



สรุปรายงานการวิจัยชุดโครงการ

เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
(The Quality Development of Northeastern
Tourism in Thailand)



ได้รับทุนอุดหนุนจาก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผลงานการวิจัยเป็นความรับผิดชอบของผู้อำนวยการและคณะชุดโครงการย่อย



สรุปรายงานการวิจัยชุดโครงการ

เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (The Quality Development of Northeastern Tourism in Thailand)

คณะผู้วิจัย

ผู้อำนวยการชุดโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

คณะหัวหน้าโครงการวิจัยย่อยในชุดโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุค์ฉัตรสิริกุล

อาจารย์ นาวาอากาศตรี เกกิงศักดิ์ ชัยชาญ

นางสาวประภาวี วงษ์บุตรศรี

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2555

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของผู้ำนวยการชุดโครงการวิจัย

และคณะชุดโครงการย่อย

มิถุนายน 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4) การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยพื้นที่เป้าหมายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิง t-Test F-Test Scheffe's method และ Paired-Sample t-Test

ผลการศึกษาการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึกและค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละรายการน้อยกว่า 1,000 บาท ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ณ.ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน ด้านการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงสุด มีผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการเท่ากับ 0.28 โดยภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถส่งมอบคุณภาพบริการถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

ผลการศึกษาการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว 2 – 3 ครั้ง มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 – 3 วัน และมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแต่ไม่ครบถ้วนโดยเข้าใจว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวร่วมกัน ด้านความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางด้าน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่าปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนในทุกปัจจัย ผลการศึกษาถึงผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวม

ของ 2 แหล่งท่องเที่ยวให้ผลเหมือนกันทั้ง 3 ปัจจัยเรียงตามลำดับผลกระทบคือปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ด้านปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลองน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำพบว่ามีความเหมือนและแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยวคือ เหมือนกันในด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมากที่สุด ที่แตกต่างกันคือ ลำดับรองลงมาเป็นด้านที่พักอาศัย สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่ในด้านสถานที่และกิจกรรม สำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ ด้านปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่ามีความแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยว โดยเป็น ปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ และปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กร ตามลำดับสำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็นตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และตัวแปรด้านการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ตามลำดับสำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือจากผลการศึกษาทำให้สรุปได้ว่าการพัฒนาในส่วนใดส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานจะเกิดผลกระทบต่อส่วนอื่นเสมอโดยมีผลกระทบมากน้อยต่างกัน ทำให้สามารถพิจารณาได้ว่าควรพัฒนาปัจจัยใดก่อนหลังมากน้อยเพียงใดเพื่อเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่าศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ในงานประเพณีส่วนใหญ่เป็นทางพุทธศาสนา การประกอบพิธีกรรมสืบทอดกันมาจากอดีตถึงปัจจุบัน และมีกิจกรรมเสริมเพื่อให้เกิดความสนุกสนานและน่าสนใจ และความงามทางศิลปวัฒนธรรม เช่น การแต่งกาย ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น การแสดงและการละเล่น 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภูมิประเทศ การวางผังเมือง และสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่ไม่สามารถขยายได้ เป็นต้น โดยหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันให้การสนับสนุน และจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากร เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและ 3) การบริหารจัดการมีการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การรักษาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและปรับปรุงสภาพแวดล้อมเป็นอย่างดี และมีหน่วยงานในการประเมินผลการดำเนินงาน แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งผลให้การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อาจเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ดังนั้นจึงมีการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ในรูปของ

การให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนที่อยู่ นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-35 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง และมากับกลุ่มเพื่อน โดยมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 3,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืน โดยพักบ้านของตนเองหรือคนรู้จัก และโรงแรมหรือรีสอร์ทได้ รับรู้ข้อมูลจากเพื่อนหรือญาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการในด้านบุคลากรเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการด้านการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการด้านการให้บริการ ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

ผลการศึกษาค้นคว้าพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) โดยมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 3.97$) และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก โดย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อ การกลับมาของนักท่องเที่ยวมากที่สุดมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 3.612 ทางด้านแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมแล้วควรมีการพัฒนาและปรับปรุงทั้งด้านการบริการ และการจัดการโลจิสติกส์ในด้านต่างๆ ได้แก่ การปรับภูมิทัศน์ การควบคุมราคาสินค้า การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จัดระเบียบพื้นที่จอดรถ ดูแลความสะอาดของห้องน้ำ จัดทำป้ายแนะนำขั้นตอนการให้บริการ ปรับปรุงสภาพถนนรวมทั้งการจราจรในช่วงเทศกาล การเพิ่มป้ายบอกทาง การติดตั้งตู้ ATM บริเวณใกล้แหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้าให้นักท่องเที่ยว และการสนับสนุนคนในชุมชนให้เข้าใจและร่วมมือร่วมใจในการสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

Abstract

The purposes of this research were to study: 1) The quality development of Agro Tourism; 2) The quality development of Ecotourism; 3) The quality development of Cultural Tourism; and 4) The quality development of Historical Tourism. The research instrument was a questionnaire which was distributed to the samples from target areas in Northeast Thailand. The descriptive statistics used to analyze the data was based on the commutative frequency for percentage, mean, standard deviation, and included the inferential statistics with t-test, F-test, Scheffe's method, and paired-sample t-test.

Results of Agro Tourism revealed that the tourists spent, not more than 10,000 baht, each time. The composition of their budget was 1,000 – 2,999 baht for transportation, and each item of food and beverage, souvenirs, and accommodation was less than 1,000 baht. From the significant level at 0.01, the different in gender, age, and income had different expectation toward service quality in every dimension. Beside, tourists in different income had different perceptions toward service quality in every dimension. Thai tourists had the highest satisfaction in the dimensions of assurance and tangibles at the same point of 0.28 from the discrepancy between tourists' expectation and perception toward quality of service. Then the overall satisfactions implied that the service performances of Agro tourism could deliver to the tourists' expectation.

Results of Ecotourism indicated that in terms of behaviors most tourists came to visit those places 2-3 times during October – December with their family members, most tourists showed some understanding of ecotourism but not in full in that ecotourism was a type of tourism that tourists and concerned party had to be responsible together in utilizing the area. Regarding the relationship among demand chains of ecotourism in terms of upstream, midstream, and downstream, it was

found that there was a clear relationship among all the factors of demand chains. Results of the study on direct impact of those three streams' factor on tourists' satisfaction showed that management factor or front stream factor that had direct impact on service factor or midstream factor, in the overall picture of these two places, were the same in three factors in order of impact: experience and performance of duty, stakeholders' involvement, and resources and potential of the organization. As for service or midstream factor that had direct impact on the factor of tourist's overall satisfaction levels or end stream factor, it was found that there were similarities and differences in the two places of ecotourism, that is, similar in terms of food and local handicrafts that had the most impact on tourists' overall satisfaction, and different in terms of accommodation at KhaoYai National Reserved Park and in terms of venues and activities at PhuRua National Park. On the management factor or front stream factor that had direct impact on tourists' satisfaction levels which was an end stream factor, it was found that both differed in the factors of experience and performance of duty, and the factor of organizational characteristics, respectively, in KhaoYai National Park, while being variables for stakeholders' involvement and utilization of the data, also respectively for PhuRua National Park. Thus, based on the study here, it could be concluded that the partial development of demand chains could always affect other parts in different degrees. This can enable us to choose which one should or must be developed first and to what extent in order to maximize the effectiveness of tourism demand chains.

The results of Cultural Tourism showed that 1) the aspects of cultural tourism which most interested tourists were the unique life style, wisdom and extensive knowledge that come from Buddhism. An infrastructure has been developed to help tourists enjoy the local tourist attractions. However, some of the tourist attractions need further development, particularly those with problems of geographic location and a lack of suitable buildings and access to them. The tourist attractions need to be maintained by preserving or improving the environment. 2) Most tourists used private cars for travelling, came with friends, paying less than 3,000 baht to stay overnight at their own place or peer accommodation/hotels, and they obtained information from friends or relatives about their vacations. The

tourists stated that there were many needs at high level and considerable needs in cultural tourism as a whole and in all aspects: people, physical evidence, service, cost, place, promotion, and process, respectively. 3) Tourists in different age groups, at different levels of education, with different occupations and incomes expressed different needs with regard to cultural tourism.

Results of Historical Tourism showed that tourists had the satisfaction of marketing mix and logistics management for historical tourist attractions at the 'much' level ($\bar{X} = 3.53$), and the overall satisfaction of the historical tourist attractions at the 'highest' level ($\bar{X} = 3.97$). The study found that majority of the tourists expressed their desires to make a return visit due to attractions of the tourist places having the impact size of 3.612. Besides, it was also found that the tourists, regardless of differences in age, salary, and education had different levels of satisfaction with marketing mix and logistics management for historical tourist attractions. These results could be applied to design and develop a model for the development of tourism quality. Concerned parties, such as public and private sectors, including community residents, should pay more attention to the significance of overall factors that affect tourist attractions on a regular basis by improving nearby landscapes, and maintaining identity and antiquity of the tourist places.

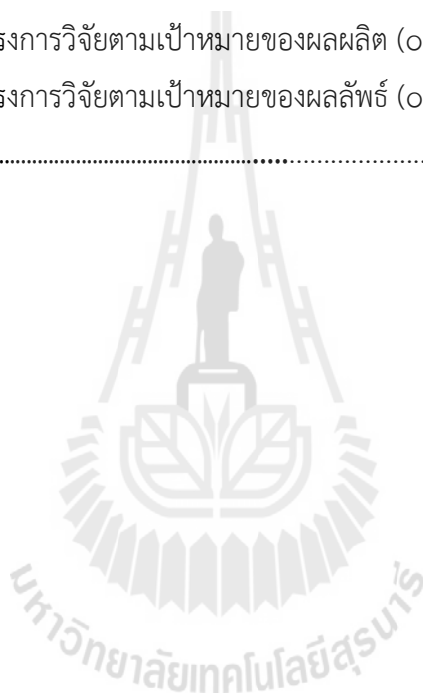
สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	14
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	13
1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับ และหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย.....	15
1.5 เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของแผนงานวิจัย.....	16
1.6 เป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด.....	16
1.7 เป้าหมายของผลลัพธ์ (outcome) และตัวชี้วัด.....	17
1.8 แผนการบริหารแผนงานวิจัย และแผนการดำเนินงาน พร้อมทั้งขั้นตอน การดำเนินการตลอดแผนงานวิจัย และโปรตรอบุการบริหารความเสี่ยง.....	17
1.9 แผนการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่จากการทำการวิจัยตามแผนงานวิจัย.....	18
1.10 กลยุทธ์ของแผนงานวิจัย.....	18
1.11 ระยะเวลา และสถานที่ทำการวิจัย.....	19
1.12 แผนการใช้จ่ายงบประมาณของแผนงานวิจัย.....	19
1.13 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยตามแผนการบริหารงาน และแผนการดำเนินงาน ตลอดแผนงานวิจัย.....	19
2 สรุปผลการวิจัย.....	21
2.1 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	21
2.2 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	36

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.3 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	59
2.4 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	80
3 สรุปผลชุดโครงการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	91
3.1 สรุปผลชุดโครงการวิจัยตามเป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด.....	91
3.2 สรุปผลชุดโครงการวิจัยตามเป้าหมายของผลลัพธ์ (outcome) และตัวชี้วัด.....	93
3.3 ข้อเสนอแนะ.....	95



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับโลก พบว่า ในปี ค.ศ. 1950 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 25 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 760 ล้านคน และ 903 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2007 และ 2020 ตามลำดับ สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นจัดอยู่ในอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน โดยภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศไทยร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) โดยปรีดี โชติช่วง(ออนไลน์, 2552) ได้เขียนอธิบายว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้นเป็น 400 ล้านคน และมีการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.5 – 7 ประเทศในกลุ่มอนุภาคนุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub region – GMS) คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจาก 16.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2545 เป็น 60 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้มีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการพักผ่อนของแต่ละบุคคล ทำให้ทางเลือกของการท่องเที่ยวมีลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่สืบเนื่องด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในอดีตทำให้ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีรูปแบบที่เปลี่ยนไปเป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรมากยิ่งขึ้น (Responsible Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในชุมชน (Pro-poor Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่เน้นรูปแบบที่ก่อให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น (Fair Trade Tourism) โรงแรมต่างๆที่มีนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Green Hotel) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น (Community based Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเหมือนกับการออกค่ายอาสา (Volunteer Tourism) เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) ได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศในรูปของเงินตราต่างประเทศ และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังทำให้เกิดการจ้างงานให้แก่ชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพ

ชีวิตของประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่น ให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ซึ่งจะนำไปสู่การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึกต่อไป สำหรับประเทศไทยได้มีการปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวด้วยการกำหนดการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 เป็นต้นมา เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น รวมถึงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติก็ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งได้เสนอให้มีการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยอาศัยความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย รวมถึงให้มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิต และการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค ด้วยการสนับสนุนจากทางภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้มีการจัดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยเริ่มจากปี พ.ศ. 2523 ได้มีการประกาศให้เป็น ปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year) เป็นครั้งแรก และปี พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นปีที่ครบรอบ 60 พรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจึงได้มีการประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทยครั้งที่ 2 (Visit Thailand 1998 – 1999) ต่อเนื่องไปจนถึงปี พ.ศ. 2543 จากนั้นในปี พ.ศ. 2545 ก็ได้มีการเปิดตัวโครงการ Amazing of Thailand experience variety 2002 – 2003 และตามมาด้วยโครงการ Unseen in Thailand ในปี พ.ศ. 2546 เพื่อกระตุ้นการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2547 ได้มีการประชาสัมพันธ์แคมเปญ Thailand Happiness on Earth เพื่อสื่อให้เห็นถึงความสงบ สุข ปลอดภัย และรื่นรมย์ จากนั้นปี พ.ศ. 2549 ซึ่งเป็นปีที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวครองราชย์ครบ 60 ปี จึงได้มีการรณรงค์โครงการ Thailand Grand Invitation 2006 เพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติให้กับพระองค์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) ทำให้ในแต่ละปีที่มีการประชาสัมพันธ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการจ้างงานและรายได้เข้าประเทศในปีหนึ่งๆ กว่า 3 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมาธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยในแต่ละปีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7.5 และเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกา ในปลายปี พ.ศ.2551 ต่อเนื่องถึงกลางปี พ.ศ. 2552 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวนลดลง รัฐบาลจึงมีการรณรงค์ให้หันมาให้ความสำคัญในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะการปรับแผนการตลาดที่หันมาสนใจนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการรณรงค์การท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึก ด้วยโครงการ “เที่ยวไทยหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน”

โดยมีแผนการดำเนินงานด้านการสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2556 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 ปี โดยเน้นปรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และเยาวชน ด้วยการนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสร้างโอกาสในการขยายตลาดโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน/ฮันนีมูน และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ ปิยวรรณ คงประเสริฐ (2551) ที่พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยรัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2553 มีการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านคน/ครั้ง และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยจำนวนเพียง 59.74 ล้านคนต่อครั้ง จากโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ร้อยละ 60 ของรายได้มาจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และร้อยละ 40 ของรายได้มาจากนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งการขยายตัวของรายได้อาศัยการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสำคัญ ทั้งที่ประเทศไทยมีศักยภาพพอที่จะผลักดันให้เกิดการสร้างมูลค่าจากการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว โดยสภาวะตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2554 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 91 ล้านคน-ครั้ง รายได้จากการท่องเที่ยว 432,000 ล้านบาท และโดยคิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,560.50 บาทต่อคน รวมถึงองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (อ้างอิงใน วาริชต์ มัชยมนุรุช, ออนไลน์, 2553) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้ 3 รูปแบบหลัก คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาตินั้น ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo - Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมี

จิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น (ท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ออนไลน์, 2547) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิดมาจากแนวคิดทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจากสิ่งแวดล้อมในประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทย เกิดความเสื่อมโทรมอันเนื่องมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นสาเหตุหลัก จึงได้เกิดการจัดการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ Earth Summit ในปี พ.ศ. 2535 ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ซึ่งมีข้อตกลงร่วมกันระหว่างประเทศที่เข้าร่วมประชุมในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับมุมมองทางการท่องเที่ยว ได้ก่อให้เกิดการผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษา และเรียนรู้จากกระแสการพัฒนา 3 ประการ ซึ่งได้แก่ กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและเรียนรู้ กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และกระแสความต้องการพัฒนาคน ส่งผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการแสวงหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยมีชื่อเรียกอย่างหลากหลายเช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism และเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือ Agro Tourism ในที่สุด (สินธุ์ สโรบล, ออนไลน์, 2551)

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นทางการ จากความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับกรมส่งเสริมการเกษตรในปี พ.ศ. 2541 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรในชนบทจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังไม่ได้มีรูปแบบการจัดการที่ชัดเจน ในระยะแรกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการเสนอจังหวัดนำร่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นใน 4 จังหวัด คือ สมุทรสาคร ชลบุรี เชียงใหม่ และขอนแก่น ต่อมากรมส่งเสริมการเกษตรและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น 21 เส้นทางทั่วประเทศ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว ได้มีโอกาสสัมผัสกับประสบการณ์อันล้ำค่าได้ทั่วประเทศ โดยการเรียนรู้วิถีเกษตร สนับสนุนผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในพื้นที่นั้น ๆ และยังไม่เป็นการปลูกจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งอีกด้วย

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปัจจุบันของประเทศไทยนั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น และลักษณะการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีรายได้และฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 1,316 บาทต่อเดือน และมีสัดส่วนของจำนวนคนจนมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 13.05 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2554) อย่างไรก็ตามภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และถือว่ามีชื่อเสียงในระดับชาติและนานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเลย

และจังหวัดสกลนคร เป็นต้น ดังนั้นการทำวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะสามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวและเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น Ceballos Lascurain (1991) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความรู้และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย และต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบที่เหมาะสม ถือว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นพื้นที่ที่สำคัญของประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย หลายแห่งมีความเป็นธรรมชาติ มีศิลปวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจแก่นักอนุรักษ์ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้นทุกๆปี (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540) ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากการศึกษาแนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับโลกพบว่า ในปี 1950 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศประมาณ 25 ล้านคน ปี 2004 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มเป็น 760 ล้านคน และเพิ่มเป็น 903 ล้านคนในปี 2007 จึงทำการพยากรณ์ในปี 2020 ไว้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นมากเป็นจำนวนถึง 1.6 พันล้านคน สำหรับกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทมากในระดับโลก เริ่มมีการมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวโดยมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้ประมาณการว่า ในปี 2007 จะมีมูลค่าเป็นร้อยละ 7 ของตลาดระหว่างประเทศ และนิตยสารการท่องเที่ยวรายสัปดาห์ ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าสามารถเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 25 ของตลาดการท่องเที่ยวของโลก โดยปี 2012 มูลค่าของภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีมูลค่าที่ประมาณ 473 ล้านล้านเหรียญสหรัฐต่อปี (Center for Responsible Travel ,ออนไลน์, 2010) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น รัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจังต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา คาดว่าในปี พ.ศ. 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท กระจายไปสู่พื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ (ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) จากข้อมูลที่มีการรวบรวมตลอดปี 2555 มี

นักท่องเที่ยวไทย ไทยกว่า 112 ล้านคน รายได้กว่า 500,000 ล้านบาท ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไทยมีถึง 22.30 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 960,000 ล้านบาท โดยเฉพาะช่วงสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ที่เป็นไปอย่างคึกคักในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัดหลักการท่องเที่ยว ทั้งเชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ พัททยาและขอนแก่น มีอัตราการเข้าพักที่สูง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วน้ำเขียว ภูเรือ ภูกระดึง จ.เลย และมอหินขาว จ.ชัยภูมิ ส่งผลให้จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวพุ่งสูงขึ้นกว่า 13,000 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 2.3 ล้านคน โดยอัตราเข้าพักภาคตะวันออกเฉียงเหนือถึง 90 เปอร์เซ็นต์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว กว่า 700,000 คน ขณะที่ภาคเหนือมีถึง 480,000 คน ซึ่งภาคเหนือสร้างรายได้มากที่สุด 3,500 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2556)

เพื่อให้เกิดความยั่งยืนยาวนานต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่สามารถมองแยกออกเป็น 1.อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึงความต้องการท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปของจำนวนหรือปริมาณ (คน/ครั้ง/ช่วงเวลา) หรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ 2. อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply) หมายถึงทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งจัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งทางด้านสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว (Tourism Products) 3.การจัดการ (Management) ที่อยู่ภายใต้หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะต้องส่งเสริมด้านอุปสงค์ (Demand) ควบคู่ไปกับการส่งเสริมด้านอุปทาน(Supply) โดยการสร้างความประทับใจ และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว ให้มีความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มขีดความสามารถของธรรมชาติให้สามารถผลิตหรือฟื้นฟู เพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนตลอดไปโดยไม่ถดถอยหรือเสื่อมโทรมลง รวมไปถึงมีดำเนินการให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Stakeholders) มีความเข้าใจประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในทิศทางเดียวกัน (ธนธรณ์ ทองหอม, 2554)

ห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสนับสนุนการผลิตและการจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงการประสานสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆดังกล่าวที่เชื่อมต่อกันอยู่เป็นกระบวนการ การจัดการห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวข้องกับการประสานงานและร่วมมือกันตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ (Upstream Source) จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ (Downstream Customers) โดยประเด็นสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน จะอยู่ที่การจัดการการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ รวมทั้งข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างความพอใจให้กับลูกค้าแบบยั่งยืน (Customer Satisfaction) โดยกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานจะประกอบไปด้วย กระบวนการจัดหา การผลิต การตลาด การกระจายสินค้า การขนส่งและการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการจัดการเชิงระบบ (Systems) ให้แต่ละกระบวนการมีการสอดประสานปฏิสัมพันธ์กัน โดยมี

เป้าหมายในการสร้างความพอใจให้ลูกค้าและลดต้นทุนรวมเพื่อเพิ่มศักยภาพของการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยพันธกิจของห่วงโซ่อุปทานจะครอบคลุมเกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารข้อมูล เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยทำให้การดำเนินงานต่างๆดังกล่าวสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ห่วงโซ่อุปทานจะเริ่มต้นจากแหล่งของวัตถุดิบไปสู่ผู้ผลิตและกระบวนการขนส่งไปสิ้นสุดปลายทางที่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (หน่วยงานวิจัยด้านโลจิสติกส์, ออนไลน์, 2551) ห่วงโซ่อุปทานสำหรับการท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะไม่มี การเคลื่อนย้ายของสินค้าเนื่องจากเป็นทรัพยากรในแหล่งนั้นๆ ไม่สามารถทำการเคลื่อนย้ายได้ แต่จะเป็น การเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวมาสู่พื้นที่ โดยผ่านขั้นตอนด้านบริการด้านต่างๆ เปรียบได้คือ องค์กรหรือ ผู้ดูแลสถานที่นั้นๆ เท่ากับเป็นผู้ผลิต เทียบเท่ากับต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน และขั้นตอนต่างๆใน การเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวหรือการบริการ เทียบได้กับขั้นตอนในการเคลื่อนย้าย สินค้าและส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคหรือกลางน้ำของห่วงโซ่อุปทาน และปลายน้ำของห่วงโซ่อุปทาน ก็คือ นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มของขั้นสุดท้าย โดยวัตถุประสงค์สำคัญในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวก็คือการสร้าง ความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

จากการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อใช้ในการวางแผนกำหนด ศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ ด้านอุปสงค์ (Demand Side) จากจำนวน นักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว และด้านอุปทาน (Supply Side) จากความพร้อมในการ ให้บริการและเน้นโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อกำหนดแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่ำ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพปานกลาง และแหล่งท่องเที่ยวที่มี ศักยภาพศักยภาพสูงนั้น ในส่วนพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมาถือเป็นจังหวัด หนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้รับการจัดประเภทโดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีชื่อเสียงและบทบาทสำคัญใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีศักยภาพในระดับสูงในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ซึ่ง ถือว่ามีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดการณ์จะมีเพิ่มมากขึ้น (ปรีดี โชติช่วง ,ออนไลน์ ,2552)

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมและมีชื่อเสียงระดับโลก เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและทรงคุณค่า จัดอยู่ในประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ และใหญ่ที่สุดในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบกับการเดินทางที่สะดวกทำให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ได้รับความนิยมและมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุทยานแห่งชาติเขา ใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทยประกาศจัดตั้งเมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2505 ตั้งอยู่บริเวณเทือกเขาพนมดงรักหรือบริเวณขอบทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ ของที่ราบสูงโคราช มีเนื้อที่ประมาณ 2,168 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,396 ไร่ ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกันถึง 11 อำเภอ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดปราจีนบุรี นครนายก

นครราชสีมา และสระบุรี ได้รับสมญานามว่าเป็น อุทยานมรดกของอาเซียน เป็นผืนป่าใหญ่ต้นกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้และสัตว์ป่านานาชนิด ตลอดจนมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม สภาพโดยทั่วไปประกอบด้วยเทือกเขาสลับซับซ้อน ได้แก่ เขาร่ม เป็นยอดเขาที่สูงที่สุด 1,351 เมตร เขาแหลมสูง 1,326 เมตร เขาเขียวสูง 1,292 เมตร เขาสามยอดสูง 1,142 เมตร เขาฟ้าผ่าสูง 1,076 เมตร ประกอบด้วยทุ่งกว้างสลับกับป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ สภาพพื้นที่ด้านทิศเหนือและทิศตะวันออกจะลาดลง ส่วนทางทิศใต้ และทิศตะวันออกเป็นที่สูงชันขึ้นไปเรื่อยๆและเป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญ 5 สาย ได้แก่ แม่น้ำปราจีนบุรี แม่น้ำนครนายก แม่น้ำลำตะคอง แม่น้ำลำพระเพลิง และห้วยมวกเหล็ก

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีการจัดการบริการบ้านพัก บ้านพักเรือนแถว และค่ายพักแรม ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จำนวน 4 โซน ได้แก่ โซนศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โซนบนเขา-จุดชมวิว โซนค่ายสุรสวัสดิ์ และโซนบ้านธนะรัชต์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนในอุทยานฯได้อย่างสะดวกและปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ของอุทยานเป็นผู้จัดการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว โดยให้มีการจองคิวล่วงหน้าก่อนเข้าพัก (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ,ออนไลน์, 2554) โดยได้มีการประกาศมาตรการจำกัดนักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันนักท่องเที่ยวล้นอุทยานแห่งชาติ และกระทบสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะปริมาณขยะและจำนวนรถยนต์ ดังนั้นจึงกำหนดให้มีการจองล่วงหน้าก่อนจะเข้าไปท่องเที่ยวอุทยานฯ โดยเฉพาะการนอนพักค้างคืนบ้านพัก เจ้าหน้าที่อุทยานจะพิจารณาให้เข้าพักตามลำดับการจองที่พัก และจากสถิติที่ผ่านมาพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนมกราคม ในปีถัดไป (ณรงค์ มหรรณพ, ออนไลน์, 2551) จากสถิติการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในช่วงวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2552 – 30 กันยายน พ.ศ. 2553 อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 754,927 คน ในปี 2554 แบ่งเป็นนักท่องเที่ยว ชาวไทยจำนวน 680,717 คน และชาวต่างประเทศจำนวน 74,210 คน พาหนะจำนวน 185,372 ลำ/คัน รายละเอียดข้อมูลช่วงปี พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2554

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติตัวเลขของนักท่องเที่ยวโดยกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน และพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ทำให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่อุทยานแห่งชาติทั้งด้านการเก็บค่าธรรมเนียมและค่าที่พัก และด้วยเหตุนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อจำนวนที่พักในปัจจุบันที่มีอยู่อย่างจำกัด และต้องจองคิวล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อย่างแท้จริง และต้องเปลี่ยนทางเลือกมาใช้บริการของภาคเอกชนในด้านที่พักและบริการ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงขาดการจัดการความรู้ที่

ถูกต้องในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อทางด้านสิ่งแวดล้อมในอนาคตทั้งต่อธรรมชาติและชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแล้ว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีอุทยานแห่งชาติอื่นๆที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความงดงามตามธรรมชาติไม่แพ้กันได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูเรือ อุทยานแห่งชาติภูเรือมีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอภูเรือและอำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย อาณาเขตด้านทิศเหนืออยู่ติดกับประเทศลาว รูปพรรณสันฐานของภูเรือมีรูปร่างลักษณะเหมือนเรือใหญ่บนยอดดอยสูงเป็นภูผาสีสนสะดุดตาหินบางก้อนมีลักษณะเหมือนถูกปั้นแต่งไว้ ชาวบ้านเรียกว่า “ก่วานสมอ” โดยรอบๆ จะเห็นยอดดอยเป็นขุนเขาน้อยใหญ่ใกล้เคียงเป็นผ้าขาวด้วยละอองน้ำ หมอก ปกคลุมไว้ท่ามกลางป่าอันอุดมสมบูรณ์ มีเนื้อที่ประมาณ 120.84 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ป่าภูเรือประกอบด้วยทิวเขาสูง สลับซับซ้อนเรียงรายเป็นรูปต่างๆ น่าพิศวงสลับกับที่ราบเป็นบางส่วน สาเหตุที่ขนานนามว่า “ภูเรือ” เพราะมีภูเขาลูกหนึ่งมีชะง่อนผายื่นออกมาดูคล้ายสำเภาใหญ่ และที่ราบบนยอดเขามีลักษณะคล้ายท้องเรือตลอดจนมีธรรมชาติและทิวทัศน์ที่สวยงามเหมาะสมที่จะจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ

คณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ มีมติในการประชุมเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2521 เห็นชอบให้กำหนดพื้นที่ป่าดังกล่าวเป็นอุทยานแห่งชาติ โดยได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณที่ดินป่าภูเรือ ในท้องที่ตำบลอาฮี ตำบลท่าลี่ อำเภอท่าลี่ และตำบลลาดค่าง ตำบลหนองบัว ตำบลร่องจิก อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ ซึ่งประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 96 ตอนที่ 124 ลงวันที่ 26 กรกฎาคม 2522 นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 16 ของประเทศ (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ,ออนไลน์ , 2556) อุทยานแห่งชาติภูเรือ อยู่ห่างจากจังหวัดเลย ประมาณ 48 กิโลเมตร โดยเดินทางไปโดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 203 ถึงอำเภอภูเรือ จะมีป้ายอุทยานแห่งชาติอยู่ปากทางเข้าซึ่งอยู่ข้างที่ว่าการอำเภอภูเรือ (มาจากจังหวัดเลย ป้ายจะอยู่ทางด้านขวามือมาจากจังหวัดเพชรบูรณ์ ป้ายจะอยู่ทางด้านซ้ายมือ) จากปากทางเข้าเดินทางต่อไปอีก ประมาณ 4 กิโลเมตร ก็ถึงที่ทำการอุทยานแห่งชาติและมีทางเดินเท้า 700 เมตร ก็จะถึงยอดภูเรือ ส่วนสถานที่พัก อุทยานฯ มีบริการบ้านพักไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ติดต่อขอรายละเอียดและสำรองที่พักล่วงหน้าได้ที่ ที่ทำการอุทยานฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ,ออนไลน์ , 2556)

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2559 สอดคล้องกับแนวทางการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคตที่มีทิศทางในการท่องเที่ยวที่เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทั้งนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน รวมไปถึงการดูแลรักษาทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และอุทยานแห่งชาติภูเรือ และสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจนทำให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต โดยยังคงสามารถคงสภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ที่

สามารถรองรับการท่องเที่ยวต่อไป จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยถึงความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างปัจจัยในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีผลกระทบต่อกันเป็นทอดๆตั้งแต่ปัจจัยต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยใช้อุทยานแห่งชาติทั้งสองแห่งที่กล่าวเป็นกรณีศึกษา เพื่อนำผลความรู้จากการวิจัยที่ได้มาพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างถูกต้องเหมาะสมมีความก้าวหน้ามั่นคงตลอดไป

ในด้านการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Tourism) นั้น เป็นการท่องเที่ยวอีก รูปแบบหนึ่งที่อยู่ภายใต้กรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมจะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็มีความเพลิดเพลินรวมอยู่ภายใต้กรอบของการมีจิตสำนึกในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2549)

วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถดึงดูดให้กลุ่มคนต่างถิ่น เดินทางมาเยือนเพื่อสัมผัสและชื่นชมกับสิ่งที่ไม่เคยมีในท้องถิ่นของตน จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวได้ใช้วัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นทรัพยากรในการดำเนินกิจการ ในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้ การจ้างงาน นำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งวัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม กลุ่มชาติพันธุ์ใด ชาติพันธุ์หนึ่ง ที่ประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ วัฒนธรรม กฎหมาย ประเพณี พิธีกรรม วิทยาการและทุกสิ่งทุกอย่างที่คิดขึ้นทำขึ้นในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวนั้นเป็นวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุหรือมีลักษณะเป็นรูปธรรมที่จะนำมาพัฒนาให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว โบราณวัตถุสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ และการละเล่นพื้นบ้าน เทศกาลงานประเพณี งานศิลปหัตถกรรมสินค้าท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และอธยาศัยไมตรีของคนไทย (สามพร มณีไมตรีจิต, 2539 : 14)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น กระทรวงวัฒนธรรมได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า หมายถึง การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญ

ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี สำหรับศิลปะการแสดงของภาคอีสาน ส่วนใหญ่มักมีจังหวะสนุกสนานรื่นเริงจากเครื่องดนตรีหลายชิ้น เช่น เข้รำโปงลาง หมอลำ ระเบ้าพนมรุ้ง เพลงโคราช ระเบ้ากะลา ภาษาที่ใช้ประกอบเพลงก็จะเป็นภาษาถิ่นอีสาน

งานประเพณีแห่ผีตาโขนจัดเป็นส่วนหนึ่งในงานบุญประเพณีใหญ่หรือที่เรียกว่า "งานบุญหลวง" หรือ "บุญผะเหวด" ซึ่งตรงกับเดือน 7 มีขึ้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย และจัดเป็นการละเล่นที่ถือเป็นประเพณีทุกปี เกี่ยวโยงกับงานบุญพระเวสหรือเทศน์มหาชาติประจำปีกับพระธาตุศรีสองรัก ปุชนิยมสถานสำคัญของชาวด่านซ้าย จัดขึ้นบริเวณวัดโพนชัยและหน้าที่ว่าการอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย งานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขนของอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เป็นประเพณีสำคัญ เพราะอยู่ในฮีตสิบสองเดือนสี่ งานบุญผะเหวด (พระเวส) ของอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย แห่ผีตาโขนแม้จะมีเล่นในอีสานถิ่นอื่นบ้าง แต่ที่วัดโพนชัย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลยเป็นที่รู้จักและจะยังคงอยู่คู่กับ "พระธาตุศรีสองรัก" ตลอดไป มีการกล่าวกันว่า การแห่ผีตาโขนเกิดขึ้นเมื่อครั้งที่พระเวสสันดรและนางมัทรีจะเดินทางออกจากปากลับสู่เมืองบรรดา ผีป่าหลายตนและสัตว์นานาชนิดอาลัยรักจึงพาแห่แห่นแฉ่งตัวแฉ่งตนมากับชาวบ้านเพื่อมาส่งทั้งสองพระองค์กลับเมือง "ผีตามคน" หรือ "ผีตามขน" จนกลายมาเป็น "ผีตาโขน" อย่างในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

งานประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นประเพณีทางพุทธศาสนาซึ่งมีความเจริญในพุทธศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีมาเป็นเวลายาวนาน ถือเป็นงานบุญที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของจังหวัดอุบลราชธานี โดยได้กำหนดจัดงานขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 8 และแรม 1 ค่ำเดือน 8 หรือวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา จัดให้มีขึ้นทุกปี จากการสอบถามผู้สูงอายุได้ความว่า ชาวอุบลราชธานี ได้ทำต้นเทียนประกวดประชันความวิจิตรบรรจงกัน ตั้งแต่ พ.ศ. 2470 จนเมื่อปี พ.ศ. 2520 จังหวัดอุบลราชธานีได้จัดงานสัปดาห์ประเพณีแห่เทียนพรรษา ให้เป็นงานประเพณีที่ยิ่งใหญ่และมโหฬาร สถานที่จัดงานคือ

บริเวณทุ่งศรีเมืองและศาลาจัตุรมุข มีการประกวดต้นเทียน 2 ประเภท คือ ประเภทติดพิมพ์ และ ประเภทแกะสลัก โดยขบวนแห่จากคุ้มวัดต่างๆ พร้อมนางฟ้าประจำต้นเทียน จะเคลื่อนขบวนจาก หน้าวัดศรีอุบลรัตนาราม ไปตามถนน มาสิ้นสุดขบวนที่ทุ่งศรีเมือง และการแสดงสมโภชต้นเทียนเป็น แสงไฟต้องลำเทียนงามอร่ามไปทั้งงาน งานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ จะเป็นงานที่แสดงออกถึงการยึดมั่นสืบสานงานบุญทางพระพุทธศาสนาอย่างเคร่งครัดของชาวเมือง อุบลราชธานีแล้ว ยังเป็นงานที่แสดงออกถึงวิวัฒนาการด้านศิลปะของสกุลช่างเมืองอุบลราชธานีอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากบรรดาช่างศิลป์เมืองอุบลราชธานี ที่มีอยู่มากมายหลากหลายแขนง และผลิตงาน ด้านศิลปะอย่างต่อเนื่องตลอดมา ไม่ว่าจะเป็นงานศิลปะร่วมสมัย งานหัตถกรรมพื้นบ้าน และงาน ก่อสร้างตกแต่งโบสถ์วิหารต่างๆ จะใช้โอกาสในช่วงเทศกาลนี้กลับมาทดสอบ ทดลองและประลองฝีมือเชิงช่างโดยผ่านต้นเทียนพรรษา ดังนั้นผู้ที่มาร่วมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัด อุบลราชธานี จึงสามารถชื่นชมและศึกษากิจกรรมของงาน ทั้งในด้านการสืบสานจารีตประเพณีพื้นเมือง และในด้านศิลปการตกแต่งต้นเทียน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ประเทศไทยมีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง โดยศักยภาพทางการตลาดถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งศักยภาพทางการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ในการพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยวในเทศกาลต่างๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเลือกศึกษาจากงานประเพณีของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีชื่อเสียงและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ได้แก่ งานแห่เทียนเข้าพรรษา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน และเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและความต้องการจากนักท่องเที่ยวที่ร่วมงานประเพณีดังกล่าว ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดที่มีอยู่ รวมทั้งเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการกำหนดเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

ในด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ศึกษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชม และเรียนรู้ประวัติศาสตร์และโบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยว นั้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว นั้น รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ ชมซากอารยธรรมโบราณสถานต่างๆ อนุสาวรีย์/อนุสรณ์สถาน สิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, ออนไลน์, 2554) ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) ได้จัดลำดับความสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี/แหล่งประวัติศาสตร์ ในปัจจุบันไว้ดังนี้ การจัดลำดับความสำคัญของ อุทยานประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี/แหล่งประวัติศาสตร์ ถือว่ามีความสำคัญมากโดยอยู่ในระดับ 5 ดาว ด้านสภาพการพัฒนาของอุทยานประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี/แหล่งประวัติศาสตร์ยังไม่ค่อยได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร โดยอยู่ในระดับ 2 ดาว และขีดความสามารถการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี/แหล่งประวัติศาสตร์อยู่ในลำดับสุดท้าย คืออันดับ 5 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์, 2554)

ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ เป็นธุรกิจที่นำคนไทยท่องเที่ยวในเมืองไทย สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการได้ดีพอสมควร มีการจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้า มีการรณรงค์และการจัดกิจกรรมไทยเที่ยวไทยอีกมากมาย ซึ่งประสบความสำเร็จมากพอสมควร แต่ปัญหาหนึ่งก็คือ นักท่องเที่ยวไทยมักนิยมท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากมาย ที่ควรค่าแก่การท่องเที่ยว แต่ไม่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวไทยเท่าที่ควร ทั้ง ๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจใคร่รู้ในความเป็นมาของชาติไทยของเรา ให้ไปสัมผัสกับความงามและสร้างจินตนาการย้อนกลับไปเมื่อครั้งอดีตถึงความเจริญรุ่งเรืองของประเทศไทย และการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมของบรรพชน ซึ่งในปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันน่าทึ่ง ทั้งที่เทคโนโลยีการก่อสร้างในอดีตไม่มีเครื่องมือทุ่นแรงช่วยเหมือนในปัจจุบัน (นพปฎล ธาระวานิช, ออนไลน์, 2554)

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและแนวทางการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคต จึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านบริการ (7P's Service Marketing Mix) และแนวคิดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) เป็นกระบวนการพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีมาตรฐานในระดับสากล และสอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ มีคุณภาพ มาตรฐาน และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จะนำไปกำหนดกลยุทธ์และแนวทางต่างๆ ในการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งจะ เป็นแบบแผนในการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างเศรษฐกิจในชุมชนให้เข้มแข็ง

ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงมีความสำคัญ และมีความจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษา ประกอบด้วย 4 โครงการย่อย ดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

แผนการวิจัยชุดโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
3. เพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเน้นเลือกศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านการเกษตร ด้านเชิงนิเวศ ด้านวัฒนธรรม และด้านประวัติศาสตร์ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเน้นศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยวัดคุณภาพการท่องเที่ยว ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยทางด้านแนวคิดโลจิสติกส์ การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์ที่ใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญนำไปสู่ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยของโครงการย่อยในชุดโครงการ

1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับ และหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

1.4.1 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งประกอบด้วยโครงการย่อย 4 โครงการประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและพัฒนากลยุทธ์การตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวต่อไป นอกจากนี้ยังสามารถนำผลของการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจขนาดใหญ่ในการสร้างภูมิคุ้มกันระบบเศรษฐกิจภายในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย

2. ผลงานการวิจัยสามารถนำไปตีพิมพ์ในวารสารหรือนำไปเสนอผลงานการวิจัยในการประชุมระดับชาติและนานาชาติ ไม่น้อยกว่า 4 บทความ

3. สร้างนักวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา 1 คน

4. พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของคณาจารย์ในการเป็นนักวิจัยที่ดีและมีคุณภาพ

ในอนาคตอย่างน้อย 2 คน

1.4.2 หน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

1. องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดูแลการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. ธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาศักยภาพในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

3. สถาบันการศึกษา สามารถนำผลงานการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการขยายผลของการวิจัย เพื่อต่อยอดงานวิจัย นอกจากนี้ยังนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาประกอบการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

1.5 เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของแผนงานวิจัย

กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community : AEC) ได้กำหนดบทบาทให้ประเทศไทยมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวได้อย่างดีเยี่ยม ทั้งนี้ประเทศไทยได้กำหนดแผนงานวิจัยกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ (พ.ศ. 2555-2559) ไว้อย่างชัดเจนและสอดคล้องกับการถูกกำหนดบทบาทดังกล่าว โดยได้ระบุแผนงานการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ตลอดจนการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการจัดการประชุมและการจัดนิทรรศการต่าง ๆ (MICE Tourism – Meeting Intensive Convention Exhibition Tourism) ซึ่งแผนงานดังกล่าวมาจากการกำหนดกลยุทธ์การวิจัยด้านพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว ภายใต้ยุทธศาสตร์การวิจัยการสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

1.6 เป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด

แผนการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้กำหนดเป้าหมายผลผลิตไว้ดังนี้

1. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ของทุกโครงการย่อย รวม 4 เล่ม
2. เผยแพร่ผลงานการวิจัยโดยการตีพิมพ์ผลงาน หรือสามารถไปนำเสนอผลงานการประชุมนานาชาติทั้งภายในหรือต่างประเทศทุกโครงการ จำนวน 4 ฉบับ
3. ผลิตนักวิจัยรุ่นใหม่เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการที่ยังไม่เคยตีพิมพ์ผลงาน หรือนำเสนอผลงานในต่างประเทศอย่างน้อย 1 คน

4. ส่งเล่มรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ไม่น้อยกว่า 30 แห่ง

5. การทำวิจัยแบบชุดโครงการด้านการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และถือว่ามีชื่อเสียงในระดับชาติและนานาชาติดังกล่าว ยังไม่มีการดำเนินการวิจัยด้วยเทคนิคของการวิจัยที่มีความแตกต่างกันมาก่อน

1.7 เป้าหมายของผลลัพธ์ (outcome) และตัวชี้วัด

แผนการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้กำหนดเป้าหมายของผลลัพธ์ไว้ดังนี้

1. เผยแพร่ผลงานการวิจัยให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยการตีพิมพ์หรือการนำเสนอผลงานรายงานฉบับสมบูรณ์ของทุกโครงการย่อยรวมทั้งสิ้น 4 เล่ม
2. พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของคณาจารย์ในการเป็นนักวิจัยที่ดีและมีคุณภาพในอนาคต
3. องค์กรความรู้ที่ได้จากงานวิจัยเป็นองค์ความรู้ที่นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นภูมิภาคของประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศ
4. พัฒนาและเพิ่มศักยภาพขององค์กรสู่การเป็นสถาบันการศึกษาที่มีการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการพัฒนาชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในการเป็นสถาบันการศึกษาที่สามารถก้าวไปสู่ระดับสากล

1.8 แผนการบริหารแผนงานวิจัย และแผนการดำเนินงาน พร้อมทั้งขั้นตอนการดำเนินการตลอดแผนงานวิจัย และโปรตรอบุการบริหารความเสี่ยง

แผนบริหารงานวิจัยจะประกอบด้วยคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิจัยผู้ร่วมโครงการจำนวน 4 ท่าน แต่ละท่านจะรับผิดชอบในแต่ละชุดโครงการย่อย โดยจะมีผู้ประสานงาน ผู้วางแผน และเลขานุการฯ นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวในระดับชาติทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาแผนการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตลอดระยะเวลาการดำเนิน

โครงการคือประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (คุณกงกริช หิรัญกิจ) โดยแผนงานการวิจัยได้แสดงในแผนภูมิ(รูปที่ 1)

1.9 แผนการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่จากการทำการวิจัยตามแผนงานวิจัย

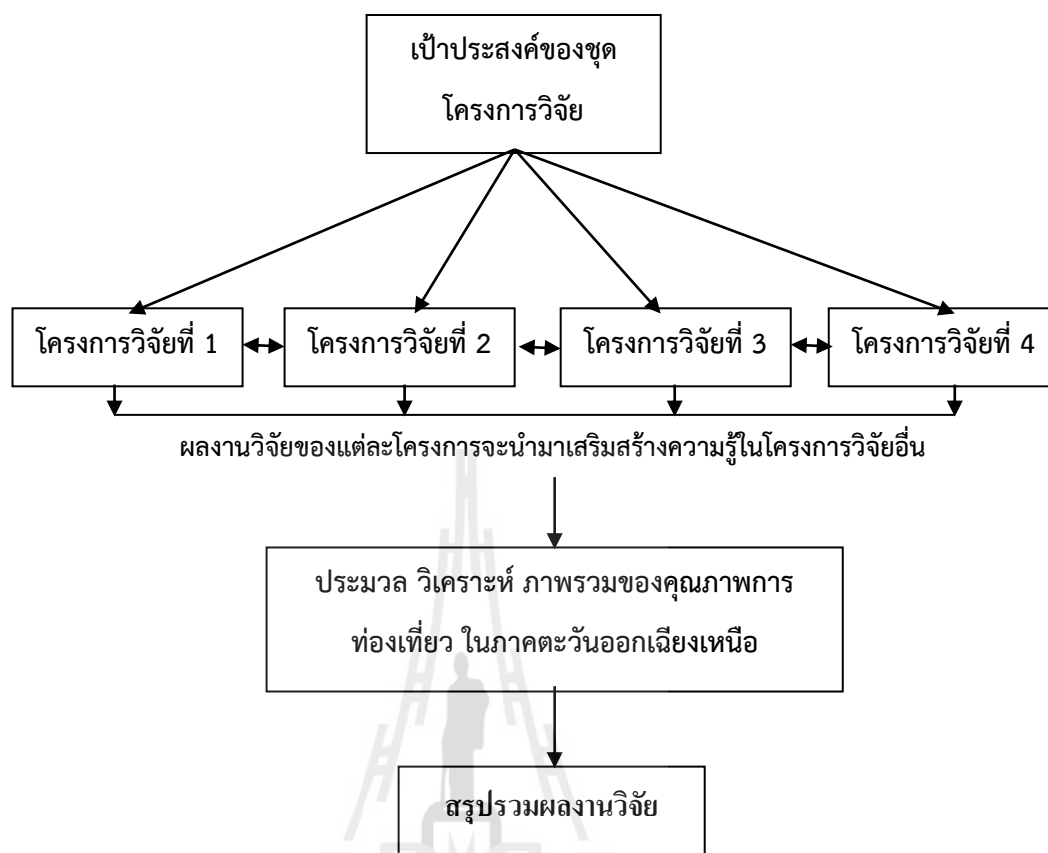
แผนงานการพัฒนาักวิจัยรุ่นใหม่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของนักวิจัยในการสร้างสรรค์งานวิจัยใหม่ องค์ความรู้ใหม่ และสามารถเป็นที่พึ่งให้กับนักวิจัยรุ่นหลังได้ นอกจากนี้ยังสามารถทำให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำในด้งานงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว นอกเหนือจากงานการวิจัยที่เน้นทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

นักวิจัยรุ่นใหม่

1.นางสาวสุจิตา ศรีไชยวาน

1.10 กลยุทธ์ของแผนงานวิจัย

ในขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยเพื่อให้สำเร็จไปยังเป้าประสงค์หลัก กล่าวคือ สามารถกำหนดรูปแบบคุณภาพด้านการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีความเหมาะสม ดังนั้นจึงต้องอาศัยผลจากงานวิจัยในโครงการต่าง ๆ ทั้ง 4 โครงการ ในการนำมาประมวล วิเคราะห์ และสรุปผลของการวิจัยทั้งหมด เพื่อสามารถให้คำชี้แนะแก่ภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป รูปที่ 1 แสดงกลยุทธ์ของแผนงานวิจัย



รูปที่ 1 กลยุทธ์ของแผนงานวิจัยหรือชุดโครงการวิจัย

1.11 ระยะเวลา และสถานที่ทำการวิจัย

ระยะเวลาที่ทำการวิจัย 1 ปี (ตุลาคม 2555 – กันยายน 2556)

สถานที่ทำการวิจัย: แหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.12 แผนการใช้จ่ายงบประมาณของแผนงานวิจัย

รายละเอียดงบประมาณที่เสนอขอ (เฉพาะปีที่เสนอขอ) ตามหมวดเงินประเภทต่าง ๆ ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 2,138,000 บาท แต่ได้รับการอนุมัติจากสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 800,000 บาท

1.13 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยตามแผนการบริหารงาน และแผนการดำเนินงาน ตลอดแผนงานวิจัย

ดำเนินการการวัดผลสำเร็จทุก 3 เดือน ระหว่างการดำเนินงานของทุกโครงการ เพื่อให้โครงการทั้งหมดบรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อสามารถให้คำชี้แนะแก่ภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็น

แนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

ผลผลิตที่ได้จากงานวิจัยสามารถตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ หรือรวมไปถึงการส่งผลงานเข้าร่วมงานประชุมวิชาการระดับนานาชาติด้วย ยิ่งไปกว่านั้นยังช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้กับนักวิจัยรุ่นใหม่ในระดับบัณฑิตศึกษา รวมไปถึงเสริมสร้างความเข้มแข็งในเชิงวิชาการด้านการวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้แก่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเพื่อเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งอนาคต



บทที่ 2

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สรุปผลการวิจัยดังนี้

- 2.1 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 2.2 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 2.3 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 2.4 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.1 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.1.1 บทนำ

ปี ค.ศ. 1950 ได้มีการประมาณการการเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับโลก พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 25 ล้านคน และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 760 ล้านคน และ 903 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2007 และ ค.ศ. 2020 ตามลำดับ สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นจัดอยู่ในอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน โดยภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศไทยร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) และปริดี โขติช่วง (ออนไลน์, 2552) ได้สรุปว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้นเป็น 400 ล้านคน และมีการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.5 – 7 สำหรับประเทศในกลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub region – GMS) นั้นได้คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจาก 16.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2545 เป็น 60 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 นอกจากนี้ เพ็ญวิภา ทรวงบัณฑิต (2554) ได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ สรุปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศในรูปของเงินตราต่างประเทศ และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังทำให้เกิดการจ้างงานให้แก่ชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย อีกทั้งการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณสุขปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่น ให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ซึ่งจะนำไปสู่การอนุรักษ์ ฟื้นฟูและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึกต่อไป สำหรับประเทศไทยได้มีการปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวด้วยการกำหนดการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 เป็นต้นมา เพื่อให้เกิดการ

พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น รวมถึงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติก็ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งได้เสนอให้มีการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยอาศัยความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย รวมถึงให้มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิต และการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค ด้วยการสนับสนุนจากทางภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้มีการจัดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด เช่น ปี พ.ศ. 2523 ประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand Year) ในช่วงปี พ.ศ. 2543 ประกาศเป็นปีท่องเที่ยวไทยครั้งที่ 2 (Visit Thailand 1998 - 1999) ต่อมาปี พ.ศ. 2545 เปิดโครงการ Amazing of Thailand Experience Variety 2002 – 2003 และปี พ.ศ. 2546 เป็น Unseen in Thailand ตามด้วย Thailand Happiness on Earth ในปี พ.ศ. 2547 สำหรับในปี พ.ศ. 2549 ประกาศเป็น Thailand Grand Invitation 2006 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2554) และเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาในปลายปีพ.ศ.2551ต่อเนื่องถึงกลางปีพ.ศ. 2552 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวนลดลง รัฐบาลจึงมีการรณรงค์ให้หันมาให้ความสำคัญในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะการปรับแผนการตลาดที่หันมาสนใจนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการรณรงค์การท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึก ด้วยโครงการ “เที่ยวไทย หัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน” โดยมีแผนการดำเนินงานด้านการสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2556 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 ปี โดยเน้นปรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และเยาวชน ด้วยการนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสร้างโอกาสในการขยายตลาดโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน/ฮันนีมูน และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นต้น โดยสภาวะตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2554 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวไทย 91 ล้านคน-ครั้ง รายได้จากการท่องเที่ยว 432,000 ล้านบาท และโดยคิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,560.50 บาทต่อคน รวมถึงองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (วาริชต์ มัชยมนุรุษ, ออนไลน์, 2553) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้ 3 รูปแบบหลัก คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) อยู่ในกลุ่มรูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรวนเกษตร

สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและผลิตผลในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น (ท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ออนไลน์, 2547) และได้มีการจัดการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ Earth Summit ในปี พ.ศ. 2535 ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ซึ่งมีข้อตกลงร่วมกันระหว่างประเทศที่เข้าร่วมประชุม ในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับมุมมองทางการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและเรียนรู้จากกระแสการพัฒนา 3 ประการ ซึ่งได้แก่ กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาและเรียนรู้ กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และกระแสความต้องการพัฒนาคน ส่งผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการแสวงหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ โดยมีชื่อเรียกอย่างหลากหลายเช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism และเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือ Agro Tourism ในที่สุด (สินธุ์สโรบล, ออนไลน์, 2551)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปัจจุบันของประเทศไทยนั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และลักษณะการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีรายได้และฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 1,316 บาทต่อเดือน และมีสัดส่วนของจำนวนคนจนมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 13.05 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2554) อย่างไรก็ตามภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และถือว่ามีชื่อเสียงในระดับชาติและนานาชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเลย และจังหวัดสกลนคร เป็นต้น โดยแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวได้แก่ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สวนอุนภูเรือวโนทยาน ชาติได้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ดังนั้นการทําวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะสามารถนำผลสรุปจากงานวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวและเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวยังเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวยังเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวยังเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวยังเชิงเกษตรจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.1.3 สมมุติฐานการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวยังเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดสมมุติฐานของการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเน้นประเด็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเน้นประเด็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

สมมุติฐานที่ 3 เปรียบเทียบความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับการรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวยังเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความแตกต่างกัน โดยเน้นประเด็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่

2.1.4 วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจาก

กลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายคือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555) โดยแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 1) ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) สวนอัญญาเรียวโนทยาน ชำไ้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และ 3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (3) ข้อมูลด้านความคาดหวังและการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ (4) ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่น ๆ โดยข้อคำถามในส่วนที่ (1) และส่วนที่ (2) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ (3) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้เครื่องมือที่ประยุกต์มาจาก SERVQUAL ของ Parasuraman Zeithaml และ Berry (1985) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริการทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเอาใจใส่ สำหรับส่วนที่ (4) มีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายเปิด

เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามดังกล่าวได้พัฒนาขึ้นมา โดยได้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ หลังจากนั้นได้นำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เฉพาะในส่วนที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยจะพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดในเครื่องมือที่ว่าจัดอยู่ในปัจจัยกลุ่มเดียวกันหรือไม่ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach' alpha coefficient) ทั้งนี้ผลที่ได้จากการทดสอบมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหากอยู่ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานที่กำหนดไว้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจากการหาค่าความถี่ หรือ ร้อยละ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) ตลอดจนใช้สถิติการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่ามีความแตกต่างกัน ทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe's method (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) และทำการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ต่อ

คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยเทคนิคของระดับคะแนนของบริการที่คาดหวังและระดับคะแนนของการรับรู้คุณภาพบริการ ในแต่ละปัจจัย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

2.1.5 ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ผลการศึกษา

โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 29.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 45.7 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 29.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.5 สำหรับผลการศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยสรุปสาระสำคัญได้ ดังต่อไปนี้

1. เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก ร้อยละ 60.5 โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 57.1 มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 58.2 เหตุผลหลักคือ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 29.9 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ร้อยละ 59.7 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 74.5 โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ร้อยละ 38.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 41 ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 60 และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 34.8

2. ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านความน่าเชื่อถือ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี และยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท

3. ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท มีการรับรู้ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ กับ การรับรู้คุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งในภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการทุกด้าน คือมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดหวังไว้ โดยมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทุกข้อ โดยมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32 ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ความพึงพอใจในด้านบุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28 ส่วนด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34 และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจในด้านบุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยวสูงสุด ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

อภิปรายผล

เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก โดยเลือกมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยพิจารณาจากความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว ในการเดินทาง นักท่องเที่ยวนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กมลทิพย์ ชูประทีป (2547) เรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นครั้งแรก ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงกมล รักขันธ์ (2552) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก มีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว

ด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ร่องน พบว่า ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวไร่ร่องนแต่ละครั้งน้อยกว่า 10,000 บาท โดยจำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,000 – 2,999 บาท ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท ค่าของที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 1,000 บาท และค่าที่พักในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุมภรณ์ ชันศรี และพีรชัย กุลชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2,900 บาท เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายพบว่า ค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยเท่ากับ 930 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยเท่ากับ 330 บาท ค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึกและของฝากเฉลี่ยเท่ากับ 240 บาท

ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักท่องเที่ยวนั้นมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคาดหวังในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งหลังจากที่ได้รับบริการจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตรงกับลำดับความคาดหวัง โดยมีการรับรู้ในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกัน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในระดับมาก ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในระดับมาก และด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังก่อนไปท่องเที่ยวกับค่าเฉลี่ยของการรับรู้ภายหลังจากไปท่องเที่ยว มีความสอดคล้องไปใน

ระดับเดียวกัน และพบว่าช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้มีค่าไม่มากนัก ยิ่งแสดงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นไปในแนวทางที่คาดหวังไว้ก่อนล่วงหน้า ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Kvist and Klefsjo (2006) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ศึกษาพื้นที่ทางตอนเหนือของประเทศสวีเดน พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแตกต่างกันระหว่างช่วงก่อนการรับบริการและหลังจากรับบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหลังจากรับบริการที่ส่งผลต่อการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยคุณภาพบริการแตกต่างไปจากเดิม นอกจากนี้ สามารถสรุปความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พิรัชย์ กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย (2548) เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Chowdhary and Prakash (2007) เรื่อง การจัดลำดับของปัจจัยคุณภาพบริการ พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก ควรมีการเปลี่ยนแปลงจากการบริการที่มุ่งเน้นตัวบุคคลไปมุ่งเน้นที่ลักษณะทางกายภาพของธุรกิจบริการ เช่น วัตถุประสงค์ของ และสถานที่ เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือมีการรับรู้ในประเด็นด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวตกแต่งสวยงาม และมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมากตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกัน คือ มีการรับรู้ในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wargenau and Che (2006) ได้ทำการศึกษารื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวไวน์และกลยุทธ์ทางการตลาด ในภาคตะวันตกเฉียงใต้ของมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีแผนที่เส้นทางและป้ายโฆษณาเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

เป้าหมาย เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นขั้นตอนในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวไวน์ที่สำคัญและมีประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรที่เป็นธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านจำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ จำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมาก และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นแรกคือ จำนวนห้องน้ำที่สะอาดมีเพียงพอต่อความต้องการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลายและมีจำนวนเพียงพอในระดับมาก และมีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยรถขนส่งสาธารณะในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมาก รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ ประเด็นด้านบุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมาก รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2550) กล่าวว่า คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการ เนื่องจากลูกค้าคาดหวังในการต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและทำที่ที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ ซึ่งแสดงถึงอัธยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีลำดับการรับรู้ที่ตรงกับลำดับความคาดหวังในประเด็นเดียวกันคือ บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุมภรณ์ ชันศรี และพีรชัย กุลชัย (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลในการให้บริการนักท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นลำดับแรก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวนมากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือเจ้าของสวน และสอดคล้องกับการศึกษาของ กุลหญิง ชียางคะบุตร (2553) เรื่อง ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์ บ้านจอมแจ้ง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการต้อนรับ การให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ ความเป็นมิตร และการให้ความช่วยเหลือของบุคลากร

ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Christopher, Vandermerve and Lewis อ้างถึงใน อินทิรา จันทรรัฐ (2552) พบว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการจะมีความแตกต่างกันในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ร่อง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ร่องแตกต่างกัน

โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว และมีความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ ในด้านการมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบุคลากรมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี และยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี และ 40 – 49 ปี และในประเด็นด้านบุคลากรสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Swarbrooke and Horner อ้างถึงใน วัฒนชัย ชูมาก (2544) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 20 – 29 ปี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี

ด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท

ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2554) เรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องนพบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องนไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในร่องนแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการรับรู้ในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท มีการรับรู้ในด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวในประเด็นด้านการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในคุณภาพบริการการท่องเที่ยวสูงกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เจนตรีดา โทลา (2550) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของฟาร์มกล้วยไม้ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวในระดับที่เท่ากัน โดยสรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมโดยล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิชา พุเจอร์ญ (2550) เรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก คือ สถานที่ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ มีการนำเสนอความน่าสนใจด้านวิถีชีวิต และประเพณีวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ ด้านความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการบริการสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ด้านการตอบสนองความ

ต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลาย และมีจำนวนเพียงพอสูงสุด ด้านการให้ความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรยอมรับข้อบกพร่องเมื่อเกิดการผิดพลาดในการให้บริการสูงสุด และด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรยินดีรับฟังคำแนะนำและคำติชมของนักท่องเที่ยวสูงสุด

2.1.6 สรุป

ผลการศึกษาและการอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สรุปผลที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1) นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จึงมีกำลังใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มากนัก โดยมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และค่าที่พัก น้อยกว่า 1,000 บาท ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีเกณฑ์การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับกำลังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยการตั้งราคาไม่สูงมากเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพราะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2) นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านการเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเน้นที่การให้ความคาดหวังต่อบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการให้บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความเต็มใจกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุไว้ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในตัวพนักงานที่มาให้บริการ โดยการฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักการบริการ สร้างความเป็นกันเองระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีในการทำงานอันจะส่งผลถึงการให้บริการต่อลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจและเป็นกันเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี มีความคาดหวังต่อบุคลากรผู้ให้บริการในด้านดังกล่าวสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

3) การเข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีการรับรู้ในด้านจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกรับรองมาเพียงพอดต่อความต้องการ และจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการอยู่ในลำดับท้ายๆ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรทำการปรับปรุงการให้บริการในประเด็นด้านจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกรับรองมาและจำนวนที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ผู้ประกอบการจึงควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการ โดยเพิ่มจำนวนพนักงานเพื่อให้บริการตามร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มเติม กระจายจุดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว หรืออาจเปิดร้านค้าสำหรับสินค้าชุมชนโดยการจัดซุ้มขายอาหารและเครื่องดื่ม

เพื่อให้คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังคงจัดสรรพื้นที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง โดยอาจเพิ่มจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกจากบริเวณพื้นที่จอดรถ ทั้งยังช่วยดูแลการจอดรถของนักท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบเพื่อรองรับจำนวนรถของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรมีการให้บริการด้านห้องน้ำที่สะอาด สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยเฉพาะช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทั้งนี้ควรมีการมอบหมายบุคลากรรับผิดชอบดูแลการบริการด้านห้องน้ำที่สะอาดอยู่เสมอ

4) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในลำดับสุดท้าย โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในประเด็นชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งหมายความว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางแห่งยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ทั้งนี้ควรได้รับความร่วมมือจากภาครัฐเพื่อช่วยสนับสนุนด้านงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

5) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ได้พักค้างคืนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ไม่เพียงพอ ดังนั้นหากจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนมากขึ้น ควรจัดการการท่องเที่ยวเป็นแบบแพ็คเกจ (Package) กับพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้ ควรสร้างเครือข่ายกับบริษัทนำเที่ยว และเจ้าของที่พักหรือรีสอร์ท

2.1.7 เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ชูประทีป. (2547). **ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **นโยบายและแผนการตลาด** [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://thai.tourismthailand.org/about-tat-page/about-tat/policy-marketing-plan/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- กุลหญิง ชียงคะบุตร. (2553). **ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์ บ้านจอมแจ้ง อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เจนต์ธิดา โทลา. (2550). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ตำบลดิมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ชลธิชา พู่เจริญ. (2550). **ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงกมล รักขยัน (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2547). **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://agrotourism.doae.go.th/>
- ปรีดี โชติช่วง. (2552). **นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://dc273.4shared.com/doc/XZVmrSI9/preview.html>
- พีรชัย กุลชัย และกัลยาณี กุลชัย. (2548). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. บทความงานวิจัย, การประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 43.
- เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต. (2554). **คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่น**. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2550). **เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15**. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วัฒนชัย ชูมาก. (2544). **แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาสมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารัตน์ มัชฌิมบุรุษ. (2553). **รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย**. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.estudytourism.com/TourismJournal.html>
- สินธุ์ สโรบล. (2551). **ชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : ข้อเสนอเพื่อการปรับตัวของชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย**. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 3 ปี 2551 [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.etatjournal.com>.
- สุขุมารณ์ ชันศรี และพีรชัย กุลชัย. (2549). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว**. บทความงานวิจัย, การประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 44.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **ตารางความยากจน**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.nesdb.go.th/>
- อินทรา จันทร์รัฐ. (2552). **ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). **A conceptual model of service quality and its implications for future research.** *Journal of marketing* 49, Fall: 41-50.

Kvist A. J. and Klefsjo B. (2006). Which service quality dimensions are important in inbound tourism?: A case study in a peripheral location. **Managing Service Quality.** 16 (5): 520 – 537.

Wargenau A. and Che D. (2006). Wine tourism development and marketing strategies in Southwest Michigan. **International Journal of Wine Marketing.**18(1): 45- 60.

Chowdhary N. and Prakash M. (2007). Prioritizing service quality dimensions. **Managing Service Quality.** 17(5): 493 – 509.

2.2 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2.1 บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อมวลมนุษยชาติที่ปรารถนาการเดินทางท่องเที่ยวไปทั่วโลกกว้างด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆกัน มีพัฒนาการมายาวนานจนกลายเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมใหญ่ที่สุดในโลกมีมูลค่าถึงร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์ประชาชาติของโลก (ข่าวสารการท่องเที่ยว, ออนไลน์, 2555) สำหรับประเทศไทยถือเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน เป็นแหล่งสร้างและกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคต่างๆของประเทศที่มีมูลค่ามหาศาล อย่างไรก็ตามการเติบโตอย่างรวดเร็วในขณะที่ขาดการดำเนินการที่ดีและเหมาะสม จะทำให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการโดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวจนกระทั่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นหมดเสน่ห์ในการดึงดูดผู้คนให้เข้ามาเยี่ยมชมเยือนอีกต่อไป

จากการนำสถิติที่ผ่านมาประเมินร่วมกับสถานการณ์และทิศทางการท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยผู้เชี่ยวชาญ มีการประมาณการว่าจำนวนนักท่องเที่ยว ในเอเชียแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้นเป็น 400 ล้านคน โดยขยายตัวเฉลี่ยปีละ 6.5 - 7% ขณะที่ประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub region – GMS) จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มจาก 16.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2545 เป็น 60 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 โดยการท่องเที่ยวนั้น มีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการพักผ่อนของแต่ละบุคคล ทำให้ทางเลือกของการท่องเที่ยวมีลักษณะแตกต่างกันออกไป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีรูปแบบที่ต่าง ๆ กัน มีทั้งการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากร (Responsible Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน (Pro-poor Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวที่เป็นธรรม (Fair Trade Tourism) โรงแรมที่มีนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) การท่องเที่ยวโดยการอาสาสมัคร (Volunteer Tourism) (ปรีดี โชติช่วง, ออนไลน์, 2552) โดยวัตถุประสงค์หนึ่งในการแบ่งเป็นรูปแบบต่างๆกันเพื่อสามารถจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถบำรุงรักษาการท่องเที่ยวในรูปแบบนั้นๆให้มีความยั่งยืน

Ceballos Lascurain (1991) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำลายเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความรู้และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย และต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบที่เหมาะสม ถือว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นพื้นที่ที่สำคัญของประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย หลายแห่งมีความเป็นธรรมชาติ มีศิลปวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจแก่นักอนุรักษ์ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้นทุกๆปี (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540) ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากการศึกษาแนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวในระดับโลกพบว่า ในปี 1950 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศประมาณ 25 ล้านคน ปี 2004 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มเป็น 760 ล้านคน และเพิ่มเป็น 903 ล้านคนในปี 2007 จึงทำการพยากรณ์ในปี 2020 ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นมากเป็นจำนวนถึง 1.6 พันล้านคน สำหรับกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทมากในระดับโลก เริ่มมีการมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวโดยมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้ประมาณการว่า ในปี 2007 จะมีมูลค่าเป็นร้อยละ 7 ของตลาดระหว่างประเทศ และนิตยสารการท่องเที่ยวรายสัปดาห์ ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าสามารถเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 25 ของตลาดการท่องเที่ยวของโลก โดยปี 2012 มูลค่าของภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีมูลค่าที่ประมาณ 473 ล้านล้านเหรียญสหรัฐต่อปี (Center for Responsible Travel ,ออนไลน์, 2010) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น รัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจังต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา คาดว่าในปี พ.ศ. 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาทกระจายไปสู่พื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ (ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) จากข้อมูลที่มีการรวบรวมตลอดปี 2555 มีนักท่องเที่ยวไทย เที่ยวไทยกว่า 112 ล้านคน รายได้กว่า 500,000 ล้านบาท ขณะนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยมีถึง 22.30 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 960,000 ล้านบาท โดยเฉพาะช่วงส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ที่เป็นไปอย่างคึกคักในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัดหลักการท่องเที่ยว ทั้งเชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ พัททยาและขอนแก่น มีอัตราการเข้าพักที่สูง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วน้ำเขียว ภูเรือ ภูกระดึง จ.เลยและมอหินขาว จ.ชัยภูมิ ส่งผลให้จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวพุ่งสูงขึ้นกว่า 13,000 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 2.3 ล้านคน โดยอัตราเข้าพักภาคตะวันออกเฉียงเหนือสูงถึง 90 เปอร์เซ็นต์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว กว่า 700,000 คน ขณะที่ภาคเหนือมีถึง 480,000 คน ซึ่งภาคเหนือสร้างรายได้มากที่สุด 3,500 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2556)

เพื่อให้เกิดความยั่งยืนยาวนานต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่สามารถมองแยกออกเป็น 1.อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึงความต้องการท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปของจำนวนหรือปริมาณ (คน/ครั้ง/ช่วงเวลา) หรือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ 2. อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply) หมายถึง ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งจัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งทางด้านสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว (Tourism Products) 3.การจัดการ (Management) ที่อยู่ภายใต้หลักการพัฒนากิจการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ จะต้องส่งเสริมด้านอุปสงค์ (Demand) ควบคู่ไปกับการส่งเสริมด้านอุปทาน(Supply) โดยการสร้างความประทับใจ และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มขีดความสามารถของธรรมชาติให้สามารถผลิตหรือฟื้นฟู เพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนตลอดไปโดยไม่ถดถอยหรือเสื่อมโทรมลง รวมไปถึงมีดำเนินการให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Stakeholders) มีความเข้าใจประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในทิศทางเดียวกัน (ธนธรณ์ ทองหอม,2554)

ห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสนับสนุนการผลิตและการจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงการประสานสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆดังกล่าวที่เชื่อมต่อกันอยู่เป็นกระบวนการ การจัดการห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวข้องกับการประสานงานและร่วมมือกันตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ (Upstream Source) จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ (Downstream Customers) โดยประเด็นสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน จะอยู่ที่การจัดการการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ รวมทั้งข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างความพอใจให้กับลูกค้าแบบยั่งยืน (Customer Satisfaction) โดยกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานจะประกอบไปด้วย กระบวนการจัดหา การผลิต การตลาด การกระจายสินค้า การขนส่งและการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการจัดการเชิงระบบ (Systems) ให้แต่ละกระบวนการมีการสอดคล้องประสานปฏิสัมพันธ์กัน โดยมีเป้าหมายในการสร้างความพอใจให้ลูกค้าและลดต้นทุนรวมเพื่อเพิ่มศักยภาพของการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยพันธกิจของห่วงโซ่อุปทานจะครอบคลุมเกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารข้อมูล เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยทำให้การดำเนินงานต่างๆดังกล่าวสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ห่วงโซ่อุปทานจะเริ่มต้นจากแหล่งของวัตถุดิบไปสู่ผู้ผลิตและกระบวนการขนส่งไปสิ้นสุดปลายทางที่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ห่วงโซ่อุปทานสำหรับการท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะไม่มีมีการเคลื่อนย้ายของสินค้าเนื่องจากเป็นทรัพยากรในแหล่งนั้นๆ ไม่สามารถทำการเคลื่อนย้ายได้ แต่จะเป็นการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวมาสู่พื้นที่ โดยผ่านขั้นตอนด้านบริการด้านต่างๆ เปรียบได้คือ องค์กรหรือผู้ดูแลสถานที่นั้นๆ เท่ากับเป็นผู้ผลิต เทียบเท่ากับต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน และขั้นตอนต่างๆใน การเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวหรือการบริการ เทียบได้กับขั้นตอนในการเคลื่อนย้ายสินค้าและส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคหรือกลางน้ำของห่วงโซ่อุปทาน และปลายน้ำ

ของห่วงโซ่อุปทานก็คือ นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มของขั้นสุดท้าย โดยวัตถุประสงค์สำคัญในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวก็คือการสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

จากการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อใช้ในการวางแผนกำหนดศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ ด้านอุปสงค์ (Demand Side) จากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว และด้านอุปทาน (Supply Side) จากความพร้อมในการให้บริการและเน้นโครงสร้างพื้นฐานเพื่อกำหนดแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่ำ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพปานกลาง และแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพศักยภาพสูงนั้น ในส่วนพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมาถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้รับการจัดประเภทโดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีชื่อเสียงและบทบาทสำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีศักยภาพในระดับสูงในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ซึ่งถือว่ามีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดการณ์จะมีเพิ่มมากขึ้น (ปรีดี โชติช่วง ,ออนไลน์ ,2552)

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมและมีชื่อเสียงระดับโลก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและทรงคุณค่า จัดอยู่ในประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญและใหญ่ที่สุดในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบกับการเดินทางที่สะดวกทำให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ได้รับความนิยมและมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทยประกาศจัดตั้งเมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2505 ตั้งอยู่บริเวณเทือกเขาพนมดงรักหรือบริเวณขอบทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของที่ราบสูงโคราช มีเนื้อที่ประมาณ 2,168 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,396 ไร่ ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกันถึง 11 อำเภอ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดปราจีนบุรี นครนายก นครราชสีมา และสระบุรี ได้รับสมญานามว่าเป็น อุทยานมรดกของอาเซียน เป็นผืนป่าใหญ่ต้นกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้และสัตว์ป่านานาชนิด ตลอดจนมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม สภาพโดยทั่วไปประกอบด้วยเทือกเขาสลับซับซ้อน ได้แก่ เขาร่ม เป็นยอดเขาที่สูงที่สุด 1,351 เมตร เขาแหลมสูง 1,326 เมตร เขาเขียวสูง 1,292 เมตร เขาสามยอดสูง 1,142 เมตร เขาฟ้าผ่าสูง 1,076 เมตร ประกอบด้วยทุ่งกว้างสลับกับป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์สภาพพื้นที่ด้านทิศเหนือและทิศตะวันออกจะลาดลง ส่วนทางทิศใต้ และทิศตะวันออกเป็นที่สูงชันขึ้นไปเรื่อยๆและเป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญ 5 สาย ได้แก่ แม่น้ำปราจีนบุรี แม่น้ำนครนายก แม่น้ำลำตะคอง แม่น้ำลำพระเพลิง และห้วยมวกเหล็ก

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีการจัดการบริการบ้านพัก บ้านพักเรือนแถว และค่ายพักแรม ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จำนวน 4 โซน ได้แก่ โซนศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โซนบนเขา-จุดชมวิว โซนค่ายสุรสีห์ และโซนบ้านธารน้ำร้อน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนในอุทยานฯได้อย่างสะดวกและปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่ของอุทยานเป็นผู้จัดการบริการให้แก่ักท่องเที่ยว โดยให้มีการจองคิวล่วงหน้าก่อนเข้าพัก (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ,ออนไลน์ , 2555) โดยได้มีประกาศมาตรการจำกัดนักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันนักท่องเที่ยวล้นอุทยานแห่งชาติ และกระทบสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะปริมาณขยะและจำนวนรถยนต์ ดังนั้นจึงกำหนดให้มีการจองล่วงหน้าก่อนจะเข้าไปท่องเที่ยวอุทยานฯ โดยเฉพาะการนอนพักค้างคืน

บ้านพัก เจ้าหน้าที่อุทยานจะพิจารณาให้เข้าพักตามลำดับการจองที่พัก และจากสถิติที่ผ่านมาพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนมกราคม ในปีถัดไป (ณรงค์ มรรณพ, ออนไลน์, 2551) จากสถิติการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในช่วงวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2552 – 30 กันยายน พ.ศ. 2553 อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 754,927 คน ในปี 2554 แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 680,717 คน และชาวต่างประเทศจำนวน 74,210 คน พาหนะจำนวน 185,372 ลำ/คัน รายละเอียดข้อมูลช่วงปี พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2554

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติตัวเลขของนักท่องเที่ยวโดยกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน และพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นนั้น ทำให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่อุทยานแห่งชาติทั้งด้านการเก็บค่าธรรมเนียมและค่าที่พักรวม และด้วยเหตุนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อจำนวนที่พักรวมในปัจจุบันที่มีอยู่อย่างจำกัด และต้องจองคิวล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อย่างแท้จริง และต้องเปลี่ยนทางเลือกมาใช้บริการของภาคเอกชนในด้านที่พักและบริการ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงขาดการจัดการความรู้ที่ถูกต้องในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมในอนาคตทั้งต่อธรรมชาติและชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาแล้ว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีอุทยานแห่งชาติอื่นๆที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความงดงามตามธรรมชาติไม่แพ้กัน ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูเรือ อุทยานแห่งชาติภูเรือมีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอภูเรือและอำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย อาณาเขตด้านทิศเหนืออยู่ติดกับประเทศลาว รูปพรรณสันฐานของภูเรือมีรูปร่างลักษณะเหมือนเรือใหญ่บนยอดดอยสูงเป็นภูผาสีสนิมสะดุดตาหินบางก้อนมีลักษณะเหมือนถูกปั้นแต่งไว้ ชาวบ้านเรียกว่า “กวางสมอ” โดยรอบๆ จะเห็นยอดดอยเป็นขุนเขาน้อยใหญ่ใกล้เคียงเป็นผ้าขาวด้วยละอองน้ำ หมอก ปกคลุมไว้ท่ามกลางป่าอันอุดมสมบูรณ์ มีเนื้อที่ประมาณ 120.84 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ป่าภูเรือประกอบด้วยทิวเขาสูง สลับซับซ้อนเรียงรายเป็นรูปต่างๆ น่าพิศวงสลับกับที่ราบเป็นบางส่วน สาเหตุที่ขนานนามว่า “ภูเรือ” เพราะมีภูเขาลูกหนึ่งมีชะง่อนผายื่นออกมาดูคล้ายสำเภาใหญ่ และที่ราบบนยอดเขามีสันคล้ายค้ำถั่งเรือตลอดจนมีธรรมชาติและทิวทัศน์ที่สวยงาม เหมาะสมที่จะจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ

คณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ มีมติในการประชุมเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2521 เห็นชอบให้กำหนดพื้นที่ป่าดังกล่าวเป็นอุทยานแห่งชาติ โดยได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณที่ดินป่าภูเรือ ในท้องที่ตำบลอาฮี ตำบลท่าลี่ อำเภอท่าลี่ และตำบลลาดค่าง ตำบลหนองบัว ตำบลร่องจิก อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ ซึ่งประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 96 ตอนที่ 124 ลงวันที่ 26 กรกฎาคม 2522 นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 16 ของประเทศ (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ,ออนไลน์ , 2555) อุทยานแห่งชาติภูเรือ อยู่ห่างจากจังหวัดเลย ประมาณ 48 กิโลเมตร โดยเดินทางไปโดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 203 ถึงอำเภอภูเรือ จะมีป้ายอุทยานแห่งชาติอยู่ปากทางเข้าซึ่งอยู่ข้างที่ว่าการอำเภอภูเรือ

(มาจากจังหวัดเลย ป้ายจะอยู่ทางด้านขวามือ มาจากจังหวัดเพชรบูรณ์ ป้ายจะอยู่ทางด้านซ้ายมือ) จากปากทางเข้าเดินทางต่อไปอีก ประมาณ 4 กิโลเมตร ก็ถึงที่ทำการอุทยานแห่งชาติและมีทางเดินเท้า 700 เมตร ก็จะถึงยอดภูเรือ ส่วนสถานที่พัก อุทยานฯ มีบริการบ้านพักไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ติดต่อขอรายละเอียดและสำรองที่พักล่วงหน้าได้ที่ ที่ทำการอุทยานฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ,ออนไลน์ , 2556)

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2559 สอดคล้องกับแนวทางการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคตที่มีทิศทางในการท่องเที่ยวที่เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทั้งนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน รวมไปถึงการดูแลรักษาทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และอุทยานแห่งชาติภูเรือ และสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจนทำให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต โดยยังคงสามารถคงสภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวต่อไป จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยถึงความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างปัจจัยในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีผลกระทบต่อกันเป็นทอดๆตั้งแต่ปัจจัยต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยใช้อุทยานแห่งชาติทั้งสองแห่งที่กล่าวมาเป็นกรณีศึกษา เพื่อนำผลความรู้จากการวิจัยที่ได้มาพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างถูกต้องเหมาะสมมีความก้าวหน้ามั่นคงตลอดไป

2.2.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางด้าน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย
3. เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของปัจจัยทางด้านต้นน้ำ ปัจจัยทางด้านกลางน้ำ และปัจจัยทางด้านปลายน้ำที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย
4. เพื่อระบุแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2.3 สมมุติฐานงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย ได้กำหนดสมมุติฐานของงานวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้แก่

H_{01} ตัวแปรอิสระภายในห่วงโซ่อุปทานด้านต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กัน สมมุติฐานข้อที่ 2 ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ได้แก่

H_{02} ปัจจัยทางด้านต้นน้ำ มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยทางด้านกลางน้ำ

H_{03} ปัจจัยทางด้านกลางน้ำ มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยทางด้านปลายน้ำ

H_{04} ปัจจัยทางด้านต้นน้ำ มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยทางด้านปลายน้ำ

2.2.4 วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมาย คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555) โดยแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการ และการให้บริการในระบบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติ 2 แห่งข้างต้นดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านต้นน้ำ (ผู้ให้บริการ) ได้แก่ 1. ทรัพยากรและศักยภาพ 2. คุณลักษณะขององค์กร 3. การไหลของข้อมูล 4. ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร 5. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 6. ประสิทธิภาพและการปฏิบัติหน้าที่

2. ปัจจัยทางด้านกลางน้ำ (ด้านการให้บริการ) ได้แก่ 1. ที่พักอาศัย 2. การเดินทาง 3. สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม และ 4. อาหารและงานฝีมือท้องถิ่น

3. ปัจจัยทางด้านปลายน้ำ (ผู้ให้บริการ คือ นักท่องเที่ยว) ได้แก่ ระดับความพึงพอใจ

ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 ราย แบ่งตามอัตราส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นเก็บที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จำนวน 340 ราย และที่อุทยานแห่งชาติภูเรือจำนวน 100 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (3) ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ปัจจัยด้านต้นน้ำ) (4) ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ปัจจัยด้านกลางน้ำ) และความพึงพอใจโดยภาพรวมของนักท่องเที่ยว (ปัจจัยด้านปลายน้ำ) และ(5) ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่น ๆ โดยข้อคำถามในส่วนที่ (1) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ (2) (3) และ(4) มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สำหรับส่วนที่ (5) มีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายเปิด

เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามดังกล่าวได้พัฒนาขึ้นมา โดยได้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ หลังจากนั้นได้นำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เฉพาะในส่วนที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยจะพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดในเครื่องมือนี้ว่าจัดอยู่ในปัจจัยกลุ่มเดียวกันหรือไม่ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach' alpha coefficient) ทั้งนี้ผลที่ได้จากการทดสอบมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหากอยู่ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานที่กำหนดไว้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจากการหาค่าความถี่ หรือร้อยละ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) ตลอดจนใช้สถิติการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่ามีความแตกต่างกัน ทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe's method (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

2.2.5 ผลการศึกษา

1. การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีตัวอย่างอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ในส่วนนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษารูปได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว 2 - 3 ครั้ง มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนกรกฎาคม - กันยายน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 - 3 วัน และมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่

ส่วนความรู้และความเข้าใจในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับระบบนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์ และในอนาคตนักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศอีกครั้งอย่างแน่นอน

1.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีตัวอย่างอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ทางด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ

การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องพิจารณาทั้งห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวด้านต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยหลักได้แก่ (1) ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการขององค์กร หรือปัจจัยทางด้านต้นน้ำ (2) ปัจจัยทางด้านการให้บริการ หรือปัจจัยทางด้านกลางน้ำ และ(3) ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยทางด้านปลายน้ำ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน

การวิเคราะห์สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านต้นน้ำและปัจจัยทางด้านกลางน้ำพบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำ จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ด้านคุณลักษณะขององค์กร ด้านการนำข้อมูลที่ได้รับ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ (การไหลของข้อมูล) ด้านค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงกับตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านที่พักอาศัย (ขนาดของความสัมพันธ = 0.673) ด้านการเดินทาง (ขนาดของความสัมพันธ = 0.580) ด้านสถานที่และกิจกรรม (ขนาดของความสัมพันธ = 0.647) ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ = 0.599) ยกเว้นตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านคุณลักษณะขององค์กร ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับปานกลางกับตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านการเดินทาง (ขนาดของความสัมพันธ = 0.491)

นอกจากนี้พบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ทางด้านที่พักอาศัยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรต่างๆ ของปัจจัยด้านต้นน้ำที่มากที่สุด เมื่อเทียบกับตัวแปรอื่นๆ ในปัจจัยด้านกลางน้ำ ทำให้ค้นพบว่า การบริหารจัดการที่ดีขององค์กรจะส่งผลกระทบต่อ การให้บริการด้านที่พักอาศัยชัดเจนที่สุด

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลางน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ = 0.644) สรุปได้ว่า อาหารและงานฝีมือท้องถิ่นส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากมีการให้บริการด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่ดี น่าจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต้นน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ (ขนาดของความสัมพันธ์ = 0.585) สรุปได้ว่า ประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากองค์กรมีประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารจัดการที่ดี น่าจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง ทำให้ทราบว่า การบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับการให้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ทำให้ควรมีการบริหารจัดการด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นประเด็นหลักที่มีความสัมพันธ์กับทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงช่วยสร้างความพึงพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้

1.3 เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

1. ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวม พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านต้นน้ำ มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.446) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ขนาดของผลกระทบ = 0.286) และตัวแปรด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร (ขนาดของผลกระทบ = 0.107) ตามลำดับ

นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ขนาดของผลกระทบตัวแปรย่อยในปัจจัยด้านต้นน้ำต่อตัวแปรย่อยในปัจจัยด้านกลางน้ำ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านคุณลักษณะขององค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านที่พัก โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.531, 0.185 และ 0.118 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านการเดินทาง โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.404 และ 0.246 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ และด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านสถานที่และกิจกรรม โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.317, 0.289 และ 0.178 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นทุนน้ำ ด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านการนำข้อมูลที่ได้รับ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ (การไหลของข้อมูล) มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.390, 0.284 และ 0.200 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ โดยตัวแปรปัจจัยด้านกลางน้ำ มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.351) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านที่พักอาศัย (ขนาดของผลกระทบ = 0.200) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นทุนน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ โดยตัวแปรปัจจัยด้านต้นทุนน้ำ มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.460) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านคุณลักษณะขององค์กร (ขนาดของผลกระทบ = 0.184) ตามลำดับ

2. การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีตัวอย่าง อุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย

ในส่วนนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย ผลการศึกษารูปได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว 1 ครั้ง มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 – 3 วัน และมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่

ส่วนความรู้และความเข้าใจในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับระบบนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์ และมีความอุดมสมบูรณ์ ในอนาคตนักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศอีกครั้งอย่างแน่นอน

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีตัวอย่างอุทยานแห่งชาติภูเรือ ทางด้านต้นทุนน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ

การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องพิจารณาทั้งห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวด้านต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยหลักได้แก่ (1) ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการขององค์กร หรือปัจจัยทางด้านต้นน้ำ (2) ปัจจัยทางด้านการให้บริการ หรือปัจจัยทางด้านกลางน้ำ และ(3) ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยทางด้านปลายน้ำ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน

การวิเคราะห์สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านต้นน้ำและปัจจัยทางด้านกลางน้ำพบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำ จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ด้านคุณลักษณะขององค์กร ด้านการนำข้อมูลที่ได้รับ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ (การไหลของข้อมูล) ด้านค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงกับตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านที่พักอาศัย (ขนาดของความสัมพันธ = 0.760) ด้านการเดินทาง (ขนาดของความสัมพันธ = 0.683) ด้านสถานที่และกิจกรรม (ขนาดของความสัมพันธ = 0.702) ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ = 0.608) ยกเว้นตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับปานกลางกับตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ = 0.482)

นอกจากนี้พบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ทางด้านที่พักอาศัยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรต่างๆ ของปัจจัยด้านต้นน้ำที่มากที่สุด เมื่อเทียบกับตัวแปรอื่นๆ ในปัจจัยด้านกลางน้ำ ทำให้ค้นพบว่า การบริหารจัดการที่ดีขององค์กรจะส่งผลกระทบต่อการให้บริการด้านที่พักอาศัยอย่างชัดเจนที่สุด

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลางน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ = 0.749) สรุปได้ว่าอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากมีการให้บริการด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่ดี ก็จะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต้นน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับ ปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ขนาดของความสัมพันธ = 0.623) สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและสามารถบริหารจัดการงานได้ดี ก็จะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง ทำให้ทราบว่า การบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับการให้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูเรือ ทำให้ควรมีการบริหารจัดการด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการหรือการเข้ามามีส่วนร่วม

ในการบริหารจัดการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นประเด็นหลักที่ความสัมพันธ์กับทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงช่วยสร้างความพึงพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้

2.3 เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย

1) ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวม พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านต้นน้ำ มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.418) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ขนาดของผลกระทบ = 0.236) และตัวแปรด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร (ขนาดของผลกระทบ = 0.182) ตามลำดับ

นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ขนาดของผลกระทบตัวแปรย่อยในปัจจัยด้านต้นน้ำต่อตัวแปรย่อยในปัจจัยด้านกลางน้ำ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ปัจจัยด้านต้นน้ำด้านประสบการณ์ และการปฏิบัติหน้าที่ และด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านที่พัก โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.512 และ 0.314 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านคุณลักษณะขององค์กร ด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านการเดินทาง โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.330, 0.291 และ 0.231 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นน้ำด้านประสบการณ์ และการปฏิบัติหน้าที่ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านคุณลักษณะขององค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านสถานที่และกิจกรรม โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.334, 0.221 และ 0.221 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นน้ำด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.368 และ 0.283 ตามลำดับ

2) ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ โดยตัวแปรปัจจัยด้านกลางน้ำ มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.432) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านสถานที่และกิจกรรม (ขนาดของผลกระทบ = 0.420) ตามลำดับ

3) ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ โดยตัวแปรปัจจัยด้านต้นน้ำ มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งมีขนาด

ของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.388) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านการนำข้อมูลที่รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (การไหลของข้อมูล) (ขนาดของผลกระทบ = 0.376) ตามลำดับ

3. การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีตัวอย่าง อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย

ในส่วนนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชากรกลุ่มเป้าหมายที่นำมาใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และ อุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย รวมกัน ผลการศึกษาสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว 2 – 3 ครั้ง มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 – 3 วัน และมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่

ส่วนความรู้และความเข้าใจในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับระบบนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์ และในอนาคตนักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศอีกครั้งอย่างแน่นอน

3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ

ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยทางการบริหารจัดการขององค์กร หรือปัจจัยทางด้านต้นน้ำ (2) ปัจจัยทางการให้บริการ หรือปัจจัยทางด้านกลางน้ำ และ(3) ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยทางด้านปลายน้ำ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน

การวิเคราะห์สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านต้นน้ำและปัจจัยทางด้านกลางน้ำพบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำ จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ด้านคุณลักษณะขององค์กร ด้านการนำข้อมูลที่รับ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ (การไหลของข้อมูล) ด้านค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงกับตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านที่พักอาศัย (ขนาดของความสัมพันธ = 0.699) ด้านการเดินทาง (ขนาดของความสัมพันธ = 0.605) ด้านสถานที่และกิจกรรม (ขนาดของความสัมพันธ = 0.661) ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ = 0.606) ตามลำดับ

นอกจากนี้พบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ทางด้านที่פקอาศัยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรต่างๆ ของปัจจัยด้านต้นน้ำที่มากที่สุด เมื่อเทียบกับตัวแปรอื่นๆ ในปัจจัยด้านกลางน้ำ ทำให้ค้นพบว่า การบริหารจัดการที่ดีขององค์กรจะส่งผลกระทบต่อการให้บริการด้านที่פקอาศัยอย่างชัดเจนที่สุด

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลางน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ์ = 0.685) สรุปได้ว่า อาหารและงานฝีมือท้องถิ่นส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากมีการให้บริการด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่ดี ก็จะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต้นน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับ ปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ (ขนาดของความสัมพันธ์ = 0.598) สรุปได้ว่า ประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากองค์กรมีประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารจัดการที่ดี ก็จะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง ทำให้ทราบว่า การบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับการให้บริการ และส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ ทำให้ควรมีการบริหารจัดการด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นประเด็นหลักที่ความสัมพันธ์กับทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงช่วยสร้างความพึงพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้

3.3 เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย

1. ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่ผลกระทบต่อปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวม พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านต้นน้ำ มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.472) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ขนาดของผลกระทบ = 0.256) และตัวแปรด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร (ขนาดของผลกระทบ = 0.131) ตามลำดับ

นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ขนาดของผลกระทบตัวแปรย่อยในปัจจัยด้านต้นน้ำต่อตัวแปรย่อยในปัจจัยด้านกลางน้ำ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ปัจจัยด้านต้นทุนน้ำด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านที่พักอาศัย โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.543, 0.170 และ 0.152 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นทุนน้ำด้านประสบการณ์ และการปฏิบัติหน้าที่ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร และด้านคุณลักษณะขององค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านการเดินทาง โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.417, 0.219, 0.152 และ 0.120 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นทุนน้ำด้านประสบการณ์ และการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร และด้านคุณลักษณะขององค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านการเดินทาง โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.346, 0.272, 0.179 และ 0.150 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านต้นทุนน้ำด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านการนำข้อมูลที่ได้รับ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ (การไหลของข้อมูล) มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำ ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ 0.411, 0.273 และ 0.148 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ โดยตัวแปรปัจจัยด้านกลางน้ำ มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.366) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านการเดินทาง (ขนาดของผลกระทบ = 0.178) และด้านสถานที่และกิจกรรม (ขนาดของผลกระทบ = 0.167) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นทุนน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ โดยตัวแปรปัจจัยด้านต้นทุนน้ำ มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งมีขนาดของผลกระทบมากที่สุด (ขนาดของผลกระทบ = 0.438) รองลงมาคือ ตัวแปรด้านคุณลักษณะขององค์กร (ขนาดของผลกระทบ = 0.196) ตามลำดับ

2.2.6 สรุปภาพรวมผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลงานวิจัยแต่ละส่วน สามารถนำมาพิจารณารวมกันในภาพการเปรียบเทียบเพื่อตอบข้อคำถามงานวิจัยที่กำหนดในวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติทั้งสองเป็นในทางเดียวกัน แต่มีหลายข้อที่แตกต่างกันจนน่าศึกษาว่ามีเหตุผลใดที่ทำให้เกิดความแตกต่าง เช่น

ช่วงอายุของกลุ่มนักท่องเที่ยว อาชีพ รายได้ ขณะที่พฤติกรรมการท่องเที่ยว ก็แตกต่างกันในบางข้อเช่น จำนวนครั้งที่เคยมา ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าพาหนะ ค่าของที่ระลึก ค่าธรรมเนียมผ่านประตู ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ถ้าสามารถศึกษาได้ถึงเหตุผลที่มาอย่างชัดเจน อาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างได้มากขึ้น ในขณะที่การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยพิจารณาแยกเป็นส่วนของความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ พบว่าสำหรับแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำและปลายน้ำ อย่างไรก็ตามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านต้นน้ำและกลางน้ำที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยย่อยการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กร สำหรับด้านต้นน้ำ และปัจจัยย่อยด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น สำหรับด้านกลางน้ำ ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูเรือ ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเฉพาะด้านปลายน้ำคือความพึงพอใจโดยรวม ขณะที่ด้านต้นน้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีปัจจัยย่อยทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง และด้านกลางน้ำอยู่ในระดับปานกลางโดยมีปัจจัยย่อยทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางด้าน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลยโดยศึกษาผ่านการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแล้วมีความรู้สึกต่อองค์ประกอบปัจจัยภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเหล่านี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองให้ผลการวิจัยไปในทิศทางเดียวกันคือ ปัจจัยเหล่านี้ (ต้นน้ำ กลางน้ำ และ ปลายน้ำ) มีความสัมพันธ์โดยตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำ ทางด้านที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรต่างๆ ของปัจจัยด้านต้นน้ำที่มากที่สุด เมื่อเทียบกับตัวแปรอื่นๆ ในปัจจัยด้านกลางน้ำ สรุปได้ว่าการบริหารจัดการที่ดีขององค์กรจะส่งผลกระทบต่อ การให้บริการด้านที่พักอาศัยอย่างชัดเจนที่สุด ตัวแปรของปัจจัยด้านกลางน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น (ขนาดของความสัมพันธ์ = 0.644) สรุปได้ว่า อาหารและงานฝีมือท้องถิ่นส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากมีการให้บริการด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่ดี ก็จะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต้นน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านต้นน้ำมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูงกับปัจจัยด้านปลายน้ำ ทางด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ (ขนาดของความสัมพันธ์ = 0.585) สรุปได้ว่า ประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากองค์กรมีประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารจัดการที่ดี ก็จะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มากขึ้นด้วย สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านต้นน้ำ ด้านกลางน้ำ และด้านปลายน้ำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง ทำให้ทราบว่า การบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับการให้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ ทำให้ควรมีการบริหารจัดการด้านประสบการณ์

และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการทางด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นประเด็นหลักที่มีความสัมพันธ์กับทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงช่วยสร้างความพึงพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ โดยที่ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนในทุกปัจจัย การพัฒนาในส่วนใดส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานจะเกิดผลกระทบต่อส่วนอื่นเสมอ การพัฒนาส่วนใดส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นการพัฒนาส่วนอื่นไปด้วย อย่างไรก็ตามการพิจารณาพัฒนาในทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันไปพร้อมๆกันจะทำให้เกิดศักยภาพสูงสุดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการศึกษาผ่านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เนื่องจากจะไม่ต้องมีการติดขัดในส่วนที่ยังไม่ได้มีการพัฒนา

3. เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในส่วนของปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวมเหมือนกันทั้ง 3 ตัวแปรเรียงตามลำดับผลกระทบดังนี้ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และตัวแปรด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กรตามลำดับ ขณะที่ผลกระทบระหว่างตัวแปรย่อยมีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องลำดับผลกระทบและชื่อตัวแปร ส่วนผลการศึกษิตัวแปรของปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่ามีทั้งเหมือนและแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยวคือ เหมือนกันในด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมากที่สุด ที่แตกต่างกันคือลำดับรองลงมาเป็นด้านที่พักอาศัย สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็นด้านสถานที่และกิจกรรม สำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ ส่วนสุดท้ายเป็นผลการศึกษิตัวแปรของปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่ามีแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยว โดยเป็น ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ และตัวแปรด้านคุณลักษณะขององค์กร ตามลำดับ สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็นตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และตัวแปรด้านการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ตามลำดับ สำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ

2.2.7 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่เป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่า อายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี โดยมีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 18 – 30 ปี สำหรับประเทศไทยมีข้อได้เปรียบทางด้านนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีราคาไม่สูงมาก ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสามารถในการจ่ายเพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยว จึงควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายตามช่วงอายุ และรายได้ดังกล่าว และเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติภูเรือ ควรมีการเน้นไปที่กิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เช่น การท่องเที่ยวแบบผจญภัย และการท่องเที่ยวแบบทัศนศึกษาเพื่อสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศเติบโตมากขึ้นและถือเป็นโอกาสที่ดีในการปลูกฝังเยาวชนให้มีความรู้และความรับผิดชอบในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี พ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2559 ในด้านยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต่อการรักษาสสมดุลของระบบนิเวศบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแล รักษาและใช้ประโยชน์ โดยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ฟื้นฟู และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัฒนาระบบบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ

2. ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว 2 – 3 ครั้ง มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคมโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ใช้เวลาในการมาท่องเที่ยว 2 - 3 วัน และมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ จะเห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงหน้าหนาว เพื่อมาพักผ่อนได้รับอากาศที่เย็นสบาย และมักเป็นครอบครัว ดังนั้นอุทยานแห่งชาติที่เปิดให้บริการการท่องเที่ยวเชิงระบบนิเวศนั้น จึงควรให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และเปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเข้ามาให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว ถือเป็น การเพิ่มทางเลือกและเพิ่มคุณภาพให้แก่ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น และคงไว้ซึ่งความสามารถธรรมาภิบาลรักษาความเป็นธรรมชาติให้แก่พื้นที่ในบริเวณอุทยาน ซึ่งจะนำมาสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน และการตัดสินใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นให้แก่อุทยานแห่งชาติ

3. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยด้านปลายน้ำมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นภายในห่วงโซ่อุปทานจะมีผลกระทบต่อกัน ดังนั้นในการเพิ่มศักยภาพแก่ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จึงควรมีการเอาใจใส่ในทุกๆด้านของห่วงโซ่อุปทาน ไม่ว่าจะจัดเป็นด้านการบริหารจัดการ การให้บริการ และด้านการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะนำมาสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน และการตัดสินใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นให้แก่อุทยานแห่งชาติ

4. ผลการวิจัยระบุชัดเจนว่าปัจจัยหรือองค์ประกอบต่างๆที่มีกิจกรรมเชื่อมต่อหรือทำร่วมกันอยู่ตั้งแต่ปัจจัยต้นน้ำซึ่งเป็นเรื่องของการบริหารจัดการ ปัจจัยกลางน้ำซึ่งเป็นเรื่องของการบริการ ไปจนถึงปลายน้ำได้แก่ นักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันส่งผลกระทบต่อกันอย่างชัดเจนเกือบทั้งหมด โดยการพัฒนาด้านใด มากน้อยแค่ไหน แรงดันแค่ไหน โดยกิจกรรมที่ควรมีการดำเนินการ จะพิจารณา ดำเนินการไปพร้อมๆกันทั้งโซ่อุปทานการท่องเที่ยวดังนี้

4.1 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในส่วนต้นน้ำซึ่งเป็นกิจกรรมของการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งผลิตตัวสินค้าหลักของการท่องเที่ยว ซึ่งโดยภาพรวมแล้วถ้ามองคุณภาพของการท่องเที่ยวในส่วนต้นน้ำผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เปรียบเหมือนส่วนประกอบหลักในการตัดสินใจเข้ามาร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว เข้ามาร่วมใช้จ่ายใช้สอยแล้วจะเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น และหากดูละเอียดเพิ่มขึ้นในแต่ละปัจจัยย่อยของส่วนต้นน้ำจะเห็นชัดเจนขึ้นว่าปัจจัยใดมีคุณภาพแล้วและปัจจัยใดต้องพัฒนา เช่น ปัจจัยทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร โดยการประเมินของนักท่องเที่ยวแล้วอยู่ในระดับพอใจมาก แต่หากมองลงไป 4 ปัจจัยย่อย พบว่ามี 2 ปัจจัยที่มีระดับพอใจมากคือ ความสามารถดูแลรักษาสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณอุทยานฯให้คงความเป็นธรรมชาติตามสภาพเดิม และการจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ส่วนอีก 2 ปัจจัยย่อยมีระดับพอใจปานกลาง คือการจัดเตรียมสถานที่และมอบหมายบุคลากรเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สำหรับการให้ข้อมูล และการจองห้องพักล่วงหน้า หน่วยงานรัฐหรือองค์กรใดๆที่เกี่ยวข้องสามารถร่วมกันพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้มีคุณภาพดีขึ้นได้ และสามารถทำเช่นเดียวกันในปัจจัยย่อยอื่นๆของส่วนต้นน้ำ อันนำไปสู่ความมีคุณภาพกิจกรรมต้นน้ำของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมของปัจจัยด้านต้นน้ำ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านกลางน้ำมากที่สุด และเมื่อแยกเป็นประเด็นย่อยจะพบว่า ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ มีขนาดของผลกระทบมากที่สุดต่อ ตัวแปรทางด้านที่พักอาศัย ด้านการเดินทาง ด้านสถานที่และกิจกรรม และด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น ดังนั้นอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติภูเรือควรให้ความสำคัญแก่ด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์และมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน และมีความเต็มใจให้บริการจะมีผลในการช่วยส่งเสริมด้านการให้บริการ เป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ท่องเที่ยว

4.2 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในส่วนกลางน้ำ ซึ่งเป็นกิจกรรมของการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งในเรื่องการบริการการขนส่งทั้งนักท่องเที่ยวและสัมภาระ บริการสถานที่และกิจกรรม บริการที่พักอาศัย บริการอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นเป็นของที่ระลึก หากนักท่องเที่ยวทราบว่าบริการเหล่านี้สามารถสนองความต้องการของเขาได้เป็นอย่างดี ย่อมต้องการมาท่องเที่ยว และถ้าประทับใจก็มีโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือบอกต่อแนะนำให้ญาติมิตร เพื่อนฝูง หรือบุคคลอื่นๆมาเที่ยวต่อไป ซึ่งโดยภาพรวมแล้วถ้ามองคุณภาพของการท่องเที่ยวในส่วนกลางน้ำผ่านความพึง

พอใจของนักท่องเที่ยวแล้วจะเห็นว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งน่าจะเป็นที่พอใจในคุณภาพการท่องเที่ยวในส่วนนี้ แต่หาก หากดูละเอียดเพิ่มขึ้นในแต่ละปัจจัยย่อยของส่วนกลางน้ำจะเห็นชัดเจนขึ้นว่าปัจจัยใดมีคุณภาพแล้ว และปัจจัยใดต้องพัฒนาอีก โดยจากผลวิจัยพบว่าใน 4 ปัจจัยของงานบริการในส่วนกลางน้ำ มี 3 ปัจจัยที่ได้รับการประเมินความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนอีก 1 ปัจจัยคือการบริการด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น ได้รับความพึงพอใจระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อศึกษาในปัจจัยย่อยที่มีอยู่ 5 ปัจจัยพบว่า มีเพียงกิจกรรมการจัดพื้นที่เฉพาะเพื่อให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เท่านั้นที่นักท่องเที่ยวรู้สึกพอใจในระดับมาก ขณะที่อีก 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ร้านอาหารและเครื่องดื่มในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสะอาดและถูกสุขอนามัย มีการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มอย่างเพียงพอ ราคาอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และให้โอกาสคนในชุมชนเข้ามาขายของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในส่วนของกลางน้ำจึงควรเข้าไปเน้นในประเด็นเหล่านี้ก่อน อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านกลางน้ำ กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ตัวแปรด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นมีความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้น การให้บริการของการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติภูเรือ ควรให้ความสำคัญแก่ ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นเป็นประเด็นหลัก ในการเตรียมความพร้อมในการจัดพื้นที่สำหรับจำหน่ายอาหารและงานฝีมือท้องถิ่น หรือเปิดโอกาสให้คนในพื้นที่อุทยานเข้ามาให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว ถือเป็นทางเลือกและเพิ่มคุณภาพให้แก่ด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นด้วยและเนื่องจากเหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำต้องอาศัยความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ แทบทุกด้าน ดังนั้นหากอุทยานแห่งชาติฯ มีการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

4.3 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยต้นน้ำ กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่า ปัจจัยด้านต้นน้ำ ตัวแปรด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความสำคัญต่อ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติภูเรือ ควรให้ความสำคัญด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์และมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน และมีความเต็มใจให้บริการจะมีผลในการช่วยส่งเสริมด้านการให้บริการเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุดต่อไป

5. จากข้อเสนอแนะที่กล่าวมานำเสนอเป็นกิจกรรมที่เป็นการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปพร้อมๆกันทั้งโซ่อุปทานดังนี้

5.1 การส่งเสริมและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เป็นการพัฒนาความรู้และกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมที่เหมาะสมมีคุณภาพในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้เกิดขึ้นมาเป็นเวลานานหลายปีแล้ว และจากผลการวิจัยบ่งชี้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้นกว่าในอดีตแต่ก็ยังไม่ดีพอ โดยเฉพาะคาดว่าประชาชนส่วนใหญ่ที่อาจมีความต้องการเป็นลูกค้าของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังไม่ค่อยรู้จักการท่องเที่ยวในลักษณะนี้มากนัก หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบและผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวควรร่วมมือส่งเสริมและเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยให้ประชาชนรู้จักและเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น ทั้งความหมาย รูปแบบ และลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้อง รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่มีมากขึ้นโดยเฉพาะกระบวนการที่สามารถนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวลักษณะนี้ได้โดยไม่ยากลำบากเหมือนในอดีต น่าจะกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในเชิงนิเวศได้ กิจกรรมนี้เป็นการเพิ่มคุณภาพทางด้านปลายน้ำหรือที่ตัวนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นในโซ่อุปทานเช่น ท่องเที่ยวเดินทางอย่างเข้าใจ ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นต้น

5.2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มความเอาใจใส่ดูแลด้านต่างๆให้มากขึ้น โดยหน่วยงานภาครัฐควรทำการพัฒนาในทุกด้านที่ได้จากการศึกษาวิจัยแล้วว่ายังมีคุณภาพไม่ถึงระดับที่จะสร้างความพึงพอใจในระดับมากได้ และหากมีงบประมาณไม่เพียงพอก็เลือกทำตามความสำคัญเร่งด่วน และที่ส่งผลกระทบต่อด้านอื่นๆในโซ่อุปทานอย่างมากก่อน เช่นการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีเหมาะแก่การเดินทางไปท่องเที่ยว ปัญหาการเดินทาง ความสะดวกในการเดินทาง เส้นทางคมนาคมความปลอดภัย ที่พักและสาธารณสุข

5.3 สร้างจิตสำนึกให้ประชาชนโดยเฉพาะในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวรู้จักในแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองอยู่ โดยการช่วยและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆในการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว อนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น มีจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อม มีจิตคิดเป็นเจ้าบ้านโดยให้ความช่วยเหลือดูแลนักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลอดเวลาอย่างเอื้ออาทร จริงใจ มองประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว

5.4 การทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เพราะโดยหลักการแล้วการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกำหนดให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนา โดยคนท้องถิ่นควรได้มีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ ควบคุมดูแลทรัพยากรในชุมชนของตน

5.5 การส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อเป็นการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันทำ เช่นหน่วยงานรัฐให้งบประมาณสนับสนุนเอกชนหรือชุมชนท้องถิ่นดำเนินจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของท้องถิ่น เป็นต้น

5.6 การจัดอบรมมัคคุเทศก์ให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศน์และหลักการอนุรักษ์และมีความเชี่ยวชาญในเส้นทางนำเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยววันั้น ให้มีจำนวนมากพอ จะได้มีความสามารถในการนำนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในแนวทางที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และสามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรต่างๆอย่างเป็นระบบไปพร้อมกับการสร้างความสนุกสนานไม่น่าเบื่อ

5.7 หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้ภาคเอกชนจัดกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของท้องถิ่นโดยให้คำแนะนำปรึกษาและงบประมาณบางส่วน ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้

จากที่กล่าวมาเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวตลอดโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาพรวมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ไปพร้อมๆกัน ซึ่งเมื่อพัฒนาส่วนหนึ่งก็จะมีผลกระทบต่ออีกส่วนด้วยถือเป็นการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวตลอดสายโซ่อุปทาน

ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

1. การศึกษาได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นผู้บริโภคชั้นสุดท้ายในระบบห่วงโซ่อุปทานนับว่ามีความสำคัญมากที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากนี้ข้อจำกัดทางด้านเวลาในการทำวิจัยทำให้ไม่สามารถทำการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านรีสอร์ทและที่พักในบริเวณใกล้เคียงชาวบ้านในชุมชนบริเวณโดยรอบเจ้าหน้าที่ประจำอุทยานฯ และผู้ประกอบการทัวร์และร้านค้าในบริเวณโดยรอบ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลและทำการวิเคราะห์จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว เพื่อให้การวิจัยเห็นภาพรวมของการจัดการห่วงโซ่อุปทานได้สมบูรณ์ขึ้น

2. ควรมีการวางแผนในการติดต่อและยื่นเรื่องการขออนุญาตเข้าถึงข้อมูลสำหรับงานวิจัยจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจ้าหน้าที่ประจำอุทยานแห่งชาติเป็นการล่วงหน้า เนื่องจากต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 90 วัน ซึ่งเป็นไปตามแนวปฏิบัติของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช

3. โดยที่การศึกษาได้ทำเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติฯ 2 แห่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น แม้ว่าจากผลการวิจัยจะมีผลการวิจัยที่ได้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันแทบทั้งหมด สามารถตอบข้อคำถามงานวิจัยที่ตั้งเป็นสมมุติฐานได้อย่างชัดเจน แต่ถ่วงลงไปในเรื่องรายละเอียดของผลการวิจัยมากขึ้น จะพบว่าแม้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบเดียวกันเป็นอุทยานแห่งชาติเหมือนกันและอยู่ในภูมิภาคทางตะวันออกเฉียงเหนือเหมือนกัน ก็ยังมีความแตกต่างของแต่ละองค์ประกอบในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นองค์ประกอบด้านปลายน้ำของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลและทำการวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติ ในเขตพื้นที่อื่นๆเพื่อทำการเปรียบเทียบความสัมพันธ์และผลกระทบทางตรงที่เกิดขึ้นแต่ละเขตพื้นที่ที่ทำการวิจัยมีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อสามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นๆโดยเฉพาะซึ่งจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างสูงสุด

2.2.8 รายการอ้างอิง

- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2555). **สถิตินักท่องเที่ยว ที่พัก ยานพาหนะในอุทยานแห่งชาติ และวนอุทยาน** [ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.dnp.go.th/NPRD/develop/Stat_Tourist.php
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **นโยบายและแผนการตลาด** [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://thai.tourismthailand.org/about-tat-page/about-tat/policy-marketing-plan>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.
- ข่าวสารการท่องเที่ยว.(2555). **Tourism expected to pass \$2 trillion in GDP**. [ออนไลน์].
ได้จาก : www.breakingtravelnews.com/news/article/tourism-expected-to-pass-2-trillion-in-gdp/
- ณรงค์ มหรรณพ. (2551). **เที่ยวเขาใหญ่ไม่มีปัญหาจากการจำกัดนักท่องเที่ยว**. [ออนไลน์].
ได้จาก : <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=278826>
- ธนธรณ์ ทองหอม. (2554). **การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. สาขาวิชาการวางแผน และการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรีดี โชติช่วง. (2552). **นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์].
ได้จาก: <http://dc273.4shared.com/doc/XZVmrSI9/preview.html>
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.(2540).**ร่างนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.
- Ceballos Lascurain, H. (1991). “Ecotourism, and protected areas”. In JA Kusler (ed.) **Ecotourism and Resource Conservation** (pp. 24-31).

2.3 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.3.1 บทนำ

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก เห็นได้จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกปี ซึ่งก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ๆ หลายอุตสาหกรรม ทั้งทางด้าน การว่าจ้างแรงงานหมุนเวียนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตลาดแรงงานในการท่องเที่ยวมีการขยายการเติบโตจากเดิมมากขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สำหรับในประเทศไทยนั้น ได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมานานกว่า 40 ปี ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยวปรากฏอย่างชัดเจนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

ว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเห็นได้จากผลประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสูงขึ้น (วรรณพร วาณิชชานุกร, 2540) ทั้งยังเป็นตัวช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่น รัฐบาลพยายามผลักดันนโยบายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและวางกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลไทย จึงพยายามส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว เห็นได้อย่างเด่นชัดเริ่มจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 8 เน้นการพัฒนาชุมชนและการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 ยังคงเน้นการส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ก็เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่อยู่ภายใต้กรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมจะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็มีความเพลิดเพลินรวมอยู่ภายใต้กรอบของการมีจิตสำนึกในการรักษาแหล่งเที่ยวนั้นๆ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 10)

วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถดึงดูดให้กลุ่มคนต่างถิ่น เดินทางมาเยือนเพื่อสัมผัสและชื่นชมกับสิ่งที่ไม่เคยมีในท้องถิ่นของตน จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมของคน ท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวได้ใช้วัฒนธรรม ของท้องถิ่นเป็นทรัพยากรในการดำเนินกิจการ ในขณะที่เดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้าน การสร้างรายได้ การจ้างงาน นำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งวัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม ที่ประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ วัฒนธรรม กฎหมาย ประเพณี พิธีกรรม วิทยาการ และทุกสิ่งทุกอย่างที่คิดขึ้นทำขึ้น ในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวนั้นเป็นวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุหรือมีลักษณะเป็น รูปธรรมที่จะนำมาพัฒนาให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวโบราณวัตถุสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม และการละเล่นพื้นบ้าน เทศกาลงานประเพณี งานศิลปหัตถกรรมสินค้าท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และอัยาศัย ไมตรีของคนไทย (สามพร มณีไมตรีจิต, 2539)

ประเทศไทยมีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการดึงดูดใจ การรองรับ และการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยศักยภาพทางการตลาดถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งศักยภาพทางการตลาดด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ในการพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยวในเทศกาลต่างๆ

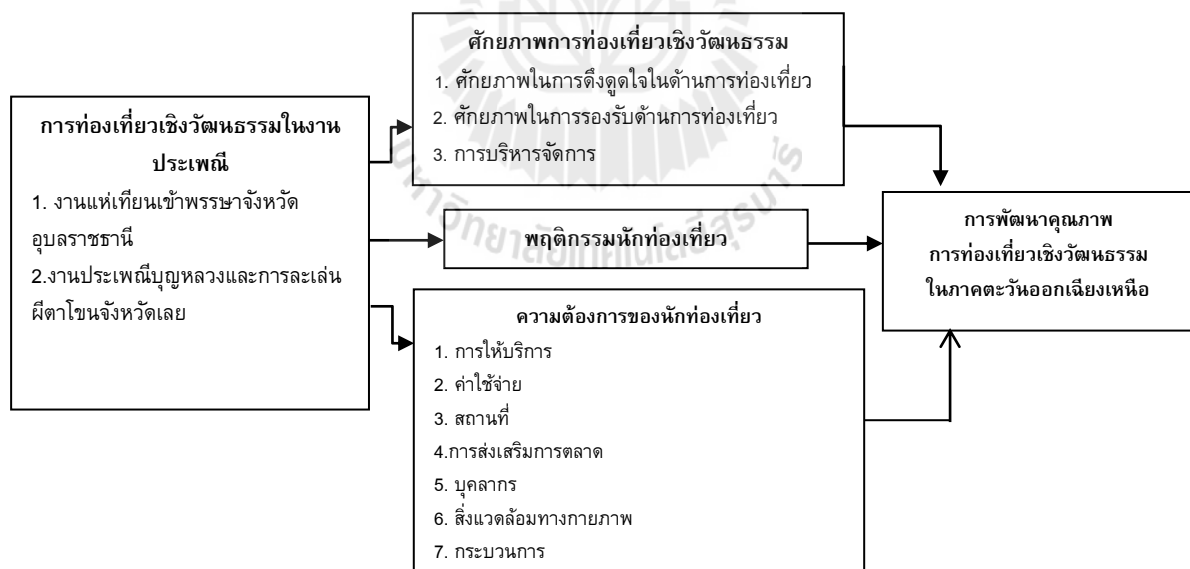
ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยศึกษาจากงานประเพณีของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ งานแห่เทียนเข้าพรรษาของจังหวัดอุบลราชธานี และงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขนจังหวัดเลย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพการท่องเที่ยวจากองค์การภาครัฐ และเอกชน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและความต้องการจากนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานประเพณีดังกล่าว ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดที่มีอยู่ รวมทั้งเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการกำหนดเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนต่อไป

2.3.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงพฤติกรรมความต้องการ และเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.3.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้างต้น สามารถสรุปกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยได้ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.3.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ตามการจัดประเภทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ และท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น แต่งานที่นักวิจัยสนใจคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โดยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา เช่นปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบ ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ ซึ่งทางผู้วิจัยได้ศึกษาแหล่งท่องเที่ยว 2 พื้นที่ คือ

1) งานประเพณีงานแห่เทียนเข้าพรรษาของจังหวัดอุบลราชธานี เป็นประเพณีทางพุทธศาสนา ซึ่งมีความเจริญในพุทธศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีมาเป็นเวลายาวนานอีกทั้งยังเป็นต้นตำรับของงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาของไทยด้วย ถือเป็นงานบุญที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของจังหวัดอุบลราชธานีเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยได้กำหนดจัดงานขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 8 และแรม 1 ค่ำเดือน 8 หรือวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา จัดให้มีขึ้นทุกปี โดยชาวอุบลราชธานี ได้ทำต้นเทียนประกวดประชันความวิจิตรบรรจงกัน ตั้งแต่ พ.ศ. 2470 มีการประกวดต้นเทียน 2 ประเภท คือ ประเภทติดพิมพ์ และประเภทแกะสลัก

2) งานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จัดเป็นส่วนหนึ่งในงานบุญประเพณีใหญ่หรือที่เรียกว่า งานบุญหลวงหรือ บุญผะเหวดซึ่งตรงกับเดือน 7 มีขึ้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย และจัดเป็นการละเล่นที่ถือเป็นประเพณีทุกปี เกี่ยวโยงกับงานบุญพระเวสหรือเทศน์มหาชาติประจำปีกับพระธาตุเจดีย์สองรัก ซึ่งเป็นปูชนียสถานสำคัญของชาวด่านซ้าย

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นการกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับให้หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย และยังสามารถใช้เป็นสิ่งบ่งบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยวด้วย รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549)

คุณภาพการท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานความปลอดภัย และการให้บริการระดับสากล โดยการเน้นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติส่งเสริมการตลาด

ท่องเที่ยวเชิงรุก ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก รวมทั้งการกำหนดแนวทางการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถของแหล่งท่องเที่ยว ในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนั้น รวมถึง ความพร้อมในการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ความพร้อมในคุณสมบัติของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือน โดยคุณลักษณะดังกล่าวจะแตกต่างกันไปตามประเภทของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น ๆ สำหรับงานวิจัยนี้กรอบแนวคิดด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ประยุกต์จากแนวคิด มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549) ซึ่งได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่

1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย

3) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ โดยได้ประยุกต์จากแนวความคิดพฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ว่าเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำมาจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยใช้คำถามในการค้นหาลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6W1H ซึ่งประกอบด้วย ใครบ้างอยู่ในตลาด

เป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (Why) ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ ซึ่งได้แก่ ลูกค้าเป้าหมาย สินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ โอกาสในการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3. ความต้องการนักท่องเที่ยว

การตลาดบริการ เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกระบวนการในการบริการ และการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ และผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจต่างๆ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งความต้องการนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นจะมีความแตกต่างกัน โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นประยุกต์จากส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Lovelock (2010) ได้แก่ การให้บริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ กระบวนการ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Lovelock (2010) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์(Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ 2) ด้านราคา(Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา(Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ 5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสร้างค่านิยมให้กับองค์กร 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับ

ลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยการเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.3.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1. กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 1 หมายถึง กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มข้าราชการผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการกำหนดการจัดรูปแบบกิจกรรมในงานประเพณี และ กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้ทำงาน ผู้ให้บริการและผู้ค้าขายสินค้าที่ระลึก ผู้แทนชมรม / กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม / ผู้ประกอบการทั้งที่มาจากภาครัฐและเอกชน จำนวน 20 คน ทั้ง 2 พื้นที่ พื้นที่ละ 10 คน

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 หมายถึง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมกิจกรรมงานประเพณีที่จัดขึ้น จำนวน 327 คน ได้แก่ งานประเพณีงานแห่เทียนเข้าพรรษาอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 160 คน และงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขนอำเภอคำชะอีจังหวัดเลย จำนวน 167 คน

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กับหน่วยงานของภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการ และเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขน อำเภอคำชะอี จังหวัดเลย

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว 3) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ นอกจากนี้พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถจำแนกออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการให้บริการ 2) ด้านค่าใช้จ่าย 3) ด้านสถานที่ในการจัดงาน 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการให้บริการ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

2. ความเชื่อมั่นและเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.314-0.907 ส่วนการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความต้องการ

นักท่องเที่ยวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.814-0.915 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ (2006) ได้เสนอว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเกิน 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ t-test และ F-test (One-Way ANOVA)

2.3.6 ผลการวิจัย

1) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่

1.1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วยความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ มีเอกลักษณ์ระดับชาติจนถึงระดับโลก โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นประเพณีทางพุทธศาสนา การประกอบพิธีกรรมที่สืบทอดกันมา และมีกิจกรรมอื่นเสริม เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน และน่าสนใจ มีการจัดกิจกรรม 1 ครั้งต่อปี ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม มีความงดงาม ประทับใจมาก ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น การแสดงและการละเล่น เป็นต้น ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่แปลกสำหรับผู้พบเห็น ซึ่งมีการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้มาตั้งแต่อดีตและยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยเกิดจากความผูกพันต่อท้องถิ่นที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนสูงมาก ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดงานหรือพิธีการเป็นประจำทุกปี ส่งผลให้มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีชื่อเสียงในระดับประเทศ และแหล่งท่องเที่ยวยังได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการต่างๆ โดยมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย ทำให้ประเพณี วัฒนธรรมมีความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้มีชื่อเสียงในระดับชาติ

ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม โดยการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทางมายังสถานที่จัดงานโดยใช้รถยนต์ หรือรถประจำทางนั้นสามารถเดินทางมาได้หลากหลายเส้นทาง หรือนอกจากการนี้ยังสามารถเลือกรูปแบบเช่น รถไฟ หรือเครื่องบิน เป็นต้น แต่การใช้รถไฟ และเครื่องบิน ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งได้ ต้องอาศัยการเดินทางต่อโดยใช้รถยนต์หรือรถประจำทาง โดยหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐและภาคเอกชนให้ความร่วมมือในการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และวางแผนนโยบายป้องกันเหตุอันตรายที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้กิจกรรมภายในงานยังมีความหลากหลาย และมีแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศน์ เชิงประวัติศาสตร์ และจังหวัดใกล้เคียงที่น่าสนใจ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น อีกร เช่น ถนนและการคมนาคม ที่พักอาศัย ร้านอาหาร ศาลากลาง การประปาและไฟฟ้า การกำจัดขยะ ระบบสื่อสารทั้งโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้อย่างสะดวกสบาย สามารถพัฒนาต่อไปได้อีก

แต่แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งก็ข้อจำกัดบางประการในการพัฒนาต่อไปในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภูมิประเทศ แผนผังเมืองที่ไม่สามารถขยายได้ เนื่องจากอยู่ท่ามกลางหุบเขา เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการต่างๆ ร่วมกันให้การสนับสนุน และจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากร เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.3) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว มีการดูแลรักษาและปรับปรุงสภาพแวดล้อม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัด พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น และบริเวณใกล้เคียงเป็นอย่างดี และมีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่เป็นระบบ พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่ และได้มาตรฐาน เพื่อให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการมอบหมายหน้าที่ให้หน่วยงานในการประเมินผลการดำเนินงานในการจัดงานของแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดทำแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน และประเมินผลกระทบการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี

การจัดการด้านการท่องเที่ยว การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว โดยการดำเนินงานด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว โดยมีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีการจัดการที่เหมาะสมให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้รับบริการที่คุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก และที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และเพียงพอ อีกทั้งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังเป็นการแสดงออกถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่ให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่นำเที่ยวที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนที่อยู่โดยรอบ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง เนื่องจากการจัดงานที่มีระยะเวลาที่ยาวนาน แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งผลให้การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อาจเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อให้มีความทันสมัย และกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม จึงมีการจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก กิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่ให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนที่อยู่ และชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

2) พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 35 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมายังสถานที่จัดงาน และมากับกลุ่มเพื่อน ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่น้อยกว่า 3,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 8 ชั่วโมงในการร่วมกิจกรรมภายในงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืน โดยพักบ้านของตนเอง/คนรู้จัก และโรงแรม/รีสอร์ท

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และรองลงมาเพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวด้วยเหตุผลความน่าสนใจของกิจกรรมภายในงาน และรองลงมาเป็นคนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อน/คนรู้จักชักชวน และใกล้ที่พักในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนกิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวทำในขณะที่ท่องเที่ยวได้แก่ ถ่ายภาพ รองลงมาคือซื้อของฝากของที่ระลึก ศึกษาความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น รับประทานอาหาร และชมโบราณสถานโบราณวัตถุในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

3) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้วยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับมากทุกด้าน โดยมีความต้องการในด้านบุคลากรเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านบุคลากร เช่น คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร คนในพื้นที่มีความรู้เกี่ยวกับงานประเพณี คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน เป็นต้น

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี สภาพอากาศเหมาะสมกับการจัดกิจกรรมภายในงาน อากาศสดชื่น และไม่มีมลพิษ และระดับเสียงที่ใช้บริเวณจัดงานมีความเหมาะสม เป็นต้น

ด้านการให้บริการ เช่น กิจกรรมแสดงความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ความน่าสนใจของกิจกรรมภายในงาน กิจกรรมในงานแสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณี และที่พักเพียงพอและเหมาะสม เป็นต้น

ด้านค่าใช้จ่าย เช่น ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสม และราคาจำหน่ายของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสม เป็นต้น

ด้านสถานที่ในการจัดงาน เช่น สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใกล้เคียงอื่นได้สะดวก สถานที่จัดกิจกรรมมีความเป็นระเบียบ สวยงาม และสถานที่จัดงานอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน เป็นต้น

ด้านส่งเสริมการตลาด เช่น ของที่ระลึกแสดงถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่น มีกิจกรรมเสริมอื่นๆที่น่าสนใจภายในบริเวณจัดงาน และการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ เป็นต้น

ด้านกระบวนการให้บริการ เช่น มีนิทรรศการแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับประเพณี ระยะเวลาในการจัดงานมีความเหมาะสม และมีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการโดยรวมและรายด้านของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงาน ประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านบุคลากร	3.95	0.66	มาก
2. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.86	0.62	มาก
3. ด้านการให้บริการ	3.86	0.56	มาก
4. ด้านค่าใช้จ่าย	3.85	0.57	มาก
5. ด้านสถานที่ในการจัดงาน	3.77	0.60	มาก
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75	0.70	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.73	0.76	มาก
โดยรวม	3.82	0.52	มาก

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการโดยรวมและเป็นรายด้านของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามเพศ (t-test)

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	p-value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการให้บริการ	3.85	.607	3.86	.527	2.963	.086
2. ด้านค่าใช้จ่าย	3.83	.582	3.86	.571	.639	.425
3. ด้านสถานที่ในการจัดงาน	3.79	.609	3.75	.599	.460	.498
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	.729	3.74	.679	1.076	.300
5. ด้านบุคลากร	3.96	.642	3.94	.671	.001	.972
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.69	.677	3.76	.821	.222	.638
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.89	.620	3.85	.613	.183	.669
โดยรวม	3.83	.526	3.82	.517	.311	.577

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	F	Sig
1. ด้านการให้บริการ	3.827	.010*
2. ด้านค่าใช้จ่าย	4.095	.007*
3. ด้านสถานที่ในการจัดงาน	4.868	.003*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.085	.007*
5. ด้านบุคลากร	2.260	.081
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	8.268	.000*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1.618	.185
โดยรวม	5.586	.001*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามสถานภาพ

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	F	Sig
1. ด้านการให้บริการ	2.672	.071
2. ด้านค่าใช้จ่าย	1.381	.253
3. ด้านสถานที่ในการจัดงาน	1.645	.195
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.558	.212
5. ด้านบุคลากร	2.461	.087
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	2.258	.106
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	2.789	.063
โดยรวม	2.778	.064

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	F	Sig
1. ด้านการให้บริการ	.920	.400
2. ด้านค่าใช้จ่าย	.640	.528
3. ด้านสถานที่ในการจัดงาน	2.866	.058
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.705	.026*
5. ด้านบุคลากร	.935	.394
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	5.655	.004*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	.179	.836
โดยรวม	2.365	.096

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	F	Sig
1. ด้านการให้บริการ	1.032	.398
2. ด้านค่าใช้จ่าย	.925	.465
3. ด้านสถานที่ในการจัดงาน	1.606	.158
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.358	.040*
5. ด้านบุคลากร	1.178	.320
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	2.217	.052
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	.882	.493
โดยรวม	1.748	.123

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	F	Sig
1. ด้านการให้บริการ	4.310	.005*
2. ด้านค่าใช้จ่าย	1.016	.386
3. ด้านสถานที่ในการจัดงาน	4.263	.006*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.452	.017*
5. ด้านบุคลากร	1.006	.390
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	6.899	.000*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	1.243	.294
โดยรวม	4.118	.007*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า อายุ 36-50 ปี ส่วนด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน และด้านกระบวนการให้บริการอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการ มากกว่า อายุ 20-50 ปี

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ มากกว่า การศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่

มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา ว่างงาน เกษตรกรมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า อาชีพพนักงานบริษัท

รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีรายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลน้อยกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการให้บริการ ด้านสถานที่ในการจัดงาน มากกว่า รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

ด้านการส่งเสริมการตลาด รายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลน้อยกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการ มากกว่า รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป และด้านกระบวนการให้บริการ รายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลน้อยกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการ มากกว่า รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

2.3.7 สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

1) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่

1.1) ศักยภาพในการดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยว

โดยความเป็นเอกลักษณ์ วิถีชีวิต และความงามทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมาก และถือว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กิจจา เตชะศิริธนะกุล (2549) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นด้านการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า มุ่งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตวัฒนธรรมในท้องถิ่น และการศึกษาของ ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) พบว่า บ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสถานที่สำคัญต่างๆทางประวัติศาสตร์ซึ่งมีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่ ซึ่งส่งผลต่อการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอย่างยาวนาน

1.2) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทางมายังจังหวัดเลยโดยใช้รถยนต์ หรือรถประจำทางนั้นสามารถเดินทางมาได้หลากหลายเส้นทาง หรือสามารถเลือกรูปแบบเช่น รถไฟ หรือเครื่องบิน เป็นต้น แต่การเดินทางโดยใช้รถไฟ และเครื่องบินยังมีข้อจำกัดในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ซึ่งการเดินทางต้องอาศัยการเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยรถยนต์ หรือรถประจำทาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) พบว่า ระบบการคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย การพัฒนาระบบการคมนาคมให้มีความเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว ในด้านเส้นทางเดินทางส่วนใหญ่ให้มีปลอดภัย และมี

ป้ายบอกทางที่ชัดเจนส่งผลต่อการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงที่น่าสนใจยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมภายในงานที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง ทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวต่อที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญยस्थ्य อเนกสุข (2542) พบว่า การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และการจัดกิจกรรมให้มีความน่าสนใจอย่างต่อเนื่องจะสามารถเพิ่มการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวได้ส่วนศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลได้ดี และยังสามารถพัฒนาต่อไปได้อีก แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะมีข้อจำกัดอยู่บ้าง โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการต่างๆ ร่วมกันประสานงานและให้การสนับสนุน จัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จริญญา ฌพิกุล (2554) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยเน้นความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น สุขา ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทางและแผนที่ควรมีความชัดเจน ส่วนความต้องการด้านที่พักแรม ควรมีความหลากหลาย มีความสะอาดของ และที่พักแรมความปลอดภัย ซึ่งมีผลต่อการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

1.3) การบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และมีหน่วยงานประเมินผลการดำเนินงาน โดยจัดทำแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน และประเมินผลกระทบการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ส่องบุญ ปักปั้นเพชร (2551) พบว่า มีการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน โดยใช้การวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยชุมชนมีส่วนร่วม กลยุทธ์การจัดการภาพลักษณ์ กลยุทธ์การดำเนินงาน กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และกลยุทธ์การสร้างคุณค่า และนำเสนอแนวทางการพัฒนา โดยนำไปสู่การจัดการแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยมีการจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก และมีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) พบว่า การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักราคาที่พักที่ควรมีความเหมาะสม ด้านร้านอาหาร ควรจะคำนึงถึงคุณภาพ ความสะอาด ถูกสุขลักษณะและราคาที่เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป ความสะอาดบริเวณที่พัก มีบริการที่จอดรถให้เพียงพอ และควรมีเวรยามดูแลรักษาด้าน

ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ในด้านความสะอาดและความปลอดภัย ของการใช้ห้องน้ำสาธารณะตามแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการจัดการให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ และสร้างความสะอาดสบายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งผลให้การจัดกิจกรรมมีการปรับเปลี่ยน แต่การจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวยังคงเน้นเผยแพร่ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่เคยเป็นมาในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมบางอย่างอาจมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พระพิมลธรรม แดงทอง (2548) พบว่า ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ในเชิงบวกทำให้กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ ครอบครัว และชุมชน ได้ปะทะเรียนรู้วัฒนธรรมและค่านิยมใหม่ ๆ ทำให้มีทางเลือกหลากหลายมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการปรับตัวให้อยู่รอดในสังคมปัจจุบัน แต่กลุ่มผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนนี้น้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับในเชิงลบการเรียนรู้วัฒนธรรมและค่านิยมใหม่ ทำให้กลุ่มเด็กและกลุ่มผู้ใหญ่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม และค่านิยมเดิมน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นจึงการจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก กิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่ให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูล แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนที่อยู่

แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้อย่างทั่วถึง รวมถึงรายได้ที่กระจายไปยังชุมชนที่อยู่โดยรอบและสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงอื่น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานที่มีระยะเวลาที่ยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กิจจา เตชะศิริธนะกุล (2549) พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนต้องเกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และยิ่งก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน มีการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้ชุมชนที่อาศัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีโอกาสีพเสริมเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากการประมงหรือการเกษตรกรรม รวมทั้งคนในท้องถิ่นบริเวณที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวเองนั้น ได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึงเช่นกัน เนื่องจากมีระบบการจัดการที่มีการกระจายรายได้ อย่างทั่วถึงกัน

2) พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2533) พบว่า การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชนมีการจัดท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับเยาวชนมีทั้งประเภทค้างแรมและไม่ค้างแรม

โดยแหล่งท่องเที่ยวที่เยาวชนไปท่องเที่ยวทัศนศึกษาส่วนใหญ่คือ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศิลปวัฒนธรรมซึ่ง ได้แก่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะพักค้างคืน โดยส่วนใหญ่พักที่บ้านของตนเอง คนรู้จัก และโรงแรม รีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนันทนา อนันต์ไทย (2537) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่จะมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด และเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีระยะเวลาในการพักค้างคืนประมาณ 2 วัน เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ใกล้เคียง

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อน ญาติ ในการเดินทางนักท่องเที่ยวนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ และส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อน ญาติ และหนังสือพิมพ์ นิตยสาร คู่มือท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืน โดยพักบ้านของตนเอง คนรู้จัก และโรงแรม รีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จริยญา ฌพิกุล (2554) พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวแบบกลุ่มเพื่อนหรือผู้ร่วมงาน และเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว แหล่งข้อมูลของการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษาข้อมูลจากนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และได้รับข้อมูลจากเพื่อนหรือคนรู้จัก สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวเข้าพักคือ ที่พักแรม ประเภทโรงแรม

3) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้วยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีความต้องการในด้านบุคลากรเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปความคิดเห็นด้วยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความต้องการในประเด็นด้านคนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตรในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาอาทิศย์ แซ่ย่าง (2553) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความต้องการต่อคนในท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญอย่างในด้านอัธยาศัยและมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่นที่ดีต่อนักท่องเที่ยว

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในประเด็นด้านระดับเสียงที่ใช้บริเวณจัดงานมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจริยญา ฌพิกุล (2554) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการจัดการคุณภาพเสียงให้มีความเหมาะสม ชัดเจน และทั่วถึงภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และจัดการคุณภาพเสียงในแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพที่สุด

ด้านการให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในประเด็นกิจกรรมในงานแสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาอาทิศย์ แซ่อย่าง (2553) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญอย่างมากเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวแสดงออกถึงศิลปะ และวัฒนธรรมของท้องถิ่น มีความงดงาม และมีประวัติความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์

ด้านสถานที่ในการจัดงาน นักท่องเที่ยวมีความต้องการในประเด็นด้านราคาจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ และเรณูมาศ มาอุ่น (2553) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ในด้านการบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีมาตรฐานการบริการ รวมถึงค่าบริการที่เหมาะสมและยุติธรรม

ด้านสถานที่ในการจัดงาน นักท่องเที่ยวมีความต้องการในประเด็นด้านการเดินทางมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน สาธารณูปโภคต่างๆ มีความเหมาะสม และที่จอดรถมีความเพียงพอและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จริญญา ฦพิกุล (2554) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น สุขา ห้องน้ำ ที่จอดรถ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ และมีป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความต้องการในประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ และการโฆษณาทางโทรทัศน์ / วิทยุ รวมถึงสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกุสุมา ภูเสตร์ (2553) พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดควรเลือกสื่อที่มีความเหมาะสม และมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

ด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความต้องการในประเด็นด้านมินิทรศการแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับประเพณี และมีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจริญญา ฦพิกุล (2554) พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และคนในชุมชนที่จัดงานภายในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งภายในแหล่งท่องเที่ยวควรมีเจ้าหน้าที่เพียงพอและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยวทุกๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความสะดวกและเกิดระเบียบในการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว

4) นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของงานประเพณีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน และด้านกระบวนการให้บริการ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า ซึ่งจะเห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า และสอดคล้องกับการศึกษาของจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) พบว่า ช่วงอายุมีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบของความพึงพอใจเพราะอายุจะเป็นตัวบ่งชี้การพัฒนาในระบบร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านสมอง และความคิด ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด และกระบวนการให้บริการ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาน้อยกว่าระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และสอดคล้องกับการศึกษาของศศิธร สามารถ (2545) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียนและนักศึกษา มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงาน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความต้องการด้านการให้บริการ ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า

2.3.8 ข้อเสนอสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาวิจัยเพิ่มเติมถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ และกลยุทธ์ทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ควรมีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแหล่งอื่นเพิ่มเติม เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน และมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานนำมาปรับปรุง และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอีกทั้งยังเป็นการรักษาเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ให้มีความเข้มแข็งต่อไป และเปรียบเทียบการให้บริการในแต่ละพื้นที่ รวมถึงจุดเด่น และจุดด้อยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถนำจุดเด่นมาเพื่อสร้างจุดแข็งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และนำจุดด้อยมาปรับปรุง แก้ไขต่อไป อีกทั้งการเก็บแบบสอบถามควรมีการเก็บนอกเหนือจากวันที่จัดงานประเพณี เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย และได้รับข้อมูลที่ครอบคลุม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ และเป็นแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

2. ประโยชน์ของการวิจัย

ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลทางวิชาการส่งเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นข้อสนเทศในการปรับปรุงรูปแบบการจัดงานประเพณีที่จัดขึ้นของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญและสืบทอดประเพณีท้องถิ่นของตนเอง รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น

2.3.9 เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2533). การศึกษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชน. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). รูปแบบของการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.travel.in.th/th/review/knowledge>

กุสุมา ภูเสตร์.(2553. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จริญญา ฌพิกุล.(2554).การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา.

- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ และเรณูมาศ มาอ่อน.(2553). การประเมินประสิทธิผลด้านการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือของประเทศไทย. คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทนา อนันต์ไทย (2537).การศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณพร วาณิชชานุกา. (2540). นิเวศน์ท่องเที่ยว : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.(2549). ความสำคัญของศักยภาพการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). การบริการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : นวดสาร.
- สามพร มณีไมตรีจิต.(2539). บทบาทวัฒนธรรมไทยกับการท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการโครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยนิยมไทยครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- อาทิตย์ แซ่อย่าง.(2553). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Lovelock,Wirtz,Chatterjee.(2010). Service Marketing.(6th). New Delhi: Prentice Hall.

2.4 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.4.1 บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศ โดยมีสัดส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) สูงถึงกว่าร้อยละ 6.3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกภาคบริการ (Export of Service) ทั้งหมดรวมทั้งเป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศจำนวนมากกว่า 470,625 ล้านบาทต่อปี ภาคการท่องเที่ยวยังมีความเชื่อมโยง (Linkages) กับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรม

บริการต่างๆ เช่นโรงแรม ร้านอาหาร และการขนส่ง เป็นต้น การเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำมีผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าว และส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ บางรายตัดสินใจขายกิจการของตนเอง ดังนั้นภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องเร่งปรับตัว และสร้างโอกาสในการขยายตลาดโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, ออนไลน์, 2552) โดยการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ศึกษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชม และเรียนรู้ประวัติศาสตร์และโบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ศึกษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชม และเรียนรู้ประวัติศาสตร์และโบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ศึกษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ ชมซากอารยธรรมโบราณสถานต่างๆ อนุสาวรีย์/อนุสรณ์สถาน สิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, ออนไลน์, 2554) ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) ได้จัดลำดับความสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี/แหล่งประวัติศาสตร์ในปัจจุบันไว้ว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับ 5 ดาว สำหรับด้านสภาพการพัฒนาของอุทยานประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี/แหล่งประวัติศาสตร์ยังไม่ค่อยได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร โดยอยู่ในระดับ 2 ดาว และขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี/แหล่งประวัติศาสตร์อยู่ในลำดับสุดท้าย คือลำดับที่ 5 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์, 2554)

ปัจจุบันรัฐบาลของประเทศไทยได้รณรงค์ให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นเพราะเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ และคนในชุมชนของสถานที่ท่องเที่ยวโดยในปี พ.ศ. 2553 มีการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านคน/ครั้งและก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยจำนวนเพียง 59.74 ล้านคนต่อครั้ง (ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมด้านนิทรรศการ และงานแสดงสินค้าไทยเที่ยวไทยอีกมากมาย แต่ปัญหาที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวไทยไม่นิยมไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่ควรค่าแก่การท่องเที่ยว ทั้ง ๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจใฝ่รู้ในความเป็นมาของชาติไทยและซึมซับกับความงามและสร้างจินตนาการย้อนกลับไปที่เมื่อครั้งอดีตถึงความเจริญรุ่งเรืองของประเทศไทยและการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมของบรรพชน ซึ่งในปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันน่าสนใจ

อย่างยิ่ง ทั้งที่เทคโนโลยีการก่อสร้างในอดีตไม่มีเครื่องมือทุ่นแรงช่วยเหมือนในปัจจุบัน(นพปฎล ธาระวานิช, ออนไลน์, 2554)โดยในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นจำนวนมาก บางแห่งถูกจัดลำดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย - ศรีสัชนาลัย - กำแพงเพชรในจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชรอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงในจังหวัดอุดรธานี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของประเทศไทยนอกจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงในจังหวัดอุดรธานีแล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา พระธาตุศรีสองลักษณะ จังหวัดเลย พระธาตุเชิงชุม จังหวัดสกลนคร และพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม เป็นต้น โดยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ดังกล่าว ถือว่ามีประวัติความเป็นมาที่มีความสำคัญยิ่ง ซึ่งควรจะได้รับ การดูแลรักษาและพัฒนาเพื่อคงความเป็นประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ (พ.ศ.2555-2559) ที่เน้นการสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ รวมถึงท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ด้วย

ดังนั้นเพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีมาตรฐานในระดับสากล และยังคงมีเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทยที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐบาลในจังหวัดซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างเศรษฐกิจในชุมชนให้เข้มแข็งจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งข้อมูลจากผลการวิจัยจะนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการวิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ(ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547)และแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว(Tourism Logistics) (ชัยธวัช ทองอินทร์, 2549) เป็นกรอบในการวิจัยเพื่อนำไปสู่กระบวนการพัฒนา โดยนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ พระธาตุพระพนม ในจังหวัดนครพนม และพระธาตุเชิงชุม ในจังหวัดสกลนคร มาเป็นตัวแทนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.4.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีผลกระทบต่อการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

2.3 เพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.4.3 ขอบเขตของการวิจัย

การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเน้นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2 แห่งเป็นตัวแทนของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์คือ พระธาตุพนม ในจังหวัดนครพนม และพระธาตุเชิงชุม ในจังหวัดสกลนคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เป็นกลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยเน้นศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นำมาศึกษา ได้แก่ ด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่หรือช่องทางการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ นอกจากนี้ยังใช้ปัจจัยทางด้านการจัดการโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านสารสนเทศ (Information Flows) การจัดการโลจิสติกส์ทางกายภาพ (Physical Flows) และการจัดการโลจิสติกส์ทางการเงิน (Financial Flows)

2.4.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบริการที่รู้จักโดยทั่วไปทางด้านการจัดการการตลาด คือ ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ หรือองค์ประกอบของการให้บริการ (Product or Service Element) เป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ 2) ด้านราคา (Price) สะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในรูปตัวเงิน 3) ด้านสถานที่ หรือช่องทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Place or Channel) เพื่อรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว 4) ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว โดยมุ่งใจให้เกิดความทรงจำที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว 5) ด้านบุคลากร

ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว (People) ได้แก่ คนในชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐบาล ที่ร่วมกันสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ดี (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้นักท่องเที่ยว โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM)ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยว 7) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการและการให้บริการที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถวัดได้จากกระบวนการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1)การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านสารสนเทศ (Information Flows)เป็นการจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร นับตั้งแต่ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว จนถึงข้อมูลที่ได้รับเมื่อมาถึงแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวควรเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง 2) การจัดการโลจิสติกส์ทางกายภาพ (Physical Flows)เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว การจัดการสัมภาระของนักท่องเที่ยว การจัดการทางด้านที่พัก โปรแกรมท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวก และปลอดภัย และ3)การจัดการโลจิสติกส์ทางการเงิน (Financial Flows)เป็นการจัดการทางการเงินซึ่งรวมถึงการชำระเงิน การแลกเปลี่ยนเงินตรา และการขอคือภาษีต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวกในการให้บริการทั้งนี้คุณค่าที่เกิดจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ดังกล่าว มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาถึงองค์ประกอบดังกล่าว จึงเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการพัฒนาที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการและแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญดังกล่าวข้างต้น ได้ถูกนำมากำหนดให้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก นอกจากนี้ยังนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อีกด้วย

2.4.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ปรับปรุงจากชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547 และชัยรัช ทงอินทร์, 2549

ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยนั้น ได้นำปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์โดยกำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการจัดการโลจิสติกส์เป็นตัวแปรอิสระ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตามคือ การตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2.4.6 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบความน่าเชื่อถือโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบักไม่ต่ำกว่าระดับ 0.7 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2548) เป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Taro Yamane

(ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 333 ราย ใช้กรณีศึกษาจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ พระธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม และพระธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนครทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเป็นการกำหนดให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีโอกาสถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน(นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2548) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการหาค่าร้อยละ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ได้แก่ สถิติเปรียบเทียบความแตกต่าง(t - Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA: F - Test) การทดสอบรายคู่โดยใช้วิธีScheffe'sและการวิเคราะห์การจำแนกกลุ่ม(Discriminant Analysis) ในการจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.4.7 ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทั้ง 2 แห่ง ได้แก่ พระธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม และพระธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนครโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.9 อายุระหว่าง 20 – 29 ปี ร้อยละ 30.3 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจร้อยละ 21.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 40.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 43.5 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 43.2 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากภาคอีสาน ร้อยละ 69.7 ซึ่งนักท่องเที่ยวเป็นคนท้องถิ่นจากจังหวัดนครพนม และสกลนครมากที่สุดผลการวิจัยสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53คะแนน จากค่าสูงสุด 5 คะแนนโดยมีความพึงพอใจด้านองค์ประกอบของการให้บริการโดยภาพรวมเป็นลำดับแรกซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.97)โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความสวยงามของภูมิทัศน์รอบสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชัยวัช ทองอินทร์ (2549) ที่ทำการวิจัยเรื่องการวางแผนโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งพบว่า สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว โดยความสวยงามของธรรมชาติ หรือวิถีชีวิตของชุมชน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีต่อการท่องเที่ยวปัจจัยรองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(3.70)โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมภายในสถานที่บริการที่สามารถติดต่อได้สะดวก สะอาด เป็นระเบียบ และสวยงามและมีความพึงพอใจในด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (3.68)

ในด้านผลการวิเคราะห์การจำแนกกลุ่มของความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยว (20.078) มากกว่ากลุ่มที่ไม่ต้องการกลับมาท่องเที่ยว (19.230) โดยขนาดผลกระทบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยว(3.612) รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.266) และปัจจัยด้านคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทางการเงิน(2.780)อธิบายได้ว่า หากแหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ทั้ง 3 ด้านนี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งต่อไป โดยอาจมีการบอกต่อบุคคลอื่น หรือชักชวนคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งนี้เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริการการจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวของชัยธวัช ทองอินทร์ (2549) ที่พบว่า คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับด้านองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านกายภาพ และการจัดการโลจิสติกส์ทางการเงิน มีผลต่อความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว และสอดคล้องกับการศึกษาของ Haghkchah and others (2011) ที่ค้นพบว่าบทบาทของคุณภาพการให้บริการในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเดิมอีกครั้ง โดยมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามก็จะมีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกันต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางการเงินด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 60 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งแตกต่างจากกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 30 – 49 ปี ในด้านองค์ประกอบโดยภาพรวมของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการรสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านกายภาพและด้านคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านสารสนเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ในด้านองค์ประกอบโดยภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านกระบวนการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีในด้านการรสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านกายภาพและด้านคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านสารสนเทศ

ดังนั้น โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะอยู่ในช่วงอายุเท่าไร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาอย่างไร ก็มีความพึงพอใจในระดับที่แตกต่างกันในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์

3. ผลการวิจัยจากการนำแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด และการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้กำหนดรูปแบบดังนี้

- ควรมีการปรับภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม ร่มรื่น การดูแลรักษาความสะอาด และมีการวางระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

- ควรมีการควบคุมราคาสินค้าและของที่ระลึกให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาสินค้าให้ชัดเจน

- ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถให้เพียงพอแก่จำนวนนักท่องเที่ยวการจัดทำป้ายแนะนำขั้นตอนในการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว มีรายละเอียดแสดงประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว และจัดมัคคุเทศก์ที่เป็นคนในท้องถิ่น เพื่อให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และสามารถนำชมสถานที่ท่องเที่ยวได้นอกจากนี้ ควรมีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ภายในพื้นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

- ควรจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการให้บริการต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ การให้บริการข้อมูลด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง รวมทั้งให้บริการข้อมูลเส้นทางการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการวางแผนการเดินทาง

- หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนคนในชุมชนที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทุกช่องทางเพิ่มขึ้น ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วารสาร และแผ่นพับหรือใบปลิวนอกจากนี้ ควรร่วมมือกันในการคงความเป็นเอกลักษณ์และความเก่าแก่ของสถานที่ และมีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลประจำปีของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนานขึ้น

ดังนั้น การกำหนดรูปแบบการพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น ควรได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวอีก พร้อมทั้งเกิดการบอกต่อ (Word of mouth) แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศต่อไป

2.4.8 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีข้อเสนอแนะที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การที่จะให้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีการพัฒนารูปแบบตามข้อสรุปจากผลงานวิจัยได้นั้น จะต้องเกิดจากความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน ผู้ประกอบที่ให้บริการสินค้า ของที่ระลึก และอาหารในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ ในระดับจังหวัด

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์พระธาตุพนม และพระธาตุเชิงชุม ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในสถานที่อื่นๆควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติได้ โดยหน่วยงานภาครัฐในระดับชาติควรให้การส่งเสริมโดยการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

2.4.9 รายการอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2554). สถิตินักท่องเที่ยว, 8 ธันวาคม 2555.

<http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2554 – 2559, 11 ตุลาคม 2555.http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ชัยวัช ทองอินทร์. (2549). กระบวนทัศน์ของการจัดการโลจิสติกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย, 23 ธันวาคม

2555.http://www.siamzip.com/tlog/components/com_booklibrary/ebooks/C09.pdf

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท วี อินเทอร์เน็ต พรินท์ จำกัด.

นพปฎล ธาระวานิช. (2554). การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี ในประเทศไทย, 18 พฤศจิกายน 2555. <http://www2.rsu.ac.th/hospita/?p=404>

นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยวรรณ คงประเสริฐ.2551. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปรินญาณิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2552). เศรษฐกิจสร้างสรรค์. รายงานการศึกษาเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2: กรุงเทพฯ. บริษัทบี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด.

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2552). ท่องเที่ยวไทยพระเอกตัวจริง, 28 ตุลาคม2555. <http://www.fpo.go.th/FPO/index2.php?mod=Content&file=contentview&contentID=CNT0007018&categoryID=CAT0000146>

Haghkhah, Ebrahimpour, Nosratpour, Abdul Hamid, Abdul Rasid. (2011). The Impact Of Service Quality On Tourism Industry. University Teknologi Malaysia, 17 December

2012.http://www.wepapers.com/Papers/390737/THE_IMPACT_OF_SERVICE_QUALITY_ON_TOURISM_INDUSTRY



บทที่ 3

สรุปผลชุดโครงการวิจัย และข้อเสนอแนะ

3.1 สรุปผลชุดโครงการวิจัยตามเป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด

ตามแผนการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้กำหนดเป้าหมายผลผลิตไว้ดังนี้

1. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ของทุกโครงการย่อย รวมตะวันออก 4 เล่ม สรุปได้ดังนี้
ขวัญกมล ดอนขวา และ จิตตานันท์ ตีกุล. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
ถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
ประภาวี วงษ์บุตรศรี และขวัญกมล ดอนขวา. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
2. เผยแพร่ผลงานการวิจัยโดยการตีพิมพ์ผลงาน หรือสามารถไปนำเสนอผลงานการประชุมนานาชาติทั้งภายในหรือต่างประเทศทุกโครงการ จำนวน 4 ฉบับ สรุปได้ดังนี้
ขวัญกมล ดอนขวา และ จิตตานันท์ ตีกุล. (2557). “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี: 8 (1) (มกราคม-มิถุนายน 2557)
ขวัญกมล ดอนขวา และ ประภาวี วงษ์บุตรศรี. (2557). “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารสหศาสตร์: 14 (1) (มกราคม-มิถุนายน 2557)
สุจิตา ศรีไชยวาน และขวัญกมล ดอนขวา. (2556). “ห้วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา”. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร. 7 (1): 36-47.

K.Donkwa, and N.Limpasirisuwon. (2012). “The Tourists’ Perception Toward Service Performance and Economic Effects of Agro Tourism in Northeastern Thailand”. International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference”. During 2-7, on December, 2012 at Schulstraße 15, 79288 Gottenheim in German. (Oral Presentation).

K.Donkwa, P.Wongbutesri, and N.Limpasirisuwon. (2012). “The Quality Development of Historical Tourism in Northeastern, Thailand”. International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference”. During 5-8, on November, 2013 at the University of London Union, Malet Street, London WC1E 7HY, UK. (Oral Presentation).

สำหรับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กำลังอยู่ระหว่างดำเนินการลงพิมพ์ในวารสารวิจัย วิชาการ หรือนำ เสนอผลงานในระดับชาติ หรือนานาชาติ ต่อไป

3. ผลิตนักวิจัยรุ่นใหม่เพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการที่ยังไม่เคยตีพิมพ์ผลงาน หรือนำเสนอผลงานในต่างประเทศอย่างน้อย 1 คน

อาจารย์ นาวาอากาศตรีเถกิงศักดิ์ ชัยชาญ ได้ยื่นขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการระดับ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขณะนี้อยู่ในระหว่างพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

4. ส่งเล่มรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ไม่น้อยกว่า 30 แห่ง

4.1 การส่งเล่มรายงานได้ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยด้วยวิธีการส่งเล่มรายงานไปยังหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย

4.2 การเผยแพร่ผลงานการวิจัยเพิ่มเติมจากการนำลงตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารตามข้อที่ 2 นับเป็นการเผยแพร่ที่มีทั้งบุคคลทั้งภายในและภายนอกประเทศเป็นจำนวนมากเข้าร่วมประชุมวิชาการ และเป็นการเผยแพร่ในระดับชาติและนานาชาติ ไม่สามารถทราบจำนวนที่เป็นจริงได้ แต่ทราบว่า มีเป็นจำนวนมาก

4.3 การเผยแพร่ผลงานการวิจัยเพิ่มเติมด้วยการนำไปใช้ประโยชน์สำหรับเป็นกรณีศึกษาในระดับปริญญาตรี โท เอก เช่น ในรายวิชา การวิจัยการตลาด การตลาดบริการ และระเบียบวิธีการวิจัยทางธุรกิจ เป็นต้น

5. การทำวิจัยแบบชุดโครงการด้านการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และถือว่ามีความเสี่ยงในระดับชาติและนานาชาติดังกล่าว ยังไม่มีการดำเนินการวิจัยด้วยเทคนิคของการวิจัยที่มีความแตกต่างกันมาก่อน

5.1 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในระดับชาติ และนานาชาติ คือ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สวนอุนกูเรือวโนทยาน ชาโต้ เดอ เลย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย และศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

5.2 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในระดับชาติ และนานาชาติ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และ อุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

5.3 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในระดับชาติ และนานาชาติ คือ งานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย

5.4 การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในระดับชาติ และนานาชาติ คือ พระธาตุพนม จังหวัดนครพนม และพระธาตุเชิงชุม จังหวัดสกลนคร

3.2 สรุปผลชุดโครงการวิจัยตามเป้าหมายของผลลัพธ์ (outcome) และตัวชี้วัด

แผนการวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้กำหนดเป้าหมายของผลลัพธ์ไว้ดังนี้

1. เผยแพร่ผลงานการวิจัยให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยการตีพิมพ์หรือการนำเสนอผลงานรายงานฉบับสมบูรณ์ของทุกโครงการย่อยรวมทั้งสิ้น 4 เล่ม

ดำเนินการได้ 90 % อยู่ระหว่างการตีพิมพ์ หรือการนำเสนอผลงาน จำนวน 2 ฉบับ

2. พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของคณาจารย์ในการเป็นนักวิจัยที่ดีและมีคุณภาพในอนาคต

ดำเนินการได้ 100 % จำนวน 8 ราย ดังนี้

- 2.1 อาจารย์ นาวาอากาศตรีเถกิงศักดิ์ ชัยชาญ
- 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุคันธสิริกุล
- 2.3 รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา
- 2.4 นางสาวจิตตานันท์ ติกุล
- 2.5 นางสาวณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ
- 2.6 นางสาวสุจิตา ศรีไชยวาน
- 2.7 นางสาวประภาวี วงษ์บุตรศรี (ปัจจุบันลาออกจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี)
- 2.8 นางสาวธัญญา อินทรพานิช

3. องค์กรความรู้ที่ได้จากงานวิจัยเป็นองค์ความรู้ที่นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นภูมิภาคของประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศ

ดำเนินการได้ 100 % โดยภาครัฐและเอกชน ตลอดจนประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนต้องนำไปใช้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีความตระหนักในการนำไปใช้ และพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยการเน้นให้ประชาชนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการร่วมคิดและร่วมพัฒนาด้วย

4. พัฒนาและเพิ่มศักยภาพขององค์กรสู่การเป็นสถาบันการศึกษาที่มีการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการพัฒนาชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เหมาะสมกับการเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ

ดำเนินการได้ 100 % เพราะสามารถพัฒนาและเพิ่มศักยภาพขององค์กรสู่การเป็นสถาบันการศึกษาที่มีการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการพัฒนาชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการวิจัยแบบ PBL (Problem Base Learning) แนวทางหนึ่งอีกด้วย

5. ส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในการเป็นสถาบันการศึกษาที่สามารถก้าวไปสู่ระดับสากล

ดำเนินการได้ 100 % เพราะเป็นการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีในการเป็นสถาบันการศึกษาที่สามารถก้าวไปสู่ระดับสากล ด้วยการให้ความสำคัญลักษณะชุดโครงการทางด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัย และการเผยแพร่ผลงานด้วยการนำเสนอผลการวิจัยจากชุดโครงการย่อยในระดับชาติ หรือนานาชาติ ทำให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ หรือเป็นสากลอีกด้วย

3.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีข้อเสนอแนะที่สำคัญเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำชุดโครงการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1) แหล่งเงินทุนมีความคาดหวังการวิจัยในลักษณะชุดโครงการไว้สูงมากกว่างบประมาณที่จัดสรรให้ ดังนั้นการส่งเสริมให้ทำวิจัยในลักษณะชุดโครงการควรมีการวิเคราะห์การจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับบริบทของงานวิจัยในแต่ละสาขาวิชาด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนตัวชี้วัดที่แหล่งเงินงบประมาณวิจัยในลักษณะชุดโครงการต้องการ

2) ลักษณะการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยอาจจะไม่สอดคล้องกับการจัดทำวิจัยในลักษณะชุดโครงการมากนัก ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรมีช่องทางใหม่ด้วยการวางกรอบอัตรากำลังตามโครงสร้างของมหาวิทยาลัยอย่างจริงจังในการมีตำแหน่งนักวิจัยที่มีประสบการณ์และมีเวลาทุ่มเทในการจัดทำชุดโครงการ ไม่ใช่ทำแต่งานประจำเท่านั้น โดยลักษณะงานอาจเป็นรูปแบบมีนักวิจัยของสถาบันวิจัยและมีกลยุทธ์เชิงรุกในการเชิญชวนบุคคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนที่มีศักยภาพอยู่เป็นจำนวนมากมาร่วมทีม (ตัวอย่างเช่น งานวิจัยสถาบันชุดโครงการขนาดเล็ก มีบุคลากรสายสนับสนุนที่มีศักยภาพมาร่วมทำวิจัยสถาบันเป็นจำนวนมากและเกิดประโยชน์จริง เป็นต้น)

3) งานวิจัยแบบชุดโครงการ นักวิจัยต้องลงไปทำการศึกษาและเก็บข้อมูลกับสถานที่ทำการวิจัย ซึ่งต้องใช้เวลาในการเดินทางมากและเก็บข้อมูลค่อนข้างนาน บางครั้งทำการเก็บข้อมูลได้เฉพาะระหว่างช่วงเทศกาล ทำให้ต้องใช้ผู้ช่วยวิจัยจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว อีกทั้งยังต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มที่เกี่ยวข้องหลายกลุ่มจึงไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ในครั้งเดียวทำให้ต้องมีการลงพื้นที่วิจัยในแต่ละแห่งมากกว่า 1 ครั้ง และต้องใช้วิธีการอื่นร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แบบเจาะลึก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถมาสัมภาษณ์พร้อมๆ กันได้ ดังนั้นควรมีการเพิ่มงบประมาณสนับสนุนและให้ภาระงานกับงานวิจัยมากขึ้น เพื่อให้ นักวิจัยสามารถทุ่มเทกับการวิจัยได้มากขึ้น

