
LC15	0.30	1.40	0.25	0.22	6.23	***
LC16	0.53	1.13	0.24	0.18	6.18	***
LC17	0.22	1.64	0.37	0.23	7.00	***
LC18	0.43	1.65	0.35	0.23	7.06	***
LC19	0.46	1.82	0.23	0.25	7.27	***
LC20	0.62	1.44	0.33	0.22	6.67	***
Tourism Experience			0.97	0.00		***
TE1	0.53	1.00	0.28			***
TE2	0.30	0.55	0.09	0.09	5.98	***
TE3	0.53	1.05	0.28	0.11	9.40	***
TE4	0.22	0.45	0.05	0.10	4.61	***
TE5	0.43	0.81	0.18	0.10	8.03	***
TE6	0.46	0.94	0.21	0.11	8.45	***
TE7	0.31	0.55	0.09	0.09	6.07	***
TE8	0.49	0.98	0.24	0.11	8.94	***
TE9	0.43	0.88	0.19	0.11	8.13	***
TE10	0.59	1.19	0.34	0.12	10.05	***
TE11	0.59	1.10	0.34	0.11	10.07	***
TE12	0.56	1.12	0.32	0.11	9.78	***
TE13	0.51	1.00	0.26	0.11	9.21	***
TE14	0.52	0.96	0.27	0.10	9.23	***
TE15	0.44	0.80	0.19	0.10	8.17	***
TE16	0.35	0.67	0.12	0.10	6.88	***
TE17	0.58	1.15	0.33	0.12	9.96	***

ตารางที่ จ-1 (ต่อ) ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (S-CFA) ปัจจัยของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกาะหมาก ก่อนปรับปรุงตัวแบบ

Variables	Estimate		R^2	Variance	C.R.	P
	Standard	Unstandard				
TE18	0.59	1.22	0.34	0.12	10.07	***
TE19	0.65	1.21	0.42	0.11	10.69	***
TE20	0.64	1.23	0.41	0.12	10.63	***
Stakeholder Participation			0.97	0.00		
SP1	0.30	1.00	0.34			***
SP2	0.58	2.06	0.21	0.33	6.22	***
SP3	0.46	1.66	0.37	0.29	5.80	***
SP4	0.60	2.12	0.11	0.34	6.27	***
SP5	0.33	1.05	0.21	0.21	5.01	***
SP6	0.45	1.64	0.14	0.29	5.77	***
SP7	0.37	1.20	0.33	0.23	5.30	***
SP8	0.57	2.03	0.23	0.33	6.19	***
SP9	0.48	1.68	0.35	0.28	5.89	***
SP10	0.59	2.00	0.37	0.32	6.23	***
SP11	0.61	2.11	0.24	0.34	6.28	***
SP12	0.49	1.71	0.25	0.29	5.91	***
SP13	0.50	1.79	0.40	0.30	5.97	***
SP14	0.64	2.38	0.20	0.37	6.34	***
SP15	0.45	1.51	0.30	0.26	5.75	***
SP16	0.55	1.95	0.27	0.32	6.13	***
SP17	0.52	1.89	0.30	0.31	6.03	***
SP18	0.55	1.95	0.24	0.32	6.12	***
SP19	0.49	1.77	0.19	0.30	5.93	***
SP20	0.44	1.64	0.25	0.29	5.71	***

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	สุเมธ จันทร์สุทนต์พจน์
วัน เดือน ปี เกิด	5 กันยายน 2527
สถานที่เกิด	อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการสิ่งแวดล้อมและสารอันตราย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยมหิดล
ที่อยู่ปัจจุบัน	121 หมู่ 12 ตำบลห้วยขวาง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
ผลงานตีพิมพ์	1. บทความวิจัยเรื่อง “ยั่งยืนบนเกาะหมาก: ศักยภาพและปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ตีพิมพ์เผยแพร่ลงใน สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน พ.ศ. 2568) 2. บทความวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เกาะหมาก จังหวัดตราด” ตีพิมพ์เผยแพร่ลงใน วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน พ.ศ. 2568)
รางวัลที่ได้รับ	-