



โครงการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะสมุยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ

Enhancing Koh Samui's Tourism Industry that is Environmentally Friendly to Cater to High-Quality Tourists

เฉลิมศักดิ์ ศิริกุล¹ และพิชญดา คำแก้ว²

วันรับ: 8 เมษายน 2569 วันแก้ไข: 24 มิถุนายน 2569 ยอมรับ: 3 กรกฎาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องโครงการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะสมุยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ระดับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) พัฒนาแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ และ 3) สังเคราะห์กลไกการยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบประเมินความพร้อมและแบบประเมินการยกระดับผลิตภัณฑ์ และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำนวน 10 แห่งจาก 39 แห่งผ่านเกณฑ์ความพร้อม คิดเป็นร้อยละ 26 โดยผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยความพร้อมร้อยละ 91.2 อยู่ในระดับสูงมาก และมีความพร้อมสูงสุดด้านนโยบายและแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการลดขยะพลาสติก การทำปุ๋ยอินทรีย์ และการใช้พลังงานทดแทน 2) แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม การสร้างประสบการณ์ การให้บริการและกลุ่มนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม และการจัดการของเสียและขยะ ภายหลังการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ทั้ง 10 แห่งมีค่าเฉลี่ยการยกระดับร้อยละ 94.0 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีความโดดเด่นด้านการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น การบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ และการลดของเสีย และ 3) กลไกการยกระดับการบริหารจัดการประกอบด้วยการจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคม ความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเทศบาลนครเกาะสมุยทำหน้าที่เชื่อมประสานนโยบายระดับชาติกับผู้ประกอบการและชุมชน โมเดลการยกระดับโดยยึดความพร้อมเป็นฐานแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต้องยกระดับทั้งผลิตภัณฑ์และกลไกการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างบูรณาการ

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม; นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ; การยกระดับ; เกาะสมุย

¹ ที่ปรึกษา สมาคมสมาพันธ์สถานประกอบการเพื่อสุขภาพและผู้สูงอายุ

² รองคณบดีฝ่ายวิชาการวิทยาลัยการศึกษาศรีสุริยราชวิทยาลัย สถาบันสารสนเทศเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ



Abstract

This study on enhancing Koh Samui's environmentally friendly tourism industry to accommodate high-quality tourists aimed to: 1) analyze the readiness of environmentally friendly experiential tourism products; 2) develop approaches for upgrading environmentally friendly experiential tourism products to accommodate high-quality tourists; and 3) synthesize mechanisms for upgrading the management of environmentally friendly experiential tourism. A mixed-methods research design was employed. Quantitative data were collected using tourism product readiness and upgrading assessment forms, while qualitative data were obtained through documentary research and interviews with four groups of stakeholders. The data were analyzed using percentages, means, and content analysis.

The findings revealed that: 1) 10 out of 39 tourism products met the readiness criteria, accounting for 26 percent. The qualified products achieved an average readiness score of 91.2 percent, indicating a very high level of readiness. The highest level of readiness was found in policies and development approaches toward environmental friendliness, particularly plastic waste reduction, organic composting, and the use of renewable energy. 2) The product upgrading approach comprised six dimensions: tourism attractions, activities, experience creation, service provision and target tourist groups, food and beverages, and waste management. Following the development process, the 10 tourism products achieved an average upgrading score of 94.0 percent, indicating a very high level. Their principal strengths included the use of local ingredients, environmentally friendly services, the design of experiential activities, and waste reduction. 3) The management upgrading mechanisms comprised tourism resource management, facilities, transportation systems, safety, public relations, and product and service development. Koh Samui Municipality served as a coordinating mechanism linking national policies with local entrepreneurs and communities. The Readiness-Driven Upgrading Model demonstrated that environmentally friendly tourism development requires the integrated upgrading of both tourism products and management mechanisms throughout the entire value chain.

Keywords: Environmentally Friendly Experiential Tourism Products; High-Quality Tourists; Upgrading; Koh Samui



1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น สร้างรายได้ให้กับประเทศเฉลี่ยปีละ 2 ล้านล้านบาท ด้วยปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น ในปี 2560-62 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยจาก 35 ถึง 40 ล้านคน ตามลำดับ ทั้งนี้ เกาะสมุยมีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรมและการบริการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก แต่กลับเผชิญความท้าทายเชิงโครงสร้างจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเชิงปริมาณ การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยขาดกลไกการบริหารจัดการที่เหมาะสม ส่งผลให้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวหลายพื้นที่เกิดปัญหานักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากร สิ่งแวดล้อมระบบนิเวศและวิถีชีวิตของชุมชน

ภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จบลง แนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกเผชิญกับแรงกดดันที่ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง (Quality Tourist) ที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรม อย่างมีความรับผิดชอบ ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีกำลังซื้อสูง ใช้ระยะเวลาพำนักรานาน เพื่อแลกกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีคุณค่า ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม [Eco-friendly Experiential Tourism] กลายเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มุ่งสู่ นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ

เกาะสมุยมีศักยภาพสูงในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ได้แก่ ชายหาด ป่าไม้และระบบนิเวศทางทะเล ประกอบกับโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วในระดับหนึ่ง ทว่าการพัฒนาที่ผ่านมา ประสบกับอุปสรรคสำคัญ 3 ประการ 1) ผู้ประกอบการและชุมชนขาดเครื่องมือประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรม 2) ขาดกระบวนการยกระดับเชิงปฏิบัติการที่บูรณาการหลักสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม 3) กลไกการบริหารจัดการยังเป็นลักษณะต่างฝ่ายต่างทำ ขาดการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Muangasame & McKercher, 2015)

ดังนั้น การวิจัยโครงการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะสมุยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างองค์ความรู้เชิงวิทยาศาสตร์ การพัฒนาโมเดลการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและนโยบายการบริหารจัดการ เพื่อเป็นแนวทางกลไกขับเคลื่อนเกาะสมุยให้หลุดพ้นจากกับดักการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ มุ่งสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจแบบองค์รวม

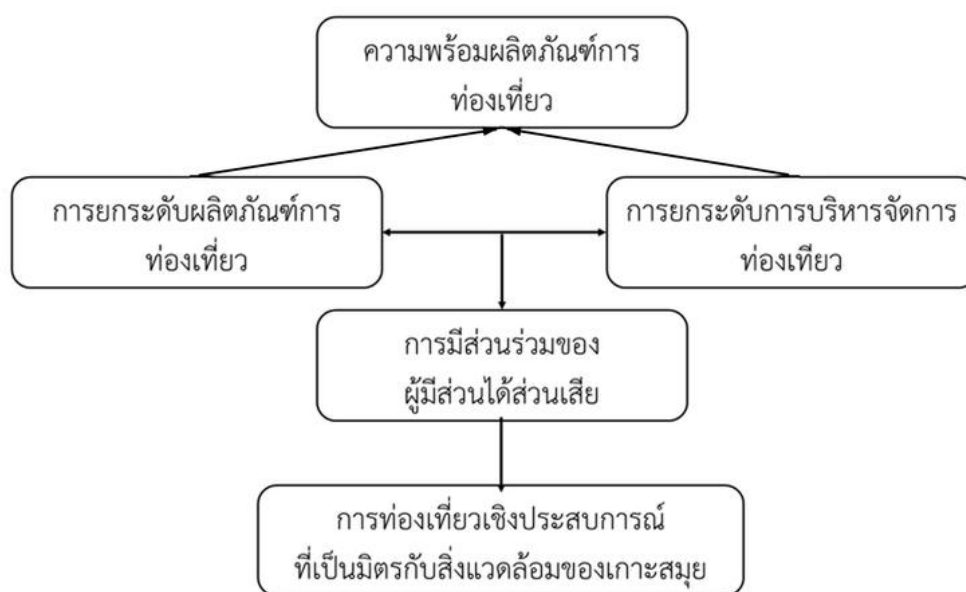
แม้ว่าทีมงานวิจัยจำนวนมากได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการตลาดท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ แต่ยังพบช่องว่างสำคัญในการวิจัยที่ขาดการบูรณาการเชิงระบบในบริบทพื้นที่เกาะ ซึ่งส่วนมากเป็นการศึกษาการแบบแยกจากกัน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อวิเคราะห์ระดับความพร้อมผลิตภัณธ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2) เพื่อพัฒนาแนวทางการยกระดับผลิตภัณธ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ
- 3) เพื่อสังเคราะห์กลไกการยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นจากการบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพและแนวคิดการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเริ่มจากการศึกษาความพร้อมของผลิตภัณธ์ ทำการยกระดับทั้งผลิตภัณธ์และการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ได้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาการยกระดับผลิตภัณธ์การท่องเที่ยวและกลไกการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ 1) การประเมินความพร้อมผลิตภัณธ์ 5 ด้าน 2) การยกระดับผลิตภัณธ์ 6 ด้าน และ 3) การยกระดับการบริหารจัดการ 6 ด้าน



4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

เกาะสมุย คัดเลือกความพร้อมผลิตภัณท์ท่องเที่ยวจำนวน 10 แห่ง

4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 4 กลุ่ม 1) หน่วยงานภาครัฐ เทศบาลนครเกาะสมุย 2) ผู้ประกอบการท่องเที่ยว 3) ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ผลิตภัณท์ 4) นักท่องเที่ยวในกลุ่มคุณภาพ

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมและระบบนิเวศท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง ภายใต้กระบวนการจัดการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การยกระดับ หมายถึง กระบวนการยกระดับผลิตภัณท์และกลไกการบริหารอย่างเป็นระบบตามผลการประเมินความพร้อม เป้าหมายเพื่อเพิ่มคุณค่า รักษาสิ่งแวดล้อมและได้เปรียบในการแข่งขัน

นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ หมายถึง นักท่องเที่ยวตามนิยามของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีความตระหนักรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ศักยภาพการใช้จ่ายสูงและพำนักระยะยาว

การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม หมายถึง กลไกการจัดการที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 กลุ่ม ได้เข้าร่วมตัดสินใจ วางแผน ปฏิบัติการและติดตามประเมินผล ภายใต้หลักธรรมาภิบาล

6. การทบทวนวรรณกรรม

6.1 แนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการรักษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization) อธิบายว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลกระทบและต้องบรรลุหลักสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชนและทรัพยากรในพื้นที่ควบคู่กันไป (World Tourism Organization (UNWTO). 2017) แนวคิดดังกล่าวจึงไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวหรือรายได้จากการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการพัฒนาและความยั่งยืนของพื้นที่ เป็นสำคัญ

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การลดการใช้พลังงาน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการขยะและของเสียอย่างเหมาะสม การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการส่งเสริมการใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ในเชิงการบริหารจัดการ แนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนให้ความสำคัญกับการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ เพื่อป้องกันปัญหาการใช้ทรัพยากรเกินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการวางแผนพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบททางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ ยังเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการวางแผน ตัดสินใจและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน

แนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนจึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสมัยใหม่ ที่มุ่งสร้างหลักสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมของชุมชนและการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในอนาคต แนวคิดนี้เป็นฐานในการกำหนดองค์ประกอบประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ด้านและการยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 6 ด้านในการวิจัยนี้

6.2 ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวไม่ได้มุ่งแสวงหาเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือเยี่ยมชมสถานที่เท่านั้น แต่ต้องการ ประสบการณ์ที่มีคุณค่า มีความหมายและสามารถสร้างความประทับใจหรือความทรงจำเฉพาะบุคคลผ่านการมีส่วนร่วมกับกิจกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยว

แนวคิดดังกล่าวพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีเศรษฐกิจประสบการณ์ (Experience Economy Theory) ของ B. Joseph Pine II และ James H. Gilmore ซึ่งเสนอว่า เศรษฐกิจยุคใหม่ได้เปลี่ยนผ่านจากการขายสินค้าและบริการไปสู่การสร้าง ประสบการณ์ ให้แก่ผู้บริโภค โดยประสบการณ์ที่ดีจะก่อให้เกิดคุณค่าทางอารมณ์ ความจดจำและความผูกพันที่ยั่งยืนมากกว่าการบริโภคทั่วไป แนวคิดนี้จึงถูกนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับประสบการณ์และความรู้สึกของนักท่องเที่ยว

ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อธิบายว่า นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในพื้นที่ ผ่านการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การรับรสและการรับกลิ่น ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม นักท่องเที่ยวจึงไม่ได้เป็นเพียง



ผู้ชมแต่กลายเป็นผู้มีส่วนร่วม ในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การทำอาหารพื้นถิ่น การเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมหรือกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ในเชิงทฤษฎี การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่

1) การมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติหรือมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมและชุมชนในพื้นที่

2) การเรียนรู้ การได้รับความรู้ ความเข้าใจหรือประสบการณ์ใหม่จากกิจกรรมการท่องเที่ยว

3) ความแท้จริงของประสบการณ์ เป็นการสะท้อนอัตลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แท้จริงของพื้นที่

4) ความทรงจำและคุณค่าทางอารมณ์ ซึ่งเป็นผลลัพธ์สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และต้องการกลับมาเยี่ยมเยือนซ้ำ

นอกจากนี้ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ยังเชื่อมโยงกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการออกแบบกิจกรรมและถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยชุมชนไม่ได้เป็นเพียงผู้ให้บริการ แต่เป็นเจ้าของประสบการณ์ ที่ร่วมสร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวผ่านทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น

ภายใต้บริบทการท่องเที่ยวสมัยใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับประสบการณ์เฉพาะพื้นที่มากกว่าการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ เช่น ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น เรียนรู้วัฒนธรรมพื้นถิ่นหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์กลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว

มิติของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ยังช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเน้นการเรียนรู้และการสร้างคุณค่าจากอัตลักษณ์ของพื้นที่ มากกว่าการใช้ทรัพยากรจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จึงสามารถสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม (Pine & Gilmore, 2019)

ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว การออกแบบผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว การประเมินคุณค่าของประสบการณ์ รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน เช่น เกาะสมุย ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

6.3 แนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำและคาร์บอนเป็นกลาง

แนวทางสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions) จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงาน การเดินทาง การขนส่ง การใช้ทรัพยากรและการบริโภคในปริมาณสูง ส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากหลายกิจกรรม เช่น การเดินทางทางอากาศ การใช้พลังงานในโรงแรมและที่พัก การขนส่งภายในพื้นที่ท่องเที่ยว การจัดการขยะและกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ดังนั้น แนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำจึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้สามารถลดการใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ขณะที่แนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนเป็นกลางเป็นแนวคิดที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ โดยมุ่งให้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีปริมาณการปล่อยคาร์บอนสุทธิเท่ากับศูนย์ ผ่านกระบวนการ 3 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่

- 1) การวัดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- 2) การลดหรือหลีกเลี่ยงการปล่อยคาร์บอน
- 3) การชดเชยคาร์บอนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น การปลูกป่า การสนับสนุนพลังงานสะอาดหรือโครงการดูดซับคาร์บอน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

แนวคิดดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการมุ่งเน้นเพียงการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ ไปสู่การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน การอนุรักษ์ทรัพยากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลให้ผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวสีเขียวและการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ

ในเชิงการบริหารจัดการ แนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำและคาร์บอนเป็นกลางให้ความสำคัญกับการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรการลดคาร์บอนในระดับพื้นที่ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว การส่งเสริมพลังงานสะอาด การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การจัดการขยะและน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

ดังนั้น แนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำและคาร์บอนเป็นกลางจึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

6.4 แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Economy)

การพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งสร้างการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจเข้ากับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โมเดลดังกล่าวประกอบด้วย 3 แนวคิดหลักได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งมีความเชื่อมโยงและสนับสนุนกันอย่างเป็นระบบ

1) เศรษฐกิจชีวภาพ เป็นแนวคิดที่มุ่งใช้ทรัพยากรชีวภาพ เช่น พืช สัตว์ จุลินทรีย์และความหลากหลายทางชีวภาพ มาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง โดยเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและไม่ทำลายระบบนิเวศ แนวคิดนี้มีความสำคัญต่อภาคเกษตร อาหาร พลังงานชีวภาพ การแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม

2) เศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นแนวคิดที่มุ่งใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยลดการใช้ทรัพยากรใหม่ ลดปริมาณของเสียและนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ การ Reuse, Reduce, Recycle เพื่อให้ทรัพยากรสามารถหมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจได้ยาวนานที่สุด แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายด้านสำหรับการท่องเที่ยว เช่น การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ การจัดการกับอาหารเหลือทิ้งและการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3) เศรษฐกิจสีเขียว เป็นแนวคิดที่มุ่งสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและคุณภาพชีวิตของประชาชน แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ การจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อมในโรงแรมและสถานประกอบการ การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจแบบองค์รวม จึงเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ผ่านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การสร้างนวัตกรรมและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม

7. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นแนวทางหลัก ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายและสนับสนุนผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยดำเนินการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ระดับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะสมุยจำนวน 39 แห่ง และวิเคราะห์ความ

พร้อมด้วยแบบประเมิน 5 ด้าน ได้แก่ 1) นโยบายและแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) การพัฒนากิจกรรมท้องถิ่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) การตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ 4) การนำเสนอวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ 5) การใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่น แบบประเมินมีคะแนนรวม 20 คะแนน กำหนดเกณฑ์ความพร้อมไว้ที่ร้อยละ 80 หรือ 16 คะแนนขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ที่ใช้สำหรับคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความพร้อมเข้าสู่กระบวนการพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์ความพร้อมจำนวน 10 แห่งมาวิเคราะห์ด้วยแบบประเมินการยกระดับผลิตภัณฑ์ 6 ด้าน ได้แก่ 1) สถานที่ท่องเที่ยว 2) กิจกรรม 3) การสร้างประสบการณ์ 4) การให้บริการและกลุ่มนักท่องเที่ยว 5) อาหารและเครื่องดื่ม และ 6) การจัดการของเสียและขยะ ผลการวิเคราะห์รายด้านนำมาใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับศักยภาพและข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์แต่ละแห่ง

ขั้นตอนที่ 3 การสังเคราะห์กลไกการยกระดับการบริหารจัดการ ผู้วิจัยวิเคราะห์การบริหารจัดการของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 10 แห่งและบทบาทของเทศบาลนครเกาะสมุยใน 6 ด้าน ได้แก่ 1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว 2) สิ่งอำนวยความสะดวก 3) ระบบคมนาคม 4) ความปลอดภัย 5) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และ 6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ร่วมกับการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลมาสังเคราะห์เป็นกลไกการยกระดับการบริหารจัดการที่เชื่อมโยงระดับนโยบายกับระดับปฏิบัติการในพื้นที่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ด้าน 2) แบบประเมินการยกระดับผลิตภัณฑ์ 6 ด้าน 3) แบบวิเคราะห์การยกระดับการบริหารจัดการ 6 ด้าน และ 4) แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและจัดหมวดหมู่ตามประเด็นเพื่อใช้ประกอบการอธิบายผลเชิงปริมาณและสังเคราะห์แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (อัมพัน ศิริรัตน์, และวงศ์ไชยา, พ. 2560)

8. แนวคตินักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ

แนวคตินักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพพัฒนาขึ้นเพื่อตอบโต้ผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวมวลชนที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณค่า โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ให้นิยามนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพว่า เป็น นักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ใช้จ่ายสูง พำนักรยาวนาน ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของจุดหมายปลายทาง องค์ประกอบของนักท่องเที่ยวกกลุ่มคุณภาพ จากการสังเคราะห์งานของ UNWTO และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถสรุปลักษณะของนักท่องเที่ยวกกลุ่มคุณภาพได้ 5 มิติ ดังนี้

- 1) มิติเศรษฐกิจ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อวันสูงกว่าค่าเฉลี่ย มีระยะพำนักรยาวนานและมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนโดยตรงผ่านการซื้อสินค้าและบริการท้องถิ่น
- 2) มิติพฤติกรรมเชิงรับผิดชอบ ให้ความสำคัญการพัฒนาด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว ลดการสร้างขยะและเลือกใช้บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 3) มิติการเรียนรู้และประสบการณ์ มีแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม เข้าร่วมกิจกรรมเชิงลึกและแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมาย สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์
- 4) มิติการมีส่วนร่วม เต็มใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์ การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับชุมชน และการให้ข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
- 5) มิติความเต็มใจจ่ายเพิ่ม มีความเต็มใจจ่ายเพิ่ม สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการที่ผ่านการรับรองด้านสิ่งแวดล้อมหรือมีความรับผิดชอบต่อสังคม (UNWTO, 2017)

7. ผลการวิจัย

7.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

7.1.1) ผลแบบประเมินความพร้อมผลิตภัณฑ์

แบบประเมินความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนขึ้นตามแนวคิดหลักสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมและนโยบายการท่องเที่ยวที่เป็นกลางทางคาร์บอน มีเกณฑ์การประเมิน 5 ด้าน คะแนนรวม 20 คะแนน ดังนี้

- 1) ด้านนโยบายและแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (8 คะแนน) เน้นการมีนโยบายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม
- 2) ด้านการพัฒนากิจกรรมท้องถิ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (3 คะแนน) เน้นการออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- 3) ด้านการตลาดและการสื่อสารเชิงรับผิดชอบ (3 คะแนน) เน้นการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อดิจิทัลที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- 4) ด้านการนำเสนอวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ท้องถิ่น (3 คะแนน) เน้นการถ่ายทอดวัฒนธรรม ประเพณี และการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์
- 5) ด้านการใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่น (3 คะแนน) เน้นการใช้ทรัพยากรในพื้นที่เพื่อลดการขนส่งและสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน

เกณฑ์ประเมิน: ผลิตภัณฑ์ที่ได้คะแนนรวมมากกว่าร้อยละ 80 หรือตั้งแต่ 16 คะแนนขึ้นไป ถือว่ามีความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

7.1.2) ผลการประเมินความพร้อมผลิตภัณฑ์

จากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะสมุย จำนวน 39 แห่ง จำแนกเป็นการท่องเที่ยวธรรมชาติ 14 แห่ง การท่องเที่ยวศิลปะและวัฒนธรรม 17 แห่งและการท่องเที่ยวโดยชุมชน 8 แห่งพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์การประเมินมี 10 แห่ง เป็นร้อยละ 26 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ดังนี้

ตารางที่ 1 ความพร้อมผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์กับเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ผลิตภัณฑท่องเที่ยว	ประเภท	คะแนนรวม	ร้อยละ
1	CHADA Chef's Table	อาหารวัตถุดิบท้องถิ่น	18.5	92.5
2	บ้านสวนลุงไข่	เกษตรเชิงนิเวศ	18.2	91.0
3	ธนาคารปูม้าชุมชนบ้านใต้	อนุรักษ์ทางทะเล วิถีชีวิต	19.0	95.0
4	สวนนายแดง	เกษตรผสมผสาน	17.5	87.5
5	บ้านโบราณ ณ สมุย	วัฒนธรรม อัตลักษณ์	18.0	90.0
6	The Nature Samui	ธรรมชาติเชิงสุขภาพ สัมผัส	18.8	94.0
7	บ้านมะพร้าว	หัตถกรรมชุมชน	18.3	91.5
8	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านลิปะน้อย	ชุมชนชายฝั่ง วิถีชีวิต	18.6	93.0
9	วิทยาลัยอาชีวศึกษาภานาโพธิคุณ	การศึกษาเชิงสร้างสรรค์	17.0	85.0
10	Honey Rose Herb Garden & Art	สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	18.4	92.0
ค่าเฉลี่ย			18.23	91.15

ผลิตภัณฑท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่ง มีค่าเฉลี่ยความพร้อมเท่ากับ 18.23 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 91.2 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก สะท้อนว่าผลิตภัณฑที่ผ่านการคัดเลือกมีคุณลักษณะครบถ้วนตามองค์ประกอบความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านที่มีคะแนนความพร้อมสูงสุดคือ ด้านนโยบายและแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการกำหนดมาตรการลดขยะพลาสติก การทำปุ๋ยอินทรีย์และใช้พลังงานทดแทนอย่างชัดเจน

7.2 ผลการพัฒนาแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

7.2.1) ผลแบบประเมินการยกระดับผลิตภัณฑ

แบบประเมินการยกระดับผลิตภัณฑ พัฒนาขึ้นตามแนวคิดหลักสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม นโยบายการท่องเที่ยวที่เป็นกลางทางคาร์บอนและสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีเศรษฐกิจประสบการณ์ มีเกณฑ์การประเมิน 6 ด้าน คะแนนรวม 100 คะแนน ดังนี้

- 1) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (40 คะแนน) การออกแบบกลมกลืนกับธรรมชาติ ประหยัดพลังงาน และส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ
- 2) ด้านกิจกรรม (12 คะแนน) จัดกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดขยะ
- 3) ด้านการสร้างประสบการณ์ (12 คะแนน) มีส่วนร่วมโดยการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 การมีปฏิสัมพันธ์ และการเล่าเรื่อง



4) ด้านการให้บริการและกลุ่มนักท่องเที่ยว (12 คะแนน) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ยั่งยืนและการบริการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

5) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (12 คะแนน) ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก กระบวนการผลิตคาร์บอนต่ำ และเมนูเป็นไปตามฤดูกาล

6) ด้านการจัดการของเสียและขยะ (12 คะแนน) การลดพลาสติกสำหรับอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ การจัดการขยะอินทรีย์และการแยกขยะ

เกณฑ์ประเมิน: 81-100 คะแนน = ดีมาก, 61-80 คะแนน = ดี, 41-60 คะแนน = ปานกลาง, 21-40 คะแนน = ต้องปรับปรุง, 0-20 คะแนน = ต้องปรับปรุงเร่งด่วน

7.2.2) ผลการประเมินการยกระดับผลิตภัณฑ์

จากการประเมินการยกระดับผลิตภัณฑ์ 10 แห่ง พบว่าทุกผลิตภัณฑ์มีคะแนนการยกระดับในระดับดี ถึง ดีมาก ดังนี้

ตารางที่ 2 การยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว	สถานที่	กิจกรรม	ประ สบ การณ	บริการ	อาหาร	ขยะ/ของ เสีย	รวม
1	CHADA Chef's Table	38	11	11	12	12	11	95
2	บ้านสวนลุงไข่	37	12	12	12	12	12	97
3	ธนาคารปูม้าชุมชนบ้านไต้	40	12	11	12	12	12	99
4	สวนนายแดง	30	9	10	12	11	9	81
5	บ้านโบราณ ณ สมุย	38	10	11	12	12	12	95
6	The Nature Samui	40	12	12	12	12	12	100
7	บ้านมะพร้าว	39	12	11	12	12	12	98
8	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าน ลิปะน้อย	39	12	12	12	12	12	99
9	วิทยาลัยอาชีวศึกษาภาวนา โพธิคุณ	30	9	10	11	10	10	80
10	Honey Rose Herb Garden & Art	38	11	12	12	12	12	96
ค่าเฉลี่ย		36.9	11	11.1	11.9	11.7	11.4	94.0
ร้อยละ		92.3	91.6	92.5	99.2	97.5	95.0	

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่ง มีค่าเฉลี่ยการยกระดับเท่ากับ 94.0 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 94.0 ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก เป็นการบ่งชี้ว่าผลิตภัณฑ์สามารถเป็นกลไกขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวที่เป็นกลางทางคาร์บอนสู่การปฏิบัติได้จริง โดยเฉพาะการระบายนفاياتตามธรรมชาติและการใช้วัสดุที่ไม่ก่อให้เกิดขยะ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้



คะแนนรวมสูงสุดทุกด้านคือ The Nature Samui หากพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่ได้รับการยกระดับสูงสุดคือ ด้านการให้บริการและกลุ่มนักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยั่งยืนกับด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก สรุปรายละเอียดการยกระดับผลิตภัณฑ์ [ก่อนและหลังการประเมิน]

ตารางที่ 3 การยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว	ก่อนการประเมิน	หลังการประเมิน
1. CHADA Chef's Table	เน้นคุณค่าทางอาหาร และวัฒนธรรม แต่ยังคงขาดการออกแบบพื้นที่สีเขียว	ใช้แนวคิด Zero Waste การใช้วัตถุดิบ การเล่าเรื่องผ่านอาหาร
2. บ้านสวนลุงไข่	ศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติและวิถีเกษตร	แหล่งเรียนรู้เกษตรยั่งยืน นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมเกษตร
3. ธนาคารปูม้า ชุมชนบ้านไต้	มีความเข้มแข็งด้านทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์	เสริมระบบการจัดการของเสีย การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์
4. สวนนายแดง	มีความพร้อมสูงด้านเกษตร วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น	ปรับปรุงรายละเอียดกิจกรรม แนวคิด Net Zero ต้นแบบท่องเที่ยวเกษตรและวัฒนธรรม
5. บ้านโบราณ ณ สมุย	การจัดกิจกรรมและเชื่อมโยงกับชุมชน	พัฒนากิจกรรมเชิงอนุรักษ์ ทำให้การท่องเที่ยวเชื่อมโยงธรรมชาติและชุมชนมากขึ้น
6. The Nature Samui	ความพร้อมด้านสถานที่และการบริการ มีกิจกรรมธรรมชาติ	เสริมมาตรการลดขยะพลาสติก กิจกรรมเชื่อมโยงธรรมชาติและสุขภาพอย่างสมดุล
7. บ้านมะพร้าว	การออกแบบพื้นที่และกิจกรรมด้านความยั่งยืน	ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เฉพาะด้าน มะพร้าวอย่างยั่งยืน
8. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านลิปะน้อย	ทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย	กิจกรรมเชิงนิเวศและชุมชนอย่างครบถ้วน เชื่อมโยงธรรมชาติและวิถีชีวิต
9. วิทยาลัยอาชีวศึกษาภาวนาโพธิคุณ	มีการใช้ทรัพยากรและกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม	แหล่งเรียนรู้ทักษะเชิงอาชีพ การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา บูรณาการพลังงานหมุนเวียน และการจัดการขยะ
10. Honey Rose Herb Garden & Art	ภาพลักษณ์หรูหราและเป็นมิตรกับธรรมชาติ กิจกรรมเชิงชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและศิลปะที่ยั่งยืนครบมิติทั้งอาหารสุขภาพและการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น



7.3 ผลการยกระดับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

7.3.1) แบบประเมินยกระดับการบริหารจัดการ: ผลลัพธ์การท่องเที่ยวกับเทศบาลนครสมุย

แบบประเมินการยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สำหรับผลลัพธ์การท่องเที่ยวและเทศบาลนครสมุย พัฒนาขึ้นตามกรอบนโยบายการท่องเที่ยวที่เป็นกลางทางคาร์บอนและแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน มีเกณฑ์การประเมิน 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์และฟื้นฟู โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยว
- 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การออกแบบโดยใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีป้ายบอกทางแผนที่ และข้อมูลการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เข้าใจง่ายหลายภาษา
- 3) ด้านระบบคมนาคม การส่งเสริมการเดินทางคาร์บอนต่ำ เช่น การเดินเท้า การใช้จักรยาน การปรับปรุงเส้นทางให้ปลอดภัยและการเชื่อมโยงสนามบิน ท่าเรือ แหล่งท่องเที่ยว
- 4) ด้านความปลอดภัย กำหนดคู่มือและมาตรฐานความปลอดภัย การจัดทำป้ายเตือนหลายภาษา การจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว 24 ชั่วโมงและการติดตั้งระบบเฝ้าระวังแจ้งเตือนภัย
- 5) ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การสื่อสารจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะสมุยผ่านสื่อดิจิทัล การจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์และการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยว
- 6) ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การอบรมผู้ประกอบการ พัฒนาเทคโนโลยี เช่น การบรรจุภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การเพิ่มช่องทางจำหน่าย

7.3.2) ผลการยกระดับการบริหารจัดการ: ผลลัพธ์การท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์เอกสาร แนวทางปฏิบัติและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผลลัพธ์ 10 แห่ง พบประเด็นการยกระดับการบริหารจัดการที่สำคัญ ดังนี้

- 1) ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ผลลัพธ์ทั้ง 10 แห่งมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ.2566–2570 โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรผ่านการประสานงานกับผู้นำชุมชน การจัดทำโครงการรณรงค์ อาทิ ธนาคารปูม้าชุมชนบ้านใต้ มีการฟื้นฟูแหล่งอนุบาลปูม้าและ The Nature Samui มีการจัดการพื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ
- 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีการยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม เช่น CHADA Chef's Table ใช้ภาชนะจากวัสดุธรรมชาติ บ้านสวนลุงไข่จัดทำป้ายสื่อความหมายจากไม้ไผ่และ Honey Rose Herb Garden จัดทำแผ่นพับแนะนำสมุนไพรหลายภาษา เพื่อยกระดับประสบการณ์การเรียนรู้
- 3) ด้านระบบคมนาคม พบการส่งเสริมการเดินทางคาร์บอนต่ำเพิ่มขึ้น เช่น บ้านมะพร้าวจัดกิจกรรมการขี่จักรยานรอบชุมชน ธนาคารปูม้าพัฒนาเส้นทางเดินเท้าเชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้และกลุ่มลีน้อยปรับปรุงทางเดินให้ปลอดภัย



4) ด้านความปลอดภัย ทุกผลิตภัณฑ์มีการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัย เช่น บ้านสวนลุงไข่จัดทำคู่มือความปลอดภัยในการเข้าชมสวน บ้านโบราณ ณ สมุยติดตั้งระบบเตือนภัยและป้ายเตือนจุดเสี่ยงหลายภาษา และมีการจัดตั้งเครือข่ายอาสาสมัครชุมชนที่พร้อมช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

5) ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีการใช้สื่อดิจิทัลเชิงรุกเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของเกาะสมุย เช่น CHADA Chef's Table นำเสนอเรื่องราววัตถุดิบท้องถิ่นผ่าน Instagram บ้านมะพร้าวใช้ TikTok สื่อสารกิจกรรมเชิงอนุรักษ์และวิทยาลัยอาชีวศึกษาภาวนาโพธิคุณสร้างเครือข่ายกับสื่อท้องถิ่นเพื่อประชาสัมพันธ์บริการที่พักและการจัดประชุมคาร์บอนต่ำ

6) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การยกระดับผ่านการอบรมและเทคโนโลยี เช่น บ้านมะพร้าวพัฒนาบรรจุภัณฑ์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาภาวนาโพธิคุณออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ใหม่ให้หลากหลาย และ Honey Rose Herb Garden ร่วมมือกับชุมชนจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับสถานที่อื่นเพื่อเพิ่มมูลค่าห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารจัดการทั้ง 6 ด้านได้รับการยกระดับอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดเด่นที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดเศรษฐกิจแบบองค์รวมได้อย่างชัดเจน การยกระดับการบริหารดังกล่าว เป็นส่วนที่สำคัญยิ่ง เพราะถึงแม้ผลิตภัณฑ์จะมีความพร้อมสูงและได้รับการยกระดับความพร้อม แต่หากขาดกลไกการบริหารจัดการที่ดี จะไม่สามารถแปลงศักยภาพสู่ การยกระดับการท่องเที่ยวเกาะสมุยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ โมเดลการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม 6 ด้านนี้ จึงเป็นเงื่อนไขจำเป็นสำหรับการขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ

7.4 ผลการยกระดับการบริหารจัดการ: เทศบาลนครเกาะสมุย

เนื่องจากบริบทและบทบาทของเทศบาลนครเกาะสมุยในฐานะกลไกการบริหารจัดการระดับพื้นที่ ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างนโยบายการท่องเที่ยวที่เป็นกลางทางคาร์บอนระดับชาติกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 10 แห่ง ในระดับปฏิบัติการ จากการวิเคราะห์เอกสาร แนวทางปฏิบัติและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบประเด็นการยกระดับการบริหารจัดการ ที่สำคัญ ดังนี้

1) ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว กำหนดแผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ.2566-2570 มุ่งบูรณาการการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ควบคู่กับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยการประสานงานกับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการจัดทำโครงการรณรงค์การอนุรักษ์ การส่งเสริมใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด สะท้อนบทบาทในฐานะ ผู้อำนวยการความสะอาดเชิงนโยบาย ที่สร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การออกแบบและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ป้ายบอกทาง แผนที่และสื่อความหมายหลายภาษา ส่งเสริมการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวเกาะสมุยที่รวบรวมข้อมูลการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหารและกิจกรรมอย่างครบถ้วน เพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว

3) ด้านระบบคมนาคม ส่งเสริมการเดินทางคาร์บอนต่ำ เช่น การสนับสนุนการขี่จักรยานรอบชุมชน การปรับปรุงถนน ทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยานให้ปลอดภัย เพื่อเพิ่มศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยว

4) ด้านความปลอดภัย จัดทำคู่มือและมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง จัดทำป้ายเตือนภัยหลายภาษา จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวแบบครบวงจรที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง พร้อมติดตั้งระบบเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัย รวมถึงอบรมเจ้าหน้าที่อาสาสมัคร ให้มีความพร้อมการช่วยเหลือ

5) ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยร่วมมือกับภาครัฐ ผู้ประกอบการ จัดโครงการเน้นอัตลักษณ์ของเกาะสมุย เช่น ความเป็นธรรมชาติ อาหารท้องถิ่นและกิจกรรมสุขภาพ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

6) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ทำการสนับสนุนผ่าน 3 กลไกหลักคือ 1) อบรมผู้ประกอบการด้านการผลิตและบรรจุภัณฑ์ 2) จัดสถานที่จำหน่ายและขยายช่องทางตลาดโดยร่วมมือกับภาคีเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยว และ 3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและพึ่งพาตน

กลไกการบริหารจัดการระดับพื้นที่ของเทศบาลนครเกาะสมุย มีความโดดเด่นด้านการเป็น ผู้เชื่อมประสานระหว่างนโยบายระดับชาติกับผู้ประกอบการระดับชุมชน ส่งผลให้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 10 แห่งยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการบริหารจัดการได้สำเร็จ และ 2) สร้างสภาพแวดล้อมระดับมหภาคที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ดังนั้น การยกระดับการบริหารจัดการเทศบาลนครเกาะสมุย จึงเป็นเงื่อนไขจำเป็นที่ขาดไม่ได้ นั่นคือ การยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะสมุยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ จำเป็นต้องอาศัยการยกระดับแบบบูรณาการทั้งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและกลไกการบริหารจัดการ ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า มิใช่การดำเนินการเพียงมิติใดมิติหนึ่ง

8. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องโครงการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะสมุยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 39 แห่ง โดยใช้เกณฑ์ความพร้อม 5 ด้าน คะแนนเต็ม 20 คะแนน และกำหนดเกณฑ์ผ่านไว้ที่ตั้งแต่ 16 คะแนนขึ้นไป พบว่า มีผลิตภัณฑ์ผ่านเกณฑ์จำนวน 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์มีคะแนนความพร้อมเฉลี่ย 18.23 คะแนน หรือร้อยละ 91.2 อยู่ในระดับสูงมาก โดยธนาคารปูม้าชุมชนบ้านใต้มีคะแนนสูงสุด 19 คะแนน หรือร้อยละ 95 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านนโยบายและแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความพร้อมสูงสุด สะท้อนจากการกำหนดมาตรการลดขยะพลาสติก การทำปุ๋ยอินทรีย์ และการใช้พลังงานทดแทนอย่างเป็นรูปธรรม ขณะที่ด้านการตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบยังเป็นข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่

แนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นครอบคลุม 6 ด้าน ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม การสร้างประสบการณ์ การให้บริการและกลุ่มนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม และการจัดการของเสียและขยะ ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์ทั้ง 10 แห่งมีคะแนนการยกระดับเฉลี่ย 94.0 คะแนนจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน อยู่ในระดับดีมาก โดย The Nature Samui มีคะแนนรวมสูงสุด 100 คะแนน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการและกลุ่มนักท่องเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดร้อยละ 99.2 รองลงมาคือด้านอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 97.5 และด้านการจัดการของเสียและขยะร้อยละ 95.0 แนวทางสำคัญที่ใช้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การใช้วัตถุดิบ

ท้องถิ่น การออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดขยะและพลาสติก และการเชื่อมโยงเรื่องราวของอาหาร วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยว

กลไกการยกระดับการบริหารจัดการประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคม ความปลอดภัย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้ง 10 แห่งสามารถบูรณาการทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขณะที่เทศบาลนครเกาะสมุยทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมประสานนโยบายระดับชาติกับผู้ประกอบการและชุมชน ผ่านการวางแผน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบคมนาคม การสร้างมาตรฐานความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการสังเคราะห์จึงชี้ว่า การยกระดับการท่องเที่ยวของเกาะสมุยต้องดำเนินการควบคู่กันทั้งในระดับผลิตภัณฑ์และระดับการบริหารจัดการพื้นที่ โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชน และผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า

9. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ ประวิทย์ เกียรติอุดมแก้ว และคณะ (2568) ที่ศึกษาความพร้อมของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ชุมชนที่มีแนวทางการจัดการทรัพยากรและนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน จะมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสูงกว่าชุมชนทั่วไป โดยเฉพาะการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ยังเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Bhaktikul et al. (2021) ที่ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในชุมชนพื้นที่สูง จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แม้ว่าชุมชนจะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยวได้ แต่ประเด็นด้านการลดคาร์บอนยังคงเป็นความท้าทายสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานของ Suvittawat et al. (2025) ที่ศึกษาการท่องเที่ยวเทศกาลอาหารอย่างยั่งยืนตามแนวคิด BCG ซึ่งระบุว่า การใช้ทรัพยากรท้องถิ่น การจัดการขยะ และการดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) เทศบาลนครเกาะสมุย ควรจัดตั้ง ศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ทำหน้าที่บูรณาการข้อมูลลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ทั้ง 10 แห่ง จัดทำระบบรับรองมาตรฐานและเป็นกลไกหลักขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวที่เป็นกลางทางคาร์บอนสู่การปฏิบัติระดับพื้นที่

2) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรบรรจุ โมเดลการยกระดับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่พัฒนาจากงานวิจัยนี้ เข้าเป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์การประเมินเมืองท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ สนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 1) ผู้ประกอบการ ควรยกระดับ ด้านกิจกรรมการตลาดใช้วัสดุที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นด้านที่ได้คะแนนต่ำจากการวิจัย โดยประยุกต์ใช้แนวทางเศรษฐกิจแบบองค์รวม
- 2) จัดทำหลักสูตรการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และเครื่องมือให้สามารถประเมินและรายงานผลการลดก๊าซเรือนกระจกได้ด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาผลกระทบของการยกระดับทั้ง 6 ด้านที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพในเชิงประจักษ์ โดยอาจใช้การออกแบบการวิจัยเชิงทดลองหรือกึ่งทดลอง เพื่อทดสอบระดับความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) ของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปภายหลังการยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2) ควรมีการวิจัยระยะยาว (Longitudinal Research) เพื่อติดตามผลการเปลี่ยนแปลงของโมเดลการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่เกาะสมุย อย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 3-5 ปี เพื่อประเมินความยั่งยืนของการพัฒนา ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการและชุมชนในระยะยาว

องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่คือ โมเดลการยกระดับที่ยึดความพร้อมเป็นพื้นฐาน (Readiness-Driven Upgrading Model) โดยการค้นพบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างว่า ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ด้าน เป็นเงื่อนไขจำเป็นที่ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ 6 ด้าน โดยมีกลไกการบริหารจัดการ 6 ด้าน เป็นตัวเร่งส่งผ่าน โมเดลนี้ได้เติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยเดิมที่มักศึกษาแบบแยกส่วนและสามารถอธิบายได้ว่าเหตุใดผลิตภัณฑ์บางแห่งแม้มีความพร้อมสูงแต่ยกระดับไม่สำเร็จหากขาดกลไกการบริหารจัดการระดับพื้นที่ที่เข้มแข็ง

10. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน BCG economy model*.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *คู่มือแนวทางการออกแบบและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Carbon neutral tourism)*.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ พ.ศ. 2566-2570*.
- เกียรติอุดมแก้ว, ป., จรัสรัตน์ไพบูลย์, อ., อารีศรีสม, ภ., และเครือคำ, พ. (2568). การเตรียมความพร้อมของชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของท้องถิ่นในที่ยั่งยืน: จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 15(3-4), 1584-1597.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.



- Bhaktikul, K., Aroonsrimorakot, S., Laiphrakpam, M., & Paisantanakij, W. (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(7), 10743–10762.
- Muangasame, K., & McKercher, R. D. (2015). The challenge of implementing sustainable tourism policy: A 360-degree assessment of Thailand's "7 Greens sustainable tourism policy." *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 497–516.
- Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (2019). *The experience economy: Competing for customer time, attention, and money*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Suvittawat, A., Janchai, N., Seepho, S., Nonthachai, J., & Nonthachai, I. (2025). Sustainable food festival tourism: Integrating the Bio-Circular-Green (BCG) model for cultural and environmental resilience in Thailand. *Sustainability*, 17(5), 1969.
- World Tourism Organization. (2017). *UNWTO tourism definitions*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.