



การบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวคุณภาพพระตำบับนาชาติของจังหวัดชลบุรี Management of International Quality Tourist Towns in Chonburi Province

โชติมา นวลจันทร์, โชติ บดีรัฐ

Chotima Nuanchan, Chot Bodeerat

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Department of Public Administration, Pibulsongkram Rajabhat University

Corresponding Author, E-mail: chotiman.2513@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ นำเสนอการบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีให้มีคุณภาพพระตำบับนาชาติ นำเสนอเฉพาะจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม และการอุตสาหกรรมเยอะเป็นลำดับต้น ๆ ของประเทศ จึงได้มีการพัฒนาระดับให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีคุณภาพพระตำบับนาชาติ จำนวน 17 กิจกรรม คือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 13 กิจกรรม กิจกรรมพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว 2 กิจกรรม และกิจกรรมจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี 2 กิจกรรม มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว จำนวน 114 แห่ง แบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ 29 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จำนวน 85 แห่ง นอกจากนี้ยังได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือมีการวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การบริหารจัดการให้เกิดคุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว การจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและวัฒนธรรม

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, เมืองท่องเที่ยว, ระดับนาชาติ

Abstract

This academic article Presenting the management of tourism towns in Chonburi Province to international quality. Presented only in Chonburi Province. It is a province with many tourist attractions, transportation, and industries that are among the top in the country. Therefore, it has been developed and upgraded to be a tourism province with international quality, with 17 activities. There are 13 tourism promotion activities. Activities to develop facilities and improve landscapes for tourism 2 activities and activities for creating tourism public relations media in Chonburi Province, 2 activities, there are 114 registered

ได้รับบทความ: 7 สิงหาคม 2567; แก้ไขบทความ: 12 กันยายน 2567; ตอรับตีพิมพ์: 14 กันยายน 2567

Received: August 7, 2024; Revised: September 12, 2024; Accepted: September 14, 2024



tourist attractions. Divided into 29 natural tourist attractions and 85 man-made tourist attractions. In addition, it has complied with standards for managing tourist attractions. That is, there is planning by the person responsible for the tourist attraction. Management of tourist attraction areas. Management of accessibility to tourist attractions. Management of various facilities. Management to ensure quality of service in tourist attractions. Tourism activity management and management of environmental conservation nature and culture.

Keywords: Management, Tourist City, International Level

1. บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศนับล้านล้านบาท แสดงให้เห็นถึงความเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีธุรกิจให้บริการนักท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มออกเดินทางไปที่ท่องเที่ยวจนกลับถึงที่พัก จึงทำให้มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่จำนวนมาก ประกอบด้วยธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว การเดินทางระหว่างประเทศ โรงแรมและที่พัก และธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ร้านอาหาร และการเดินทางในประเทศ นอกจากนี้ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ ด้วย เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน เป็นต้น จึงทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรม และร้านอาหาร (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว, 2560: 1)

การท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อглоการพัฒนาประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างประโยชน์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศเป็นอย่างมาก การส่งเสริมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งนำมาสู่การจ้างงานและการสร้างอาชีพทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรงและการจ้างงานในภาคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งในภาพรวมแล้ว การท่องเที่ยวนำไปสู่การสร้าง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ (วารุณี ประไพเมือง (2565: 396) ประเด็นการพัฒนาหลักในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพ และความยั่งยืน โดยยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง เพิ่มการพึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศและกระจายรายได้สู่พื้นที่ และบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกมิติ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ได้คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลก 1.8 พันล้านคน หรือขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปีจึง



นับเป็นโอกาสที่ดีของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกโดยการแสวงหาสินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ไทยมีศักยภาพ มีความหลากหลาย และกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อนำมาส่งเสริมพัฒนาให้เต็มตามศักยภาพและสร้างสรรค์คุณค่าให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ ตลอดจนยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน บรรลุเป้าหมายด้านรายได้และการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564: 1)

ชลบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทย ชุมชนเมืองศูนย์กลางของจังหวัด คือเทศบาลเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่งตั้งอยู่ โดยมีเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ คือ เมืองพัทยา นอกจากนี้ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจสำคัญของภาคตะวันออกอย่างมาก ทั้งในด้านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในอดีตจังหวัดชลบุรีนั้นเคยเป็นแหล่งที่ตั้งของเมืองท่าที่มีความสำคัญมาก แม้แต่ในปัจจุบันนี้ก็ยังคงเป็นที่ตั้งของท่าเรือที่มีความสำคัญของประเทศรองจากท่าเรือกรุงเทพ นั่นก็คือท่าเรือแหลมฉบัง เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม จังหวัดชลบุรีนั้นมีอาณาเขตติดต่อ (ตามเข็มนาฬิกาเริ่มจากทิศเหนือ) ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และติดต่อกับอ่าวไทยทางทิศตะวันตก ประชากรของจังหวัดมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยประชากรในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนประมาณ 1.6 ล้านคน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2567) ดังนั้น จังหวัดชลบุรีจึงมีความเหมาะสมและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะพัฒนาบริหารจัดการให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพระดับนานาชาติในอนาคตอันใกล้

ผู้เขียนจึงมีความสนใจจะเขียนบทความเรื่องนี้เพื่อนำเสนอให้เห็นถึงความพร้อมและความเหมาะสมของจังหวัดชลบุรีในการบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวให้มีคุณภาพระดับนานาชาติ ด้วยยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างชาติและนำรายได้เข้าประเทศ รวมทั้งการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของการบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การสร้าง ความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ ในการจัดสร้าง พัฒนาและปรับปรุงกับการอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว การมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ประกอบด้วยแผนงาน แผนการเงิน และแผนบุคลากร เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนา คุณภาพของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้ง แผนการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากร การรักษา ความปลอดภัยหรือการ



บริหารจัดการนักท่องเที่ยว หรือมาตรการ ควบคุมทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาวต่อไป (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2562: 4)

การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด หมายถึง การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐานให้แก่นักท่องเที่ยวให้แหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวและเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2562: 29)

การบริหารจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การบริหารจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ วิธีการเดินทางเข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยว ครอบคลุมถึงเรื่องเส้นทางคมนาคม ระยะทาง ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2562: 31)

การบริหารจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย หมายถึง การบริหารจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย ได้แก่ มาตรการด้านความปลอดภัยหรือระบบเตือนภัยที่ต้องมีการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจ จะเกิดขึ้นต่อชีวิต จิตใจ สุขภาพอนามัย หรือทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2562: 32)

การบริหารจัดการด้านการตลาด หมายถึง การทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยอาจใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การเป็นผู้นำด้านราคากลยุทธ์ สร้างความแตกต่าง การสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2562: 34)

การบริหารจัดการด้านนักท่องเที่ยว หมายถึง การบริหารจัดการให้นักท่องเที่ยวที่เป็นบุคคลทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ และมีจำนวนที่เหมาะสมกับ ชัดความสามารถใน การรองรับของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2562: 35)

จึงสามารถกล่าวได้ว่า การบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หมายถึงการอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย และการตลาด เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงด้วยความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2.2 ความสำคัญของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (2562: 5) ได้จำแนกเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกมาสู่ประเทศชาติเป็นอย่างมากโดยจำแนกได้เป็น 3 ด้านหลักๆ ได้แก่

1. ด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละของรายได้ประชาชาติ (GDP) และเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องใช้กำลังคนทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในภาคบริการจำนวนมาก เกิดการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง



2. ด้านสังคม การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นจากการแลกเปลี่ยนความคิด ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามต่อกัน อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นการนำประเพณีวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นมาเผยแพร่ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ห่วงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ตลอดจนรักษาสีงแวดล้อมและช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป

3. ด้านการเมือง การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเมื่อได้มาเยือนและเกิดความประทับใจ จะช่วยสร้างมิตรและความสัมพันธ์อันดีต่อกันได้โดยง่าย รวมทั้งการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ชาวต่างประเทศ ส่งเสริมให้นานาประเทศรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย มากยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าหากประเทศไทยสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ด้วยการใช้มาตรฐานบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแล้ว จะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในปี 2562 ประเทศไทยมีรายได้ทางการท่องเที่ยวอยู่ที่ 641,554 ล้านบาท ซึ่งถือว่าการฟื้นตัวอยู่ในระดับดีขึ้นเรื่อย ๆ หลังจากเผชิญกับสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

3. การท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรีมีภูเขาทอดอยู่เกือบกลางของจังหวัดเป็นแนวยาวจากทิศตะวันตกเฉียงเหนือไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับเนินเขาและที่ราบชายฝั่งทะเล ตอนเหนือเป็นที่ราบเหมาะแก่การกสิกรรม ทิศตะวันออกและทิศใต้เดิมเป็นป่าเขาพื้นที่ลุ่มดอน แต่ปัจจุบันเปลี่ยนสภาพจากป่าไม้เป็นที่โล่งเตียนใช้เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าว สับปะรด ยางพารา และมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งจะพบแหล่งเพาะปลูกเกือบทุกอำเภอ มีชายฝั่งทะเลและหาดสวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจหลายแห่ง เช่น ชายหาดบางแสน พัทยา เป็นต้น ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินปนทราย ยกเว้นบางส่วนของอำเภอนนทบุรี และส่วนใหญ่ของอำเภอนนทบุรีจะเป็นดินเหนียว และดินตะกอน แหล่งน้ำธรรมชาติมีน้อยจึงมีปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำประกอบกับการบุกรุกแผ้วถางป่าสงวนแห่งชาติ ทำให้พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เกิดปัญหาดินเสื่อมโทรมจากการทำไร่มันสำปะหลังและไร่อ้อย (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2567)

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์และทันสมัยที่มีทรัพยากรและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเชิงวิถีไทยบนเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้จังหวัดที่ น่าสนใจอีกทางหนึ่ง เพื่อสานต่อประเพณีสืบทอดวัฒนธรรม นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวแบบปกติใหม่ (New Normal) การท่องเที่ยวจึงไม่ใช้การเดินทางพร้อมกันเป็นคณะใหญ่ ๆ อีกต่อไป หากแต่เป็นการเดินทางโดยกลุ่ม นักท่องเที่ยว



คุณภาพ ภายใต้แนวคิด Creative Tourism นำเสนอภายใต้แคมเปญ “Wow Chonburi” ผ่านตัวตนบุคลิกทั้ง 7 ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (History) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure) การท่องเที่ยวสร้างความรู้ผ่านกิจกรรมบันเทิง (Edutainment) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Eco) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การดูแลสุขภาพและความงาม (Healthy)

จังหวัดชลบุรีมีรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดในปี พ.ศ. 2564 (ข้อมูล ณ เดือน มิ.ย. 64) ปี 2564 เมื่อเทียบกับปี 2563 และปีก่อนหน้า มีรายได้ลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ส่งผลเรื่องการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งหมด จากเดิมที่ไทยมีอัตราการเติบโตด้านการท่องเที่ยวทั้งจำนวนรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่างชาติเพิ่มมากขึ้นทุกปี เมื่อเกิดวิกฤตโดยเฉพาะเมื่อเกิดการปิดประเทศส่งผลกระทบต่ออัตราการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากยุโรป และประเทศอื่น ๆ โดยมีการหดตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เป็นนัยยะสำคัญ โดยการหดตัวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะของจังหวัดชลบุรี ประเทศที่เกิดโรคระบาดในวงกว้าง ได้แก่ จีน จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ออกเดินทางเที่ยวต่างประเทศลดลง ส่งผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสายการบินที่พึ่งพาตลาดนักท่องเที่ยวเป็นหลักได้รับผลกระทบวงกว้าง ไม่เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น ยังรวมไปถึงตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซีย อินเดีย ฯลฯ โดยผลกระทบดังกล่าวเริ่มเป็นเป็นรูปธรรมตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมา และยิ่งเมื่อประเทศไทย โดยสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) ประกาศปิดน่านฟ้าตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 เป็นต้นมา และทำการขยายเวลาออกไปอีกเพื่อควบคุมสถานการณ์โรคระบาด

3.1 ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่สำคัญ

1. ประเพณีวิ่งควาย เป็นประเพณีเก่าแก่ของจังหวัดชลบุรี จัดขึ้นเดือนตุลาคมของทุกปี นอกจากที่จัดที่อำเภอลชลบุรีแล้วยังมีการจัดในช่วงเวลาใกล้เคียงกันในอำเภอบ้านบึง อำเภอนนทบุรี ในวันงานชาวไร่ ชาวนาจะตกแต่งควายของตนอย่างสวยงามด้วยผ้าแพรสีต่างๆ และนำควายมาชุมนุมกันที่บริเวณสนามหน้าศาลากลางจังหวัด มีการแข่งขันวิ่งควาย ประกวดสุขภาพควาย ประกวดการตกแต่งควาย

2. ประเพณีนมัสการพระพุทธสิหิงค์ งานสงกรานต์ และงานกาชาด เป็นงานประจำปีที่ชาวจังหวัดชลบุรีได้ร่วมกันจัดติดต่อกันมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2475 กิจกรรมของงานได้ร่วมงาน “นมัสการพระพุทธสิหิงค์ งานสงกรานต์ และงานกาชาด” ไว้ด้วยกัน โดยถือเอาประมาณกลางเดือนเมษายนของทุกปีเป็นวันจัดงาน ประกอบไปด้วยขบวนแห่พระพุทธสิหิงค์ พิธีรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ การละเล่นพื้นบ้าน การแสดงโขนของกรมศิลปากร และการแสดงทางวัฒนธรรม นิทรรศการ และการออกร้าน เพื่อเป็นการส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น



3. ประเพณีก่อพระทรายวันไหล บางแสน เป็นงานประเพณีที่ชาวตำบลแสนสุข ได้ถือปฏิบัติมาตั้งแต่สมัยโบราณ เดิมเรียกว่า งานทำบุญวันไหล คือ การที่ประชุมในหมู่บ้านต่าง ๆ ได้มาทำบุญร่วมกันเนื่องในเทศกาลวันสงกรานต์หรือวันปีใหม่ของไทย โดยการนิมนต์พระทุกวัด ที่อยู่ในเขตตำบลแสนสุขมาประกอบพิธีสงฆ์ หลังจากนั้นก็เป็นกิจกรรมก่อพระเจดีย์ทราย เล่นสาดน้ำ การละเล่น และกีฬาพื้นบ้าน

4. ประเพณีกองข้าว อำเภอสรีราชา เป็นประเพณีอันเก่าแก่ของชาวเมือง ชลบุรี ปัจจุบันมีที่อำเภอสรีราชา ที่ยังคงรักษาประเพณีนี้อยู่ โดยจัดให้มีขึ้นเป็นประจำทุกวันที่ 19-21 เดือน เมษายน ของทุกปี สถานที่จัดอยู่บริเวณหน้าสำนักงานเทศบาลตำบลศรีราชา และ ที่บริเวณเกาะลอยศรีราชา กิจกรรมของงานจะประกอบไปด้วย การจัดขบวนแห่ที่นำโดยกลุ่มผู้ เฒ่าผู้แก่และหน่วยงานต่าง ๆ ที่แต่งกายด้วยชุดไทยประจำบ้านเข้าร่วมขบวน พิธีบวงสรวงและ เช่นสังเวฬุ การสาธิต ประเพณีกองข้าว การละเล่นพื้นบ้าน การสาธิตและจำหน่ายขนม พื้นบ้าน อาหารพื้นเมือง

5. งานบุญกลางบ้านและเครื่องจักรสานพนัสนิคม เป็นงานประเพณีที่สืบ ทอดกันมาช้านานของชาวอำเภพนัสนิคมซึ่งจะจัดขึ้นในราวเดือน 3-6 โดยผู้เฒ่าหรือชาวบ้าน ที่เป็นต้นบ่อจะเป็นผู้กำหนดวันทำบุญ และทำพิธีเสเดาะเคราะห์เพื่อความร่มเย็นเป็นสุขของ ชาวบ้านหลังพิธีสงฆ์จะมีการรับประทานอาหารร่วมกันและมีการละเล่นพื้นบ้าน

3.2 แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว จำนวน 114 แห่ง แบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จำนวน 29 แห่งและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จำนวน 85 แห่ง โดยสามารถจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จำนวน 29 แห่ง แบ่งเป็น ดังนี้

1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ เขาสามมุข วนอุทยานน้ำตกเขาเจ้า บ่อทอง อ่าวทุ่งโปรง และศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ เกาะล้าน เกาะสีชัง และเกาะกึ่งบาต

3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด จำนวน 15 แห่ง ได้แก่ ชายหาดบ้าน อำเภหาดจอมเทียน หาดดงตาล หาดตาแหวน (เกาะล้าน) หาดนวล (เกาะล้าน) หาดนางรำ หาดพิทยา หาดยินยอม หาดวงพระจันทร์ หาดแสม (เกาะล้าน) หาดเตยงาม หาดทรายแก้ว หาดเทียนทะเล หาดวงศ์อำมาตย์และหาดวอนนภา

4) แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ถ้ำเขาชะอางค์ ทรงเครื่อง ถ้ำเขาชะอางค์ห้วยอด และหาดถ้ำพังอ่าวอัมพวัน

2.. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ น้ำตกเขาใหญ่ น้ำตกชันตาเถร และน้ำตกกรมไทรทอง (วนอุทยานน้ำตกเขาเจ้าบ่อทอง)



3. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จำนวน 85 แห่ง แบ่งเป็น ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 23 แห่ง ได้แก่ เกาะลอย ศรีราชา เขาชีจรรย์ ปราสาทสัจธรรม พระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระพุทธมิ่งเมือง พระพุทธมหาวชิโรตตโมภาสศาสดา พิพิธภัณฑ์พระจุลฑาลักษณาราชฐาน วัดเขา พระพุทธบาทบางทราย วัดโคกพนมดี วัดชุมแสงศรีวนาราม วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร หอพระพุทธสิหิงค์ฯ วัดไต้ต้นลาน วัดป่าอัมพวัน วัดแสนสุขสุทธาวาส วัดหนองเกตุน้อย วัดหลวงพรหมวาส วัดหลวงพ่อบ๊วย หรือวัดสัตหีบ วัดใหญ่อินทาราม วัดอ่างศิลา วิหารเทพสถิต พระกิตติเฉลิม (ศาลเจ้าหน้าจากาไฟ้จ้อ) สะพานอัญญาคว้ง หอพระพนัสบดี

2) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ จำนวน 41 แห่ง ได้แก่ Beyond Limits park J park ศรีราชา Pattaya Sheep Farm (ฟาร์มแกะพัทยา) Walking street พัทยา เขาพระตำหนักหรือเขาพระบาท จังเกิล บ้านจี้จัม จอมเทียน ตลาดน้ำสี่ภาค ทิฟฟานีโชว์ บ้านสุขาวดี พัทยาซูทติ้งพาร์ค พัทยาตอลฟินเวิลด์แอนดรีสอร์ท พิพิธภัณฑ์ตุ๊กตาหมี (Teddy Bear Museum) พิพิธภัณฑ์ริบลิส์ เชื้อหรือไม่วิทยา พิพิธภัณฑ์ศิลปะในขวดแก้ว พิพิธภัณฑ์บอลปาร์ค เพอคูล่าฟาร์ม มิโมซ่า พัทยา เรือดำน้ำวิมานใต้ทะเล โรงละครไทยอลังการ โรงงู้นซิลเวอร์เลค วันเดอร์ฟาร์ม ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ฐานทัพเรือสัตหีบ สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา สวนช้าง (กระทิงลาย) สวนนกนุช สวนป่าพนารักษ์ สวนผึ้งปักปี สวนรุกขชาติ หนองตาอยู่ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ ร.9 สวนเสือศรีราชา หมู่บ้านช้างพัทยา แหลมบาลีฮาย อันเดอร์ วอเตอร์เวิลด์ พัทยา อัลคาซาร์โชว์ อ่างเก็บน้ำบางพระ (เขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำบางพระ) อ่างเก็บน้ำมาบประชัน อีชีคาร์ท พัทยา อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยา โรงละครมายากล ทักซิโดพัทยา

3) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน 16 แห่ง ได้แก่ ชุมชนจีนบ้านชากแง้ว ตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี ตลาดหนองมน พิพิธภัณฑ์เรือนไทย เมืองจำลอง วัดธรรมนิมิตต์ วัดสังกะสี วิหารเซียน (อนเนกกุศลศาลา) ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ ศูนย์จักสานพนัสนิคม ศูนย์แสดงเรือพระราชพิธีจำลอง 4 มิติ สะพานชลมารควิถี 84 พรรษา จ.ชลบุรี หมู่บ้านกะเหรี่ยงคอยาวจำลอง หมู่บ้านช่องแสมสาร หอศิลป์และวัฒนธรรมภาคตะวันออก มหาวิทยาลัยบูรพา และอุทยานสามก๊ก

3.3 มาตรฐานการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้รับผิดชอบบริหารดูแลแหล่งท่องเที่ยว ใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ข้อกำหนดเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ในการดำเนินการจัดการอย่างมีกระบวนการ ได้แก่ การวางแผน การจัดการพื้นที่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของท้องถิ่น การจัดการบุคลากรทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านรายได้ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและ



ชุมชน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) กำหนดมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวมีการกำหนดรูปแบบและทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ซึ่งอาจแบ่งแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นหลายระดับ ตามความเหมาะสม และความจำเป็นในการพัฒนา ได้แก่ แผนการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ระดับชาติ ระดับภาคและระดับท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ แต่ต้องประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต.หรือเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวงทบวงกรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

องค์ประกอบที่ 2 การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวมีวิธีการบริหารจัดการพื้นที่และทรัพยากร มีการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชุมชน โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาด และการพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพตามศักยภาพของแต่ละกลุ่ม และมีการกำหนดมาตรการโครงการ กิจกรรม มีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาด้านสุขภาพ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับข้อมูลข้อเท็จจริงในพื้นที่

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการเส้นทางการเดินทาง ยานพาหนะ โครงสร้างพื้นฐานการควบคุมการเดินทาง และยานพาหนะในการเข้าออก ระยะเวลา ความถี่ในการให้บริการ อัตราและการเก็บค่าบริการผ่านทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อราคาค่าเดินทางที่เหมาะสม

องค์ประกอบที่ 4 การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างประทับใจ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวอยากจะทำท่องเที่ยววันขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวมี 4 ด้าน คือ

1. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยที่จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่พนักงานท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่งคอย ร้านค้า ร้านอาหาร บ้านพักพนักงาน เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ซุ้มเข้า ป้ายเครื่องหมายลานกิจกรรม สวนหย่อม กระจ่างและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะเก้าอี้



แสงสว่าง ระบบน้ำใช้ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย รั้ว กำแพง สะพาน ขึ้นบันได เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากการหลงทางภายในแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

4. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงจุดที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือนอันตรายนักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่น ๆ ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวทราบ

องค์ประกอบที่ 5 การบริหารจัดการให้เกิดคุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของธุรกิจ ให้บริการจากการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

องค์ประกอบที่ 6 การจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวมีการจัดการกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การปลูกผัก การทอผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำ ดูปะการัง เดินป่าดูนก หรือกิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง

องค์ประกอบที่ 7 การบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและวัฒนธรรม หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างดั้งเดิมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัด ต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่าและคุณภาพของธรรมชาติ ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประกอบด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงการสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุข รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูนและเสริมสร้างไว้ให้มากเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้นต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด อย่างเหมาะสม และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

ฉะนั้น การจัดการการท่องเที่ยว เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อกิจกรรมและวัฒนธรรมของชุมชน เน้นการจัดการทรัพยากรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ



โดยให้สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน มีความเคารพต่อวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน มีการจัดการเพื่อธำรงรักษาสุนทรีย์ภาพ สภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและชีวภาพซึ่งมีความหลากหลาย (Biological Diversity) ให้มีระบบสนับสนุนชีวิต (Life supporting Systems) ในขอบเขตทางนิเวศวิทยาที่เหมาะสม เพื่อรักษาความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไว้ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้ คือ 1) การวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว 2) การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 3) การบริหารจัดการด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 5) การบริหารจัดการให้เกิดคุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว 6) การจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และ 7) การบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ซึ่งทั้ง 7 องค์ประกอบนี้คือมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพระดับนานาชาติได้

3.4 ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตั้งเป้าหมายอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปี 2566 ให้กลับมาในอัตรา 80% ของปี 2562 โดยคาดว่าจะมีรายได้รวมสูงสุด อยู่ที่ 2.38 ล้านล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 25 ล้านคน และปีท่องเที่ยวไทย 2566 นี้ จะทำให้มั่นใจได้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศและคนไทยอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างความสมดุลให้กับสังคม สิ่งแวดล้อม เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ ททท. ได้ดำเนินการส่งเสริม "ปีท่องเที่ยวไทย 2566" สำหรับตลาดในประเทศ และ "Visit Thailand Year 2023 : Amazing New Chapters" สำหรับตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่องจากปี 2565 เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้มั่นใจว่าการท่องเที่ยวไทยจะฟื้นตัวตามเป้าหมายทั้งในแง่รายได้และการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพ ในปี 2566 ททท. มุ่งเน้นขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน โดยแปลงโจทย์ยุทธศาสตร์ แนวคิด BCG Model ชูไฮไลท์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) From Policy Lab to Real Product ด้วยการวิเคราะห์สกัดต้นแบบการทำงานที่เป็น Best Practice Model จาก "Policy Lab" สู่การนำเสนออาหารอินทรีย์ ด้วยแง่มุมของความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่ Inclusive Business และ Smart Organic Farmer นำคืนต้นทุนในแง่รายได้กลับคืนมาเพื่อปลายทางแห่งความยั่งยืนพร้อมมุ่งหน้าเดินเกมรุกนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว ก้าวสู่ Smart Tourism ด้วย Digital as Game Changer สร้างความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมิติใหม่ เจาะกลุ่มผู้ถือครอง Digital Asset ผ่านโครงการ TAT NFTs นำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวสู่ศิลปะดิจิทัล และ Metaverse โลกเสมือน พร้อมขับเคลื่อนแนวคิด 3I กล่าวคือ Intelligence สนับสนุนการใช้ Big DATA และเสริมสร้างทักษะด้านดิจิทัล, Innovation พัฒนานวัตกรรม Travel Tech และ Investment ลงทุนพลิกโฉมสู่ยุคดิจิทัลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งกลุ่ม Startup, venture capital , Cloud funding และกองทุนต่าง ๆ

สำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยวจะเน้นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความหมายในคอนเซปต์ Amazing 5F and more นำเสนอการจัดกิจกรรมส่งเสริม



การตลาด เชื่อมโยง Soft Power of Thailand และยกระดับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดใหม่ (New Area) และกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ (New Segment) โดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวมูลค่าสูง Health & Wellness โดยมีหัวใจสำคัญ คือการผลักดันกำลังพันธมิตรสร้างมาตรฐานความปลอดภัย Safety and Sustainability ใน 3 โครงการ ประกอบด้วย โครงการเจ้าบ้านที่ดี New Chapters ซีซั่น 2, โครงการ SHA และ Thailand Tourism Awards ครั้งที่ 14 เพื่อยกระดับและสร้างมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน การส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว ททท. กำหนดกลยุทธ์ Value Over Volume ให้น้ำหนักสัดส่วนเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยตลาดในประเทศ จะมุ่งพลิกโฉมไทยเที่ยวไทย สร้างตำนานการเดินทางท่องเที่ยวแบบใหม่ที่ จะเป็น ไทยเที่ยวไทย Limited Edition อันน่าประทับใจและบอกต่อได้ ชูจุดแข็งสู่จุดหมายของ Soft Power (5F) ด้วยเมนูประสบการณ์มิติใหม่ที่มีความหลากหลาย และบูรณาการเชื่อมโยง กับผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาคประชาชน ให้คนไทยร่วมเที่ยวไทยไปพร้อมกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทั่วโลก ด้วยบิ๊กโปรเจกต์กระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ โครงการ 365 วัน มหัศจรรย์เมืองไทย เที่ยวได้ทุกวัน โครงการ 100 เดียว เที่ยวได้งาน โครงการ Vijit Thailand 2023 โครงการ Amazing Thailand Festival Experience 2023 โครงการมหรหรรษ์ส่งเสริม การท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นต้น

สำหรับตลาดต่างประเทศ ในส่วนตลาดระยะใกล้ เดินหน้า The Great Resumption Episode II ขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์ 5 Approaches ประกอบด้วย 1) China is Back ให้การกลับมาของนักท่องเที่ยวจีนเป็นปฐมบทครั้งใหม่ในเชิงคุณภาพบนพื้นฐานความปลอดภัย โดยโฟกัสนักท่องเที่ยว Segment ใหม่ ๆ เร่งฟื้นจำนวนที่นั่งสายการบิน รวมถึงส่งเสริมการเดินทาง Overland ในทุกช่องทาง 2) 7 Digits Target โฟกัสตลาดที่มีโอกาสเติบโตสูง ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย และเกาหลีใต้ 3) Color Your Life by Amazing Thailand เสนอแบรนด์ Amazing Thailand เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งและใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว (Slice of Life) ผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งรูปแบบ On Ground และ Virtual 4) Responsible Tourism สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิง RT/CSR ผ่านโครงการ Reborn the Nature 5) 2 Tier, Second to None เพิ่มโอกาสทางการตลาดขยายพื้นที่เป้าหมายไปยังเมืองรองของประเทศไทย และขยายตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ (First Visit) ในเมืองรองของประเทศไทย ต่าง ๆ อาทิ เกาหลี จีน อินเดีย เวียดนาม มาเลเซีย ขณะที่ตลาดระยะไกล พลิกฟื้นสถานการณ์ ด้วยกลยุทธ์ A B C D Fast Forward ประกอบด้วย **A - Airline focus** เน้นการดำเนินงานร่วมกับสายการบิน เพื่อขับเคลื่อนเส้นทางบินตรงใหม่ เพิ่มความถี่ของเที่ยวบินตรง รวมทั้งร่วมกับสายการบินหลักในตะวันออกกลางอย่าง Emirates, Qatar Airway, Etihad และ Oman Air อย่างต่อเนื่อง **B - Big Cities and Beyond** ขยายโอกาสทางการตลาดไปยังพื้นที่ต้นทางใหม่ ๆ ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง เช่น กรุงบูคาเรสต์ ประเทศโรมาเนีย และกรุงโซเฟีย ประเทศบัลแกเรีย เป็นต้น **C - Collaboration is Key** ร่วมมือกับพันธมิตรรายใหม่ที่น่าสนใจ



ในพื้นที่ตลาด เช่น สายการบิน Delta , Air Canada, FlyDubai, Aeroflot Online Travel Agency - Almosafer, SAGA Holidays **D-Destination for All** ให้ประเทศไทยเป็น All Year-Round Destination ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มและทุกช่วงเวลา ทั้งกลุ่ม Family หรือกลุ่ม Medical and Wellness ในยุโรปและตะวันออกกลาง หรือกลุ่ม LGBTQ ในตลาด ยุโรปและอเมริกา

3.5 แผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคุณภาพระดับนานาชาติของจังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรีได้ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการราชการจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 – 2564 ภายใต้ประเด็นการพัฒนาระดับให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีคุณภาพระดับนานาชาติ รวมจำนวนทั้งสิ้น 17 กิจกรรม งบประมาณรวม 75,340,551 บาท ดังนี้

1) กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 13 กิจกรรม งบประมาณ 41,871,600 บาท เช่น กิจกรรมแข่งขันวิ่งมินิมาราธอนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (Pattaya Night Run) กิจกรรมจัดมหกรรม มหัศจรรย์อาหารทะเล กิจกรรมจัดกิจกรรมปั่นปั่นรักที่สวนป่าสิริเจริญวรราชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ กิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน (ถนนสายวัฒนธรรม) ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยว รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีมากขึ้น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่ให้เข้ามาท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี ได้ปีละไม่น้อยกว่า 50,000 คน

2) กิจกรรมพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว 2 กิจกรรม งบประมาณ 31,468,951 ได้แก่ กิจกรรมปรับปรุงภูมิทัศน์ เพื่อยกระดับให้เป็นเมืองท่องเที่ยว นานาชาติ บริเวณทางหลวงหมายเลข 3 ตอน ชลบุรี-ศรีราชา กม. ที่ 97+770 (ด้านขวา) และกิจกรรมพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง อำเภอศรีราชา อำเภอบางละมุง และอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

3) กิจกรรมจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี จำนวน 2 กิจกรรม งบประมาณ 2,000,000 บาท เพื่อสร้างการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ของจังหวัดชลบุรีให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ

องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ไว้ 7 ยุทธศาสตร์ 1 ใน 7 ยุทธศาสตร์นั้นมียุทธศาสตร์เกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวคือยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา ประกอบด้วย 1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีให้ได้มาตรฐานสากลและการท่องเที่ยววิถีใหม่ 2) พัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากลสำหรับเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในประเทศและนานาชาติ 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น 4) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสู่ระดับนานาชาติ 5) ส่งเสริมพัฒนากีฬาสู่ความเป็นเลิศสามารถนำไปสู่กีฬาเพื่อการอาชีพได้ และ 6) ส่งเสริมพัฒนากีฬาและสนามกีฬาสำหรับรองรับกีฬาระดับพื้นฐาน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี, 2567)



3. สรุป

การบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวให้มีคุณภาพระดับนานาชาติของจังหวัดชลบุรี ได้มีการพัฒนายกระดับให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีคุณภาพระดับนานาชาติ จำนวน 17 กิจกรรม คือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 13 กิจกรรม กิจกรรมพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว 2 กิจกรรม และกิจกรรมจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี 2 กิจกรรม มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว จำนวน 114 แห่ง แบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ 29 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จำนวน 85 แห่ง มีขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่สำคัญ คือประเพณีวิ่งควาย ประเพณีนมัสการพระพุทธสิหิงค์ งานสงกรานต์ และงานกาชาด ประเพณีก่อพระทรายวันไหล บางแสน ประเพณีกองข้าว อำเภอสัตร์ราชา และงานบุญกลางบ้านและเครื่องจักรสานพนัสนิคม

มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมี 7 องค์ประกอบ คือ 1) การวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว 2) การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 3) การบริหารจัดการด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 5) การบริหารจัดการให้เกิดคุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว 6) การจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และ 7) การบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรม นอกจากนี้จังหวัดชลบุรีมียุทธศาสตร์เกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยว คือยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา คือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีให้ได้มาตรฐานสากลและการท่องเที่ยววิถีใหม่ พัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากลสำหรับเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในประเทศและนานาชาติ ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น และสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสู่ระดับนานาชาติต่อไป

4. องค์ความรู้ที่ได้รับ

ความรู้ที่ได้รับจากศึกษาการบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวให้มีคุณภาพระดับนานาชาติ คือการที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพได้ต้องบริหารจัดการสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องคือการบริหารจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการตลาด และด้านนักท่องเที่ยว ด้านต่าง ๆ เหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวให้มีคุณภาพระดับนานาชาติ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว 3 ด้านหลัก ๆ คือ ด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวต้องใช้ง่ำล้งคน ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในภาคบริการจำนวนมาก เกิดการกระจายรายได้ให้กับประชาชนได้อย่างกว้างขวาง ด้านสังคม การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจ อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นจากการแลกเปลี่ยน ความคิด ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามต่อกัน และ ด้านการเมือง การท่องเที่ยวเป็น



การพักผ่อน หย่อนใจ ซึ่งเมื่อได้มาเยือน และเกิดความประทับใจ จะช่วยสร้างไมตรีและความสัมพันธ์อันดีต่อกันได้โดยง่าย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของไทย. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- วารุณี ประไพเรือง. (2565). แนวทางการท่องเที่ยวเชิงพุทธวิถีใหม่ New normal. **วารสาร มจร อุบลรัตนรศน์**, 7(3), 395-408.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2567). **จังหวัดชลบุรี**. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดชลบุรี> (สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2567).
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว. (2560). โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี 2560. **รายงานฉบับสมบูรณ์**. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. (2562). **แนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยว**. กรมการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก <https://www.dot.go.th/storage/ebooks/January2019/AlzAxoKlnGGUUEh9JE36.pdf> (สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2567).
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). ประเด็นที่ 5 การท่องเที่ยว. **รายงานฉบับสมบูรณ์**. โครงการการพัฒนาระบบสถิติข้อมูลและตัวชี้วัดเพื่อใช้ในการบริหารราชการแผ่นดินตามยุทธศาสตร์ชาติ. ศูนย์บริการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. (2567). **ยุทธศาสตร์**. เข้าถึงได้จาก <https://www.chon.go.th/cpao/page/ยุทธศาสตร์> (สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2567).