

บทที่ 4

ความเชื่อมโยงของการกำหนดยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด ยุทธศาสตร์จังหวัด กับ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในกรณีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเภทสปาในเขตพื้นที่อำเภอชะอำ และหัวหิน

แนวคิดการบริหารงานแบบบูรณาการภายใต้ผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น คำนึงถึงการพัฒนา ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจในพื้นที่ที่มีความคล้ายคลึงกัน และ เชื่อมโยงกันทั้งทางสังคม ชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นประเด็นสำคัญ ซึ่งมีความแตกต่างจากการ บริหารงานในรูปแบบเดิมที่คำนึงถึงเกณฑ์ทางภูมิศาสตร์เป็นหลัก

จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ในอดีตเคยถูกแยกการพัฒนาออกจากกันโดย จังหวัดเพชรบุรีถือเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคกลาง และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดที่อยู่ใน ภาคใต้ ภายหลังรัฐบาลของ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เข้ามาบริหารประเทศโดยใช้แนวคิดผู้ว่า ราชการจังหวัดแบบบูรณาการ ปัจจุบันจังหวัดทั้งสองจึงถูกรวมเข้าอยู่ในกลุ่มจังหวัดเดียวกัน คือ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ซึ่งอยู่ในกลุ่มเดียวกับจังหวัดสมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ซึ่งใน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างนี้มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลรวมทั้งสิ้น 359 กิโลเมตร ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพประมง เกษตรกรรม เป็นแหล่งอุตสาหกรรมการประมงหลักของประเทศ และมีแหล่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีการกำหนดวิสัยทัศน์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง คือ เป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปสินค้าประมง เกษตร และเหล็ก เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญสู่ภาคใต้ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ยั่งยืน (มหาวิทยาลัยศิลปากร,2548:หน้า 13)

การดำเนินการภาคต้นภายใต้วิสัยทัศน์นั้น กลุ่มจังหวัดได้กำหนดยุทธศาสตร์ทางการ ท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ จะต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสุขภาพ โดยมีการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ พัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยศิลปากร,2548:หน้า 13) โดยการผลักดันยุทธศาสตร์ทั้งกลุ่มจังหวัด ต้องวางระบบโครงข่ายเส้นทางคมนาคมขนส่งทั้งทางบกและทางทะเล สร้างกระแสน้ำด้าน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมมีระบบสนับสนุนต่างๆ ที่ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าOTOP ส่งเสริมความปลอดภัย(Food safety) (มหาวิทยาลัยศิลปากร,2548:

หน้า 13) พัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอนามัย ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ สป่าเป็นหนึ่งในโครงการหลักของยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด

ยุทธศาสตร์ของภาคกลางตอนล่าง สามารถวิเคราะห์ในเชิงสภาพแวดล้อม และขีดสมรรถนะ (โอกาส-อุปสรรค-จุดแข็ง-จุดอ่อน) ได้ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นแหล่งอุตสาหกรรมการประมงหลักของประเทศที่เชื่อมโยงครบวงจร - แหล่งผลิตมีอาหารทะเลสด และขนมอร่อย - มีแหล่งผลิตผลทางการเกษตร - ทำเรือน้ำลึก และทำเรือประมง - มีเส้นทางคมนาคมหลายรูปแบบ - มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เป็นหลัก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่หลากหลาย - มีอุตสาหกรรมพื้นฐานเกี่ยวกับเหล็ก 	<ul style="list-style-type: none"> - เส้นทางคมนาคมและโครงข่ายถนนบางสายไม่สมบูรณ์ - กระแสไฟฟ้าตก-ดับบ่อย - ขาดน้ำเพื่อการอุตสาหกรรม - ขาดประสิทธิภาพในด้านการจัดการด้านการตลาด - ขาดตลาดสินค้าประมงและเกษตร - ขาดแรงงานไร้ฝีมือ - ขาดการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานการผลิตอย่างต่อเนื่อง - การวิจัยและพัฒนาในสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมที่สำคัญของกลุ่มจังหวัด ไม่เพียงพอและต่อเนื่อง

โอกาส(Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - โครงการขยายโครงข่ายถนน รถไฟฟ้า และการขนส่งทางทะเล - ความร่วมมือกับประเทศพม่าในการเปิดจุดผ่านแดน - การแสวงหาต้นต้วด้านการท่องเที่ยว สุขอนามัย คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม - การส่งเสริมของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว OTOP และการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และนโยบายในเรื่องผู้ว่า CEO 	<ul style="list-style-type: none"> - การแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นจากประเทศเพื่อนบ้าน - การกีดกันทางการค้าโลก - ความไม่คล่องตัวของระบบราชการ - โรคระบาด เช่น ไข้หวัดนก - ภัยธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง - ยาเสพติด

ที่มา: มหาวิทยาลัยศิลปากร.แผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตภาคกลางตอนล่าง.2548

ที่นำเสนอข้างต้นเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างซึ่งมีการวิเคราะห์โดย SWOT เพื่อที่จะทำให้อ่านมีความเข้าใจในตัวยุทธศาสตร์ และสามารถเข้าใจ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดอื่นจะนำไปสู่การอธิบายในบริบทของการผลักดันยุทธศาสตร์โดยผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการของจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นบุคคลที่จะต้องบูรณาการในการบริหารเพื่อผลักดันยุทธศาสตร์ให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับกรณีศึกษาของผู้วิจัยคือ อุตสาหกรรมสปา

ในส่วนต่อไปผู้วิจัย จะได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นพื้นที่กรณีศึกษาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี

“การพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยว สถานที่ประชุมสัมมนา นันทนาการหลากหลายรูปแบบ” จากยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวข้างต้น นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการ เพื่อให้ยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ ดังต่อไปนี้

- ปรับปรุงระบบการบริหารจัดการ และบริการด้านการท่องเที่ยว
- พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น สุขภาพ กีฬา และ นันทนาการควบคู่กับส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มประชุมสัมมนา
- สร้างความมั่นใจ สะดวก ปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยว
- ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก (โปรโมตภาคผนวก ข.)

ยุทธศาสตร์ในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ ตามกรอบของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT) ได้ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยศิลปากร ,2548 หน้า 26-33)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้ง ธรรมชาติ ศาสนสถาน พระราชวัง เติม ศิลปะวัฒนธรรม รวมทั้งมีความหลากหลายในด้านของ ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว เช่น ภูเขา ทะเล - ปัจจุบันการท่องเที่ยวแนวใหม่เริ่มเป็นที่นิยม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ - แหล่งท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงได้ โดยง่าย มีการคมนาคมสะดวก - มีความหลากหลายของธุรกิจที่พัก แรม เช่น โรงแรม รีสอร์ท บ้านพัก 	<ul style="list-style-type: none"> - การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมแล้วยังไม่เพียงพอ - ขาดเจ้าหน้าที่ดูแลให้ความสะดวก แก่นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว - ผู้ประกอบการและพนักงานบริการ ยังมีความรู้และทักษะในการให้บริการที่เพียงพอ โดยเฉพาะการใช้ภาษาต่างประเทศกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - การบริการด้วยธรรมาภิบาลที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดการสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว - ขาดการบูรณาการ การวางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพร่วมกันระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น

โอกาส(Opportunities)	ภัยคุกคาม(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเอื้อต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี - เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นที่นิยม ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเพิ่มมากยิ่งขึ้น - นโยบายรัฐเปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เข้ามาจัดการพื้นที่ เพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ส่งผลให้นักท่องเที่ยวค้างคืนน้อยลง - ขาดการร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการนำเที่ยวในจังหวัดอื่นในภูมิภาค - การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง

ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

“ ทำประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และสุขภาพ ”(มหาวิทยาลัยศิลปากร,2548:หน้า 34)

ยุทธศาสตร์ในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ตามกรอบของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT) ได้ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยศิลปากร,2548 หน้า 34-39)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้ง ธรรมชาติ ศาสนสถาน พระราชวัง เดิม ศิลปะวัฒนธรรม รวมทั้งมีความหลากหลายในด้านของ ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว เช่น ภูเขา ทะเล - ทรัพยากรธรรมชาติมีความงดงาม ทั้งในด้านของทัศนียภาพ และความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ - แหล่งท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงได้ โดยง่าย มีการคมนาคมสะดวก และหลากหลาย - มีความหลากหลายของธุรกิจที่พัก แรม เช่น โรงแรม รีสอร์ท บ้านพัก - เป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวคือ มาพักผ่อน นักท่องเที่ยวต่างชาติมี แนวโน้มพักอยู่เป็นระยะเวลานาน - มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คิด อันดับ โลก เช่นสปาต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่ไม่ถูกกฎหมาย และเกิดการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว - การประชาสัมพันธ์ด้านการบริการ ยังน้อย จึงไม่ส่งเสริมภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว - ขาดการวางแผนในเชิงบูรณาการ ของหน่วยงานในพื้นที่ ทั้งในส่วน ของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

โอกาส(Opportunities)	ภัยคุกคาม(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - โอกาสพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายทะเล ตั้งแต่อำเภอหัวหินไปจรดอำเภอบางสะพาน รวมระยะทางประมาณ 220 กม. - โอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน - ส่งเสริมและพัฒนาOTOP ที่มีศักยภาพซึ่งก่อให้เกิดรายได้ของชุมชนภายในแหล่งท่องเที่ยว และก่อให้เกิดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดการลงทุนจากสายการบินเอกชนที่จะเข้ามาลงทุนเปิดสายการบินภายในจังหวัด - การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง

ยุทธศาสตร์เร่งด่วนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สร้างถนนสายท่องเที่ยว (LOCAL ROAD)

การสร้างถนนเลียบชายทะเล อำเภอหัวหิน-อำเภอบางสะพานน้อย ประมาณ 200 กิโลเมตร เป็นการปรับปรุงซ่อมแซมเพิ่มเติมถนนเดิมที่มีอยู่แล้วเกือบ 100 % และมอบหมายให้กรมทางหลวงชนบทเป็นเจ้าภาพรับผิดชอบ

การสร้างถนนเลียบชายทะเล จะทำเป็นถนนสายท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับโครงการ RIVIERA ของรัฐบาล และจะเป็นถนนยุทธศาสตร์ไว้แก้ไขปัญหาเวลาที่มีการประท้วงปิดถนน จะเห็นได้ว่ารายได้หลักของประเทศจะมาจากการท่องเที่ยว ขอให้ปรับการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดที่สำคัญลำดับที่หนึ่งของจังหวัด

จากการที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์ของจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นว่ายุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดจะมีความเชื่อมโยง และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด ทั้งนี้เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดประจวบ

ความสำเร็จในภาพรวม แต่การจะผลักดันยุทธศาสตร์ของภาคกลางตอนล่างให้ประสบผลสำเร็จในทางปฏิบัติได้นั้น จะต้องอาศัยการบูรณาการของผู้ว่าราชการจังหวัดทุกคนในกลุ่ม ซึ่งต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในการพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดของตนเป็นพื้นฐาน เพื่อการกำหนดทิศทางในการพัฒนา ปรับปรุงการท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด โดยมีการคำนึงความเชื่อมโยงของกันกลุ่มจังหวัดเดียวกัน ในแง่ต่างๆ เช่น เพื่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดเป็นสำคัญ ด้วยเหตุดังกล่าวผู้ว่าราชการจังหวัดของกลุ่มจังหวัดต้องมีการบริหารร่วมกันในด้านการท่องเที่ยวที่ดี และเป็นไปในทิศทางเดียวกันตามวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548: หน้า 98-105, 149)

1. ความร่วมมือกัน โดยเปิดโอกาสให้ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
2. ลดการแข่งขัน โดยแต่ละจังหวัดควรมีการประสานแผนงานด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบการเชื่อมโยงการให้บริการด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน
3. เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว โดยมีโครงการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัดให้มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเป็นเรื่องราวเพื่อให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่องและน่าสนใจมากขึ้น
4. รับผลกระทบและแก้ปัญหาจากการท่องเที่ยวร่วมกัน อันมีผลมาจากการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ขาดประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยจะต้องแก้ปัญหาร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
5. ตอบสนองพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ได้เลือกที่จะเที่ยวมุ่งไปที่จังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง แต่ใช้เส้นทางท่องเที่ยวที่คาบเกี่ยวในแต่ละจังหวัด
6. การท่องเที่ยวเป็นสหวิทยาการที่ต้องมองรอบด้าน ทั้งในทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของแต่ละชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
7. แผนการตลาดต้องมีการบูรณาการการท่องเที่ยวในเชิงรุกร่วมกันระหว่างจังหวัดต่างๆ ไม่ใช่ต่างคนต่างทำ ซึ่งจะส่งผลให้ไม่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกัน

8. การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีความรู้เรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดให้พัฒนาได้อย่างเต็มศักยภาพ

ในส่วนต่อไปของบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอให้เห็นพัฒนาการของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และความเป็นหนึ่งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมสปา

ภาพรวมของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่ริเริ่มจากความต้องการในการกระตุ้นเศรษฐกิจของชาติให้มีการฟื้นตัวจากวิกฤตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงเนื้อหาโดยรวมของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามหลักการพื้นฐาน 3 ประการ แนวทางการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามหลักการพื้นฐาน 3 ประการ โดยจะระบุดังขึ้นตอนการบริหารงานอย่างละเอียด ไปจนถึงเรื่องเกณฑ์การพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงเรื่องของบทบาทอันสำคัญของภาครัฐที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเสนอในรายละเอียดต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การ

พัฒนาที่อยู่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (Unit of Development) เบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลกหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ

- ภูมิปัญญาท้องถิ่นสากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
- การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้สู้ชีวิต (กรมพัฒนาชุมชน, 2545)

แนวทางการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. กลไกการบริหารงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ประกอบด้วย

1.1 ส่วนกลาง

- 1) คณะกรรมการ กอ.นตผ.
- 2) คณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่
 - (1) คณะอนุกรรมการการจัดทำแผนและงบประมาณ
 - (2) คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต
 - (3) คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์
 - (4) คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด
 - (5) คณะอนุกรรมการวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี
 - (6) คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์
 - (7) คณะอนุกรรมการติดตาม และประเมินผล
 - (8) คณะอนุกรรมการวิเทศสัมพันธ์
 - (9) คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด และอำเภอ/กิ่งอำเภอ
- 3) สำนักอำนวยการ กอ.นตผ. (ที่ทำเนียบรัฐบาล)

ภารกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” การกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งการสนับสนุนเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บท

1.2 ส่วนภูมิภาค

1) คณะอนุกรรมการ นตผ. จังหวัด ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|------------------------|
| (1) ผู้ว่าราชการจังหวัด | ประธานอนุกรรมการ |
| (2) หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง | อนุกรรมการ |
| (3) ภาคเอกชน / ผู้ทรงคุณวุฒิ | อนุกรรมการ |
| (4) พัฒนาการจังหวัด | อนุกรรมการและเลขานุการ |

2) คณะอนุกรรมการ นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ ประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| (1) นายอำเภอ/ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้า | ประธานอนุกรรมการประจำ
กิ่งอำเภอ |
| (2) ผู้แทนส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง | อนุกรรมการ |
| (3) ภาคเอกชน/ผู้ทรงคุณวุฒิ | อนุกรรมการ |
| (4) พัฒนาการอำเภอ/กิ่งอำเภอ | อนุกรรมการและเลขานุการ |

ภารกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลต่าง ๆ เพื่อเสนอต่อ กอ.นตผ. การบูรณาการแผนงานงบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในภูมิภาค เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดในระดับพื้นที่

2. ขั้นตอนการบริหาร “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ขั้นตอนที่ 1

- ระดับตำบล องค์กรรับผิดชอบ อบต./ท้องถิ่น มีหน้าที่หลักในกระบวนการจัดเวทีประชาคม เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น วัตถุประสงค์ และแผนชุมชน

ขั้นตอนที่ 2

- ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ องค์กรรับผิดชอบ นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอมีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นตำบลต่าง ๆ ของอำเภอ การบูรณาการแผน และงบประมาณ เพื่อให้การสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 3

- ระดับจังหวัด องค์กรรับผิดชอบ นตผ.จังหวัด มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัด การบูรณาการแผนและงบประมาณเพื่อให้การสนับสนุน
ขั้นตอนที่ 4 และ 5

- ระดับส่วนกลาง องค์กรรับผิดชอบ กอ.นตผ. มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์การคัดเลือก/ขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์เด่นของตำบล และเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บท (เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์, 2545)

การประเมินความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีก็จัดและคัดสรรเข้าสู่โครงการได้ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่หลักเกณฑ์การพิจารณาเป็นตัวแปรที่ใช้คือ

- 1) ความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว
- 2) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

1. ความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว

1.1 สภาพการเข้าถึง พิจารณาจาก

1.1.1 ประเภทพาหนะและวิธีการรวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

1.1.2 สภาพถนนประกอบด้วย ลาดยาง ถนนลูกรัง ความกว้าง

1.1.3 อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก พิจารณาจาก

1.2.1 สาธารณูปโภค/สาธารณูปการ/สิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ แหล่งน้ำดื่ม แหล่งน้ำใช้ที่จอดรถ ห้องสุขา

1.2.2 บริการบ้านพัก

1.2.3 สถานบริการประกอบด้วย ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการ ป้อมยาม/จุดแจ้งเหตุ ศาลานั่งพัก

1.2.4 ระบบสื่อความหมายประกอบด้วย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเจ้าหน้าที่
บริการข้อมูล ป้ายสื่อความหมาย โสตทัศนอุปกรณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ มัคคุเทศก์

1.2.5 ระบบการจัดการประกอบด้วย การรักษาความปลอดภัย ระบบกำจัดขยะ

1.3 สภาพแวดล้อมพิจารณาจาก

1.3.1 การบำบัดน้ำเสีย

1.3.2 มลพิษทางอากาศและเสียง

1.3.3 การถูกทำลายโดยน้ำมีอุณหภูมิ

1.3.4 การค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

1.3.5 การถูกบดบังทัศนียภาพ

1.3.6 ตั้งอยู่ใกล้แหล่งอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือเกษตรกรรม

1.3.7 ความสกปรก

1.4 ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว พิจารณาจาก

1.4.1 ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งในทุกฤดูกาล

1.4.2 เป็นเขตราชการที่ต้องขออนุญาต

1.5 ปริมาณการท่องเที่ยว พิจารณาจาก

1.5.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่อปี

1.5.2 ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในวันเสาร์ – อาทิตย์ และในฤดูท่องเที่ยว

2. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจาก

2.1 ระดับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับนานาชาติ ระดับประเทศหรือ
ระดับท้องถิ่น

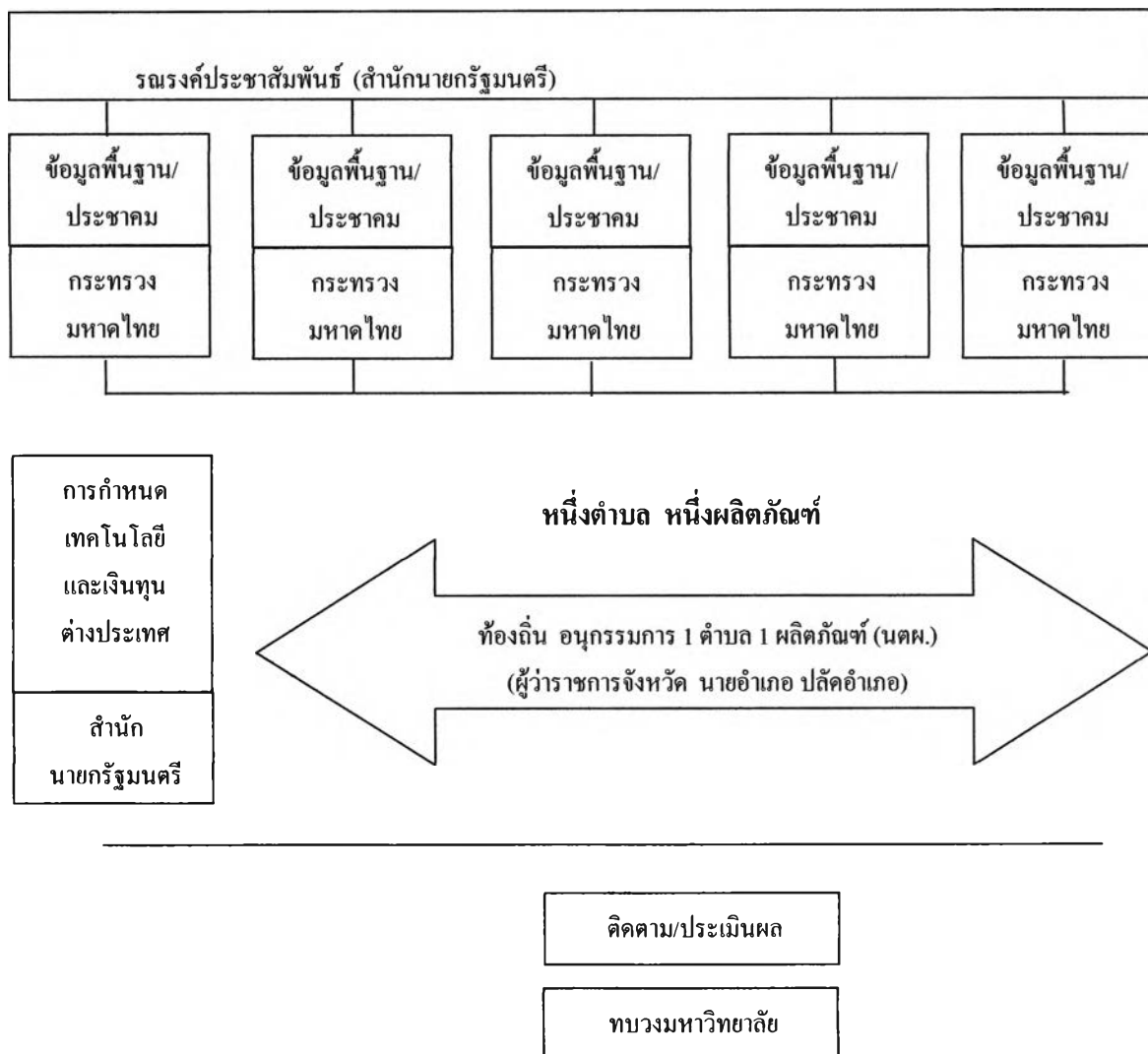
2.2 กิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว

2.3 ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน

2.4 ความดึงดูดใจในสุนทรียภาพ

บทบาทของภาครัฐที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แผนภาพ บทบาทของภาครัฐที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์



(ที่มา : ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรและนิทัศน์ คณะวรรณ, 2545:10)

1. บทบาทของส่วนกลาง

บทบาทและภารกิจของกระทรวงหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) กระทรวงมหาดไทยมีหน้าที่หลักเกี่ยวกับการประชาคม ค้นหาผลิตภัณฑ์และข้อมูลพื้นฐาน ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มคนและชุมชน
- 2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์รับหน้าที่หลักในการส่งเสริมการผลิต จัดหาวัตถุดิบ ควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- 3) กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุขมีหน้าที่หลักในการกำหนด มาตรฐาน และหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์
- 4) กระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชนจะดูแลเรื่องการส่งเสริมการตลาดการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า เรื่องสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า
- 5) กระทรวงวิทยาศาสตร์และภาคเอกชนเป็นหน่วยงานหลักในการวิจัยพัฒนา คุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี การออกแบบและการบรรจุภัณฑ์
- 6) สำนักนายกรัฐมนตรีและภาคเอกชนเป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์
- 7) ทบวงมหาวิทยาลัยเป็นหน่วยงานหลักในการติดตามและประเมินผล
- 8) สำนักนายกรัฐมนตรีเป็นหน่วยงานหลัก ในการวิเทศสัมพันธ์ให้ความช่วยเหลือ ด้านเทคนิคและเงินทุนจากต่างประเทศ

2. คณะทำงานในส่วนภูมิภาค ในส่วนภูมิภาคจะมีคณะทำงานดังต่อไปนี้คือ

- 1) คณะอนุกรรมการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ จังหวัด อำเภอและกิ่งอำเภอ ได้แก่
 - 1.1) คณะอนุกรรมการ นคผ.จังหวัด โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานและมี พัฒนาการจังหวัดเป็นอนุกรรมการ และเลขานุการ
 - 1.2) คณะอนุกรรมการ นคผ. อำเภอและกิ่งอำเภอ โดยมีนายอำเภอหรือ ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอ เป็นประธาน และมีพัฒนาการอำเภอและกิ่งอำเภอเป็น อนุกรรมการ และเลขานุการ

ในปัจจุบันส่วนท้องถิ่นได้มีการตั้งศูนย์จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประจำจังหวัดขึ้น เพื่อเป็นแหล่งแสดงสินค้าและทำตลาดให้กับผลิตภัณฑ์จาก 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ (ชูศักดิ์ เศษ เกียรติกรกุลและนิทัศน์ คณะวรรณ, 2545:10-14)

สรุปแนวความคิด พัฒนาการ และรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทสปาในประเทศไทย

คำว่า SPA เป็นรากศัพท์มาจากภาษาละติน “Salus Per Aqua” หมายถึง การใช้ประโยชน์จากน้ำพุร้อนหรือน้ำแร่เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ เนื่องจากในน้ำมีแร่ธาตุหลายชนิด ทั้งความร้อนและแร่ธาตุ จะช่วยกระตุ้นการทำงานต่างๆ ของร่างกายให้ดีขึ้น

สปาเริ่มขึ้นในประเทศเบลเยียม ที่เมือง “Spa” ซึ่งตั้งอยู่ทางตะวันออกของประเทศเบลเยียม เป็นเมืองที่มีน้ำพุร้อนและแวดล้อมด้วยสภาพภูมิประเทศที่สวยงาม เป็นที่นิยมของบุคคลชั้นสูง ขุนนาง และทหารของยุโรปเดินทางมาแช่น้ำพุร้อนที่เมืองนี้ เพราะช่วยทำให้รู้สึกผ่อนคลาย นอกจากนี้ประชาชนชาวเบลเยียมยังนิยมดื่มน้ำแร่ ซึ่งน้ำแร่ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดผลิตที่เมือง Spa

สปา ตามความหมายของกองการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข หมายถึงสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือสถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้าทั่วไป ด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพ การปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อสุขภาพ (Body Care & Treatment) และ การใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ โดยให้คำแนะนำด้านบริการที่จัดไว้ตามหลักวิชาการ รวมถึงอาจจะมีการให้คำแนะนำการส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับพฤติกรรมตามหลักการแพทย์สากล และการสร้างหลักสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์ทางเลือก ทั้งนี้ให้มีมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

องค์การสปาระหว่างประเทศ(International Spa Association-ISPA) จัดตั้งขึ้นเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเกณฑ์ต่างๆ ของธุรกิจสปา แนวคิดในการวางแผนการบริการให้กับสปากว่า 2,000 แห่ง จากประเทศสมาชิก จำนวน 59 ประเทศ เพื่อการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และเพิ่มความเข้มแข็งให้กับธุรกิจด้านสปา

ประเภทหรือรูปแบบของสปา

ISPA แบ่งประเภทสปาออกเป็น 7 ประเภท

1. น้ำพุร้อนสปา (Mineral Spring Spa) หมายถึง สปาที่มีบริการน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ เนื่องจากน้ำพุร้อน และน้ำแร่จะมีแร่ธาตุต่างๆ ที่สามารถลดอาการเจ็บป่วยบางชนิดได้ เช่นอาการปวดจากโรคไขข้อ เป็นต้น
2. คลับสปา (Club Spa) หมายถึง สปาศาขนาดเล็กที่มักจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสถานบริการบริหารร่างกาย หรือศูนย์สุขภาพให้ผู้ที่มาออกกำลังกายผ่อนคลายความตึงเครียด

3. โรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel&Resort Spa) หมายถึง สปาที่เน้นความเป็นสถานที่พักผ่อนและการนวดโดยเฉพาะ มีการจัดให้สถานที่ที่มีบรรยากาศดี ทัศนียภาพ และภูมิทัศน์ที่สวยงาม ควบคู่ไปกับการปรนนิบัติร่างกาย ผิวพรรณ และบำบัดความเครียดจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง
4. เติมน้ำสปา (Destination Spa) หมายถึง สปาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับหรือฟื้นฟูสุขภาพของผู้มาใช้บริการให้ดีขึ้น เป็นสถานบริการสปาแบบองค์รวม มีบริการครบวงจร เช่นการนวดรูปแบบต่างๆ การสร้างสมดุลโดยอาศัยความร้อนและความเย็นของน้ำที่เรียกว่า วารีบำบัด และความเข้มงวดเรื่องโภชนาการ
5. เดย์สปา (Day Spa) คือสถานบริการสปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน ใช้ระยะเวลาสั้นส่วนใหญ่เน้นเรื่องความสวยงามและผ่อนคลาย
6. เมดิคอลสปา(Medical Spa) คือ การนำธรรมชาติบำบัดมาผสมผสานกับวิทยาการทางการแพทย์เป็นการเฉพาะ เป็นโปรแกรมการบำบัดรักษาสุขภาพโดยแพทย์และบุคคลที่เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ
7. โฮมสปา (Home Spa) คือ การทำสปาเองที่บ้านโดยการซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นและการเรียกใช้บริการลักษณะ Delivery ของสถานบริการสปาที่จะส่งพนักงานมาบริการให้ถึงบ้าน

แหล่งข้อมูล:ธนภัทร ทรงศักดิ์.เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่องผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร,สปา,วันที่ 4-5 กันยายน พ.ศ. 2546 ณ มหาวิทยาลัยรังสิต .กรุงเทพฯ: หน้า 45-48)

การแบ่งประเภทของสปาในความหมายของคณะกรรมการจัดทำมาตรฐานสถานบริการเพื่อสุขภาพ(พ.ญ.เพ็ญนภา ทรัพย์เจริญ, <http://www.pennapa.com>)

1. สปาตะวันตก ได้แก่ สถานบริการทางสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นหลัก โดยมีมาตรฐานการให้บริการตามแบบประเทศตะวันตก
2. ไทยสปา เป็นสถานบริการทางสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นหลัก มีมาตรฐานการให้บริการแนวเดียวกับประเทศตะวันตก แต่มีการประยุกต์ภูมิปัญญาตะวันออก และภูมิปัญญาไทยเข้าไปสู่สถานบริการที่ดังกล่าว
3. ไทยสปาเย็น เป็นสถานบริการที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นหลัก ซึ่งชาวไทยมีชีวิตอยู่กับสายน้ำ ดำรงชีวิตด้วยสายน้ำ และมีภูมิปัญญาที่โดดเด่น เช่น การนวดไทย การใช้ลูกประคบ การอบสมุนไพร การใช้สมุนไพรไทย เครื่องสำอางไทย

การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทสปาใน เขตกลุ่มจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ก่อนมีผู้ว่าราชการจังหวัดแบบ บูรณาการ

เพื่อให้เห็นถึงความศักยภาพของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่
ทั้งสองจังหวัดกรณีศึกษาในด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทสปา ผู้วิจัยจึง
วิเคราะห์ให้ผู้อ่านได้เห็นในเชิงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม(SWOT) ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง

1. การที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงในระดับโลก เช่น ชิวาชม ,อนันตรา, วิจารณ์ดา
2. มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ได้แก่ ชายหาด ชายทะเล
3. มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวก และสามารถไปได้หลายวิธี ทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ

จุดอ่อน

1. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริง ซึ่งได้รับไปประกอบวิชาชีพในเรื่องสปา
2. ทั้งสองพื้นที่กรณีศึกษา มีการบริหารราชการแบบแบ่งแยกเขตจังหวัด
3. ไม่มีการบูรณาการเพื่อพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในเขต อ.ชะอำ และ อ.หัวหิน ควบคู่กันไป
ยังอยู่ในลักษณะต่างคนต่างทำ

โอกาส

1. โอกาสในการเร่งขยายเส้นทางโครงข่ายถนนเพื่อเดินทางไปในเขตอำเภอชะอำ และ หัวหิน
2. การปลูกกระแสการตื่นตัวในการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภทสปา

ภัยคุกคาม

1. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ และมีใบประกอบโรคศิลปะ

2. ขาดการประสานงานอย่างเป็นรูปธรรมของจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันในเขตอำเภอชะอำ และอำเภอหัวหิน

สรุปความเป็นนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทสปา

จากที่กล่าวมาทั้งหมด เห็นได้ว่ารัฐบาลมีนโยบายในการดำเนินการโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อเสริมสร้างสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เป็นที่พึ่งของตนเองได้ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ต่อชุมชน โดยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นของตนเองมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้เกิดรายได้ที่ตลาดทั้งในและต่างประเทศต้องการ โดยให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามนโยบาย หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นไปอย่างมีเอกภาพและประสิทธิภาพ ซึ่งรัฐบาลโดยการนำของ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร จึงมีนโยบายเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยคำว่าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นั้นไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังหมายรวมถึงการเป็นกระบวนการทางความคิด การดูแล การบริการ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย จะต้องมีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ ต่อยอดทางปัญญาให้มีความรู้เชี่ยวชาญมากขึ้น ตลอดจนการตลาดสินค้าทุกอย่างจะต้องได้มาตรฐานตามกฎกติกา เชื่อมโยงกับกองทุนหมู่บ้าน การขยายผลและรวมถึงการบูรณาการเพื่อให้เกิดผลและเป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล

หากพิจารณาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในเขตกรณีศึกษาจะถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน โดยสามารถพิจารณาได้ดังนี้

- ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านบริการห้องพักซึ่งอำเภอชะอำมี โรงแรม/บ้านพัก/บังกะโล/คอนโดมิเนียมถึง 86 แห่ง(เอกสารบรรยายสรุปเทศบาลเมืองชะอำ,2548:หน้า 4) และอำเภอหัวหิน มี โรงแรม/บ้านพัก/บังกะโล/คอนโดมิเนียมถึง 108 แห่ง(เอกสารบรรยายสรุปเทศบาลเมืองหัวหิน,2548:หน้า 7)

- การเดินทาง การเดินทางไปในอำเภอชะอำ และอำเภอหัวหินสามารถเดินทางไปได้โดยสะดวก ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว และรถโดยสาร ซึ่งมีรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 ออกจากกรุงเทพเพื่อเดินทางมายังอำเภอชะอำ และอำเภอหัวหิน ทุกๆ 45 นาที ถนนเพชรเกษม และถนนพระราม 2 ซึ่งเป็นเส้นทางหลักในการเดินทางไปก็ถือว่ามีความพร้อมในการรองรับยานพาหนะ

ซึ่งในปัจจุบันมีการขยายถนนเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังสามารถเดินทางไปหัวหินโดยเครื่องบินโดยสารซึ่งมีถึง 21 เที่ยวบินต่อสัปดาห์(เอกสารบรรยายสรุปเทศบาลเมืองหัวหิน,2548:หน้า 3) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปได้ในทุกๆ ฤดูกาลโดยไม่มีข้อจำกัด

- ปริมาณนักท่องเที่ยวต่อปีในทั้งสองอำเภอ พิจารณาได้ดังต่อไปนี้

ข้อมูลจากสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถึงสถานภาพการท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน พบว่ามีผู้มาเยี่ยมชมเยือนในปี 2546 ซึ่งแบ่งเป็น นักท่องเที่ยว จำนวน 1,907,117 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 795,769 คน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นทั้งสิ้น 7629.83 ล้านบาท

ข้อมูลจากสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถึงสถานภาพการท่องเที่ยวในเขตอำเภอชะอำ พบว่ามีผู้มาเยี่ยมชมเยือนในปี 2546 ซึ่งแบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,209,947 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 171,248 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,784,697 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 67,187 คน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นทั้งสิ้น 7,213.45 ล้านบาท

หากพิจารณาในแง่ของปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละปีของพื้นที่ที่กรณีศึกษาแล้ว สามารถพิสูจน์ได้ว่าในพื้นที่ที่กรณีศึกษามีปริมาณนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมีคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ทั้งในแง่ของสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก และในแง่ของการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในระดับโลก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นสามารถพิจารณาได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่กรณีศึกษานั้นมีความเชื่อมโยงกับนโยบายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด เนื่องจากเมื่อพิจารณาตามแนวทางของแหล่งท่องเที่ยวตาม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ข้างต้น ถือได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่กรณีศึกษาถือเป็นสินค้าตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภทสปา ก็ถือได้ว่าเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทสปานั้น มีความน่าสนใจศึกษาเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ซึ่งต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้นการพิจารณาหิบบกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภทสปาเป็นกรณีศึกษาปัญหาของการบริหารงานภายใต้ระบบผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการของผู้วิจัย จึงสามารถนำมาใช้อธิบายผลสำเร็จหรือล้มเหลวของการปฏิบัติงานตามแนวทางการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการได้อย่างเป็นรูปธรรม

ความเชื่อโยงของนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทสปา ภายใต้การบริหารงานแบบบูรณาการ

สืบเนื่องมาจากพื้นที่ศึกษาทั้งสองจังหวัดซึ่งในปัจจุบันอยู่ภายใต้การบริหารงานแบบผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการ ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มจังหวัดเดียวกันคือ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวิสัยทัศน์ที่ต้องการเป็นกลุ่มจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปสินค้าประมงเกษตร และเหล็ก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญสู่ภาคใต้ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ยั่งยืน และมียุทธศาสตร์ของกลุ่มในประเด็นที่ต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสุขภาพ ซึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างมีกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินการยุทธศาสตร์ประสบผลสำเร็จโดย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ และการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หากพิจารณาถึงยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจะพบความสอดคล้องกันของนโยบายสาธารณะของรัฐ 2 นโยบาย นั่นคือ นโยบายการบริหารงานแบบผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการ ที่มุ่งเน้นการพัฒนายุทธศาสตร์ในด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันมีความเกี่ยวเนื่องกับนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทสปา

หากจะพิจารณาการดำเนินการตามยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทสปาดำเนินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ถือเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สุดในการศึกษาปัญหาของการบริหารงานแบบผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อยู่ในช่วงของการเริ่มดำเนินการ ซึ่งในพื้นที่กรณีศึกษามีความเกี่ยวเนื่องกันในหลายๆ ด้าน เช่นด้านทรัพยากร และด้านพื้นที่ซึ่งเป็นเขตติดต่อกัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ว่าราชการจังหวัดในระบบการบริหารแบบบูรณาการ จะต้องบริหารอย่างมีความเข้าใจถึงสภาพความพร้อมในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดของตนเอง โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อผลของการพัฒนาในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดตามหลักการบูรณาการตามเจตนารมณ์ของรัฐบาล

การศึกษาในประเด็นของยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งถือเป็นจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง โดยหลักการบริหารงานแบบบูรณาการ นั้น ผู้วิจัยเห็นว่าจะต้องมีการบริหารเพื่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันไปในภาพรวมของกลุ่มจังหวัด โดยยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

จะต้องใช้ชี้นำยุทธศาสตร์ของจังหวัด เพื่อนำไปดำเนินการให้เกิดประสิทธิผล และดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน มีความร่วมมือประสานงานกัน อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างตามวัตถุประสงค์ของการบริหารงานแบบบูรณาการ และ ผลการศึกษาวิจัยจะให้ทราบถึงคำตอบของปัญหาต่างๆ ได้แก่ แนวทางการบริหารงานของผู้ว่าราชการจังหวัดพื้นที่กรณีศึกษา ปัญหาของการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล ในด้านการบริหารงานแบบบูรณาการ ในประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ซึ่งใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบสปาเป็นกรณีศึกษา ซึ่งผู้วิจัยมุ่งเน้นตรวจสอบว่าเกิดการบูรณาการในการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดของพื้นที่กรณีศึกษาหรือไม่ ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างพัฒนาไปอย่างบูรณาการตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลหรือไม่ และในเรื่องของกรณีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทสปาตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดในแง่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และได้รับการตอบสนองจากผู้ว่าราชการจังหวัดของทั้งสองจังหวัดไปในทิศทางใด

