

## เครือข่ายเอกชนในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้ง ต่อภาครัฐ พ.ศ. 2554-2566

ปรามินทร์ นิลพันธุ์<sup>1</sup> เกรียงชัย ปิงประวัติ<sup>2</sup>  
ณัฐพงษ์ บุญเหลือ<sup>3</sup> ศิริรักษ์ นิต์ศน์เอก<sup>4</sup>

วันที่รับบทความ: 5 เมษายน 2568

วันแก้ไขบทความ: 30 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ: 2 สิงหาคม 2568

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) แนวนโยบายการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566 (2) เครือข่ายภาคเอกชนต่อการผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวและธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย และ (3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐของธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า (1) ภาครัฐยังไม่มีกำหนดนโยบายการพัฒนาแคมป์ปิ้งที่ชัดเจน เป็นเพียงการดำเนินร่วมกับภาคเอกชนในการส่งเสริมท่องเที่ยว ยังมีได้เฉพาะเจาะจงไปที่การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง เป็นเพียงโครงการที่ดำเนินการในจังหวัดน่านเท่านั้น (2) เครือข่ายภาคเอกชนในฐานะผู้ประกอบการมีบทบาทหลักในการผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวและธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย โดยเป็นการบริหารจัดการตนเองเป็นหลัก ในขณะที่ภาครัฐมีบทบาทส่งเสริมผ่านการสนับสนุนกิจกรรมของผู้ประกอบการ อาทิ เทศกาลดนตรี แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์และการสนับสนุนด้านจัดสรรงบประมาณที่เป็นรูปธรรม ถึงแม้การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในประเทศไทยจะมีศักยภาพในการเติบโตสูงเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ก็ตาม (3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐในการพัฒนา การธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทยจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ผู้ประกอบการในท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายทางเศรษฐกิจของจังหวัด และการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งยังสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การเกิดขึ้นของร้านค้าเฉพาะทางที่จำหน่ายอุปกรณ์แคมป์ปิ้งและบริการเช่าอุปกรณ์ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่กำลังเพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ:** เครือข่ายนโยบาย; ตัวแบบเชิงสหการ; ธุรกิจแคมป์ปิ้ง

**ประเภทบทความ:** บทความวิจัย

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาเอก, คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: porarminillaphan@gmail.com

<sup>2,3,4</sup>คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## Private Networks in Mobilizing Camping Businesses to the Public Sector from 2011 to 2023

Poramin Nillaphan<sup>1</sup> Kriangchai Pungprawat<sup>2</sup>  
Nattapong Boonlue<sup>3</sup> Siriruk Nitthat-ek<sup>4</sup>

Received: April 5, 2025

Revised: July 30, 2025

Accepted: August 2, 2025

### Abstract

This research article examines (1) the policy to develop camping businesses in Thailand from 2011 to 2023; investigates (2) the private sector networks in mobilizing the policy for tourism and camping businesses in Thailand; and studies (3) the interactions between the private sector and the public sector of the camping businesses in Thailand. The qualitative research approach was employed using the documentary and in-depth interview. Data were analyzed using content analysis techniques. Findings are as follows: (1) The public sector does not have a clear policy for the determination of a policy to promote the development of camping businesses. The operation is conducted with the private sector for the promotion of tourism but not in a specific manner for camping tourism. The project is operated only in the pilot provinces. (2) The private sector networks as business operators play a major role in mobilizing the policy for tourism and camping businesses in Thailand which is mainly self-management. The public sector plays a role in the promotion through the support of the activities of the business operators i.e. music festivals. However, the public sector has no leading role and no concrete support in budget allocation although camping tourism in Thailand has a high potential for growth as a new form of tourism that promotes and supports the economic development of areas. (3) The interactions between the private sector and the public sector for the development of camping tourism in Thailand depend on the cooperation between the public sector, the private sector, and the people sector of business operators in the locality. The goals are for provincial economy and for fostering income to local communities as well as long-term sustainable tourism. In addition, camping tourism creates economic opportunities in new forms i.e. an emergence of specific shops selling camping equipment and equipment for hire. This responds to the needs of an increasing number of new groups of tourists.

**Keywords:** Policy Network; Corporatism; Camping Business

**Type of Article:** Research Article

---

<sup>1</sup>Ph.D. Candidate, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University  
Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand  
Corresponding Author Email: porarminnillaphan@gmail.com

<sup>2,3,4</sup>Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อรายได้ของประเทศ การท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งในประเทศไทยได้รับความนิยมและมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ซึ่งภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย ทั้งในด้านการพัฒนาพื้นที่ การให้บริการ การตลาด และการสร้างเครือข่าย ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจแคมป์ปิ้งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการสนับสนุนจากภาครัฐในเรื่องของนโยบายการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งที่ชัดเจน โดยนับตั้งแต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค และยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่น ๆ โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้มุ่งเน้นการป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี พ.ศ. 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

เมื่อแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับแรกสิ้นสุดลงในปี พ.ศ. 2559 จึงมีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ดังกล่าว สามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดหมายได้อย่างแท้จริง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) ต่อมาได้มีการประกาศใช้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ และพร้อมที่จะเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม การยกระดับบุคลากร และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เข้าใจและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (new normal) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย เพื่อให้สามารถใช้เป็นกรอบการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างแท้จริง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566)

จึงเห็นได้ว่า แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นนโยบายภาครัฐที่ออกมาเป็นนโยบายโดยภาพกว้าง ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับนโยบายจากแผนพัฒนาดังกล่าวไปปฏิบัติ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดและผู้ว่าราชการจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้ง โดยเป็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่เน้นความยั่งยืนเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และบรรลุวัตถุประสงค์ของแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ซึ่งจะต้องมีการบริหารจัดการและดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ก่อให้เกิดรายได้ผลกำไรแก่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว มีการปกป้องสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น การพัฒนาแคมป์ปิ้งเพื่อการท่องเที่ยวจึงต้องมีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการธุรกิจแคมป์ปิ้ง โดยเป็นการร่วมกันสร้างมาตรฐานการบริการและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งในอนาคตต่อไป ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจแคมป์ปิ้งสามารถดำเนินธุรกิจ สร้างงานสร้างรายได้ให้กับองค์กรและการพัฒนาพื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ เกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจแคมป์ปิ้งในการดำเนินธุรกิจ สามารถสร้างรายได้ให้กับภาครัฐและประชาชนในพื้นที่ โดยเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเล็กลงและการท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้งในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาเครือข่ายเอกชนในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ พ.ศ. 2554-2566 โดยเฉพาะปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างภาคเอกชนที่มีต่อภาครัฐในการผลักดันนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ การผลักดันนโยบายของเอกชนโดยให้ภาครัฐสนับสนุนการท่องเที่ยวและธุรกิจแคมป์ปิ้งจึงเป็นการศึกษาถึงบทบาททางการเมืองของตัวแสดงและปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ เพื่อพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเล็กลงและการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งให้มีมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องการส่งเสริมและการลดหย่อนข้อกฎหมาย กฎระเบียบของภาครัฐ ให้ภาคเอกชนสามารถดำเนินธุรกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับองค์กรและองค์กรพัฒนาพื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ เกิดการพัฒนาศักยภาพของเอกชนในการดำเนินธุรกิจแคมป์ปิ้ง และสามารถสร้างรายได้ให้กับภาครัฐและภาคเอกชน โดยการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ผลิตนักท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ ร่วมมือกันในการพัฒนาให้ธุรกิจแคมป์ปิ้งเติบโตได้อย่างยั่งยืน ผ่านการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ธุรกิจแคมป์ปิ้งในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจนี้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเล็กลงและการท่องเที่ยวธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทยต่อไป

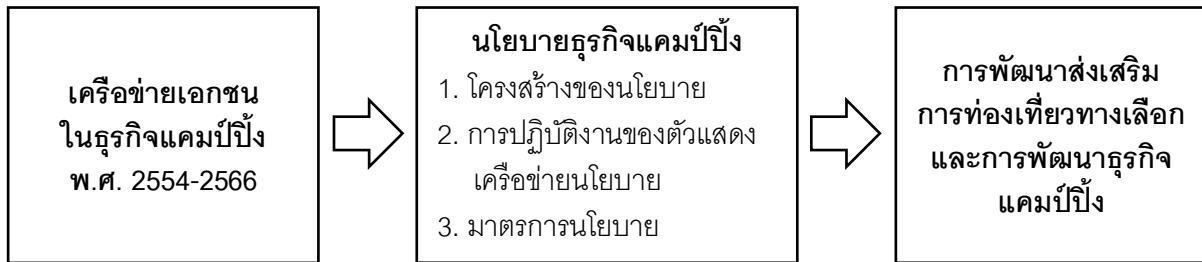
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวนโยบายการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566
2. เพื่อศึกษาการรวมตัวของเครือข่ายภาคเอกชนที่มุ่งผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวและธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566
3. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐของธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องเครือข่ายเอกชนในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ พ.ศ. 2554-2566 ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ทฤษฎีเครือข่ายนโยบาย (policy networks) ซึ่งเน้นวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายระหว่างองค์กรหรือกลุ่มคนในแง่การพึ่งพากันระหว่างองค์กรหรือกลุ่มที่มีอำนาจแตกต่างกัน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นเครื่องมือในการผลักดันให้นโยบายสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรหรือกลุ่มของตน (พัชรวิทย์ สิโรต, 2542; Rhodes, 2006) แนวคิดตัวแบบเชิงสหการ (corporatism) ในลักษณะความสัมพันธ์เชิงนโยบายระหว่างรัฐกับสังคมหรือองค์กรผลประโยชน์ในสังคม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สหการโดยรัฐ (state corporatism) ที่มีลักษณะการกำหนดนโยบายแบบบนลงล่างผ่านระบบราชการ และสหการโดยสังคม (societal corporatism) ที่องค์กรผลประโยชน์จะเป็นผู้กำหนดนโยบายโดยที่รัฐไม่สามารถเข้ามาบงการองค์กรผลประโยชน์เหล่านี้ได้ (อนุสรณ์ ลิ้มมณี, 2542; Schmitter, 1974) แนวคิดการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) ที่เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยผลิตผลทางธรรมชาติการจัดการที่ยั่งยืนและองค์ประกอบทางการศึกษาซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดการอนุรักษ์ (Buckley, 2011; The International Ecotourism Society, 2015) และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เน้นความยั่งยืน (sustainable event tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือน

ภาคธุรกิจ สิ่งแวดล้อมและชุมชนผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (O'Brien & Chalip, 2007; Kelly & Fairley, 2018) และผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องเครือข่ายเอกชนในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ พ.ศ. 2554-2566 ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยพิจารณาจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2568 จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐส่วนกลางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งมีบทบาทหลักในการพัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน ได้แก่

(1) นายอภิชาติ ฉัตรเฉลิมกิจ รองผู้อำนวยการด้านสินค้าและธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.2 กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐส่วนภูมิภาคจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งมีบทบาทในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้ง จำนวน 6 คน ได้แก่

- (1) นายวีระพันธ์ ตีอ่อน ผู้ว่าราชการจังหวัดปราจีนบุรี
- (2) นายบัญญัติ เชาวรินทร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสระบุรี
- (3) นายโชติณรินทร์ เกิดสม ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา
- (4) นายธวัชชัย ศรีทอง ผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี
- (5) นายฉัตรชัย ทิมกระจ่าง นายกเทศมนตรีเมืองศรีราชา
- (6) นายจรลีน ไวกาน รองนายกเทศมนตรีตำบลโพธิ์งาม

1.3 กลุ่มผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจแคมป์ปิ้ง ซึ่งเป็นผู้ลงทุนและบริหารจัดการพื้นที่แคมป์ปิ้ง จัดเตรียมสิ่งและอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ สร้างสรรค์โปรแกรมและกิจกรรมที่น่าสนใจ รวมถึงเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์แคมป์ปิ้งต่าง ๆ มีบทบาทในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 10 คน ได้แก่

- (1) นายพงศกร ทองมณี ผู้บริหาร THE CAMPAHOLIC
- (2) นายชาร์ลส์ ปิณฑานนท์ กรรมการผู้จัดการและผู้ก่อตั้ง บริษัท อีลีเมนท์ 72 จำกัด
- (3) นางสาวสุนัดดา บัวดิษฐ์ ผู้ประกอบการร้านแคมป์ปิ้ง ชายอุปกรณ์ Camping
- (4) นายกฤษดา มั่งอยู่ ผู้จัดตั้งกลุ่ม ALL-BLACK Campsite Thailand
- (5) นายธนพล รักษ์กิจการ มัคคุเทศก์/วิทยากรฟาร์มโคนมไทยเดนมาร์ก

- (6) นายชาคริต จิตวิโชติ เจ้าของร้าน Case 19 และ ESC Base Came
- (7) นายปทาน อุ่มมีเพชร เจ้าของลานกางเต็นท์เจมส์ 500
- (8) นายอัศวพงษ์ สุทัศนทรง เจ้าของลานกางเต็นท์ Camp Tales Café Glamp and Grill
- (9) นายอภิชาติ โชคพงษ์พันธุ์ เจ้าบริษัท Pokchok Motor Home
- (10) นายสุทัศน์ ภาวิไลรัตน์ ผู้ก่อตั้งกลุ่มจุดกลางเต็นท์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นจากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องและสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ครบถ้วน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากคณะกรรมการที่ปรึกษา จำนวน 3 คน ทั้งนี้ แบบสัมภาษณ์ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และแบบการอภิปรายกลุ่มสนทนาแบบเจาะจงกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ พ.ศ. 2554-2566

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราวิชาการ งานเขียน สื่อสิ่งพิมพ์ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ คุชกรีนินพนธ์ วารสาร และจุลสาร ทั้งที่เป็นของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน บทความในหนังสือพิมพ์ทั้งรายวันรายสัปดาห์ ข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยได้รวบรวมมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นที่ต้องการ

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ จำนวน 16 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้มาจัดระบบ แยกแยะองค์ประกอบ และเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวโน้มและความสัมพันธ์ของข้อมูลมาจัดหมวดหมู่และจัดกลุ่มข้อมูล แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อนำเสนอข้อค้นพบอย่างมีโครงสร้าง

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องเครือข่ายเอกชนในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ พ.ศ. 2554-2566 พบผลการวิจัย ดังนี้

### 1. แนวนโยบายการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566

#### 1.1 พัฒนาการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในประเทศไทย

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางจะเป็นการท่องเที่ยวระดับโลกได้นั้นต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวในการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและต่อเนื่อง มีความสมดุล ปลอดภัย การพัฒนาแผนธุรกิจท่องเที่ยวในรูปแบบแคมป์ปิ้งในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2554-2566 ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างมากจากการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญในการกระจายรายได้สู่ชุมชน/ท้องถิ่น และส่งเสริมเศรษฐกิจภายในประเทศ ในสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ไม่แน่นอนการแคมป์ปิ้งไม่เพียงแค่นักท่องเที่ยวในประเทศเท่านั้น แต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มองประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางแห่งการพักผ่อนในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากให้ความสนใจกับการใช้ชีวิตกลางแจ้งและสัมผัสธรรมชาติ สำหรับประเทศไทยเองก็พบแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปรากฏชัดจากข้อมูลสถิติ Google Trends ที่พบว่า คนไทยนิยมท่องเที่ยวแคมป์ปิ้ง และ “ลานกางเต็นท์” มากขึ้นทุกปี รวมถึงธุรกิจที่มารองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็มีอัตราการเติบโตที่สูงเช่นกัน เมื่อสถานการณ์โควิด-19 ที่คลายตัวลงย่อมกระตุ้นให้ผู้คนอยากสัมผัสธรรมชาติมากขึ้น ส่งผลให้กระแสการท่องเที่ยว “แคมป์ปิ้ง” สามารถตอบโต้ภัยทั้งในแง่ราคาที่ไม่แพงเกินไป ได้สัมผัสธรรมชาติ สูดอากาศบริสุทธิ์ ปัจจุบันธุรกิจลานกางเต็นท์เอกชนในประเทศไทยมีอยู่หลายร้อยแห่งกระจายในทุกภาค และจำนวนลานกางเต็นท์เอกชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทยจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อส่งเสริมการเติบโต

ของธุรกิจให้ยั่งยืน โดยภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงแคมป์ปิ้งผ่านการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึงพัฒนากฎหมายและระเบียบที่ชัดเจนเพื่อเอื้อต่อการลงทุน ลดความซับซ้อนของขั้นตอนการขอใบอนุญาต และจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่แคมป์ปิ้งว่า การท่องเที่ยวในรูปแบบแคมป์ปิ้งสามารถขยายตัวได้หากมีการโฆษณาที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น การใช้สื่อทั้งในรูปแบบออนไลน์และสื่อสาธารณะจะช่วยให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักกับการท่องเที่ยวรูปแบบนี้มากขึ้น และส่งเสริมให้คนสนใจท่องเที่ยวเชิงแคมป์ปิ้งมากขึ้น

## 1.2 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งในประเทศไทย

(1) ความหลากหลายของภูมิประเทศ พบว่า ภูมิประเทศของประเทศไทยเอื้อต่อการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งเป็นอย่างมาก ได้แก่ การมีพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ในภาคเหนือและภาคตะวันตกเป็นภูเขาสูงที่อากาศเย็นสบาย พื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีชายหาดทรายขาวที่น้ำทะเลใส หรือแม่น้ำและทะเลสาบที่อุดมสมบูรณ์ ภาคเหนือมีภูเขาสูงและเทือกเขามากมาย การท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้งในประเทศไทยมีลักษณะเด่นที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายประการ การมีเพจแนะนำซึ่งมีข้อดี ไม่ว่าจะเป็นเพจแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สินค้า หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งข้อดีเหล่านี้ช่วยให้ผู้ติดตามได้รับข้อมูลที่คัดสรรมาแล้ว ทำให้ประหยัดเวลาในการค้นหาข้อมูลด้วยตนเองและได้รับข้อมูลที่หลากหลายและครบคลุม นอกจากนี้ บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและความร่วมมือกับประชาชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนในวงกว้าง

(2) วัฒนธรรมและประเพณีที่หลากหลายกับการท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้ง พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย การท่องเที่ยวชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ประเทศไทยมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการท่องเที่ยวรูปแบบสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน โดยการแคมป์ปิ้งในบางพื้นที่อาจมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและการท่องเที่ยวรูปแบบเข้าร่วมงานเทศกาล ซึ่งประเทศไทยมีงานเทศกาลต่าง ๆ ที่น่าสนใจตลอดทั้งปี เช่น งานสงกรานต์ งานลอยกระทง หรือเทศกาลต่าง ๆ ของแต่ละภาค อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบการเรียนรู้ธรรมชาติ โดยการแคมป์ปิ้งในอุทยานแห่งชาติหรือพื้นที่อนุรักษ์ต่าง ๆ เป็นโอกาสที่ดีในการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษาสภาพธรรมชาติให้คงอยู่ต่อไป

## 2. การรวมตัวของเครือข่ายภาคเอกชนที่มุ่งผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวและธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566

### 2.1 แนวทางการบริหารธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ผลการสัมมนาเชิงลึกธุรกิจแคมป์ปิ้งในจังหวัดปราจีนบุรี ชลบุรี เชียงราย และสระบุรี พบว่า เครือข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรีสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการดำเนินการร่วมกันของหลายภาคส่วน ซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยมีภารกิจหลักส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ด้วยการกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จัดทำแคมเปญ เช่น “เราเที่ยวด้วยกัน” และ “เมืองรองต้องลอง” และสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรที่สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย บทบาทและหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งมีหน้าที่ผลักดันนโยบายด้านการท่องเที่ยว เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลทำงานร่วมกับชุมชนในท้องถิ่นเพื่อจัดการดูแลจุดกางเต็นท์และการจัดการขยะในพื้นที่ท่องเที่ยว ส่วนองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีมีการทำงานร่วมกับภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมและฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนในพื้นที่จึงได้บูรณาการร่วมกันอย่างเป็นเอกภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสรับรู้ข้อมูลปัจจุบันต่าง ๆ รวมถึงสัมผัสมุมมองและภาพลักษณ์ดี ๆ ที่ทางจังหวัดชลบุรีได้รวบรวมมานำเสนอในงานนี้อย่างเต็มรูปแบบ จังหวัดชลบุรี และเมืองพัทยา ได้ชื่อว่ามีความพร้อมอย่างยิ่งที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวทุก

กลุ่ม ทุกวัย เนื่องจากมีความพร้อมของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านโรงแรมที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก สำคัญกว่าสิ่งใด คือ มาตรฐานการบริการที่เป็นมืออาชีพของผู้ประกอบการที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวให้มีความประทับใจ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงแคมป์ปีปิง โดยมีการสนับสนุนแคมเปญการท่องเที่ยวและกิจกรรมในจังหวัดเชียงราย รวมถึงร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นในการส่งเสริมและดูแลพื้นที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ กรมการท่องเที่ยวจึงเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีบทบาทสำคัญโดยการสนับสนุนภาคเอกชนในการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงการบริหารธุรกิจแคมป์ปีปิงในจังหวัดสระบุรีเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีองค์ประกอบหลัก คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีบทบาทในการออกข้อกำหนดเรื่องการใช้พื้นที่ การจัดเก็บขยะ และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรีจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสนับสนุนและบริหารจัดการธุรกิจแคมป์ปีปิง ส่วนกรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการกำกับดูแลมาตรฐานการท่องเที่ยว รวมถึงให้การสนับสนุนธุรกิจแคมป์ปีปิง ในด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก

## 2.2 บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนต่อการผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวแนวแคมป์ปีปิง

บทบาทของภาครัฐเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปีปิงให้ประสบความสำเร็จ โดยรัฐสามารถสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับจังหวัด รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาด้านกฎหมายที่อาจเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการ และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงแคมป์ปีปิงเป็นโอกาสสำคัญที่สามารถช่วยยกระดับประเทศให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่มีเอกลักษณ์ โดยการพัฒนาในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัด การทำงานร่วมกันระหว่างทุกภาคส่วนจึงเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาประเทศให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวและเมืองที่น่าอยู่สำหรับทุกคน ภาครัฐยังมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวคิดเชิงสหการเป็นการเน้นผลประโยชน์ของส่วนรวมซึ่งเป็นฐานรากของแนวคิด โดยเป็นการประสานสอดคล้องกันระหว่างกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแคมป์ปีปิงทั้งหลายในสังคมที่มีความเห็นพ้องกันอันจะทำให้สังคมเคลื่อนตัวไปโดยอาศัยการร่วมมือเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน ตัวแบบเชิงสหการมุ่งพิจารณาบทบาทการเป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแคมป์ปีปิง ทางด้านด้านเศรษฐกิจ วิชาชีพ และสังคม รัฐจึงมีความสัมพันธ์ด้านนโยบายอย่างใกล้ชิดกับกลุ่ม

ภาคเอกชนมีบทบาทในการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจแคมป์ปีปิง โดยการร่วมมือในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่นและเป็นมิตร การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจแคมป์ปีปิงยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ภาครัฐสามารถให้การสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงแคมป์ปีปิงมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต ซึ่งเกิดจากการพัฒนาด้านการคมนาคม โครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์ และการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย โดยความสำเร็จเหล่านี้สะท้อนถึงความพยายามและความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่มุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจแคมป์ปีปิงในจังหวัดให้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น แนวทางการพัฒนามุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะการสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ธุรกิจแคมป์ปีปิงจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาอย่างรอบด้านนี้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับจังหวัด และสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว แคมป์ปีปิงยังสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การเกิดขึ้นของร้านค้าเฉพาะทางที่จำหน่ายอุปกรณ์แคมป์ปีปิงและบริการเช่าอุปกรณ์ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่กำลังเพิ่มขึ้น

โดยบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนต่างมีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงแคมป์ปิ้งให้เติบโตอย่างยั่งยืน ความร่วมมือนี้ไม่เพียงช่วยสร้างความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ยังส่งเสริมให้จังหวัดเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนงบประมาณจากหลากหลายแหล่ง เช่น งบประมาณท้องถิ่น งบประมาณจังหวัด และงบกลุ่มจังหวัด เพื่อนำมาพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงามและปลอดภัย จังหวัดปราจีนบุรี เน้นการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและธรรมชาติ จังหวัดชลบุรี เน้นการท่องเที่ยวริมทะเลและกิจกรรมทางน้ำ จังหวัดเชียงราย เน้นการท่องเที่ยวบนดอยสูงและสัมผัสวัฒนธรรมชาวเขา และจังหวัดสระบุรี เน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและเดินทางสะดวก ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้ง เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดกับตลาดและมีความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความสามารถในการลงทุนและพัฒนาสถานที่ทางเดินที่ให้ความหลากหลายและมีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป

### 2.3 อุปสรรคของการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย

ธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทยเผชิญกับอุปสรรคหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาและความยั่งยืนของธุรกิจนี้ในระยะยาว ได้แก่

(1) อุปสรรคด้านงบประมาณ เนื่องจากงบประมาณมีจำกัด ไม่เพียงพอสำหรับการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุกจังหวัด โดยเฉพาะเมื่อมีการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่ใช้ทรัพยากรทางการเงินร่วมกัน การจัดสรรงบประมาณสำหรับธุรกิจแคมป์ปิ้งจึงต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างมาก

(2) ข้อจำกัดด้านพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่ที่เหมาะสมส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมป่าไม้และกรมอุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีกฎหมายและข้อกำหนดที่เข้มงวด ทำให้การขอใช้พื้นที่และการจัดกิจกรรมมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน

(3) ความปลอดภัยของพื้นที่ เนื่องจากสถานที่ตั้งแคมป์มักอยู่นอกเขตชุมชนและเสี่ยงต่ออันตรายจากสัตว์ป่าหรืออุบัติเหตุอื่น ๆ การจัดการให้พื้นที่มีความปลอดภัยจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญ

(4) ข้อจำกัดด้านกฎหมายที่ยังไม่ครอบคลุมและชัดเจนในหลายด้าน เช่น การขออนุญาตใช้พื้นที่ การจัดการขยะ และการรักษาความปลอดภัย ยังสร้างความไม่แน่นอนให้กับผู้ประกอบการและอาจนำไปสู่ความล่าช้าในการดำเนินการ

(5) ความไม่เข้าใจกันระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานรัฐ ก่อให้เกิดความล่าช้าหรือการปฏิเสธการอนุญาตในบางกรณี ซึ่งสะท้อนถึงช่องว่างในการสื่อสารและการประสานงาน

อีกทั้งการขาดความร่วมมือจากชุมชนในพื้นที่ยังเพิ่มความซับซ้อน โดยเฉพาะเมื่อเกิดความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์หรือความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ข้อจำกัดด้านกฎหมายที่ดินที่อาจไม่เอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว ความซับซ้อนในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ และผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม เช่น ฝุ่นควันหรือน้ำท่วมที่อาจเกิดขึ้นในพื้นที่

## 3. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐของธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566

### 3.1 รูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนา

การส่งเสริมให้ธุรกิจแคมป์ปิ้งเติบโตอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในหลายมิติ เช่น การส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่สอดคล้องกับสถานการณ์ การประชาสัมพันธ์แหล่งแคมป์ปิ้งให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง นโยบายภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย โดยการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกฎหมาย โครงสร้างพื้นฐาน การตลาด และการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจแคมป์ปิ้งเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน การท่องเที่ยวแม้ว่าภาครัฐจะเริ่มพัฒนาสถานที่ทางเดินที่ในอุทยานแห่งชาติมาบ้างแล้ว แต่ยังคงขาดมาตรการที่ชัดเจนและครอบคลุมในการสนับสนุนธุรกิจแคมป์ปิ้งโดยตรง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในรูปแบบสมาคมจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยผลักดันการพัฒนาธุรกิจได้อย่าง

มีประสิทธิภาพ ในการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน เช่น การจัดแคมป์ปิ้งหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทุกภาคส่วน นอกจากนี้ การแบ่งปันพื้นที่และทรัพยากร เช่น การให้เอกชนเข้ามาบริหารจัดการพื้นที่ในอุทยานแห่งชาติผ่านการเช่าพื้นที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาธุรกิจและปรับปรุงบริการให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

### 3.2 ตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย

ความสำเร็จของธุรกิจแคมป์ปิ้งพิจารณาได้จากหลายมิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในแต่ละมิติจะมีตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงความก้าวหน้าและประสิทธิภาพของการพัฒนาอย่างชัดเจน ในด้านเศรษฐกิจ ความสำเร็จสามารถวัดได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนผ่านยอดจองที่พัก การขายสินค้าและบริการ รวมถึงจำนวนรถยนต์ที่เข้ามาในพื้นที่ ภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บ และรายได้ที่เข้าสู่ชุมชน การลงทุนในธุรกิจแคมป์ปิ้งที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่และการขยายตัวของธุรกิจเดิม รวมถึงมูลค่าการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้เกี่ยวกับคุณค่าของธรรมชาติ รวมถึงกระตุ้นความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และแคมป์ปิ้งยังสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นในการนำเสนอบริการและสินค้าต่าง ๆ เช่น พื้นที่สำหรับตั้งแคมป์ปิ้ง อาหารพื้นบ้าน และเครื่องดื่มท้องถิ่น ซึ่งช่วยสร้างรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน การพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งให้ได้มาตรฐานยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีคุณภาพ

### 3.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยวแนวแคมป์ปิ้ง

การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบแคมป์ปิ้งมีข้อดีในแง่ของการกระจายรายได้สู่ประชาชน โดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่น ผู้คนในพื้นที่สามารถมีส่วนร่วมในการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับแคมป์ปิ้ง ซึ่งจะนำมาซึ่งรายได้แก่ชาวบ้านโดยตรง นอกจากนี้ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทั้งเศรษฐกิจท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ข้อเสียอาจเกิดจากความไม่พร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่อาจไม่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการจัดการขยะและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่อาจยังขาดการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและปฏิบัติตามแนวทางการลดผลกระทบการท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้งที่ยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ต่อไป

## การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องเครือข่ายเอกชนในการผลักดันธุรกิจแคมป์ปิ้งต่อภาครัฐ พ.ศ. 2554-2566 สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวนโยบายการพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566 ไม่ปรากฏชัด เนื่องจากภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวม ไม่ได้เฉพาะเจาะจงไปที่การท่องเที่ยวรูปแบบแคมป์ปิ้ง สอดคล้องกับ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2554) ที่มุ่งเน้นการป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี พ.ศ. 2570 เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน สอดคล้องกับ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2560) ที่ให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติสามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดการณ์ได้ และสอดคล้องกับ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2566) ที่มีคณะกรรมการนโยบายการ

ท่องเที่ยวแห่งชาติและเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย เพื่อให้สามารถใช้เป็นกรอบการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

2. การรวมตัวของเครือข่ายภาคเอกชนที่มุ่งผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวและธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566 เครือข่ายภาคเอกชนในฐานะผู้ประกอบการมีบทบาทในการผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวและธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย เป็นการบริหารจัดการตนเองเป็นหลัก สอดคล้องกับแนวคิดตัวแบบเชิงสหการ (corporatism) ในลักษณะความสัมพันธ์เชิงนโยบายระหว่างรัฐกับสังคมหรือองค์การผลประโยชน์ในสังคมในรูปแบบสหการโดยสังคม (societal corporatism) ที่องค์การผลประโยชน์จะเป็นผู้กำหนดนโยบายโดยที่รัฐไม่สามารถเข้ามาบงการองค์การผลประโยชน์เหล่านี้ได้ (อนุสรณ์ ลิ้มมณี, 2542; Schmitter, 1974) และสอดคล้องกับแนวคิดการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) ที่เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยผลิตผลทางธรรมชาติ การจัดการที่ยั่งยืน และองค์ประกอบทางการศึกษา ซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดการอนุรักษ์ (Buckley, 2011; The International Ecotourism Society, 2015)

3. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐของธุรกิจแคมป์ปิ้งในประเทศไทย พ.ศ. 2554-2566 การพัฒนาธุรกิจแคมป์ปิ้งจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ผู้ประกอบการในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาอย่างรอบด้านนี้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับจังหวัด และสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับทฤษฎีเครือข่ายนโยบาย (policy networks) ซึ่งเน้นความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายระหว่างองค์กรหรือกลุ่มคนในแง่การพึ่งพากันระหว่างองค์กรหรือกลุ่มที่มีอำนาจแตกต่างกัน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นเครื่องมือในการผลักดันให้นโยบายสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรหรือกลุ่มของตน (พัชรี สีโรรส, 2542; Rhodes, 2006) และสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมที่เน้นความยั่งยืน (sustainable event tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือน ภาคธุรกิจ สิ่งแวดล้อมและชุมชน ผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (O'Brien & Chalip, 2007; Kelly & Fairley, 2018)

### ข้อเสนอแนะ

1. การสร้างการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเครือข่ายภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบแคมป์ปิ้งควรมุ่งเน้นการใช้ข้อมูลและทรัพยากรอย่างเต็มที่ โดยมีการร่วมมือจากภาครัฐทุกระดับ รวมถึงองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นส่วนสำคัญในการดำเนินการในพื้นที่

2. การส่งเสริมความร่วมมือการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรมีกลไกที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ โดยการปลูกจิตสำนึกให้วางแผนเพื่อให้คนรุ่นหลังได้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติได้ต่อไป

3. การพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้ผู้คนมาท่องเที่ยวโดยเกิดการจ้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน บนพื้นฐานวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในชุมชน โดยที่ไม่ทำลายระบบสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ

### เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.*
- พัชรี สีโรต. (2542). แนวการศึกษาเครือข่ายนโยบายกับการนำมาใช้ศึกษานโยบายสาธารณะ. *รัฐศาสตร์สาร*, 21(1), 242-271.
- อนุสรณ์ ดิมมณี. (2542). *รัฐ สังคม และการเปลี่ยนแปลง: การพิจารณาในเชิงอำนาจนโยบายและเครือข่ายความสัมพันธ์.* เดือนตุลา.
- Buckley, R. (2011). Tourism and environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 36(1), 397-416.
- Kelly, D. M., & Fairley, S. (2018). What about the event? How do tourism leveraging strategies affect small-scale events? *Tourism Management*, 64, 335-345.
- O'Brien, D., & Chalip, L. (2007). Sport events and strategic leveraging: Pushing towards the triple bottom line. In A. G. Woodside, & D. Martin (Eds.), *Tourism management: Analysis, behaviour and strategy* (pp. 318-338). CABI.
- Rhodes, R. A. W. (2006). Policy network analysis. In M. Moran, M. Rein, & R. E. G. (Eds), *The Oxford handbook of public policy* (pp. 425-447). Oxford University Press.
- Schmitter, P. C. (1974). Still the century of corporatism? *The Review of Politics*, 36(1), 85-131.
- The International Ecotourism Society. (2015). *What is ecotourism?* Retrieved from <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism>