

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานี

Potential, Price, and Value of Tourism Products for Income Generating for Ubon Ratchathani Province

โดย บุณยสฤษฏ์ อเนกสุข และคณะ

พฤษภาคม 2553

สัญญาเลขที่ RDG5140035

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่มีต่อการสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานี

Potential, Price, and Value of Tourism Products for Income Generating for Ubon Ratchathani Province

คณะผู้วิจัย	สังกัด
บุณยสฤษฎ์ อเนกสุข	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
กิติพร โชประการ	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
พัชรี ธานี	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
นวทิวา พลทม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปริวรรต สมนึก	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
สุวภัทร ศรีจองแสง	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
รุจิรา วงษ์สามารถ	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
สิริรัตน์ ชอบขาย	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ใจแก้ว แถมเงิน	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
กมลพร นครชัยกุล	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
วรารัตน์ บุญแฝง	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
อรุณรัตน์ เศวตธรรม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ชุดโครงการ การยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้จะสำเร็จไปไม่ได้ หากขาดผู้ให้ความอนุเคราะห์งบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งคณะผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. สีลาภรณ์ บัวสาย รองผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้โอกาส “นักวิจัยภูธร” ได้ทำงานของท้องถิ่น โดยท้องถิ่น และเพื่อท้องถิ่น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยและผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะและติดตามผลการวิจัยนี้เป็นระยะ กระทั่งสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร.ประกอบ วิโรจนกูฏ อธิการบดีมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อินทิรา ซาฮีร์ คณบดีคณะศิลปศาสตร์ อาจารย์ประวิทย์ อนันตวราศิลป์ คณบดีคณะบริหารศาสตร์ และรองศาสตราจารย์ ดร. ธาดา สุทธิธรรม คณบดีคณะศิลปประยุกต์และการออกแบบที่เป็นกำลังใจให้คณะผู้วิจัยทำงานวิจัยนี้อย่างลุล่วงด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณภาคีต่างๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งหน่วยงานรัฐ ธุรกิจเอกชน นักท่องเที่ยว ผู้ใช้แรงงาน ชาวบ้านในท้องถิ่น นักวิชาการและนักพัฒนาในองค์กรพัฒนาเอกชน และยังมีอีกจำนวนมากซึ่งคณะผู้วิจัยไม่สามารถเอ่ยนามได้ครบถ้วน ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลด้วยความเต็มใจ และร่วมสรรค์สร้างให้งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยของชาวอุบลอย่างแท้จริง

ขอขอบคุณเป็นพิเศษกับคุณนภารัตน์ กวีนัฏธยานนท์ อดีตเลขานุการคณะผู้วิจัยพร้อมทั้งนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์และคณะบริหารศาสตร์ทุกคนที่ช่วยเป็นแรงเสริมให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์

ความดีของงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบให้พี่น้องชาวอุบลราชธานีทุกคน

คณะผู้วิจัย

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

หลักการและเหตุผล

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาว่า “ชุมชนเข้มแข็ง เมืองน่าอยู่ เป็นประตูการค้าและการท่องเที่ยว การเกษตรมีศักยภาพ” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่มุ่งส่งเสริมการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง เพราะมีสภาพทางภูมิศาสตร์และมีศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ อีกทั้งยังมีพรมแดนติดกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปสู่กลุ่มประเทศอินโดจีนได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ชุมชน ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้แทบทุกกลุ่ม ส่งผลให้จังหวัดอุบลราชธานีมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับสี่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานี อย่างไรก็ตาม มีข้อมูลที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่จำนวนโรงแรมในจังหวัดอุบลราชธานี เมื่อปี 2547 มี 23 แห่ง และเพิ่มมากถึง 34 แห่งในปี 2548 และ 2549 แต่การพักค้างของนักท่องเที่ยวกลับลดลง โดยเฉพาะวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ลดลง จาก 3.52 ในปี 2547 เหลือเพียง 2.86 และ 2.60 ในปี 2548 และ 2549 ตามลำดับ ปรากฏการณ์ดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ และต่อเนื่องถึงพนักงานฝ่ายอื่น ๆ รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเชื่อมโยงไปถึงปัญหาการอพยพเคลื่อนย้ายแรงงานออกนอกพื้นที่และปัญหาการว่างงาน และปัญหาความยากจนได้ ดังจะเห็นจากข้อมูลที่สำนักงานสถิติแห่งชาติสรุปอัตราการว่างงานของจังหวัดอุบลราชธานีในปี 2547 – 2549 ดังนี้ 16,446 คน 22,531 และ16,985 คนตามลำดับ

ข้อมูลที่กล่าวถึงข้างต้นเป็นข้อมูลเฉพาะเรื่องธุรกิจที่พัก ซึ่งเป็นเพียงหนึ่งในองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเก็บรวบรวมสถิติค่อนข้างต่อเนื่อง และ

ง่ายต่อการสืบค้น โดยที่องค์ประกอบด้านอื่น ๆ ยังมีน้อยมากซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีที่ระบุว่า ขาดข้อมูล (เทิดชาย ช่วยบำรุง, อ้างแล้ว) สาเหตุดังกล่าวจึงทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐไม่เห็นภาพรวมของปัจจัยที่ใช้ในการส่งเสริมหรือแก้ไขปัญหาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างถูกทิศทาง

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นสมควรที่จะมีการศึกษาว่าแต่ละผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพ มูลค่าและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทาง นโยบายและแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างงาน สร้างอาชีพและรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขของประชาชน จนสามารถตรึงคนไว้ในพื้นที่ ไม่ต้องอพยพแรงงาน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการว่างงาน ปัญหาสังคม อีกทั้งสามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานีให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ

การศึกษาศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานีมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น

กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเน้นหนักประเด็นมูลค่าและคุณค่า ผ่านระเบียบวิธีวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ สังเกตการณ์ ระดมความคิด สำรวจ แบบสอบถามต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดประกอบด้วยภาครัฐ ธุรกิจเอกชน ผู้ใช้แรงงาน นักท่องเที่ยว ชาวบ้าน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

อื่นๆ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือ Diamond Model เพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อหน่วยงานในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ส่วนขอบเขตของการวิจัยนั้นจะประกอบด้วยขอบเขตด้านพื้นที่ ซึ่งแบ่งขอบเขตพื้นที่ในการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 7 ประเภท ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 5) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ 6) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ และ 7) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ส่วนที่ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 ประเภท ได้แก่ 1) ธุรกิจที่พักอาศัย 2) ธุรกิจคมนาคม 3) ธุรกิจอาหาร 4) ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และ 5) ธุรกิจนำเที่ยว สำหรับขอบเขตทางด้านประชากร ในการวิจัยประกอบด้วยภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ไม่ว่าจะเป็น 1) หน่วยงานรัฐด้านการท่องเที่ยว 2) ธุรกิจเอกชนทั้ง 5 องค์ประกอบ 3) ชาวบ้านหรือคนในท้องถิ่น 4) แรงงานในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว 5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนขอบเขตด้านระยะด้านเวลา โครงการนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน 2551 ถึงวันที่ 15 มีนาคม 2553

ระเบียบวิธีวิจัย

สำหรับกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยการให้ความสำคัญกับการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยจะเน้นหนักในประเด็นมูลค่าและคุณค่าผ่านระเบียบวิธีวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ สังเกตการณ์ ระดมความคิด สำรวจ แบบสอบถามต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดประกอบด้วยภาครัฐ ธุรกิจเอกชน ผู้ใช้แรงงาน นักท่องเที่ยว ชาวบ้าน ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 ส่วนได้แก่ส่วนแรกคือระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 800 ชุด แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 400 ชุด โดยกระจายแบบสอบถามไปยังผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้ง 7 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ การ

ท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล แห่งละ 116 ชุด ทั้งนี้คำถามในแบบสอบถามจะสะท้อนข้อมูลทั้งศักยภาพ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องทั้ง 5 องค์ประกอบ ในส่วนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดจากกลุ่มเฉพาะ โดยดำเนินการร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว กล่าวคือ หน่วยงานรัฐด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชาวบ้านหรือคนในท้องถิ่นในฐานะเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว แรงงานในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีอื่นๆ ได้แก่ นักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกนำไปวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือ Diamond Model เพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อหน่วยงานในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้ในการศึกษาโดยคณะผู้ศึกษาได้ให้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับประเด็นศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ตลอดจนแนวนโยบาย ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัดและภายในพื้นที่และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยว งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษามูลค่าทางการท่องเที่ยว งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาคุณค่าทางการท่องเที่ยว งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงงานกับการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

งานวิจัยในครั้งนี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ที่จากโครงการ ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ในระดับนโยบายและยุทธศาสตร์ ผลประโยชน์ในระดับเศรษฐกิจ สังคม และวิชาการ โดยมีแนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ต่อไป

ศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่

<u>ด้านศักยภาพ</u>

ผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการที่มีศักยภาพสูงสุด คือ ศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น ความสมบูรณ์และสวยงานของสภาพภูมิทัศน์ ความเหมาะสมของสถานที่สำหรับการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ รองมาได้แก่ ศักยภาพด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย เช่น สถานที่จัดงานมีระบบการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี ตลอดจนมีการใส่ใจความสะอาดของสถานที่ในการจัดงาน นอกจากนี้ ศักยภาพด้านความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน อันได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีความสามารถในการสื่อสาร ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีศักยภาพสูงสุด คือ ศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น ความมีชื่อเสียง การมีเอกลักษณ์และจุดเด่นของศาสนสถาน รวมถึงความสงบ ร่มรื่น ความสะอาดของศาสนสถาน รองมาได้แก่ศักยภาพด้านความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน อันได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีความสามารถในการสื่อสาร ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ความรอบรู้ในเรื่องวัฒนธรรม ประเพณีพิธีกรรมทางศาสนา และศาสนสถาน นอกจากนี้ศักยภาพที่โดดเด่นรองลงมา คือ ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย เช่น มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงสุด คือ ศักยภาพด้านความสามารถของผู้นำเที่ยว ที่สามารถสื่อสารและมีความรอบรู้เรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงผู้นำเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี รองมาได้แก่ศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เอกลักษณ์และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความร่มรื่นและความสมบูรณ์ของสภาพภูมิทัศน์ อันดับสามได้แก่ศักยภาพด้านความปลอดภัย ได้แก่ มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีศาสนสถานที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง เช่น วัดหนองป่าพง วัดมหาวนาราม (วัดป่าใหญ่) วัดมณีวนาราม (วัดป่าน้อย) วัดศรีอุบลรัตนาราม เป็นต้น ตลอดจนมีเกจิอาจารย์ชื่อดังที่มีผู้เคารพศรัทธาเป็นจำนวนมาก อีกทั้ง จังหวัดอุบลราชธานียังมีศาสนสถานและศาสนวัตถุที่งดงาม เป็นที่ประทับใจแก่ผู้มาเยือน นอกจากนี้การบริจาคทานยังได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวมากที่สุดอีกด้วย

กิจกรรมการท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ (Event) ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือ รูปแบบการแสดง แสง สี เสียง เช่น ประเพณีงานแห่เทียนพรรษาประจำปี รองลงมาได้แก่ การแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การสาธิตการละเล่นท้องถิ่น การแต่งกายและอาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ การร่วมกิจกรรมภายในงาน ยังได้รับความพึงพอใจมากเป็นอันดับสาม

กิจกรรมการท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การนำเสนอวิถีการดำเนินชีวิต เช่น การนำเสนอวิธีการประกอบอาหารของแต่ละท้องถิ่น อีกทั้งยังมีโบราณสถานที่เป็นที่ประทับใจแก่ผู้มาเยือน รวมถึงแต่ละชุมชนมีประเพณีของท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์

กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา และนิทรรศการ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 และ สูงกว่า 25,000 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มาครั้งแรก และหากมีโอกาสจะกลับมาอีก โดยที่เลือกมาเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีรายได้ระหว่าง สูงกว่า 25,000 บาทขึ้น เป็นกลุ่มมาซ้ำและถ้ามีโอกาสจะกลับมาอีก โดยที่เลือกมาเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท เป็นกลุ่มมาซ้ำ และถ้ามีโอกาสจะกลับมาอีก โดยที่เลือกมาเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตามลำดับ

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี มีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่มีความโดดเด่นที่สุด คือ ธุรกิจนำเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจคมนาคม นอกจากนี้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ธุรกิจร้านอาหาร โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจร้านขายของที่ระลึกมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ และนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจคมนาคมมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ นักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ ตามลำดับ

<u>ด้านมูลค่า</u>

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีรายได้มากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา และนิทรรศการ ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้แก่ การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นอันดับแรก เนื่องจากหากอัตราเงินเฟ้อ จำนวนวันที่พัก จำนวนห้องพัก และจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้นจะช่วยผลักดันให้ผลิตภัณฑ์นี้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้แก่ ธุรกิจร้านขายของฝาก (อาหาร) เนื่องจากหากอัตราเงินเฟ้อ จำนวนนักท่องเที่ยวไทย จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ จำนวนวันที่พัก และจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้น

เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 43,899 บาท

เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการเพิ่มขึ้นร้อยละ1 และจะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 4,789 บาท

เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 2,898 บาท

เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ เพิ่มขึ้นร้อยละ1 แล้ว จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 9,533 บาท

เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ และอัตราเงินเฟ้อให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 10,783 บาท

เมื่อกำหนดให้จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐ และอัตราค่าจ้างมีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว จะทำให้จำนวนการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 447 คน

เมื่อกำหนดให้อัตราเงินเฟ้อและอัตราค่าจ้างมีอัตราคงที่ ในขณะที่จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐเพิ่มขึ้นร้อยละ1 แล้ว จะทำให้จำนวนการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 156 คน

เมื่อกำหนดให้งบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐ และอัตราเงินเฟ้อมีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราค่าจ้างลดลงร้อยละ1 แล้ว จะทำให้จำนวนการจ้างแรงงานโดยผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 1,597 คน

เมื่ออัตราการเงินเฟ้อและอัตราค่าจ้างสูงขึ้น จะทำให้การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวลดลง

เมื่อรายได้จากธุรกิจร้านขายของที่ระลึก รายได้จากธุรกิจนำเที่ยว รายได้จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษเพิ่มขึ้น จะทำให้การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

<u>ด้านคุณค่า</u>

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในเชิงคุณค่ามากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

เมื่อวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อยกับภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคแรงงาน และภาคชุมชนท้องถิ่น มีเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคที่เกิดในภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคแรงงาน และภาคชุมชนท้องถิ่น ในด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยว การจ้างงาน การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน ดังต่อไปนี้

ภาครัฐ

ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าภาครัฐมีเงื่อนไขในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการและกระจายการบริหารจัดการสู่ท้องถิ่น ขณะที่กลไกได้แก่การทีภาครัฐมีกลไกเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมเพื่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าสินค้าการท่องเที่ยวโดยให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพ ข้อจำกัดได้แก่การที่แต่ละหน่วยงานมีนโยบายไม่ประสานกัน อันนำไปสู่อุปสรรคคือแม้ว่าจะมีการบูรณาการการทำงานมากขึ้นแต่ก็ยังไม่เป็นทิศทางเดียวกัน

ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขได้แก่การยกระดับคุณภาพ และปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว และการกำหนดนโยบายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว นำไปสู่กลไกด้านการเพิ่มอัตรากำลังของบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการจัดการการท่องเที่ยว การสนับสนุนให้หน่วยงานในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง โดยมีข้อจำกัดได้แก่บุคลากรในการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ และอุปสรรคคือการยกระดับบุคลากรจากพละศึกษามาดูแลงานด้านการท่องเที่ยวตลอดจนการที่บทบาทด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดอยู่ที่ส่วนกลางจึงทำให้จังหวัดต้องกำหนดนโยบายตามส่วนกลาง

ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่การสรรหาบุคลากรภาครัฐที่มีคุณภาพ ขณะที่กลไกคือการเพิ่มรายได้และสวัสดิการเพื่อดึงดูดให้มีผู้ทำงานในภาครัฐมากยิ่งขึ้น ข้อจำกัดได้แก่บุคลากรขาด

ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากมีความเชี่ยวชาญทางพละศึกษามากกว่า และอุปสรรคคืออัตราบุคลากรถูกกำหนดโดยส่วนกลาง

ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่การขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยที่กลไกคือการเปิดโอกาสให้มีการบริหารงานแบบจากล่างสู่บน (Bottom Up) ข้อจำกัดคือบุคลากรในหน่วยงานรัฐไม่มีส่วนร่วมในการวางนโยบายการท่องเที่ยวตลอดจนขาดความร่วมมือจากภาคเอกชนในการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมถึงอุปสรรคได้แก่การบริหารงานแบบจากบนลงล่าง ทำให้ไม่มีผู้ใดประสงค์จะมีส่วนร่วมในการทำงานมากนัก

ภาคธุรกิจเอกชน

ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขของภาคธุรกิจเอกชนคือการจัดทำฐานข้อมูลและเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ กลไกได้แก่การที่ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเห็นถึงความจำเป็นของฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวและการเกื้อกูลผลประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างกันทั้งส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน โดยข้อจำกัดคือขาดความร่วมมือในการให้ข้อมูลและเกิดช่องว่างระหว่างธุรกิจประเภทเดียวกัน และอุปสรรคได้แก่การที่ข้อมูลไม่ตรงกับที่แจ้งหน่วยงานรัฐ

ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือการตรึงคนในจังหวัดอุบลราชธานี โดยกลไกได้แก่การยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของตนเอง ข้อจำกัดได้แก่บุคลากรขาดทักษะและจิตสำนึกในการบริการท่องเที่ยวและการขาดแคลนบุคลากร ตลอดจนอุปสรรคคือแรงงานขาดความเข้าใจถึงความจำเป็นในการบริการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเลือกที่จะทำงานต่างถิ่นเนื่องจากปัจจัยเรื่องค่าตอบแทน สวัสดิการ และความก้าวหน้า

ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขคือการขยายตัวของแรงงานต่างด้าวในธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีและการมีธุรกิจแบบครอบครัว โดยกลไกคือการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นมีรายได้และสวัสดิการที่เพิ่มขึ้นรวมถึงยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการและตราสินค้า ข้อจำกัดได้แก่การจ้างงานเป็นไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว และอุปสรรคคือคนในท้องถิ่นเลือกงานที่มีรายได้สูง และสบายกว่าและการหลีกเลี่ยงการเปิดเผยข้อมูลอาทิ การบังคับใช้กฎหมายแรงงาน เป็นต้น

ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่การปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด โดยมีกลไกคือการสนับสนุนให้แรงงานมีงานทำหรือเป็นเจ้าของกิจการขนาดเล็กทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในจังหวัดอุบลราชธานี ข้อจำกัดได้แก่รายได้และสวัสดิการน้อย ซึ่งหากไปทำงาน

ในกรุงเทพฯ มีรายได้และสวัสดิการสูงกว่า และอุปสรรคคือการมีงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวให้เลือกทำไม่มากนัก

ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน

ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชนเห็นว่าเงื่อนไขที่สำคัญคือการทบทวนบทบาทของสถาบันการศึกษาต่อความรับผิดชอบในการผลิตบัณฑิตทางการท่องเที่ยว โดยมีกลไกได้แก่การมุ่งผลิตบัณฑิตในสาขาการท่องเที่ยวที่มีทักษะและจิตบริการเพื่อเป็นแรงงานที่มีคุณภาพและการสร้างหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียนมีจิตสำนึกที่ดีต่องานบริการที่เน้นคุณภาพมากกว่ารายได้ ข้อจำกัดได้แก่นโยบายการรับนักศึกษาที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพและนักศึกษาในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องมาเรียนโดยไม่คาดหวังถึงความรู้ทางการท่องเที่ยวโดยตรง และอุปสรรคคือนโยบายของสถาบันการศึกษาที่ทำให้สาขาวิชาต้องเลี้ยงตัวเองมากขึ้น จึงต้องเน้นปริมาณของนักศึกษามากกว่าคุณภาพ เนื่องจากผู้เรียนส่วนใหญ่คิดถึงแต่รายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าความต้องการศึกษาในศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้

ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือการเน้นให้บัณฑิตมีทักษะการบริการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นกลไกจึงได้แก่การปรับปรุงหลักสูตรให้มีการฝึกปฏิบัติเพิ่มขึ้น ข้อจำกัดคือนักศึกษาไม่มีความเข้าใจในทักษะการบริกาและอุปสรรคคือการเน้นทฤษฎีมากกว่าการฝึกปฏิบัติ เนื่องจากมีสถานที่และโอกาสฝึกปฏิบัติน้อย

ด้านการจ้างงาน พบว่าด้านเงื่อนไขคือการเคลื่อนย้ายแรงงานของวัยทำงานและมีการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตและการทำงานของแรงงานในจังหวัด ซึ่งกลไกคือควรการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตและการทำงานของแรงงานในจังหวัดและยกระดับรายได้ สวัสดิการ และโอกาสในความก้าวหน้าของบัณฑิต ข้อจำกัดได้แก่เยาวชนในชุมชนไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในชุมชนและบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาไม่ทำงานในท้องถิ่นเนื่องจากโอกาสความก้าวหน้าและรายได้ และอุปสรรคคือผู้ที่มีส่วนในการท่องเที่ยวในชุมชนส่วนใหญ่คือผู้สูงอายุเพราะคนหนุ่มสาวไปทำงานในตัวเมืองและรายได้ สวัสดิการ และโอกาสความก้าวหน้าในเมืองท่องเที่ยวสูงกว่า

ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขคือการบูรณาการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดทางเลือกในการทำงานของแรงงาน กลไกคือการส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน ควบคู่กับธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เพื่อการสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น ข้อจำกัดคือส่วนใหญ่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนมากกว่าการท่องเที่ยวแขนงอื่น และ

อุปสรรคคือการที่องค์กรพัฒนาเอกชนส่งเสริมแต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนอย่างเดียวทำให้ขาดมิติอื่นๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ และด้านแรงงาน เป็นต้น

ภาคแรงงาน

ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือการยกระดับมาตรฐานค่าจ้างและสวัสดิการแรงงาน กลไกคือการส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้า ข้อจำกัดคือแรงงานมักจะทำงานในระยะเวลาสั้นภายหลังการสำเร็จการศึกษา แต่เมื่อมีโอกาสความก้าวหน้ามากกว่า ก็จะย้ายไปทำงานที่อื่น และอุปสรรคคือรายได้ สวัสดิการ และโอกาสของความก้าวหน้าเป็นเงื่อนไขสำคัญ

ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขได้แก่การพัฒนาทักษะความรู้ให้กับแรงงานทางการท่องเที่ยว นำไปสู่กลไกการจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการบริการของแรงงานมากขึ้น โดยที่อจำกัดคือแรงงานมีทักษะในการบริการไม่มากเท่าที่ควร และอุปสรรคคือแรงงานส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ

ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่การยกระดับมาตรฐานค่าจ้าง และสวัสดิการแรงงานและการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจ้างคนในท้องถิ่น กลไกคือการส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้าและมาตรการทางภาษีที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการจ้างแรงงานจากคนในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ข้อจำกัดคือรายได้และสวัสดิการน้อย ทำให้การตัดสินใจทำงานในจังหวัดน้อยและแรงงานส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัวของผู้ประกอบการหรือแรงงานต่างด้าวมากกว่าการจ้างงานภายนอก และอุปสรรคคือรายได้ และสวัสดิการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกที่จะทำงานในท้องถิ่นและด้านค่าจ้างแรงงานในราคาถูกทำให้ผู้ประกอบการเลือกจ้างคนในครอบครัวทำงานหรือคนต่างด้าวมากกว่าคนในท้องถิ่น

ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขคือการยกระดับมาตรฐานค่าจ้างและสวัสดิการแรงงานและการสร้างความรักในอาชีพบริการ กลไกคือการส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้าและปลูกจิตสำนึกให้แรงงานเห็นความสำคัญของอาชีพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว ข้อจำกัดคือรายได้และสวัสดิการไม่เพียงพอและแรงงานทำงานตามหน้าที่มากกว่าการสร้างสรรค์งาน และอุปสรรคคือแรงงานมักจะหางานทำในเมืองท่องเที่ยว เนื่องจากรายได้และสวัสดิการสูงกว่าและแรงงานส่วนหนึ่งไม่มีความรักในการประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยว

ภาคชุมชนท้องถิ่น

ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง กลไกคือสนับสนุนการจัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาทักษะ และงบประมาณเพื่อให้คนในท้องถิ่นจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองและอย่างยั่งยืน ตลอดจนลำดับความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละปีซึ่งควรจะสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาตามปีงบประมาณและการพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ข้อจำกัดคือขาดความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก ทำให้ต้องจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองและอุปสรรคคือหน่วยงานภายนอกมักจะให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวภายหลังการท่องเที่ยวในท้องถิ่นประสบความสำเร็จแล้ว

ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือการพัฒนาศักยภาพการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในท้องถิ่นและพัฒนาและยกระดับศักยภาพ โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว กลไกคือจัดอบรมทักษะการให้บริการและภาษาต่างประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้คนในท้องถิ่นสามารถปฏิบัติงานได้จริง และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดคือขาดทักษะด้านการบริการและขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่รับผิดชอบ และอุปสรรคคือคนในท้องถิ่นขาดความรู้ความชำนาญในการบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและ

ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เสริมแก่คนในท้องถิ่น กลไกคือการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้เสริมของผู้อาวุโสและ/หรือผู้มีงานทำในท้องถิ่น ข้อจำกัดคือแรงงานส่วนใหญ่เป็นผู้อาวุโสและ/หรือไม่ได้ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก และอุปสรรคคือเนื่องจากวัยทำงานเดินทางไปทำงานในเมืองใหญ่ นอกจากนี้คนที่อยู่ในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอยู่แล้ว แต่การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมมากกว่า ตลอดจนภาคธุรกิจเอกชนไม่ค่อยให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวชุมชน

ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขคือการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมในชุมชนและการมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจในนโยบายและแผนงานของภาครัฐบาล กลไกคือการสร้างความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย (Win-Win Solution) ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเข้าบ้านและผู้มาเยือนและส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจในนโยบายและแผนงานของภาครัฐบาล ข้อจำกัดคือการประชุมวางแผนและ

กระจายอำนาจในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนมากจะประกอบด้วยภาครัฐบาล ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเป็นหลักและอุปสรรคคือขาดการส่งเสริมจากภาครัฐบาล ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาในการประชุมวางแผนและกระจายอำนาจในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐ

เมื่อพิจารณาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีแล้ว สามารถเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐ ได้ดังนี้

นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านปัจจัยการผลิต

<u>นโยบาย</u>

- นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ จัดการและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

- นโยบายยกระดับมาตรฐานสวัสดิการและค่าครองชีพในแรงงานภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

- นโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีจำนวนเพียงพอต่อการความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อแหล่งท่องเที่ยว

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- ส่งเสริมเครือข่ายพี่เลี้ยงระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

- การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้เป็นที่เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่แตกต่างของระบบนิเวศวัฒนธรรม

- การพัฒนาคุณภาพแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานในภาคธุรกิจ

-การยกระดับมาตรฐานค่าครองชีพและสวัสดิการของแรงงานภาคการท่องเที่ยวและสวัสดิการในจังหวัด

-การพัฒนาคุณภาพแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานในภาคธุรกิจ

- การส่งเสริมให้ภาคธุรกิจผลิตสินค้าและบริการโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อการกระจายรายได้และสร้างอัตลักษณ์ของสินค้า อันจะนำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าในอนาคต

- การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการให้มีมาตรฐานทั้งจำนวนและคุณภาพสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

- การพัฒนาป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อนำเสนอประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง

<u>นโยบาย</u>

- การส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของที่ระลึกและของฝากให้มีอัตลักษณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นอย่างครบวงจร

- การส่งเสริมการจัดกิจกรรมพิเศษที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดอุบลราชธานี

- นโยบายส่งเสริมการสร้างพันธมิตรธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการลงทุนทางการท่องเที่ยวให้แก่นักลงทุนของจังหวัดอุบลราชธานี

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและของฝากทั้งระหว่างธุรกิจประเภทเดียวกับ กับเครือข่ายชุมชนในฐานะฐานการผลิต

- การส่งเสริมกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นของจังหวัดให้มากขึ้นเพื่อสร้างความภาคภูมิใจแก่ชาวอุบลราชธานี ตลอดจนเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีสู่นักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการจ้างแรงงานคุณภาพเพิ่มขึ้น

- ส่งเสริมพันธมิตรธุรกิจเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและกิจกรรมพิเศษผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (อินเตอร์เน็ต) เพื่อการสร้างรายได้

- ส่งเสริมการรวมกลุ่มทางธุรกิจทางท่องเที่ยว ภายใต้แนวทางห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสร้างธุรกิจต้นแบบให้เป็นรูปธรรม เพื่อรองรับการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของสินค้า

- สร้างกระแสความนิยมการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์

- ปรับปรุงกฎระเบียบการส่งเสริมการลงทุน ตลอดจนจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการลงทุนของนักลงทุนท้องถิ่นในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

- การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับกลุ่มเยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ

นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุปสงค์

<u>นโยบาย</u>

-การส่งเสริมให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลาง (Hub) สู่ประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนศูนย์กลางการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการระดับนานาชาติในภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนล่าง

-การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาลที่สร้างและสนับสนุนการเรียนรู้ความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรม

- การปรับปรุงตัวชี้วัดผลสำเร็จทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนมากขึ้น

- การพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายและใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวระยะยาวเพื่อเพิ่มจำนวนวัน

-ส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ

- ส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ

- การให้ความสำคัญกับการบริการผู้มาเยือน (Visitors) และนักทัศนาจร (Excursionists) ในท้องถิ่น มากกว่าการคาดหวังจำนวนนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

- การให้ความสำคัญกับการวัดผลสำเร็จทางการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเพียงจำนวนหรือรายได้จากนักท่องเที่ยว แต่เป็นการวัดจากคุณภาพนักท่องเที่ยวและความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

- การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแปลกใหม่ซึ่งสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพ เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีซ้ำอีกครั้งหนึ่ง

นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน

นโยบาย

- การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและการท่องเที่ยวทางเลือกโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

-กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยเฉพาะมาตรฐานด้านราคาในธุรกิจคมนาคม ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร

- สร้างและกระตุ้นการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับจังหวัดอุบลราชธานี

- การควบคุมการลักลอบดำเนินธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวและบริการผิดกฎหมายและขาดจริยธรรม

ยุทธศาสตร์

- การกระจายงบประมาณเพื่อพัฒนาทางเลือกของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยผ่านการสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวรวมเส้นทาง (Route) กับประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและชาวบ้านในท้องถิ่นสามารถพัฒนากิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มด้วยตนเอง

- การใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อควบคุมดูแลธุรกิจที่ดำเนินการผิดกฎหมายและเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจที่ถูกกฎหมาย

- รณรงค์ให้ธุรกิจภาคการท่องเที่ยวและบริการเห็นความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่จังหวัดอุบลราชธานีและลดการแข่งขันเชิงทำลายระหว่างธุรกิจ

นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านโอกาส

นโยบาย

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน

- สร้างกลยุทธ์ให้กลุ่มเพื่อนบ้านชายแดนใกล้เคียงเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

- การสร้างความปรองดองทางสังคมและธุรกิจเพื่อเป็นแรงผลักดันสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุบลราชธานี

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- ส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีและเขตพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีนเพิ่มขึ้น

- การสร้างสิทธิประโยชน์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการในกลุ่มวงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน

-ส่งเสริมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านรัฐบาล

- ส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในจังหวัดเห็นคุณค่าและประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว

- การพัฒนาคุณภาพงานวิจัยทางการท่องเที่ยว จากสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- ส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในจังหวัดเห็นคุณค่าและประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว

- การวิจัยเพื่อกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุบลราชธานีด้วยตนเอง

- การวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อภาคการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดอุบลราชธานี

ควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวควบคู่ระหว่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในระดับต่ำควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น รวมถึงกระจายรายได้ไปยังผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย ตัวอย่างเช่น

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1</u> การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ ควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือนพฤษภาคม กันยายน และตุลาคม

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2</u> การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือนมีนาคม กรกฎาคม และสิงหาคม

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 3</u> การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษและการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือนเมษายน กรกฎาคม พฤศจิกายน ธันวาคม

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 4</u> การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือน มกราคม กุมภาพันธ์ มิถุนายน

ทั้งนี้ควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยู่พัก ณ แหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนวันมากขึ้น

นอกจากนี้ควรมีการจัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีการส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง และมีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากหลายช่องทาง อาทิเช่น การออกแบบเว็บไซต์ให้ดึงดูดใจ สามารถเข้าถึงง่าย อีกทั้งในแต่ละเว็บไซต์ควรมีการใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อย่างน้อย 2 ภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ในส่วนของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาเส้นทางคมนาคม ป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการสับสนของนักท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าควรที่จะสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองอุบลราชธานี เช่น การนำเอาวัสดุของท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า อาทิ ผ้าทอมือ รวมถึงเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา นำมาพัฒนาเป็นสินค้าร่วมสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้

ควรกระตุ้นชาวอุบลราชธานีให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยนำเสนอประเด็นที่มีผลกระทบต่อชาวอุบลราชธานีเอง อาทิเช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจะเกิดผลกระทบต่อตนเองและ

จังหวัดอย่างไร การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวโดยนำเสนอตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเข้มแข็งในการร่วมมือกันของประชาชนในท้องถิ่น เป็นต้น รวมถึงการรณรงค์ให้ชาวอุบลราชธานีร่วมเป็นเจ้าภาพที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

เอกสารหรือคู่มือการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ควรมีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ๆ นอกเหนือจากแผ่นพับหรือรูปเล่ม เช่น E-Guiding คือ การอัพโหลดไฟล์ข้อมูลลงบนหน้าเว็บไซต์ท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี แล้วนักท่องเที่ยวสามารถดาวน์โหลดไฟล์เก็บไว้ในอุปกรณ์สื่อสารของตนเองได้ ทั้งโทรศัพท์มือถือ หรือ เครื่องเล่น MP3 และสามารถเรียกข้อมูลได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ควรมีการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ทั้งด้านของที่พัก ร้านอาหารและเส้นทางการเดินทาง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

1) จำนวนแบบสอบถามแต่ละชุดมีจำนวนมากเกินไปซึ่งอาจจะส่งผลให้ผู้ตอบแบบตอบถามเร่งรีบในการตอบ เนื่องจากเวลาในการทำแบบสอบถามมีจำนวนจำกัด

2) ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมีจำกัด ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล ดังนั้นจึงควรขยายระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามเพิ่มมากขึ้น

3) ช่องทางในการเก็บแบบสอบถามควรที่จะหลากหลายมากขึ้น เช่น การกรอกแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซด์

ข้อเสนอแนะวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1) ในการประเมินศักยภาพ และขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ควรให้ความสำคัญกับการวิจัยด้านการประเมินศักยภาพและขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

2) ควรมีการวิจัยการพัฒนาตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเฉพาะ (Niche market) ของจังหวัดอุบลราชธานี

3) ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจ MICE (Meeting Incentive Convention Exhibition) ในภูมิภาคอีสานตอนล่าง เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้ม นโยบาย แผนพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของรัฐบาล

4) ควรมีการวิจัยโดยเจาะจงด้าน ปัจจัย เงื่อนไข ข้อจำกัดในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจร้านอาหารภายในจังหวัดอุบลราชธานีในการให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว

5) ควรมีการวิจัยที่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของคนในท้องถิ่นต่อการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว อันจะเป็นการตอบคำถามได้อีกเกี่ยวกับปัจจัยประการหนึ่งในการตรึงคนภาคการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG5140035

ชื่อโครงการ : ศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานี

ชื่อนักวิจัย : บุณยสฤษฎ์ อเนกสุข, กิติพร โชประการ, พัชรี ธานี, นวทิวา พลทม, ปริวรรต สมนึก, สุวภัทร ศรีจองแสง, รุจิรา วงษ์สามารถ, สิริรัตน์ ชอบขาย, ใจแก้ว แถมเงิน, กมลพร นครชัยกุล, วรารัตน์ บุญแฝง, อรุณรัตน์ เศวตธรรม
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

E-mail Address : kwan224@hotmail.com, choprakarnk@hotmail.com, pachey_t@hotmail.com, lanawapo@ubu.ac.th, khunpariwat@yahoo.com, ajarn_tae@yahoo.com, tik_space@yahoo.co.th, chobor@hotmail.com, kaew_2520@hotmail.com, farsang_k@hotmail.com, nuiwararat@hotmail.com, gink_ka@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ 15 กันยายน 2551 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2553

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเพื่อศึกษาศักยภาพ เงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่น และเพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Diamond Model

ผลการวิจัยพบว่าในด้านศักยภาพนั้น ผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุดคือ การจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่

นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่มีความโดดเด่นที่สุด คือ ธุรกิจนำเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจคมนาคม

ในด้านมูลค่าพบว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีรายได้มากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดประชุมสัมมนา และนิทรรศการ และด้านมูลค่าคือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในเชิงคุณค่ามากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ด้านเงื่อนไข กลไก และข้อจำกัด พบว่าภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคแรงงาน และภาคชุมชนท้องถิ่น มีเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคที่เกิด ในด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยว การจ้างงาน การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐได้แก่นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านปัจจัยการผลิต นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุปสงค์ นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านโอกาส นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านรัฐบาล

ผลการวิจัยจะนำไปสู่การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญของการตรึงคนและลการเคลื่อนย้ายแรงงานให้ออกนอกจังหวัดอุบลราชธานี อันเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีอีกประการหนึ่ง

คำหลัก : ศักยภาพทางการท่องเที่ยว, ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว, องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว, มูลค่าทางการท่องเที่ยว, คุณค่าทางการท่องเที่ยว, แรงงานการท่องเที่ยว

ABSTRACT

Project Code : RDG5140035

Project Title : Potential, Price, and Value of Tourism Products for Income Generating for Ubon Ratchathani Province

Investigators : Aneksuk B, Choprakarn K, Thanee P, Polthom N, Somnuek P, Sregongsang S, Wongsamart R, Chobkhay S, Thaemnguen J, Nakhornchaikun K, Boonfang W, Sawettham A

Ubon Ratchathani University

E-mail Address : kwan224@hotmail.com, choprakarnk@hotmail.com, pachey_t@hotmail.com, lanawapo@ubu.ac.th, khunpariwat@yahoo.com, ajarn_tae@yahoo.com, tik_space@yahoo.co.th, chobor@hotmail.com, kaew_2520@hotmail.com, farsang_k@hotmail.com, nuiwararat@hotmail.com, gink_ka@hotmail.com

Project Duration : September15, 2008 to May 31, 2010

The aims of this research were to investigate the potential of tourism products and factors related to tourism in Ubon Ratchathani province, and conditions, mechanisms, and limitations of the involved organizations: government sectors, private sectors, local people and communities in developing, managing, and promoting tourism and the creating employment opportunities in the province. The results would lead to the suggestions in terms of policy and strategy for the government sectors in order to implement appropriate plans for the locals. This research employed both quantitative and qualitative methods. The analysis technique was Diamond Model.

The results indicated that the tourism products which received the most satisfaction in terms of tourism potential in Ubon Ratchathani was MICE industry, followed by religious tourism and cultural tourism. The most satisfactory tourism activity was religious tourism,

followed by special activities and cultural tourism. In addition, the most outstanding factor of tourism in this province was tour business, followed by souvenirs and transportations.

In terms of price, it was found that the tourism products which generated the most income for the province was event tourism, followed by cultural tourism and MICE industry. The tourism products which had the most potential in terms of value was ecotourism and adventures, followed by cultural tourism, and religious tourism.

In terms of conditions, mechanism and limitations, government sectors, private sectors, scholars, non government organizations, labors and local communities experienced problems in tourism product management, tourist service, employment and job satisfaction.

Policies and strategies recommendations for the government sectors were policies and strategies on factors of condition, related and supported industries, demands, supplies, strategies, structures and competitions, opportunities, and government.

The results of the research would lead to the use of tourism as a tool to reduce the rate of labor migrations and develop tourism in Ubon Ratchathani.

Keywords : Potential of Tourism, Tourism Products, Tourism Structure, Value of Tourism, Price of Tourism, Labor of Tourism

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	**ก**
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	**ข**
บทคัดย่อภาษาไทย	**บ**
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	**ผ**
สารบัญ	**พ**
สารบัญตาราง	**ม**
สารบัญแผนภูมิ	**ร**
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
คำถามการวิจัย	4
กรอบแนวคิด	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ของเขตของการวิจัย	7
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	8
แนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่	11
ข้อจำกัดของงานวิจัย	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	**12**
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	12
การทบทวนวรรณกรรม	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	**40**
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	44
สรุป	47
บทที่ 4 ผลการวิจัย	**52**
ศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี	52
ประเด็นทางการตลาดและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	52
ประเด็นทางเศรษฐศาสตร์	64
เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	**69**
ภาครัฐ	69
ภาคธุรกิจเอกชน	71
ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน	74
ภาคแรงงาน	76
ภาคชุมชนท้องถิ่น	77
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐ	**80**
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	80
มูลค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	83
คุณค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	88
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐจำแนกตามปัจจัยแต่ละด้าน	**91**
นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านปัจจัยการผลิต	91
นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง	92
นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุปสงค์	93
นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน	95
นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านโอกาส	96

นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการดำเนินงานของรัฐบาล 96
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 98
ศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี 98
เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง 102
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐ 107
อภิปรายผลการวิจัย 111
ข้อเสนอแนะ 114
ข้อเสนอแนะเพื่อภาคการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดอุบลราชธานี 114
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป 115
บรรณานุกรม 117
ภาคผนวก
ภาคผนวก ก. ประวัติคณะผู้วิจัย

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 47

ตารางที่ 4.1 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ 52

ตารางที่ 4.2 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ 54

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 55

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จำแนกตามผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 58

ตารางที่ 4.5 ความถี่และร้อยละของความต้องการในการท่องเที่ยวในอนาคต 61

ตารางที่ 4.6 ค่าร้อยละการมาท่องเที่ยวในเดือนต่างๆจำแนกตามความนิยม 61

ตารางที่ 4.7 ค่าจำนวนและร้อยละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการมาท่องเที่ยว 62

ตารางที่ 4.8 ค่าความถี่และร้อยละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามการมาพักค้างคืน 63

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี 64

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี 64

ตารางที่ 4.11 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 69

ตารางที่ 4.12 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว 70

ตารางที่ 4.13 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน **71**

ตารางที่ 4.14 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน 71

ตารางที่ 4.15 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 71

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.16 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว 72

ตารางที่ 4.17 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน 73

ตารางที่ 4.18 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน 74

ตารางที่ 4.19 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 74

ตารางที่ 4.20 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว 75

ตารางที่ 4.21 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน 75

ตารางที่ 4.22 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน 75

ตารางที่ 4.23 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 76

ตารางที่ 4.24 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว 76

ตารางที่ 4.25 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน 76

ตารางที่ 4.26 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน 77

ตารางที่ 4.27 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 77

ตารางที่ 4.28 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว 78

ตารางที่ 4.29 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน 78

ตารางที่ 4.30 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน 79

ตารางที่ 4.31 สรุปประเด็นเพื่อกำหนดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 91

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
แผนภูมิที่ 2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
แผนภูมิที่ 4.1 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ	53
แผนภูมิที่ 4.2 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้	53
แผนภูมิที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยรวม จำแนกตามผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	56
แผนภูมิที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยรวม จำแนกตามศักยภาพในด้านต่างๆ	57
แผนภูมิที่ 4.5 ความพึงพอใจรวมของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จำแนกตามผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	59
แผนภูมิที่ 4.6 ความพึงพอใจรวมของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จำแนกตามศักยภาพในด้านต่างๆ	60
แผนภูมิที่ 4.7 การวิเคราะห์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model	83
แผนภูมิที่ 4.8 การวิเคราะห์ ด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model	87
แผนภูมิที่ 4.9 การวิเคราะห์ ด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model	90

บทที่ 1
บทนำ

ในบทนี้เป็นการกล่าวถึงที่มาของการวิจัยนี้ว่ามีความสำคัญต่อสถานการณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 7 ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทในจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อการตรึงคนในท้องถิ่นอย่างไร มีวัตถุประสงค์และคำถามหลักในการวิจัยใดบ้าง และสามารถนำการวิจัยนี้ไปใช้ประโยน์ได้อย่างไร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1. หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการจัดการโดยคนและเพื่อคนเป็นส่วนใหญ่ (People Industry) และไม่ได้เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องเอากระบวนการทางอุตสาหกรรมเข้ามาเป็นตัวตั้ง แต่กลับต้องใช้มิติทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นเรื่องของจิตวิญญาณของคนเข้าไปเกี่ยวข้อง (ภราเดช พยัฆวิเชียร, มปป.) ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงสามารถสร้างความรัก ความผูกพัน ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของประเทศชาติ ซึ่งแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นคนไทยอีกด้วย ทั้งยังก่อให้เกิดประโยชน์ด้านอื่นอีกมากมาย เช่น ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้แก่ประชาชน และที่สำคัญยังช่วยบรรเทาภาวะการว่างงานและการอพยพแรงงานได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตรามาช่วยแก้ปัญหาดุลชำระเงิน สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้

จากตัวเลขของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงในสินธุ์ สโรบล, 2547) แสดงให้เห็นว่าตั้งแต่เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-9 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงถือว่าเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประเทศ เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ทวีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นแทบทุกปี (ยกเว้นในช่วงที่มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบทั้งจากภัยทางการเมือง ภัยธรรมชาติหรือโรคระบาด เช่น วิกฤตน้ำมัน เศรษฐกิจโลกถดถอย สงครามอ่าวเปอร์เซีย โรคซาร์ หรือเหตุการณ์สึนามิ เป็นต้น) รัฐบาลทุกสมัยจึงสนับสนุนให้แต่ละจังหวัดมีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาว่า “ชุมชนเข้มแข็ง เมืองน่าอยู่ เป็นประตูการค้าและการท่องเที่ยว การเกษตรมีศักยภาพ” โดยมีประเด็น

ยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่มุ่งส่งเสริมการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น (จังหวัดอุบลราชธานี, 2551: website)

เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง เพราะมีสภาพทางภูมิศาสตร์และมีศิลปะวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ อีกทั้งยังมีพรมแดนติดกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปสู่กลุ่มประเทศอินโดจีนได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ชุมชน ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้แทบทุกกลุ่ม ส่งผลให้จังหวัดอุบลราชธานีมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีชื่อเสียง เช่น อุทยานแห่งชาติผาแต้ม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น วัดป่านานาชาติ วัดหนองป่าพง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และโดยเฉพาะกิจกรรม (event) ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาที่เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากทั้งในและต่างประเทศ โดยมีองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย เช่น การเดินทาง ที่พัก บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร รวมทั้งร้านขายของที่ระลึกประเภทสินค้าพื้นเมืองหรือผลิตภัณฑ์จากกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ส่งผลให้จังหวัดอุบลราชธานีมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการจัดการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ หรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ดังจะเห็นได้จากการเติบโตขององค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น ชมรมโรงแรม ชมรมร้านอาหาร และชมรมธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับสี่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550) เมื่อพิจารณาจากข้อมูลและสถิติย้อนหลังจะพบว่า จำนวนผู้มาเยือน (นักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร) เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี ดังเช่น ในปี 2550 มี 1,507,946 ราย 1,367,314 ราย 1,288,462 และ 1,166,203 ราย ในปี 2549, 2548 และ 2547 ตามลำดับ เช่นเดียวกับรายได้ที่สูงขึ้นในแต่ละปี กล่าวคือ ในปี 2550 จำนวน3,504.17 ล้านบาท 3,144.37 ล้านบาท 2,797.95 ล้านบาทและ 2,764.04 ล้านบาท ในปี 2549 ปี 2548 และ ปี 2547 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551: website) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานี

อย่างไรก็ตาม มีข้อมูลที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่จำนวนโรงแรมในจังหวัดอุบลราชธานี เมื่อปี 2547 มี 23 แห่ง และเพิ่มมากถึง 34 แห่งในปี 2548 และ 2549 แต่การพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวกลับลดลง โดยเฉพาะวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ลดลง จาก 3.52 ในปี 2547 เหลือเพียง 2.86 และ 2.60 ในปี 2548 และ 2549 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ.ล, 2551: website) ปรากฏการณ์ดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ และต่อเนื่องถึงพนักงานฝ่ายอื่น ๆ รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเชื่อมโยงไปถึงปัญหาการอพยพเคลื่อนย้ายแรงงานออกนอกพื้นที่และปัญหาการว่างงาน และปัญหาความยากจนได้ ดังจะเห็นจากข้อมูลที่สำนักงานสถิติแห่งชาติสรุปอัตราการว่างงานของจังหวัดอุบลราชธานีในปี 2547 – 2549 ดังนี้ 16,446 คน 22,531 คน และ16,985 คน ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551: website)

ข้อมูลที่กล่าวถึงข้างต้นเป็นข้อมูลเฉพาะเรื่องธุรกิจที่พัก ซึ่งเป็นเพียงหนึ่งในองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเก็บรวบรวมสถิติค่อนข้างต่อเนื่อง และง่ายต่อการสืบค้น โดยที่องค์ประกอบด้านอื่น ๆ ยังมีน้อยมากซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีที่ระบุว่า ขาดข้อมูล (เทิดชาย ช่วยบำรุง, อ้างแล้ว) สาเหตุดังกล่าวจึงทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐไม่เห็นภาพรวมของปัจจัยที่ใช้ในการส่งเสริมหรือแก้ไขปัญหาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างถูกทิศทาง

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นสมควรที่จะมีการศึกษาว่าแต่ละผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพ มูลค่าและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทาง นโยบายและแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายชุมชนที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างงาน สร้างอาชีพและรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขของประชาชน จนสามารถตรึงคนในท้องถิ่นไว้ในพื้นที่ ไม่ต้องอพยพแรงงาน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการว่างงาน ปัญหาสังคม อีกทั้งสามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานีให้ยั่งยืนต่อไป

1.2. **วัตถุประสงค์ของโครงการ**

1.2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

1.2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพ เงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่น

1.2.3 เพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น

1.3. **คำถามการวิจัย**

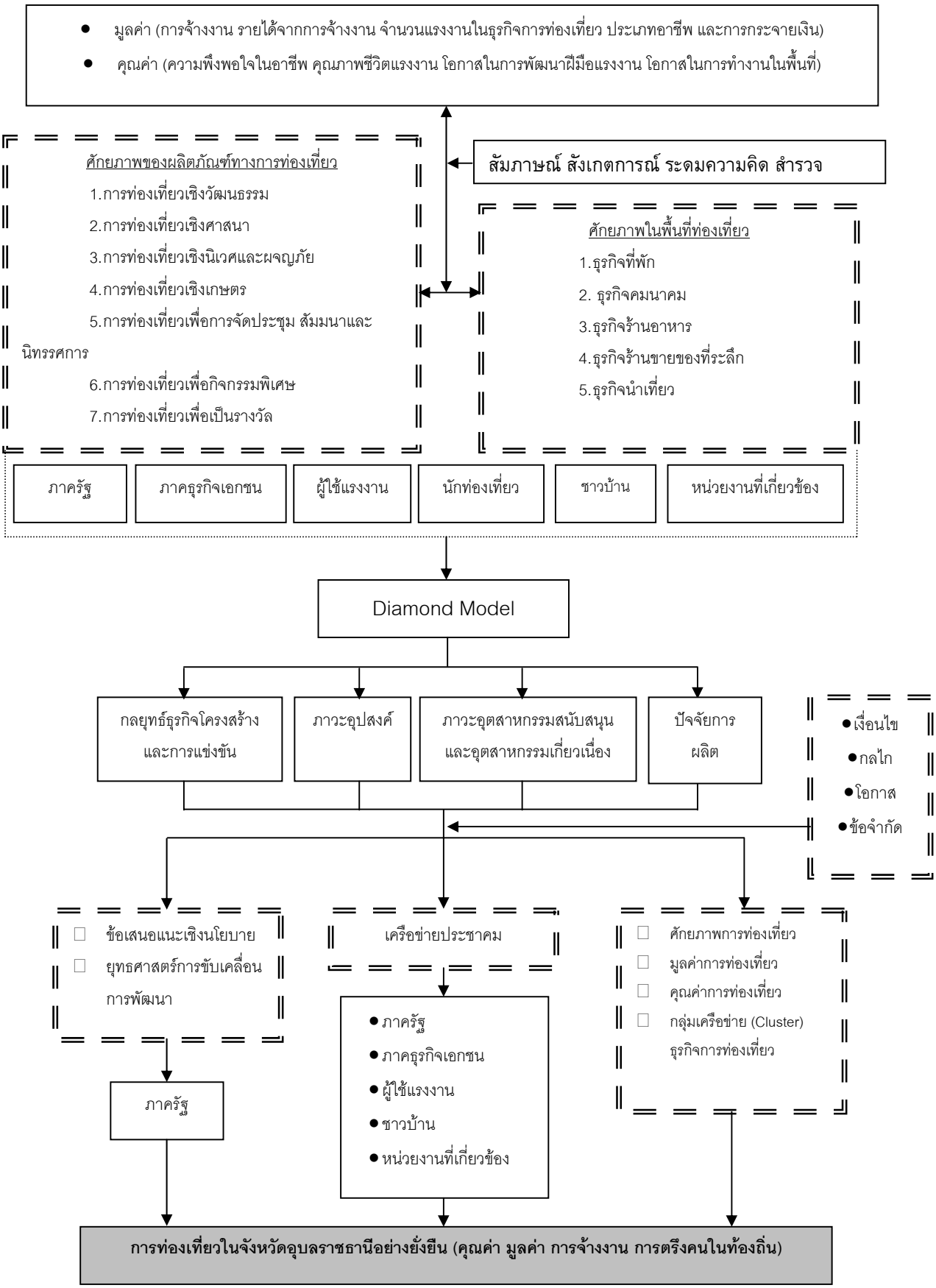
1.3.1 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างไร

1.3.2 ศักยภาพ เงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่นเป็นอย่างไร

1.3.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่นเป็นอย่างไร

1.4. **กรอบแนวคิด**

งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเน้นหนักประเด็นมูลค่าและคุณค่า ผ่านระเบียบวิธีวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ สังเกตการณ์ ระดมความคิด สำรวจ แบบสอบถามต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดประกอบด้วยภาครัฐ ธุรกิจเอกชน ผู้ใช้แรงงาน นักท่องเที่ยว ชาวบ้าน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือ Diamond Model เพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อหน่วยงานในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5. **นิยามศัพท์เฉพาะ**

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถสูงสุดที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีและเป็นไปได้เพื่อก่อให้เกิดการสร้างรายได้และการตรึงแรงงานทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีจำนวน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจนำเที่ยว

มูลค่าทางการท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์เชิงรูปธรรมที่แรงงานโดยเฉพาะชาวจังหวัดอุบลราชธานีในทุกภาคส่วนได้รับจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่การจ้างงาน รายได้จากการจ้างงาน จำนวนแรงงานในธุรกิจการท่องเที่ยว ประเภทอาชีพ และการกระจายเงิน

คุณค่าทางการท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์เชิงนามธรรมที่แรงงานโดยเฉพาะชาวจังหวัดอุบลราชธานีทุกภาคส่วนได้รับจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ความพึงพอใจในอาชีพ คุณภาพชีวิตแรงงาน โอกาสในการพัฒนาฝีมือแรงงาน โอกาสในการทำงานในพื้นที่

แรงงานการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพในฐานะลูกจ้าง พนักงาน หรือผู้มีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยวทั้งจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว โดยแรงงานดังกล่าวจะกระจายตัวอยู่ในภาคส่วนต่างๆ ได้แก่ ภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และชุมชนท้องถิ่น

กิจกรรมพิเศษ หมายถึง การท่องเที่ยวในบริเวณซึ่งจัดกิจกรรมตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์พิเศษต่างๆ ของจังหวัดอุบลราชธานี ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เช่น การจัดนิทรรศการ การเฉลิมฉลอง การแสดงสินค้า หรือกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น

นักท่องเที่ยว หมายถึง ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางไปเข้ามาในจังหวัดอุบลราชธานีทั้งที่มีถิ่นพำนักอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีหรือพำนักต่างถิ่น เพื่อเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ

และได้รับความเพลิดเพลินจากการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีโดยไม่มีความเกี่ยวพันกับการประกอบอาชีพ

ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก หมายถึง ธุรกิจที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งช่วยเตือนความจำของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสจากแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงของฝากประเภทอาหารประจำท้องถิ่น

1.6. ขอบเขตของการวิจัย

1.6.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้แบ่งขอบเขตพื้นที่ในการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 7 ประเภท ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
5) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ
6) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ
7) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 ประเภท ได้แก่

1) ธุรกิจที่พัก
2) ธุรกิจคมนาคม
3) ธุรกิจร้านอาหาร
4) ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก
5) ธุรกิจนำเที่ยว

1.6.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยประกอบด้วยภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ตามที่ระบุไว้ในข้อ 1.6.2 ดังต่อไปนี้

1) หน่วยงานรัฐด้านการท่องเที่ยว เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว เทศบาลนครอุบลราชธานี และการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น

2) ธุรกิจเอกชนทั้ง 5 องค์ประกอบ ทั้งธุรกิจที่พัก ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจนำเที่ยว

3) ชาวบ้านหรือคนในท้องถิ่น เช่น ชาวบ้านปะอาว บ้านซะซอม บ้านทรายมูล เป็นต้น

4) แรงงานในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรมสุนีย์แกรนด์โฮเท็ล พนักงาน หรือพนักงานบริษัทสีสันหรรษาการท่องเที่ยว เป็นต้น

5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่นักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน

1.6.3 ขอบเขตด้านระยะด้านเวลา

โครงการนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน 1 ปี 8 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน 2551 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2553

1.7. ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ระยะที่ 1

1) ทราบศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเพื่อการจัดกิจกรรมพิเศษ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) ในจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง (ธุรกิจที่พัก ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยว) โดยพิจารณาจากมูลค่า คุณค่า และการใช้แรงงาน

1.7.2 ระยะที่ 2

1) ทราบศักยภาพ เงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่น

2) ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น

1.8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการวิจัยนี้ได้แก่

1.8.1 ประโยชน์ในระดับนโยบายและยุทธศาสตร์

1) ก่อให้เกิดการวางนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีใหม่ จากผลการวิจัยที่จะพบว่าผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวใดที่สามารถสร้างรายได้และตรึงคนในจังหวัดมากที่สุด

2) จังหวัดอุบลราชธานีสามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภทเพื่อก่อให้เกิดรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานีได้

3) จังหวัดอุบลราชธานีสามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่สามารถสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานีได้

4) จังหวัดอุบลราชธานีสามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อกำหนดนโยบายยกระดับผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้สามารถสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานีได้

5) จังหวัดอุบลราชธานีสามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อกำหนดนโยบายลดการเคลื่อนย้ายแรงงานออกนอกพื้นที่ให้สามารถทำงานอยู่ในระบบการท่องเที่ยวในจังหวัดได้

6) จังหวัดอุบลราชธานีสามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นระบบและครบวงจร

1.8.2 ประโยชน์ในระดับเศรษฐกิจ

1) เกิดการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวในวงจรธุรกิจของจังหวัดอุบลราชธานีที่สอดคล้องกับการวิจัยว่าผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวใดที่สร้างสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุด

2) ชาวจังหวัดอุบลราชธานีมีงานทำในวงจรการท่องเที่ยวมากขึ้น อันนำไปสู่การตรึงคนในท้องถิ่นไม่ให้เกิดการย้ายถิ่นไปทำงานที่อื่น

3) เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานรากจากการมีงานทำของคนในท้องถิ่น

4) ธุรกิจเอกชนเล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีอยู่ประสบปัญหาและอุปสรรคใดบ้าง เพื่อนำไปปรับปรุงและยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของตนให้ดีขึ้นเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ในวงจรธุรกิจเพิ่มขึ้น

5) ก่อให้เกิดการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ให้ยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในภาคอีสานอย่างครบวงจรทั้งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

6) ข้อมูลจากการวิจัยจะนำไปสู่การมองเห็นภาพการกระจายรายได้จากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุม และสามารถเห็นช่องทางในการยกระดับและสร้างความยุติธรรมจากรายได้ของประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานีผ่านการท่องเที่ยว

7) สัดส่วนของนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีจะเพิ่มมากขึ้น จากการพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและแปลกใหม่

8) ข้อมูลจากการวิจัยจะสามารถช่วยธุรกิจเอกชนให้สามารถตัดสินใจลงทุนในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีได้

1.8.3 ประโยชน์ในระดับสังคม

1) การยกระดับและสร้างความยุติธรรมจากรายได้ของประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานีจะนำไปสู่การลดการเคลื่อนย้ายแรงงานออกจากจังหวัดอุบลราชธานี และช่วยส่งเสริมให้ประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานีมีงานทำจากผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

2) ลดอัตราการว่างงานในจังหวัดอุบลราชธานี และสามารถเสริมทักษะเพื่อการประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

3) ประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานีมีทางเลือกในการประกอบอาชีพจากผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

4) การกระจายรายได้จากผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีจะนำไปสู่ความเท่าเทียมกันในสังคมที่เพิ่มมากขึ้น

5) เกิดการสร้างเครือข่ายประชาคมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.8.4 ประโยชน์ในระดับวิชาการ

1) จังหวัดอุบลราชธานีมีงานวิจัยทางการท่องเที่ยวที่มองผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและพหุลักษณ์ (Pluralism) ในจังหวัด ซึ่งสามารถเป็นต้นแบบให้กับงานวิจัยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ในอนาคตได้

2) จังหวัดอุบลราชธานีมีงานวิจัยที่มีความสมบูรณ์ในการศึกษาผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในลักษณะบูรณาการ (Integration) ศาสตร์แขนงต่างๆ ทั้งจิตวิทยา วัฒนธรรมศึกษา สถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ บริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ รวมถึงมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เป็นต้น

3) งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่มีความพยายามเชื่อมโยงประเด็นเศรษฐศาสตร์กับประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้นผลประโยชน์ที่ได้จึงมีลักษณะ “ได้กับได้ (Win-Win Solution)” อันเป็นต้นแบบทางเลือกในงานวิชาการทางการท่องเที่ยวเพื่อให้งานวิจัยทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อยอดได้ในอนาคต

1.9. แนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่

แนวทางการนำผลวิจัยไปใช้ในพื้นที่นั้น คณะผู้วิจัยได้เชิญที่ปรึกษาทั้งจากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน และนักวิชาการท้องถิ่น ให้แนวทางในการนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ ซึ่งผลงานวิจัยที่ได้จะนำเสนอเป็นข้อมูล ประกอบการตัดสินใจในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างศักยภาพ มูลค่าและคุณค่า ของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อสร้างรายได้ และตรึงคนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแก่หน่วยงานในจังหวัดอุบลราชธานีที่เกี่ยวข้อง

1.10 ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. คณะผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีไม่ได้รับความนิยมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2. หน่วยงานภาคเอกชนส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวหรือมากับเพื่อนชาวไทยมักจะไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพราะคิดว่าเป็นการเสียเวลา

บทที่ 2
วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานี ในบทนี้จะกล่าวถึงการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้ในการศึกษา โดยคณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

แนวคิดนี้ประกอบด้วยทฤษฎีความพึงพอใจ ทฤษฎีค่าสัมประสิทธิ์การลงทุนหน่วยสุดท้าย (Marginal Efficiency of Investment หรือ MEI) และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ดังต่อไปนี้

1) ทฤษฎีความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) อ้างถึงแนวคิด ของ Philip Kotler ว่าเกี่ยวข้องกับความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการ ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับความคาดหวังของลูกค้า หากระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer) ดังนั้นผู้ให้บริการจึงต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน สิ่งสำคัญคือการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการโดยรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าพร้อมกับเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง ทั้งนี้ คุณภาพของการบริการพิจารณาได้จากตัวกำหนดคุณภาพ ประกอบด้วย

1. **ความพึ่งพาได้** (Reliability) คือ ความสามารถในการปฏิบัติงานในลักษณะที่เชื่อถือได้ ถูกต้อง และสม่ำเสมอ

2. **ความพร้อมในการตอบสนอง** (Responsiveness) คือ ความเต็มใจที่จะให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

3. **ความสามารถในการแข่งขัน** (Competence) คือ ทักษะและความรู้ความสามารถเพื่อให้เกิดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

4. **การเข้าถึงได้ง่าย** (Accessibility) คือ ความสะดวกในการติดต่อและสามารถเข้าพบได้ง่าย

5. **การมีมารยาทที่ดี** (Courtesy) คือความสุภาพ อ่อนน้อม ให้ความเคารพไม่ถือตัว

6. **การติดต่อสื่อสารที่ดี** (Communication) คือ การตั้งใจฟังและเข้าใจลูกค้า การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โดยใช้ภาษาและคำพูดที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย

7. **ความน่าเชื่อถือ** (Credibility) คือ สามารถสร้างความไว้วางใจ และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

8. **ความปลอดภัย** (Security) คือ การปกป้องลูกค้าจากอันตราย จากความเสี่ยงหรือจากข้อสงสัยต่าง ๆ อีกทั้งยังรักษาความลับที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

9. **ความเข้าใจ** (Understanding) คือ ความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการ (Want) และความจำเป็น (Need) ของลูกค้า

10. **สิ่งที่สัมผัสได้** (Tangibility) คือ สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ รวมถึงบุคลิกภาพของพนักงาน

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวัดมูลค่าและระดับศักยภาพ

งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีค่าสัมประสิทธิ์การลงทุนหน่วยสุดท้าย (Marginal Efficiency of Investment) แนวคิดนี้ได้แสดงถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุน กล่าวคือ หากธุรกิจทางการท่องเที่ยวหรือรัฐลงทุนไปหนึ่งหน่วยจะมีผลให้รายได้จังหวัดเปลี่ยนแปลงไปจำนวนหนึ่ง โดยจะทำการศึกษาความสัมพันธ์ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ศึกษาความสัมพันธ์ของการลงทุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต่อรายได้การท่องเที่ยวของจังหวัด

2) ศึกษาความสัมพันธ์ของมูลค่าภาคการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดอุบลราชธานี และการลงทุนภาครัฐต่อการจ้างงานในธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด

ทั้งนี้การหาค่าสัมประสิทธิ์การลงทุนหน่วยสุดท้ายประกอบด้วยปัจจัยต่างๆดังนี้

กำหนดให้ Yd = Y - T

- **ประสิทธิภาพของการลงทุนหน่วยสุดท้าย** (Marginal Efficiency of Investment **หรือ** MEI) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุน หรือMEI มีหลายปัจจัย เช่น

1. **การคาดคะเนอุปสงค์ของสินค้า** หากนักธุรกิจคาดว่าอุปสงค์สินค้าในอนาคตมีแนวโน้มสดใส อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน หรือMEI ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนย่อมอยู่ในอัตราสูง แต่หากอุปสงค์สินค้าในอนาคตมีแนวโน้มต่ำ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน หรือMEI ก็ไปในทางตรงข้าม

2. **เทคโนโลยีและการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์** หากมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงทำให้แนวโน้มได้รับผลกำไรมากขึ้น ก็จะทำให้ MEI สูงขึ้นไปด้วย

3. **ต้นทุนการผลิต** หากมีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มราคาน้ำมันในอนาคตเพิ่มสูงขึ้น ก็จะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งจะมีผลทำให้ MEI ต่ำลง

4. **ระดับราคาสินค้าในอนาคต** หากมีการคาดคะเนว่าระดับราคาสินค้าในอนาคตจะเพิ่มสูงขึ้น เช่น ราคาสินค้าปูน และเหล็กเส้นในอนาคตจะเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากกำลังซื้อบ้านมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้นMEI ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนผลิตปูน และเหล็กเส้นก็จะสูงขึ้น

1. **การวัดระดับรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและ การเปลี่ยนแปลง** เนื่องจากขนาดของเศรษฐกิจซึ่งระดับรายได้ในแต่ละปีไม่เท่ากัน นักเศรษฐศาสตร์จึงพยายามวิเคราะห์หาสาเหตุว่าอะไรเป็นตัวกำหนดระดับรายได้ และเหตุใดรายได้จึงเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นการวัดมูลค่าที่เกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเมื่อทราบปัจจัยที่เกี่ยวข้องจึงสามารถใช้ผลมาวิเคราะห์ในเชิงนโยบายต่อไป ดังสมการ

$$Y= B_o+B_1X_{1+}B_2X_2+\ldots+B_kX_k+e$$

โดยกำหนดให้

Y = รายได้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

B = ค่าสัมประสิทธิ์

X = ปัจจัยใดๆ ณ เวลาคงที่

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น

1. ราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ
2. ราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้อง
3. รายได้
4. รสนิยม
5. จำนวนประชากร
6. การกระจายรายได้
7. ความมั่งคั่ง
8. ฤดูกาล
9. การคาดคะเนเปลี่ยนแปลง
10. ปัจจัยอื่น ๆ

2. **ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเจริญเติบโตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors) และปัจจัยที่ไม่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ (Non- Economic Factors) โดยเฉพาะปัจจัยทางเศรษฐกิจซึ่งปริมาณมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการผลิต ซึ่งเราสามารถเขียนความสัมพันธ์ในรูปฟังชันการผลิต (Production Function) ได้ ดังสมการ

$$Q = f(N, K, L, E)$$

โดย

Q = **ปริมาณการผลิต**

N = **ที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติ**

K = **สินค้าทุน**

L = **แรงงาน**

E = **การประกอบการ**

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านมูลค่า คุณค่า และการใช้แรงงานอันประกอบไปด้วยการจ้างงาน รายได้จากการจ้างงาน และจำนวนแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดอุบลราชธานี จึงต้องสังเคราะห์อุปสงค์แรงงานในระบบเศรษฐกิจ และอุปสงค์แรงงานของหน่วยผลิต เห็นได้จาก

อุปสงค์แรงงานของระบบเศรษฐกิจ

$DL ; W = P^* f(N)$

อุปสงค์แรงงานของหน่วยผลิต

$DL; W = P\,(dY/dN)$

ขณะเดียวกันงานวิจัยนี้ ยังวิเคราะห์อุปสงค์ของการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการภายใต้ผู้แข่งขันน้อยรายและผู้ผลิตต้องการแรงงานในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งต้องเปรียบเทียบระหว่างรายรับที่เพิ่มขึ้นจากการจ้างงานกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการ

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าและมูลค่าทางการท่องเที่ยว

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) อ้างถึงแนวคิดของ Philip Kotler ว่าเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ได้แก่

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** (Product) เป็นสิ่งที่ตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์จะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2) **ด้านราคา** (Price) คือ คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินโดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ การกำหนดราคาการให้บริการจึงควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการบริการ (Channels)

4) **ด้านส่งเสริมการตลาด** (Promotion) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ

5) **ด้านบุคคล** (People) เป็นการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเหนือคู่แข่งขัน เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ ดังนั้นบุคลากรต้องมีความสามารถ มีจิตบริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

6) **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างคุณภาพทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น การแต่งกาย การเจรจา และการให้บริการที่รวดเร็ว เป็นต้น

7) **ด้านกระบวนการ** (Process) เป็นวิธีการปฏิบัติงานด้านการบริการที่ถูกต้องเพื่อทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2.1.4 **แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว** (5 As)

มีเกณฑ์พิจารณาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 และ Dickman, 1996) มีดังนี้

1) **การมีสิ่งดึงดูดใจ** (Attraction) คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นๆ ประกอบด้วย

- **ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ** คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติที่มีความสวยงาม ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติในสภาพดั้งเดิมปราศจากการเปลี่ยนแปลง ทรัพยากรธรรมชาติที่มีการดัดแปลงปรุงแต่งและทรัพยากรธรรมชาติที่มีการดัดแปลงก่อสร้างเพิ่มเติม

- **ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ** เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในสมัยปัจจุบัน ประกอบด้วยทรัพยากรประเภทโบราณสถานและประเภทโบราณวัตถุ

- **ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม** เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมแต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยยึดถือการปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ของสังคมที่ประกอบด้วยศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

2) **การมีเส้นทางขนส่งเข้าถึง** (Accessibility)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวนั้นได้ ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงกัน รวมถึงต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าจอดเรือหรือท่าอากาศยานเพื่อให้เกิดการขนส่งที่สามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าถึงสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย

3) **การมีสิ่งอำนวยความสะดวก** (Amenities)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสะดวกและประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวนานวันขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

4) **ที่พัก** (Accommodation)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจะต้องมีจำนวนที่พักที่เพียงพอตลอดจนมีความหลากหลายด้านราคา การบริการ และมีความเหมาะสมด้านสถานที่ ทั้งนี้ที่พักควรอยู่ไม่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว

5) **กิจกรรมการท่องเที่ยว** (Activities)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจะต้องมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมควรมีความหลากหลายและตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การซื้อสินค้ารวมถึงกิจกรรมทางทะเล

2.2. การทบทวนวรรณกรรม

2.2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่ได้มาจากการศึกษา ค้นคว้าเอกสารต่างๆ เพื่อตรวจสอบทฤษฎี หลักการ ข้อเท็จจริงต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดในประเด็นศักยภาพมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ตลอดจนแนวนโยบาย ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัดและภายในพื้นที่

เทศบาลนครอุบลราชธานี (2552) มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนประวัติศาสตร์ท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว และมีกิจกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการใช้จ่ายเงิน รวมทั้งการสร้างงาน สร้างรายได้ให้ประชาชนเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2552) ที่เน้นย้ำและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดในแถบอีสานใต้ในเชิงศาสนา ประเพณี ศาสนสถานที่สำคัญใน รวมทั้งประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ควรค่าแก่การศึกษา

นอกจากนั้น ยังมีการเน้นย้ำเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดย อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร (2552) ดังประเด็นต่อไปนี้

ประเด็นแรก การพัฒนาภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละปีมีการจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุง ภูมิทัศน์ เช่น โบราณสถานแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งบางแห่งมีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกและขายอาหาร ที่มีความเป็นสัดส่วนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ในทางตรงกันข้าม บางแห่งที่มีสภาพความวุ่นวายทั้งที่จอดรถและร้านค้า ตลอดเส้นทางจากทางเดินที่จอดรถไปยังตัววิหาร เช่น วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดคู่บ้านคู่เมืองจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธชินราช โดยบริเวณวัดเต็มไปด้วยร้านค้า ร้านขายของต่างๆ มากมาย แออัดจนดูภาพเหมือนกับตลาดนัดขายของมากกว่าที่จะเป็นวัด สภาพของวัดไร้ซึ่งความสงบร่มเย็น ไม่ทำให้คนที่เดินทางไปทำบุญรู้สึกถึงความสุขสงบหรือไปปฏิบัติธรรม แต่กลับเป็นแหล่งพาณิชย์ใช้ทำมาหากิน ในทางตรงกันข้าม วัดพระธาตุแช่แห้ง จังหวัดน่าน สามารถบริหารจัดการร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกและขายอาหาร ที่มีความเป็นสัดส่วนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตัวอย่างของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารที่จังหวัดพิษณุโลกนี้เป็นปรากฏการณ์ทั่วไปของวัดและแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ปราศจากวิสัยทัศน์ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นที่สอง การให้ความสำคัญกับการจัดสร้างห้องสุขาที่สะอาด และมีจำนวนมากพอ เพื่อบริการให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้หากการจะคิดค่าบริการที่จะต้องครอบคลุมไปถึงการดูแลรักษาความสะอาดและการจัดหาน้ำใช้บ้าง ซึ่งคิดว่านักท่องเที่ยวทุกคนก็มีความยินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการในส่วนนี้ ในประเทศที่เจริญแล้วจะให้ความสำคัญกับมีห้องสุขาไว้สำหรับการบริการนักท่องเที่ยวทั้งแบบที่ฟรีหรือมีการคิดค่าบริการบ้างตามแต่ฐานะทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ และยังให้ความสำคัญในการจัดหาห้องน้ำสำหรับอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุและคนพิการด้วย ซึ่งนอกจากห้องสุขาแล้วยังรวมไปถึงการบริหารจัดการขยะและการดูแลความสะอาดของที่ท่องเที่ยว

ประเด็นที่สาม กรณีการส่งเสริมให้เที่ยวในประเทศสำหรับรองรับการชะลอตัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ล่าสุดนั้น ผลการสำรวจของต่างประเทศยังให้ประเทศไทยเป็นแหล่งที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุด จากผลสำรวจผลโหวตทางการท่องเที่ยวระดับโลก ที่จัดทำโดย ฟิวเจอร์แบรนด์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ กับบริษัท เวเบอร์ แชนด์วิค หนึ่งในบริษัทประชาสัมพันธ์ระดับโลก นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวเองแล้ว ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่สำคัญและจำเป็น คือ การคมนาคมขนส่งโดยเฉพาะ การรถไฟไทย ซึ่งมีพัฒนาการช้ามาก ในปัจจุบันการบริหารจัดการของการรถไฟนั้น ขาดประสิทธิภาพโดยสิ้นเชิง ซึ่งสะท้อนออกมาโดยผลประกอบการที่ขาดทุนมาอย่างต่อเนื่อง ความคาดหวังที่จะได้รถไฟที่ทันสมัยเหมือนกับอารยะประเทศอื่นๆ สิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่สามารถดำเนินการได้ทันทีและไม่มีค่าใช้จ่าย

สูง คือ ความสะอาดของตู้โบกี้ และนอกจากนี้ สิ่งที่ควรจะบริหารจัดการได้ คือ ความตรงต่อเวลา การเสียเวลาที่เกิดขึ้นต่อเนื่องและสม่ำเสมอนี้ สะท้อนถึงความไม่มีประสิทธิภาพของการบริหารจัดการ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเวลาการเดินรถ (เพิ่มเวลาการเดินทาง) เพื่อที่จะลดปัญหาการเสียเวลานี้ แต่ปัญหารถไฟเสียเวลานี้ก็ยังไม่สามารถแก้ไขได้สำเร็จ

2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า และตรวจสอบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการศึกษาครั้งนี้จากแหล่งข้อมูลอาทิ หนังสือ บทความ วารสาร สารนิพนธ์ รวมทั้งวิทยานิพนธ์ แล้วทำการสรุปรวมรวมงานวิจัยที่สอดคล้องกับการศึกษารายละเอียดต่อไปนี้

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยว

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดตากเพื่อยกระดับเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก โดย นายพิเชฐ บัญญัติ และคณะ (2547) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดตาก ตลอดจนปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดตากเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักและประเมินปัจจัยดังกล่าว

ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดตากเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นและความหลากหลายในด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์อยู่มาก มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานแต่จังหวัดตากกลับเป็นที่รู้จักน้อยจากนักท่องเที่ยวเนื่องจากการบริหารจัดการที่ขาดบูรณาการในภาพรวมทั้งภาครัฐและเอกชน สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อการรับนักท่องเที่ยว โครงสร้างขั้นพื้นฐานในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญๆซึ่งอยู่ห่างไกลยังไม่ดีพอ การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่องเพียงพอ ท้องถิ่นและประชาชนยังมีความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวน้อย มองแต่ด้านรายได้เป็นตัวเงินอย่างเดียว ขาดความรู้และเข้าใจในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น

จากการประเมินปัจจัยด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวพบว่า การยกระดับเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักยังห่างไกลแต่สามารถก้าวไปถึงได้ เพราะในด้านแหล่งท่องเที่ยวสามารถที่จะพัฒนาได้ดีและมีจุดเด่น แต่ทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ทางการท่องเที่ยวยังต้องมีการพัฒนาอีกมากจึงจะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวได้มากขึ้น

ผู้วิจัยได้เสนอข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อช่วยผลักดันให้ยกระดับจังหวัดตากเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ดังนี้ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรทำการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดเพื่อพิจารณาว่าควรจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไหนบ้างจึงจะคุ้มค่าและขายได้ ไม่ควรมุ่งขายสินค้าเดิม ที่มีอยู่ในประเทศแล้วทุ่มงบประมาณสนับสนุนแต่ที่นั้นๆ จนทำให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เกิดและติดตลาดได้ยาก

ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ ควรมีการศึกษาประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ตำนาน เพื่อนำมาทำเป็นเรื่องราวเล่าสู่นักท่องเที่ยว (Story Telling) จัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง สนับสนุนให้ครูอาจารย์ในพื้นที่มีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ชีวิตความเป็นอยู่ในท้องถิ่น มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันในทุกภาคส่วน มีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตากที่มีการการบูรณาการเป็นทีมไตรภาคี ประกอบด้วยตัวแทนจากภาคธุรกิจเอกชน ภาคราชการส่วนภูมิภาคและภาคราชการส่วนท้องถิ่น ควรมีการจัดทำประชาคมด้านการท่องเที่ยว โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมมาร่วมเป็นพี่เลี้ยงด้วย ตั้งพิพิธภัณฑ์เมืองตากขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมและนำเสนอความเป็นมาศิลปวัฒนธรรมเกี่ยวกับเมืองตากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จัดระบบเครือข่ายบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเชิงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดประเภทแหล่งท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีการพัฒนาแบบเน้นคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าด้านปริมาณและการเลือกแหล่งที่จะพัฒนา ควรมีการศึกษาผลกระทบ ความต้องการตลาดการท่องเที่ยว การสร้างจุดพักรถมาตรฐานทั้งของภาครัฐและเอกชนเพื่อบริการและดูเวลาของนักท่องเที่ยว โดยจุดพักรถนี้ต้องประกอบด้วย ห้องน้ำ ร้านขายของสะดวกซื้อ ซุ้มขายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆ ที่น่าสนใจ

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านวังคำแคน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยวันชัย อัครทวีทอง (2549) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมอหินขาว ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านวังคำแคน หมู่ที่ 9 ตำบลท่าหินโงม อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ โดยใช้แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกแบบเจาะจง กับบุคคลที่มีความรู้ และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวน 43 คน และทำการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างในการสนทนากลุ่ม

บริหารการท่องเที่ยวมอหิน ขาว จำนวน 41 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดย ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจัดหมวดหมู่วิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมอหินขาวมีศักยภาพมาก (ร้อยละ 61.76) ตัวชี้วัดศักยภาพที่มีคะแนนสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. อัธยาศัยของผู้นำชุมชน และชุมชนบ้านวังคำแคน 2. ความพิเศษหรือสิ่งหายาก ไม่เหมือนใคร หาชมได้น้อยมาก และ 3. ความเหมาะสมในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 79.05, 75.31 และ 74.45 ตามลำดับ ส่วนตัวชี้วัดศักยภาพที่มีคะแนนต่ำสุด 3 อันดับ ได้แก่ 1. โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ 2. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก ที่จอดรถ ห้องสุขา 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31.54,34.11, และ41.66 ตามลำดับ

ปัญหาอุปสรรค พบว่า สมาชิกกลุ่มบริหารการท่องเที่ยวมอหินขาวขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น การดูแลนักท่องเที่ยว การกำหนดอัตราค่าให้บริการแก่นักท่องเที่ยว วัสดุอุปกรณ์ในการประกอบอาหาร พาหนะนำเที่ยว การดูแลรักษาความปลอดภัย การป้องกันรักษาพืชพรรณธรรมชาติ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ ได้แก่ ควรจัดทำข้อมูลพื้นที่ท่องเที่ยวด้านธรณีวิทยา โบราณคดี พืชพรรณธรรมชาติ และด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปรับปรุงภูมิทัศน์ในพื้นที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสม กลมกลืนกับสภาพภูมิประเทศและสอดคล้องกับหลักการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ ควรจัดทำเท่าที่จำเป็น ในส่วนชุมชน ควรจัดเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยจัดฝึกอบรมให้ความรู้ และทัศนศึกษาดูงาน

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพของไทยต่อการดำเนินการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดย กมลรัฐ อินทรทัศ และคณะ (2549) มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อที่จะศึกษาสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทย ศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ ประเภทและกิจกรรมท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวตลอดจนผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวมทั้งสรุปประเด็นปัญหา อุปสรรคตลอดจนข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การสร้างความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพดำเนินการตามนโยบายการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stays) ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง คือนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาครัฐ ผู้บริหารและ

ผู้ปฏิบัติงานขององค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่นในชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ชลบุรี และหนองคาย จำนวน 165 คน

ผลการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1) สถานการณ์เกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจะเพิ่มจำนวนขึ้นมาก โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจาก ประเทศสหรัฐอเมริกา และภูมิภาคยุโรป ส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคแถบเอเชียก็มีเพิ่มขึ้นกว่าเดิมแต่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับกลุ่มแรก โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาคนเดียวตามด้วยมากับกลุ่มเพื่อน และครอบครัวตามลำดับ

2) ด้านประเภทการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว 4 ประเภทหลักคือ 1) แนวธรรมชาติ 2) แนวศิลปวัฒนธรรมและประเพณี 3) แนวนันทนาการ และ 4) แบบมีวัตถุประสงค์เฉพาะผลที่ได้พบว่ามีนักท่องเที่ยวประเภทนี้ นิยมการท่องเที่ยวที่เป็นแนวธรรมชาติเป็นหลัก ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า การท่องเที่ยวประเภทมีวัตถุประสงค์เฉพาะเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น และมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแนวสุขภาพ การท่องเที่ยวแนววิชาการ วิจัย รวมทั้งการเป็นที่ปรึกษาตามหน่วยงานต่างๆ ฯลฯ

3) ด้านผลกระทบต่างๆ อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว พบว่าการท่องเที่ยวประเภทนี้ส่งผลกระทบที่สำคัญด้านเศรษฐกิจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกระดับโดยเฉพาะกลุ่มชุมชนที่แทบจะไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งต่างกับการท่องเที่ยวแบบกระแสหลักที่ผลทางด้านเศรษฐกิจมักจะตกอยู่กับกลุ่มนายทุนเฉพาะกลุ่ม ส่วนผลกระทบในด้านอื่นๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรมประเพณี ด้านสังคม และด้านความมั่นคงปลอดภัย พบว่า ไม่ส่งผลมากนัก แต่ก็ได้รับการเสนอว่าควรที่จะต้องมี การวางแผนเพื่อการจัดระบบการทำงานร่วมกันเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวมากขึ้น

4) ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว พบว่าต้องมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นในทุกรูปแบบและต่อเนื่อง เช่น การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน การรณรงค์ ฯลฯ ทั้งในกลุ่มที่เป็นผู้ให้บริการและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความชัดเจน รวมทั้งความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทนี้ เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพร่วมกัน

5) ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ควรจะต้องประกอบด้วยประเด็นเร่งด่วน 3 ประเด็นหลักๆ คือ

5.1) ความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายมาตรการ กรอบที่เป็นตัวกำหนดแนวทางปฏิบัติต่างๆ ร่วมกันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของรัฐบาล

5.2) การจัดทำระบบการสื่อสารทั้งเพื่อการบริหารจัดการที่ชัดเจนร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดต่างๆ ได้อย่างชัดเจน ทั่วถึง มีประสิทธิภาพอีกทั้งยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายร่วมกันระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ

5.3) กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าที่ชัดเจนร่วมกันประเด็นแรกสุดคือควรมีการปรับปรุงและแก้ไขคือ การให้ความสะดวกในการขอวีซ่ารวมทั้งการเพิ่มระยะเวลาในการพำนักที่มากขึ้น

การศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดเลยเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดย ไทยโรจน์ พวงมณี (2550) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนและบริบทด้านการจัดการท่องเที่ยว ศึกษาทรัพยากรและศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของอำเภอเมือง จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มบุคคลใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงและแบบบังเอิญ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลสำนักงานการท่องเที่ยว ครูอาจารย์ที่สอนด้านการท่องเที่ยว

2) กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นได้ข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวมาจากกลุ่มตัวอย่างประชากร ใช้แบบประเมินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว แบบบันทึกข้อมูล เทคนิคการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์หาค่าสถิติเชิงบรรยาย ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยบริบทการจัดการท่องเที่ยว พบว่า สภาพการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองจังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 บริบทด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองเลย พบว่า มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่

ได้จากการศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 41 แหล่ง แยกเป็น ทรัพยากรการท่องเที่ยวลักษณะธรรมชาติ จำนวน 9 แหล่ง และที่มนุษย์สร้างขึ้น จำนวน 32 แหล่ง

บริบทด้านศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองเลย พบว่า มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ผ่านการประเมินโดยใช้เกณฑ์ด้านสภาพการเข้าถึงและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวแยกตามกลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูง จำนวน 8 แหล่ง คือ เทศบาลเมืองเลย ศูนย์วัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ วัดศรีวิชัยวนาราม วัดศรีสุทธาวาส หมู่บ้านวัฒนธรรมนาอ้อ งานกาชาดดอกฝ้ายบานมะขามหวาน แนวทางการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองเลย พบว่า

(1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวต้องร่วมมือกันพัฒนา และค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่

(2) ต้องมีนโยบายและแผนดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ชัดเจน

(3) ต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเก่าและใหม่ขึ้นมา

(4) ต้องมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมทรัพยากรการท่องเที่ยว

(5) ต้องสร้างศักยภาพของคนในชุมชนและอำเภอเมืองทุกระดับด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจการพัฒนา การอนุรักษ์ การดูแลรักษาและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ในจังหวัดสระบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี และชัยนาท โดย รศ.ดร.นาฏสุดา เชมนะสิริ และคณะ (2551) ผลการวิจัยสรุปเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้ ด้านการสำรวจพื้นที่แหล่งทำการเกษตรและแหล่งแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร จังหวัดชัยนาท พบว่าแหล่งการเกษตรและแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรมีสถานที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองชัยนาท สามารถเดินทางไปเยี่ยมชมได้สะดวก มีบางแหล่ง ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ แต่บางแหล่งถึงแม้จะอยู่ห่างจากถนนใหญ่ก็มีถนนย่อยเข้าถึงแหล่งได้โดยไม่ต้องเดินไกล สถานที่มีความสะอาดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่มีมลพิษต่างๆ บางแหล่งมีกิจกรรมที่น่าสนใจ และเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ในส่วนพื้นที่จังหวัดสระบุรี พบว่าเกษตรกรทำสวนผลไม้เกษตรกรทำสวนกล้วยไม้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองแปรรูปกล้วยน้ำว้าอบม้วน กลุ่มเกษตรกรกระชาย กลุ่มไม้ดอกไม้ประดับ ศูนย์วัฒนธรรมไท-ยวน กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านต้นตาล เพราะมีกิจกรรมที่น่าสนใจให้ชม ซึ่งผู้เขาเยี่ยมชม

สามารถนำเอาไปประกอบอาชีพได้ อีกทั้งกลุ่มฯ ยังมีเครือข่ายอีก 5 กลุ่ม ซึ่งเป็นกลุ่มการเกษตร คือ ปลูกไม้ดอกไมประดับ และกลุ่มการแปรรูปอื่นๆ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองแปรรูปฯ ตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองสระบุรี การคมนาคมสะดวก และในขณะนี้ องค์การบริหารส่วนตำบลดาวเรือง ได้เตรียมพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ ซึ่งอยู่ใกล้กับที่ตั้งกลุ่มแม่บ้านให้เป็นตลาดน้ำสำหรับการท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งการดำเนินงานลุล่วงไปราวร้อยละ 60-70 แล้ว จุดเด่นของพื้นที่อีกอย่างหนึ่ง คือ การเป็นแหล่งวัฒนธรรมโยนก เนื่องจากประชากรที่อยู่ในชุมชนนี้ส่วนใหญ่เป็นชาวยวน หรือโยนก ซึ่งอพยพมาจากทางเหนือของประเทศไทย และยังมีวัดสำคัญ เช่น วัดพะเยา ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปทองคำสวยงามที่หาชมได้ยากยิ่งแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ในส่วนพื้นที่จังหวัดลพบุรี พบว่าเกษตรกรเพาะเห็ด ประธานกลุ่มสตรีบ้านโคกดอกไม้ ทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร เกษตรกรผลิตน้ำนมขาวโพด กลุ่มดินสอพองสมุนไพร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวปลอดสารพิษ ไร่บุษราคัม และไร่ฟ้าวารี พบว่า แหล่งเกษตรกรรม และแหล่งผลิตภัณฑ์แปรรูปที่กล่าวมามีศักยภาพที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างสูง เนื่องจากสถานที่ตั้งสามารถเดินทางไปถึงได้โดยสะดวก ตั้งอยู่ไม่ไกลจากตัวเมือง และมีกิจกรรมที่น่าสนใจหลากหลาย เช่น ศูนย์งอกงาม มีการเพาะถั่วงอกปลอดสารพิษและปลูกผักปลอดสารพิษ กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีการสาธิตการทำสบู่สมุนไพรต่างๆ ฟาร์มเห็ดที่เป็นศูนย์ฝึกอบรมและโฮมสเตย์แก่ผู้ที่จะไปทำงานด้านการเพาะเห็ดในต่างประเทศ เป็นต้น พื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าเกษตรกรแปรรูปปลา ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ กลุ่มจักสานงอบ กลุ่มขนมหวาน-ดอกไม้จันทน ผู้ทำขนมทองมวน และกลุ่มแม่บ้านขนมหวาน พบว่าแหล่งการผลิตทางการเกษตรต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น มีศักยภาพเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ เนื่องจากทุกแหล่งมีกิจกรรมที่น่าสนใจ เกษตรกรสามารถสาธิตกิจกรรมต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งนักทองเที่ยวยังสามารถที่จะรวมทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยได้ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถนำความรู้จากการเขาเยี่ยมชมไปประกอบอาชีพไดอีกด้วย จังหวัดสิงห์บุรีมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ ค่ายบางระจัน และมีวัดที่มีชื่อเสียง อาทิ วัดอัมพวัน วัดพิกุลทอง วัดพระนอนจักรสีห์ เป็นต้น ซึ่งมีผู้เข้าเยี่ยมชมจำนวนมากในทุกปีจังหวัดสิงห์บุรีจะมีการจัดงานเทศกาลกินปลา เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย

2. งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษามูลค่าทางการท่องเที่ยว

การศึกษาเรื่อง มูลค่าของอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษาเกาะเสม็ด โดย นันทนา ลิ้มประยูร (2537) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเหมาะสมของการอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติ คุณประโยชน์ส่วนใหญ่ของพื้นที่อนุรักษ์ทางธรรมชาติ มีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะที่ไม่ราคาหรือไม่มีตลาดในการซื้อขายแลกเปลี่ยน การศึกษานี้จึงพยายามที่จะประเมินมูลค่าของพื้นที่อนุรักษ์ในประเทศไทยในส่วนของ อุทยานแห่งชาติให้ออกมาเป็นตัวเงิน (Monetary Value) โดยใช้เกาะเสม็ดซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เป็นกรณีศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้คาดว่าจะเป็นข้อมูลประกอบการวางนโยบายหรือแก้ไขปัญหาต่างๆเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติเกาะเสม็ดที่มี อยู่ในปัจจุบันได้ การศึกษานี้จะประเมินมูลค่าของอุทยานฯ 3 ส่วน คือ มูลค่าจากการใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบัน (Use Value) มูลค่าของการสงวนเกาะเสม็ดไว้ใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวในอนาคต (Option Value) และมูลค่าความคงอยู่ต่อไป (Existence Value) ด้วยวิธีการศึกษา 2 วิธี คือ วิธีต้นทุนการเดินทาง (Travel Cost Method: TCM) และวิธีการประเมินมูลค่าจากการสำรวจที่เรียกว่า Contingent Valuation Method (CVM) โดยใช้เทคนิคการถามคำถาม 5 แบบ ได้แก่ คำถามแบบ Open-ended คำถามแบบ Closed- ended Single Low Value คำถามแบบ Closed-ended Single High Value คำถามแบบ Closed-ended Iterative Low Value และคำถามแบบ Closed-ended Iterative High Value กับ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ตัวอย่าง แบ่งเป็นนักท่องเที่ยว บนเกาะเสม็ด 150 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางไปเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน 150 ตัวอย่าง

ผลการประเมินมูลค่าของอุทยานฯ พบว่า เฉพาะมูลค่าการใช้ ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันของอุทยานฯจากวิธี TCM มีมูลค่า ประมาณ 27.15 ล้านบาทต่อปี และวิธี CVM ได้มูลค่าประมาณ 23.06 ล้านบาทต่อปี ส่วนมูลค่าการสงวนเกาะเสม็ดไว้ใช้ประโยชน์ด้านการ ท่องเที่ยวในอนาคต มีมูลค่าประมาณ 108.53 ล้านบาทต่อปี และมูลค่า ความคงอยู่ต่อไปของอุทยานฯ มีมูลค่าประมาณ 3,604.86 ล้านบาทต่อปี ทำให้ได้มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์รวมของอุทยานแห่งชาติเกาะเสม็ดประมาณ 3,738.88 ล้านบาทต่อปี ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยินดีที่จะจ่ายเพื่อใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักค้างคืนบนเกาะเสม็ด และจำนวนครั้งที่เคย เดินทางไปเกาะเสม็ด ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยินดีที่จะจ่าย เพื่อสงวนเกาะเสม็ดไว้ใช้ประโยชน์ในอนาคต คือ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือนของนักท่องเที่ยว

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยินดีที่จะจ่ายเพื่อให้เกาะเสม็ดคงอยู่ต่อไปของนักท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักค้างคืนบนเกาะเสม็ด และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปเกาะเสม็ด ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยินดีที่จะจ่ายเพื่อให้เกาะเสม็ดคงอยู่ต่อไปของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาเกาะเสม็ด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มูลค่าของอุทยานฯ ที่คำนวณได้นี้ชี้ให้เห็นว่าการอนุรักษ์เกาะเสม็ดให้เป็นอุทยานแห่งชาติเป็นสิ่งที่มีคุณประโยชน์ต่อสังคมอย่างยิ่ง

ดังนั้นในอนาคต กรมป่าไม้จึงควรดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบนเกาะเสม็ดให้มีสภาพที่ดีอยู่เสมอ เนื่องจากความสวยงามตามธรรมชาติของเกาะ เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาเกาะเสม็ดทั้งในปัจจุบันและในอนาคต นอกจากนี้กรมป่าไม้ควรมีการจัดสรรงบประมาณมาดูแลอุทยานฯ เพิ่มมากขึ้นด้วย เพราะปัจจุบันงบประมาณที่ทางอุทยานฯ ได้รับนับเป็นมูลค่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าของอุทยานฯ รายได้ของภาคธุรกิจต่างๆ และรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมอุทยานฯ โดยคิดเป็นร้อยละ 0.027 ของมูลค่ารวมของอุทยานฯ ร้อยละ 0.34 ของรายได้ของภาคธุรกิจต่าง ๆ และร้อยละ 17.43 ของรายได้ จากการเก็บค่าธรรมเนียมเท่านั้น โดยกรมป่าไม้สามารถหารายได้เพิ่มขึ้นได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมอุทยานฯ ให้ทั่วถึงและการขึ้นอัตราค่าธรรมเนียม ซึ่งข้อมูลจากากรสำรวจพบว่าจำนวนเงินค่าธรรมเนียมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยยินดีจ่าย เพื่อใช้ประโยชน์จากเกาะเสม็ดในปัจจุบันนั้นมีค่าประมาณ 53.93 บาทต่อครั้ง และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณ 178.86 บาทต่อครั้ง

ในด้านทิศทางการพัฒนาเกาะเสม็ดในอนาคตซึ่งเกี่ยวพันกับปัญหา ความขัดแย้งที่กำลังมีอยู่บนเกาะเสม็ด คือ ปัญหาการถือครองที่ดินบนเกาะ ผลการศึกษาพบว่า ในอนาคตกรมป่าไม้ไม่ควรเน้นการพัฒนาเกาะเสม็ด ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสมัยใหม่ต่าง ๆ เพราะนักท่องเที่ยวมิได้ มาเที่ยวเพื่อสิ่งเหล่านี้ กรมป่าไม้ควรทำการปิดเกาะเสม็ดเป็นประจำทุกปีประมาณ 2-3 เดือน เพื่อให้ธรรมชาติบนเกาะได้ฟื้นตัวและควรมีการศึกษาเพิ่มเติมว่าการกำหนดให้เกาะเสม็ดเป็นอุทยานแห่งชาตินั้น ชาวบ้านที่อยู่อาศัยบนเกาะได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง ในอนาคตสมควรให้เอกชนหรือชาวบ้านเข้ามามีสิทธิครอบครองที่ดินบนเกาะเสม็ดหรือไม่ เป็นต้น

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยศรัณย์ รักษ์เผ่า (2542) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ ผลของการวิเคราะห์โดยใช้

ข้อมูลการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2541 ร่วมกับตารางปัจจัยการผลิต และผลผลิต ของประเทศ ขนาด 58 x 58 สาขาการผลิต พบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี พ.ศ. 2541 จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มรวม จำนวน 229,346.80 ล้านบาทในราคาคงที่ ปี พ.ศ. 2533 หรือคิดเป็นร้อยละ 11 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย ส่วนการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2541 จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มรวม จำนวน 203,117.23 ล้านบาท ในราคาคงที่ ปี พ.ศ. 2533 หรือ คิดเป็นร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อค่าทวีคูณมูลค่าเพิ่ม พบว่าการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวชาวไทย 1 ล้านบาท จะทำให้เกิดค่าทวีคูณมูลค่าเพิ่มทางตรง จำนวน 565,615 บาท และค่าทวีคูณมูลค่าเพิ่มทางอ้อม จำนวน 941,683 บาท ในปี พ.ศ. 2541 กล่าวคือ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย 1 ล้านบาท จะก่อให้เกิดค่าทวีคูณ มูลค่าเพิ่ม เพิ่มขึ้นรวม 1,507,298 บาท ส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ 1 ล้านบาท จะทำให้เกิดค่าทวีคูณมูลค่าเพิ่มทางตรง จำนวน 503,581 บาท และค่าทวีคูณมูลค่าเพิ่มทางอ้อม จำนวน 1,143,628 บาท กล่าวคือ การใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 1 ล้านบาท จะก่อให้เกิดค่าทวีคูณมูลค่าเพิ่ม เพิ่มขึ้น รวม 1,647,210 บาท ส่วนผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อมูลค่าเพิ่มจากการใช้เงินงบประมาณ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า การใช้จ่ายเงินงบประมาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 1 บาท จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางตรงจากนักท่องเที่ยว จำนวน 57.13 บาท ต่อคน และมูลค่าเพิ่มทางอ้อมจำนวน 109.60 บาทต่อคน ในปี พ.ศ. 2541 กล่าวคือการใช้จ่ายเงินงบประมาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว 1 บาท จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มรวม 166.70 บาทต่อคนในระบบเศรษฐกิจ

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ประการแรกการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ประการที่สองการลดลงของนักท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นรัฐบาลควรให้การสนับสนุนต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและความสะดวกสบายมากขึ้น

งานวิจัยเรื่อง อุตสาหกรรมนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้โครงการ "มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย" โดย พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์ (2548) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาททางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งมูลค่าเพิ่มและมูลค่าเพิ่มส่วนที่เก็บไว้ในประเทศของอุตสาหกรรมนำเที่ยวเชียงใหม่โดยศึกษาจากการ

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 30 ราย และมัคคุเทศก์จำนวน 5 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีกว่า 500 แห่ง ผู้ประกอบการสามารถเข้าและออกจากตลาดได้อย่างเสรี แต่สินค้าจะมีลักษณะคล้ายคลึงกันทำให้มีการแข่งขันเรื่องราคาสูงและมีการตัดราคากัน ดังนั้นจึงควรมีการปรับเปลี่ยนเป็นการแข่งขันทางด้านคุณภาพของการให้บริการ นอกจากนี้ยังมีเรื่องการหลบเลี่ยงภาษีของผู้ประกอบการซึ่งภาครัฐควรเข้ามาดูแลบริหารจัดการการเก็บภาษีและควรสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าการเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวโดยการทำให้นักท่องเที่ยวมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น หรือเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว และควรมีการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศบุคลากรในอุตสาหกรรมนำเที่ยวโดยเฉพาะมัคคุเทศก์ตลอดจนคุณภาพของการให้บริการด้วย

การศึกษาเรื่อง มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดย ธานินทร์ ไชยเยซน์ และคณะ (2550) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินค่าผลประโยชน์จากอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย โดยใช้วิธีสมมติสถานการณ์ให้ประเมินค่า (Contingent Valuation Method: CVM) โดยสอบถามความเต็มใจที่จะจ่ายที่มีต่ออุทยานประวัติศาสตร์ใน 2ประเด็น คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากบริการที่ได้รับในปัจจุบัน โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended question) และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์อุทยานประวัติศาสตร์ ในรูปเงินบริจาคของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์สมมติว่าหากทางอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละแห่งเตรียมจัดตั้งกองทุนเพื่ออนุรักษ์ศิลปกรรมต่าง ภายในอุทยานฯ แล้วนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะจ่ายเป็นเงินเท่าใด โดยใช้คำถามปลายปิดแบบถามสองครั้ง (Double-bounded dichotomous choice question) ที่มีการใช้มาตรวัดระดับความมั่นใจ (Certainty scale calibration) และถามด้วยคำถามปลายเปิดกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจมีจำนวนทั้งสิ้น 480 คนแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเยือนอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง 240 คนและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเยือนอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย 240 คน

ผลการศึกษาพบว่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยค่าธรรมเนียมเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากบริการที่ได้รับในปัจจุบันเท่ากับ 20.06 และ 23.62 บาทต่อคนต่อครั้งสำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และอุทยานประวัติศาสตร์พิมายตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าค่าธรรมเนียมเข้า

ชมในปัจจุบันเป็น 2 เท่าความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์อุทยานประวัติศาสตร์ในรูปเงินบริจาคของนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่ากับ 367.45 และ 263.52 บาทต่อคนเพียงครั้งเดียวสำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพนมรุ้ง คือ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เคยไปเยือนอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และทัศนคติต่อกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพนมรุ้ง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพนมรุ้ง คือ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพิมาย คือ รายได้ต่อเดือน อายุ และจำนวนปีที่ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์ปราสาทพิมาย คือ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และระยะทางจากที่อยู่ปัจจุบันถึงอุทยานประวัติศาสตร์พิมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินสมทบกองทุนอนุรักษ์อุทยานประศาสตร์สามารถคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ในการอนุรักษ์โดยประมาณเท่ากับ 124.54 และ 48.04 ล้านบาทต่อปี สำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย ตามลำดับ

3. **งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาคุณค่าทางการท่องเที่ยว**

การศึกษาเรื่อง แนวทางกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม โดย จิตติมา สุขผลิน (2538) เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งศึกษางานการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม เมื่อวัฒนธรรมนั้นถูกนำมาเป็นทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน ศาสนสถาน และประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม โดยทำการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นเอกสารทางวิชาการแขนงต่างๆ ทั้งด้านทฤษฎีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยว และด้านวัฒนธรรม พร้อมกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวและทางด้านวัฒนธรรมอีกส่วนหนึ่งด้วย

ผลที่ได้รับจากการวิจัยพบว่า มีการทำลายโบราณวัตถุสถานทั้งทางตรงและทางอ้อม การฟื้นฟูงานเทศกาลประเพณีและการจัดกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม โดยคงไว้เฉพาะรูปแบบของงานแต่ขาดการนำเสนอถึงสาระที่แฝงอยู่และการสร้างความเข้าใจในความสำคัญที่วัฒนธรรมนั้นสัมพันธ์อยู่กับคน

ในสังคมและชุมชน ตลอดจนการสืบทอดงานศิลปะที่ด้อยคุณค่าลงเพราะมุ่งผลิตเพื่อตอบสนองต่อตลาดหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ ผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมดังกล่าว ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์เป็นประเด็นสำคัญในสังคมโดยกลุ่มนักวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรมและองค์กรพัฒนาเอกชนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทุกฝ่ายลงความเห็นว่าการดำเนินการตามนโยบายของรัฐที่มุ่งผลด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญนั้นมีข้อบกพร่อง ซึ่งมีประเด็นที่สอดคล้องกันที่ ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ที่พบว่าการดำเนินงานของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หน่วยงานต่าง ๆ และผู้ที่เกี่ยวข้องที่นำนโยบายส่งเสริม การท่องเที่ยวไปปฏิบัติหรือนำไปขยายผลต่อนั้น ได้ละเลยผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวัฒนธรรมหรือมีการใช้วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรหรือสินค้าทางการท่องเที่ยวโดยปราศจากจิตสำนึก อนุรักษ์ ทำให้เกิดเป็นปัญหาด้านวัฒนธรรมที่เรื้อรังและกระทบไปในส่วนอื่นๆของสังคม ททท.ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบงานทางด้านการท่องเที่ยวโดยตรงจึงได้ทำการศึกษาหาหนทางที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของททท. ที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ททท. พิจารณาเห็นว่าการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาตินั้นสามารถนำแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในต่างประเทศมาใช้แก้ไขปัญหาและป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ในการวิจัยนี้ผู้ศึกษามีความเห็นว่าสาระหลักที่มีอยู่ในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นสามารถนำมาปรับใช้กับงานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมได้เช่นกัน จึงได้ทำการศึกษาในฐานะที่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นนวัตกรรมของสังคมไทยและการจะนำเอาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้แก้ปัญหาด้านวัฒนธรรมให้สัมฤทธิ์ผล จำเป็นจะต้องเผยแพร่เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับปัจจัยด้านวัฒนธรรมออกไปสู่กลุ่มต่างๆ ในสังคมให้กว้างขวางมากที่สุด โดยพิจารณาจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ โดยให้ความสำคัญไปที่กลุ่มสื่อมวลชนก่อนเป็นกลุ่มแรก เพราะเป็นกลุ่มที่จะช่วยทำหน้าที่ขยายแนวความคิดใหม่นี้ไปในสังคมได้กว้างขวางมากขึ้นและเห็นควรทำการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มนักวิชาการไปพร้อมกันเพราะเป็นกลุ่มที่ต่อต้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวและยังนำเสนอแนวคิดของตนให้กลุ่มต่างๆ ในสังคมเห็นคล้อยตาม ซึ่งเป็นการสร้างกระแสคัดค้านงานการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น ซึ่งจะทำให้งานการท่องเที่ยวประสบกับอุปสรรคได้ในอนาคต

นอกจากสองกลุ่มดังกล่าวยังเห็นควรที่จะทำการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มหน่วยงานรัฐ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มมัคคุเทศก์ กลุ่มคนในท้องถิ่น และกลุ่มองค์กร

พัฒนาเอกชน ตามลำดับ เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป หากจะให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลคือ สารซึ่งเป็นนวัตกรรมเป็นที่รับรู้ ผู้รับสารเกิดความเข้าใจและยอมรับในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จนถึงขั้นปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวใหม่นี้ ก็จะช่วยให้เห็นหนทางว่าจะสามารถแก้ไขหรือลดปัญหาที่เกิดกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมได้ในอนาคต

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดย สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล (2545) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงการวิเคราะห์เอกลักษณ์และคุณค่าของเกาะเกร็ด สถานการณ์การท่องเที่ยวและผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในหมู่ 1 หมู่ 6 และ หมู่ 7 ซึ่งเป็นที่ตั้งของชุมชนชาวไทยเชื้อสายมอญ และประกอบอาชีพการทำเครื่องปั้นดินเผา งานศึกษานี้ได้นำเสนอแนวทางในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด ไว้ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมหรือจัดสร้างขึ้นมาใหม่

2. แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ท่าเรือ การดูแลรักษาความสะอาด รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต

3. แนวทางการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยว ทั้งการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดการด้านมาตรฐานราคาสินค้าและบริการ

4. แนวทางเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ร่วมมือกัน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

5. แนวทางการจัดองค์กรบริหารการท่องเที่ยว รวมถึงเสนอให้จัดตั้งกลุ่มเพื่อเข้ามาบริหารและจัดการการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ดโดยตรงและเสนอออกมาเป็นเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวแบบใหม่ให้เกิดการกระจายนักท่องเที่ยวรวมถึงเกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ในขณะที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และคุณค่าของเกาะเกร็ดตามหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การศึกษาเรื่อง ตลาดดอนหวาย: พื้นที่แห่งการท่องเที่ยวและการบริโภค โดย สิริกมล ศรีเดช (2545) มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจภาพลักษณ์ของตลาดดอนหวายและพฤติกรรมของการบริโภคของคนชนชั้นกลางที่เกิดขึ้นในตลาดแห่งนี้ ผลการศึกษาสรุปได้ว่าตลาดดอนหวายเป็นพื้นที่อีกแห่งหนึ่งที่ฟื้นตัวขึ้นมาด้วยอิทธิพลของคำว่า "การท่องเที่ยว" ซึ่งได้สร้างภาพผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

ต่างๆ ว่า ตลาดดอนหวายเป็นสถานที่ที่เหมาะแก่การท่องเที่ยวอย่างยิ่ง โดยอาศัยปัจจัย 2 ประการมาสร้าง "จุดขาย" ได้แก่ อดีตอันรุ่งเรืองและบรรยากาศอันสุขสงบ

อดีตอันรุ่งเรืองนั้นสะท้อนผ่านอาหารที่กล่าวอ้างว่าเป็นสูตรโบราณ สูตรต้นตำรับ และวิถีชีวิตชุมชนโบราณอันมีบ้านเรือนเก่าแก่ การล่องเรือเป็นภาพตัวแทนส่วนบรรยากาศอันสุขสงบ สะท้อนผ่านการสร้างภาพว่า ที่นี่มีธรรมชาติงดงามเหมาะแก่การพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ แต่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในพื้นที่แห่งนี้ ล้วนแต่เป็นการบริโภคที่สอดคล้องกับรสนิยมของคนชนชั้นกลาง นับตั้งแต่อาหารที่ถูกสร้างภาพว่าอร่อยที่สุดเพราะเป็นของเจ้าตำรับ มีการจัดวางในลักษณะรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดแบ่งพื้นที่ให้เป็นโซนสะดวกต่อการจับจ่ายซื้อสินค้า การจัดสรรที่จอดรถให้เป็นระเบียบ และที่สำคัญ ตลาดดอนหวายใช้เวลาเพียงหนึ่งวันสำหรับการมาเยือน ดังนั้นตลาดดอนหวายในปัจจุบันจึงเป็นพื้นที่แห่งการบริโภคของคนชนชั้นกลางในเมืองที่ไม่ต่างกับตลาดสดติดแอร์ในห้างสรรพสินค้าหรือตลาดสดกลางแจ้งอย่างจตุจักร เพียงแต่ตลาดดอนหวายได้อาศัยมายาภาพของลมหายใจอดีตมาเพิ่มคุณค่าแก่พื้นที่และมีครรลองชีวิตตอบสนองนโยบาย "การท่องเที่ยวไทย" อย่างภาคภูมิ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาบนพื้นฐานของคุณค่าทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดย อรุณสวัสดิ์ ภูริทัตพงศ์ (2551) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผลที่ได้จากการประเมินในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นตัวชี้วัดและแนะแนวทางเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคานในอนาคต

ผลการศึกษาพบว่า อำเภอเชียงคานมีคุณค่าทางวัฒนธรรม 5 ด้านคือ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านสุนทรียศาสตร์และด้านเศรษฐกิจ สิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นจุดเด่นของเชียงคานคือความเงียบและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนพื้นถิ่นและต้องการให้สภาวะดังกล่าวคงอยู่สืบไป สถาปัตยกรรมที่ควรอนุรักษ์ ได้แก่ บ้านเรือนไม้เก่าริมแม่น้ำโขงและแหล่งโบราณสถาน ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ควรปรับปรุงในเรื่องป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและป้ายข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเกิดการเรียนรู้และเข้าใจคุณค่าของเมืองเชียงคาน หลังจากวิเคราะห์ผลที่ได้จากการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้เสนอแผนการพัฒนาอำเภอเชียงคาน ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วยแนวคิด

“เมืองเดินช้า” เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานคุณค่าของเมืองเชียงคานอย่างแท้จริง

4. งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงงานกับการท่องเที่ยว

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยกระตุ้นการเข้าร่วมแรงงานของสตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร ของจุฑา มนัสไพบูลย์ (2526) เป็นการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่กระตุ้นให้สตรีเข้าทำงานในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวกับการขนส่ง ธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก และธุรกิจภัตตาคารและสถานเริงรมย์ การศึกษาวิจัยนี้ได้จำกัดขอบเขตโดยศึกษาเฉพาะธุรกิจต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบสองชั้น คือ สุ่มตัวอย่างบริษัทธุรกิจแล้วเลือกสุ่มตัวอย่างพนักงานสตรีจำนวนหลังจากบริษัทธุรกิจที่ตกเป็นตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่างกลุ่มนายจ้างหรือฝ่ายจัดการทำให้ได้ศึกษาลักษณะธุรกิจการดำเนินงานและทัศนคติต่อพนักงานสตรี ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่างกลุ่มพนักงานทำให้ได้ศึกษาลักษณะของแรงงานสตรีและได้ใช้วิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่กระตุ้นให้พนักงานสตรีเข้าทำงานในธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงแรงงานสตรีส่วนใหญ่ที่เข้าทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งนั้นเกิดจากปัจจัยเกี่ยวกับโอกาสต้องการความก้าวหน้าและโอกาสอื่นๆจากการทำงานมากกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ อันได้แก่ รายได้และสวัสดิการจากที่ทำงาน

การศึกษาเรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานระดับกลางตามทัศนะของผู้จัดการฝ่ายบุคคลโรงแรมในเขตแผนพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก โดย อรัญ บัวสุวรรณ (2533) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานระดับกลางตามทัศนะของผู้จัดการฝ่ายบุคคลโรงแรมในเขตแผนพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก เพื่อนำผลการวิจัยเสนอต่อผู้บริหารการศึกษาที่สนใจจะผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานด้านธุรกิจโรงแรม ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางของหลักสูตรการปรับปรุงแผนการเรียนให้สอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริงต่อไป ประชากรในการศึกษาได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายบุคคลของโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 60-149 ห้องในจังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา รวม 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า

โดยแบ่งเป็นคุณลักษณะทั่วไปกับคุณลักษณะเฉพาะของแรงงานระดับกลาง สถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะทั่วไปที่พึงประสงค์ของแรงงานระดับกลางตามทัศนะของผู้จัดการฝ่ายบุคคลโรงแรมอยู่ในระดับมากทุกด้าน อันดับหนึ่งด้านความประพฤติ ได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบ และความขยันหมั่นเพียร อันดับสองด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ มีความกระตือรือร้น แคล่วคล่องว่องไว แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีความสุภาพอ่อนน้อม อันดับสามด้านมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่ มีความสามารถในการสื่อความหมาย มีความเสียสละ และรู้จักทำงานร่วมกับผู้อื่น อันดับสุดท้ายด้านความรู้ ได้แก่ มีความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษ มีความรู้ในการใช้ภาษาไทย และมีความรู้เกี่ยวกับขนบประเพณีของไทย

ส่วนคุณลักษณะเฉพาะที่พึงประสงค์ของแรงงานฝ่ายต่างๆ ทุกฝ่าย อยู่ในระดับมากอันดับหนึ่ง คือ ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ได้แก่ พนักงานฝ่ายบัญชีควรมีความรู้ความเข้าใจหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบรู้ขั้นตอนการทำงานระบบบัญชี รู้การบริหารระบบเอกสาร ฝ่ายห้องพักควรมีความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีของลูกค้า รู้เกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานการณ์สำคัญๆของท้องถิ่น รู้วิธีการจัดทำแผนการใช้อาคารสถานที่ ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มควรมีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการบริการอาหารและเครื่องดื่ม รู้วิธีการประกอบอาหารและ เครื่องดื่ม รู้วิธีการจัดงานเลี้ยงในโอกาสต่างๆ ฝ่ายขายควรมีความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยา การขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ รู้ในการวางแผนการขาย ฝ่ายบุคคลควรมีความรู้ความเข้าใจในนโยบายของหน่วยงาน มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม รู้หลักการประชาสัมพันธ์และการสื่อความหมาย ฝ่ายช่างควรมีความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาการทำงาน รู้เกี่ยวกับการใช้และการเก็บรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และรู้เรื่องของความปลอดภัย อันดับสองคือด้านความสามารถในการปฏิบัติงาน ได้แก่ พนักงานชายฝ่ายบัญชี ควรมีไหวพริบในการแก้ปัญหาในการทำงาน สามารถทำงานได้ถูกต้องและรวดเร็ว สามารถพิมพ์ดีดภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ ฝ่ายห้องพักควรเป็นผู้สามารถให้บริการและการต้อนรับ เป็นที่ประทับใจ เป็นสื่อกลางความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับผู้ใช้บริการ สามารถประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ได้ดี ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มควรมีไหวพริบในการแก้ปัญหาการทำงาน มีความสามารถในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติงานในฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มได้หลายหน้าที่ ฝ่ายขายควรมีความสามารถในการ พูดจูงใจให้ใช้บริการสามารถประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ได้ดี สามารถพูดและเขียนภาษาอังกฤษได้ ฝ่ายบุคคลควรมีความสามารถในการจูงใจให้พนักงานปฏิบัติตามระเบียบ

สามารถติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆได้ดีและมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์อันดี ฝ่ายช่างควรเป็นผู้มีความละเอียดรอบคอบในการทำงานสามารถนำเทคนิคใหม่ๆ มาพัฒนาการทำงาน สามารถใช้และบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านประสบการณ์ กล่าวคือ พนักงานฝ่ายบัญชีควรมีประสบการณ์ ในการทำงานฝ่ายบัญชีมาก่อน เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับการบัญชี ฝ่ายห้องพักควรผ่านการอบรมและดูงานห้องพัก เคยทำงานฝ่ายห้องพักหรือลักษณะที่คล้ายคลึงกันมาก่อน ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มควรผ่านการอบรมจากสถาบันการโรงแรมและการท่องเที่ยว เคยทำงานฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มมาก่อน ฝ่ายขายควรเคยทำงานฝ่ายขายมาก่อน มีประสบการณ์ในการพูดในที่ประชุม เคยอบรมเทคนิคการขายมาก่อน ฝ่ายบุคคลควรเคยทำงานฝ่ายบุคคลมาก่อน เคยผ่านการอบรมและการพัฒนาบุคลากร เคยทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝ่ายช่างควรมีประสบการณ์ในการตัดสินใจ เคยทำงานร่วมกับผู้อื่น และเคยปฏิบัติงานฝ่ายช่างในโรงแรมมาก่อน

การศึกษาเรื่อง ทักษะการทำงานและปัจจัยเงื่อนไขในการพัฒนาทักษะการทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในท้องถิ่น : การศึกษาในกลุ่มประชาคม (Civic Groups) ภาคเหนือตอนบน โดยเนาวรัตน์ พลายน้อย (2545) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะการทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มประชาคม (Civic Groups) ภาคเหนือตอนบนโดยพิจารณาทักษะการทำงานทั้งในระดับกลุ่มประชาคมและระดับปัจเจกบุคคลในประชาคม รวมทั้งศึกษาปัจจัยเงื่อนไขในการพัฒนาทักษะการทำงานของกลุ่มและปัจเจกบุคคลในประชาคมการท่องเที่ยว การวิจัยได้คัดเลือกกลุ่มประชาคมจังหวัดน่าน จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนโดยมีศักยภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นและเป็นที่ยอมรับในระดับพื้นที่มา 20 กลุ่มประชาคม วิธีศึกษาใช้การปฏิบัติงานภาคสนามหลายขั้นตอนและใช้แนวทางผสานวิธี (Mixed Methodology) เป็นหลัก รวมทั้งได้จัดประชุมปฏิบัติการ (Workshop) กับกลุ่มประชาคมและผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) โดยจัดเวที 4 ครั้ง ใน 4 จังหวัดพื้นที่การวิจัยเพื่อให้มีการสื่อสารทางสังคม (Social Communication) เกี่ยวกับผลการวิจัยและแสวงหามาตรการร่วมในแนวทางประชาคมเพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่พึงประสงค์ของแต่ละพื้นที่

ผลการวิจัยพบว่าประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพรองหรือแหล่งรายได้เสริม มีทุนทางระบบนิเวศ (Ecology Capital) ทุนทางสังคม วิถีชีวิต วัฒนธรรม (Social, Cultural Capital) เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวผนวกเข้ากับการมีทุนมนุษย์ (Human

Capital) ในบางด้าน เช่น ด้านอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ประกอบเป็นเงื่อนไขให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นและดำรงอยู่ในชุมชนนั้นๆ ประชาคมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในชุมชนยังขาดจุดเน้นโดยแน่ชัดว่าจะจัดการท่องเที่ยวในแนวทางที่มุ่งปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว หรือจะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในกระแสทางเลือก (Alternative Tourism) ที่มุ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สร้างความสมดุลระหว่างรายได้กับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ระบบนิเวศ รวมทั้งการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทักษะทั้งในระดับองค์กรประชาคม และทักษะระดับปัจเจกบุคคลจะมีจุดแข็งด้านการให้บริการ (Service) ที่เปี่ยมไปด้วยอัธยาศัยไมตรี (Hospitality) การสร้างความอบอุ่น ความสำนึกในความเป็นเพื่อนมนุษย์ (Human Touch) ขณะที่ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการบริหารจัดการ (Management) และการปฏิบัติงานเป็นเครือข่าย (Network) ข้ามประชาคม

2.3. **สรุป**

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยคณะผู้วิจัยในการกำหนดกรอบการศึกษาอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลให้เป็นไปตามลำดับอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่บทสรุปที่ทำให้ทราบว่าศักยภาพและมูลค่าทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีเป็นเช่นไร และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใดของจังหวัดที่สามารถตรึงคนในท้องถิ่นให้อยู่ในพื้นที่ได้

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในโครงการวิจัยนี้เป็นการผสมผสานกันระหว่างวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม (Participant Observation and Non-Participant Observation) และการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) การสำรวจ (Survey) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaires) ทั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยโดยเฉพาะการสัมภาษณ์จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ซึ่งกำหนดจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและมีความเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมต่อการดำเนินงานวิจัย เช่น การเป็นผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มและมีบทบาทสำคัญ เพื่อทำให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึก มีความละเอียดในทุกด้านที่ศึกษาและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และสรุปผลที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ดังต่อไปนี้

3.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก

เป็นการสัมภาษณ์ผู้มีบทบาทสำคัญหรือแกนนำในการดำเนินงานในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 7 ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ รวมทั้งสิ้น 12 กลุ่ม ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่น ภาคส่วนละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 18 คน เพื่อให้สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ถูกต้องมากขึ้น

3.1.2 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

เป็นการสังเกตการณ์ในการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวทั้งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พร้อมกับร่วมกิจกรรมต่างๆ

3.1.3 การระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเฉพาะ

โดยการคัดเลือกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้

แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่นกลุ่มละ 6-12 คน เพื่อให้สามารถเจาะลึกข้อมูลได้ และไม่มากหรือน้อยจนเกินไป

3.1.4 แบบสอบถาม

เป็นการดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของของ Krejcie และ Morgan (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549) ผลิตภัณฑ์ละ 116 ชุด รวม 7 ผลิตภัณฑ์เท่ากับ 812 ชุด ทั้งนี้ทุก 116 ชุด จะแบ่งเป็นคนไทย 58 ชุด และชาวต่างประเทศ 58 ชุด

3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประกอบด้วยเครื่องมือที่วัดได้ตามสภาพจริง (Authentic Measurement) ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเฉพาะ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสำรวจ ซึ่งจะช่วยตอบคำถามด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี รวมถึงเงื่อนไข ข้อจำกัด นโยบายและยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวในลักษณะที่ลึกซึ้ง ซึ่งเมื่อผนวกกับเครื่องมือทางมานุษยวิทยา (Anthropological Approach) ได้แก่ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม จะช่วยเติมเต็มข้อมูลในเชิงลึกที่ไม่สามารถวัดเป็นตัวเลขได้มากขึ้น

นอกจากนี้ยังใช้เครื่องมือที่วัดค่าตัวแปรโดยไม่รบกวนผู้ให้ข้อมูล (Unobtrusive Measurement) ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในมิติที่ชี้วัดเป็นตัวเลขได้และสะท้อนออกมาจากนักท่องเที่ยวในประเด็นการเดินทางเข้ามาในจังหวัดอุบลราชธานีว่าเป็นครั้งแรกหรือมาเที่ยวซ้ำ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่นิยม ความเห็นต่อการดำเนินการในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี อันเป็นส่วนสนับสนุนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี รวมถึงเงื่อนไข ข้อจำกัด ทั้งผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเทียว ตลอดจนการตรึงคนในจังหวัดอุบลราชธานี

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

3.3.1 การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์แบ่งออกเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างดังต่อไปนี้

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Semi-Formal Interview) ในประเด็นนโยบายการดำเนินงาน การตลาด การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การสร้างหรือรักษาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยว รายรับและรายจ่ายจากการท่องเที่ยว ความต้องการแรงงาน ความพึงพอใจในการทำงาน การประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ฯลฯ โดยให้ผู้ให้ข้อมูลซึ่งประกอบไปด้วยภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่นพูดในประเด็นที่ต้องการศึกษาให้มากที่สุด

อย่างไรก็ดีการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ได้ข้อมูลด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 7 ประเภทรวมถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ การจัดกิจกรรมพิเศษ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจคมนาคม

การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

เป็นแบบที่มีการเตรียมการ มีแผนการสัมภาษณ์และการบริหารการสัมภาษณ์จัดเตรียมไว้อย่างค่อนข้างแน่นอนเป็นการล่วงหน้า การสัมภาษณ์เป็นมาตรฐานและเป็นทางการมาก ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจะตอบคำถามเดียวกัน และถามคำถามก่อนหลังเรียงตามลำดับเหมือนกัน

3.3.2 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม (Participant Observation and Non-Participant Observation) ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้

การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

ซึ่งผู้วิจัยจะเข้าร่วมสังเกตการณ์ในการดำเนินงานทางการท่องเที่ยวทั้งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พร้อมกับร่วมกิจกรรมต่างๆ ทั้งด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยว การจ้างงาน การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัด อุปสรรคในการดำเนินงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่ง

ประกอบไปด้วยภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่นที่ไม่อาจเปิดเผยได้จากการสัมภาษณ์

การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation)

เป็นการที่ผู้วิจัยจะสังเกตวิถีชีวิตและสภาพทั่วไปของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถเติมเต็มการดำเนินงาน การตลาด การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การสร้างหรือรักษาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยว รายรับและรายจ่ายจากการท่องเที่ยว ความต้องการแรงงาน การประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ความพึงพอใจในการทำงาน ฯลฯ เป็นต้น

3.3.3 **การระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเฉพาะ** (Focus Group)

โดยการคัดเลือกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่นกลุ่มละ 6-12 คน เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนพร้อมกับจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการจ้างงาน รายได้จากการจ้างงาน จำนวนแรงงานในธุรกิจการท่องเที่ยว ประเภทอาชีพ การกระจายเงินในธุรกิจท่องเที่ยว ความพึงพอใจในอาชีพ คุณภาพชีวิตแรงงาน โอกาสในการพัฒนาฝีมือแรงงาน และโอกาสในการทำงานในพื้นที่ เพื่อสะท้อนให้เห็นศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ตลอดจนให้กลุ่มนำเสนอเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัด อุปสรรคในการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะรวมถึงยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี อันจะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายประชาคมการท่องเที่ยวของจังหวัด

3.3.4 **การสำรวจ** (Survey)

เป็นการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าและศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ จำนวนแรงงาน จำนวนนักท่องเที่ยว ระยะเวลาการพำนักในจังหวัดอุบลราชธานี ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การมาเที่ยวซ้ำ ฯลฯ ซึ่งปรากฏอยู่กับธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจร้านขายของที่ระลึก เพื่อเติมเต็มข้อมูลด้านศักยภาพ เงื่อนไข กลไก โอกาส และอุปสรรคในการจ้างงานและตรึงคนการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

3.3.5 **แบบสอบถาม** (Questionnaires)

เป็นการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถทราบถึงข้อมูลที่ชี้วัดได้ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีตามมุมมองของนักท่องเที่ยวในประเด็นการเดินทางเข้ามาในจังหวัดอุบลราชธานีว่าเป็นครั้งแรกหรือมาเที่ยวซ้ำ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่นิยม ความเห็นต่อการดำเนินการในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

อย่างไรก็ดี คณะผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามโดยจัดเรียงเป็นชุดแบบสอบถามตามประเด็นที่ศึกษาอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการจำแนกและจัดส่งชุดแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง โดยรูปแบบของแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยเลือกใช้นั้นจะคำนึงถึงลักษณะของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 แบบ ดังนี้

- **แบบคำถามปลายเปิด** (Open-ended-questions) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ โดยคณะผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลในส่วนของชุดแบบสอบถามคำถามปลายเปิดด้วยการสัมภาษณ์

- **แบบคำถามปลายปิด** (Close-ended-questions) โดยคณะผู้วิจัยได้พิจารณาถึงขอบเขตคำตอบที่ต้องการ คำตอบที่กำหนดขึ้นมานั้นจะได้มาโดยผ่านการศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งคณะผู้วิจัยจะส่งชุดแบบสอบถามให้แก่กลุ่มเป้าหมายอ่านและตอบคำถามด้วยตนเอง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่

3.4.1 การวิเคราะห์ทางสถิติ

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติขั้นสูง ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอย (Regression Models)

3.4.2 การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์

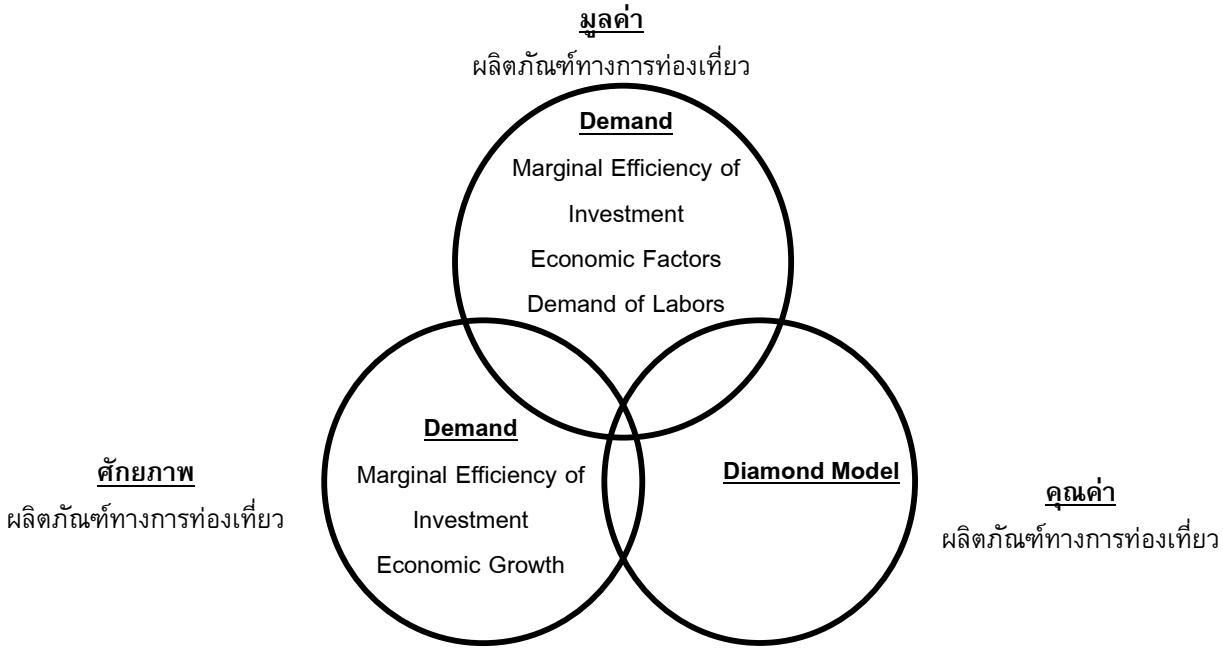
เป็นส่วนของการวิเคราะห์เพื่อค้นหาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จึงใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เพื่อสะท้อนแนวโน้ม อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยว

3.4.3 การสังเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์

งานวิจัยนี้ใช้เทคนิค Diamond Model ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ แล้วนำมาประเมินความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของแนวคิดทั้ง 4 องค์ประกอบคือ

- กลยุทธ์ธุรกิจโครงสร้างและการแข่งขันในอุตสาหกรรม เช่น ผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี และการแข่งขันของผู้ประกอบการ
- ภาวะอุปสงค์ เช่น ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- ภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคม และธุรกิจนำเที่ยว
- ปัจจัยการผลิต เช่น ด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ (แหล่งท่องเที่ยว) แหล่งเงินทุน และโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคม โทรคมนาคม เป็นต้น

องค์ประกอบของแนวคิดดังกล่าวจะนำไปสู่การตอบคำถามการวิจัยในประเด็นเงื่อนไข กลไก โอกาส และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่เป็นตัวแปรเพิ่มเติม 2 ตัวแปรได้แก่ บทบาทรัฐ โอกาส โดยเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งนี้อาจพิจารณาได้จากแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีเกณฑ์ในการเลือกสถานที่เก็บข้อมูลและการแจกแบบสอบถามในแต่ละผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่มาของจำนวนแบบสอบถาม ตลอดจนเกณฑ์ในการแจกแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่ ดังนี้

1) **เกณฑ์ในการเลือกสถานที่เก็บข้อมูล**

- ฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- การกระจายครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดอุบลราชธานี
- เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงโดยยึดตามเอกสารนำเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สะดวกต่อการเข้าถึง
- ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปสถานที่นั้นๆ

2) **เกณฑ์ในการเลือกสถานที่แจกแบบสอบถามเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว**

- เพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ
- จำนวนห้องประชุม
- จำนวนการจัดประชุม

- จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม
- การรองรับนักท่องเที่ยว
- การสุ่มตัวอย่าง

3.5. **สรุป**

การวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปวิธีการดำเนินการวิจัยทั้งหมดได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัยทั้งหมด

คำถามการวิจัย	**ระเบียบวิธีวิจัย**	**กิจกรรม**	**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**	**ระยะเวลาดำเนินการ**
1. ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างไร	1. สัมภาษณ์เชิงลึก 2. สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม 3. ระดมความคิด 4. การสำรวจ 5. แบบสอบถาม	1. สัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน นักวิชาการท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 7 ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ ภาคส่วนละ 3 คน รวม 216 คน	1. ทราบศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศาสนา เชิงนิเวศและผจญภัย เชิงเกษตร การประชุมและสัมมนา การจัดกิจกรรมพิเศษและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) ในจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบ	ธ.ค. 2551 – เม.ย. 2552

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินการ
		2. สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว และการดำเนินงานของชาวบ้านและหน่วยงานต่างๆ สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 7 ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ 3. ระดมความคิดหน่วยงานภาครัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานภาคเอกชน นักวิชาการท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ใช้แรงงาน และชาวบ้านในท้องถิ่นที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 7 ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบการ	ทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง (ธุรกิจที่พัก ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยว)	

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินการ
		ท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบ โดยจัดประชุมทั้งหมด 12 ครั้งๆ ละ ประมาณ 6-12 คน 4. การสำรวจพื้นที่ รายได้ และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง 5. เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จาก 7 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวละ 116 คน (ชาวไทย 58 คน ชาวต่างประเทศ 58 คน ซึ่งเก็บทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใหม่และนักท่องเที่ยวที่มาซ้ำ) รวมเป็น 812 คน		
2. ศักยภาพเงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน	1. สัมภาษณ์เชิงลึก 2. สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม	ทำพร้อมคำถามการวิจัยข้อ 1	2. ทราบศักยภาพเงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน	ธ.ค. 2551 – เม.ย. 2552

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินการ
ภาคประชาชนตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่นเป็นอย่างไร	และไม่มีส่วนร่วม 3. ระดมความคิด		ภาคประชาชนตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่น	
3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อ	1. สัมภาษณ์เชิงลึก 2. สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม 3. ระดมความคิด	ทำพร้อมคำถามการวิจัยข้อ 1	3. ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อ	พ.ค. 2552 – พ.ค. 2553

คำถามการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ระยะเวลาดำเนินการ
แก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่นเป็นอย่างไร			แก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น	

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในบทนี้เป็นการกล่าวถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ตลอดจนเงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

4.1 ศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

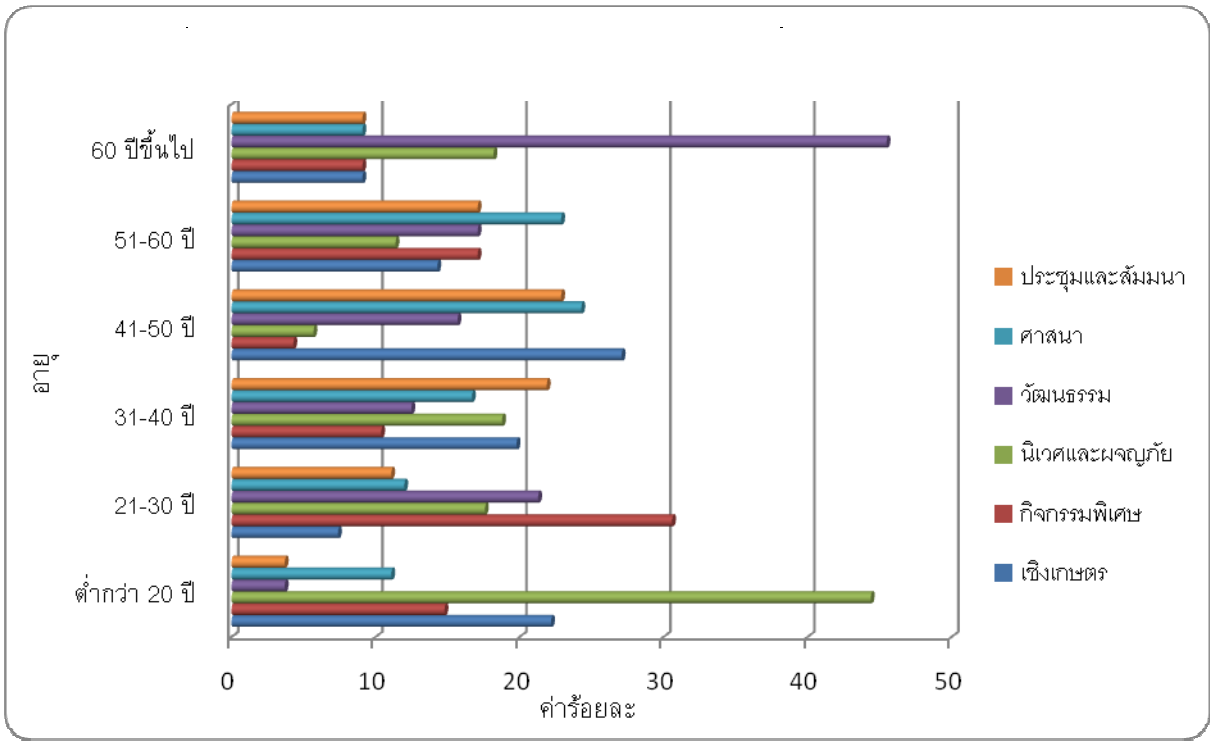
4.1.1 ประเด็นทางการตลาดและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวในด้านนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 7 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวกิจกรรมพิเศษ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจร้านขายของที่ระลึก โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จำแนกตามอายุ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางและแผนภูมิ ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตร	6	22.2	8	7.4	19	19.8	19	27.1	5	14.3	1	9.1
กิจกรรมพิเศษ	4	14.8	33	30.6	10	10.4	3	4.3	6	17.1	1	9.1
นิเวศและผจญภัย	12	44.4	19	17.6	18	18.8	4	5.7	4	11.4	2	18.2
วัฒนธรรม	1	3.7	23	21.3	12	12.5	11	15.7	6	17.1	5	45.5
ศาสนา	3	11.1	13	12.0	16	16.7	17	24.3	8	22.9	1	9.1
ประชุม สัมมนาและนิทรรศการ	1	3.7	12	11.1	21	21.9	16	22.9	6	17.1	1	9.1
รวม	**27**	**100.0**	**108**	**100.0**	**96**	**100.0**	**70**	**100.0**	**35**	**100.0**	**11**	**100.0**

แผนภูมิที่ 4.1 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ



จากตารางและแผนภูมิที่ 4.1 พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เมื่อจำแนกตามอายุ ปรากฏผลดังนี้

1. อายุต่ำกว่า 20 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ กิจกรรมพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 22.2 และ 14.8 ตามลำดับ

2. อายุ 21-30 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวกิจกรรมพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ 17.6 ตามลำดับ

3. อายุ 31-40 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาประชุม สัมมนาและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 21.9 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ 18.8 ตามลำดับ

4. อายุ 41-50 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงศาสนา และ ท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ 22.9 ตามลำดับ

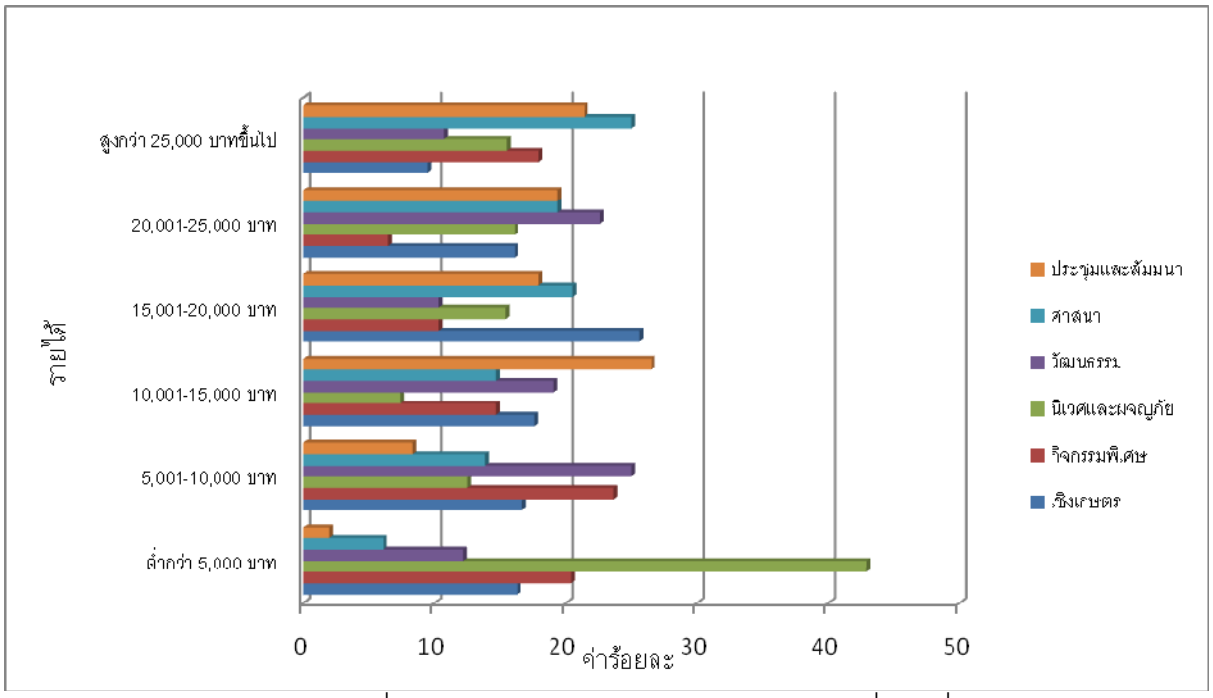
5. อายุ 51-60 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ, ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ ท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 17.1

6. อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 18.2

ตารางที่ 4.2 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,001-10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		สูงกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตร	8	16.3	12	16.7	12	17.6	10	25.6	5	16.1	8	9.5
กิจกรรมพิเศษ	10	20.4	17	23.6	10	14.7	4	10.3	2	6.5	15	17.9
นิเวศและผจญภัย	21	42.9	9	12.5	5	7.4	6	15.4	5	16.1	13	15.5
วัฒนธรรม	6	12.2	18	25.0	13	19.1	4	10.3	7	22.6	9	10.7
ศาสนา	3	6.1	10	13.9	10	14.7	8	20.5	6	19.4	21	25.0
ประชุม สัมมนาและนิทรรศการ	1	2.0	6	8.3	18	26.5	7	17.9	6	19.4	18	21.4
รวม	**49**	**100.0**	**72**	**100.0**	**68**	**100.0**	**39**	**100.0**	**31**	**100.0**	**84**	**100.0**

แผนภูมิที่ 4.2 ค่าร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้



จากตารางและแผนภูมิที่ 4.2 พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เมื่อจำแนกตามรายได้ ปรากฏผลดังนี้

1. รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ กิจกรรมพิเศษ และ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 20.4 และ 16.3 ตามลำดับ

2. รายได้ 5,001-10,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ กิจกรรมพิเศษ และ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 23.6 และ 16.7 ตามลำดับ

3. รายได้ 10,001-15,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 19.1 และ 17.6 ตามลำดับ

4. รายได้ 15,001-20,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นร้อยละ 25.6 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงศาสนา และ ท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 20.5 และ 17.9 ตามลำดับ

5. รายได้ 20,001-25,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 22.6 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเชิงศาสนา และ ท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 19.4

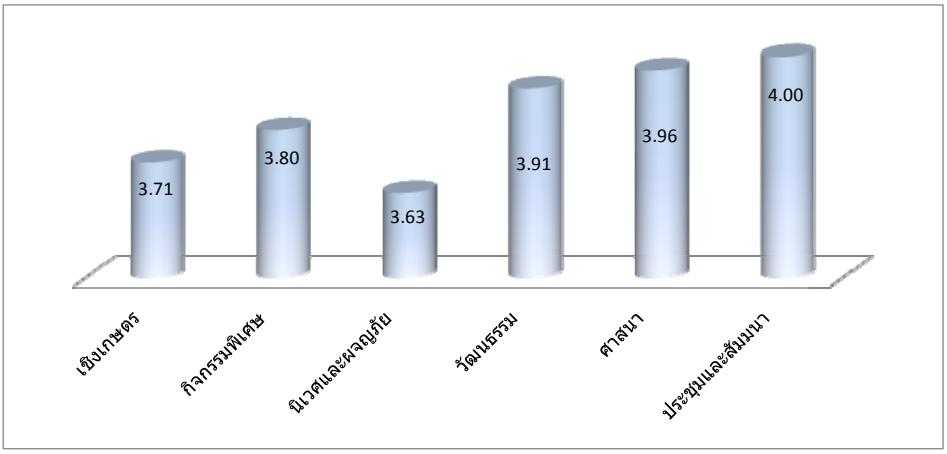
6. รายได้ 25,000 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเชิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ และกิจกรรมพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ 17.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ศักยภาพ / ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม		ด้านโครงสร้างพื้นฐาน		ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย		ความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน		ด้านการบริหารจัดการ		รวม	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
เกษตร	3.88	0.775	3.29	0.682	3.66	0.785	3.86	0.693	3.55	0.681	3.71	0.723
กิจกรรมพิเศษ	3.99	0.671	3.51	0.62	3.80	0.607	3.97	0.672	3.76	0.645	3.80	0.643
นิเวศและผจญภัย	4.10	0.706	3.51	0.676	3.34	0.88	3.60	0.885	3.34	0.899	3.63	0.809
วัฒนธรรม	4.00	0.688	3.64	0.556	3.91	0.689	4.26	0.582	3.69	0.625	3.91	0.628
ศาสนา	4.33	0.572	3.67	0.688	3.79	0.749	4.04	0.682	3.72	0.763	3.96	0.691
ประชุม สัมมนาและนิทรรศการ	4.18	0.711	3.67	0.673	4.05	0.760	4.00	0.750	3.95	0.782	4.00	0.735

ศักยภาพ / ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม		ด้านโครงสร้างพื้นฐาน		ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย		ความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน		ด้านการบริหารจัดการ		รวม	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
รวม	4.08	0.687	3.56	0.649	3.76	0.745	3.96	0.711	3.67	0.7325	3.84	0.705

แผนภูมิที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยรวม จำแนกตามผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว



จากตารางและแผนภูมิที่ 4.3 พบว่า ระดับความพึงพอใจรวมที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.63- 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.628- 0.809 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ลำดับที่ 2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

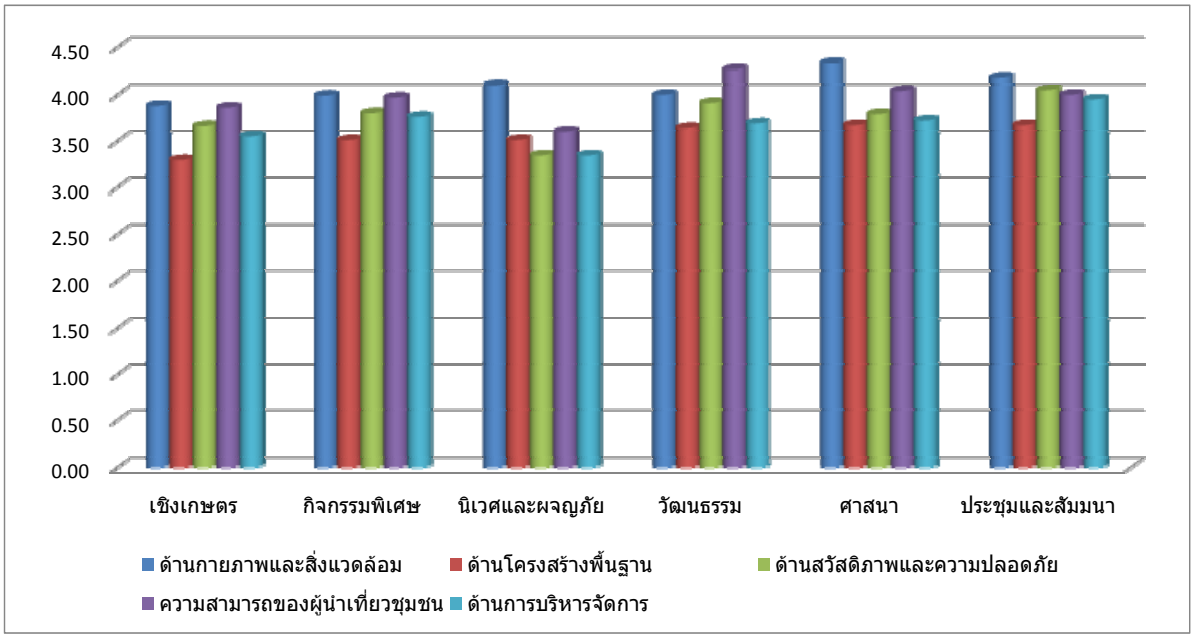
ลำดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ลำดับที่ 4 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ลำดับที่ 5 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ลำดับที่ 6 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

แผนภูมิที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยรวม จำแนกตามศักยภาพในด้านต่างๆ



จากแผนภูมิที่ 4.4 เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน พบว่า

1. **ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม** นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ 4.10 ตามลำดับ

2. **ด้านโครงสร้างพื้นฐาน** นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านโครงสร้างพื้นฐานมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และ 3.64 ตามลำดับ

3. **ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย** นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัยมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 3.80 ตามลำดับ

4. **ความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน** นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชนมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

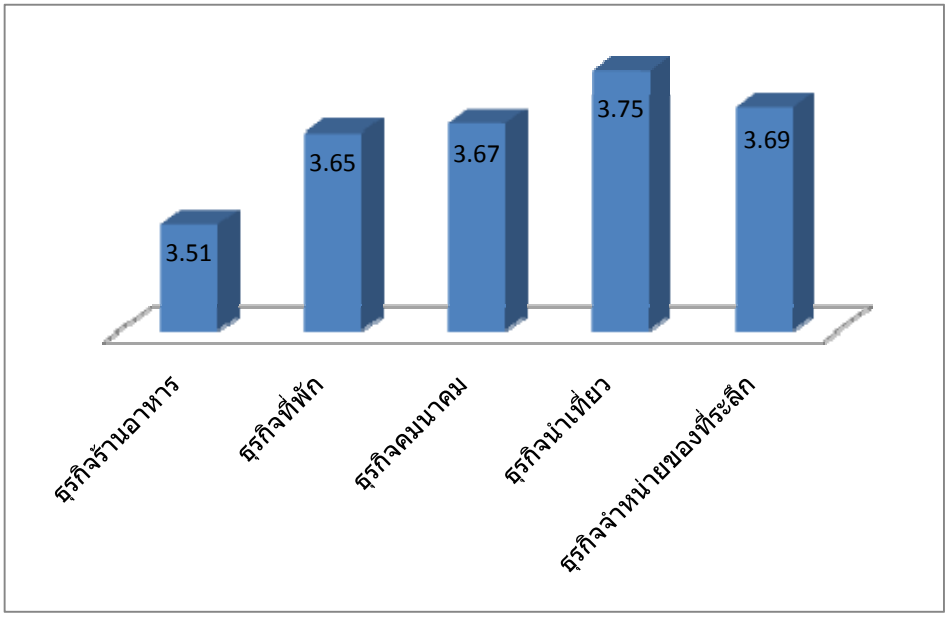
รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และ 4.00 ตามลำดับ

5. **ด้านการบริหารจัดการ** นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านการบริหารจัดการมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และ 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จำแนกตามผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว / ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ธุรกิจร้านอาหาร		ธุรกิจที่พัก		ธุรกิจคมนาคม		ธุรกิจนำเที่ยว		ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก		รวม	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
เกษตร	3.52	0.609	3.52	0.664	3.87	0.334	3.66	0.864	3.71	0.658	3.72	1.164
กิจกรรมพิเศษ	3.59	0.583	3.73	0.594	3.62	0.618	3.52	0.735	3.67	0.616	3.65	0.572
นิเวศและผจญภัย	3.15	0.580	3.35	0.660	3.29	0.492	3.64	0.720	3.45	0.663	3.29	0.590
วัฒนธรรม	3.71	0.458	3.72	0.515	3.87	0.600	3.98	0.466	3.87	0.345	3.77	0.434
ศาสนา	3.46	0.794	3.73	0.758	3.39	0.794	3.55	0.651	3.67	0.617	3.53	0.770
ประชุม สัมมนาและนิทรรศการ	3.66	0.561	3.79	0.616	3.71	0.554	3.74	0.742	3.78	0.536	3.74	0.513
รวม	3.51	0.629	3.65	0.645	3.67	0.583	3.75	0.684	3.69	0.606	3.60	0.605

แผนภูมิที่ 4.5 ความพึงพอใจรวมของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จำแนกตามผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว



จากตารางที่ 4.4 และแผนภูมิที่ 4.5 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว จำแนกตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.29- 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.434- 1.164 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ลำดับที่ 2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

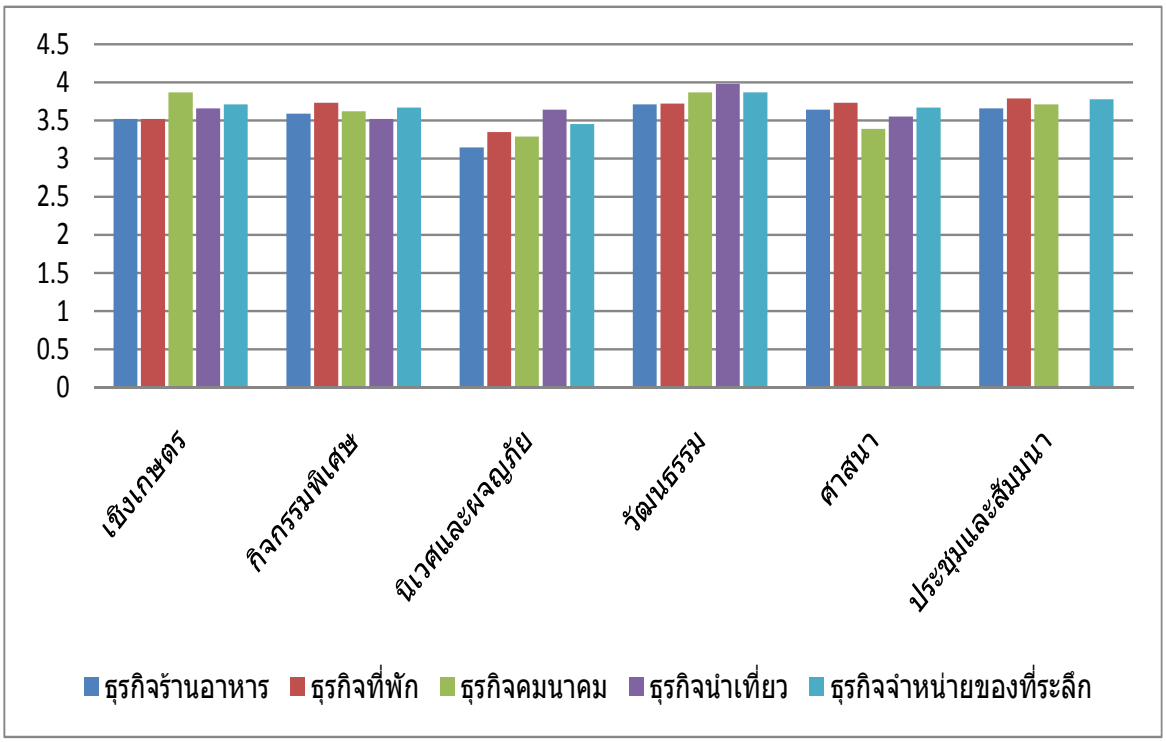
ลำดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ลำดับที่ 4 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ลำดับที่ 5 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ลำดับที่ 6 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

แผนภูมิที่ 4.6 ความพึงพอใจรวมของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จำแนกตามศักยภาพในด้านต่างๆ



เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบการท่องเที่ยว จำแนกตามศักยภาพในด้านต่างๆ พบว่า

1. **ธุรกิจร้านอาหาร** นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านธุรกิจร้านอาหารมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา และนิทรรศการ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกิจกรรมพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และ 3.59 ตามลำดับ

2. **ธุรกิจที่พัก** นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านธุรกิจที่พักมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกิจกรรมพิเศษ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ 3.73 ตามลำดับ

3. **ธุรกิจคมนาคม** นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมมากที่สุด ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ 3.62 ตามลำดับ

4. **ธุรกิจนำเที่ยว** นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ 3.66 ตามลำดับ

5. **ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก** นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านธุรกิจร้านขายของที่ระลึกมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ความถี่และร้อยละของความต้องการในการท่องเที่ยวในอนาคต

ประเภทผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	**ความถี่** (N=349)	**ร้อยละ**
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	215	68.5
การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	103	32.8
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	93	29.6
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	161	51.4
การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ	57	18.2
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ	56	17.8
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	43	13.7

จากตารางที่.4.5 พบว่าหากมีโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 51.4 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 32.8

ตารางที่ 4.6 ค่าร้อยละการมาท่องเที่ยวในเดือนต่างๆ จำแนกตามความนิยม

เดือน	**ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่นิยมเป็นอันดับหนึ่ง** (N=349)	**ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่นิยมเป็นอันดับสอง** (N=349)	**ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่นิยมเป็นอันดับสาม** (N=349)
มกราคม	วัฒนธรรม (22.0%)	เกษตร (20.3%)	กิจกรรมพิเศษ (18.6%)
กุมภาพันธ์	เกษตร (28.6%)	วัฒนธรรม,ศาสนา (22.9%)	กิจกรรมพิเศษ (14.3%)
มีนาคม	ศาสนา, เกษตร (22.2%)	วัฒนธรรม (19.4%)	สัมมนา (16.7%)

เดือน	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่นิยมเป็นอันดับหนึ่ง (N=349)	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่นิยมเป็นอันดับสอง (N=349)	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่นิยมเป็นอันดับสาม (N=349)
เมษายน	เกษตร (24.7%)	ศาสนา (20.2%)	นิเวศและผจญภัย (18.0%)
พฤษภาคม	นิเวศและผจญภัย (44.0%)	สัมมนา (16.0%)	วัฒนธรรม (14.0%)
มิถุนายน	วัฒนธรรม (22.6%)	สัมมนา (21.4%)	ศาสนา (17.9%)
กรกฎาคม	ศาสนา (21.1%)	เกษตร,กิจกรรมพิเศษ (19.3%)	วัฒนธรรม (17.5%)
สิงหาคม	วัฒนธรรม, ศาสนา (22.6%)	นิเวศและผจญภัย (19.4%)	กิจกรรมพิเศษ,สัมมนา (12.9%)
กันยายน	สัมมนา (25.0%)	วัฒนธรรม (21.9%)	นิเวศและผจญภัย (18.8%)
ตุลาคม	เกษตร (28.8%)	สัมมนา (19.2%)	วัฒนธรรม,นิเวศ (15.4%)
พฤศจิกายน	วัฒนธรรม, กิจกรรมพิเศษ (19.1%)	ศาสนา,นิเวศ,สัมมนา (17.0%)	เกษตร (10.6%)
ธันวาคม	วัฒนธรรม (22.2%)	เกษตร (19.0%)	ศาสนา,นิเวศ (17.5%)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ในเดือนมกราคม นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.0 เดือนกุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 เดือนมีนาคม นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรและศาสนามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.2 เดือนเมษายน นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.7 เดือนพฤษภาคม นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 เดือนมิถุนายน นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 เดือนกรกฎาคม นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.1 เดือนสิงหาคม นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 เดือนกันยายน นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.0 เดือนตุลาคม นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.8 เดือนพฤศจิกายน นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกิจกรรมพิเศษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.1 เดือนธันวาคม นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 4.7 ค่าจำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการมาท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	มาครั้งแรก		มามากกว่า 1 ครั้ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	32	22.9	25	12.4
การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	15	10.7	41	20.3
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	22	15.7	34	16.8
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	19	13.6	40	19.8

ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	มาครั้งแรก		มามากกว่า 1 ครั้ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ	22	15.7	35	17.3
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ	30	21.4	27	13.4
รวม	**140**	**100**	**202**	**100**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมาครั้งแรกมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 21.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.7

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง มาเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.3 รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 19.8 และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 4.8 ค่าความถี่และร้อยละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามการพักค้างคืน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค้างคืน		ไม่ค้างคืน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	47	18.8	10	10.8
การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	36	14.4	20	21.5
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	34	13.6	24	25.8
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	36	14.4	23	24.7
การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ	41	16.4	15	16.1
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ	56	22.4	1	1.1
รวม	**250**	**100**	**93**	**100**

จากตารางที่.4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน มาเที่ยวเพื่อประชุม สัมมนาและนิทรรศการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.4 รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 18.8 และการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 16.4

ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืน มาเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 24.7 และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา คิดเป็นร้อยละ 21.5

4.1.2 **ประเด็นทางเศรษฐศาสตร์**

1. การเปรียบเทียบศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

เนื่องจากแต่ละผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรหนึ่งจึงสามารถนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีจำแนกกลุ่ม แล้วทำการสกัดปัจจัย คำนวณค่าสัมประสิทธิ์โดยเปรียบเทียบค่าที่เป็นบวกมากที่สุดแสดงว่ามีศักยภาพมากที่สุด ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ	0.995
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	0.994
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ	0.988
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	0.973
ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	0.963

จากตารางที่ 4.9 สามารถอธิบายได้โดยการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธ์ค่าที่เป็นบวกมากที่สุด พบว่า ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ มีค่าเป็น 0.995 ลำดับถัดมาคือ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม มีค่าเป็น 0.994 และ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ มีค่าเป็น 0.988

2. การเปรียบเทียบศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

ศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์
ศักยภาพของธุรกิจร้านขายของฝาก (อาหาร)	0.990
ศักยภาพของธุรกิจที่พัก	0.979
ศักยภาพของธุรกิจร้านอาหาร	0.979

ศักยภาพของธุรกิจนำเที่ยว	0.957

จากตารางที่ 4.10 สามารถอธิบายได้โดยการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธ์ค่าที่เป็นบวกมากที่สุด พบว่า ศักยภาพของธุรกิจร้านขายของฝาก (อาหาร) มีค่าเป็น 0.990 ลำดับถัดมาคือ ศักยภาพของธุรกิจที่พัก มีค่าเป็น 0.979 และ ศักยภาพของธุรกิจร้านอาหาร มีค่าเป็น 0.979 ดังนั้นหน่วยงานรัฐจึงควรส่งเสริมในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้แก่ ธุรกิจร้านขายของฝาก (อาหาร) เนื่องจากเมื่อพิจารณาอัตราเงินเฟ้อ จำนวนนักท่องเที่ยวไทย จำนวนนักท่องเที่ยวกิจกรรมพิเศษ จำนวนวันที่พัก และจำนวนโรงแรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับธุรกิจร้านขายของฝาก (อาหาร) โดยส่งผลทำให้ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าสูงสุดและสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้

3. การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาว่ามีปัจจัยใดที่มีผลต่อการจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variables) กับตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ซึ่งมีจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 2 ตัวแปร เพื่อสร้างตัวแบบจำลองให้ทราบว่ามูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี (Y) มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือปัจจัยต่างๆ ดังสมการ

$$Y= B_o+B_1X_{1+}B_2X_2+\ldots+B_kX_k+e$$

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

ในแบบจำลองมูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี (Y) มีความสัมพันธ์กับจำนวนโรงแรม (X_1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ (X_2) จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (X_3) จำนวนนักท่องเชิงกิจกรรมพิเศษ (X_4) อัตราเงินเฟ้อ (X_5) จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์(X_6) ดังสมการต่อไปนี้

$Y = 10628.390 + 43.899X_1 + 4.789X_2 + 2.898X_3 + 9.533X_4 + 4.769X_5 + 10.783X_6$

(-7.801)*** (1.593)*** (4.464)*** (3.811)*** (5.580)*** $(0.99)^{ns}$ (5.793)***

R^2 = 994 F = 110.989

D.W. = 3.208 significant F = 99 %

t- statistic คือค่าที่อยู่ในวงเล็บ

* * = แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ95

ns = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อจำนวนโรงแรม (X_1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ (X_2) จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (X_3) จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ (X_4) อัตราเงินเฟ้อ (X_5) จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ (X_6) สามารถอธิบายมูลค่าการท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 99 โดยมีค่า F เท่ากับ 110.989 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ในตัวผลของค่า D.W. เท่ากับ 3.208 ซึ่ งอยู่ในช่วงสหสัมพันธ์ ดังนั้น

1. มูลค่าทางการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับจำนวนโรงแรมในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 43,899 บาท

2. มูลค่าการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการเพิ่มขึ้นร้อยละ1 ทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 4,789 บาท

3. มูลค่าการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 2,898 บาท

4. มูลค่าการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวกิจกรรมพิเศษ เพิ่มขึ้นร้อยละ1 ทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 9,533 บาท

5. มูลค่าการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ ในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 10,783 บาท

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

ในแบบจำลองนี้จำนวนการจ้างงาน มีความสัมพันธ์กับ อัตราเงินเฟ้อ (X_1) จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐ (X_2) และอัตราค่าจ้าง (X_3) ซึ่งมีสมการดังต่อไปนี้

$$L = 228.026 + 0.447X_1 + 0.156X_2 - 1.597X_3$$

(2.987)** (0.831)** (2.863)** (-2.589)**

R^2 = 751 F = 3.027

D.W. = 1.901 significant F = 95 %

t- statistic คือค่าที่อยู่ในวงเล็บ

** = แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ95

ns = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์สมการพบว่า อัตราเงินเฟ้อ (X_1) จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐ (X_2) อัตราค่าจ้าง (X_3) สามารถอธิบายการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีได้ร้อยละ 95 โดยมีค่า F เท่ากับ 3.027 และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ในตัวผลของค่า D.W. เท่ากับ 1.901 ซึ่งอยู่ในช่วงสหสัมพันธ์ อธิบายสมการได้ดังนี้

1. การจ้างงานจึงมีความสัมพันธ์กับ อัตราเงินเฟ้อ ในทิศทางเดียวกันหมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 447 คน

2. การจ้างงานจึงมีความสัมพันธ์กับ จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐในทิศทางเดียวกันหมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ในขณะที่จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐเพิ่มขึ้นร้อยละ1 ทำให้จำนวนการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 156 คน

3. การจ้างงานจึงมีความสัมพันธ์กับอัตราค่าจ้างในทิศทางตรงข้าม หมายความว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ในขณะที่อัตราค่าจ้างลดลงร้อยละ1 ทำให้จำนวนการจ้างแรงงานโดยผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 1,597 คน

3.3 ศักยภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่อการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

ในแบบจำลองนี้จำนวนการจ้างงาน มีความสัมพันธ์กับ อัตราเงินเฟ้อ (X_1) อัตราค่าจ้าง (X_2) รายได้จากธุรกิจร้านขายของที่ระลึก (X_3) รายได้จากธุรกิจนำเที่ยว(X_4) และรายได้จากผลิตภัณฑ์การจัดกิจกรรมพิเศษ (X_5) ซึ่งมีสมการดังต่อไปนี้

$$L = 370.967 - 0.374X_1 - 2.847X_2 + 0.29X_3 + 0.467X_4 + 3.663EX_5$$
$$(-5.510)^{**} \quad (-1.421)^{ns} \quad (-5.021)^{**} \quad (4.637)^{**} \quad (3.400)^{**} \quad (3.629)^{**}$$

R^2 = 953 F = 9.932

D.W. = 2.267 significant F = 95 %

t- statistic คือค่าที่อยู่ในวงเล็บ

** = แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ns = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากสมการพบว่า

1. การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีผลต่ออัตราเงินเฟ้อ และอัตราค่าจ้างในทิศทางตรงข้าม หมายความว่า เมื่ออัตราการเงินเฟ้อและอัตราค่าจ้างสูงขึ้น จะทำให้การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวลดลง

2. การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีผลต่อรายได้จากธุรกิจร้านขายของที่ระลึก รายได้จากธุรกิจนำเที่ยว รายได้จากผลิตภัณฑ์การจัดกิจกรรมพิเศษ ในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า เมื่อรายได้จากธุรกิจร้านขายของที่ระลึก รายได้จากธุรกิจนำเที่ยว รายได้จากผลิตภัณฑ์การจัดกิจกรรมพิเศษเพิ่มขึ้น จะทำให้การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4.2 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

การพิจารณาเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อยกับภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคแรงงาน และภาคชุมชนท้องถิ่น รายละเอียดดังปรากฏในตาราง

4.2.1 ภาครัฐ

ตารางที่ 4.11 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การบริหารจัดการนโยบายทางการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ	การรวมศูนย์ของผู้บริหารในแต่ละหน่วยงานมีการประสานงานกันอย่างเป็นระบบ	- แต่ละหน่วยงานมีนโยบายไม่ประสานกันต่างคนต่างทำ - ขาดหน่วยงานติดตามผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวภาพรวม	ทิศทางนโยบายการท่องเที่ยวขาดการบูรณาการและไม่เป็นทิศทางเดียวกัน
การกำหนดทิศทางทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างบูรณาการ	การมีหน่วยงานกลางเพื่อบูรณาการข้อมูลและกำหนดทิศทางร่วมกัน	- การแบ่งส่วนราชการระหว่างท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำให้ไม่มีการประสานกันโดยเฉพาะด้านข้อมูล	หน่วยงานรัฐต่างกำหนดนโยบายการทำงานที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน - ขาดการสนับสนุนจากภาคเอกชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ
นโยบายการกระจายอำนาจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่น	เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยรัฐเป็นผู้สนับสนุน	ไม่สามารถเชื่อมโยงนโยบายและความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐสู่ท้องถิ่นได้ เช่น งบประมาณ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	ขาดการกระจายอำนาจ การบริหารและงบประมาณไปสู่ท้องถิ่น
การวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์	- การสร้างตราสินค้า (Brand) ของการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี - การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าสินค้าการท่องเที่ยวโดยให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพ - ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ๆและการท่องเที่ยวของท้องถิ่นและการสร้างคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวด้วยเทคนิคการสื่อความหมาย	- ขาดการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว - ขาดการสร้างมูลค่าและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวด้วยเทคนิคการสื่อความหมายที่มีศักยภาพเพียงพอ	-

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การจัดระบบฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว	สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งการจัดเก็บและการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงสถิติทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ	ไม่มีข้อมูลเชิงสถิติเพื่อเป็นระบบฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว -ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน -ข้อมูลแต่ละหน่วยงานไม่สอดคล้องกัน -ขั้นตอนการให้ข้อมูลใช้เวลานานมีขั้นตอนซับซ้อน -ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ	

ตารางที่ 4.12 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว

การบริการนักท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การยกระดับคุณภาพ และปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว	การเพิ่มอัตรากำลังของบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ รวมถึงการอบรมพัฒนาทักษะความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการการท่องเที่ยวและกระบวนการให้บริการแก่บุคลากรที่มีอยู่เดิม	- บุคลากรในการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ - บุคลากรของรัฐมีความเข้าใจในเชิงทฤษฎีทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ	การยกระดับบุคลากรจากพละศึกษามาดูแลงานด้านการท่องเที่ยว
การกำหนดนโยบายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว	- สนับสนุนให้หน่วยงานในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง - ควรมีคู่มือท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีฉบับภาษาอังกฤษจากเรื่องราวของคนท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานีเอง	การสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ส่วนกลางยังไม่เพียงพอ	บทบาทด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดอยู่ที่ส่วนกลางจึงทำให้จังหวัดต้องกำหนดนโยบายตามส่วนกลาง

ตารางที่ 4.13 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน

การจ้างงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การสรรหาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐที่มีคุณภาพ	การเพิ่มรายได้ สวัสดิการเพื่อดึงดูดให้มีผู้ทำงานในภาครัฐมากยิ่งขึ้น	บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยว	อัตราบุคลากรถูกกำหนดโดยส่วนกลาง

ตารางที่ 4.14 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน

การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
- การขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวของจังหวัด	เปิดโอกาสให้มีการบริหารงานแบบจากล่างสู่บน (Bottom Up)	- บุคลากรในหน่วยงานรัฐไม่มีส่วนร่วมในการวางนโยบายการท่องเที่ยว เนื่องจากต้องปฏิบัติตามนโยบายของผู้บริหารองค์กร	- การบริหารงานแบบจากบนลงล่าง ทำให้ไม่มีผู้ใดประสงค์จะมีส่วนร่วมในการทำงานมากนัก - ขาดความร่วมมือจากภาคเอกชนในการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น การตักบาตรริมแม่น้ำมูล

4.2.2 ภาคธุรกิจเอกชน

ตารางที่ 4.15 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การสนับสนุนของภาครัฐที่มีต่อธุรกิจเอกชน	- การยกระดับมาตรฐานของธุรกิจ และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น - ลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวหรือหน่วยธุรกิจที่	- การอนุมัติงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบกระจายตัว ทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นรูปธรรม	- ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ชัดเจนและเป็นธรรม เช่น ด้านกฎหมาย

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
	ต้องทำการพัฒนาในแต่ละปี หรือแผนระยะยาว		
การจัดทำฐานข้อมูลทางธุรกิจ	ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเห็นถึงความจำเป็นของฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว	ขาดความร่วมมือในการให้ข้อมูล ซึ่งอาจจะด้วยเหตุผลต่างๆ - การประชาสัมพันธ์ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ และการยกระดับเครื่องหมายการค้าทางการท่องเที่ยวของเอกชน (Brand Royalty)	-การปกปิดข้อมูลอาจมาจากเงื่อนไขทางด้านภาษีและคู่แข่งขัน -ข้อมูลไม่ตรงกับที่แจ้งหน่วยงานรัฐ
การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจการท่องเที่ยว	การเกื้อกูลผลประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างกัน ทั้งส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน	เกิดช่องว่างระหว่างธุรกิจประเภทเดียวกันที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกับธุรกิจที่มีศักยภาพน้อยกว่า	การขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจอย่างเป็นเอกภาพ

ตารางที่ 4.16 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว

การบริการนักท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การปลูกจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของงานบริการ	การส่งเสริมให้แรงงานตระหนักถึงความจำเป็นในการบริการนักท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของตนเอง	บุคลากรขาดทักษะและจิตสำนึกในการบริการท่องเที่ยว	แรงงานขาดความเข้าใจถึงความจำเป็นในการบริการนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง
การตรึงคนในจังหวัดอุบลราชธานี	ยกระดับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ให้ได้รับความนิยมเทียบเท่าเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ	การขาดแคลนบุคลากรในการบริการนักท่องเที่ยว	- บัณฑิตในสาขาการท่องเที่ยวไม่สนใจทำงานในจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นคนต่างถิ่น - บัณฑิตที่เป็นชาวอุบลราชธานีเลือกที่จะทำงานต่างถิ่นเนื่องจาก

การบริการนักท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
			ปัจจัยเรื่องค่าตอบแทน สวัสดิการ และความก้าวหน้า

ตารางที่ 4.17 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน

การจ้างงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การขยายตัวของแรงงานต่างด้าวในธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี	การส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นมีรายได้ และสวัสดิการที่เพิ่มขึ้น	ในร้านขายของฝาก (หมูยอ กุนเชียง) ส่วนใหญ่เป็นแรงงานราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้าน	- คนในท้องถิ่นเลือกงานที่มีรายได้สูง และสบายกว่า - การหลีกเลี่ยงการเปิดเผยข้อมูลอาทิ การบังคับใช้กฎหมายแรงงาน
การกระจายภาวะการมีงานทำ	การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดอุบลเพื่อสะท้อนภาพกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตลอดปี และขยายกลุ่มผู้บริโภคที่นอกเหนือจากนักท่องเที่ยว	การจ้างงานเป็นไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว	ธุรกิจการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาฤดูการท่องเที่ยวเป็นหลัก
ธุรกิจแบบครอบครัว การแข่งขัน และการจ้างงาน	ส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดใหญ่มีการลงทุนในจังหวัด หรือยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการและตราสินค้าให้สูงขึ้น	การบริหารธุรกิจแบบครอบครัว	- การแข่งขันด้านการพัฒนาคุณภาพแรงงานน้อย - ไม่จำเป็นต้องจ้างแรงงานจากภายนอก

ตารางที่ 4.18 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน

การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด	สนับสนุนให้แรงงานมีงานทำหรือเป็นเจ้าของกิจการขนาดเล็กทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้น	รายได้และสวัสดิการน้อย ซึ่งหากไปทำงานในกรุงเทพฯ มีรายได้และสวัสดิการสูงกว่า	การมีงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวให้เลือกทำไม่มากนัก

4.2.3 **ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน**

ตารางที่ 4.19 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การทบทวนบทบาทของสถาบันการศึกษาต่อความรับผิดชอบในการผลิตบัณฑิตทางการท่องเที่ยว	มุ่งผลิตบัณฑิตในสาขาการท่องเที่ยวที่มีทักษะและจิตบริการ เพื่อเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ	นโยบายการรับนักศึกษาที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ	นโยบายของสถาบันการศึกษาที่ทำให้สาขาวิชาต้องเลี้ยงตัวเองมากขึ้น จึงต้องเน้นปริมาณของนักศึกษามากกว่าคุณภาพ
การบริหารหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพ	การสร้างหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียนมีจิตสำนึกที่ดีต่องานบริการที่เน้นคุณภาพมากกว่ารายได้	นักศึกษาในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องมาเรียนโดยไม่คาดหวังถึงความรู้ทางการท่องเที่ยวโดยตรง	เนื่องจากผู้เรียนส่วนใหญ่คิดถึงแต่รายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าความต้องการศึกษาในศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้

ตารางที่ 4.20 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว

การบริการนักท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การเน้นให้บัณฑิตมีทักษะการบริการเพิ่มมากขึ้น	การปรับปรุงหลักสูตรให้มีการฝึกปฏิบัติเพิ่มขึ้น	นักศึกษาไม่มีความเข้าใจในทักษะการบริการ	การเน้นทฤษฎีมากกว่าการฝึกปฏิบัติ เนื่องจากมีสถานที่และโอกาสฝึกปฏิบัติน้อย

ตารางที่ 4.21 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน

การจ้างงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การเคลื่อนย้ายแรงงานของวัยทำงาน	ส่งเสริมให้วัยทำงานมีส่วนร่วมบริหารจัดการและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น	เยาวชนในชุมชนไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในชุมชน	ผู้ที่มีส่วนในการท่องเที่ยวในชุมชนส่วนใหญ่คือผู้สูงอายุ เพราะคนหนุ่มสาวไปทำงานในตัวเมือง
การยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตและการทำงานของแรงงานในจังหวัด	การยกระดับรายได้ สวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้าของบัณฑิต	บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาไม่ทำงานในท้องถิ่นเนื่องจากโอกาสความก้าวหน้าและรายได้	รายได้ สวัสดิการ และโอกาสความก้าวหน้าในเมืองท่องเที่ยวสูงกว่า

ตารางที่ 4.22 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน

การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การบูรณาการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดทางเลือกในการทำงานของแรงงาน	ส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน ควบคู่กับธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เพื่อการสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น	ส่วนใหญ่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนมากกว่าการท่องเที่ยวแขนงอื่น	การที่องค์กรพัฒนาเอกชนส่งเสริมแต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนอย่างเดียวทำให้ขาดมิติอื่นๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ และด้านแรงงาน เป็นต้น

4.2.4 ภาคแรงงาน

ตารางที่ 4.23 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การยกระดับมาตรฐานค่าจ้าง และสวัสดิการแรงงาน	ส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้า	แรงงานมักจะทำงานในระยะเวลาสั้นภายหลังการสำเร็จการศึกษา แต่เมื่อมีโอกาสความก้าวหน้ามากกว่าก็จะย้ายไปทำงานที่อื่น	รายได้ สวัสดิการ และโอกาสของความก้าวหน้าเป็นเงื่อนไขสำคัญ

ตารางที่ 4.24 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว

การบริการนักท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การพัฒนาทักษะความรู้ให้กับแรงงานทางการท่องเที่ยว	จัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการบริการของแรงงานมากขึ้น	แรงงานมีทักษะในการบริการไม่มากเท่าที่ควร	แรงงานส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ

ตารางที่ 4.25 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน

การจ้างงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การยกระดับมาตรฐานค่าจ้าง และสวัสดิการแรงงาน	ส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้า	รายได้และสวัสดิการน้อย ทำให้การตัดสินใจทำงานในจังหวัดน้อย	รายได้ และสวัสดิการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกที่จะทำงานในท้องถิ่น
การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจ้างคนในท้องถิ่น	มาตรการทางภาษีที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการจ้างแรงงานจากคนในท้องถิ่น	แรงงานส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัวของผู้ประกอบการหรือแรงงานต่างด้าวมากกว่า	ด้ายค่าจ้างแรงงานในราคาถูกทำให้ผู้ประกอบการเลือกจ้าง

การจ้างงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
	เพิ่มขึ้น	การจ้างงานภายนอก	คนในครอบครัวทำงาน หรือคนต่างด้าวมากกว่าคนในท้องถิ่น

ตารางที่ 4.26 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน

การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การยกระดับมาตรฐานค่าจ้าง และสวัสดิการแรงงาน	ส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้า	รายได้และสวัสดิการไม่เพียงพอ	แรงงานมักจะหางานทำในเมืองท่องเที่ยวเนื่องจากรายได้และสวัสดิการสูงกว่า
การสร้างความรักในอาชีพบริการ	ปลูกจิตสำนึกให้แรงงานเห็นความสำคัญของอาชีพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว	ทำงานตามหน้าที่มากกว่าการสร้างสรรค์งาน	แรงงานส่วนหนึ่งไม่มีความรักในการประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยว

4.2.5 ภาคชุมชนท้องถิ่น

ตารางที่ 4.27 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
- การส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง - ส่งเสริมงบประมาณที่ได้รับจากการจัดสรรมาจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น	- สนับสนุนการจัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาทักษะ และงบประมาณเพื่อให้คนในท้องถิ่นจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองและอย่างยั่งยืน - ทบทวนเรื่องการจัดสรรงบประมาณให้แต่ละท้องถิ่นของปีงบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มี	- ขาดความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก ทำให้ต้องจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง - งบประมาณที่ได้รับจากการจัดสรรมาจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นมีอย่างจำกัด	- หน่วยงานภายนอกมักจะให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวภายหลังการท่องเที่ยวในท้องถิ่นประสบความสำเร็จแล้ว - ไม่สามารถต่อรองงบประมาณจากส่วนกลางได้

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
มีอย่างจำกัด	ศักยภาพมากกว่านี้ - ลำดับความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละปีซึ่งควรจะสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาตามปีงบประมาณด้วย - การพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน		

ตารางที่ 4.28 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการบริการนักท่องเที่ยว

การบริการนักท่องเที่ยว			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การพัฒนาศักยภาพการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในท้องถิ่น	จัดอบรมทักษะการให้บริการและภาษาต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนในท้องถิ่นสามารถปฏิบัติงานได้จริง	ขาดทักษะด้านการบริการ	คนในท้องถิ่นขาดความรู้ความชำนาญในการบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
- พัฒนาและยกระดับศักยภาพ โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว	- การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	- ขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่รับผิดชอบ	- หน่วยงานภายนอกมักจะให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวภายหลังการท่องเที่ยวในท้องถิ่นประสบความสำเร็จแล้ว

ตารางที่ 4.29 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการจ้างงาน

การจ้างงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อ	ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้เสริมของผู้	แรงงานส่วนใหญ่เป็นผู้อาวุโสและ/หรือไม่ได้ประกอบอาชีพ	- เนื่องจากวัยทำงานเดินทางไปทำงานในเมือง

การจ้างงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
สร้างรายได้เสริมแก่คนในท้องถิ่น - กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวแบบ CBT มากขึ้น โดยขอความร่วมมือจากทั้งภาคเอกชน เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม และภาครัฐบาล (การเยี่ยมชมศึกษาดูงานหรือทัศนศึกษา)	อาวุโสและ/หรือผู้มีงานทำในท้องถิ่น	ด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก	ใหญ่ นอกจากนี้คนที่อยู่ในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอยู่แล้ว แต่การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมมากกว่า - ภาคธุรกิจเอกชนไม่ค่อยให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวชุมชน

ตารางที่ 4.30 เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน

การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน			
เงื่อนไข	**กลไก**	**ข้อจำกัด**	**อุปสรรค**
การส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมในชุมชน	การสร้างความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย (Win-Win Solution) ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเข้าบ้านและผู้มาเยือน	ความสัมพันธ์ของชุมชนกับนักท่องเที่ยวในด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจสำคัญกว่ารายได้จากการท่องเที่ยว	ระบบความสัมพันธ์เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไม่มุ่งหวังรายได้และการตรึงคน
การมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจในนโยบายและแผนงานของภาครัฐบาล	- ส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจในนโยบายและแผนงานของภาครัฐบาล	- การประชุมวางแผนและกระจายอำนาจในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนมากจะประกอบด้วยภาครัฐบาล ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเป็นหลัก	- ขาดการส่งเสริมจากภาครัฐบาล ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการประชุมวางแผนและกระจายอำนาจในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

4.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐ

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพ เงื่อนไข กลไก และอุปสรรค ในข้อ 1-3 นั้น เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วย Diamond Model แล้ว พบว่า

4.3.1 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

1. ด้านปัจจัยการผลิต

1.1) **ศักยภาพ** ประกอบไปด้วย

- การมีบุคลากรที่เป็นมืออาชีพในธุรกิจการคมนาคม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจที่พัก
- สภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและสวยงาม
- ผู้นำเที่ยวในชุมชนส่วนหนึ่งมีความสามารถสูง
- แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย

1.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- การขาดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
- ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีราคาสูงและไม่ได้มาตรฐาน
- โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวยังมีคุณภาพและจำนวนที่ไม่เพียงพอ
- การทำงานในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมีรายได้และสวัสดิการสูงกว่า
- แรงงานทางการท่องเที่ยวขาดสำนึกรักบ้านเกิดในการทำงานในพื้นที่ชุมชนของตนเอง
- มัคคุเทศก์ท้องถิ่นส่วนหนึ่งยังมีความชำนาญไม่เพียงพอ
- องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวยังขาดเอกลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

2. ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง

2.1) **ศักยภาพ** ประกอบด้วย

- การมีพันธมิตรธุรกิจที่เกื้อหนุนกันโดยเฉพาะธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในจังหวัด
- การมีกิจกรรมพิเศษที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

2.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- การขาดการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอโดยภาครัฐ

-กลุ่มนักลงทุนในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภายนอกจังหวัดอุบลราชธานี

-แหล่งท่องเที่ยวขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ

- จุดบริการนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน

3. **ด้านภาวะอุปสงค์**

3.1) **ศักยภาพ** ประกอบด้วย

-นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้นเนื่องจากการที่จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจุดเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีศักยภาพและได้รับความนิยม

3.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

-นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงจึงไม่นิยมใช้บริการธุรกิจคมนาคมและธุรกิจที่พัก

-ขาดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลายทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. **ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน**

4.1) **ศักยภาพ** ประกอบด้วย

- จังหวัดอุบลราชธานีมีงบประมาณในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง

4.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- ขาดกลยุทธ์ในการพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว

- ขาดการส่งเสริมการตลาดที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

- การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวยังมีน้อย

- ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวขาดจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

5. **ด้านโอกาส** ประกอบด้วย

5.1) **ศักยภาพ** ประกอบด้วย

- การมีเครือข่ายเพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เช่น เครือข่ายระหว่างสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี
- การมีงบประมาณเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง

5.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- รูปแบบการบริหารธุรกิจแบบครอบครัวมีส่วนทำให้เกิดการลดทอนโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ

6. **ด้านรัฐบาล**

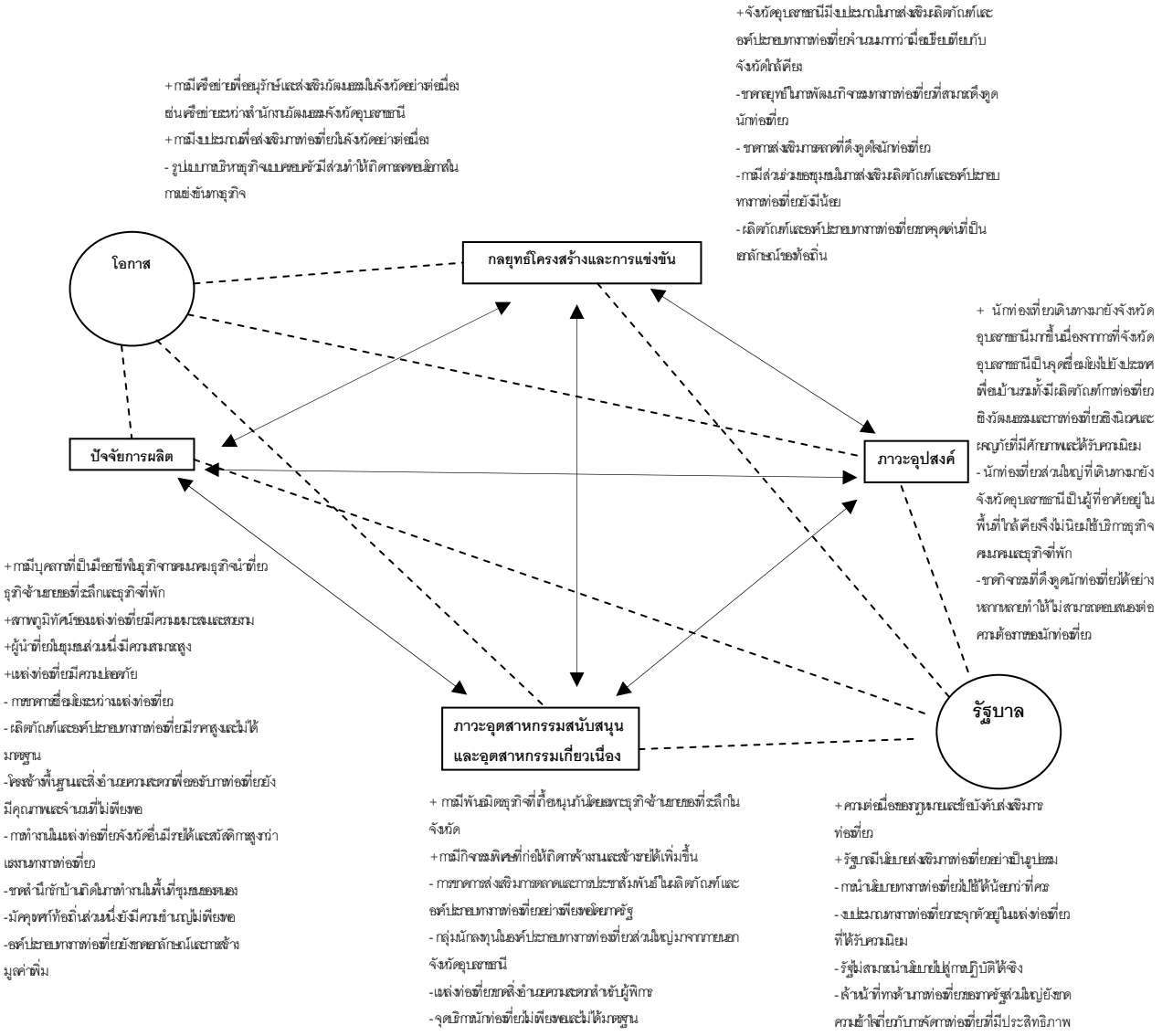
6.1) **ศักยภาพ** ประกอบด้วย

- ความต่อเนื่องของกฎหมายและข้อบังคับส่งเสริมการท่องเที่ยว
- รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

6.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- การนำนโยบายทางการท่องเที่ยวไปใช้ได้น้อยกว่าที่ควร
- งบประมาณทางการท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
- รัฐไม่สามารถนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติได้จริง
- เจ้าหน้าที่ทางด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

แผนภูมิที่ 4.7 การวิเคราะห์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model



4.3.2 มูลค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

1. ด้านปัจจัยการผลิต

1.1) **มูลค่า** ประกอบไปด้วย

- ความเหมาะสมของกายภาพและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าให้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีได้มาก

1.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- ค่าจ้างและสวัสดิการของแรงงานไม่จูงใจให้เกิดการทำงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

- การสร้างบัณฑิตที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว

- องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ

- การบริการของบุคลากรทางการท่องเที่ยวบางส่วนยังไม่ได้มาตรฐาน

- การจ้างแรงงานต่างด้าวถือเป็นอุปสรรคต่อการจ้างงานและตรึงคนตลอดจนการกระจายรายได้ในท้องถิ่น

2. **ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง**

2.1) **มูลค่า** ประกอบด้วย

- ธุรกิจร้านขายของฝากประเภทอาหาร สามารถสร้างมูลค่าจากการท่องเที่ยวและบริการได้สูงที่สุด

- การจัดกิจกรรมพิเศษสามารถสร้างมูลค่าให้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีได้มากที่สุด

- องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีพันธมิตรทางธุรกิจที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน

- ธุรกิจเอกชนมีฐานข้อมูลที่สามารถนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ(อินเตอร์เน็ต) จนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

2.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- การขาดเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

- ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3. **ด้านภาวะอุปสงค์**

3.1) **มูลค่า** ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการก่อให้เกิดการสร้างรายได้ด้านที่พักเพิ่มสูงขึ้นและมีแนวโน้มในการสร้างมูลค่าให้กับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอื่นเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

- ฤดูกาลท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถจูงใจและสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยว

3.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการไม่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

- นักท่องเที่ยวไม่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลกัน

4. **ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน**

4.1) **มูลค่า** ประกอบด้วย

- มีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจร้านขายของที่ระลึก เช่นการแนะนำให้ข้อมูลลูกค้า

- การยกเลิก VISA เข้าประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- การเปิดการค้าเสรี (FTA) กับ ประเทศจีน

- ความร่วมมือของกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

4.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- การแข่งขันด้านราคาระหว่างธุรกิจส่งผลให้รายได้ของธุรกิจที่ถูกกฎหมายลดลง

- ภาวะการแข่งขันสูงภายในธุรกิจประเภทเดียวกัน

5. **ด้านโอกาส**

5.1) **มูลค่า** ประกอบด้วย

- จังหวัดอุบลราชธานีตั้งอยู่ในพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน (ไทย-ลาว-กัมพูชา-เวียดนาม) จึงเป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวของจังหวัด

- จังหวัดอุบลราชธานีได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีแผนการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2553 ได้แก่ โครงการท่องเที่ยวเชื่อมโยงมรดกโลกเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับพื้นที่

5.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

- ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

6. **ด้านรัฐบาล**

6.1) **มูลค่า** ประกอบด้วย

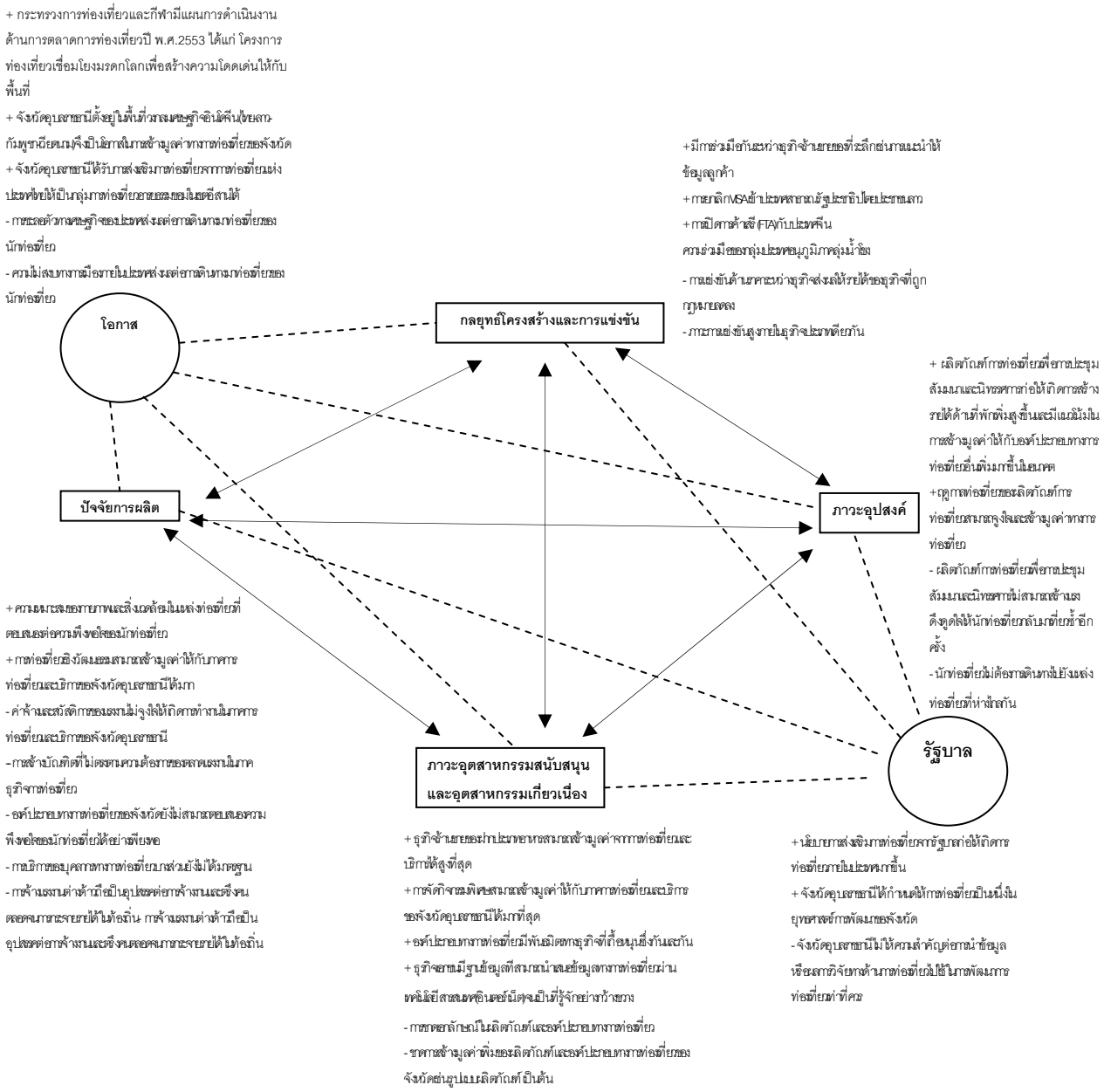
- นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาลก่อให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

- จังหวัดอุบลราชธานีได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัด

6.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- จังหวัดอุบลราชธานีไม่ให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลหรือผลการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเท่าที่ควร

แผนภูมิที่ 4.8 การวิเคราะห์ ด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model



4.3.3 **คุณค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว**

1. **ด้านปัจจัยการผลิต**

1.1) **คุณค่า** ประกอบไปด้วย

-มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดอุบลราชธานี

-มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดอุบลราชธานี

-ประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเอง

-แหล่งท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปสู่การวิจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชนได้

-การบริการของแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดเต็มไปด้วยความซื่อสัตย์

1.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- ขาดการจัดการการสื่อความหมาย สร้างเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

- แรงงานภาคการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวขาดสำนึกรักบ้านเกิด

- สถาบันการศึกษาขาดการสอดแทรกเนื้อหาทางการท่องเที่ยวและสำนึกทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อให้คนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าทางการท่องเที่ยว

- การบริหารจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมในเชิงพานิชมากเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างผิวเผิน

2. **ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง**

2.1) **คุณค่า** ประกอบด้วย

-องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวซึ่งใช้แรงงานและวัตถุดิบในท้องถิ่นสามารถกระจายการจ้างงานสู่ท้องถิ่นได้

-ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการใช้ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

2.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

-สัดส่วนการใช้วัตถุดิบและการสร้างงานในท้องถิ่นในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวยังมีน้อย

- ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ขาดการเสนออัตลักษณ์ที่ชัดเจน

3. **ด้านภาวะอุปสงค์**

3.1) **คุณค่า** ประกอบด้วย

- แนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศาสนาและเกษตรในจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น

3.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมจะจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มและมีจำนวนน้อย

- การที่นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาจากการเป็นหัวคะแนนของนักการเมือง ทำให้ความต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สภาพสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างไม่มีความยั่งยืน

4. **ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน**

4.1) **คุณค่า** ประกอบด้วย

- แนวโน้มของตลาดที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และการท่องเที่ยวทางเลือกในจังหวัดอุบลราชธานีมีมากขึ้น

4.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่เล็งเห็นความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจเท่าที่ควร

5. **ด้านโอกาส**

5.1) **คุณค่า** ประกอบด้วย

- แนวโน้มความสนใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก่อให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจและการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

5.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- ความขัดแย้งเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น

6. ด้านรัฐบาล

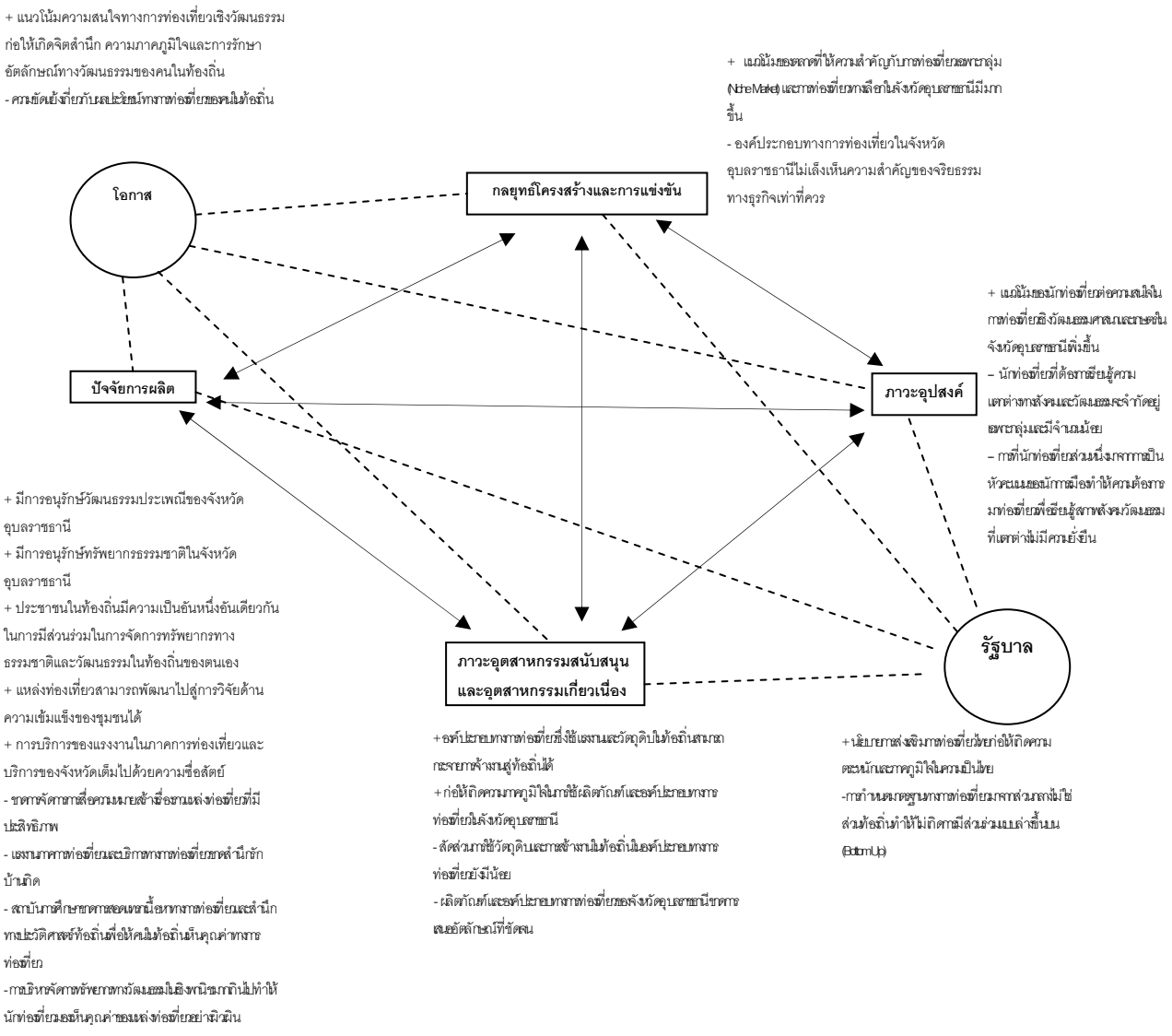
6.1) **คุณค่า** ประกอบด้วย

- นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดความตระหนักและภาคภูมิใจในความเป็นไทย

6.2) **ข้อจำกัด** ประกอบไปด้วย

- การกำหนดมาตรฐานทางการท่องเที่ยวมาจากส่วนกลางไม่ใช่ส่วนท้องถิ่นทำให้ไม่เกิดการมีส่วนร่วมแบบล่างขึ้นบน (Bottom Up)

แผนภูมิที่ 4.9 การวิเคราะห์ ด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model



4.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐจำแนกตามปัจจัยแต่ละด้าน

จากการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ Diamond Model คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.31 สรุปประเด็นเพื่อกำหนดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ประเด็น	+/-	ศักยภาพ	มูลค่า	คุณค่า	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
ปัจจัยการผลิต	+	- การมีบุคลากรที่เป็นมืออาชีพในธุรกิจการคมนาคม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและธุรกิจที่พัก -สภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและสวยงาม - ผู้นำเที่ยวในชุมชนส่วนหนึ่งมีความสามารถสูง - แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	- มาตรฐานทางด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว - การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าให้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีได้มาก	-มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดอุบลราชธานี -มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดอุบลราชธานี -ประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเอง -แหล่งท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปสู่การวิจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชนได้ -การบริการของแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดเต็มไปด้วยความซื่อสัตย์	**<u>นโยบาย</u>** 1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมกับธุรกิจเอกชน และนักวิชาการในการอนุรักษ์ จัดการและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้มากขึ้น **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การส่งเสริมเครือข่ายพี่เลี้ยงระหว่างชุมชนกับองค์กรธุรกิจและสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ 2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้เป็นที่เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่แตกต่างของระบบนิเวศวัฒนธรรม
	-	- การขาดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว - ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีราคาสูงและไม่ได้มาตรฐาน - โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐานและจำนวนที่เพียงพอ - การทำงานในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่นมี	- ค่าจ้างและสวัสดิการของแรงงานไม่จูงใจให้เกิดการทำงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี - การสร้างบัณฑิตที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว - องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่สามารถตอบสนอง	- ขาดการจัดการการสื่อความหมายสร้างเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ - แรงงานภาคการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวขาดสำนึกรักบ้านเกิด - สถาบันการศึกษาขาดการสอดแทรกเนื้อหาทางการท่องเที่ยวและสำนึกทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อให้คนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าทางการท่องเที่ยว - การบริหารจัดการทรัพยากร	**<u>นโยบาย</u>** 1. นโยบายยกระดับมาตรฐานสวัสดิการและค่าครองชีพในแรงงานภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี 2.นโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีจำนวนเพียงพอต่อการความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อแหล่งท่องเที่ยว 1.การยกระดับมาตรฐานค่าครองชีพและสวัสดิการของแรงงานภาคการท่องเที่ยว

ประเด็น	+/-	ศักยภาพ	มูลค่า	คุณค่า	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
		รายได้และสวัสดิการสูงกว่า - แรงงานทางการท่องเที่ยวขาดสำนึกรักบ้านเกิดในการทำงานในพื้นที่ชุมชนของตนเอง - มัคคุเทศก์ท้องถิ่นส่วนหนึ่งยังมีความชำนาญไม่เพียงพอ - องค์ประกอบทางการท่องเที่ยงยังขาดเอกลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ - การบริการของบุคลากรทางการท่องเที่ยวบางส่วนยังไม่ได้มาตรฐาน - การจ้างแรงงานต่างด้าวถือเป็นอุปสรรคต่อการจ้างงานและตึงคนตลอดจนการกระจายรายได้ในท้องถิ่น	ทางวัฒนธรรมในเชิงพาณิชมากเกินไปทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างผิวเผิน	และสวัสดิการในจังหวัด 2.การพัฒนาคุณภาพแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานในภาคธุรกิจ 3. การลดแรงงานต่างด้าวเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานคนในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น 4. การส่งเสริมให้ภาคธุรกิจผลิตสินค้าและบริการโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อการกระจายรายได้และสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าอันจะนำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าในอนาคต 5. การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการให้มีมาตรฐานทั้งจำนวนและคุณภาพสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว 6. การพัฒนาป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อนำเสนอประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว
ภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง	+	- การมีพันธมิตรธุรกิจที่เกื้อหนุนกันโดยเฉพาะธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในจังหวัด -การมีกิจกรรมพิเศษที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้เพิ่มสูงขึ้น	-ธุรกิจร้านขายของฝากประเภทอาหารสามารถสร้างมูลค่าจากการท่องเที่ยวและบริการได้สูงที่สุด -การจัดกิจกรรมพิเศษสามารถสร้างมูลค่าให้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีได้มากที่สุด -องค์ประกอบทางการท่องเที่ยมีพันธมิตรทางธุรกิจที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน -ธุรกิจเอกชนมี	-องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวซึ่งใช้แรงงานและวัตถุดิบในท้องถิ่นสามารถกระจายการจ้างงานสู่ท้องถิ่นได้ -ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการใช้ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี	**<u>นโยบาย</u>** 1.การส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของที่ระลึกและของฝากให้มีอัตลักษณ์โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นอย่างครบวงจร 2.การส่งเสริมการจัดกิจกรรมพิเศษที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดอุบลราชธานี 3. นโยบายส่งเสริมการสร้างพันธมิตรธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยว **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและของฝากทั้งระหว่างธุรกิจประเภทเดียวกับกับเครือข่ายชุมชนในฐานะฐานการผลิต 2.การส่งเสริมกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของ

ประเด็น	+/-	ศักยภาพ	มูลค่า	คุณค่า	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
			ฐานข้อมูลที่สามารถนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (อินเตอร์เน็ต)จนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง		จังหวัดให้มากขึ้นเพื่อสร้างความภาคภูมิใจแก่ชาวอุบลราชธานี ตลอดจนเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีสู่นักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการจ้างแรงงานคุณภาพเพิ่มขึ้น 3. ส่งเสริมพันธมิตรธุรกิจเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและกิจกรรมพิเศษผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (อินเตอร์เน็ต)เพื่อการสร้างรายได้ 4. ส่งเสริมการรวมกลุ่มทางธุรกิจทางท่องเที่ยวภายใต้แนวทางห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและสร้างธุรกิจต้นแบบให้เป็นรูปธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
	-	-ภาครัฐขาดการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพในผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว -กลุ่มนักลงทุนในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภายนอกจังหวัดอุบลราชธานี -แหล่งท่องเที่ยวขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ -จุดบริการนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน	-การขาดอัตลักษณ์ในผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว -ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่นรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นต้น	-สัดส่วนการใช้วัตถุดิบและการสร้างงานในท้องถิ่นในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวยังมีน้อย -ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีขาดการสนองอัตลักษณ์ที่ชัดเจน	**<u>นโยบาย</u>** 1. การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว 2. การส่งเสริมการลงทุนทางการท่องเที่ยวให้แก่นักลงทุนของจังหวัดอุบลราชธานี ***<u>ยุทธศาสตร์</u>*** 1. การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของสินค้า 2. สร้างกระแสความนิยมการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ 3. ปรับปรุงกฎระเบียบการส่งเสริมการลงทุนตลอดจนจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการลงทุนของนักลงทุนท้องถิ่นในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี 4. การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับกลุ่มเยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ
ภาวะอุปสงค์	+	-นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้น	- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการ	-แนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่อความสนใจในการท่องเที่ยวเชิง	**<u>นโยบาย</u>** 1. การส่งเสริมให้จังหวัดอุบลราชธานี

ประเด็น	+/-	ศักยภาพ	มูลค่า	คุณค่า	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
		เนื่องจากการที่จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจุดเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีศักยภาพและได้รับความนิยม	ประชุม สัมมนาและนิทรรศการก่อให้เกิดการสร้างรายได้ด้านที่พักเพิ่มสูงขึ้นและมีแนวโน้มในการสร้างมูลค่าให้กับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอื่นเพิ่มมากขึ้นในอนาคต -ฤดูกาลท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถจูงใจและสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยว	วัฒนธรรมศาสนาและเกษตรในจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น	เป็นศูนย์กลาง (Hub) สู่ประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนศูนย์กลางการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการระดับนานาชาติในภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนล่าง 2.การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาลที่สร้างและสนับสนุนการเรียนรู้ความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรม **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายและใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวระยะยาวเพื่อเพิ่มจำนวนวัน 2.. ส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ 3. พัฒนาปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีโดยเพิ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สอดคล้องกับฤดูกาลท่องเที่ยว
	-	-นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงจึงไม่นิยมใช้บริการธุรกิจคมนาคมและธุรกิจที่พัก -ขาดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลายทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนาและนิทรรศการไม่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง - นักท่องเที่ยวไม่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลกัน	- นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมจะจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มและมีจำนวนน้อย - การที่นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาจากการเป็นหัวคะแนนของนักการเมืองทำให้ความต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สภาพสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างไม่มีความยั่งยืน	**<u>นโยบาย</u>** 1. การปรับปรุงตัวชี้วัดผลสำเร็จทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนมากขึ้น 2.. การพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การให้ความสำคัญกับการบริการผู้มาเยือน (Visitor) และนักทัศนาจร (Excursionists) ในท้องถิ่นมากกว่าการคาดหวังจำนวนนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 2.. การให้ความสำคัญกับการวัดผลสำเร็จทางการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเพียงจำนวนหรือรายได้จากนักท่องเที่ยวแต่เป็นการวัดจากคุณภาพนักท่องเที่ยวและความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว 3. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแปลกใหม่ซึ่งสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพเพื่อให้

ประเด็น	+/-	ศักยภาพ	มูลค่า	คุณค่า	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
					สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีซ้ำอีกครั้งหนึ่ง
กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน	+	- จังหวัดอุบลราชธานีมีงบประมาณในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง	- มีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจร้านขายของที่ระลึก เช่น การแนะนำให้ข้อมูลลูกค้า - การยกเลิก VISA เข้าประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว - การเปิดการค้าเสรี (FTA) กับประเทศจีน - ความร่วมมือของกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	-แนวโน้มของตลาดที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และการท่องเที่ยวทางเลือกในจังหวัดอุบลราชธานีมีมากขึ้น	**<u>นโยบาย</u>** 1. การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและการท่องเที่ยวทางเลือกโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง 2. กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยเฉพาะมาตรฐานด้านราคาในธุรกิจคมนาคม ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร 3. สร้างและกระตุ้นการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับจังหวัดอุบลราชธานี **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การกระจายงบประมาณเพื่อพัฒนาทางเลือกของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยผ่านการสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวรวมเส้นทาง (Route) กับประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง 2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและชาวบ้านในท้องถิ่นสามารถพัฒนากิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มด้วยตนเอง
	-	- ขาดกลยุทธ์ในการพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว - ขาดการส่งเสริมการตลาดที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว - การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวยังมีน้อย - ผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวขาดจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	- การแข่งขันด้านราคาระหว่างธุรกิจในจังหวัดอุบลราชธานีส่งผลให้รายได้ของธุรกิจที่ถูกกฎหมายลดลง - ภาวะการแข่งขันสูงภายในธุรกิจประเภทเดียวกัน	- องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่เล็งเห็นความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจเท่าที่ควร	**<u>นโยบาย</u>** 1. การควบคุมการลักลอบดำเนินธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวและบริการที่ผิดกฎหมายและขาดจริยธรรม **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อควบคุมดูแลธุรกิจที่ดำเนินการผิดกฎหมาย โดยเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจที่ถูกกฎหมาย 2. รณรงค์ให้ธุรกิจภาคการท่องเที่ยวและบริการเห็นความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่จังหวัดอุบลราชธานี และลดการแข่งขันเชิงทำลายระหว่างธุรกิจ

ประเด็น	+/-	ศักยภาพ	มูลค่า	คุณค่า	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
โอกาส	+	- การมีเครือข่ายเพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง - การมีงบประมาณเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง	- จังหวัดอุบลราชธานีตั้งอยู่ในพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน (ไทย-ลาว-กัมพูชา-เวียดนาม)จึงเป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวของจังหวัด - จังหวัดอุบลราชธานีได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวอารยธรรมของอีสานใต้	- แนวโน้มความสนใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก่อให้เกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจและการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น	**<u>นโยบาย</u>** 1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน 2.การสร้างกลยุทธ์ให้กลุ่มเพื่อนบ้านชายแดนใกล้เคียงเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีและเขตพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีนเพิ่มขึ้น 2. การสร้างสิทธิประโยชน์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการในกลุ่มวงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน
	-	- รูปแบบการบริหารธุรกิจแบบครอบครัวมีส่วนทำให้เกิดการลดทอนโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ	- การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว - ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	- ความขัดแย้งเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น	**<u>นโยบาย</u>** 1. การสร้างความปรองดองทางสังคมและธุรกิจเพื่อเป็นแรงผลักดันสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุบลราชธานี **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. ส่งเสริมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
รัฐบาล	+	- ความต่อเนื่องของกฎหมายและข้อบังคับส่งเสริมการท่องเที่ยว - รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม	- นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาลก่อให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น - จังหวัดอุบลราชธานีได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัด	- นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดความตระหนักและภาคภูมิใจในความเป็นไทย	**<u>นโยบาย</u>** 1. การส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในจังหวัดเห็นคุณค่าและประโยชน์จากการท่องเที่ยว **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในจังหวัดเห็นคุณค่าและประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว
	-	- การนำนโยบายทางการท่องเที่ยวไปใช้ได้น้อยกว่าที่ควร	- จังหวัดอุบลราชธานีไม่ให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลหรือ	- การกำหนดมาตรฐานทางการท่องเที่ยวมาจากส่วนกลางไม่ใช่ส่วนท้องถิ่นทำให้ไม่เกิด	**<u>นโยบาย</u>** 1. การพัฒนาคุณภาพงานวิจัยทางการท่องเที่ยวจากสถาบันการศึกษาเพื่อ

ประเด็น	+/-	ศักยภาพ	มูลค่า	คุณค่า	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
		- งบประมาณทางการท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม - รัฐไม่สามารถนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติได้จริง - เจ้าหน้าที่รัฐทางด้านการท่องเที่ยวขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว	ผลการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเท่าที่ควร	การมีส่วนร่วมแบบล่างขึ้นบน (Bottom Up)	พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี **<u>ยุทธศาสตร์</u>** 1. การส่งเสริมการวิจัยโดยคนในท้องถิ่นเพื่อกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุบลราชธานี 2.. การวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยตั้งแต่บทที่ 1 จนถึงบทที่ 4 ตลอดจนนำผลการวิจัยที่ได้มาอภิปรายเพื่อให้เกิดความชัดเจนทั้งจากแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ ตลอดจนชี้ให้เห็นความโดดเด่นของงานวิจัยนี้ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้สำรวจจุดอ่อนเพื่อนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจต่อไป ทั้งนี้อาจพิจารณาในประเด็นต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีตลอดจนองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาศักยภาพ เงื่อนไข กลไก และข้อจำกัดของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดอุบลราชธานีในการขับเคลื่อนการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสการจ้างงานและตรึงคนในท้องถิ่น
3. เพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมเพื่อเอื้อแก่การสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น

ผลการวิจัยพบว่า

1) ศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่

<u>ด้านศักยภาพ</u>

1.1) ผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1.1.1 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการที่มีศักยภาพสูงสุด คือ ศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น ความสมบูรณ์และสวยงามของสภาพภูมิทัศน์ ความเหมาะสมของสถานที่สำหรับการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ รองมาได้แก่ ศักยภาพด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย เช่น สถานที่จัดงานมีระบบการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี ตลอดจนมีการใส่ใจความสะอาดของสถานที่ในการจัดงาน นอกจากนี้

ศักยภาพด้านความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน อันได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีความสามารถในการสื่อสาร ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี

1.1.2 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่มีศักยภาพสูงสุด คือ ศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น ความมีชื่อเสียง การมีเอกลักษณ์และจุดเด่นของศาสนสถาน รวมถึงความสงบ ร่มรื่น ความสะอาดของศาสนสถาน รองมาได้แก่ศักยภาพด้านความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน อันได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีความสามารถในการสื่อสาร ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ความรอบรู้ในเรื่องวัฒนธรรม ประเพณีพิธีกรรมทางศาสนาและศาสนสถาน นอกจากนี้ ศักยภาพที่โดดเด่นรองลงมา คือ ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย เช่น มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี

1.1.3 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงสุด คือ ศักยภาพด้านความสามารถของผู้นำเที่ยว ที่สามารถสื่อสารและมีความรอบรู้เรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงผู้นำเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดี รองมาได้แก่ศักยภาพด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เอกลักษณ์และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความร่มรื่นและความสมบูรณ์ของสภาพภูมิทัศน์ อันดับสามได้แก่ศักยภาพด้านความปลอดภัย ได้แก่ มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี

1.2) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีมีศาสนสถานที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง เช่น วัดหนองป่าพง วัดมหาวนาราม (วัดป่าใหญ่) วัดมณีวนาราม (วัดป่าน้อย) วัดศรีอุบลรัตนาราม เป็นต้น ตลอดจนมีเกจิอาจารย์ชื่อดังที่มีผู้เคารพศรัทธาเป็นจำนวนมาก อีกทั้งจังหวัดอุบลราชธานียังมีศาสนสถานและศาสนวัตถุที่งดงาม เป็นที่ประทับใจแก่ผู้มาเยือน นอกจากนี้การบริจาคทานยังได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวมากที่สุดอีกด้วย

1.2.2) กิจกรรมการท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ (Event) ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือ รูปแบบการแสดง แสง สี เสียง เช่น ประเพณีงานแห่เทียนพรรษาประจำปี รองลงมาได้แก่ การแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การสาธิตการละเล่นท้องถิ่น การแต่งกายและอาหารพื้นเมือง นอกจากนี้ การร่วมกิจกรรมภายในงาน ยังได้รับความพึงพอใจมากเป็นอันดับสาม

1.2.3) กิจกรรมการท่องเที่ยวของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การนำเสนอวิถีการดำเนินชีวิต เช่น การนำเสนอวิธีการประกอบอาหารของแต่

ละท้องถิ่น อีกทั้งยังมีโบราณสถานที่เป็นที่ประทับใจแก่ผู้มาเยือน รวมถึงแต่ละชุมชนมีประเพณีของท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์

1.3) กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มีรายละเอียดดังนี้

1.3.1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา และนิทรรศการ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 และ สูงกว่า 25,000 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มาครั้งแรก และหากมีโอกาสจะกลับมาอีก โดยที่เลือกมาเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนาและนิทรรศการ ตามลำดับ

1.3.2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีรายได้ระหว่าง สูงกว่า 25,000 บาทขึ้น เป็นกลุ่มมาซ้ำและถ้ามีโอกาสจะกลับมาอีก โดยที่เลือกมาเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ตามลำดับ

1.3.3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท เป็นกลุ่มมาซ้ำ และถ้ามีโอกาสจะกลับมาอีก โดยที่เลือกมาเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตามลำดับ

1.4) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี มีรายละเอียดดังนี้

1.4.1) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีที่มีความโดดเด่นที่สุด คือ ธุรกิจนำเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจคมนาคม นอกจากนี้ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ธุรกิจร้านอาหาร โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

1.4.2) นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ ตามลำดับ

1.4.3) นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจร้านขายของที่ระลึกมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ และนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ ตามลำดับ

1.4.4 นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจคมนาคมมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ นักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนาและนิทรรศการ ตามลำดับ

ด้านมูลค่า

1.5) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีรายได้มากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา และนิทรรศการ ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1.5.1) หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้แก่ การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นอันดับแรก เนื่องจากหากอัตราเงินเฟ้อ จำนวนวันที่พัก จำนวนห้องพัก และจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้น จะช่วยผลักดันให้ผลิตภัณฑ์นี้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

1.5.2) หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้แก่ ธุรกิจร้านขายของฝาก (อาหาร) เนื่องจากหากอัตราเงินเฟ้อ จำนวนนักท่องเที่ยวไทย จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ จำนวนวันที่พัก และจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้น

1.5.3) เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 43,899 บาท

1.5.4) เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการเพิ่มขึ้นร้อยละ1 และ จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 4,789 บาท

1.5.5) เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 2,898 บาท

1.5.6) เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อัตราเงินเฟ้อ และจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ เพิ่มขึ้นร้อยละ1 แล้ว จะทำให้มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 9,533 บาท

1.5.7) เมื่อกำหนดให้ปัจจัยจำนวนโรงแรม จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ และอัตราเงินเฟ้อให้มีอัตราคงที่ ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว มูลค่าจากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 10,783 บาท

1.5.8) เมื่อกำหนดให้จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐ และอัตราค่าจ้างมีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 แล้ว จะทำให้จำนวนการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 447 คน

1.5.9) เมื่อกำหนดให้อัตราเงินเฟ้อและอัตราค่าจ้างมีอัตราคงที่ ในขณะที่จำนวนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐเพิ่มขึ้นร้อยละ1 แล้ว จะทำให้จำนวนการจ้างแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 156 คน

1.5.10) เมื่อกำหนดให้งบประมาณด้านการท่องเที่ยวของรัฐ และอัตราเงินเฟ้อมีอัตราคงที่ ในขณะที่อัตราค่าจ้างลดลงร้อยละ1 แล้ว จะทำให้จำนวนการจ้างแรงงานโดยผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้น 1,597 คน

1.5.11) เมื่ออัตราการเงินเฟ้อและอัตราค่าจ้างสูงขึ้น จะทำให้การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวลดลง

1.5.12) เมื่อรายได้จากธุรกิจร้านขายของที่ระลึก รายได้จากธุรกิจนำเที่ยว รายได้จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษเพิ่มขึ้น จะทำให้การจ้างงานในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

<u>ด้านคุณค่า</u>

1.6) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในเชิงคุณค่ามากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

2) เงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

เมื่อวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อยกับภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคแรงงาน และภาคชุมชนท้องถิ่น มีเงื่อนไข กลไก ข้อจำกัดและอุปสรรคที่เกิดในภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคแรงงาน และภาคชุมชนท้องถิ่น ในด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยว การจ้างงาน การแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน ดังต่อไปนี้

2.1) ภาครัฐ

- ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าภาครัฐมีเงื่อนไขในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการและกระจายการบริหารจัดการสู่ท้องถิ่น ขณะที่กลไกได้แก่ การที่ภาครัฐมีกลไกเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมเพื่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าสินค้าการท่องเที่ยวโดยให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพ ข้อจำกัดได้แก่การที่แต่ละหน่วยงานมีนโยบายไม่

ประสานกัน อันนำไปสู่อุปสรรคคือแม้ว่าจะมีการบูรณาการการทำงานมากขึ้นแต่ก็ยังไม่เป็นทิศทางเดียวกัน

- ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขได้แก่การยกระดับคุณภาพ และปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว และการกำหนดนโยบายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว นำไปสู่กลไกด้านการเพิ่มอัตรากำลังของบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการจัดการการท่องเที่ยว การสนับสนุนให้หน่วยงานในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง โดยมีข้อจำกัดได้แก่บุคลากรในการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ และอุปสรรคคือการยกระดับบุคลากรจากพละศึกษามาดูแลงานด้านการท่องเที่ยวตลอดจนการที่บทบาทด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดอยู่ที่ส่วนกลางจึงทำให้จังหวัดต้องกำหนดนโยบายตามส่วนกลาง

- ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่ การสรรหาบุคลากรภาครัฐที่มีคุณภาพ ขณะที่กลไกคือ การเพิ่มรายได้และสวัสดิการเพื่อดึงดูดให้มีผู้ทำงานในภาครัฐมากยิ่งขึ้น ข้อจำกัดได้แก่ บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากมีความเชี่ยวชาญทางพละศึกษามากกว่า และอุปสรรคคืออัตราบุคลากรถูกกำหนดโดยส่วนกลาง

- ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่ การขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยที่กลไกคือ การเปิดโอกาสให้มีการบริหารงานแบบจากล่างสู่บน (Bottom Up) ข้อจำกัดคือ บุคลากรในหน่วยงานรัฐไม่มีส่วนร่วมในการวางนโยบายการท่องเที่ยวตลอดจนขาดความร่วมมือจากภาคเอกชนในการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมถึงอุปสรรคได้แก่การบริหารงานแบบจากบนลงล่าง ทำให้ไม่มีผู้ใดประสงค์จะมีส่วนร่วมในการทำงานมากนัก

2.2) **ภาคธุรกิจเอกชน**

- ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขของภาคธุรกิจเอกชนคือการจัดทำฐานข้อมูลและเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ กลไกได้แก่ การที่ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเห็นถึงความจำเป็นของฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวและการเกื้อกูลผลประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างกันทั้งส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน โดยข้อจำกัดคือ ขาดความร่วมมือในการให้ข้อมูลและเกิดช่องว่างระหว่างธุรกิจประเภทเดียวกัน และอุปสรรคได้แก่ การที่ข้อมูลไม่ตรงกับที่แจ้งหน่วยงานรัฐ

- ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือ การตรึงคนในจังหวัดอุบลราชธานี โดยกลไกได้แก่ การยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของตนเอง ข้อจำกัดได้แก่ บุคลากรขาดทักษะและจิตสำนึกในการบริการท่องเที่ยวและการขาดแคลนบุคลากร ตลอดจนอุปสรรคคือ แรงงานขาด

ความเข้าใจถึงความจำเป็นในการบริการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเลือกที่จะทำงานต่างถิ่นเนื่องจากปัจจัยเรื่องค่าตอบแทน สวัสดิการ และความก้าวหน้า

- ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขคือ การขยายตัวของแรงงานต่างด้าวในธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีและการมีธุรกิจแบบครอบครัว โดยกลไกคือ การส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นมีรายได้ และสวัสดิการที่เพิ่มขึ้นรวมถึงยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการและตราสินค้า ข้อจำกัดได้แก่การจ้างงานเป็นไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว และอุปสรรคคือคนในท้องถิ่นเลือกงานที่มีรายได้สูง และสบายกว่าและการหลีกเลี่ยงการเปิดเผยข้อมูลอาทิ การบังคับใช้กฎหมายแรงงาน เป็นต้น

- ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่การปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิด โดยมีกลไกคือ การสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นมีงานทำหรือเป็นเจ้าของกิจการขนาดเล็กทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในจังหวัดอุบลราชธานี ข้อจำกัดได้แก่ รายได้และสวัสดิการน้อย ซึ่งหากไปทำงานในกรุงเทพฯ มีรายได้และสวัสดิการสูงกว่า และอุปสรรคคือ การมีงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวให้เลือกทำไม่มากนัก

2.3) **ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน**

- ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ภาคนักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชนเห็นว่าเงื่อนไขที่สำคัญคือ การทบทวนบทบาทของสถาบันการศึกษาต่อความรับผิดชอบในการผลิตบัณฑิตทางการท่องเที่ยว โดยมีกลไกได้แก่ การมุ่งผลิตบัณฑิตในสาขาการท่องเที่ยวที่มีทักษะและจิตบริการ เพื่อเป็นแรงงานที่มีคุณภาพและการสร้างหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียนมีจิตสำนึกที่ดีต่องานบริการที่เน้นคุณภาพมากกว่ารายได้ ข้อจำกัดได้แก่นโยบายการรับนักศึกษาที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพและนักศึกษาในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้องมาเรียนโดยไม่คาดหวังถึงความรู้ทางการท่องเที่ยวโดยตรง และอุปสรรคคือ นโยบายของสถาบันการศึกษาที่ทำให้สาขาวิชาต้องเลี้ยงตัวเองมากขึ้น จึงต้องเน้นปริมาณของนักศึกษามากกว่าคุณภาพ เนื่องจากผู้เรียนส่วนใหญ่คิดถึงแต่รายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าความต้องการศึกษาในศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้

- ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือ การเน้นให้บัณฑิตมีทักษะการบริการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นกลไกจึงได้แก่ การปรับปรุงหลักสูตรให้มีการฝึกปฏิบัติเพิ่มขึ้น ข้อจำกัดคือ นักศึกษาไม่มีความเข้าใจในทักษะการบริกาและอุปสรรคคือการเน้นทฤษฎีมากกว่าการฝึกปฏิบัติ เนื่องจากมีสถานที่และโอกาสฝึกปฏิบัติน้อย

- ด้านการจ้างงาน พบว่าด้านเงื่อนไขคือการเคลื่อนย้ายแรงงานของวัยทำงานและมีการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตและการทำงานของคนในจังหวัด ซึ่งกลไกคือควรการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตและการทำงานของคนในจังหวัดและยกระดับรายได้ สวัสดิการ และโอกาส

ในความก้าวหน้าของบัณฑิต ข้อจำกัดได้แก่ เยาวชนในชุมชนไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในชุมชนและบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาไม่ทำงานในท้องถิ่นเนื่องจากโอกาสความก้าวหน้าและรายได้ และอุปสรรคคือ ผู้ที่มีส่วนในการท่องเที่ยวในชุมชนส่วนใหญ่คือผู้สูงอายุ เพราะคนหนุ่มสาวไปทำงานในตัวเมืองและรายได้ สวัสดิการ และโอกาสความก้าวหน้าในเมืองท่องเที่ยวสูงกว่า

- ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขคือ การบูรณาการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดทางเลือกในการทำงานของคนในท้องถิ่น กลไกคือ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน ควบคู่กับธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เพื่อการสร้างรายได้และตรึงคนในท้องถิ่น ข้อจำกัดคือส่วนใหญ่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนมากกว่าการท่องเที่ยวแขนงอื่น และอุปสรรคคือ การที่องค์กรพัฒนาเอกชนส่งเสริมแต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนอย่างเดียวทำให้ขาดมิติอื่นๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ และด้านแรงงาน เป็นต้น

2.4) **ภาคแรงงาน**

- ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือการยกระดับมาตรฐานค่าจ้าง และสวัสดิการแรงงาน กลไกคือการส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้า ข้อจำกัดคือคนในท้องถิ่นมักจะทำงานในระยะเวลาสั้นภายหลังการสำเร็จการศึกษา แต่เมื่อมีโอกาสความก้าวหน้ามากกว่า ก็จะย้ายไปทำงานที่อื่น และอุปสรรคคือรายได้ สวัสดิการ และโอกาสของความก้าวหน้าเป็นเงื่อนไขสำคัญ

- ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขได้แก่ การพัฒนาทักษะความรู้ให้กับแรงงานทางการท่องเที่ยว นำไปสู่กลไกการจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการบริการของแรงงานมากขึ้น โดยที่ข้อจำกัดคือแรงงานมีทักษะในการบริการไม่มากเท่าที่ควร และอุปสรรคคือแรงงานส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ

- ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขได้แก่การยกระดับมาตรฐานค่าจ้าง และสวัสดิการแรงงานและการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจ้างแรงงานในท้องถิ่น กลไกคือการส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้าและมาตรการทางภาษีที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการจ้างแรงงานจากคนในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ข้อจำกัดคือรายได้และสวัสดิการน้อย ทำให้การตัดสินใจทำงานในจังหวัดน้อยและแรงงานส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัวของผู้ประกอบการหรือแรงงานต่างด้าวมากกว่าการจ้างงานภายนอก และอุปสรรคคือรายได้ และสวัสดิการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกที่จะทำงานในท้องถิ่นและด้านค่าจ้างแรงงานในราคาถูกทำให้ผู้ประกอบการเลือกจ้างคนในครอบครัวทำงานหรือคนต่างด้าวมากกว่าคนในท้องถิ่น

- ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขคือการยกระดับมาตรฐานค่าจ้าง และสวัสดิการแรงงานและการสร้างความรักในอาชีพบริการ กลไกคือการส่งเสริมให้แรงงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของงาน รวมถึงสวัสดิการและโอกาสในความก้าวหน้าและปลูกจิตสำนึกให้แรงงานเห็นความสำคัญของอาชีพการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว ข้อจำกัดคือรายได้และสวัสดิการไม่เพียงพอและแรงงานทำงานตามหน้าที่มากกว่าการสร้างสรรค์งาน และอุปสรรคคือแรงงานมักจะหางานทำในเมืองท่องเที่ยว เนื่องจากรายได้และสวัสดิการสูงกว่าและแรงงานส่วนหนึ่งไม่มีความรักในการประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยว

2.5) **ภาคชุมชนท้องถิ่น**

- ด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือ การส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง กลไกคือ สนับสนุนการจัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาทักษะ และงบประมาณเพื่อให้คนในท้องถิ่นจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองและอย่างยั่งยืน ตลอดจนลำดับความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละปีซึ่งควรจะสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาตามปีงบประมาณและการพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ข้อจำกัดคือ ขาดความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก ทำให้ต้องจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองและอุปสรรคคือ หน่วยงานภายนอกมักจะให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวภายหลังการท่องเที่ยวในท้องถิ่นประสบความสำเร็จแล้ว

- ด้านการบริการนักท่องเที่ยว พบว่าเงื่อนไขคือ การพัฒนาศักยภาพการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนในท้องถิ่นและพัฒนาและยกระดับศักยภาพ โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว กลไกคือจัดอบรมทักษะการให้บริการและภาษาต่างประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้คนในท้องถิ่นสามารถปฏิบัติงานได้จริงและการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดคือ ขาดทักษะด้านการบริการและขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่รับผิดชอบ และอุปสรรคคือ คนในท้องถิ่นขาดความรู้ความชำนาญในการบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และ

- ด้านการจ้างงาน พบว่าเงื่อนไขคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้เสริมแก่คนในท้องถิ่น กลไกคือ การส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้เสริมของผู้อาวุโสและ/หรือผู้มีงานทำในท้องถิ่น ข้อจำกัดคือแรงงานส่วนใหญ่เป็นผู้อาวุโสและ/หรือไม่ได้ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก และอุปสรรคคือ เนื่องจากวัยทำงานเดินทางไปทำงานในเมืองใหญ่ นอกจากนี้แรงงานที่อยู่ในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอยู่แล้ว แต่การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมมากกว่า ตลอดจนภาคธุรกิจเอกชนไม่ค่อยให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวชุมชน

- ด้านการแสดงออกถึงความพอใจในการทำงาน พบว่าเงื่อนไขคือ การส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมในชุมชนและการมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจในนโยบายและแผนงานของภาครัฐบาล กลไกคือ การสร้างความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย (Win-Win Solution) ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเข้าบ้านและผู้มาเยือนและส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจในนโยบายและแผนงานของภาครัฐบาล ข้อจำกัดคือ การประชุมวางแผนและกระจายอำนาจในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนมากจะประกอบด้วยภาครัฐบาล ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเป็นหลักและอุปสรรคคือ ขาดการส่งเสริมจากภาครัฐบาล ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการประชุมวางแผนและกระจายอำนาจในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐ

เมื่อพิจารณาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีแล้ว สามารถเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์แก่หน่วยงานภาครัฐ ได้ดังนี้

3.1) นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านปัจจัยการผลิต

<u>นโยบาย</u>

- นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์จัดการและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

- นโยบายยกระดับมาตรฐานสวัสดิการและค่าครองชีพในแรงงานภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

- นโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีจำนวนเพียงพอต่อการความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อแหล่งท่องเที่ยว

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- ส่งเสริมเครือข่ายพี่เลี้ยงระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

- การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้เป็นที่เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่แตกต่างของระบบนิเวศวัฒนธรรม

- การพัฒนาคุณภาพแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานในภาคธุรกิจ

-การยกระดับมาตรฐานค่าครองชีพและสวัสดิการของแรงงานภาคการท่องเที่ยวและสวัสดิการในจังหวัด

-การพัฒนาคุณภาพแรงงานในภาคการท่องเที่ยวและบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานในภาคธุรกิจ

- การส่งเสริมให้ภาคธุรกิจผลิตสินค้าและบริการโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อการกระจายรายได้และสร้างอัตลักษณ์ของสินค้า อันจะนำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าในอนาคต

- การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการให้มีมาตรฐานทั้งจำนวนและคุณภาพสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

- การพัฒนาป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อนำเสนอประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

3.2) **นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง**

<u>นโยบาย</u>

- การส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของที่ระลึกและของฝากให้มีอัตลักษณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นอย่างครบวงจร

- การส่งเสริมการจัดกิจกรรมพิเศษที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดอุบลราชธานี

- นโยบายส่งเสริมการสร้างพันธมิตรธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการลงทุนทางการท่องเที่ยวให้แก่นักลงทุนของจังหวัดอุบลราชธานี

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจของที่ระลึกและของฝากทั้งระหว่างธุรกิจประเภทเดียวกับ กับเครือข่ายชุมชนในฐานะฐานการผลิต

- การส่งเสริมกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นของจังหวัดให้มากขึ้น เพื่อสร้างความภาคภูมิใจแก่ชาวอุบลราชธานี ตลอดจนเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีสู่นักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการจ้างแรงงานคุณภาพเพิ่มขึ้น

- ส่งเสริมพันธมิตรธุรกิจเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะธุรกิจของที่ระลึกและกิจกรรมพิเศษผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (อินเตอร์เน็ต) เพื่อการสร้างรายได้

- ส่งเสริมการรวมกลุ่มทางธุรกิจทางท่องเที่ยว ภายใต้แนวทางห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสร้างธุรกิจต้นแบบให้เป็นรูปธรรม เพื่อรองรับการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของสินค้า

- สร้างกระแสความนิยมการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์

- ปรับปรุงกฎระเบียบการส่งเสริมการลงทุน ตลอดจนจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการลงทุนของนักลงทุนท้องถิ่นในภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี

- การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับกลุ่มเยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ

3.3) นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาวะอุปสงค์

<u>นโยบาย</u>

-การส่งเสริมให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลาง (Hub) สู่ประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนศูนย์กลางการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการระดับนานาชาติในภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนล่าง

-การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาลที่สร้างและสนับสนุนการเรียนรู้ความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรม

- การปรับปรุงตัวชี้วัดผลสำเร็จทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนมากขึ้น

- การพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

<u>ยุทธศาสตร์</u>

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายและใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวระยะยาวเพื่อเพิ่มจำนวนวัน

-ส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ

- ส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ

- การให้ความสำคัญกับการบริการผู้มาเยือน (Visitors) และนักทัศนาจร (Excursionists) ในท้องถิ่น มากกว่าการคาดหวังจำนวนนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

- การให้ความสำคัญกับการวัดผลสำเร็จทางการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเพียงจำนวนหรือรายได้จากนักท่องเที่ยว แต่เป็นการวัดจากคุณภาพนักท่องเที่ยวและความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

- การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแปลกใหม่ซึ่งสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพ เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีซ้ำอีกครั้งหนึ่ง

3.4) นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน

นโยบาย

- การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและการท่องเที่ยวทางเลือกโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

-กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยเฉพาะมาตรฐานด้านราคาในธุรกิจคมนาคม ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร

- สร้างและกระตุ้นการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับจังหวัดอุบลราชธานี

- การควบคุมการลักลอบดำเนินธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวและบริการผิดกฎหมายและขาดจริยธรรม

ยุทธศาสตร์

- การกระจายงบประมาณเพื่อพัฒนาทางเลือกของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยผ่านการสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวรวมเส้นทาง (Route) กับประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและชาวบ้านในท้องถิ่นสามารถพัฒนากิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มด้วยตนเอง

- การใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อควบคุมดูแลธุรกิจที่ดำเนินการผิดกฎหมายและเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจที่ถูกกฎหมาย

- รณรงค์ให้ธุรกิจภาคการท่องเที่ยวและบริการเห็นความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่จังหวัดอุบลราชธานีและลดการแข่งขันเชิงทำลายระหว่างธุรกิจ

3.5) นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านโอกาส

นโยบาย

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน

- สร้างกลยุทธ์ให้กลุ่มเพื่อนบ้านชายแดนใกล้เคียงเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

- การสร้างความปรองดองทางสังคมและธุรกิจเพื่อเป็นแรงผลักดันสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุบลราชธานี

ยุทธศาสตร์

- ส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีและเขตพื้นที่วงกลมเศรษฐกิจอินโดจีนเพิ่มขึ้น

- การสร้างสิทธิประโยชน์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการในกลุ่มวงกลมเศรษฐกิจอินโดจีน

-ส่งเสริมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

3.6) **นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านรัฐบาล**

- ส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในจังหวัดเห็นคุณค่าและประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว

- การพัฒนาคุณภาพงานวิจัยทางการท่องเที่ยว จากสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

ยุทธศาสตร์

- ส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในจังหวัดเห็นคุณค่าและประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว

- การวิจัยเพื่อกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุบลราชธานีด้วยตนเอง

- การวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่เพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

5.2 **อภิปรายผลการวิจัย**

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีในรอบปีตรงตามปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด ยกเว้นเพียงเดือนพฤษภาคมและเดือนธันวาคม โดยเดือนพฤษภาคมนั้นปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา แต่นักท่องเที่ยวเดินทางมากเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก กลับเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคมปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษ แต่นักท่องเที่ยวกลับเดินทาง

มาเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงศาสนาตามลำดับ นอกจากนี้ยังแสดงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระดับมากไม่ว่าจะเป็นด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชนอันสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ Philip Kotler (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ที่กล่าวว่า คุณภาพความพึงพอใจพิจารณาได้จากสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibility) การมีมารยาทที่ดี (Courtesy) ความพร้อมในการตอบสนอง (Responsiveness)

ขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดพบว่าสามอันดับแรก ได้แก่ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านความสามารถของผู้นำเที่ยวชุมชน และด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย อีกทั้งสิ่งที่ควรปรับปรุงเร่งด่วนที่สุดซึ่งได้แก่ศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สภาพเส้นทางการคมนาคม การบริการห้องน้ำ สถานที่จอดรถและจุดบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น ยังมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านวังคำแคน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยวันชัย อัครทวีทอง (2549) ที่กล่าวว่าศักยภาพที่มีคะแนนต่ำที่สุด 3 อันดับ คือ ได้แก่ 1. โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ 2. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก ที่จอดรถ ห้องสุขา 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเช่นกัน

จากการศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวยังพบอีกว่า ธุรกิจที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ธุรกิจร้านอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ก็นับว่าสอดคล้องกับการศึกษาของวันชัย อัครทวีทอง (2549) ที่ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของบ้านวังคำแคน หมู่ที่ 9 ตำบลท่าหินโงม อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ด้านร้านค้า ร้านอาหาร มีคะแนนศักยภาพต่ำสุด

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง 5 ธุรกิจ พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สอดคล้องกับการศึกษาของไทยโรจน์ พวงมณี (2550) เรื่อง การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดเลยเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผลสภาพการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอเมือง จังหวัดเลย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร

อย่างไรก็ดี หากมองในอีกมุมหนึ่งจะพบว่า ศักยภาพด้านปัจจัยการผลิตของจังหวัดอุบลราชธานียังมีอยู่ค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้จาก การที่มีบุคลากรที่เป็นมืออาชีพในธุรกิจการคมนาคม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจที่พัก สภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและสวยงาม ผู้นำเที่ยวในชุมชนมีความสามารถสูง และแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะเดียวกันศักยภาพด้านโอกาสของปัจจัยการผลิตของจังหวัดอุบลราชธานีก็มีค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากการมีเครือข่ายเพื่ออนุรักษ์และ

ส่งเสริมวัฒนธรรมในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง และการมีงบประมาณเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ทำให้ทราบว่าจังหวัดอุบลราชธานีเองมีต้นทุนการผลิตเดิมที่ดีอยู่แล้ว หากแต่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมสิ่งที่เกื้อหนุนจุดแข็งของจังหวัดอุบลราชธานีเพิ่มขึ้นโดยใช้กลยุทธ์รุกไปข้างหน้า กล่าวคือ การนำข้อได้เปรียบของจุดแข็งภายในและโอกาสภายนอกมาใช้โดยสอดคล้องกับการบริหารเชิงกลยุทธ์ของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2549) ที่ระบุไว้ว่ากลยุทธ์รุกไปข้างหน้าเป็นกลยุทธ์จุดแข็งรวมจุดแข็งและโอกาสที่มีอยู่ให้รุกไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง

ขณะเดียวกัน การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ กลยุทธ์แผนงานของธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีนั้นควรสอดคล้องกับวิถีชีวิตของท้องถิ่นและเกิดผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นในฐานะเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2546) ได้กล่าวว่า หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบายและกฎเกณฑ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวไว้ให้ชัดเจน เพื่อจะได้สร้างระบบการตลาดที่จะส่งเสริมการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้นโยบายและกฎเกณฑ์จะต้องมีความเหมาะสมกับตัวแปรต่างๆ และมีความยืดหยุ่นที่จะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ เพราะหากหน่วยงานต่างๆ มีข้อกำหนดมากเกินไปจะทำให้ระบบการตลาดเกิดความเสียหาย และมีผลต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นและประเทศได้ ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ จึงต้องมีความร่วมมือกันอย่างดีที่จะสร้างระบบการตลาดท่องเที่ยวให้ดำเนินไปอย่างยั่งยืน

โดยนัยนี้ หากพิจารณาถึงประเด็นด้านศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าทางผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในภาพรวมทั้งหมด จึงอาจกล่าวได้ว่ามีทั้งในเรื่องของโอกาสและข้อจำกัดที่เกิดขึ้น นโยบายที่งานวิจัยเสนอจะนำไปสู่การสร้างรายได้และตรึงคนจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้นโยบายที่มีความสำคัญประกอบด้วย นโยบายยกระดับมาตรฐานสวัสดิการและค่าครองชีพในแรงงานภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดอุบลราชธานี นโยบายการส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว นโยบายการส่งเสริมการลงทุนทางการท่องเที่ยวให้แก่นักลงทุนของจังหวัดอุบลราชธานี และนโยบายการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการให้มีมาตรฐานทั้งจำนวนและคุณภาพสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ท้ายที่สุด งานวิจัยนี้ยังคงเป็นการแสวงหาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของการท่องเที่ยวผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อันก่อให้เกิดการตั้งคำถามต่อการวิจัยเพื่อแสวงหาศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของการท่องเที่ยวผ่านมุมมองผู้ถูกท่องเที่ยว (Hosts) อันจะนำไปสู่การแสวงหา

คำตอบอย่างแท้จริงว่าศักยภาพที่แท้จริงของการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีคืออะไร และระหว่างมูลค่ากับคุณค่าทางการท่องเที่ยว อะไรที่จะความสำคัญต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะเพื่อภาคการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดอุบลราชธานี

1.1) ควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวควบคู่ระหว่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในระดับต่ำควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น รวมถึงกระจายรายได้ไปยังผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย ตัวอย่างเช่น

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1</u> การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ ควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย โดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือนพฤษภาคม กันยายน และตุลาคม

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2</u> การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือน มีนาคม กรกฎาคม และสิงหาคม

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 3</u> การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมพิเศษและการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือนเมษายน กรกฎาคม พฤศจิกายน ธันวาคม

- <u>โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 4</u> การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยควรนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวในช่วงเดือน มกราคม กุมภาพันธ์ มิถุนายน

ทั้งนี้ควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยู่พักณ แหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนวันมากขึ้น

1.2) ควรมีการจัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีการส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง และมีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากหลายช่องทาง อาทิเช่น การออกแบบเว็บไซต์ให้ดึงดูดใจ สามารถเข้าถึงง่าย อีกทั้งในแต่ละเว็บไซต์ควรมีการใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อย่างน้อย 2 ภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.3) ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาเส้นทางคมนาคม ป้ายบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการสับสนของนักท่องเที่ยว

1.4) ควรมีการพัฒนาสินค้าที่สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองอุบลราชธานี เช่น การนำเอาวัสดุของท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า อาทิ ผ้าทอมือ รวมถึงเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา นำมาพัฒนาเป็นสินค้าร่วมสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้

1.5) ควรกระตุ้นชาวอุบลราชธานีให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยนำเสนอประเด็นที่มีผลกระทบต่อชาวอุบลราชธานีเอง อาทิเช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจะเกิดผลกระทบต่อตนเองและจังหวัดอย่างไร การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวโดยนำเสนอตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเข้มแข็งในการร่วมมือกันของประชาชนในท้องถิ่น เป็นต้น รวมถึงการรณรงค์ให้ชาวอุบลราชธานีร่วมเป็นเจ้าภาพที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

1.6) ควรมีเอกสารหรือคู่มือการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยอาจมีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ๆ นอกเหนือจากแผ่นพับหรือรูปเล่ม เช่น E-Guiding คือ การอัพโหลดไฟล์ข้อมูลลงบนหน้าเว็บไซต์ท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี แล้วนักท่องเที่ยวสามารถดาวน์โหลดไฟล์เก็บไว้ในอุปกรณ์สื่อสารของตนเองได้ ทั้งโทรศัพท์มือถือ หรือเครื่องเล่น MP3 และสามารถเรียกข้อมูลได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ควรมีการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ทั้งด้านของที่พัก ร้านอาหารและเส้นทางการเดินทาง

2) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ข้อเสนอแนะเชิงปริมาณ

1) จำนวนแบบสอบถามแต่ละชุดมีจำนวนมากเกินไปซึ่งอาจจะส่งผลให้ผู้ตอบแบบตอบถามเร่งรีบในการตอบ เนื่องจากเวลาในการทำแบบสอบถามมีจำนวนจำกัด

2) ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมีจำกัด ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล ดังนั้นจึงควรขยายระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามเพิ่มมากขึ้น

3) ช่องทางในการเก็บแบบสอบถามควรที่จะหลากหลายมากขึ้น เช่น การกรอกแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์

2.2) ข้อเสนอแนะวิจัยเชิงคุณภาพ

1) ในการประเมินศักยภาพ และขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ควรให้ความสำคัญกับการวิจัยด้านการ

ประเมินศักยภาพและขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

2) ควรมีการวิจัยการพัฒนาตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเฉพาะ (Niche market) ของจังหวัดอุบลราชธานี

3) ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจ MICE (Meeting Incentive Convention Exhibition) ในภูมิภาคอีสานตอนล่างเพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้ม นโยบาย แผนพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของรัฐบาล

4) ควรมีการวิจัยโดยเจาะจงด้าน ปัจจัย เงื่อนไข ข้อจำกัดในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจร้านอาหารภายในจังหวัดอุบลราชธานีในการให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว

5) ควรมีการวิจัยที่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของคนในท้องถิ่นต่อการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว อันจะเป็นการตอบคำถามได้อีกเกี่ยวกับปัจจัยประการหนึ่งในการตรึงคนภาคการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

บรรณานุกรม

กมลรัฐ อินทรทัศ และคณะ. 2549. **ศักยภาพของไทยต่อการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว**. นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ . มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กองวิชาการท่องเที่ยว.2552. **การศึกษาวิเคราะห์ตลาดแรงงานการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2549. SWOT Analysis. [www.pharmacy.cmu.ac.th] สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2549.

จังหวัดอุบลราชธานี. 2551. **ยุทธศาสตร์จังหวัดอุบลราชธานี**, [http:www.m- industry.go.th/min/intro/province/ubonratchathani/stratigy_con.htm]. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2551

จิตติมา สุขผลิน. 2538. **แนวทางกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานการท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม** . วิทยทานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุฑา มนัสไพบูลย์. 2526. **ปัจจัยกระตุ้นการเข้าร่วมแรงงานของสตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร** . วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. 2546. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เทศบาลนครอุบลราชธานี. 2552. **นโยบายการบริหารงานของนายกเทศมนตรีนครอุบลราชธานี**. http://www.cityub.net/data/policy/index.php, สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2552.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2550. **สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี**. เอกสารประกอบการประชุมเรื่อง การวิจัยการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (อุบลราชธานี ยโสธร นครราชสีมาและชัยภูมิ) เมื่อวันจันทร์ที่ 11 มิถุนายน 2550 ณ ห้องราชพฤกษ์ A โรงแรมลายทอง จังหวัดอุบลราชธานี.

ไทยโรจน์ พวงมณี. 2550. **การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดเลยเพื่อการจัดการ**. เลย: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2549. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย** SPSS . (พิมพ์ครั้งที่ 5) . กรุงเทพฯ : วี. อินเตอร์พริ้นท์ จำกัด.

ธานินทร์ ไชยเยซน์, ศิระ เพ็ชรจำเริญสุข และสุวัฒน์ มณีวรรณ. 2550. **มูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์ในพื้นที่กลุ่ม จังหวัดอีสานใต้**. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

นันทนา ลิ้มประยูร. 2537. **มูลค่าของอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษาเกาะเสม็ด**. วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นาฏสุดา เชมนะสิริ และคณะ. 2551. **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ในจังหวัดสระบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี และชัยนาท** . กรุงเทพฯ: คณะเกษตรและชีวภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

เนาวรัตน์ พลายน้อย. 2545.**ทักษะการทำงานและปัจจัยเงื่อนไขในการพัฒนาทักษะการทำงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในท้องถิ่น : การศึกษาในกลุ่มประชาคม (civic groups) ภาคเหนือตอนบน** . นครปฐม: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ . มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

พรทิพย์ เธียรธีระวิทย์. 2548. **อุตสาหกรรมนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พิเชฐ บัญญัติ และคณะ. 2547. **การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดตากเพื่อยกระดับเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก**. วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภราเดช พยัฆวิเชียร. มปป. “**การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย : ทางเลือกกับความเป็นจริง**”. เอกสารอัดสำเนา.

วันชัย อัครทวีทอง .2549. **ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านวังคำแคน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ศรัณย์ รักษ์เผ่า. 2542. **การศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย** .วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ศศิธร สุวรรณเทพ. 2552. **เอกสารประกอบการเรียนการสอนรายวิชา SSC 281 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. **กลยุทธ์การตลาด การบริหารการ**. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

สำนักงานท่องเที่ยวละกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี. 2552. **แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ. 2553 -2556**. อุบลราชธานี: เอกสารอัดสำเนา.

สำนักงานท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคะวันออกเฉียงเหนือ เขต 2 จังหวัดอุบลราชธานี. 2551. **ข้อมูลสถิติของจังหวัดอุบลราชธานี**, http://ubonstatistic.ubpoc.in.th/DATA_STA/ข้อมูลสถิติของจังหวัดอุบลราชธานี.htm, . สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2551.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2551. **โครงการสำรวจภาวการณ์ทำงานของประชากรระดับจังหวัด**. http://ubonstatistic.ubpoc.in.th/DATA_STA/ข้อมูลสถิติของจังหวัดอุบลราชธานี.htm, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2551.

สินธุ์ สโรบล. 2547. **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. ประชาคมวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ฉบับที่ 57 เดือนกันยายน-ตุลาคม 2547.

สิริกมล ศรีเดช. 2545. **ตลาดดอนหวาย: พื้นที่แห่งการท่องเที่ยวและการบริโภค**. วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. มหาวิทายลัยธรรมศาสตร์.

สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล.2545. **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**.วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรัญ บัวสุวรรณ. 2533. **คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานระดับกลาง ตามทัศนะของผู้จัดการฝ่ายบุคคลโรงแรม ในเขตแผนพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก** . วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

อรุณสวัสดิ์ ภูริทัตพงศ์. 2551. **การพัฒนาบนพื้นฐานของคุณค่าทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร. 2552. **ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย**. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ: 8 และ 15 มกราคม 2552.

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกและการระดมความคิด

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกและการระดมความคิดครั้งที่ 1
ณ โรงแรมปทุมรัตน์ วันที่ 20 **กันยายน** 2552

รายชื่อชาวบ้าน/คนในชุมชน

รายชื่อ	ชุมชน
คุณบุญเพ็ง กอมณี	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณบุญเพ็ง สุขรักษ์	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณแดง แก้วสุพรรณ	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณอรุณ ไชยเดช	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณพินิจนันท์ ทองเสริม	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณไพรวรรณ ทองผาย	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณแอ๊ด จำปาดอก	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณเรืองประทิน เขียวสด	ชุมชนสองคอน อ.โพธิ์ไทร จ.อุบลราชธานี
คุณสุรัตน์ ปิ่นเทวรักษ์	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณอุทัย ดวงจำปา	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณพินัน สมโคตร	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณสุพรรณ ประดา	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณมงคล กุระโท	ชุมชนแจระแม อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณชูชาติ วาปีรีดี	ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ม้าพื้นบ้าน อ.สิรินธร จ.อุบลราชธานี
คุณสิรินทร์ นิ่มรัตนสิงห์	ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ม้าพื้นบ้าน อ.สิรินธร จ.อุบลราชธานี
คุณจิรศักดิ์ สารีบุตร	องค์การบริหารส่วนตำบลนาโพธิ์กลาง
คุณประเวส หอมชื่น	องค์การบริหารส่วนตำบลนาโพธิ์กลาง

รายชื่อ	ชุมชน
คุณสุทัศน์ ทองล้วน	องค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว
คุณอภิชาติ พานเงิน	องค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว
คุณณัฐฐินันท์ เชื้อประทุม	องค์การบริหารส่วนตำบลชีทวน
คุณโกศล ธานี	องค์การบริหารส่วนตำบลชีทวน

หน่วยงานภาครัฐ

รายชื่อ	หน่วยงาน
คุณหฤทัย จางวาง	สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 2
พ.ต.ต.พิณพศิน แก้วลี	สถานีตำรวจท่องเที่ยว 2
คุณสมศรี พงษ์พาณิชย์	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี
คุณศุภวัตร ฤทธาภัย	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี
คุณคตศิลป์ อกอุ่น	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี
คุณกรรณิการ์ สดสร้อย	เทศบาลเมืองวารินชำราบ
คุณชัยยุทธ โยธามาตย์	เทศบาลนครอุบลราชธานี
คุณณัฐสิมา ทุ่มโมง	เทศบาลนครอุบลราชธานี
คุณพรหมจักรี เวชมนัส	เทศบาลนครอุบลราชธานี

หน่วยงานภาคธุรกิจเอกชน

รายชื่อ	หน่วยงาน
คุณวีระพล จิรยภาวิบูลย์	ร้านพันชาติ
คุณเนียนนิภา สำเนียงเสนาะ	บ.สีสันหรรษา
คุณอุดมรัตน์ ดีเอง	ร้านระหว่างทาง
คุณทิพวรรณ โคตรมนตรี	โรงแรมสุนีย์แกรนด์โฮเต็ล
คุณชาลี พิพัฒน์กุลกิจ	โรงแรมแก่งสะพือ
คุณเพชร โตแสง	โรงแรมทอแสง

ภาคแรงงาน

รายชื่อ	**หน่วยงาน**
คุณนวลอนงค์ โปยทอง	โรงแรมสุนีย์แกรนด์โฮเต็ล
คุณศุภพิพัฒน์ พลหาญ	โรงแรมสุนีย์แกรนด์โฮเต็ล

ภาคนักวิชาการ/NGO

รายชื่อ	**คณะ**	**หน่วยงาน**
อาจารย์สืบพงษ์ หงษ์ภักดี	คณะบริหารศาสตร์	ม.อุบลราชธานี
อาจารย์สุปิยา ทาปทา	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ม.ราชภัฏอุบลราชธานี
อาจารย์สุทธิดา แจ่มใส ไวท์	คณะบริหารศาสตร์	ม.อุบลราชธานี
อาจารย์ไผ่ พรมจันทร์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ม.ราชภัฏอุบลราชธานี
อาจารย์วิตติกา ทางชั้น	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ม.ราชภัฏอุบลราชธานี
อาจารย์กุลวดี ละม้ายจีน	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ม.ราชภัฏอุบลราชธานี
อาจารย์ธวัช มณีผ่อง	คณะศิลปศาสตร์	ม.อุบลราชธานี
อาจารย์สมศรี ชัยวณิชยา	คณะศิลปศาสตร์	ม.อุบลราชธานี

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์การระดมความคิดครั้งที่ 2
ณ โรงแรมลายทอง วันที่ 12 **กุมภาพันธ์** 2553

รายชื่อชาวบ้าน/คนในชุมชน

รายชื่อ	**ที่อยู่**
คุณบุญเพ็ง กอมณี	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณสำราญ กอมณี	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

รายชื่อ	ที่อยู่
คุณไพจิตร วราพรม	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณบุญโฮม ศุภสร	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณลิดา ขันชะลี	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณสุภาพร ภูกอง	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณถวิล สุขรักษ์	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณพรพิชิต ธรรมชอบ	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณวรสิทธิ์ สารักษ์	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณบุญเพ็ง สุขรักษ์	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณแดง แก้วสุพรรณ	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณสายลม พันธุ์โสรี	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณสังวาล ศรีวะรมย์	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
คุณพฤฒิลักษ์ สุขพันธุ์	ชุมชนปะอาว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
ร.ต.เหรียญ ไชยะโอชะ	ชุมชนวัดพระธาตุหนองบัว
คุณวิเชียร กว้างขวาง	ชุมชนวัดพระธาตุหนองบัว
คุณพินิจนันท์ ทองเสริม	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณไพรวรรณ ทองผาย	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณแอ๊ด จำปาดอก	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณเลี้ยง จันทร์จริง	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณประครอง ตามบุตร	ชุมชนนาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
คุณอุทัย ดวงจำปา	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณไพโรจน์ ประสารแสง	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณสุวิท สมโคตร	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณนิวัติ ดวงจำปา	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณนฤมล ดวงจำปา	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณเอมอร สาระชาติ	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี

รายชื่อ	ที่อยู่
คุณโกเศรษฐ์ สัตยากูล	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณกฤษณา ดวงหม่อง	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณวาสนา มีไชย	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณพินัน สมโคตร	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณมงคล กุระโท	ชุมชนทรายมูล อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี
คุณชูชาติ วาปรีดี	ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ม้าพื้นบ้าน อ.สิรินธร จ.อุบลราชธานี
คุณสิรินทร์ นิ่มรัตนสิงห์	ชุมชนอนุรักษ์พันธุ์ม้าพื้นบ้าน อ.สิรินธร จ.อุบลราชธานี
คุณสิทธิพร จำปาทอง	องค์การบริหารส่วนตำบลชีทวน
คุณสุทา แก้วมาก	องค์การบริหารส่วนตำบลชีทวน
คุณประนอมศักดิ์ วัฒนราษฎร์	องค์การบริหารส่วนตำบลทรายมูล

หน่วยงานภาครัฐ

รายชื่อ	หน่วยงาน
คุณคตศิลป์ อกอุ่น	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี
คุณขวัญเรือน ปัญญายงค์	สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดอุบลราชธานี
คุณอำนวย ระดาบุตร	สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 2
คุณพรหมจักรี เวชมนัส	เทศบาลนครอุบลราชธานี
คุณสุธีลาพร ริผล	เทศบาลนครอุบลราชธานี
คุณณัฐสิมา ทุ่มโมง	เทศบาลนครอุบลราชธานี
คุณสัญญา อัมพันธ์	องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี
คุณกรรณิการ์ สดสร้อย	เทศบาลเมืองวารินชำราบ
คุณเนาวรัตน์ พุ่มแก้ว	เทศบาลเมืองวารินชำราบ

หน่วยงานภาคธุรกิจเอกชน

รายชื่อ	หน่วยงาน
คุณสิริกัญญา พิริยะกิจไพบูลย์	หอการค้า
	บริษัทอุบลสุรชัยทัวร์
คุณสุเทพ แก้ววรสูตร	หอการค้า
คุณขวัญ แก้ววรสูตร	สำนักพิมพ์ปทุมมาลัย
คุณวีระพล จิรยภาวิบูลย์	ร้านพันชาติ
คุณอุดมรัตน์ ดีเอง	ร้านระหว่างทาง
คุณสุพัตรา ผลภาษี	โรงแรมทอแสง
คุณทิพธัญญา แสนทวีสุข	โรงแรมทอแสง

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

สถานที่สัมภาษณ์: อำเภอตระการพืชผล

ชื่อ-สกุล	อายุ	เพศ	สัญชาติ
Jack Rodgers	79	ชาย	อเมริกา

สถานที่สัมภาษณ์: อำเภอวารินชำราบ

ชื่อ-สกุล	อายุ	เพศ	สัญชาติ
Kongkam Kaewprasert	26	ชาย	นิวซีแลนด์

สถานที่สัมภาษณ์: สถานีรถไฟสถานีอำเภอวารินชำราบ

ชื่อ-สกุล	อายุ	เพศ	สัญชาติ
Johnny Kiong เบอร์โทร +6597971717	54	ชาย	สิงคโปร์
Dean Tulley	50	ชาย	อังกฤษ
Holger Schãfer	40	ชาย	เยอรมันนี

ชื่อ-สกุล	อายุ	เพศ	สัญชาติ
Axel Nitschke	47	ชาย	เยอรมันนี
Roger Maynard	70	ชาย	ฝรั่งเศส
Molly Molaughlin	23	หญิง	อเมริกา
Forthuber Karl	62	ชาย	ออสเตรีย
Hirotaka Kunieda	31	ชาย	ญี่ปุ่น
Amina Qonita	22	หญิง	ออสเตรเลีย
Arnaud André	68	ชาย	ฝรั่งเศส
Mr. and Mrs. Baysset	-	ชาย-หญิง	ฝรั่งเศส
Joel	38	หญิง	ฝรั่งเศส

สถานที่สัมภาษณ์: วัดถ้ำคูหาสวรรค์

ชื่อ-สกุล	อายุ	เพศ	สัญชาติ
นางอำพอน อินทิวิไช	30	หญิง	ลาว
Rey Marie	43	หญิง	ฝรั่งเศส
Buxin Véronique	43	หญิง	ฝรั่งเศส

สถานที่สัมภาษณ์: ท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดอุบลราชธานี

ชื่อ-สกุล	อายุ	เพศ	สัญชาติ
Tommy Kvick	58	ชาย	สวีเดน

ภาคผนวก ก. ประวัติคณะผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นายบุณยสฤษฎ์ อเนกสุข

(ภาษาอังกฤษ) Mr. Boonyasarit Aneksuk

เพศ ชาย **วัน/เดือน/ปี เกิด** 22 ธันวาคม พ.ศ. 2519

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 7

สถานที่ติดต่อ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-353702

E-mail address kwan224@hotmail.com

ที่อยู่ 303 หมู่ 10 ต. แสนสุข อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-288918

ประวัติการศึกษา

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชาไทศึกษา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา	มหาวิทยาลัยมหิดล
ศิลปศาสตรบัณฑิต	สาขาวิชาประวัติศาสตร์	มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลงานวิจัย

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

1. *Sustainable Tourism Paradigm in Lao PDR (1986-2004 A.D.)*, MANUSYA: Journal of Humanities . Vol.9 No. 1 (2006) P.1-12.
2. แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: ข้อพิจารณาจากไทย สปป.ลาว และเวียดนาม , The Journal ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2549 หน้า 97-120

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

-

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

1. *พุทธศาสนากับวิธีการพ้นทุกข์ในรัฐธรรมนูญ* , หนังสือพิมพ์มติชน . วันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2550 ปีที่ 30 ฉบับที่ 10636 หน้า 6
2. *การท่องเที่ยวชุมชน* , หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ . วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2547.

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

-

จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

1. การท่องเที่ยวและมานุษยวิทยาการท่องเที่ยว
2. การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Cultural Commoditization)
3. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในลุ่มน้ำโขง

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ
 1.1 รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
 1.2 อาจารย์ประจำหลักสูตรท่องเที่ยว สาขามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
 1.3 สอนรายวิชา การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว วิธีวิจัยทางการท่องเที่ยวและบริการ หลักการมัคคุเทศก์ ไทยคดีศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว ฯลฯ
 1.4 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน
 2.1 การประเมินและติดตามผลหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2544 ทุนวิจัยจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2552.
 2.2 พลวัตประเพณีบุญกำฟ้าของกลุ่มชาติพันธุ์พวนในบริบทการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม, 2552.
 2.3 แนวคิดการจัดตั้งหอประวัติการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงแห่งมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (กำลังดำเนินการ) ทุนวิจัยโครงการจัดตั้งสถาบันลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (กำหนดเสร็จสิ้นโครงการ ปี พ.ศ.2553)

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นางกิติพร โชประการ

(ภาษาอังกฤษ) Mrs. Kitiporn Choprakarn

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปี เกิด** 17 ตุลาคม พ.ศ. 2499

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-355507

E-mail address choprakarnk@hotmail.com

ที่อยู่ (ที่บ้าน) 282 หมู่ 9 ต. แสนสุข อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-267989

<u>ประวัติการศึกษา</u> (ปริญญาตรี – เอก ; สาขา และสถาบัน)

ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาจิตวิทยาการศึกษา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศึกษาศาสตรบัณฑิต	สาขาการประถมศึกษา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผลงานวิจัย

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

1. กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการจัดทำแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแก่งสะพือ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. 2553. วารสาร มอบ. ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2553.หน้า 60 – 73.

2. ตำนานกับคุณค่าต่อการอธิบายแหล่งท่องเที่ยวอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. 2552. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2552) หน้า 39 - 60

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาแก่งสะพือ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. 2551. เอกสารสืบเนื่องจากการประชุม (Proceeding) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในการประชุมวิชาการ ม.อบ. วิจัย ครั้งที่ 2 วันที่ 28-29 กรกฎาคม 2551 ณ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. หน้า 101-114

4. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาแก่งสะพือ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี . 2550.วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2550). หน้า 50-65

5. กิติพร โชประการ. 2549. บทเรียนการเรียนรู้จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : จังหวัดยโสธร. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. ปีที่ 3 ฉบับที่ 1. 2549. หน้า 37-68

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

1. กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการจัดทำแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแก่งสะพือ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี.

2. บทเรียนการเรียนรู้จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีจังหวัดยโสธร

3. ความคิดเห็นของบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีต่อวิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

ค. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

-

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

-

จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

1. การท่องเที่ยวชุมชน
2. การพัฒนาชุมชน (การมีส่วนร่วม ชุมชนพึ่งพาตนเอง)

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. สอนนักศึกษาระดับปริญญาตรี
 - หมวดวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชา ศิลปะการดำเนินชีวิต
 - หมวดวิชาเอกของนักศึกษาสาขาการท่องเที่ยว รายวิชา จิตวิทยาการท่องเที่ยวและการบริการ
 - หมวดวิชาเอกของนักศึกษาสาขาการพัฒนาสังคม รายวิชา จิตวิทยาสังคมกับการพัฒนา
2. ที่ปรึกษาร่วมสำหรับวิทยานิพนธ์ และการศึกษาอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาการพัฒนาสังคม หลักสูตรสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาวพัชรี ธานี

(ภาษาอังกฤษ) Ms.Patcharee Thanee

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปี เกิด** 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2519

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 0-4535-3735 / 0-4528-8870

E-mail address pachey_t@hotmail.com

ที่อยู่ (ที่บ้าน) 83 หมู่ 18 บ้านนิคม ถนนอุบล-ตระการ ตำบลไร่น้อย อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี 34000

โทรศัพท์ 0-4524-0809

<u>ประวัติการศึกษา</u> (ปริญญาตรี – เอก ; สาขา และสถาบัน)

ศิลปศาสตรบัณฑิต	สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยสยาม
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาการจัดการทางวัฒนธรรม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประกาศนียบัตรมัคคุเทศก์ (ต่างประเทศ)		การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ประกาศนียบัตรอบรมสำรองบัตรโดยสารโปรแกรมกาลิเลโอ		

ผลงานวิจัย

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ -

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ -

ค. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ -

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ -

จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ธุรกิจการท่องเที่ยว
3. การจัดการการท่องเที่ยว
4. การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ

- อาจารย์ประจำหลักสูตรท่องเที่ยว สาขามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

- คณะกรรมการบริหารหลักสูตรสาขาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

-

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาวนวทิวา พลทม

(ภาษาอังกฤษ) Miss. Nawathiwa Polthom

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปี เกิด** 6 มกราคม พ.ศ. 2524

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์ : 045-353755 โทรสาร: 045-288870

E-mail address lanawapo@ubu.ac.th

ที่อยู่ 135 หมู่ที่ 4 ต. ปรุใหญ่ อ.เมือง จ. นครราชสีมา 30000

โทรศัพท์/โทรสาร 044-353802

<u>ประวัติการศึกษา</u> (ปริญญาตรี –โท ; สาขา และสถาบัน)

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	สาขาวิชาบริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ศิลปศาสตรบัณฑิต	สาขาวิชาการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ประกาศนียบัตรมัคคุเทศก์ (ต่างประเทศ)		การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลงานวิจัย

ก. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

-

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

- _____.2553.**คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่พึงประสงค์เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์ กรณีศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี** (To Study Desirable Characteristics of Tourist Guide for Specific Standard Criteria Case Study: Ubon Ratchathani Province) (หัวหน้าโครงการ) สนับสนุนโดยกองส่งเสริมการวิจัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ค. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

-

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

-

จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

1. การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว
2. การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ

- อาจารย์ประจำหลักสูตรท่องเที่ยว สาขามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- สอนรายวิชา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การจัดการทั่วไปเพื่อการท่องเที่ยว การปฏิบัติการการท่องเที่ยว การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การบัญชีเพื่อการท่องเที่ยว อิเล็กทรอนิคส์เพื่อการท่องเที่ยว

1.5 อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

-

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นายปริวรรต สมนึก

(ภาษาอังกฤษ) Mr. Pariwat Somnuek

เพศ ชาย **วัน/เดือน/ปี เกิด** 17 ธันวาคม 2507

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ หลักสูตรการท่องเที่ยว สาขาวิชามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-353737 , 045-288870

E-mail address pariwats7@gmail.com, khunpariwat@yahoo.com

ที่อยู่ 156 หมู่ 3 บ้านหนองหว้า ตำบลแสนสุข อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์มือถือ 087- 8792705

<u>ประวัติการศึกษา</u> (ปริญญาตรี – เอก ; สาขา และสถาบัน)

- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว วิชาเอกการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- บริหารธุรกิจบัณฑิต - สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
 - สาขาวิชาการตลาด
 - สาขาวิชารัฐศาสตร์ วิชาเอก ทฤษฎีและเทคนิคทางรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ผลงานวิจัย

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

1. The development of Phu Khratae Island of Community-based Tourism Business, Nonklang Sub-district, Phiboonmangsaharn District, Ubonratchathani Province.(ตีพิมพ์ในวารสารแม่โจ้ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2552)

2. การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นฐาน เกาะภูกระแต ตำบลโนนกลาง อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี.(ตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2552)

3. ตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านซะซอม (ตีพิมพ์ในวารสารนเรศวรวิจัย มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553)

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

1. การศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี(2548, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี)
2. รูปแบบและแนวทางการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนเกาะภูกระแต ของชุมชนบ้านโดมประดิษฐ์ ชุมชนบ้านหนองมะเกลือ และชุมชนบ้านโนนกลาง ตำบลโนนกลาง อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี(2551, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย)

ค.ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

- การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ: รูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวไทย (2548, วารสาร MBA. ปริทัศน์ ฉบับที่ 2 , คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี)
- " ทุนทางสังคม " ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้เกิด Entrepreneurs และ Innovators ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (2553, วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เดือนมกราคม-มิถุนายน 2553)

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

- วิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาความต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ในระดับดีเยี่ยม (Excellent) พ.ศ. 2548 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

จ. **สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ** (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

1. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. การตลาดในธุรกิจท่องเที่ยว
3. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว
4. วิธีวิจัยทางการท่องเที่ยวและบริการ

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ

อาจารย์ประจำหลักสูตรท่องเที่ยว สาขามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยรับผิดชอบในรายวิชาต่อไปนี้:

1. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. การตลาดในธุรกิจท่องเที่ยว
3. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว
4. วิธีวิจัยทางการท่องเที่ยวและบริการ

2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

1. ศักยภาพ มูลค่า และคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ในจังหวัดอุบลราชธานี (ทีมวิจัย, ทุนสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย)

2. การพัฒนาและยกระดับงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ความเป็นวิชาการ (ทีมวิจัย, ทุนสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย)

3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านซะซอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี (หัวหน้าโครงการวิจัย, ทุนสนับสนุนจาก กองทุนวิจัยคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี)

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นายสุวภัทร ศรีจองแสง

(ภาษาอังกฤษ) Mr. Suwaphat Sregongsang

เพศ ชาย **วัน/เดือน/ปี เกิด** 10 กันยายน พ.ศ. 2523

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-288870

E-mail address Ajarn_tae@yahoo.com

ที่อยู่ 266/9 หมู่ 6 ต. โคกภู อ.ภูพาน จ.สกลนคร 47180

โทรศัพท์/โทรสาร 042-708186

<u>ประวัติการศึกษา</u> (ปริญญาตรี – เอก ; สาขา และสถาบัน)

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (Candidate)	สาขาวิชาการจัดการมรดกทาง สถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและ การท่องเที่ยวนานาชาติ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ศิลปศาสตรบัณฑิต	สาขาวิชาการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผลงานวิจัย

ง. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

-

จ. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

- The Study of Tourists' Satisfaction toward Tourism Management in National Park in Thailand: The Case Study of Kaeng Tana National Park in Khongchiam District, Ubon Ratchathani Province

ฉ. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

International Conference

" The Conservation Process of Sisaket Temple as the Holy Place for Laotians in Vientiane, Lao PDR. The Proceedings from ICOMOS Thailand International Conference 2008 and

ICOMOS Thailand Annual Meeting. “Conservation and Management of Sacred Places”. 29-30 November and 1 December 2008 Bangkok, Thailand.”

Domestic Conference

“Tourism in the Age of Modernization vesus the Survival of Architectural Heritages in Vientiane Capital, Lao PDR. The Proceedings from Tourism Conference “Liberty & Sustainability”. July 17-19, 2009. Ubon Ratchathani University”

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

-

จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

1. การจัดการการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
2. สถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยว
3. ภูมิทัศน์วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว
4. การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ

อาจารย์ประจำหลักสูตรท่องเที่ยว สาขามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

The Study of the Realtions between Thailand and Laos in Laotian Perspective through the Interpretation of Si Sa Ket Temple in Vientiane, Lao PDR (The dissertation of Ph.D. The Faculty of Architecture, Majoring Architectural Heritage Management and Tourism), Silpakorn University, (Expected to complete in 2010)

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาวรุจิรา วงษ์สามารถ

(ภาษาอังกฤษ) Miss Rujira Wongsamart

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปี เกิด** 18 มิถุนายน 2522

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะศิลปประยุกต์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ต.ศรีไค อ. วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-353787/045-353780

E-mail address tik_space@yahoo.co.th

<u>ประวัติการศึกษา</u> (ปริญญาตรี –โท ; สาขา และสถาบัน)

-อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาเครื่องเรือนและการตกแต่งภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

-ศิลปมหาบัณฑิต (Master of Fine Arts) สาขาการออกแบบภายใน(INTERIOR DESIGN) มหาวิทยาลัยศิลปากร

<u>ผลงานวิจัย</u>

1.หัวหน้าโครงการวิจัย “ โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ศูนย์วิสาหกิจชุมชนผ้าขิดบ้านคำพระ อำเภอหัวตะพาน จังหวัดอำนาจเจริญ” (อยู่ในระหว่างการดำเนินงานวิจัย)

ผลงานด้านอื่น ๆ

1. การศึกษาวิจัยในระดับปริญญาโทในหัวข้อ “ขิด” ภูมิปัญญา กาละ และสุนทรียภาพสู่การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในศูนย์ภูมิปัญญาท้องถิ่น อำเภอหัวตะพาน เป็นงานวิจัยทางศิลปประยุกต์ ที่มุ่งเน้นการศึกษาหาแนวทางในการแปรรูปปรัชญาสู่การออกแบบตกแต่งภายใน

2.เขียนบทความตีพิมพ์ลงใน หนังสือสืบสาน ในหัวข้อ “ประเพณีสู่ขวัญสู่งานออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน” ของสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปประยุกต์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

3.วิทยากรโครงการอบรมสมาชิกกลุ่มอาชีพสหกรณ์ระดับอำเภอ หลักสูตร “เทคนิคการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่”

4.วิทยากรการสัมมนาเชิงปฏิบัติการผู้ประกอบวิสาหกิจชุมชน ณ ห้องประชุมอำเภอหัว-ตะพาน

5. วิทยากรการฝึกอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จักสานด้วยเส้นใยพืช

6.กรรมการร่างหลักสูตรระยะสั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้า วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร

7.ผลงานออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม ออกแบบบ้านพักอาศัย ออกแบบเฟอร์นิเจอร์ และออกแบบผลิตภัณฑ์

สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ

1.การออกแบบตกแต่งภายใน

2.การออกแบบผลิตภัณฑ์

ภาระงานในปัจจุบัน

1.งานประจำ ด้านการบริหารงานวิชาการ

ด้านการสอนในรายวิชา การวิเคราะห์การออกแบบ ,การสัมมนา , ระเบียบวิธีวิจัย

2.งานวิจัย “โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ศูนย์วิสาหกิจชุมชนผ้าขิดบ้านคำพระ อำเภอหัวตะพาน จังหวัดอำนาจเจริญ”

ชื่อ – นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาวสิริรัตน์ ชอบขาย

(ภาษาอังกฤษ) Ms. Sirirat Chobkhay

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปี** เกิด 17 มกราคม 2524

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ
จ. อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4535 3804/ 0 4535 3805

E-mail address chobor@hotmail.com

ที่อยู่ 155 หมู่ 16 บ้านคำป่าหลาย ตำบลคำป่าหลาย อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000

โทรศัพท์/ โทรสาร 042-643056

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี –โท ; สาขา และสถาบัน)

ปริญญา	สาขา	สถาบัน
MBA	Hospitality and Tourism Management	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
บธ.บ.	การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย

<u>ผลงานวิจัย</u>

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

.....-

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

.....-

ค. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

.....-

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

.....-

จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

สาขาการจัดการธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ..สอนในรายวิชาสาขาการจัดการธุรกิจบริการ

งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน.....-.

ชื่อ – นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาวกมลพร นครชัยกุล

(ภาษาอังกฤษ) Miss Kamonphon Nakhonchaigul

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปี เกิด** 20 สิงหาคม 2522

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ต.ศรีไค อ.วารินชำราบ จ. อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-353804/045-353805

E-mail address farsang_k@hotmail.com

<u>ประวัติการศึกษา</u> (ปริญญาตรี –โท ; สาขา และสถาบัน)

พ.ศ. 2550 - Master of Management (General management), International program, Mahidol University

- Master of Business in Marketing, University of Technology Sydney.

พ.ศ. 2544 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการการตลาด) คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

<u>ผลงานวิจัย</u>

1. ผู้ร่วมโครงการวิจัย “การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี ” พ.ศ. 2548 แหล่งทุนมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ

1. การบริหารจัดการตลาด (Marketing Management)
2. การบริหารจัดการทั่วไป (General Management)

ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ รับผิดชอบการสอนในรายวิชา Principle of Marketing, Sales management, Seminar (Internet Marketing)

ชื่อ – นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาววรารัตน์ บุญแฝง

(ภาษาอังกฤษ) Ms. Wararat Boonfang

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปี เกิด** 11 กุมภาพันธ์ 2524

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อ.วารินชำราบ จ. อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4535 3804/ 0 4535 3805

E-mail address nuiwararat@hotmail.com และ ajarnnui@gmail.com

ที่อยู่ (ที่บ้าน) 319 หมู่ 16 บ้านสนามชัย ตำบลโพธิ์ไทร ถนนสถิตนิมานกาล อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี 34110

โทรศัพท์/ โทรสาร 045-204179

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี –โท ; สาขา และสถาบัน)

ปริญญา	สาขา	สถาบัน
บธบ.	การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<u>ผลงานวิจัย</u>

ช. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

.....-

ซ. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี

ฌ. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

.....-

ญ. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

.....-

ฎ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 สาขา)

สาขาการจัดการธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว

ฏ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ สอนในรายวิชาสาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ

งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน -

ชื่อ – นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาว ใจแก้ว แถมเงิน

(ภาษาอังกฤษ) Miss Jaikaew Thaemngoen

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปีเกิด** 18 มีนาคม 2520

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ต.เมืองศรีไค อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-353824/045-353805

E-mail Address kaew_2520@yahoo.com

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี –โท ; สาขา และสถาบัน)

พ.ศ. 2549 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2545 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พ.ศ. 2545 ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พ.ศ. 2543 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผลงานวิจัย

1. ผู้ร่วมวิจัย โครงการ “การศึกษาประสิทธิภาพการใช้ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” พ.ศ.2547 แหล่งทุนมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
2. หัวหน้าโครงการวิจัย “การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี ” พ.ศ. 2548 แหล่งทุนมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
3. หัวหน้าโครงการวิจัย “สำรวจความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” พ.ศ. 2549 แหล่งทุนคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ

1. การบริหารจัดการตลาด (Marketing Management)

ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ รับผิดชอบการสอนในรายวิชา Principle of Marketing, Consumer behavior, Direct Marketing, International Marketing

2. งานวิจัยที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

 1. ผู้ร่วมวิจัย โครงการ“การศึกษากลยุทธ์การใช้ E-Tourism เพื่อการแข่งขันในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง:กรณีศึกษาด่านช่องเม็ก-วังเต่า จ.อุบลราชธานีและด่านช่องสะงำ-เสียมเรียบ จ.ศรีสะเกษ” พ.ศ.2551
 2. หัวหน้าโครงการวิจัย “การศึกษาเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี” พ.ศ. 2551

ชื่อ-นามสกุล

(ภาษาไทย) นางสาวอรุณรัตน์ เศวตธรรม

(ภาษาอังกฤษ) Ms. Arunrat Sawettham

เพศ หญิง **วัน/เดือน/ปีเกิด** 7 สิงหาคม 2521

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

สถานที่ติดต่อ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ต.ศรีไค อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี 34190

โทรศัพท์/โทรสาร 045-353-824

E-mail address gink_ka@hotmail.com

โทรศัพท์/โทรสาร 089-8480084,0-2972-0224

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี –โท ; สาขา และสถาบัน)

- เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- บริหารเทคโนโลยีมหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยี) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (วิทยานิพนธ์ดีเด่น ปี พ.ศ. 2548)

ผลงานวิจัย

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

-

ข. ผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

1) การศึกษาแบบจำลองธุรกิจการเรียนผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต e-learning
2) ชุดโครงการ โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อพัฒนาจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

-

ค. ผลงานอื่นๆ เช่น ตำรา บทความ สิทธิบัตร ฯลฯ

-

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่เคยได้รับ

-

จ. สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ

เศรษฐศาสตร์ สารสนเทศ

ฉ. ภาระงานในปัจจุบัน

1. งานประจำ

1) อาจารย์ประจำคณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

2) คณะกรรมการ วิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดอุบลราชธานี

2. งานวิจัย

1) วิจัย Business model of E-learning,2548

2) วิจัยระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการปลูกยางพารายางพาราในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: จังหวัดอุบลอุบลราชธานี,2550

3) A Study of Efficiency for Using of Building of Ubon Rajathanee University : A Case Study of Using Room for Lecture