



เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 การพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่ม
จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

Research Project 2 The Development Products and Services of
Cultural, Sport and Recreation Tourism for Tourism Industrial
Entrepreneur Cluster in Buriram Province, Surin Province, and
Sisaket Province

โดย

ผศ.ดร.นลินทิพย์ พิมพ์ก๊อต และคณะ

มกราคม 2562

เลขที่สัญญา RDG5850049

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 การพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่ม
จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

Research Project 2 The Development Products and Services of
Cultural, Sport and Recreation Tourism for Tourism Industrial
Entrepreneur Cluster in Buriram Province, Surin Province,
and Sisaket Province

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินทิพย์ พิมพ์กัลด

หัวหน้าโครงการย่อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ดร. ภรณ์ หลาวทอง

นักวิจัยร่วม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคล วิทยาเขตสุรินทร์

ชุดโครงการนโยบายการพัฒนาารูปแบบบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กีฬาและนันทนาการกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้เป็นผลงานจากการวิจัยที่ผู้วิจัยได้มีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง ด้วยความกรุณาของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และคณะกรรมการผู้ตรวจสอบวิชาการ ที่ได้สนับสนุนทุนการศึกษาวิจัยและตรวจสอบผลงานทางวิชาการให้กับรายงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณนายชูเกียรติ โพธิ์โต ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ นางสาวผาวรินทร์ จรัสวรพันธ์ รักษาการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และนายอุดร ปีทอง รองประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่ง ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะและร่วมกระบวนการศึกษา จนผลงานวิจัยประสบความสำเร็จอย่างลุล่วง ผู้วิจัยขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้ เช่นกัน

ตลอดจนขอขอบคุณกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยว ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจากกลุ่มตัวอย่างการวิจัยนี้ ที่ได้ให้ข้อมูลทางการศึกษา และมีส่วนร่วมการศึกษา จนสามารถส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้สร้างองค์ความรู้ แนวทางการดำเนินการศึกษาได้จนสำเร็จและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้สืบไป

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนร่วมสถาบันที่ได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้เสมอมา

ผศ.ดร.นลินทิพย์ พิมพ์กัลด์

ดร.ภรณ์ หลาวทอง

มกราคม 2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เพื่อประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และเพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ วิธีการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะคือ (1) การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามโดยเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ จำนวน 90 ราย จากนั้นทำการประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวฯ ด้วยการสนทนากลุ่มกับนายกสมาคมท่องเที่ยวตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดละ 10 ราย รวมเป็น 30 ตัวอย่าง โดยการเจาะจงกับตัวแทนที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาคมท่องเที่ยวจังหวัด (2) การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ จำนวน 150 ราย (3) การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ด้วยการทดลองโครงการนำร่องกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและหรือความต้องการที่จะเข้าร่วมเดินทางจำนวน 10 คน และการอภิปรายแบบคณะด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จำนวน 80 ราย

ผลการวิจัยพบว่าไอ-โมบายสเตเดียม/สนามช้างอินเตอร์ จังหวัดบุรีรัมย์ ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ และตลาดการค้าชายแดนช่องสง่างามจังหวัดศรีสะเกษ มีศักยภาพที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษเป็นลำดับแรก และจากการประเมินศักยภาพพบว่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษนั้นสามารถเชื่อมโยงระหว่างสามจังหวัดได้ในทั้งเชิงระยะเวลาการจัดกิจกรรม ระยะทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศกัมพูชาได้ โดยควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของที่พักร้านอาหาร

และร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก และการประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว และข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ แบ่งออกเป็นสามข้อหลักประกอบด้วย (1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ และ (3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

คำสำคัญ : เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

ABSTRACT

The objectives of this research were to examine the current conditions of cultural, sports, and recreation tourism products and services which can attract and connect the tourism of groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province, to evaluate the potentials of the products and services, and to develop the policy related suggestions for the products and services' connection development among the tourism enterprise network groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province. The methodology of this research can be divided into 3 phases: (1) the study of current conditions of cultural, sports, and recreation tourism products and services which can attract and connect the tourism of groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province was conducted. The questionnaires were used with the sample group of 90 samples who expected and/or would like to join the tourism enterprise groups. The sample group was selected by using a purposive sampling method. After that, the potentials of the tourism products and services were evaluated via focus group discussions. The total of 30 participants in the focus group discussions were selected from chairman of tourism association, representatives of the board of committees and members of tourism association from each province: 10 participants per province by employing a purposive sampling method. These representatives had the roles and responsibilities in tourism association in their province. (2) The development of policy related suggestions for the products and services' connection development among the tourism enterprise network groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province was done through the participatory planning workshops with the sample group of 150 samples who expected and/or would like to join the tourism enterprise groups. (3) The examining the policy related suggestions for the products and services' connection development among the tourism enterprise network groups was conducted by trying out the pilot project with the sample group of 10 participants who were ready and/or would like to join the project trip, and the panel discussion of the 4 experts from experts and specialists and 80 participants from tourism entrepreneurs in the 3 provinces area who would like to join the tourism enterprise groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province.

The results from the study indicated that first and foremost, I-Mobile Stadium/Chang International Circuit in Buriram province, Chong Chom border market in Surin province, and Chong Sa-Ngam border market in Sisaket province possessed the potentials that can attract and connect the tourism among the groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province. Furthermore, from the potentials evaluation, it was found that cultural, sports, and recreation tourism products and services which can attract and connect the tourism of groups in Buriram province, Surin province, and Sisaket province can connect the three provinces in terms of time in organizing activities and distances between tourist attractions. Moreover, Cambodia can be connected as well. The quality of accommodations, foods, souvenir shops as well as public relations and channels for communicating tourism information should be focused. The policy related suggestions in the development of the connection of cultural, sports, and recreation tourism products and services in Buriram province, Surin province, and Sisaket province can be divided into 3 main suggestions: (1) connecting the tourism routes of special interest tourism groups, (2) connecting cultural, sports, and recreation tourism programs, and (3) establishing tourism service standards of cultural, sports, and recreation tourism enterprise network groups.

Keywords : cultural, sports, and recreation tourism; tourism connection

บทสรุปผู้บริหาร

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาปี พ.ศ. 2558 – 2560 เน้นกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว

โดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์คือ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิต อีสานได้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. 2558 : 22-24)

ในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดสุรินทร์ได้รับการคัดเลือกเข้าในโครงการ “12 เมืองต้องห้าม พลาดพลัส” ทั้งนี้เนื่องจากมีจุดเด่นสำคัญสามประการหลักคือ การที่ชาวกัมพูชาในตลาดระดับบนนิยมเข้ามาตรวจสุขภาพและรักษาโรคในโรงพยาบาลจังหวัดสุรินทร์ทั้งภาครัฐและเอกชน ด้วยคุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์และพยาบาลที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาเขมร การมีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังประเทศกัมพูชาผ่านด่านช่องจอม และกิจกรรม “งานช้างจังหวัดสุรินทร์” เป็นงานที่

แสดงความยิ่งใหญ่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สำหรับจังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่เป็นประตูเชื่อมโยงอารยธรรมขอมโบราณ โดยมีความร่วมมือในรูปแบบวงกลมทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอินโดจีน ไทย-ลาว-กัมพูชา-เวียดนาม ก่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว 3 ประเทศ 7 จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี- ศรีสะเกษ (ไทย) จำปาสัก-สาละวัน(ลาว) พระวิหาร-อุดรมีชัย-สตีงเตร์ริด (กัมพูชา) (จาตุรงค์ เพ็ญนรพัฒน์, มาลี ไชยเสนา และสุวัชร ศรีทองแสง. 2560 : 82)

จากรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2559 (กลุ่มวิจัยและแผนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559 : 62) พบว่าเมื่อพิจารณารายได้รวมตลอดปี พ.ศ. 2559 สำหรับโครงการ 12 เมืองต้องห้าม..พลาดสามารถสร้างรายได้จากท่องเที่ยวมูลค่า 72,477.71 ล้านบาทโดยจังหวัดบุรีรัมย์และราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวของรายได้สูงในสองลำดับแรก และโครงการ 12 เมืองต้องห้าม..พลาดพลัส จำนวน 74,631.52 ล้านบาท โดยจังหวัดนครปฐมและสระแก้วเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวของรายได้สูงเป็นสองลำดับแรก ซึ่งสูงกว่าโครงการ 12 เมืองต้องห้าม..พลาดเพราะมีการกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง ดังนั้นหากทำการพิจารณาถึงจุดอ่อนของสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์จะพบว่านักท่องเที่ยวจะมีการกระจุกตัวในช่วงที่มีการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ ทำให้ที่พักในตัวเมืองมีปริมาณไม่พอเพียง และหากทำการวิเคราะห์จุดเด่นของจังหวัดสระแก้วในโครงการ 12 เมืองต้องห้าม..พลาดพลัสที่มีการขยายตัวของรายได้สูงพบว่าจุดเด่นที่สำคัญคือ การมีตลาดโรงเกลือซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าราคาถูก การมีการท่องเที่ยวชายแดนบริเวณจุดผ่านแดนบ้านคลองลึกไปยังประเทศกัมพูชา การมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การมีสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และการมีการคัดเลือกตัวแทนนักกีฬาจาก 14 จังหวัดเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬายาวชนแห่งชาติ อีกทั้งรายงานสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (กรมการท่องเที่ยว. 2557 : 7-1 – 13-9) ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ครั้งแรกส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนและท่องเที่ยวจังหวัดเดียวด้วยรถยนต์ส่วนตัว สิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และอาหารในขณะที่ชาวต่างชาติจะเที่ยวหลายจังหวัดด้วยรถยนต์ส่วนตัว สิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และช่วงเทศกาล กรณีของจังหวัดสุรินทร์พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ครั้งแรกส่วนใหญ่ท่องเที่ยวหลายจังหวัด เดินทางมาเองด้วยรถยนต์ส่วนตัว สิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และอาหาร ส่วนจังหวัดศรีสะเกษนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจังหวัดศรีสะเกษเป็นครั้งแรกส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวจังหวัดเดียว ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะท่องเที่ยวหลายจังหวัด โดยสิ่งที่เหมือนกันคือ การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและ สิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และอาหาร

จากที่ได้กล่าวมาแล้วจึงทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงโอกาสที่จะพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่ม

จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษขึ้นเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยง ส่งเสริมความร่วมมือและส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กระจายไปยังจุดต่าง ๆ ให้เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับโครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาดพลัส ซึ่งประสบความสำเร็จจากการกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. 2560 : 12) ทั้งนี้นอกจากทั้ง 3 จังหวัดจะมีการเชื่อมโยงในลักษณะของเขตพื้นที่แล้ว ยังมีความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน จังหวัดสุรินทร์ ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาทโดนตวล ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทวัดสระกำแพงน้อย ปราสาทบ้านปราสาท (ปราสาทห้วยทับทัน) ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาทปรางู ปราสาทตาหนักไทร พระธาตุเรืองรอง จังหวัดศรีสะเกษ ในขณะเดียวกันก็มีความหลากหลายทางเอกลักษณ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์ได้แก่ ไทยเขมร ไทยลาว ไทยกูย ไทยยอ ไทยเยอ เป็นต้น โดยแต่ละชาติพันธุ์จะมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมที่แตกต่างกัน เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต การแต่งกายอาหารการกิน เครื่องมือเครื่องใช้ศิลปะดนตรีขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาลท้องถิ่น และสิ่งสำคัญในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวการมีจุดเชื่อมต่อไปยังประเทศกัมพูชาได้ถึงสองจุดคือ ผ่านจุดผ่านแดนถาวรไทย-กัมพูชาทางด่านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ และ ด่านช่องสะง่า จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีในการรับต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติจากประเทศกัมพูชาซึ่งมีจำนวนมากกว่า 3.5 ล้านคน ที่มีความสนใจในด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีโบราณและธรรมชาติของประเทศกัมพูชา (อิทธิ พิศาลวานิช. 2558 : 1) ที่ไม่แตกต่างจากจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางการในการสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งร่วมกันระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

1.2.2 เพื่อประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

1.2.3 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1. ขอบเขตเนื้อหา สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1.3.1.1 ระยะเวลา 1 การศึกษาศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการ

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้

1.3.1.2 ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย (1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ (3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

1.3.1.3 ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย (1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ (3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

1.3.2. ขอบเขตประชากร สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1.3.2.1 ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

(1) การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรคือ กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 148 ราย โดยแยกตามรายจังหวัดมีจำนวนสมาชิกของสมาคมแต่ละจังหวัดคือ

- (1) สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีสมาชิกจำนวน 62 ราย
- (2) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีสมาชิกจำนวน 46 ราย
- (3) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ มีจำนวนสมาชิก 40 ราย

กลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) จังหวัดบุรีรัมย์ประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 9 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 6 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 3 ราย ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สถาบันการศึกษาจำนวน 2 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

(2) จังหวัดสุรินทร์ประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 11 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 5 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย หน่วยงานทางการท่องเที่ยวจำนวน 4 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สถาบันการศึกษาจำนวน 1 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย สถาบันเทิง/สถานประกอบการบริการสุขภาพจำนวน 2 ราย

(3) จังหวัดศรีสะเกษประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 10 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 3 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 4 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย หน่วยงานทางการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 2 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

(2) การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษด้วยการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างคือ นายกสมาคมท่องเที่ยว ตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดละ 10 ราย รวมเป็น 30 ตัวอย่าง โดยการเจาะจงกับตัวแทนที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาคมท่องเที่ยวจังหวัด

1.3.2.2 ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation Influence Control : AIC) ประกอบกับเทคนิคการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เทคนิคการระดมสมอง กับกลุ่มตัวอย่างผู้นำและตัวแทนสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 จังหวัดทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จังหวัดละ 50 ราย รวมทั้งหมด 150 ราย ได้แก่

(1) กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวหรือที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งสามจังหวัด จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย

(2) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ (ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมแต่มีความต้องการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ) จำนวนจังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย

(3) ตัวแทนกลุ่มภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และตัวแทนภาคีเครือข่ายภาครัฐและชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย

1.3.2.3 ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

(1) การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยการทดลองเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยว “เส้นทางอารยธรรมวิถีวัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรินทร์” โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและหรือความต้องการที่จะเข้าร่วมเดินทางตามโครงการนำร่องจำนวน 10 คน เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการอภิปรายรายคณะ

(2) การอภิปรายแบบคณะ (Panel Discussion) ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ รักษาการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ (ผู้ดำเนินรายการ) พร้อมด้วยสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จำนวน 80 ราย

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

1.4.1 ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้วย ประกอบด้วย

1.4.1.1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ไทย พ.ศ. 2558-2560 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ แนวคิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.1.2 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามจากการเจาะจงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย

1.4.1.3 การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษด้วยการสนทนากลุ่มตามรายจังหวัด ๆ ละ 2 กลุ่มหรือครั้ง รวมจำนวน 6 กลุ่มหรือครั้ง โดยเจาะจงกับตัวแทนที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาคมท่องเที่ยวจังหวัด ได้แก่ นายกสมาคมท่องเที่ยว ตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดละ 10 ราย รวมเป็น 30 ตัวอย่าง

1.4.2 ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ประกอบกับเทคนิคการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เทคนิคการระดมสมอง กับกลุ่มตัวอย่างผู้นำและตัวแทนสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 จังหวัดทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ จังหวัดละ 50 ราย รวมทั้งหมด 150 ราย

1.4.3 ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ประกอบด้วย

1.4.3.1 การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ “เส้นทางอารยธรรมวิถีวัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรินทร์” โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ด้วยทดลองเดินทางตามโปรแกรมที่กำหนดและทำการข้อมูลเพื่อการปรับปรุงแนวทางการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและหรือความต้องการที่จะเข้าร่วมเดินทางตามโครงการนำร่องจำนวน 10 คน

1.4.3.2 การอภิปรายแบบคณะด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 1 คนเป็นผู้ดำเนินรายการ พร้อมด้วยสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมเครือข่ายจำนวน 80 ราย

2. สรุปผลการดำเนินงาน

2.1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ จากการศึกษาพบว่าชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ 10 ลำดับแรกคือ ไผ่-โมบาย สเตเดียม/สนามช้างอินเตอร์คิตเป็นร้อยละ 92.22 รองลงมาคือห้างสรรพสินค้าโรบินสันคิดเป็นร้อยละ 86.67 อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 83.33 สวนอุทยานเขากระโดงคิดเป็นร้อยละ 78.89 ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้คิดเป็นร้อยละ 72.22 ศาลพระหลักเมืองบุรีรัมย์คิดเป็นร้อยละ 71.11 ปราสาทหินเมืองต่ำคิดเป็นร้อยละ 70.00 พุทธสถานวัดป่าเขาน้อยคิดเป็นร้อยละ 68.89 เพ ลา เพลิน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ถนนคนเดินเขากระโดงคิดเป็นร้อยละ 60.00

ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดได้ของจังหวัดสุรินทร์ 10 ลำดับแรกคือตลาดการค้าชายแดนช่องจอมคิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือศูนย์คชศึกษา/คชสารคิดเป็นร้อยละ 86.67 หมู่บ้านช้างบ้านตากลางคิดเป็นร้อยละ 82.22 ปราสาทภูมิโปนคิดเป็นร้อยละ 74.44 ห้างสรรพสินค้าโรบินสันคิดเป็นร้อยละ 68.89 หมู่บ้านผ้าไหมท่าสว่างคิดเป็นร้อยละ 67.78 กลุ่มปราสาทตาเมือนธม คิดเป็นร้อยละ 64.44 ปราสาทศรีขรภูมิคิดเป็นร้อยละ 60.00 หมู่บ้านเครื่องเงินเขวาสีรินทร์คิดเป็นร้อยละ 53.33 อ่างเก็บน้ำห้วยเสนงคิดเป็นร้อยละ 48.89 พิพิธภัณฑ์ช้างคิดเป็นร้อยละ 38.89

ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดศรีสะเกษ 10 ลำดับแรกคือ ตลาดการค้าชายแดนช่องสะงำคิดเป็นร้อยละ 91.11 รองลงมาคือผามออีแดงคิดเป็นร้อยละ 90.00 ปราสาทเขาพระวิหารคิดเป็นร้อยละ 86.67 ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืดคิดเป็นร้อยละ 86.67 หมู่บ้านชาวเขมรรู้คิดเป็นร้อยละ 84.44 อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหารคิดเป็นร้อยละ 84.44 บ้านขุนอำไพคิดเป็นร้อยละ 81.11 สวนผลไม้อำเภอกันทรลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 78.89 ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่คิดเป็นร้อยละ 76.67

ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ 10 ลำดับแรกคือ การแข่งขันฟุตบอลสโมสรคิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือการแข่งขันรถ GT คิดเป็นร้อยละ 94.44 งานสงกรานต์ประจำปีคิดเป็นร้อยละ 87.78 ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 86.67 การแข่งเรือคิดเป็นร้อยละ 84.44 ชมปากปล่องภูเขาไฟโบราณคิดเป็นร้อยละ 77.78 การชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกผ่าน 15 ช่องประตูปราสาทหินพนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 77.78 เที่ยวชมงานลอยกระทงคิดเป็นร้อยละ 75.56 ประเพณีปราสาทเมืองต่ำคิดเป็นร้อยละ 74.44 งานกาชาดจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 72.22

ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดสุรินทร์ 10 ลำดับแรกคือ การชมการแสดงช้างโลกคิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาคืองานสงกรานต์ประจำปีคิดเป็นร้อยละ 86.67 งานข้าวหอมมะลิอินทรีย์คิดเป็นร้อยละ 85.56 งานกาชาดจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 83.33 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอมคิดเป็นร้อยละ 82.22 การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์คิดเป็นร้อยละ 82.22 การชมการแสดงช้างแสนรู้ ณ ศูนย์คชศึกษาคิดเป็นร้อยละ 80.00 งานมหกรรมสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 80.00 งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOPคิดเป็นร้อยละ 76.67 การดำกบาตร/แต่งงานบนหลังช้างคิดเป็นร้อยละ 75.56

ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดศรีสะเกษ 10 ลำดับแรกคือ มหกรรมชมชื้อปสวนผลไม้คิดเป็นร้อยละ 92.22 รองลงมาคือการเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์คิดเป็นร้อยละ 91.11 ประเพณีปราสาทสระกำแพงใหญ่คิดเป็นร้อยละ 88.89 ชมงานวันดอกลำตวนบานคิดเป็นร้อยละ 87.78 การชมการแสดงสัตว์น้ำจัดคิดเป็นร้อยละ 87.78 การแข่งเรือราชสีลคิดเป็นร้อยละ 85.56 การแข่งขันฟุตบอลสโมสรคิดเป็นร้อยละ 83.33 ประเพณี 4 เผ่าไทคิดเป็นร้อยละ 81.11 การชมตะวันขึ้นที่ผามออีแดงคิดเป็นร้อยละ 80.00 ชมชื้อปไถ่อย่างห้วยทับทันคิดเป็นร้อยละ 80.00

ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ พบว่าอันดับที่หนึ่งคือโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาคือบูติก รีสอร์ทคิดเป็น ร้อยละ 77.78 รีสอร์ทและสปาคิดเป็นร้อยละ 72.22 คอนโด/อพาร์ทเมนท์และแมนชั่นคิดเป็นร้อยละ 72.22 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์คิดเป็นร้อยละ 64.44 วิลล่า คิดเป็นร้อยละ 45.56 B&Bsและเกสต์เฮาส์คิดเป็นร้อยละ 44.44 กระโจมและบังกะโลคิดเป็นร้อยละ 40.00 โฮมสเตย์คิดเป็นร้อยละ 37.78 บ้านพักเยาวชนคิดเป็นร้อยละ 32.22 บ้านเช่าคิดเป็นร้อยละ 17.78 และที่พักระยะยาวคิดเป็นร้อยละ 13.33

ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจการมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจการมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้อันดับหนึ่งคือการพักผ่อน/ความผ่อนคลายคิดเป็นร้อยละ 98.89 รองลงมาคือความปลอดภัยคิดเป็นร้อยละ 97.78 ความแปลกแตกต่างจากที่เคยได้พบมา/มีความมหัศจรรย์คิดเป็นร้อยละ 96.67 การมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่นคิดเป็นร้อยละ 95.56 การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับคิดเป็นร้อยละ 94.44 การมีกิจการมการท่องเที่ยวที่หลากหลายคิดเป็นร้อยละ 93.33 การมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์น่าสนใจคิดเป็นร้อยละ 91.11 ความรื่นรมย์บันเทิงใจคิดเป็นร้อยละ 90.00 ความทรงจำที่ดีคิดเป็นร้อยละ 88.89 การเกิดประสบการณ์ชีวิตแบบใหม่คิดเป็นร้อยละ 87.78 การได้รับความสุขกายสบายใจคิดเป็นร้อยละ 87.78 ความน่าค้นหา น่าติดตามคิดเป็นร้อยละ 83.33 ความประทับใจคิดเป็นร้อยละ 83.33 การได้ลุ้นและเชียร์คิดเป็นร้อยละ 80.00 การส่งเสริมสุขภาพที่ดีคิดเป็นร้อยละ 77.78 การได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

คิดเป็นร้อยละ 76.67 ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 75.56 ความรู้ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 63.33 และการได้แสดงออกถึงความสามารถคิดเป็นร้อยละ 62.22

สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้อันดับที่หนึ่งคือคุณภาพของที่พักร้านอาหารและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 94.44 รองลงมาคือการต้อนรับของผู้ประกอบการ สมาชิกคิดเป็นร้อยละ 86.67 ความพร้อมของสาธารณูปโภคคิดเป็นร้อยละ 82.22 จำนวนพนักงานบริการหรือผู้ให้บริการเพียงพอคิดเป็นร้อยละ 80.00 และจุดบริการแก่นักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 74.44

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่หนึ่งคือ การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 94.44 รองลงมาคือการคมนาคม/การจราจรคิดเป็นร้อยละ 88.89 สื่อออนไลน์สารสนเทศทางการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 88.89 และป้ายบอกทางและแผนที่การเดินทาง/คู่มือการเดินทางคิดเป็นร้อยละ 87.78

ความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่หนึ่งคือความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือการมีข้อมูล/แหล่งติดต่อสอบถามและแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายคิดเป็นร้อยละ 95.56 การจัดการทรัพยากรในพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 77.78 ความสามารถทางจัดการเจ้าบ้าน ผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้องคิดเป็นร้อยละ 92.22 และความรับผิดชอบของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 94.44

การสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องพบว่าอันดับที่หนึ่งคือโครงการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมาคือความร่วมมือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 84.44 และการแบ่งปันทรัพยากรทางการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 72.22

ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้อันดับที่หนึ่งคือกิจกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 96.67 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 94.44 ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเจ้าของและผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 94.44 โครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกีฬานันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องคิดเป็นร้อยละ 93.33 ความร่วมมือกับชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 88.89 ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือสินค้า OTOP ท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 80.00 ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลักและที่เกี่ยวข้องคิดเป็นร้อยละ 77.78 และเส้นทางการคมนาคมคิดเป็นร้อยละ 76.67

2.2. การประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

จากการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ส่วนใหญ่มีการกระจายตัวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ มีเพียงสามแหล่งที่กระจายตัวไปยังอำเภอต่าง ๆ คือ เพ ลา เพลินบุรีศรีสอร์ทแอนด์แอดเวนเจอร์แคมป์ในอำเภอกุเมือง อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ปราสาทเมืองต่ำในอำเภอประโคนชัย และหากทำการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดสุรินทร์จะพบว่าเส้นทางปราสาทเมืองต่ำไปยังปราสาทตาเหมือนใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 57 นาที อีกทั้งยังพบว่าถนนคนเดินเขาสระกวนั้นจะเปิดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ในช่วงเย็นซึ่งเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเวลาเย็นเมื่อมีการหยุดพักค้างคืนที่จังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดสุรินทร์มีการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวไปยังจุดต่าง ๆ ของตัวจังหวัด และในแต่ละจุดสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม อำเภอกาบเชิงสามารถเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวกับประเทศกัมพูชาได้ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดศรีสะเกษสามารถทำได้หลายช่องทาง อาทิเช่น เส้นทางจากปราสาทภูมิโปนไปยังด่านชายแดนช่องสง่าใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 44 นาที หรือจากปราสาทปราสาทศรีขรภูมิไปยังวัดสระกำแพงใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 38 นาที แต่ยังมีจุดที่ต้องให้ความสำคัญคือปราสาทตาเมือนธมซึ่งอยู่ใกล้เขตชายแดนประเทศกัมพูชามาก ดังนั้นการเที่ยวชมจึงควรอยู่เฉพาะภายในเขตปราสาทเท่านั้น ไม่ควรเดินออกไปไกลจากแนวต้นไม้รอบปราสาทเพราะพื้นที่นี้ยังไม่ปลอดภัย

จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งในด้านการเรียนรู้ที่มีความทันสมัย ด้านวัฒนธรรม ด้านโบราณสถาน ด้านธรรมชาติ ด้านการค้าชายแดน และการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวไปยังประเทศกัมพูชา อีกทั้งพบว่าเส้นทางท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงได้เป็นวงที่สามารถกลับมายังจังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์โดยสามารถออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำในจุดเดิมได้

ศักยภาพชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ พบว่าทุกเดือนจะมีช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยจังหวัดศรีสะเกษมีช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมมากที่สุด รองลงมาคือสุรินทร์และบุรีรัมย์ ส่งผลทำให้สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างสามจังหวัดได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งพบว่าคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ในประเด็นการมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ และการมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจนั้นเป็นต้นทุนที่แต่ละจังหวัดมีอยู่แล้ว แต่ควรมีการแก้ไขปรับปรุงในประเด็น การจัดสภาพแวดล้อม

ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีกระจายตัวออกไปนอกเมือง ควรมีการจัดมาตรฐานคุณภาพที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ และการให้ความสำคัญในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความประทับใจ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ประจำจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ มีจำนวนน้อยไม่สามารถให้บริการด้านความรู้ และการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ดังนั้นควรให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และควรมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานทางการท่องเที่ยวโดยการสร้างเป็นเครือข่ายมากขึ้นโดยไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้นแต่ควรมีการเชื่อมโยงทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ นับตั้งแต่การคมนาคมที่มีความสะดวกสามารถเดินทางได้หลายวิธีการ การมีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน ที่พักและร้านอาหารซึ่งมีจุดขายที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้า การเพิ่มสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นสถานที่ทั้งทางธรรมชาติหรือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี การมีกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ และสุดท้ายคือการส่งต่อยุทธศาสตร์จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยอาจจะทำให้รูปแบบการให้บริการส่งต่อระหว่างผู้ประกอบการ การให้คำแนะนำ หรือตัวแทนจัดการเดินทาง และควรมีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการสามจังหวัดในการทำงานเป็นเครือข่ายและพันธมิตรมากขึ้น โดยให้มีขอบเขตความร่วมมือที่กว้างทั้งผู้ประกอบการ องค์การภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

2.3. การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

จากการศึกษาพบว่าข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ประกอบด้วย

วิสัยทัศน์ : “การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ หลากหลายวิถีวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการบนมาตรฐานที่มั่นใจ”

ภารกิจ

1. การพัฒนาการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
2. การส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วยการอนุรักษ์ และเผยแพร่ ผสมผสานการเรียนรู้
3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยวให้คุณภาพ มาตรฐาน

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดโดยส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด

5. การส่งเสริมกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวมีพื้นฐานจากอัตลักษณ์ที่โดดเด่น
3. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
4. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
5. การเป็นแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานตามกำหนด

ตัวชี้วัดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. รายได้จากนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
2. อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
3. อันดับความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น
4. การกระจายการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
5. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองอย่างน้อย 10 แห่ง/สถานประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม

โดยเน้นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

1.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

1.1.1 การบูรณาการความร่วมมือเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เพื่อกระตุ้นและสร้างแผนความร่วมมือกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตามโปรแกรมและกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เช่น เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมและกีฬา ศรีบุรีรินทร์ เส้นทางอารยธรรมศรีบุรีรินทร์ เส้นทางสายไหมศรีบุรีรินทร์ เส้นทาง 2 ช่องท่องเที่ยวอารยธรรม ไทย-กัมพูชา เส้นทางวิถีสายสัมพันธ์ไทย-กัมพูชา เส้นทางท่องเที่ยวปราสาท ศรีบุรีรินทร์ เส้นทางมหรรรรมเมืองกีฬาโลก เส้นทางวิถีเมืองช้างโลก เส้นทางมหรรรรมอาหารศรีบุรีรินทร์ เป็นต้น ด้วยโครงการสำรวจและตรวจสอบคุณภาพเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพด้วยรูปแบบการรวมนรยนต์ จากกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์

และศรีสะเกษ เพื่อนำเสนอและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดนาร่องต่อไป โดยสร้างความร่วมมือทางด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1.2 การจัดกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีเชื่อมโยงกันกลุ่มจังหวัดศรีบุรีรินทร์ต่อเนื่อง โดยมีการส่งเสริมและหรือการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยว (ฮิต 12 ครอง 14) ของกลุ่มจังหวัดต่อเนื่องกันตลอดปี เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตามช่วงงานเทศกาล ประเพณีของแต่ละจังหวัดและทั้ง 3 จังหวัด โดยการผสมผสานหรือสลับแผนและโครงการตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดเป็นหลักเกณฑ์ซึ่งจะสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวได้ต่อเนื่องทุกเดือนและตลอดปี

1.2 กลุ่มท่องเที่ยวและการแข่งกีฬาสาธิตสมรสการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ด้วยการสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาให้มีความหลากหลายและกิจกรรมทางกายภาพที่เล่นเพื่อความเพลิดเพลินด้วยการกีฬาและนันทนาการ โดยจัดกิจกรรมหรือสินค้าและบริการตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (Lifestyle of Target Group Tourism) ได้แก่ กลุ่มนักแข่งกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวชมและเชียร์กีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมทางกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกีฬาผจญภัย โดยเริ่มต้นจากแหล่งท่องเที่ยวกีฬาหลัก เช่น สนามไอ-โมบาย สเตเดียม สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ด้วยกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล การแข่งรถระดับชาติและนานาชาติ จากนั้นทำการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวทางด้านสุขภาพทั้งแบบมาตรฐานสากลแพทย์ปัจจุบัน (วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ) และแบบแพทย์แผนไทยหรือแพทย์ทางเลือก (แผนโบราณพื้นบ้าน) เช่น การผ่อนคลายหลังจากแข่งและชมกีฬาด้วยการนวดแผนไทย นวดบำบัด การนวดน้ำมันมะพร้าว การนวดลูกประคบสมุนไพร อบสมุนไพร ทานอาหารสุขภาพพื้นบ้าน นอนพักบ้านดิน เป็นต้น

1.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

1.3.1 การส่งเสริมโครงการฟื้นฟูอนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ โดยการสนับสนุนการจัดโครงการฟื้นฟู อนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ หรือศรีบุรีรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชน นักเรียน และนักศึกษา รวมทั้งประชาชนทั่วไปเกิดการเรียนรู้ ฟื้นฟู อนุรักษ์ สืบสาน และพัฒนาวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอีสานใต้ให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการคัดเลือกกิจกรรมกีฬาและการเล่นพื้นบ้านในแต่ละจังหวัดโดยแบ่งตามชาติพันธุ์ หรือเอกลักษณ์จังหวัด

1.3.2 การพัฒนาเป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยวกีฬา วิถีวัฒนธรรมเกษตรสุขภาพ (Hub of Sport Agricultural and Health Tourism) โดยการสร้างและพัฒนาให้จังหวัดบุรีรัมย์

เป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยว กีฬา เกษตรและสุขภาพวิถีวัฒนธรรมและเชื่อมโยงจังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ ทั้งนี้ต้องมีการบูรณาการและเชื่อมโยงเพื่อสร้างความสมดุลการกีฬาเชื่อมการเกษตรโดยมีสุขภาพมาร่วมด้วย ซึ่งจะส่งผลต่อชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรกรจะได้รับประโยชน์ในระยะยาวด้วยการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายและมีความเป็นมืออาชีพด้านกีฬา เกษตรเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นการรองรับและเป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หรือกลุ่มผู้มีความสนใจด้านสุขภาพที่มีความต้องการมาพักผ่อน ฟินฟูสุขภาพเป็นช่วงเวลา มีโปรแกรมทางการท่องเที่ยวกีฬาและสุขภาพบำบัดฟื้นฟู อาหารเพื่อสุขภาพและปลอดภัย เป็นต้น

1.4 การท่องเที่ยวเชื่อมโยง 3 ฤดูกาลแห่งอีสานใต้ โดยมีการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาลอิงเกณฑ์ภูมิอากาศและช่วงเดือน เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ตลอดปี ประกอบด้วย 3 เส้นทางหลักคือ

(1) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงหน้าหนาวหรือช่วงเดือนตุลาคม- มกราคม คือ เส้นทางนั่งช้าง (หมู่บ้านช้างสุรินทร์) ชมหมอก (ผามออีแดง ศรีสะเกษ) สวนดอกไม้ (เพ ลา เพลินบุรีรัมย์)

(2) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงฤดูร้อนหรือช่วงเดือนกุมภาพันธ์- พฤษภาคม คือ เส้นทางเขาบึงเฒ่าชัยภูมิใหม่ไทย (งานสงกรานต์)

(3) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงฤดูฝนหรือช่วงเดือนมิถุนายน- กันยายน คือ ปลูกผลไม้ (ชมชิมซื้อผลไม้ศรีสะเกษ) วิถีชุมชน (วัฒนธรรมชะแมร์ กวย) คนรักกีฬา (สนามกีฬา ไอโมบาย และสนามช้างจังหวัดบุรีรัมย์) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกลุ่มจังหวัด

โดยการเน้นการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

2.1 การพัฒนาแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 แนวทางย่อย คือ

2.1.1 การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับกลุ่มจังหวัด โดยสร้างวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดที่มีทิศทางนำไปสู่การเป็น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการที่เป็นเลิศ หรือการสร้างเมืองแห่งกีฬา (Sport City) โดยมีการลงทุน พัฒนาระดับโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา การส่งเสริมกิจกรรมทางการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และ ช่องทางการตลาดบนฐานการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) การพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น

2.1.2 การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาและวัฒนธรรม โดยการกระตุ้นการลงทุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาที่มีศักยภาพ ดึงดูดทางการท่องเที่ยวสูงของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นด้วยความคิดสร้างสรรค์ ความอสังการ ความเป็นมาตรฐานที่ยอมรับในระดับโลก ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ ความประณีตเฉพาะ ความรวดเร็ว การเป็นผู้นำสินค้าและบริการใหม่ หรือความครบถ้วนทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.1.3 การสร้างแหล่งท่องเที่ยวครบวงจรและขนาดใหญ่ โดยเน้นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีการศักยภาพดึงดูดสูงหรือเป็นแลนด์มาร์คแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เป็นการเสริมศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่สามารถเป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวและรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ หรือจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ ได้มากขึ้น เช่น การโหนสลิงข้ามหุบเขาหรือวิวทุ่งนา เป็นต้น

2.1.4 การสร้างศูนย์บริการทางการกีฬาในเขต 3 จังหวัด โดยการสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการทางสถานบริการสุขภาพและกีฬาในการสร้างมาตรฐานการบริการและการประกอบการในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ซึ่งอาจบูรณาการกับภาควิชาหน่วยงานภาครัฐที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาทางด้านกีฬาในการสร้างความร่วมมือร่วมกัน เช่น ความร่วมมือกับการกีฬาแห่งประเทศไทยที่กำลังจะดำเนินการพัฒนาและยกระดับศูนย์บริการทางการกีฬาส่งกลางและภูมิภาคให้ได้มาตรฐานและครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดการศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติในการเก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาให้ได้มาตรฐานในรูปแบบศูนย์ฝึกอบรมการกีฬาแห่งประเทศไทย (National Training Center : NTC) เพื่อให้เป็นศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐานและครบวงจร ทั้งในด้านสถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อม สถานที่พัก นักกีฬา สถานที่บริการ ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในสาขาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการทางการกีฬา ได้แก่ นักกีฬา บุคลากรทางการกีฬา ประชาชนทั่วไป หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ

2.2 กิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

2.2.1 การส่งเสริมศักยภาพเพื่อยกระดับอันดับผลการแข่งขันระดับคุณภาพ ด้วยการชนะผลการแข่งขันและได้ครองถ้วยแชมป์การแข่งขันทุกระดับ หรือมีสถิติการแข่งขันที่มียอมรับระดับชาติและนานาชาติ

2.2.2 การจัดกิจกรรมระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่ การส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่จังหวัดเพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น เช่น การประกวดวงโยธวาทิตโลก การแข่งขันซูเปอร์ GP ระดับโลก มหกรรมงานเลี้ยงช้างโลก งานแสดงช้างระดับโลก โดยการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ดังกล่าวจะส่งผลต่อการกระตุ้นทางเศรษฐกิจและการสร้างโอกาส

ทางการตลาดให้แก่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่และสามารถสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้เพิ่มเติมในช่วงเวลาก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว

2.3 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

2.3.1 การบูรณาการและเชื่อมโยงการตลาดร่วมกัน โดยมีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และแนวทางการท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ หรือการท่องเที่ยวศรีบูรินทร์ โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ หรือระหว่างจังหวัด การส่งเสริมการตลาดระหว่างกลุ่ม ด้วยการจัดโครงการสร้างความร่วมมือระหว่างคลัสเตอร์การท่องเที่ยว เช่น การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบูรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมและประเทศลาว การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบูรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวลำปาง เป็นต้น

2.3.2 การพัฒนาระบบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Tourism) การนำเสนอบริการด้วยสารสนเทศและเทคโนโลยีสมัยใหม่ผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ (Digital Tourism) เช่น ระบบติดต่อซื้อขายบริการอัตโนมัติ ระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ระบบค้นหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวออนไลน์ ระบบบริการสารสนเทศและการปิดการขายด้วยระบบออนไลน์ ระบบอัตโนมัติห้องพักรวมระบบการสั่งอาหารด้วยมือถือ เป็นต้น

2.4 ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก ผู้สนับสนุนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการบูรณาการและเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ การกำหนดแนวปฏิบัติและมาตรฐานการแบ่งปันทรัพยากรและความร่วมทางการค้าระหว่างสมาชิกเครือข่ายเพื่อสร้างขีดความสามารถและศักยภาพทางการบริการเพิ่มขึ้น อาทิ การวางมาตรฐานราคาและส่วนลดพิเศษทางธุรกิจแก่ธุรกิจเพื่อนสมาชิกร่วมกัน การเชื่อมโยงโปรแกรมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนสมาชิกโรงแรมที่พักและร้านอาหาร การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรร่วมกันระหว่างกลุ่มประเภทธุรกิจเดียวกัน การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนสมาชิกกลุ่มชุมชนในพื้นที่ การได้รับสิทธิการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนและพัฒนาทางการตลาดจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว

โดยเน้นการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

3.1 การจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 แนวทางย่อยคือ

3.1.1 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวระดับศรีบูรินทร์ โดยกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเสริมจากธุรกิจหลัก ด้วยการวางทิศทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ คือ โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ที่มีศักยภาพ และหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ร่วมกันสร้างมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสร้างเพิ่มมูลค่าและคุณค่าสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ เป็นต้น

3.1.2 การพัฒนามาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ สู่อาเซียน สอดคล้องกับการส่งเสริมและพัฒนาตามโครงการจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยกิจกรรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านทักษะภาษาอังกฤษและประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา) ควรส่งเสริมและพัฒนามาตรฐาน โดยเฉพาะกลุ่มบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในระดับมาตรฐานอาเซียน เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้านอาเซียนของประเทศไทย และสามารถขยายการบริการทางการนำเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนได้มากขึ้น

3.1.3 การพัฒนามาตรฐานร้านอาหารปลอดภัย ปัจจุบันมีการออกกฎหมายและคุ้มครองทรัพย์สินและสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ โดยเฉพาะผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวควรจะมีการส่งเสริมและการจัดการควบคุมเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านร้านอาหารปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกไว้วางใจในการรับบริการแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.1.4 การพัฒนามาตรฐานครัวไทยสู่ครัวโลก ยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศไทยที่สำคัญวาระหนึ่งคือ การพัฒนาครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการส่งเสริมและการพัฒนาผู้ประกอบการสมาชิกพัฒนาสินค้าและบริการด้านอาหารไทยให้ได้มาตรฐานและมีความคิดสร้างสรรค์นำภูมิปัญญาด้านอาหารของไทยประยุกต์ให้มีมาตรฐานด้านรสชาติและการใช้วัตถุดิบที่ประยุกต์ได้ให้เข้ากับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถรับประทานได้ หรือให้พัฒนาสูตรให้เป็นสากลมากขึ้น

3.2 การต้อนรับและการบริการของบุคลากร ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

3.2.1 การพัฒนามาตรฐานการบริการ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการควรต้องคำนึงถึงมาตรฐานคุณภาพด้านการบริการเป็นหลักแก่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะบ่งบอกถึงการบริการที่จะต้องสร้างความประทับใจนอกจากการเรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชน ตลอดจนทั้งการท่องเที่ยวด้านกีฬาและนันทนาการก็เช่นเดียวกัน ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรที่จะสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยง

สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ควรมีมาตรฐานการบริการเดียวกัน เพื่อสร้างเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัด

3.2.2 การพัฒนาบุคลากรทางสายวิชาชีพทางกีฬาและการท่องเที่ยว (The Profession of Sports and Tourism) โดยต้องมีการวางแผนด้านบุคลากรที่มีคุณวุฒิและได้มาตรฐานทางวิชาชีพในพื้นที่กับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อผลิตบุคลากรตามมาตรฐานหลักสูตรสายวิชาการและวิชาชีพเฉพาะทางด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและสุขภาพ ได้แก่ บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ บุคลากรด้านมัคคุเทศก์ บุคลากรด้านนันทนาการ บุคลากรด้านการบริการโรงแรมที่พัก บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร บุคลากรด้านการสปาและเสริมความงาม เป็นต้น เพื่อส่งต่อระดับงานให้แก่สถานประกอบการทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกีฬา

3.3 ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

3.3.1 การพัฒนามาตรฐานการบริษัทยาเที่ยวและมัคคุเทศก์ดีทะเบียน ด้วยพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มีความมุ่งเน้นที่จะให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและสามารถเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการธุรกิจที่มีมาตรฐาน ดังนั้นกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการกำหนดมาตรฐานของบริษัทยาเที่ยวและมัคคุเทศก์สมาชิกให้ปฏิบัติตามมาตรฐานกลางอย่างเคร่งครัด หรือส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มพัฒนาให้ได้การรับรองมาตรฐานระดับคุณภาพขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว และมีบัตรมัคคุเทศก์เพื่อจะได้สร้างความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.3.2 การพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกโดยเฉพาะกลุ่มประเภทโรงแรมและที่พักมีการสร้างมาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว ตามแนวทางของการส่งเสริมและพัฒนาของกรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อสร้างการยอมรับในมาตรฐานและการให้บริการเฉพาะที่มีเอกลักษณ์การส่งเสริมและรักษาสิ่งแวดล้อมตามแนวโน้มของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3.4 ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 แนวทางย่อยคือ

3.4.1 การพัฒนามาตรฐานราคาสินค้าและบริการที่เป็นธรรม โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ จะต้องร่วมกันสร้างมาตรฐานด้านราคาสินค้าและบริการให้มีทิศทางเดียวกัน และมีการจัดการควบคุมราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสม เช่น ค่าที่พักโรงแรมที่มีเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพและราคาเดียวกัน ราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันมีการกำหนดชุดราคาเดียวกัน ราคาค่าบริการขนส่งโดยสารมีเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งสมาชิกกลุ่มควรจะมีการกำหนดเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกัน

3.4.2 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการบนฐานสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยยุทธศาสตร์จังหวัดที่กำหนดดัชนีชี้วัดด้านสังคมไว้ควบคู่กับด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นทางกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการ

ทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้เกิดความประทับใจในการให้บริการและสร้างความรู้สึกลดภัยแก่นักท่องเที่ยวได้

3.4.3 การพัฒนามาตรฐานสิ่งแวดล้อมยั่งยืน การสร้างมาตรฐานที่สำคัญอีกประการที่เป็นตัวชี้วัดความยั่งยืนคือด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาธุรกิจทางการท่องเที่ยวทุกประเภทควรให้ความสำคัญต่อการสร้างและจัดการระบบสิ่งแวดล้อมที่ดี และสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการกำหนดแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

3.1 ได้ข้อมูลสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ รายจังหวัดจำนวน 3 ชุด และกลุ่มจังหวัดจำนวน 1 ชุด

3.2 ได้ข้อมูลศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ รายจังหวัดจำนวน 3 ชุด และกลุ่มจังหวัดจำนวน 1 ชุด

3.3 ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษจำนวน 1 ชุด

3.4 ได้รูปแบบเส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกีฬาและนันทนาการเชื่อมโยงจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ กลุ่มจังหวัด จำนวน 1 ชุด

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

4.1 เสนอรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และรูปแบบเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการฯ ต้นแบบแก่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

4.2 เสนอรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษและรูปแบบเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กีฬาและนันทนาการฯ ต่อหน่วยงานทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ อีกทั้งสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

4.3 ตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารการวิจัย และเผยแพร่งานวิจัยในเวทีประชุมวิชาการและการวิจัยระดับชาติหรือนานาชาติ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อ.....	ข
Abstract.....	ง
บทสรุปผู้บริหาร.....	ฉ
สารบัญ.....	พ
สารบัญภาพ.....	ย
สารบัญตาราง.....	ร
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
ความสำคัญการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวข้อง.....	10
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560.....	10
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว.....	12
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว.....	15
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว.....	22
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	28
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์.....	28
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์.....	31
สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ.....	36
สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่ม จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	39
สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการจังหวัด บุรีรัมย์.....	40
สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการจังหวัด	

	หน้า
สุรินทร์.....	48
สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการจังหวัด	
ศรีสะเกษ.....	61
แนวคิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว.....	70
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	78
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	86
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	90
ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิง	
วัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้	
ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	92
การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	92
การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ	
นันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์	
สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	92
การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา	
และนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัด	
บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	97
ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการ	
ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ	
ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	98
ระยะที่ 3 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการ	
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว	
ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	98
การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	
เชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของกลุ่ม	
จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	92
การอภิปรายแบบคณะ.....	92
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	103
ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ.....	103

	หน้า
การศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560.....	103
การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	104
การศึกษาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ นันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	105
การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ นันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	106
การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	110
การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัด บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	124
การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	127
การร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ด้วยการจัดประชุมเชิง ปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม.....	128
การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	137
การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่ม จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้วยการอภิปรายแบบคณะ.....	142
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	151
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	151
ความสำคัญของการวิจัย.....	151
วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	152

	หน้า
สรุปผลการวิจัย.....	155
ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ	155
ศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ	
นันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัด	
บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ.....	158
การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการ	
ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ	
ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	159
อภิปรายผล.....	167
ข้อเสนอแนะ.....	174
ข้อเสนอแนะในการนำการวิจัยไปใช้.....	174
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	175
บรรณานุกรม.....	176
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย	185
ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรมผลการวิจัยและการศึกษาวิจัย	231
ภาคผนวก ค ประวัตินักวิจัย.....	250

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : ล้านบาท).....	29
2.2 สถิตินักท่องเที่ยวย้อนหลัง 3 ปี (ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2554).....	30
2.3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (หน่วย : คน).....	31
2.4 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (หน่วย : คน).....	31
2.5 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (หน่วย : บาท).....	32
2.6 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (หน่วย : บาท).....	33
2.7 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : ล้านบาท).....	34
2.8 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : บาท).....	34
2.9 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : บาท).....	36
2.10 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : ล้านบาท).....	36
3.1 การสรุปกิจกรรมการดำเนินงานและผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	93
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม.....	100
4.2 ด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้).....	103
4.3 ด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้).....	106
4.4 ด้านคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้).....	110
4.5 ด้านคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้).....	111

ตาราง	หน้า
4.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้.....	112
4.7 ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....	112
4.8 ด้านความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว.....	113
4.9 ด้านการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคี เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง.....	113
4.10 ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็น เส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้.....	114
4.11 การเปรียบเทียบเวลาในการจัดกิจกรรมของชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถ ดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ..	116

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 ตัวชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนา.....	11
2.2 การวิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์.....	27
2.3 รายได้จากการท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2552-2555.....	28
2.4 ข้อมูลความสัมพันธ์ที่มีแนวโน้มแปรผันตามกัน : จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) และรายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) ระหว่างปีพ.ศ. 2552 – 2555.....	29
2.5 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	31
2.6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559.....	32
2.7 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559.....	33
2.8 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559	34
2.9 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์.....	39
2.10 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์.....	48
2.11 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ.....	59
2.12 ลำดับชั้นความต้องการและการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน.....	67
2.13 ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม.....	69
2.14 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	83
3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	85
4.1 การวิเคราะห์ตำแหน่งทางพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ 10 ลำดับแรกของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และ ศรีสะเกษ.....	115

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาปี พ.ศ. 2558 – 2560 เน้นกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการเกษตร แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์คือ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิต อีสานได้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558 : 22-24)

ในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดสุรินทร์ได้รับการคัดเลือกเข้าในโครงการ “12 เมืองต้องห้าม พลาดพลัส” ทั้งนี้เนื่องจากมีจุดเด่นสำคัญสามประการหลักคือ การที่ชาวแกมพูชาในตลาดระดับบนนิยมเข้ามาตรวจสอบสุขภาพ และรักษาโรคในโรงพยาบาลจังหวัดสุรินทร์ทั้งภาครัฐและเอกชน ด้วยคุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์ และพยาบาลที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาเขมร การมีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังประเทศแกมพูชาผ่านด่านช่องจอม และกิจกรรม “งานช้างจังหวัดสุรินทร์” เป็นงานที่แสดงควมยิ่งใหญ่ที่สามารถ

ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สำหรับจังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่เป็นประตูเชื่อมโยงอารยธรรมขอมโบราณ โดยมีความร่วมมือในรูปแบบวงกลมทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอินโดจีน ไทย-ลาว-กัมพูชา-เวียดนาม ก่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว 3 ประเทศ 7 จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี-ศรีสะเกษ (ไทย) จำปาสัก-สาละวัน(ลาว) พระวิหาร-อุตรมีชัย-สตึงเตร็ด (กัมพูชา) (จาตุรงค์ เฟื่องนรพัฒน์, มาลี ไชยเสนา และสุวัชร ศรีทองแสง. 2560 : 82)

จากรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2559 (กลุ่มวิจัยและแผนเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และกีฬา. 2559 : 62) พบว่าเมื่อพิจารณารายได้รวมตลอดปี พ.ศ. 2559 สำหรับโครงการ 12 เมือง ต้องห้าม..พลาดสามารถสร้างรายได้จากท่องเที่ยวมูลค่า 72,477.71 ล้านบาทโดยจังหวัดบุรีรัมย์และราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวของรายได้สูงในสองลำดับแรก และโครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาดพลัส จำนวน 74,631.52 ล้านบาท โดยจังหวัดนครปฐมและสระแก้วเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวของรายได้สูงเป็นสองลำดับแรก ซึ่งสูงกว่าโครงการ 12 เมืองต้องห้าม..พลาดเพราะมีการกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง ดังนั้นหากทำการพิจารณาถึงจุดอ่อนของสถานการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์จะพบว่านักท่องเที่ยวจะมีการกระจุกตัวในช่วงที่มีการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ ทำให้ที่พักในตัวเมืองมีปริมาณไม่พอเพียง และหากทำการวิเคราะห์จุดเด่นของจังหวัดสระแก้วในโครงการ 12 เมืองต้องห้าม..พลาดพลัสที่มีการขยายตัวของรายได้สูงพบว่ามีจุดเด่นที่สำคัญคือ การมีตลาดโรงเกลือซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าราคาถูก การมีการท่องเที่ยวชายแดนบริเวณจุดผ่านแดนบ้านคลองลึกไปยังประเทศกัมพูชา การมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การมีสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และการมีการคัดเลือกตัวแทนนักกีฬาจาก 14 จังหวัดเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬายาวชนแห่งชาติ อีกทั้งรายงานสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (กรมการท่องเที่ยว. 2557 : 7-1 – 13-9) ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ครั้งแรกส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนและท่องเที่ยวจังหวัดเดียวด้วยรถยนต์ส่วนตัว สิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และอาหาร ในขณะที่ชาวต่างชาติจะเที่ยวหลายจังหวัดด้วยรถยนต์ส่วนตัวสิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และช่วงเทศกาล กรณีของจังหวัดสุรินทร์พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ครั้งแรกส่วนใหญ่ท่องเที่ยวหลายจังหวัดเดินทางมาเองด้วยรถยนต์ส่วนตัว สิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และอาหาร ส่วนจังหวัดศรีสะเกษนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจังหวัดศรีสะเกษเป็นครั้งแรกส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวจังหวัดเดียว ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะท่องเที่ยวหลายจังหวัด โดยสิ่งที่เหมือนกันคือ การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและ สิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวสามลำดับแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และอาหาร

จังหวัดบุรีรัมย์หรือเมืองปราสาทสองยุค คือหนึ่งปราสาทสายฟ้าซึ่งเป็นทีมฟุตบอลที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบกับการมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามฟุตบอล “ไอ-โมบาย

สเตเดียม” หรือชื่ออย่างเป็นทางการว่า ธันเดอร์ คาสเซิล สเตเดียม (Thunder Castle Stadium) ซึ่งเป็นสนามฟุตบอลแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้มาตรฐานระดับเวิลด์คลาสจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation International de Football Association) และมาตรฐานระดับเวิลด์คลาสจากสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation) (บุรีรัมย์กฐ. 2560 : 1) สถานที่ออกกำลังกาย สวนสาธารณะ สถาบันการศึกษาที่มีความรู้ในการออกกำลังกาย เป็นต้น ส่งผลทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งจะมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งละ 10,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน และมีความถี่ในการท่องเที่ยว 2 ครั้งต่อปี (วัชร ชัยกุลและเทิดชาย ช่วยบำรุง. 2560 : 90) และสองปราสาทอารยธรรมขอม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ ปราสาทสระบัว อังกูร์พนมรุ้ง อีกทั้งในปี พ.ศ. 2557 ได้มีการเปิดจุดผ่อนปรนทางการค้าช่องสายตะกู ที่ตำบลจันทบเพชร อำเภอบ้านกรวด กับบ้านจูปโกก ตำบลอำปูล อำเภอบันเตียอำปูล จังหวัดอุดรธานี ประเทศกัมพูชา และอยู่ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ประมาณ 70 กม. (ประชาชาติธุรกิจ. 2060 : 1) ซึ่งทำให้เกิดการเชื่อมโยงอารยธรรมขอมโบราณกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในด้านการเลี้ยงช้างจนได้รับขนานนามว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่” ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ถึงวิถีชีวิต ความผูกพัน ประเพณีและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับช้าง และในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้จังหวัดสุรินทร์เป็นเมืองต้องห้ามพลาดพลัส ด้วยโอกาสที่สำคัญสามประการคือ การที่ชาวกัมพูชาในตลาดระดับบนนิยมเดินทางเข้ามาตรวจสอบสุขภาพและรักษาโรคในโรงพยาบาลจังหวัดสุรินทร์ ทั้งโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน ด้วยคุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์และพยาบาลที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาเขมร การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวสุรินทร์ไปยังประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนคือกัมพูชาผ่านด่านช่องจอม และวิถีชีวิตชุมชนกับการเลี้ยงช้าง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560 : 54) สำหรับจังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่เป็นประตูเชื่อมโยงอารยธรรมขอมโบราณ โดยมีความร่วมมือในรูปแบบวงกลมทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอินโดจีน ไทย-ลาว-กัมพูชา-เวียดนาม ก่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว 3 ประเทศ 7 จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี-ศรีสะเกษ (ไทย) จำปาสัก-สาละวัน(ลาว) พระวิหาร-อุดรธานี-สรวงเทริด (กัมพูชา)

จากที่ได้กล่าวมาแล้วจึงทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงโอกาสที่จะพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษขึ้นเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยง ส่งเสริมความร่วมมือและส่งเสริมนักท่องเที่ยวให้กระจายไปยังจุดต่าง ๆ ให้เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับโครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาดพลัส ซึ่งประสบความสำเร็จจากการกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรอง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560 : 12) ทั้งนี้นอกจากทั้งสามจังหวัดจะมีการเชื่อมโยงในลักษณะของเขตพื้นที่แล้ว ยังมีความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและ

ปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทภูมิโพน กลุ่มปราสาทตาเมือน จังหวัดสุรินทร์ ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาทโดนตวล ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทวัดสระกำแพงน้อย ปราสาทบ้านปราสาท (ปราสาทห้วยทับทัน) ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาทปรางกู ปราสาทตำหนักไทร พระธาตุเรืองรอง จังหวัดศรีสะเกษ ในขณะเดียวกันก็มีความหลากหลายทางเอกลักษณ์วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ ได้แก่ ไทยเขมร ไทยลาว ไทยกูย ไทยยอ ไทยเยอ เป็นต้น โดยแต่ละชาติพันธุ์จะมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมที่แตกต่างกัน เช่น รูปแบบการดำรงชีวิตการแต่งกายอาหารการกิน เครื่องมือเครื่องใช้ ศิลปะดนตรีขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาลท้องถิ่น และสิ่งที่สำคัญในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว การมีจุดเชื่อมต่อไปยังประเทศกัมพูชาได้ถึงสองจุดคือผ่านจุดผ่านแดนถาวรไทย-กัมพูชาทางด้านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ และ ด้านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีในการรับต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติจากประเทศกัมพูชาซึ่งมีจำนวนมากกว่า 3.5 ล้านคน ที่มีความสนใจในด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีโบราณและธรรมชาติของประเทศกัมพูชา (อิทธิ พิศาลวานิช. 2558 : 1) ที่ไม่แตกต่างจากจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางการในการสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งร่วมกันระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษต่อไป

คำถามการวิจัย

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษที่ผ่านมาเป็นอย่างไร
2. ศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เป็นอย่างไร
3. ข้อเสนอเชิงนโยบายพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
2. เพื่อประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
3. เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ความสำคัญของการวิจัย

1. กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

2. นายกสมาคมการท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ สามารถนำแนวทางดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาเพื่อให้เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงส่งเสริมความร่วมมือระหว่างทางบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1.1 ระยะที่ 1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้

1.2 ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย (1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ (3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

1.3 ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย ((1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ (3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

2. ขอบเขตประชากร สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

2.1 ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

2.1.1 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1.1 ประชากรคือ กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 148 ราย โดยแยกตามรายจังหวัดมีจำนวนสมาชิกของสมาคมแต่ละจังหวัดคือ

- (1) สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีสมาชิกจำนวน 62 ราย
- (2) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีสมาชิกจำนวน 46 ราย
- (3) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ มีจำนวนสมาชิก 40 ราย

2.1.1.2 กลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) จังหวัดบุรีรัมย์ประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 9 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 6 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 3 ราย ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สถาบันการศึกษาจำนวน 2 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

(2) จังหวัดสุรินทร์ประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 11 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 5 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย หน่วยงานการท่องเที่ยวจำนวน 4 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สถาบันการศึกษาจำนวน 1 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย สถานบันเทิง/สถานประกอบการบริการสุขภาพจำนวน 2 ราย

(3) จังหวัดศรีสะเกษประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 10 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 3 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 4 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย หน่วยงานการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 2 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

2.1.2 การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ด้วยการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างคือ นายกสมาคมท่องเที่ยว ตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดละ 10 ราย รวมเป็น 30 ตัวอย่าง โดยการเจาะจงกับตัวแทนที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาคมท่องเที่ยวจังหวัด

2.2 ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation Influence Control : AIC) ประกอบกับเทคนิคการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เทคนิคการระดมสมอง กับกลุ่มตัวอย่างผู้นำและตัวแทนสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 จังหวัดทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จังหวัดละ 50 ราย รวมทั้งหมด 150 ราย ได้แก่

(1) กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวหรือที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งสามจังหวัด จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย

(2) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ (ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมแต่มีความต้องการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ) จำนวนจังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย

(3) ตัวแทนกลุ่มภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และตัวแทนภาคีเครือข่ายภาครัฐและชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย

2.3 ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

2.3.1 การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยการทดลองเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยว “เส้นทางอารยธรรมวิถีวัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรัมย์” โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและหรือความต้องการที่จะเข้าร่วมเดินทางตามโครงการนำร่องจำนวน 10 คน เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการอภิปรายรายละเอียด

2.3.2 การอภิปรายแบบคณะ (Panel Discussion) ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ รักษาการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ (ผู้ดำเนินรายการ) พร้อมด้วยสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จำนวน 80 ราย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. ข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ในสามลักษณะคือ

1.1 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ หมายถึง การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เพื่อบริการกลุ่มนักท่องเที่ยวในตลาดย่อย ซึ่งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสามารถปรับตามความต้องการ หรือความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว

1.2 การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวหลาย ๆ อย่างทั้งในเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

1.3 การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง การกำหนดมาตรฐานการให้บริการและความปลอดภัยในทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยด้วยการบริการที่มีคุณภาพและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนได้อย่างต่อเนื่อง

2. กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว หมายถึง การรวมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เช่น หน่วยงานทางการท่องเที่ยว หน่วยงานท้องถิ่น ชุมชน ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา

3. สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร สินค้าของฝากของที่ระลึก การนำเที่ยว การขนส่งโดยสารที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ดำเนินการบริการแก่นักท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีแรงคลใจหรือสิ่งกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม

ทั้งในส่วนของประวัติศาสตร์ งานประเพณี วิถีชีวิตในชนบท ด้วยความตระหนักถึงคุณค่า ความเคารพและในเกียรติในวัฒนธรรมนั้น

5. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีแรงดลใจ หรือสิ่งกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เพื่อเล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ โดยมีจุดประสงค์เพื่อสุขภาพหรือการแข่งขัน รวมถึงในนักท่องเที่ยวในฐานะผู้ติดตาม ทีมงาน ผู้ชม กองเชียร์

6. การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีแรงดลใจ หรือสิ่งกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นเริง บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย เช่น สนามกีฬา อุทยานดอกไม้ ถนนคนเดิน เป็นต้น

7. ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง ชนิดแหล่งท่องเที่ยว ชนิดกิจกรรม ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

8. คุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง ชนิดของที่พักในการเดินทาง การท่องเที่ยว ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

9. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่ทำให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

10. การเข้าถึง หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง การคมนาคม การเผยแพร่ข้อมูลเพื่อให้สามารถรู้จักหรือไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

11. การบริหารจัดการ หมายถึง การทำให้การดำเนินงานทางการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

12. การสนับสนุนของหน่วยงาน หมายถึง การสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีความมุ่งมั่นเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษเพื่อประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ดังนั้นเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560
2. สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
3. สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
4. แนวคิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

จากยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยพ.ศ. 2558 – 2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558 : 18 -33) ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ 3 ปีถัดจากนี้ไป โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ภารกิจที่จะต้องดำเนินการควบคู่และเกื้อหนุนกันทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมตลาดด้านการพัฒนาสินค้าและบริการและด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์ “วางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน”

เป้าหมาย

1. ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท และเป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

2. สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้มแข็ง

3. ทุกภาคส่วนมีจิตสำนึกในการพัฒนาโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน

พันธกิจ

1. กระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย

2. พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน

3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการทำงานเชิงบูรณาการเชื่อมโยง

ระดับชาติ ภูมิภาคและท้องถิ่น

ดัชนีชี้วัด

1. รายได้จากการท่องเที่ยว 2.5 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2560

2. จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 5 พันล้านบาท/ปี มีจำนวนเพิ่มขึ้น

3. อัตราการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวหรือ Low Season เพิ่มขึ้น

4. นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจ

ต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

5. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบาง

6. อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยดีขึ้น โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัย

ซึ่งตัวชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนาสามารถแสดงได้ดัง ภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ตัวชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนา

ที่มา: (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558 : 19)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว

ผลการพัฒนาที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะขาดสมดุลและมีความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเติบโตเป็นไปในลักษณะก้าวกระโดดจนเกิดปัญหาการรองรับไม่เพียงพอ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่วนแบ่งตลาด 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดมาจาก 2 ตลาด คือ ตลาดจีนและรัสเซีย และรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 2 ใน 3 มาจากจังหวัดท่องเที่ยวเพียง 5 จังหวัด ดังนั้น หากเกิดเหตุการณ์ทางลบในตลาดหรือจังหวัดท่องเที่ยวหลัก จะส่งผลต่อการเติบโตของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทันที ซึ่งเคยปรากฏชัดเจนในช่วงวิกฤตต่าง ๆ ที่ผ่านมา เช่น เหตุภัยพิบัติจากคลื่นสึนามิ จังหวัดภูเก็ต เหตุมหาอุทกภัยปี พ.ศ. 2554 และเหตุความไม่สงบทางการเมืองในกรุงเทพฯ เป็นต้น ดังนั้น การผลักดันและนำประเทศไทยสู่ความมั่นคง และยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาลโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือนั้นจะต้องสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนเพื่อวางรากฐานการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว

สำหรับยุทธศาสตร์ด้านการตลาดที่รองรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวนั้นมีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปรับภาพลักษณ์ประเทศไทยในได้แบรนด์ (Amazing Thailand (Rebranding) ยกระดับตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคุ้มค่า (Variety and Value for Money Destination) สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Leisure Destination)
2. ปรับโครงสร้างตลาด (Market Restructuring) โดยขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลางถึงบนที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายสูงอีกทั้งมีพฤติกรรมเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยสนใจเรียนรู้และสร้างผลกระทบต่อประเทศไทยต่ำให้การเติบโตของรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่าย
3. ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทาน (Rebalancing) ให้เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดท่องเที่ยว และการกระจายรายได้สู่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพรอง สร้างโอกาสให้ประชาชนไทยได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรักความภูมิใจในความเป็นไทยตลอดจนเกิดความผูกพันในครอบครัวและหมู่คณะ อันจะเป็นการสร้างรากฐานอันเข้มแข็งของสังคม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งนี้

และมีกลยุทธ์การดำเนินงานประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination เน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำสร้างเอกลักษณ์และส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทย ภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย และบริหารจัดการภาพลักษณ์ทางลบ ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่ามีความเข้มแข็งสามารถส่งเสริมสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination และ มาตรการยกระดับคุณภาพ Value Chain ดังนี้

1.1 มาตรการปรับตำแหน่งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น Quality Leisure Destination มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันและสื่อสารในทางเดียวกัน เพื่อสร้างการรับรู้ประเทศไทยเป็น “Quality Leisure Destination” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐานและสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ “วิถีไทย” เป็นเนื้อหาในการสื่อสาร สื่อสารภาพลักษณ์โดยใช้เทคโนโลยีใหม่โดยให้นักท่องเที่ยวช่วยบอกต่อ (User Generated Content) รวมทั้งสร้างให้เกิดการเชื่อมโยงเนื้อหาจากคนไทยสู่ต่างประเทศ (Inside-out IMC) สร้าง Cluster Branding ทั้ง 8 Cluster ให้เชื่อมโยงกับ Quality Leisure Destination ร่วมมือกับพันธมิตรที่มีคุณภาพระดับโลก (Co-brand/Quality Alliance) เพื่อพ่วงยกระดับแบรนด์ประเทศไทย เช่น ส่งเสริม World Heritage sites ร่วมกับ UNESCO ส่งเสริมการขายผู้ประกอบการที่มีคุณภาพร่วมกับบัตรเครดิต พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านบวกเพื่อกลบข้อมูลด้านลบ (Positive Negative Ratio) และสร้างเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤตบริหารจัดการ

1.2 มาตรการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ/ภาครัฐ/ชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน สร้างกลไกในการหาผู้ประกอบการที่มีคุณภาพใน Value Chain เพื่อเป็นต้นแบบกับผู้ประกอบการอื่น ๆ สร้างความเข้มแข็งเชิงการตลาดให้กับชุมชนในพื้นที่โดยเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ชุมชนสามารถทำการตลาดได้ด้วยตนเอง จัดกลุ่มสินค้าคุณภาพและสนับสนุนส่งเสริมให้มีการจัดทำสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาด เพื่อให้สามารถนำไปเสนอขายได้อย่างเหมาะสมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และส่งเสริมให้เกิดการประกอบการอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานสูง ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (2) ประชาชน สร้างกระแสให้คนไทยหันมาให้ความนิยมในการท่องเที่ยวเมืองไทย ภาคภูมิใจในความเป็นไทยทำให้วิถีไทยเกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมให้คนไทยเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้าง Quality Experience ให้นักท่องเที่ยว

2. กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม High Value ทั้งกลุ่มระดับกลางถึงบน กลุ่มความสนใจพิเศษ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าวิถีไทย และสร้างการเดินทางเชื่อมโยงให้ไทยเป็นประตูสู่อาเซียน โดยดำเนินการผ่าน 3 มาตรการ คือ มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก และมาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ ดังนี้

2.1 มาตรการเร่งเพิ่มรายได้ มีแนวทางการดำเนินงาน โดยการเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะที่มีแนวโน้มการใช้จ่ายสูง ได้แก่ กลุ่ม Health & Wellness, MICE, Green Tourism (Eco Luxury), Aging, Sport Tourism, Wedding & Honeymoon กลุ่มครอบครัว กลุ่มตลาดมุสลิม ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มที่สร้างผลกระทบต่อสังคมน้อยเช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่ม Responsible Tourists กลุ่ม Green Tourism ขยายฐานนักท่องเที่ยวตลาดหลักกลุ่มระดับกลางถึงบนจากเอเชีย (ไม่รวมจีน อินเดีย) ยุโรป (ไม่รวมรัสเซีย) อเมริกา ตะวันออกกลาง โอเชียเนีย เพิ่มการเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยหาตลาดทดแทน หรือกระตุ้นการเติบโตของตลาดที่เดินทางในช่วง Low Season นำเสนอสินค้าและกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าวิถีไทย 7 กลุ่ม (ขยายผลต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยว วิถีไทย) อาทิ Premium OTOP อาหารไทย(Gastronomy Tourism) บุติคริสตอ์รท์ การซื้อสินค้า (Shopping) รวมทั้งสินค้าเกษตร/วิถีชีวิตสังคมเกษตรศิลปวัฒนธรรม (Arts & Cultures)

2.2 มาตรการปรับโครงสร้างตลาดหลัก มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ขยายฐานตลาดกลุ่มระดับกลางถึงบนในพื้นที่ตลาดหลักทดแทนกลุ่มระดับล่าง รวมทั้งขยายฐานกลุ่มความสนใจพิเศษ และกลุ่ม FIT ตามกระแสแนวโน้มโลกที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเองตามความสนใจของตน โดยเฉพาะตลาดจีนอินเดีย รัสเซีย กำหนดเป้าหมายด้านจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ

2.3 มาตรการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ มีแนวทางการดำเนินงาน อาทิ ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางเดินทางท่องเที่ยวของอาเซียนโดยเน้นการส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศเพื่อนบ้านรวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองโดยเชื่อมโยงทางอากาศ เจาะกลุ่มตลาดใหม่ ได้แก่ ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา (บราซิล) แอฟริกา (แอฟริกาใต้) ยุโรปตะวันออก (โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก)

3. กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่มเน้นให้คนไทยทุกคนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจและข้อจำกัดด้านกายภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเรียนรู้ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ และเกิดความเข้าใจและภาคภูมิใจในความเป็นไทย ประกอบด้วยมาตรการสำคัญ คือ ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ขยายผลปรับแก้ไขข้อจำกัดของมาตรการคีนภาชีสำหรับนักท่องเที่ยวไทย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยกลุ่มต่างๆเช่น แรงงาน ข้าราชการ เกษตรกร กลุ่ม Corporate/Expats ผู้มีรายได้กลางถึงสูง

กลุ่มครอบครัว ผู้สูงอายุและผู้พิการ ส่งเสริมการเดินทางประชุมสัมมนาในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรจุเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรการศึกษา สนับสนุนการเดินทางศึกษาดูงานในประเทศไทยของเกษตรกร องค์กรบริการส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เกษตรกร เป็นต้น

4. กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล โดยดำเนินการผ่าน 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ และมาตรการส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว ดังนี้

4.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ มีแนวทางการดำเนินงานได้แก่ ส่งเสริมการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม เช่น เมืองท่องเที่ยวหลัก กลุ่มจังหวัด 8 Cluster 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เมืองเศรษฐกิจพิเศษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและ Creative Tourism ที่สอดคล้องกับ Thainess ที่กำหนดไว้ ชะลอการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่ที่อ่อนไหว และมีนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ

4.2 ส่งเสริมการกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว มีแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ ปรับทัศนคติของคนไทยให้ออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลและลาพักร้อนไปพักผ่อนในวันธรรมดา ส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มวิชาชีพอิสระ เช่น แพทย์ พยาบาล ทนาย นักธุรกิจ เจ้าของกิจการ นักแสดง เป็นต้น ส่งเสริมการลาพักร้อนในวันธรรมดาเพื่อเดินทางท่องเที่ยว อาทิ สร้างแรงจูงใจให้บริษัท/นายจ้างอนุญาตให้พนักงานสามารถลาพักร้อนไปท่องเที่ยว รวมทั้ง หามาตรการสนับสนุนการลาพักร้อนของข้าราชการ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกและความไม่สงบภายในประเทศมาอย่างต่อเนื่อง แต่การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้การรวมกลุ่มเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับหลายประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ส่งผลให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ เกิดการลงทุนของเอกชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นความท้าทายของการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว คือ จะทำอย่างไรให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับจำนวน

นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว กระจายรายได้สู่เกษตรกรและท้องถิ่น และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้นการจัดทำยุทธศาสตร์ในด้านนี้ จึงมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการรายสาขาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ การเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่สำคัญอีกประการคือ ปัญหาด้านความปลอดภัย การเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยว การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทายด้านการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและเกิดการเที่ยวซ้ำ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว จึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนามาออกเป็น 5 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

2.1 กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยได้กำหนดพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในระยะเร่งด่วนออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ดังนี้

2.1.1 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ยกย่องและส่งเสริมการค้าการลงทุน อุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้า

และบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสุขภาพชั้นนำของโลก ผ่านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและผู้สูงอายุ มีแนวทางการพัฒนา โดยยกระดับเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับสากล ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น เขตอุทยาน เกาะ ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.3 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่แสนระดับสากลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงสู่กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา โดยส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็น Tourism & Sport City พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานโดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.4 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลกบนฐานวัฒนธรรมอันดามัน ผ่านมาตรการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับ HighClass มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่ม

ประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานได้ร่วมสมัย ส่งเสริม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.1.6 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยว วิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ในระยะเร่งด่วนนี้จะให้ความสำคัญ ในการขับเคลื่อนพัฒนาการท่องเที่ยวของ 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวข้างต้น เพื่อเป็นพื้นที่นำร่อง อย่างไรก็ดี ยังได้มีการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีก 3 เขต เพื่อดำเนินการวางแผนพัฒนาใน ระยะต่อไป ได้แก่ (1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม โดยยังคงอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญา ท้องถิ่น และพัฒนาส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ตลอดจนพัฒนาคุณภาพ สถานประกอบการโรงแรม โฮมสเตย์ ร้านอาหาร และยกระดับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาคบริการให้ ได้มาตรฐาน (2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงมุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว ตามลำน้ำโขงเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมเทศกาล กิจกรรมประเพณีท้องถิ่นให้เป็นเทศกาล ระดับสากลและสนับสนุนกิจกรรมแข่งขันกีฬาทางน้ำ รวมถึงปรับปรุงมาตรฐานการอำนวยความสะดวกใน การตรวจลงตรา (VISA) และการผ่านแดน (3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มุ่งเน้น การฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ และให้ ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

2.1.7 พื้นที่ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด มีมาตรการสำคัญคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน พื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมี แนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนา พื้นที่ และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้น ยกย่องขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อ เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) และ พื้นที่จังหวัดเมืองรองส่งเสริมการสร้างสรรค์สินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2.1.8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราดสงขลา เชียงราย หนองคาย และสตูล มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศ เพื่อนบ้าน (ASEAN Connectivity) ผ่านมาตรการสำคัญคือ การส่งเสริมการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว แต่ละ Cluster และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ ส่งเสริมการค้า การลงทุน การบริการและระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ส่งเสริม

ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองชายแดน และกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม (CLMV) อินโดนีเซีย มาเลเซีย (IMT-GT) และจีน ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2.2 กลยุทธ์การพัฒนารายสาขา โดยประเด็นกลยุทธ์การพัฒนารายสาขา จะมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วยและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้านดังนี้

2.2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค ผ่านมาตรการยกระดับการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนามาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้มาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมและผลักดันให้สถานประกอบการนำมาตราฐานสากล (ISO) : มาตรฐานการบริการ สปาเพื่อสุขภาพไปปรับใช้ เพื่อพัฒนาผู้ให้บริการและสถานประกอบการของตนเอง ตรวจสอบขึ้นทะเบียน และจัดทำฐานข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการให้โดดเด่นและมีมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

2.2.2 การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุในภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการยกระดับเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาอุตสาหกรรมการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเพิ่มรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ สร้างและผลักดันมาตรการจูงใจและสิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการพำนักระยะยาวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2.2.3 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) โดยมุ่งสู่การยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นตลาดไมซ์คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย ผ่านมาตรการส่งเสริมการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการในประเทศ ในกลุ่มเมือง MICE City และจังหวัดรองที่มีศักยภาพ มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ เสริมศักยภาพของ MICE City กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ตและขอนแก่น ให้อยู่ในระดับสากล พัฒนาศักยภาพด้านการจัดประชุมภายในประเทศในกลุ่มจังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า (D-exhibition) ผ่าน 3 แนวทาง คือ สร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ให้

เกิดขึ้นทั่วประเทศ (Invent) ยกระดับรูปแบบ มาตรฐานการจัดงานแสดงสินค้าระดับท้องถิ่นให้เป็นงานระดับภูมิภาค (Upgrade) และการกระจายงานแสดงสินค้าในประเทศที่ประสบความสำเร็จไปจัดในภูมิภาคต่าง ๆ (Clone)

2.2.4 การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) โดยมุ่งสู่การพัฒนาสู่เมืองสีเขียวชุมชนเข้มแข็ง มั่งคั่ง มั่นคง อย่างยั่งยืน ผ่านมาตรการพัฒนาสู่เมืองสีเขียว ชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาเพื่อสร้างความสมดุลต่อขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยว ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐประชาชน และเอกชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.2.5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) โดยมุ่งสู่การเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ผ่านมาตรการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Tourism มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ สร้างมูลค่ากีฬาที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ มวยไทย กอล์ฟ ดำน้ำ ส่งเสริมให้มีศูนย์ฝึก/โรงเรียน/สนามแข่งขันที่ได้มาตรฐาน จัดกิจกรรม Sport Tourism ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ Cluster เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย โดยมีแผนงานที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานปรับปรุงสนามแข่งขันให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การเป็นเมืองเจ้าภาพ แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็น Sport Tourism Destination แผนงานส่งเสริมการจัดงาน Sport Tourism Event ระดับนานาชาติ แผนงานเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

2.2.6 การท่องเที่ยวเรือสำราญ มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและท่าเทียบเรือสำราญที่มีมาตรฐานระดับสากลผ่านมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาการจัดการเส้นทางการเดินเรือเพื่อการท่องเที่ยวในทะเลให้มีศักยภาพในการเป็นท่าเรือเพื่อการท่องเที่ยวในระดับสากล มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญได้แก่ พัฒนาและส่งเสริมการลงทุนสร้างพื้นที่ท่าเทียบเรือเพื่อรองรับเรือสำราญในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ท่าเทียบเรือภูเก็ต กระบี่ และเกาะสมุย ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อทางเรือสำราญไปยังประเทศอื่นในอาเซียน มาตรการจูงใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ รวมถึงการบริการด้านต่างๆสู่มาตรฐานสากล และการประชาสัมพันธ์ความพร้อมในการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวข้องกับเรือสำราญ ตลอดจนสนับสนุนการจัดกิจกรรมประจำปีของภาคเอกชน เช่น Yacht Show ปรับปรุงและทบทวนกฎระเบียบว่าด้วยเรือสำราญ ทั้งในเรื่องการประกอบธุรกิจและด้านการควบคุมบริหารจัดการ รวมถึงด้านความปลอดภัยของการเดินเรือ ด้านการสงวนรักษาสิ่งแวดล้อม และด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2.7 การท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติโดยมีมาตรการสำคัญ คือ การพัฒนาธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐาน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาการท่องเที่ยวในธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นไปตามหลักการอิสลามที่ถูกต้องและได้มาตรฐาน

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมโดยเฉพาะ แนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

2.3 กลยุทธ์พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของกลยุทธ์นี้คือ เร่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ผ่านมาตรการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถช่วยเพิ่มรูปแบบการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

2.3.1 พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก ในขั้นตอนการขอวีซ่าและการอำนวยความสะดวกในการตรวจลงตราแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Visa) และการผ่านแดนทั้งจุดเข้าออกชายแดนและสนามบิน โดยเฉพาะบริเวณด่านชายแดนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น

2.3.2 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยสถาปัตย์ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น

2.3.3 พัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ในการพัฒนารูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่าเรื่องราวข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น Augmented Reality (AR), QR Code, Info Graphic เป็นต้นแต่ทั้งนี้ ต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการเข้าถึง Internet ของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะใช้ในการรับข้อมูลหรือไม่

2.4 กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องกับเรื่องความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.4.1 ผลักดันแนวทางการแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญปัญหาหมักคูกุเทศก์เถื่อน และการทำร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น การชักชวนความเข้าใจและกำหนดแนวทางมาตรฐานกับผู้ประกอบการต่าง ๆ กรณีการเช่ารถยนต์หรือจักรยานยนต์ โดยการกวดขันจับกุมไม่ให้มีการค้าขายที่เป็นลักษณะหลอกลวง ขายเกินราคา หรือก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่นักท่องเที่ยวการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาการประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยใช้คนไทยเป็นตัวแทนอำพราง (Nominee) ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และกรมสอบสวนคดีพิเศษ กระทรวงยุติธรรม และการออกตรวจปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

พ.ศ. 2551 โดยกำกับดูแลให้ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว ปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และป้องปรามไม่ให้กระทำความผิดกฎหมาย เป็นต้นตลอดจนการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลประวัติอาชญากรรม เพื่อสืบค้นได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาได้ทันที่ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นให้มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจขึ้นกับนักท่องเที่ยว เช่น สำรวจและปรับสภาพจุดที่เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง หรือจุดที่อยู่นอกเหนือวิสัยระมัดระวังของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการประชาสัมพันธ์จัดทำป้ายเตือนภัยภาษาต่าง ๆ

2.4.2 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยวเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

2.4.3 พัฒนากลไกและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของศูนย์รับแจ้งเหตุของตำรวจท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ 1155 (Call Center 1155) ให้เป็นศูนย์บริการเบ็ดเสร็จโดยให้สามารถช่วยเหลือและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม สะดวกรวดเร็วตลอดเวลา 24 ชั่วโมง รวมถึงการขยายศูนย์แก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตประจำภูมิภาคและแหล่งท่องเที่ยวหลัก ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการต่าง ๆ

2.4.4 จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกคนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว แล้วเกิดความสูญเสียหรือเสียหายใด ๆ โดยมีได้เกิดจากความประมาท เจตนาหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

2.4.5 จัดตั้งศาลแผนกคดีนักท่องเที่ยวในศาลยุติธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการดำเนินคดีต่าง ๆ เป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการพำนักอยู่ในประเทศไทย

2.4.6 สนับสนุนมาตรการจัดการความปลอดภัยในการเดินทาง ทางบก/ทางน้ำ/ทางอากาศ และปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดการบังคับใช้อย่างจริงจัง และมีการบังคับใช้บทลงโทษตามกฎหมาย

2.4.7 ผลักดันให้มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการและมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เช่น มาตรฐานหน่วยกู้ภัย เพื่อจัดทำมาตรฐานการกู้ภัย และสนับสนุนพัฒนาการปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องให้มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง

2.5 กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์นี้เน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้ได้มาตรฐาน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว มีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยว

รองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขยายความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ภายในประเทศรวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.5.1 พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเดินทางและการบริการการขนส่งสาธารณะ โดยสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวสู่ประเทศอาเซียน

2.5.2 พัฒนามาตรฐานยานพาหนะและระบบการให้บริการขนส่งสาธารณะ ให้มีความสอดคล้อง และพอเพียงกับความต้องการเดินทาง และมีความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึง (Mobility & Accessibility)

2.5.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการสนับสนุนการวางแผนการเดินทางโดยให้มีระบบการให้บริการข้อมูลแบบครบวงจร ทั้งข้อมูลเส้นทางพาหนะในการเดินทาง ระบบจองตั๋วออนไลน์ ตลอดจนการสร้างแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวตรวจสอบเส้นทางและยานพาหนะขนส่งสาธารณะได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตที่จะยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งที่ผ่านมาพบว่าการบริหารจัดการยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการงบประมาณและการประสานงานทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทันต่อการแข่งขันและการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชนและภาคประชาคม ผ่านกลไกการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติ มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกกระดับ พัฒนาระบบข้อมูลและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนับเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคีการพัฒนาทั้งสามฝ่ายโดยเฉพาะบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคประชาคมและภาคเอกชนในท้องถิ่น เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วประชาชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ดังนั้น ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

3.1 กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ มุ่งเน้นให้มีการบูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น รวมถึงกลไกการขับเคลื่อน

งานในแต่ละเรื่องที่สำคัญ (Issue Based) มีการบูรณาการของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบทั้งกลไกการทำงานกลไกการสนับสนุนงบประมาณ การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรและปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมีมาตรการที่สำคัญดังนี้

3.1.1 เพิ่มบทบาทการขับเคลื่อนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติโดยการจัดตั้งสำนักคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ การปรับปรุงโครงสร้างและบุคลากรของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้สอดคล้องกับภารกิจส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนากการท่องเที่ยวในรายสาขาหรือประเด็นการพัฒนาที่มีความจำเป็นเร่งด่วน เพิ่มบทบาทในการจัดสรรงบประมาณเชิงบูรณาการด้านการท่องเที่ยวและการส่งเสริมบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ และแผนปฏิบัติการพัฒนากการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนากการท่องเที่ยว

3.1.2 บูรณาการการทำงานร่วมกับกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับชุมชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นแกนกลางในระดับนโยบายและคณะกรรมการพัฒนากการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนากการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต เป็นแกนกลางในระดับพื้นที่เพื่อบูรณาการการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวร่วมกับคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.) และคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) สำหรับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่นจะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการจะดำเนินการผ่านกลไกการจัดทำแผนและการจัดทำงบประมาณเชิงบูรณาการ ทั้งงบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว งบประมาณของหน่วยงานงบประมาณของจังหวัด/กลุ่มจังหวัด กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กองทุนเพื่อช่วยเหลือเยาวชนนักท่องเที่ยว

3.2 กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ เพื่อให้บุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานและจรรยาบรรณ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเตรียมความพร้อมการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.2.1 การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่มทั้งในระดับผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติการให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ความรู้อื่นที่เหมาะสมสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่โดยพัฒนาบุคลากรภาครัฐและเอกชนใน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม

นักบริหารนักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐและท้องถิ่น ให้มีสมรรถนะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพ 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้มีทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ภาษา เทคโนโลยีและสารสนเทศ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ 3) กลุ่มผู้ให้บริการ แรงงาน พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานและมีจรรยาบรรณ 4) กลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวโดย ชุมชน และ 5) กลุ่มประชาชนชนโดยทั่วไป ทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าวต้องเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้มีส่วน ร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และพัฒนาทักษะในการผลิตและจำหน่ายสินค้าของ ชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

3.2.2 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็ง และเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ สินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อการขยายธุรกิจและปรับปรุงบริการ ซึ่งจะต้องมีความร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงแรงงานกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีแผนงาน/โครงการที่สำคัญ ได้แก่ แผนงานจัดทำฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาและเคลื่อนย้ายแรงงานบุคลากรการท่องเที่ยวทั้งระบบ แผนงานจัดตั้งองค์กรหลักในการดูแลการเคลื่อนย้ายแรงงานตามข้อตกลงร่วมอาเซียน MRA

3.3 กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศจำนวนมาก แต่ปัจจุบันข้อมูลที่มีอยู่ อย่างกระจัดกระจาย มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ขาดการจัดเก็บข้อมูลที่จำเป็น ขาดการบริหาร จัดการและขาดการใช้ประโยชน์ข้อมูลอย่างเต็มที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศ เพื่อการท่องเที่ยว(Tourism Intelligence Center) โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและ กลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบการจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันของการท่องเที่ยวของไทยเพื่อการวางแผนและตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหาร และเพื่อ บริการข้อมูลและสารสนเทศแก่ซึ่ง TIC มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยงและนำเข้าข้อมูล พัฒนาเป็น คลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัย และพัฒนาเป็นศูนย์ปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวของประเทศ มีมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

3.3.1 การบริหารจัดการ Tourism Intelligence Center (TIC) จัดตั้งศูนย์ TIC และ ห้องปฏิบัติการทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานใหม่ หรือการแก้ไขกฎกระทรวงและ พัฒนาระบบ Project Management Office จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาศูนย์ TIC และพัฒนา โครงสร้างศูนย์ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินการ TIC ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากร สำหรับการบริหารและใช้ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นด้วยการจัดหาบุคลากรที่จำเป็น

ต่อการดำเนินงานของศูนย์ TIC อาทินักวิเคราะห์ นักวิจัย นักจัดการข้อมูลสารสนเทศ และพัฒนาทักษะให้ตอบรับกับความต้องการ

3.3.2 พัฒนาคล้งข้อมูลและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศ บริหารจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อวางแผน/กำหนดนโยบาย และให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยรวบรวมฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีการจัดเก็บในปัจจุบันอย่างเป็นระบบ รวมทั้งพัฒนาและวางฐานข้อมูลบน G-cloud ทั้งฐานข้อมูล Demand, Supply, KPI และงานวิจัย เชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลและงานวิจัยที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการจัดเก็บข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลให้ได้มาตรฐานที่ตรงกันและสามารถใช้ประโยชน์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สืบค้น/จัดเก็บข้อมูลและศึกษาวิจัยใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลและงานวิจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครอบคลุมในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง และทันสมัย เป็นไปตามความต้องการ

3.3.3 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ทุกระดับ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์สำหรับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการตัดสินใจเชิงนโยบาย วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว และบริหารจัดการระบบท่องเที่ยว ด้วยการ (1) พัฒนา Model และ Software อาทิ TSA, Thailand Gateway, TCI (2) พัฒนาระบบนำเสนอข้อมูล/รายงาน เช่น GISApplication ฯลฯ (3) พัฒนาระบบ ICT อาทิ ระบบ Tourism Supply Chain Management, Smart Destination, Clever FIT และ Quick Thainessประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการประชาชนโดยทั่วไปพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้บริการข้อมูลแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง Real Time อาทิ ระบบสารสนเทศเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยว และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว Online และพัฒนาระบบ Thai Event ระบบ KM

3.4 กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวหลายฉบับยังล้าสมัยไม่ทันต่อสถานการณ์จนทำให้กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือเป็นข้อเสียเปรียบต่อประเทศคู่แข่ง ในขณะที่บางฉบับหน่วยงานรับผิดชอบไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง จึงควรมีมาตรการและแนวทางการดำเนินงานดังนี้

3.4.1 ปรับปรุงกฎหมายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการทบทวนและแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 รวมทั้งแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยว

ผลักดันให้มีการออกกฎหมายใหม่หรือกฎหมายลูกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวธุรกิจรถยนต์เช่า และธุรกิจการจัดประชุมและการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

3.4.2 การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการปรับปรุงกลไกการควบคุมการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ น้ำเสียรถทัวร์รถแท็กซี่ เป็นต้นหาวิธีการ/มาตรการจูงใจให้มีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายในทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การแต่งตั้งคณะอนุกรรมการปรับปรุงแก้ไขปัญหาการใช้กฎหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และส่งเสริมและกำกับติดตามการบังคับใช้กฎหมายด้านการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานเจ้าภาพอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น พระราชบัญญัติตรวจคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจัดงานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 พระราชบัญญัติการเดินทางเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติการเดินทางอากาศ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2538 เป็นต้น

จากการศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 สามารถสรุปได้ว่าประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้านกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ซึ่งเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานได้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่า

และคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิตวัฒนธรรมอีสานได้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่าพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

จากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในปีพ.ศ. 2555 (สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. 2558: 1-8) จังหวัดบุรีรัมย์มีรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 70,096 ล้านบาท แยกเป็นภาคเกษตร 18,827 ล้านบาท ภาคนอกเกษตร 51,270 ล้านบาท มีรายได้เฉลี่ย 55,318 บาทต่อคนต่อปีในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 12 และ 3 อยู่ในมิติด้านเศรษฐกิจ มีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ “การพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและอารยธรรมขอม” ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 “พัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัย” และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 “การพัฒนาใหม่พื้นบ้านสู่สากล” โดยกำหนดเป้าประสงค์ยุทธศาสตร์ คือ “สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเน้นเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัย ผลิตภัณฑ์จากไหมและการค้าชายแดน ซึ่งมีกลยุทธ์และตัวชี้วัดที่สำคัญในการกำหนดผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของจังหวัดด้านเศรษฐกิจ ได้กำหนด 3 ผลิตภัณฑ์ตามประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมกลยุทธ์ที่สำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 1 ประกอบไปด้วย

1. การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและโครงข่ายคมนาคม
2. การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก เชื่อมโยงอารยธรรมขอมและสินค้า OTOP
3. การพัฒนาบุคลากรและระบบบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
4. การพัฒนาการค้าชายแดน

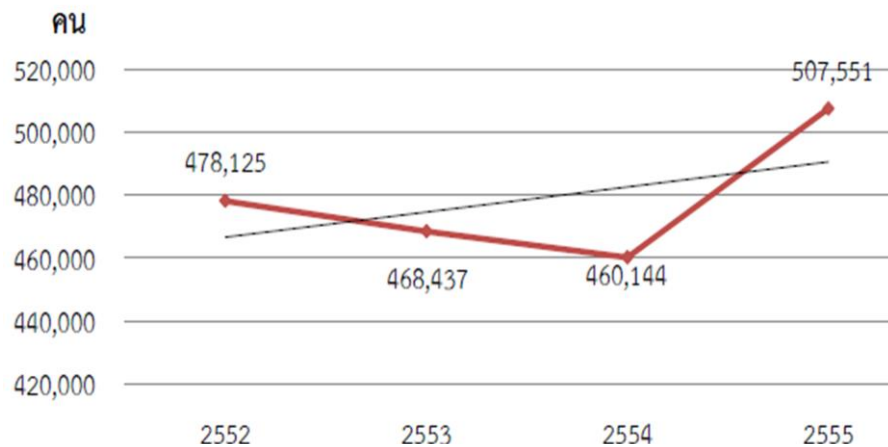
โดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 1 ประกอบไปด้วยมูลค่าการค้าชายแดนเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 และรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 40

ประเทศไทยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวมายาวนาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 81,000 คน ต่อมาในปี พ.ศ. 2516 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 1 ล้านคน และในอีก 8 ปีต่อมา (ปี พ.ศ. 2524) มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น 2 เท่า คือ ประมาณ 2 ล้านคน หลังจากนั้น

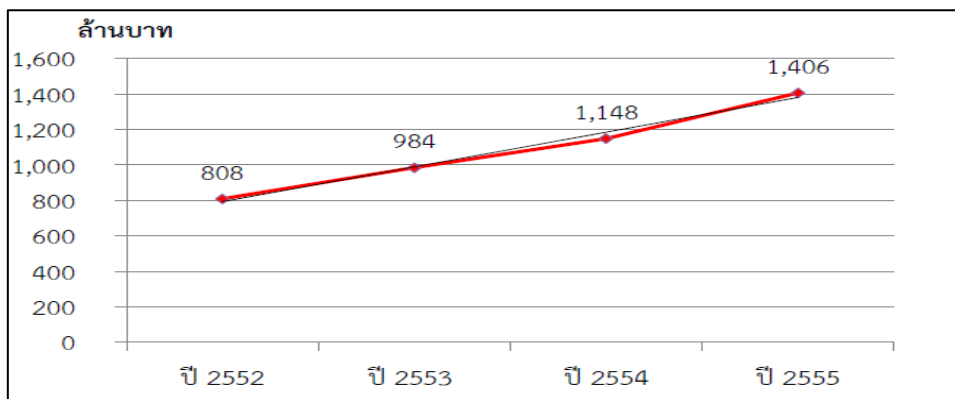
ภายในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปีคือ ในปี พ.ศ. 2533 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นอีก 2 เท่า เป็น 5.3 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2544 มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 10 ล้านคน โดยอีก 11 ปีให้หลังคือในปี พ.ศ. 2555 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอีก 2 เท่าเมื่อเทียบกับจากปี พ.ศ. 2544 คือ 22.3 ล้านคน

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยประกอบด้วย นักท่องเที่ยวที่มาจากหลายภูมิภาค คือ จากภูมิภาคเอเชีย (ร้อยละ 65.2) และภูมิภาคยุโรป (ร้อยละ 23.8) ซึ่งเมื่อรวมกันแล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวจากเอเชียและยุโรปกลายเป็นกลุ่มตลาดหลักของการท่องเที่ยวของไทยคิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 90

ในช่วง ปี พ.ศ. 2552 - 2554 แต่หลังจากปี พ.ศ. 2554 ถึง ปี พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวในทิศทางลดลงอย่างต่อเนื่อง ต่อมาได้มีการรณรงค์สถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดัง ภาพที่ 2.2 และ 2.3



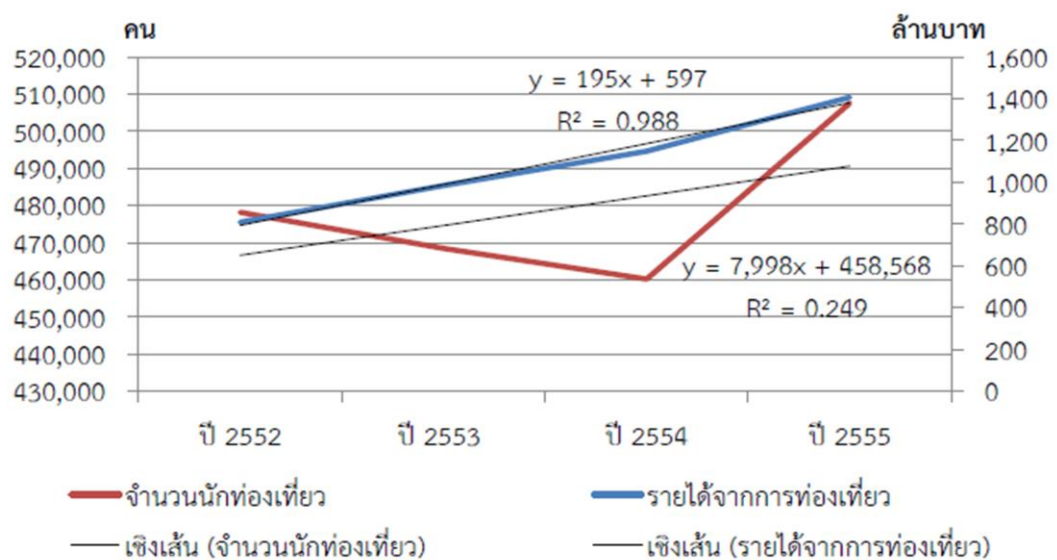
ภาพที่ 2.2 การวิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์
ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. (2558ข:5)



ภาพที่ 2.3 รายได้จากการท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2552-2555

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. (2558ข :6)

ด้วยปริมาณที่มีอยู่สามารถกำหนดสมการความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยว (คน) และสมการรายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) โดยเป็นการอธิบายแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตามกันระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มแปรผันตามกัน โดยสมการผลผลิตรวมของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งจังหวัด คือ $Y = 195X + 597$ มีค่าสัมประสิทธิ์ของสมการเป็นบวกที่ 195X และมีค่า R^2 หรือความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงผลผลิตด้วยสมการเชิงเส้นที่ 0.988 ในขณะที่สมการจำนวนนักท่องเที่ยว $Y = 7,998X + 458,568$ มีค่าสัมประสิทธิ์ของสมการเป็นบวกที่ 7,998X ซึ่งมีค่าบวกเช่นเดียวกับสมการรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยค่า $R^2 = 0.249$ ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจหรือ R^2 ของความสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า R^2 ของรายได้จากการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.988 และ R^2 ของจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 0.249 นั่นคือ มูลค่าเศรษฐกิจทางด้านการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม (ตัวแปร Y) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว มากกว่า รายได้จากการท่องเที่ยว ดัง ภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 ข้อมูลความสัมพันธ์ที่มีแนวโน้มแปรผันตามกัน : จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) และรายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) ระหว่างปีพ.ศ. 2552 – 2555

ที่มา:สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. (2558ข :7)

รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.1

ตาราง 2.1 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการท่องเที่ยว	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ผู้เยี่ยมเยือน	808.48	984.44	1,148.28	1,406.93	1,659.79	1,756.53	2,039.37
ชาวไทย	778.67	956.21	1,118.42	1,380.98	1,628.91	1,723.37	2,001.14
ชาวต่างประเทศ	29.81	28.23	29.86	25.95	30.88	33.16	38.23

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2558 : 49)

จากตาราง 2.1 จะพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดในปี พ.ศ. 2552 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 808.48 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 984.44 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,148.28 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,406.93 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,659.79 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,756.53 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,039.37 ล้านบาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 778.67 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 956.21 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,118.42 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,380.98 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,628.91 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,723.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,001.14 ล้านบาท

นักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 29.81 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 28.23 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 29.86 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 25.95 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 30.88 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 33.16 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 38.23 ล้านบาท

2.2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์มีชื่อเสียงในเรื่องของหมู่บ้านช้าง โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยี่ยมชมทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมากพอสมควร สถิตินักท่องเที่ยวย้อนหลัง 3 ปีระหว่างปี พ.ศ.2552-2554 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.2

ตาราง 2.2 สถิตินักท่องเที่ยวย้อนหลัง 3 ปี (ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2554)

	January-December			Δ (%)	
	2552	2553	2554	2553	2554
Visitor	704,700	809,608	892,860	+14.89	+10.28
Thai	682,577	792,709	878,723	+16.13	+10.85
Foreigners	22,123	16,899	14,137	-23.61	-16.34
Revenues (Million Bath)					
Visitor					
Thai	818.19	1,239.57	1,580.06	+51.50	+27.47
Foreigners	47.88	29.97	31.93	-37.41	+6.54

ที่มา: แผนงานพัฒนาสถิติจังหวัดสุรินทร์. (2557 : 9)

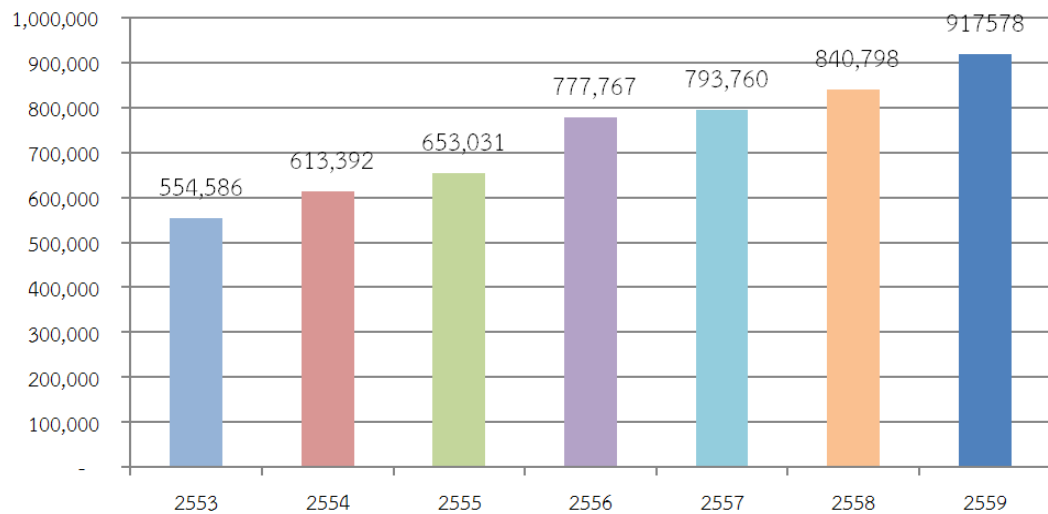
จากการเก็บข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์ (2559 : 1-4)พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ข้อมูลดังกล่าวสามารถแสดงได้ดังตาราง 2.2

ตาราง 2.3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ.2553 – 2559 (หน่วย : คน)

รายงานสถิติ	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย	554,586	613,392	653,031	777,767	793,760	840,798	917,578

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์. (2559 : 1)

จากตาราง 2.3 จะพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 554,586 คน พ.ศ. 2554 มีจำนวนเท่ากับ 613,392 คน พ.ศ. 2555 มีจำนวน 653,031 คน พ.ศ. 2556 มีจำนวน 777,767 คน พ.ศ. 2557 มีจำนวน 793,760 คน พ.ศ. 2558 มีจำนวน 840,798 คนและปี 2559 มีจำนวน 917,578 คน ข้อมูลดังกล่าวสามารถแสดงได้ดัง ภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจจุลทรรศน์. (2559 : 1)

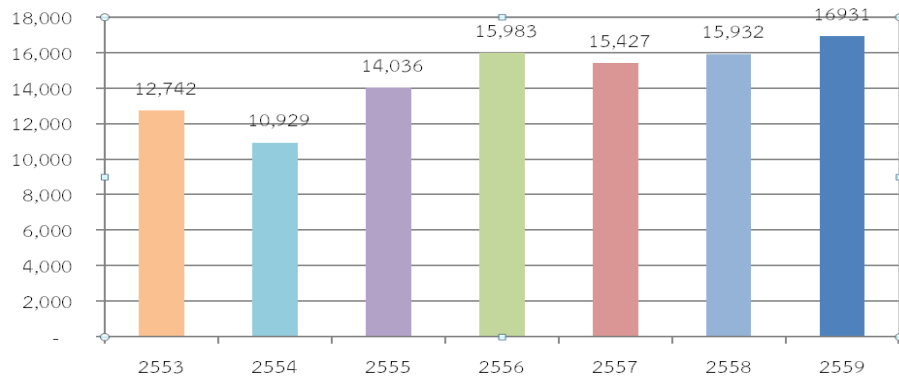
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.4

ตาราง 2.4 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (หน่วย : คน)

รายงานสถิติ	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	12,742	10,929	14,036	15,983	15,427	15,932	16,931

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจจุลทรรศน์ (2559 : 2)

จากตาราง 2.4 จะพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 12,742 คน พ.ศ. 2554 มีจำนวนเท่ากับ 10,929 คน พ.ศ. 2555 มีจำนวน 14,036 คน พ.ศ. 2556 มีจำนวน 15,983 คน พ.ศ. 2557 มีจำนวน 15,427 คน พ.ศ. 2558 มีจำนวน 15,932 คน และปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 16,931 คน ข้อมูลดังกล่าวสามารถแสดงได้ดัง ภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์. (2559 : 2)

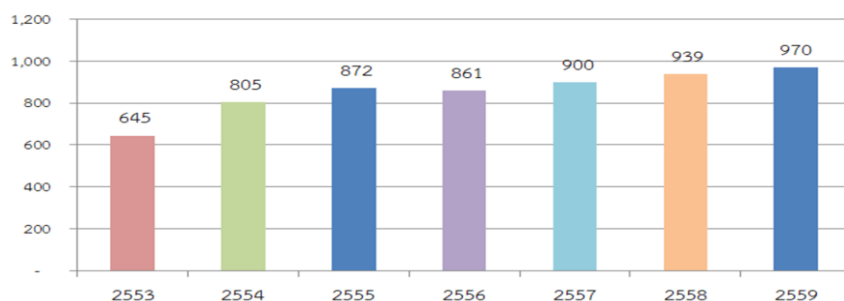
ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.5

ตาราง 2.5 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (หน่วย : บาท)

รายงานสถิติ	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	645	805	872	861	900	939	970

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์. (2559 : 3)

จากตาราง 2.5 จะพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 645 บาท พ.ศ. 2554 มีจำนวนเท่ากับ 805 บาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 872 บาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 861 บาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 900 บาท พ.ศ. 2558 มีจำนวน 939 บาท และปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 970 บาท ข้อมูลดังกล่าวสามารถแสดงได้ดัง ภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์. (2559 : 3)

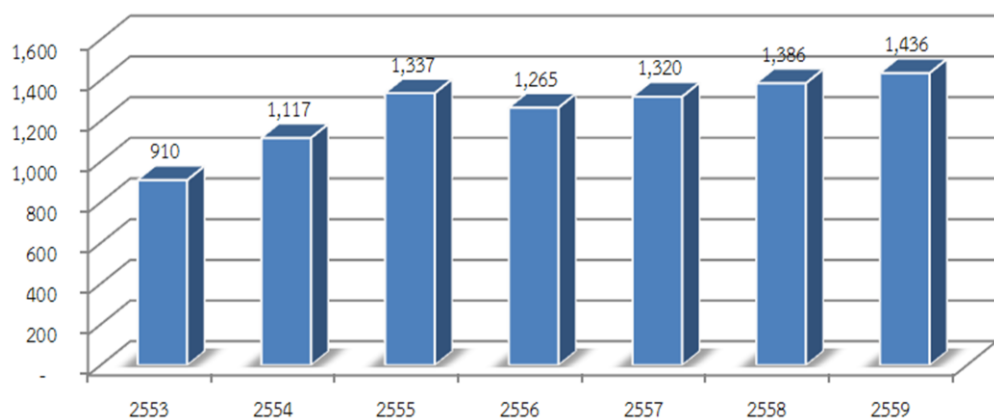
ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.6

ตาราง 2.6 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 (หน่วย : บาท)

รายงานสถิติ	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ	910	1,117	1,337	1,265	1,320	1,386	1,436

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์. (2559 : 4)

จากตาราง 2.6 จะพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 910 บาท พ.ศ. 2554 มีจำนวนเท่ากับ 1,117 บาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,337 บาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,265 บาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,320 บาท พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,386 บาท และปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 1,436 บาท ข้อมูลดังกล่าวสามารถแสดงได้ดัง ภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์. (2559 : 4)

รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.7

ตาราง 2.7 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการท่องเที่ยว	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ผู้เยี่ยมเยือน	818.19	1,239.57	1,580.06	1,838.23	2,035.83	2,045.55	2,209.71
ชาวไทย	770.31	1,209.60	1,548.13	1,782.96	1,977.73	1,987.90	2,148.69
ชาวต่างประเทศ	47.88	29.97	31.93	55.27	58.10	57.65	61.02

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558 : 50)

จากตาราง 2.7 จะพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดในปี พ.ศ. 2552 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 818.19 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,239.57 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,580.06 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,838.23 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 2,035.83 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 2,045.55 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,209.71 ล้านบาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 770.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,209.60 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,548.13 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,782.96 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,977.73 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,987.90 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,148.69 ล้านบาท

นักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 47.88 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 29.97 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 31.93 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 55.27 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 58.10 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 57.65 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 61.02 ล้านบาท

2.2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

จากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ(2558 : 51) พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดศรีสะเกษในปีพ.ศ. 2552 จำนวน 220,557 คน และในปีพ.ศ. 2553 จำนวน 320,073 คน ปีพ.ศ. 2554 มีจำนวน 383,883 คน ปีพ.ศ. 2555 มีจำนวน 438,788 คน ปีพ.ศ. 2556 มีจำนวน 479,843 คน ปีพ.ศ. 2557 มีจำนวน 497,187 คน ปีพ.ศ. 2558 มีจำนวน 513,276 คน และพบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดศรีสะเกษในปีพ.ศ. 2552 จำนวน 3,473 คน และในปีพ.ศ. 2553 จำนวน 7,865 คน ปีพ.ศ. 2554 มีจำนวน 9,812 คน ปีพ.ศ. 2555 มีจำนวน 10,284 คน ปีพ.ศ. 2556 มีจำนวน 10,746 คน ปีพ.ศ. 2557 มีจำนวน 10,711 คน ปีพ.ศ. 2558 มีจำนวน 11,136 คน

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.8

ตาราง 2.8 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : บาท)

รายงานสถิติ	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	634.46	606.50	678.13	736.77	739.73	764.62	802.48

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558 : 51)

จากตาราง 2.8 จะพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 634.46 บาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 606.50 บาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 678.13 บาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 736.77 บาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 739.73 บาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 764.62 บาท และปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 802.48 บาท

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.9

ตาราง 2.9 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : บาท)

รายงานสถิติ	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	915.07	914.46	933.21	941.14	947.02	988.98	1,032.49

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558 : 52)

จากตาราง 2.9 จะพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 915.07บาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 914.46บาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 933.21 บาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 941.14บาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 947.02บาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 988.98บาท และปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 1,032.49บาท

รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : ล้านบาท) สามารถแสดงได้ดังตาราง 2.10

ตาราง 2.10 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษระหว่างปี พ.ศ. 2552 – 2558 (หน่วย : ล้านบาท)

รายได้จากการท่องเที่ยว	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ผู้เยี่ยมเยือน	746.04	935.74	1,181.69	1,479.42	1,604.90	1,649.37	1,766.62
ชาวไทย	735.31	913.04	1,145.33	1,441.00	1,564.76	1,608.56	1,722.74
ชาวต่างประเทศ	10.73	22.70	36.36	38.42	40.14	40.81	43.88

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558 : 52)

จากตาราง 2.10 จะพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษในปี พ.ศ. 2552 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 746.04 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 935.74 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,181.69 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,479.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,604.90 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,649.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,766.62 ล้านบาท

นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 735.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 913.04 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,145.33 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,441.00 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,564.76 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,608.56 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,722.74 ล้านบาท

นักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 10.73 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 22.70 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 36.36 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 38.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 40.14 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 40.81 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 43.88 ล้านบาท

จากการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษมีทิศทางที่ดีขึ้น กล่าวคือในจังหวัดบุรีรัมย์มีรายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 808.48 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 984.44 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,148.28 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,460.93 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,659.79 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,756.53 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,039.37 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 778.67 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 956.21 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,118.42 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน

1,380.98 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,628.91 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,723.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,001.14 ล้านบาทและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 29.81 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 28.23 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 29.86 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 25.95 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 30.88 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 33.16 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 38.23 ล้านบาท

จังหวัดสุรินทร์จะพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 818.19 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,239.57 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,580.06 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,838.23 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 2,035.83 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 2,045.55 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,209.71 ล้านบาทนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 770.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,209.60 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,548.13 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,782.96 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,977.73 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,987.90 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,148.69 ล้านบาทและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 47.88 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 29.97 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 31.93 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 55.27 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 58.10 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 57.65 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 61.02 ล้านบาท

จังหวัดศรีสะเกษรายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 746.04 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 935.74 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,181.69 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,479.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,604.90 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,649.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,766.62 ล้านบาทนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 735.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 913.04 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,145.33 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,441.00 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,564.76 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,608.56 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,722.74 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 10.73 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 22.70 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 36.36 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 38.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 40.14 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 40.81 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 43.88 ล้านบาท

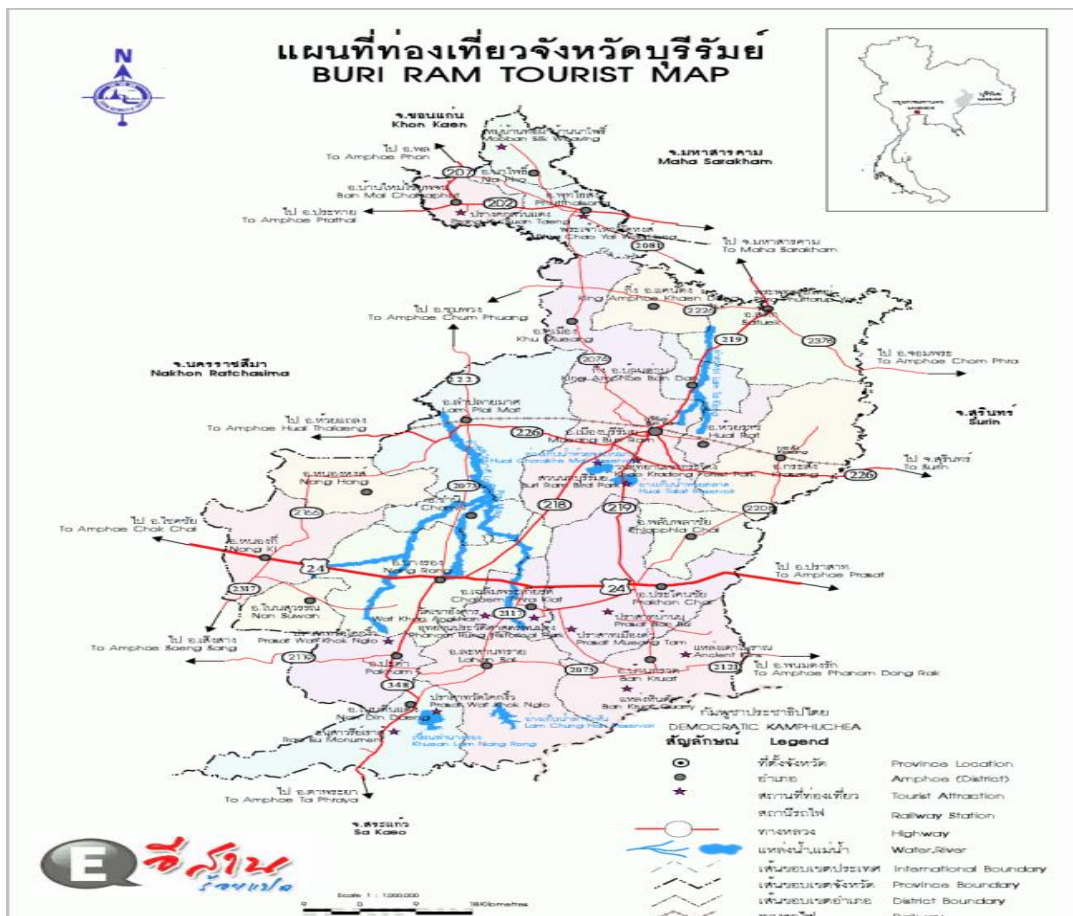
2.3 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษโดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษา (วิมาณวรรณคำ . 2540: 90-93) พบว่าจังหวัดบุรีรัมย์เดิมเป็นที่อยู่ของชนชาติป่าดงโบราณ ต่อมาขอมมีอำนาจจึงเข้ามาปกครองดินแดนแห่งนี้เป็นเวลานานโดยใช้จังหวัดบุรีรัมย์เป็นเส้นทางติดต่อระหว่างผไทสมันกับหัวเมืองขึ้นทางภาคอีสาน ได้แก่ เมืองพิมายและสกลนครโดยผ่านช่องเสม็ดและช่องอื่น ๆ ในปี พ.ศ. 2321 เจ้าเมืองนางรองคบคิดกับเจ้าโอ เจ้าอิน เจ้าเมืองจำปาศักดิ์ แข็งเมืองขึ้น สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีจึงให้พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกในสมัยยังดำรงตำรงบรรยาศักดิ์เป็นเจ้าพระยามาปราบปราม รวมเอาชาวเขมรเหล่านี้ขึ้นอยู่ในพระบรมโพธิสมภารโดยให้ขึ้นแก่เมืองโคราชต่อไป ในขณะที่เดินทางกลับมาถึงจังหวัดบุรีรัมย์ได้พบเมืองร้างแห่งหนึ่งตั้งอยู่ลุ่มน้ำห้วยจรเข้มากซึ่งมีชัยภูมิที่ดี จึงโปรดเกล้าให้ตั้งเมืองขึ้นที่เมืองร้างนั้นที่ข้างต้นแปะใหญ่ และทรงโปรดเกล้าให้บุตรเจ้าเมืองพุทไธสมันซึ่งติดตามมาพร้อมครอบครัวเป็นเจ้าเมือง และชักชวนให้ชาวเขมรมาตั้งหลักแหล่งทำไร่นาในเมืองร้างแห่งนี้จนเป็นปึกแผ่น เมืองนี้จะใช้นามว่า "เมืองแปะ"

จากการศึกษาพบว่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ จังหวัดบุรีรัมย์มีการกระจายไปยังอำเภอต่าง ๆ ดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

ที่มา: จังหวัดบุรีรัมย์. (2559 : 1)

จากภาพที่ 2.9 จะเห็นได้ว่าจังหวัดบุรีรัมย์มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาเป็นจำนวนมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558ก : 7-21) สามารถสรุปได้ดังนี้

1) อำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย

1.1) วัดกลางบุรีรัมย์ถนนหลักเมืองตำบลในเมืองเป็นพระอารามหลวงชั้นตรีและยังเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองบุรีรัมย์สร้างขึ้นในพ.ศ. 2300 มีพระอุโบสถขนาดใหญ่ที่มีสถาปัตยกรรมงดงาม ภายในบริเวณวัดยังมี “สระสังโต” เป็นสระน้ำโบราณซึ่งได้นำน้ำขึ้นทูลเกล้าถวายในพระราชพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา เมื่อครั้งมีพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2530 นอกจากนี้ยังมีศาลาหอพระไตรปิฎกซึ่งปัจจุบันเป็นที่ตั้งของสำนักงานเจ้าคณะจังหวัดบุรีรัมย์

1.2) ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์เป็นสถานที่จัดแสดงโบราณวัตถุและศิลปวัตถุเพื่อให้ความรู้และเป็นแหล่งข้อมูลในการค้นคว้าวิจัยด้านประวัติศาสตร์วิถีชีวิตชุมชนโบราณข้างกับส่วย ศาสนาและความเชื่อ ผ้า เครื่องดนตรีอีสานห้องเตาเผาและเครื่องเคลือบ

1.3) พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ตั้งอยู่ในตัวจังหวัดทางไปอำเภอประโคนชัย โดยสร้างใน พ.ศ. 2539 เพื่อเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 1 ปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี ผู้ทรงก่อตั้งเมืองบุรีรัมย์ เมื่อครั้งยังทรงเป็นสมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึกพระบรมราชานุสาวรีย์มีขนาดเท่าครึ่งของพระองค์จริง หล่อด้วยโลหะสัมฤทธิ์ ฉลองพระองค์แบบนักรบตามขัตติยราชประเพณีโบราณ ประทับบนช้างศึก จากจดหมายเหตุประชุมพงศาวดาร ภาคที่ 7 กล่าวว่า ใน พ.ศ. 2321 สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีโปรดให้สมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึกยกทัพไปปราบพระยานางรอง ซึ่งคบคิดกับเจ้าโอ เจ้าอินแห่งจำปาศักดิ์ ระหว่างที่พระองค์ทรงเดินทัพ ได้พบเมื่อร้างอยู่ที่ลุ่มน้ำห้วยจระเข้มาก มีชัยภูมิดีแต่มีไข้ป่าชุกชุม ชาวบ้านไม่กล้าเข้าไปอยู่อาศัย เพียงแต่ตั้งบ้านเรือนอยู่โดยรอบ พระองค์จึงรวบรวมผู้คนและตั้งขึ้นเป็นเมือง “แปะ” โดยให้บุตรเจ้าเมืองพุทไธสมัน ซึ่งติดตามไปด้วยเป็นเจ้าเมืองปกครอง ได้รับบรรดาศักดิ์เป็นพระยานครภักดี ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเมืองเป็น “บุรีรัมย์”

1.4) วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง เป็นที่ตั้งของภูเขาไฟ ซึ่งมองเห็นปากปล่องภูเขาไฟได้ชัดเจน มีลักษณะเป็นแอ่งน้ำขังตลอดปี ยอดเขาสูง 265 เมตร จากระดับน้ำทะเล มี “พระสุภัทรบพิตร” พระพุทธรูปคู่เมืองบุรีรัมย์ประดิษฐานภายในวนอุทยานฯ ยังมีปราสาทหินเขากระโดง ซึ่งเดิมเป็นปราสาทหินทรายก่อบนฐานศิลาแลงสี่เหลี่ยมขนาด 4x4 เมตร ตัวปราสาทหักพัง จึงได้สร้างมณฑปครอบไว้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปจำลอง และยังมีพันธุ์ไม้พื้นเมืองนำศึกษาหลายชนิด

1.5) อ่างเก็บน้ำกระโดง ตั้งอยู่ด้านหน้าเขากระโดง จากทางเข้าเขากระโดงมีทางแยกซ้ายมือไปทางเดียวกับค่ายลูกเสือ “บุญญานุศาสตร์” และสวนสัตว์ บริเวณริมอ่างเก็บน้ำเป็นจุดที่สามารถมองเห็น “พระสุภัทรบพิตร” บนยอดเขากระโดงได้

1.6) พระบรมธาตุเจดีย์ศรีสุวงคนุณานุสรณ์ (วัดป่าเขาน้อย) เป็นวัดป่ากรรมฐานสายหลวงปู่มั่น ภูริทัตโต ที่ได้พัฒนาขึ้นตามปณิธานของพระโพธิธรรมจารย์เถรหรือหลวงปู่สุวัจน์ สุวโจ

อดีตเจ้าอาวาสและวิปัสสนาจารย์ เป็นที่เลื่อมใสของประชาชนทั่วไปบริเวณโดยรอบวัดมีสภาพเป็นป่า เขาจึงเหมาะแก่การเจริญวิปัสสนากรรมฐาน และยังมีพระบรมธาตุเจดีย์ศรีสุวาคุณานุสรณ์ ซึ่งมีรูปทรงคล้ายกับปราสาทหินในสมัยขอม มีความสูงกว่า 31 เมตรภายในเป็นอาคาร 2 ชั้น ชั้นล่างเป็นที่ปฏิบัติภาวนาและมีส่วนที่แสดงภาพประวัติของหลวงปู่สุวัจน์ ชั้นสองเป็นที่ประดิษฐานรูปเหมือนและเก็บอัฐิบริหารของหลวงปู่สุวัจน์ ไว้ให้ประชาชนได้สักการะ โดยหลวงตามหาบัวญาณสัมปันโน ได้มาเป็นประธานบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ณ เจดีย์ศรีสุวาคุณานุสรณ์ เมื่อวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2550

1.7) อ่างเก็บน้ำห้วยตลาดและสวนนกบุรีรัมย์ ตำบลสะแกชำ จากการสำรวจพบว่าในแต่ละปีมีนกมาอาศัยอยู่จำนวนกว่า 100 ชนิดโดยเฉพาะในช่วงเดือนพฤศจิกายน-เมษายน จะมีนกมาอาศัยอยู่มากเป็นพิเศษ บางชนิดหาได้ยาก เช่นนกเป็ดหงส์ นกเป็ดก่าและนกกาบบัว

1.8) สนามฟุตบอลไอ-โมบาย สเตเดียม สนามฟุตบอลขนาดมาตรฐานระดับสากลของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ออกแบบโดยการนำเทคโนโลยีและความทันสมัยของสโมสรฟุตบอลเชลซีกับเลสเตอร์ ซิตี้จากอังกฤษ มาประยุกต์ให้เข้ากับสภาพอากาศของเมืองไทย สามารถจุผู้ชมได้ 32,600 คน พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบความปลอดภัยที่ทันสมัยปรับปรุงภูมิทัศน์รอบสนาม เป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่เพื่อให้ประชาชนพักผ่อนและออกกำลังกาย

1.9) สนามแข่งรถช้าง อินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต เป็นสนามแข่งขั้นรถซูเปอร์ จีที ออกแบบเพื่อรองรับมาตรฐานระดับเอฟไอเอ คลาส 2 (FIA Category 2) จากสมาพันธ์ยานยนต์นานาชาติหรือเอฟไอเอ(Federation International de l'Automobile :FIA) ซึ่งมาตรฐานนี้จะทำให้สนามสามารถรองรับการแข่งขันระดับ F3, GT1, GT2 และ GT3 ได้

1.10) โลฟลี มาเก็ต ตั้งอยู่ที่ถนนบุรีรัมย์-นางรอง ตำบลอิสานที่เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ อาหาร สินค้าแฮนด์เมด สินค้า OTOP งานศิลปะ ไว้ภายใต้บรรยากาศร่มรื่น ในวันศุกร์เสาร์ อาทิตย์ จัดเป็นถนนคนเดินระหว่างเวลา 17.00-22.00 น.

2) **อำเภอคูเมือง** จะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคืออุทยานไม้ดอก เพ ลา เพลิน บนถนนคูเมือง-พุทไธสง ตำบลหนองขมาร ห่างจากตัวอำเภอเมือง 32 กิโลเมตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ภายในแบ่งออกเป็น 2 ส่วนส่วนแรกได้แก่ เพ ลา เพลิน บูติค รีสอร์ท ประกอบด้วยนิทรรศการกาลครั้งหนึ่งกาลเอรี Kid Zoneเน้นการเล่นที่เสริมทักษะการเรียนรู้ และกิจกรรมแอตเวนเจอร์ เช่นการไต่ตัวข้ามน้ำจากหอไอเฟลปีนกำแพงเมืองจีน ไต่สะพานเชือกทาวเวอร์บริดจ์และการขับรถ ATV ส่วนที่ 2 อุทยานไม้ดอกเพลาเพลิน มีพันธุ์ไม้หลากหลายสายพันธุ์ที่จัดแสดงภายในโรงเรือนทั้ง 7 หลัง เช่น พรรณไม้ตามฤดูกาล (ดอกกระเจียวดอกไฮเดรนเยีย) การจัดแสดงพันธุ์เฟิน ภายใต้คอนเซ็ปต์ป่าดึกดำบรรพ์ สัมผัสแร่และพืชกินแมลงสี่แสนแห่งธรรมชาติ การจัดแสดงกล้วยไม้ภายใต้คอนเซ็ปต์กินรี พืชทะเลทราย และการจัดแสดงดอกหน้าวัวภายใต้คอนเซ็ปต์ ศิลปะอีสานใต้

3) อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ประกอบด้วย

3.1) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ตั้งอยู่ที่บ้านตาเป็กตำบลตาเป็ก คำว่า “พนมรุ้ง” หรือ “วนรุง” เป็นภาษาเขมร แปลว่า “ภูเขาใหญ่” มีโบราณสถานตั้งอยู่บนยอดภูเขาไฟที่ดับสนิทแล้ว สูงประมาณ 200 เมตร ปราสาทหินพนมรุ้ง เป็นเทวสถานในศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย มีการบูรณะก่อสร้างต่อเนื่องกันมาหลายสมัยตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 15 ถึงพุทธศตวรรษที่ 17 และในพุทธศตวรรษที่ 18 พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แห่งอาณาจักรขอมได้มานับถือพุทธศาสนา ลัทธิมหายาน เทวสถานแห่งนี้จึงได้รับการดัดแปลงเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนาในช่วงนั้น ตัวปราสาทหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ประกอบด้วยอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่ตั้งเรียงราย ขึ้นไปจากเชิงเขาทางขึ้นจนถึงปราสาทประธานบนยอด อันเปรียบเสมือนวิมานที่ประทับของของพระศิวะ บันไดทางขึ้นช่วงแรกทำเป็นตระพัง (สระน้ำ) สามชั้นผ่านขึ้นมาสู่พลับพลาชั้นแรก จากนั้นเป็นทางเดินซึ่งมีเสานางเรียงปักอยู่ที่ขอบทางทั้งสองข้างเป็นระยะ ๆ ทอดไปสู่สะพานนาคราช ซึ่งเปรียบเสมือนจุดเชื่อมต่อระหว่างดินแดนแห่งมนุษย์และสวรรค์ด้านข้างของทางเดินทิศเหนือมีพลับพลาสร้างด้วยศิลาแลง 1 หลัง เรียกกันว่าโรงช้างเผือก สดสะพานนาคราชเป็นบันไดทางขึ้นสู่ปราสาท ซึ่งทำเป็นชันพักเป็นระยะ ๆ รวม 5 ชั้น สุดบันไดเป็นชันลาดกว้างซึ่งมีทางนำไปสู่สะพานนาคราชหน้าประตูกลางของระเบียงคด อันเป็นเส้นทางหลักที่จะผ่านเข้าสู่ลานชั้นในของปราสาท จากประตูนี้ยังมีสะพานนาคราชรับอยู่อีกช่วงหนึ่ง ก่อนถึงปราสาทประธาน ซึ่งตั้งอยู่ตรงศูนย์กลางของลานปราสาทชั้นใน มีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมมณฑป คือ ห้องโถงรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า เชื่อมอยู่ทางด้านหน้าที่ส่วนประกอบของปราสาทประธาน ตั้งแต่ฐานผนังด้านบนและด้านล่างเสากรอบประตู เสาติดผนัง ทับหลัง หน้าบัน ช่อฟ้าต่าง ๆ ตลอดจนกลีบขนุนปราสาท ล้วนสลักลวดลายประดับทั้งลวดลายดอกไม้ ใบไม้ ภาพฤๅษีเทพประจำทิศ ศิวนาฏราชที่ทับหลังและหน้าบันด้านหน้าปราสาทประธาน ลักษณะของลวดลายช่วยให้กำหนดได้ว่าปราสาทประธานพร้อมด้วยบันไดทางขึ้นและสะพานนาคราชสร้างขึ้นเมื่อราวพุทธศตวรรษที่ 17 ภายในลานชั้นในด้านตะวันตกเฉียงใต้ มีปราสาทขนาดเล็ก 1 องค์ไม่มีหลังคาจากภาพสลักที่หน้าบันทับหลัง บอกได้ว่าสร้างขึ้นก่อนปราสาทประธานมีอายุในราวพุทธศตวรรษที่ 16 นอกจากนี้ยังมีฐานปราสาทก่อด้วยอิฐซึ่งมีอายุเก่าลงไปอีกคือประมาณพุทธศตวรรษที่ 15 อยู่ด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือขององค์ประธาน และที่มุมทิศตะวันออกเฉียงเหนือและทิศตะวันออกเฉียงใต้มีอาคารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าก่อด้วยศิลาแลงมีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 18 ร่วมสมัยกับพลับพลาที่สร้างด้วยศิลาแลงข้างทางเดินที่เรียกว่า “โรงช้างเผือก”

3.2) วัดเขาอังคาร ในเขตบ้านเจริญสุข ตั้งอยู่ที่เขาอังคารซึ่งเป็นภูเขาไฟที่ดับสนิทแล้ว เป็นวัดที่สวยงาม ภายในมีการค้นพบโบราณสถานเก่าแก่และใบเสมาหินทรายสลักภาพบุคคล สลูป ดอกบัว และธรรมจักรสมัยทวารวดีหลายชิ้น อยู่ในพุทธศตวรรษที่ 13-14 มีโบสถ์ ศาลา และอาคารเลียนแบบสถาปัตยกรรมสมัยต่าง ๆ ภายในโบสถ์มีภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องราวพุทธชาดเป็นภาษาอังกฤษ

3.3 ผ้าไหมขึ้นดินแดงและผ้าฝ้ายภูเขาไฟ ภูอัคนี ผ้าขึ้นดินไหมแดง เป็นผ้าไหมเอกลักษณ์ท้องถิ่นของชาวอำเภอฟุโธสงและอำเภอนาโพธิ์ “ขึ้นหัวแดงดินแดง” หรือ “ขึ้นดินแดง” หรือ “ขึ้นหมี่รวด” สืบทอดมาเป็นเวลา 200 กว่าปี ตามแบบผ้าขึ้นลาวคือ ทอด้วยไหมทั้งผืน หัวขึ้นและตีนขึ้นเป็นสีแดงสดผ้าฝ้ายภูเขาไฟของชุมชนบ้านเจริญสุข อำเภอนิคมพระเกียรติ โดยนำดินภูเขาไฟอังคารมาย้อม เป็นสีน้ำตาลอ่อนและน้ำตาลแดง เนื้อผ้านุ่ม เบา เย็นสบายและสีคงทน

4) **อำเภอนาโพธิ์** แหล่งท่องเที่ยวคือหมู่บ้านทอผ้าไหมอำเภอนาโพธิ์ ตำบลนาโพธิ์ เป็นแหล่งทอผ้าไหมมัดหมี่ ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือในด้านการพัฒนาฝีมือให้ได้มาตรฐานทั้งรูปแบบวิธีการผลิต ลวดลาย การให้สีจากศูนย์ศิลปาชีพพิเศษ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ

5) **อำเภอนางรอง** ประกอบด้วย

5.1) หมู่บ้านท่องเที่ยวการผลิตไหม “หนองตาไก้” เป็นหมู่บ้านขนาดเล็ก ประกอบด้วยบ้านหนองตาไก้และหนองตาไก้น้อย ชาวบ้านมักเรียกตัวเองว่า “ไไทยนางรอง” เป็นชาวไทยเชื้อสายลาวที่ย้ายมาจากจังหวัดศรีสะเกษ ดำรงชีวิตเรียบง่าย สืบทอดการปลูกหม่อน เลี้ยงไหมและทอผ้าสามารถเยี่ยมชมวิถีชีวิตและการผลิตผ้าไหมตั้งแต่ขั้นแรกไปจนถึงการสร้างสรรคลวดลายบนผืนผ้าได้ครบวงจรภายในหมู่บ้านมีมัคคุเทศก์ การแสดงทางวัฒนธรรมและโฮมเตย์ไว้ให้บริการ

5.2) วัดขุนก้อง เป็นวัดมหานิกาย สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 2150 สมเด็จพระนเรศวรมหาราชขณะดำรงพระอิสริยยศเป็นพระมหาอุปราช ยกทัพไปเขมร โดยมี “ขุนกอง” ซึ่งเป็นนายทหารคุมเสบียงได้มีจิตศรัทธาสร้างวัดแห่งนี้ขึ้นแล้วให้ชื่อว่า “วัดขุนกอง” ภายหลังเพี้ยนเป็น “ขุนก้อง” ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา ปี พ.ศ. 2260 ภายในวัดมีสิมโบราณ (โบสถ์) อายุกว่า 400 ปี เป็นอาคารก่ออิฐถือปูน ฐานเป็นศิลาแลง โครงหลังคาไม้มุงสังกะสีมีหน้าจั่วเป็นมุขยื่นออกมาจากหลังคาทรงปั้นหยา มีลายฉลุปลายป้านลมและลูกกรมประดับ

6) **อำเภอโนนดินแดง** ประกอบด้วย

6.1) อนุสาวรีย์เราสู้ ตั้งอยู่หน้าทางเข้าหาดนางรอง (เขื่อนลำนางรอง) สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2522 เพื่อรำลึกถึงวีรกรรมของประชาชน ตำรวจ ทหาร ที่เสียชีวิตจากการปราบปรามผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ ที่ขัดขวางการสร้างทางสายละหานทราย-ตาพระยา ซึ่งเป็นเส้นทางยุทธศาสตร์จนสามารถสร้างได้สำเร็จ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อ และทรงทำพิธีเปิดเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ.2523

6.2) เขื่อนลำนางรอง อยู่ห่างจากอนุสาวรีย์เราสู้ไป 200 เมตร เป็นพื้นที่โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงตามพระราชดำริ เขื่อนลำนางรองเป็นเขื่อนดิน มีถนนลาดยางบนสันเขื่อน เป็นจุดชมทัศนียภาพ และมีร้านอาหารตั้งอยู่ริมอ่างเก็บน้ำ ในบริเวณเดียวกันยังมีโรงงานอาหารสำเร็จรูปผลิตผักและผลไม้กระป๋อง “ดอยคำ” ภายในเขื่อนมีบ้านพักรับรอง ห้องประชุมและค่ายพักแรม

6.3) ปราสาทหนองหงส์ ตั้งอยู่บ้านโนนดินแดง เป็นโบราณสถานขนาดเล็กประกอบด้วย
 ปรangk 3 องค์ก่อด้วยอิฐ ตั้งบนฐานก่อด้วยศิลาแลงต่อเนื่องเป็นฐานเดียวกัน หันหน้าไปทางทิศตะวันออก
 มีประตูเข้าออกด้านหน้า ส่วนอีก 3 ด้านเป็นประตูหลอกปรangkทั้งสามมีผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อ
 มุมไม้สิบสอง องค์กลางขนาดใหญ่กว่าสององค์ที่ขนาบข้างด้านหน้าของปรangkองค์กลาง มีทางเดินยื่นออกไปมี
 บันไดทางด้านหน้าและด้านข้าง นอกจากนี้ยังมีวิหารหรือบรรณาลัยอีก 1 หลัง ก่อด้วยศิลาแลงหันหน้า
 เข้าหาปรangkองค์ทิศใต้ อาคารทั้งหมดล้อมรอบด้วยกำแพงศิลาแลง มีซุ้มประตูด้านหน้าและด้านหลัง
 มีคูน้ำรูปตัวยูล้อมรอบ การกำหนดอายุสมัยของปราสาทนั้น กำหนดจากลักษณะการก่อสร้างและ
 ศิลปกรรมที่พบ ซึ่งตรงกับศิลปะเขมรแบบบาปวน ซึ่งมีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 16

6.4) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ อยู่ในพื้นที่อำเภอโนนดินแดงและอำเภอบำเหน็จณรงค์ เป็น
 ป่าธรรมชาติผืนใหญ่ที่ยังมีสภาพป่าที่สมบูรณ์ มีแนวเขตป่าเชื่อมกับอุทยานแห่งชาติทับลาน จังหวัด
 นครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติตาพระยา จังหวัดสระแก้ว มีพันธุ์ไม้ที่สำคัญ เช่น ตะเคียนหิน
 ประดู่ พยุง และชิงชันมีสัตว์ป่าอาศัยอยู่หลายชนิด เช่น ช้าง กระต่าย วัวแดง เก้ง กวาง ไก่ฟ้าพญาลอ
 นกยูง และไก่ป่า มีเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ และกางเต็นท์พักแรม

7) อำเภอบ้านกรวด ประกอบด้วย

7.1) แหล่งหินตัด ตั้งอยู่ในวัดป่าธรรมศิลาราม ตัดแนวชายแดนไทย-กัมพูชา เป็นแหล่ง
 หินทรายที่คนสมัยขอมตัดหินไปสร้างปราสาทในอีสานใต้ อยู่บริเวณเขากลอยและเขากระเจียว มีพื้นที่
 7.36 ตารางกิโลเมตรที่น่าสนใจคือ หินบางก้อนปรากฏรอยตอกเนื้อหินให้เป็นรูเรียงกันเป็นแนวยาว
 บางก้อนถูกเขาสะกัดเป็นร่องขาดจากกัน และยังมีหินที่ถูกตัดและงัดขึ้นมาเป็นแท่งสี่เหลี่ยมอยู่ทั่วไป

7.2) แหล่งเตาโบราณ นักโบราณคดีได้สำรวจพบเตาเผาและเครื่องปั้นดินเผาโบราณเป็น
 จำนวนมาก เตาโบราณเหล่านี้มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 14-19 เป็นแหล่งผลิต “เครื่องถ้วยชาม” เพื่อ
 เป็นสินค้าให้กับเมืองต่าง ๆ โดยมีการทำเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และขยายการผลิตไปยังพื้นที่
 ใกล้เคียงอีกด้วย กรมศิลปากรได้ขุดแต่งเตาโบราณ 2 แห่ง คือ เตานายเจียน บ้านถนนน้อย ตำบลหินลาด
 และเตาสวย บ้านโคกใหญ่ตำบล โนนเจริญ ซึ่งอยู่ห่างจากอำเภอบ้านกรวด 5 และ 10 กิโลเมตร ตามลำดับ
 ส่วนเครื่องปั้นดินเผาที่ขุดพบสามารถชมได้ที่ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ หรือ
 ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

8) อำเภอบ้านด่าน มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ วัดเกาะแก้วธุดงค์สถาน (วัดระหาน) ตั้งอยู่
 ที่ตำบลบ้านด่าน สร้างเมื่อ พ.ศ. 2536 และได้รับประกาศตั้งเป็นวัดในพระพุทธศาสนา เมื่อวันที่ 29
 กันยายน พ.ศ. 2543 โดยมีพระครูเขมคุณโสภณ(หลวงปู่จันทร์แรม เขมสิริ) เป็นเจ้าอาวาส ภายในวัด
 ประดิษฐานพระมหาธาตุรัตนเจดีย์ ศรีบุรีรัมย์วางศิลาฤกษ์เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 และ
 เริ่มก่อสร้างใน พ.ศ. 2547 เพื่อให้เป็นพุทธเจดีย์ประจำจังหวัดบุรีรัมย์ และเป็นปูชนียสถานในการระลึกถึง

องค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ลักษณะขององค์พระมหาเจดีย์มี 4 ชั้น เป็นศิลปะประยุกต์ร่วมสมัย มีส่วนผสมของศิลปะขอม ฐานกว้าง 38x38 เมตรสูง 60 เมตร จัดให้มีการใช้ประโยชน์ดังนี้

ชั้นที่ 1 เป็นศาลาอเนกประสงค์

ชั้นที่ 2 เป็นสถานที่ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน

ชั้นที่ 3 เป็นอุโบสถ พิพิธภัณฑสถาน และที่ประดิษฐานรูปเหมือนของพระอริยสงฆ์

ชั้นที่ 4 ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ ซึ่งสมเด็จพระสังฆนายก ฝ่ายสยามวงศ์ ประเทศศรีลังกา และพระอัครมหาบัณฑิต วิมลรัตน์ เจ้าอาวาสวัดศรีเวฬุวนาราม ประเทศศรีลังกา ได้ประทานพระบรมสารีริกธาตุและหล่อพระศรีมหาโพธิ์แก่เจ้าอาวาสในปี พ.ศ. 2547 เพื่อนำมาประดิษฐาน ณ พระมหาธาตุเจดีย์ฯ และยังมีต้นพระศรีมหาโพธิ์จากประเทศอินเดียอีกหนึ่งต้นอยู่ด้านหลังพระมหาธาตุรัตนเจดีย์

9) **อำเภอบ้านใหม่ชัยพจน์** มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ปรารงค์กุสวณแดง ตั้งอยู่ที่บ้านดงยาง ตำบลกุสวณแดง ตรงข้ามโรงเรียนกุสวณแดงวิทยาคม เป็นโบราณสถานแบบขอมอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยปรารงค์อิฐ 3 องค์ ตั้งเรียงในแนวเหนือ-ใต้บนฐานศิลาแลงเดียวกัน อาคารทั้งหมดหันหน้าไปทางทิศตะวันออกมีประตูด้านหน้า 1 ประตู ส่วนอีก 3 ด้านสลักเป็นประตูหลอกปรารงค์องค์กลางมีขนาดใหญ่เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ด้านหน้าที่मुखยื่นออกมา ตรงหน้าบันเหนือประตูหลอกทั้ง 3 ด้านมีลักษณะยื่นออกมาและมีแผ่นศิลาทรายรองรับ ส่วนปรารงค์อีก 2 องค์มีขนาดเล็กกว่า ฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีประตูเดียวทางด้านหน้า ส่วนผนังอีก 3 ด้านก่อเรียบทึบ สำหรับบนพื้นหน้าปรารงค์มีส่วนประกอบสถาปัตยกรรมหินทราย เช่น ฐานบัวยอดปรารงค์ กลีบขนุนรูปนาคร 6 เศียร อายุของกุสวณแดงกำหนดได้จากทับหลังของปรารงค์ ซึ่งปัจจุบันถูกเก็บรักษาอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร และที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 17 เนื่องจากภาพสลักบนทับหลังทั้งหมดมีลักษณะตรงกับศิลปะขอมแบบนครวัด เช่น ทับหลังสลักภาพพระนารายณ์ตรีวิกรม (แสดงภาพพระนารายณ์ปางพระบาท 3 ก้าว เหยียบโลกบาดาล โลกมนุษย์และโลกสวรรค์) ทับหลังภาพศิวนาฏราช ทับหลังภาพการกวณเกษียรสมุทร ทับหลังภาพนารายณ์บรรทมสินธุ์ ฯลฯ

10) **อำเภอปะคำ** ประกอบด้วย

10.1) ปราสาทโคกจั่ว ตั้งอยู่ด้านหลังวัดโคกจั่ว ตำบลปะคำ เป็นพุทธสถานลัทธิมหายาน ก่อด้วยศิลาแลงและหินทราย แผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ประกอบด้วยปราสาทประธานวิหารกำแพงแก้ว ชุมประตู สระน้ำ สันนิษฐานว่าเป็นอโรคยาศาลหรือโรงพยาบาลหนึ่งในจำนวน 102 แห่งที่สร้างขึ้นตามพระราชดำริของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

10.2) หมู่บ้านหัตถกรรมสินพัฒนา ตั้งอยู่ที่หมู่ 11 ตำบลไทยเจริญ แต่เดิมชาวบ้านจำนวนหนึ่งแยกครอบครัวมาจากบ้านหนองตาลี ตำบลชุมแสง ซึ่งเป็นหมู่บ้านเก่าแก่ของอำเภอนางรอง โดยได้ตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่มากว่า 70 ปีแล้ว หลงทองดีราชวงศ์ ปราชญ์ชาวบ้านผู้ริเริ่มงานแกะสลักหินทรายเป็นคนแรก ด้วยอุปกรณ์พื้นบ้านธรรมดา เช่น ค้อนปอนด์ค้อนธรรมดา เหล็กสกัด ด้วยงานฝีมือ

ที่ประณีต จึงสามารถสร้างรายได้และชื่อเสียงให้แก่หมู่บ้าน และยังมีการทอเสื่อกก จากต้นไผ่ ซึ่งย้อมสี สวยงาม การทอผ้าไหมพื้นเรียบผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมสีสน นอกจากนี้อยังมีโฮมสเตย์ภายในชุมชน เหมาะ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาวิถีชีวิต การทำนา ปลุกผัก เลี้ยงสัตว์ และแกะสลักหินกับช่างพื้นบ้าน

11) อำเภอประโคนชัย ประกอบด้วย

11.1) ปราสาทหินเมืองต่ำ ตำบลจรเข้มาก เป็นปราสาทขอมที่มีสถาปัตยกรรมสวยงาม มีลักษณะของศิลปะขอมแบบบาปวน อยู่ในราว พ.ศ. 1550-1624 และมีลักษณะของศิลปะขอมแบบคลัง พ.ศ. 1508-1555 ปะปนอยู่ด้วย ภาพสลักส่วนใหญ่เป็นภาพเทพในศาสนาฮินดู จึงกล่าวได้ว่า ปราสาท แห่งนี้สร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 15-17 เพื่อใช้เป็นศาสนสถานตัวปราสาทประกอบด้วยสิ่งก่อสร้างหลัก คือ ปรางค์อิฐ 5 องค์ สร้างอยู่บนฐานเดียวกันก่อด้วยศิลาแลงองค์ปรางค์ทั้ง 5 ตั้งเรียงกันเป็น 2 แถว แถวหน้า 3 องค์แถวหลัง 2 องค์ ปรางค์ประธานซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดตั้งอยู่ตรงกลางแถวหน้า ปัจจุบัน คงเหลืออยู่เพียงส่วนฐาน องค์อื่นที่เหลืออยู่ก็มีสภาพที่ไม่สมบูรณ์ ปรางค์ทุกองค์มีประตูเข้าสู่ภายใน ปรางค์ได้ด้านเดียวคือ ด้านทิศตะวันออก ด้านอื่นทำเป็นประตูหลอกแต่ปรางค์ประธานมีมุขหน้าอีกชั้นหนึ่ง

การขุดแต่งบริเวณปรางค์ประธานได้พบทับหลังประตุมุขปรางค์ สลักเป็นภาพเทพถือ ดอกบัวขาบประทับนั่งเหนือหน้ากาล แวดล้อมด้วยสตรีเป็นบริวาร หน้าบันสลักภาพพระอินทร์ทรง ข้างเอราวัณ ส่วนทับหลังประตูปรางค์สลักเป็นเทพนั่งชันเข่าเหนือหน้ากาลและยังได้พบชิ้นส่วน ลวดลายปูนปั้นประดับฐานอีกด้วยแสดงว่าปรางค์เหล่านี้ได้เคยมีปูนฉาบและปั้นปูนเป็นลวดลาย ประดับตกแต่งอย่างงดงาม สำหรับปรางค์บริวารอีก 4 องค์นั้น ยังคงมีทับหลังติดอยู่เหนือประตู ทางเข้า 2 องค์ คือ องค์ที่อยู่ทางทิศเหนือของแถวหน้าและองค์ทิศใต้ของแถวหลัง สลักภาพพระศิวะ อุ้มนางอุมามบนพระเพลา ประทับนั่งอยู่บนหลังโคนนทีและภาพพระวรุณทรงหงส์ตามลำดับ พบยอด ปรางค์ทำด้วยหินทรายสลักเป็นรูปดอกบัวตอกอยู่ในบริเวณฐานปรางค์ หน้ากลุ่มปรางค์ยังมีวิหารเป็น อาคารก่ออิฐ 2 หลัง ตั้งหันหน้าตรงกับปรางค์ที่อยู่ด้านข้างทั้งสององค์ล้อมรอบด้วยกำแพงสองชั้น กำแพงชั้นในก่อด้วยหินทรายเป็นห้องแคบ ญายวต่อเนื่องกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมที่เรียกว่าระเบียงคด กำแพงชั้นนอกเป็นกำแพงศิลาแลง กำแพงทั้งสองชั้นมีซุ้มประตูอยู่ในแนวตั้งตรงกันทั้ง 4 ด้าน ซุ้ม ประตูทั้งหมดยกเว้นซุ้มประตูของประตูชั้นในด้านทิศตะวันตกก่อด้วยหินทราย สลักลวดลายอย่าง งดงาม ตั้งแต่หน้าบันทับหลัง เสาติดผนัง ฯลฯ เป็นภาพเล่าเรื่องในศาสนาฮินดูและลวดลายที่ผูกขึ้น จากใบไม้ ดอกไม้ที่มักเรียกรวม ๆว่า ลายพันธุ์พฤกษา ระหว่างกำแพงชั้นในและกำแพงชั้นนอก เป็น ลานกว้างปูด้วยศิลาแลง มีสระน้ำขุดเป็นรูปหักมุมตามแนวกำแพงอยู่ทั้ง 4 มุม กรูขอบสระด้วยแท่ง หินแลงก่อเรียงเป็นชั้นบันไดลงไปยังก้นสระขอบบนสุด ทำด้วยหินทรายเป็นลำตัวนาคซึ่งชูคอแผ่ พังพานอยู่ที่มุมสระ เป็นนาค 5 เศียร ไม่มีเครื่องประดับศีรษะ

11.2) ปราสาทบ้านบุ ตั้งอยู่ภายในเขตโรงเรียนบ้านบุวิทยาสรรค์ ตำบลจรเข้มาก ริมทางหลวงหมายเลข 2177 ห่างจากทางแยกเข้าปราสาทเมืองต่ำไปทางอำเภอประโคนชัย 1.5

กิโลเมตร และห่างจากที่ว่าการอำเภอประโคนชัย 28.5 กิโลเมตร สร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 อาคารศิลาแลง ขนาดเล็กหลังเดี่ยว รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ยกฐานสูงจากพื้นดินมีการค้นพบชิ้นส่วนทับหลังสลักภาพพระพุทธรูปปางสมาธิในชั้นเรือนแก้ว 2 ชั้น

12) อำเภอพุทไธสง มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์ เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่ปางมารวิชัย ศิลปะลาว สร้างด้วยศิลาแลงในสมัยอยุธยาตอนปลาย พุทธศตวรรษที่ 24-25 ขนาดหน้าตัก 1.6 เมตร สูง 2 เมตร ประดิษฐานอยู่ที่วัดหงษ์หรือวัดศีรชนะเรต เป็นที่เคารพสักการะของประชาชนที่เรียกว่า “พระเจ้าใหญ่” ในภาษาไทยอีสานหมายถึงความยิ่งใหญ่ นอกจากนี้ยังพบพระพิมพ์รูปใบขนุน “รวมปาง” เป็นสัมฤทธิ์ และพระพุทธรูปแกะสลักจากนอแรดที่ได้ฐานพระเจ้าใหญ่ด้วย ในวันขึ้น 14 ค่ำ หรือวันแรม 1 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปีจะมีการจัดงานเฉลิมฉลองขึ้นโดยมีชาวอำเภอพุทไธสงและพื้นที่ต่าง ๆ ไปนมัสการเป็นจำนวนมาก

13) อำเภอลำปลายมาศ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ อุทยานลำน้ำมาศ ตั้งอยู่ที่บ้านไผ่น้อย ตำบลหนองคูพื้นที่ 4.8 ตารางกิโลเมตร ภายในแบ่งเป็นเกาะต่าง ๆ จำนวน 6 เกาะ แบ่งเป็น “เกาะลัดตะวัน” เป็นเกาะที่มีลักษณะเป็นสวนสัตว์เปิด เป็นที่อยู่ของช้าง หมูป่าไก่อว่ง นกยูง และลิง “เกาะลัดจันทร์” เกาะที่มีความเป็นธรรมชาติด้วยพันธุ์ไม้หายากนานาชนิด “เกาะพระ” เป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปองค์ใหญ่ “เกาะลอย” มีลักษณะเหมือนเกาะลอยน้ำ “เกาะท้าวประจิตร” และ “เกาะนางอรพิน” นักท่องเที่ยวสามารถชมทัศนียภาพตามธรรมชาติได้

14) อำเภอสตึก ประกอบด้วย

14.1) พระพุทธรูปใหญ่ (พระพุทธรูปปฏิมาสันตยาภิรมย์สตึกอุดมราชภูรินิมิตมุนินทร์) เป็นพระยืนขนาดใหญ่ในสวนเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา ประดิษฐานอยู่ริมแม่น้ำมูล ตรงข้ามที่ว่าการอำเภอสตึก เป็นที่เคารพสักการะของชาวสตึกและจังหวัดใกล้เคียง ในช่วงงานประเพณีแข่งเรือยาวซึ่งจัดที่อำเภอสตึก จะมีทั้งชาวเรือและผู้มาเที่ยวงานแะมานมัสการพระพุทธรูปใหญ่กันเป็นจำนวนมาก

14.2) ศาลเจ้าพ่อวังกรุด เป็นศาลที่ชาวอำเภอสตึกให้ความเคารพนับถือกันมานานนับร้อยปี เนื่องจากในแม่น้ำมูลบริเวณนั้นมีวังน้ำวนที่เรียกว่า “วังกรุด” จึงได้มีการตั้งศาลเจ้าพ่อวังกรุดไว้ เพื่อให้ประชาชนได้มากราบไหว้โดยเฉพาะในงานประเพณีแข่งเรือยาว ซึ่งก่อนเริ่มแข่งขันจะมีเรือยาวกว่า 50 ลำ ที่เข้าร่วมขบวนแห่ประกอบบทเห่เรือล่องไปตามลำน้ำจากหน้าที่ว่าการอำเภอสตึก เพื่อเป็นการแสดงความเคารพและสักการะเจ้าพ่อวังกรุด จนกลายเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของการแข่งขันเรือยาวจังหวัดบุรีรัมย์

2.3.2 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการจังหวัดสุรินทร์

จากการศึกษา (กลุ่มงานข้อมูลข่าวสารทางราชการ. 2559 : 2) พบว่าราวพุทธศตวรรษที่ 12 เมืองสุรินทร์ได้รับอิทธิพลของวัฒนธรรมขอมมาโดยตลอด พบหลักฐานจารึกวัดจุมพล ยุคพระเจ้า

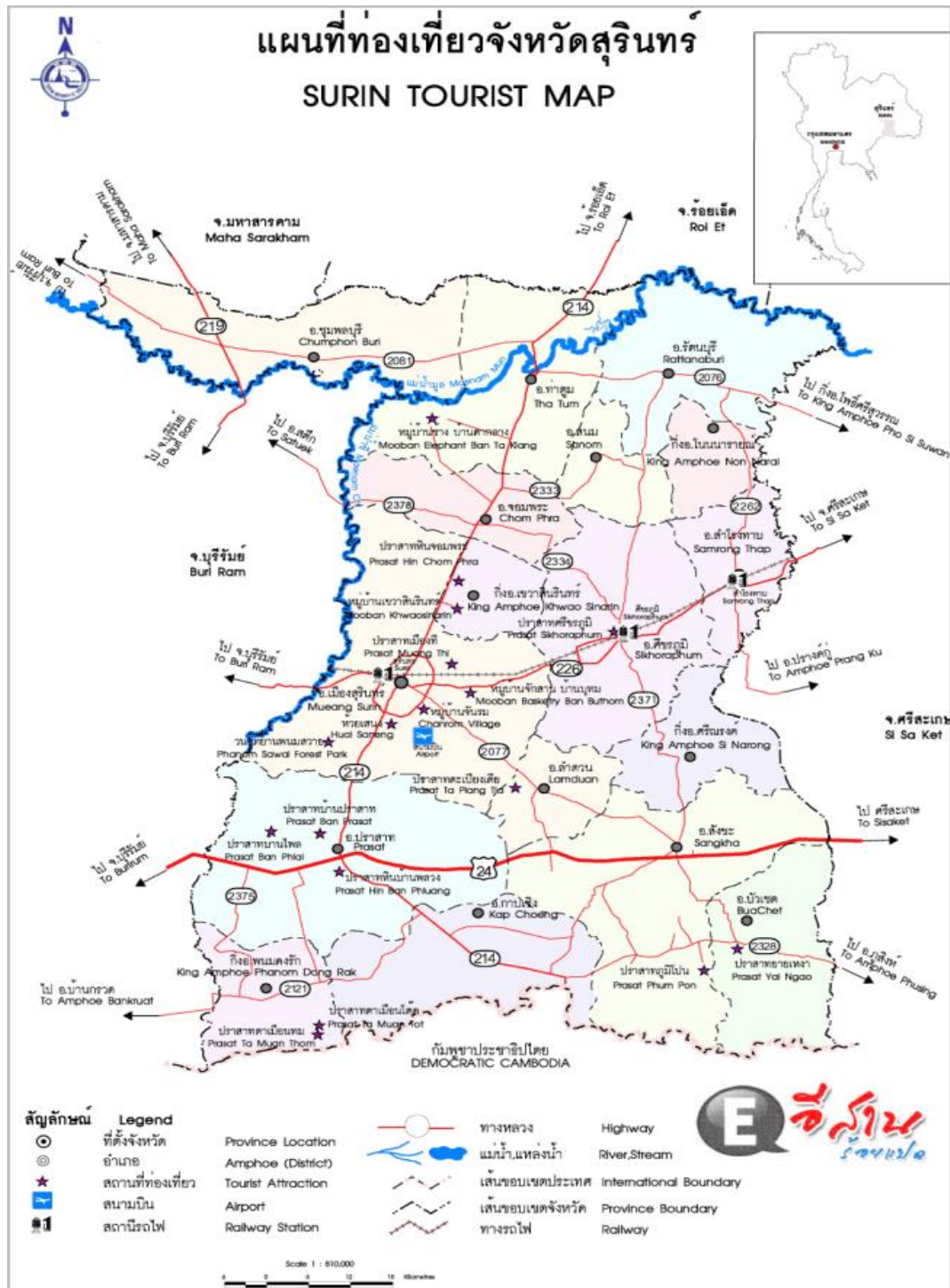
มเหศวรธรรมัน (จิตรเสน) ซึ่งมีความรุ่งเรืองในเขตลุ่มน้ำมูล ซี โขง (สันนิษฐานว่าศูนย์กลางอยู่ในเขตลุ่มน้ำมูล ซี เหนือพนมดงรัก) ก่อนยุคพระนครจะรุ่งเรือง ซึ่งปรากฏเป็นหลักฐานปราสาทหินน้อยใหญ่ต่างยุคสมัยจำนวนมากในพื้นที่

เมื่ออาณาจักรขอมเสื่อมอำนาจไม่ปรากฏหลักฐานใด ๆ เกี่ยวกับเมืองสุรินทร์กระทั่งราวปี พ.ศ. 2300 เชียงปุม คนเมืองตรังบันทายมาศ ชักชวนพี่น้องและพรรคพวกเดินทางแรมไกลขึ้นเหนือข้ามพนมดงรักแล้วแยกย้ายกันลงหลักปักฐานปลูกความหวังชีวิต โดยเชียงปุม เชียงปัด เชียงเปือร เชียงเกด นางเตรียนางสดา และนางแล ปักหลักอยู่ที่บ้านโคกเมืองที (บ้านเมืองที่ตำบลเมืองที อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ในปัจจุบัน)

กลุ่มคนเหล่านี้ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้มีความชำนาญในการจับสัตว์ป่ารวมถึงช้างป่ากระทั่งมีบันทึกเรื่องราวในพงศาวดารหลายฉบับว่า พี่เชียงปุมและพวกพี่น้องได้ช่วยตามหาพระยาช้างเผือกแตกโรงเมื่อครั้งปลายกรุงศรีอยุธยา รัชสมัยพระที่นั่งสุริยามรินทร์จนมีความดีความชอบได้รับการแต่งตั้งเป็น “หลวงสุรินทร์ภักดี” (เชียงปุม) หลวงเพชร(เชียงชะ) หลวงแก้วสุวรรณ (ตากะจะ) และหลวงศรีนครเตา (เชียงสี) ทั้งหมดนี้มีหน้าที่ควบคุมกองส่วยในบ้านเมืองของตนที่อาศัยอยู่ ทำราชการขึ้นต่อเมืองพิมาย ภายหลังเมื่อผู้คนมากขึ้นจึงแจ้งแก่เมืองพิมายขอโยกย้ายมาตั้งลงหลักปักฐาน ณ บริเวณบ้านคูประทาย เนื่องจากมีแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์ หลวงสุรินทร์ภักดี (เชียงปุม) และพี่น้อง นายกองเขมรส่วยป่าดง ได้คุมกองส่วยสำคัญ ได้แก่ ช้าง ม้า แก่นสน ปีกนก นอระมด (นอแรด) งาช้าง ขี้ผึ้ง น้ำผึ้ง ลำเลียงไปส่งยังกรุงศรีอยุธยาอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่ปลาบปลื้มต่อมาพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยามรินทร์ทรงโปรดตั้งให้หลวงสุรินทร์ภักดีเป็น “พระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง” เจ้าเมือง ยกบ้านคูประทาย เป็น “เมืองประทายสมันต์” ให้หลวงเพชร (เชียงชะ) เป็น “พระสังฆะบุรีศรีนครอัจจะ” เจ้าเมือง ยกบ้านอัจจะปะนิงเป็น “เมืองสังฆะ” ให้หลวงแก้วสุวรรณ (ตากะจะ) เป็น “พระไกรภักดีศรีนครลำดวล” เจ้าเมือง ยกบ้านโคกลำดวลใหญ่เป็น “เมืองขุขันธ์” และให้หลวงศรีนครเตา (เชียงสี) เป็น “พระศรีนครเตา” เจ้าเมือง ยกบ้านกุดหวายเป็น “เมืองรัตนบุรี”

เมื่อเข้าสู่แผ่นดินพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ได้โปรดเกล้าเปลี่ยนชื่อเมืองประทายสมันต์ เป็น “เมืองสุรินทร์” ตามสร้อยบรรดาศักดิ์ของพระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง เมืองสุรินทร์มีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงการปกครองบ้านเมืองมายาวนาน บ้านเมืองที่เคยเป็นเมืองเล็กได้เปลี่ยนแปลงขอบเขตตามระบบการปกครองแห่งราชสำนักสยาม จวบจนเป็น “จังหวัดสุรินทร์” ที่มีความอุดมสมบูรณ์ร่มเย็นในวันนี้

จากการศึกษาพบว่า สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ จังหวัดบุรีรัมย์มีการกระจายไปยังอำเภอต่าง ๆ ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
ที่มา: อีสานร้อยแปด. (2559ข: 1)

จากภาพที่ 2.12 จะเห็นว่าจังหวัดสุรินทร์มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาเป็นจำนวนมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558ค : 12-42) สามารถสรุปได้ดังนี้

1) อำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

1.1) ศาลหลักเมืองสุรินทร์ เป็นสถานที่สำคัญคู่บ้านคู่เมืองของชาวสุรินทร์ อยู่ถนนหลักเมือง ห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 500 เมตร เดิมเป็นศาลที่ยังไม่มีเสาหลักเมือง ต่อมา พ.ศ. 2511 กรมศิลปากรได้ออกแบบสร้างศาลหลักเมืองและเสาหลักเมืองใหม่ โดยเสาหลักเมืองเป็นไม้ชัยพฤกษ์สูง 3 เมตร วัดโดยรอบเสาได้ 1 เมตร ทำพิธียกเสาหลักเมืองและสมโภช เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2517

1.2) อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) อยู่ถนนสุรินทร์-ปราสาท ตำบลในเมือง สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์สถานระลึกถึงผู้สร้างเมืองท่านแรก ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญอย่างยิ่งในประวัติศาสตร์ของเมืองสุรินทร์ อนุสาวรีย์เป็นรูปหล่อทองเหลืองรมดำ สูง 2.2 เมตร สะพายดาบคู่อยู่ บนหลัง อันหมายถึงความเป็นนักรบ ความกล้าหาญ และมีมือขวาถือขงจ้าว อันแสดงถึงความเก่งกล้า สามารถของท่านในการบังคับช้างศึก และเป็นเครื่องบ่งบอกว่าสุรินทร์เป็นเมืองช้างมาแต่ดึกดำบรรพ์ อนุสาวรีย์แห่งนี้ได้ทำพิธีเปิดเมื่อวันที่ 13 เมษายน พ.ศ. 2528

1.3) วัดบูรพาราม อยู่หมู่ที่ 1 ถนนจิตรบำรุง ตำบลในเมือง ตรงข้ามกับสำนักงานอัยการ จังหวัดสุรินทร์เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรีหรือในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ โดยพระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) ภายในวัดมีปูชนียวัตถุที่สำคัญ คือ หลวงพ่อพระชีวะ เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 4 ศอก ปั้นด้วยเนื้อดินเผาอัดแน่น มีพุทธลักษณะคล้ายศิลปะแบบขอม เป็นพระประธานของวัด ประดิษฐานอยู่ในวิหารจตุรมุขก่ออิฐถือปูน ทางด้านทิศตะวันตกของพระอุโบสถสมัยก่อนทางการได้ให้ข้าราชการที่ต้องทำพิธีตักน้ำพิพัฒน์สัตยา มาทำพิธีต่อหน้าหลวงปู่พระชีวะ ซึ่งต่อมากลายเป็นที่พึ่งทางใจในการบบานศาลกล่าวและอธิษฐานเพื่อให้ประสบผลสำเร็จหรือปกป้องรักษา

1.4) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุรินทร์ อยู่หมู่ที่ 13 ตำบลเจียง เป็นสถานที่จัดแสดงเรื่องราวความเป็นมาของสุรินทร์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีการจัดแบ่งอาคารจัดแสดงเป็น 4 อาคาร แต่ละอาคารเชื่อมต่อถึงกัน อาคารที่ 1 เป็นโถงทางเข้าและทางเดินอาคารที่ 2 เป็นส่วนการศึกษา ประกอบด้วย ห้องประชุม ห้องกิจกรรม ห้องรับรอง ห้องสมุด อาคารที่ 3 เป็นอาคารจัดแสดงและสำนักงาน ประกอบด้วย ห้องนิทรรศการถาวร ห้องนิทรรศการชั่วคราว ห้องทำงานเจ้าหน้าที่และอาคารที่ 4 เป็นคลังพิพิธภัณฑ์ประกอบด้วย ห้องคลังโบราณวัตถุ ห้องปฏิบัติการอนุรักษ์และสงวนรักษา โดยแยกเป็นนิทรรศการแสดงเรื่องราวต่าง ๆ ออกเป็น 5 เรื่อง คือ

(1) ธรรมชาติวิทยา ในส่วนนี้จัดแสดงเรื่องกายภาพของจังหวัดสุรินทร์ เนื้อหาประกอบด้วย สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ลักษณะทางธรณีวิทยาปฐพีวิทยา ทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ดิน น้ำ ป่าไม้ สัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ยังจัดแสดงเรื่องข้าวและการทำนาด้วย

(2) ประวัติศาสตร์โบราณคดี มีเนื้อหาเกี่ยวกับพัฒนาการของผู้คน ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์สมัยวัฒนธรรมทวารวดี สมัยวัฒนธรรมขอม สมัยวัฒนธรรมล้านช้าง-อยุธยา โดยการจัดแสดงจะจำลองวิถีชีวิตและพิธีกรรมต่าง ๆ โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุที่พบในจังหวัดสุรินทร์

(3) ประวัติศาสตร์เมือง นำเสนอเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดสุรินทร์ โดยเริ่มจากชาวขุขันธ์ช่วยจับช้างเผือกที่หลุดมาจากกรุงศรีอยุธยาและได้รับความดีความชอบตั้งเป็นบ้านเมือง การปฏิรูปการปกครองมาเป็นระบบเทศาภิบาลและระบอบประชาธิปไตยตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ด้านเศรษฐกิจ สังคม ประชากรและการศึกษา ในการจัดแสดงการจับช้างเผือก การเดินทางไฟมาถึงจังหวัดสุรินทร์ สภาพตลาดการค้าในยุคแรก ๆ เป็นต้น

(4) ชชาติพันธุ์วิทยา กล่าวถึงประชากรในจังหวัดสุรินทร์ที่ประกอบด้วยชน 4 กลุ่ม ได้แก่ ชาวขุขันธ์ ชาวเขมรชาวลาว และชาวไทยโคราช ความเป็นมาและการสร้างเมืองของจังหวัดสุรินทร์ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเมืองจนถึงสมัยกรุงศรีอยุธยาและเรื่อยมาจนปัจจุบัน

(5) มรดกดีเด่นประจำจังหวัด คือ งานศิลปหัตถกรรม ได้แก่ การทำเครื่องประดับเงินและการทอผ้าไหม การแสดงศิลปะพื้นบ้าน ได้แก่ การแสดงเรือมอันเร การละเล่นเจรียง รวมถึงดนตรีพื้นบ้าน เช่น วงกันตรึม และการเลี้ยงช้างซึ่งเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกและมีฉากจำลองบรรยากาศหมู่บ้านเลี้ยงช้างในอดีต

1.5) อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง เป็นโครงการชลประทานที่มีสันเขื่อนเป็นแนวยาว เหมาะกับการพักผ่อนชมทัศนียภาพรอบอ่างเก็บน้ำ โดยเฉพาะในเวลาเช้าเป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามอีกแห่ง และยังเป็นที่ยอดนิยมในการวิ่งออกกำลังกาย ปั่นจักรยาน นอกจากนี้พื้นที่ส่วนหนึ่งยังเป็นที่ตั้งพระตำหนักที่ประทับของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี (ในรัชกาลที่ 9) และสำนักงานชลประทาน รวมทั้งมีร้านค้า ร้านอาหาร ให้บริการนักท่องเที่ยว

1.6) ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (สุรินทร์) อยู่หมู่ที่ 4 ตำบลคอโค ภายในมีพื้นที่การปลูกหม่อนต้นแบบและโรงเรือนเลี้ยงหนอนไหม ซึ่งสามารถเรียนรู้วิวัฒนาการของหนอนไหม ตั้งแต่ระยะฟักไข่ระยะหนอนไหมทอดรัง การสาวไหม การย้อมไหมจากสีธรรมชาติ และการทอผ้าไหม นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ผ้าไหมให้ชม และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นผลิตภัณฑ์จากรังไหมแปรรูป

1.7) หมู่บ้านทอผ้าไหมยกทองโบราณบ้านท่าสว่าง (จันทร์โสม) อยู่ 179 ซอยเรือนไทย บ้านท่าสว่างตำบลท่าสว่าง เป็นหมู่บ้านที่ได้รับการยกย่องว่า “ทอผ้าไหมหนึ่งพันสีร้อยสิบหกตะกอก” เมื่อครั้งทอผ้ายกทองทูลเกล้าฯ ถวายสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (ในรัชกาลที่ 9) จากการริเริ่มผลงานศิลปหัตถกรรมของกลุ่มทอผ้าไหมยกทอง “จันทร์โสม” ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูการทอผ้ายกทองชั้นสูงแบบราชสำนักไทยโบราณ โดยมีอาจารย์วีรธรรม ตระกูลเงินไทย เป็นแกนนำและเป็นผู้รวบรวมชาวบ้านบ้านท่าสว่างมารวมกลุ่มนักทอผ้าด้วยการออกแบบลวดลายที่

สลัซซึซซัน งดงม ผสมผสนกันระหว่างลวดลายการทอแบบราชสำนักกับเทคนิคการทอผ้าแบบพื้นบ้าน จนกลายเป็นผ้าทอที่มีความงดงามอย่างมหัศจรรย์และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลกผลงานชิ้นสำคัญ คือ การได้รับคัดเลือกจากรัฐบาลให้ทอผ้าสำหรับตัดเสื้อของผู้นำประเทศและผ้าคลุมไหล่สำหรับคู่สมรสผู้นำประเทศ 21 เขตเศรษฐกิจ ที่มาร่วมประชุมผู้นำเอเปกเมื่อ พ.ศ. 2546 จนเป็นที่รู้จักกันอย่างดีในชื่อ “หมู่บ้านทอผ้าเอเปก” และยังได้รับรางวัลโอท็อป (OTOP) ระดับ 5 ดาว ของประเทศ

ความโดดเด่นของผ้าไหมยกทองจันทร์โสมมา คือ การเลือกเส้นไหมที่เล็กและบางเบา นำมาผ่านกรรมวิธีฟอก ต้ม แล้วย้อมสีธรรมชาติด้วยแม่สีหลักสามสีได้แก่ สีแดงจากครั่ง สีเหลืองจากแก่นแกแล และสีครามจากเมล็ดคราม สอดแทรกการยกดอกด้วยไหมทองที่นำมารีดเป็นเส้นเล็ก ๆ ปั่นควบกับเส้นด้ายใช้ตะกอเส้นพุ่งพิเศษที่ทำให้เกิดลาย จำนวนตะกอ 1,416 ตะกอ ซึ่งก็ธรรมดาที่วางไว้บนพื้นดินมีความสูงไม่พอ จึงต้องขุดดินบริเวณนั้นเป็นหลุมลึกลงไป 2-3 เมตร เพื่อบรรเทาความยาวของตะกอที่ห้อยลงมาจากก็ให้เป็นระเบียบ และให้คนสามารถยืนอยู่ในหลุมเพื่อสอดตะกอไม่ได้ เนื่องจากไม้ตะกอมีจำนวนมากจึงต้องใช้คนทอ 4-5 คน คือ คนช่วยยกตะกอ 2-3 คน คนสอดไม้ 1 คน และคนทออีก 1 คน ด้วยความซับซ้อนทางด้านเทคนิคการทอนี้ จึงทำให้ได้ผลงานผ้าออกมาเพียงวันละ 4-5 เซนติเมตรเท่านั้น

1.8) หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านดงมัน อยู่หมู่บ้านดงมันตำบลคอโค เป็นหมู่บ้านที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมทางการแสดงพื้นบ้าน เช่น การละเล่นพื้นเมือง การขับเจรียง ร้องกันตรึมเรือมอ้มเร เป็นต้น ประเพณีประจำเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ มีศิลปิน นักแสดง นักดนตรีจำนวนมาก เป็นแหล่งผลิตเครื่องดนตรี เป็นที่ฝึกสอน ฝึกอบรมการแสดง การดนตรีและมีการจัดแสดงศิลปะพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวได้ชม

1.9) ปราสาทเมืองที อยู่ในบริเวณวัดจอมสุทธาวาส หมู่ที่ 1 ตำบลเมืองที เป็นปราสาทที่มีสถาปัตยกรรมแบบเขมร ก่อด้วยอิฐฉาบปูน ปราสาทมี 5 หลัง สร้างรวมเป็นหมู่อยู่บนฐานเดียวกัน โดย 1 หลังตั้งอยู่ตรงกลางและอีก 4 หลังอยู่ที่มุมทั้งสี่ ตรงตามคติความเชื่อของลัทธิพราหมณ์ที่ปราสาทหลังกลางเปรียบเสมือนเขาพระสุเมรุและมีปรางค์ทั้งสี่มุมโดยรอบ ปัจจุบันตัวปราสาทเหลืออยู่เพียง 3 หลัง ปราสาทหลังกลางมีขนาดใหญ่สุด มีบันไดทางขึ้นทั้งสี่ด้าน ตัวเรือนธาตุตันที่บไม่มีการประตูเนื่องจากการดัดแปลง ส่วนหลังคาทำเป็นชั้น มี 3 ชั้น เลียนแบบตัวเรือนธาตุ ส่วนยอดบนหักหาย

1.10) วนอุทยานพนมสวาย อยู่ในเขตพื้นที่ 2 ตำบล คือตำบลนาบัวและตำบลสวาย ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ มีพื้นที่ 1,975 ไร่ ลักษณะเป็นยอดเขา 3 ลูกติดต่อกัน คือ

ยอดเขาที่ 1 มีชื่อว่า “พนมเปรี๊ยะ” หรือ “เขาชาย” มีความสูง 220 เมตร เป็นที่ประดิษฐาน “พระพุทธสุรินทรมงคล” หรือ “พระใหญ่” พระพุทธรูปสีขาวองค์ใหญ่ปางประทานพร ขนาดหน้าตักกว้าง 15 เมตรความสูงองค์พระจากที่ประทับถึงยอดเขาคือ 21.50 เมตร โครงสร้างเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก พระเนตรขาวประดับด้วยเปลือกหอยมุก พระเนตรดำทำด้วยโลหะทองเหลืองผสมทองแดงหล่อรมดำ

ประทับนั่งขัดสมาธิบนฐานบัวคว่ำและบัวหงาย มีบันไดจากเนินเขาเดินขึ้นไปถึงองค์พระ และบริเวณด้านหลังองค์พระยังเป็นจุดชมวิวนมสูงของวนอุทยานพนมสวายด้วย

ยอดเขาที่ 2 มีชื่อว่า “พนมสร้อย” หรือ “เขาหญิง” มีความสูง 210 เมตร เป็นที่ตั้งของวัดพนมศีลารามและมีสระน้ำโบราณอยู่ 2 สระ ที่เชื่อกันว่าเป็นที่อยู่ของเต้าศักดิ์สิทธิ์

ยอดเขาที่ 3 มีชื่อว่า “พนมกรอล” หรือ “เขาคอก” มีความสูง 150 เมตร พุทธสมาคมจังหวัดสุรินทร์ได้จัดสร้างศาลาอัฐมมุข เป็นอนุสรณ์ฉลองครบรอบ 200 ปี แห่งการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ เพื่อประดิษฐานพระพุทธรูปจำลองที่ย้ายมาจากยอดเขาชาย มาประดิษฐานไว้ในศาลา และบริเวณใกล้เคียงกันเป็นที่ตั้งสถูปบรรจุอัฐิพระราชวุฒาจารย์ (หลวงปู่ดูลย์อตุโล) พระเกจิอาจารย์สายวิปัสสนากรรมฐานและมีศาลเจ้าแม่กวนอิมให้สักการะ

ในอดีตบรรพบุรุษชาวสุรินทร์ถือว่าเขาพนมสวายเป็นสถานที่แสวงบุญ จะมีการเดินขึ้นยอดเขาในวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปี ผู้ที่มาเยือนเขาพนมสวายจะได้สักการะ 9 สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองเพื่อความเป็นสิริมงคล ได้แก่ 1. พระใหญ่หรือพระพุทธรูปสุรินทร์มงคล 2. พระพุทธรูปองค์ดำ 3. สถูปบรรจุอัฐิหลวงปู่ดูลย์อตุโล 4. รอยพระพุทธรูปจำลอง 5. หลวงปู่สวน (พระครูพนม ศิลคุณ) 6. ปราสาทหินพนมสวาย 7. เจ้าแม่กวนอิม 8. เต้าหินศักดิ์สิทธิ์ 9. สระน้ำศักดิ์สิทธิ์

2) อำเภอเขวาสินรินทร์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์ อยู่ตำบลเขวาสินรินทร์ เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการผลิตลูกประคำเงินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เรียกกันว่า “ลูกปะเก้อม” เป็นการนำแผ่นเงินมาตีเป็นลูกกลมหรือรีเกลี้ยง ๆ แล้วนำมาลงยาและลงลายต่าง ๆ ที่มีความสวยงาม เช่น ลายไข่มงดา ลายดอกพิกุล ลายถุงเงิน เป็นต้น โดยนิยมนำไปทำเป็นเครื่องประดับของสุภาพสตรี เช่น กำไล เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู ฯลฯ

3) อำเภอจอมพระ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ปราสาทจอมพระ อยู่หมู่ที่ 4 ตำบลจอมพระ เป็นอโรคยาศาลหรือศาสนสถานพยาบาลแห่งหนึ่งในจำนวนหลายร้อยแห่งที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 โปรดให้สร้างขึ้นราวต้นพุทธศตวรรษที่ 18 เนื่องจากพระองค์ทรงนับถือพระพุทธศาสนา ลัทธิมหายานและทรงสนับสนุนให้ประชาชนของพระองค์นับถือศาสนานี้ด้วย ทำให้สิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมของวัฒนธรรมเขมรที่เคยมีขนาดใหญ่โตเพราะรับอิทธิพลจากศาสนาฮินดูเปลี่ยนไปเป็นสิ่งก่อสร้างที่มุ่งเน้นที่การสร้างกุศลเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนของพระองค์ตามหลักของศาสนาพุทธ จากหลักฐานต่าง ๆ และจารึกที่สร้างไว้ตามอโรคยาศาลนั้นทำให้ทราบว่าพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ทรงโปรดให้สร้างอโรคยาศาลหรือโรงพยาบาลขึ้นไว้ตามเมืองต่าง ๆ ทั่วพระราชอาณาเขต โดยมอบให้เจ้าเมืองเป็นผู้ดูแล พร้อมทั้งจัดหาแพทย์ พยาบาล และยารักษาโรค ไว้เพื่อรักษาประชาชนผู้เจ็บป่วย

ปราสาทจอมพระ มีปราสาทประธาน 1 หลัง ก่อด้วยศิลาแลง แผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุม มีประตูทางเข้าออกอยู่ทางทิศตะวันออก หน้าประตูมีมุขยื่น ด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ของปราสาทประธานมีบรรณาลัย 1 หลัง ก่อด้วยศิลาแลง แผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีประตู

ทางเข้าออกอยู่ทางทิศตะวันตกทั้งหมดล้อมรอบด้วยกำแพงแก้วก่อด้วยศิลาแลงเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า บริเวณด้านทิศตะวันออกมีซุ้มประตูรูปกากบาทที่ผนังประตูมีช่องหน้าต่างต่าง 1 ช่อง นอกเขตกำแพงแก้ว ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของปราสาท มีสระน้ำ 2 สระ จากการขุดแต่งของกรมศิลปากร พบโบราณวัตถุที่สำคัญ คือ พระวัชรเศวตและ ศิโยพระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร

4) อำเภอท่าตูม ประกอบด้วย

4.1) ศูนย์ศึกษา และ หมู่บ้านช้าง บ้านตากกลาง อยู่หมู่ที่ 9 และหมู่ที่ 13 บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม พื้นที่หมู่บ้านเป็นที่นาและป่าละเมาะสลับกับป่าโปร่งเหมาะกับการเลี้ยงช้าง ชาวบ้านตากกลางดั้งเดิมเป็น “ชาวส่วย” หรือ “กูย” หรือ “กวย” มีความชำนาญในการคล้องช้างป่า ฝึกหัดช้างและเลี้ยงช้าง ในอดีตส่วนมากจะเดินทางไปคล้องช้างบริเวณชายแดนเขตกำพูชา แต่ด้วยสภาวะการเมืองระหว่างประเทศในปัจจุบัน ทำให้ชาวบ้านไม่สามารถไปคล้องช้างบริเวณชายแดนได้เหมือนสมัยก่อน ถึงกระนั้นชาวบ้านตากกลางก็ยังคงเลี้ยงช้างและฝึกช้างเพื่อไปร่วมแสดงในงานช้างของจังหวัดเป็นประจำทุกปี การเลี้ยงช้างของชาวบ้านตากกลางไม่เหมือนการเลี้ยงช้างของชาวภาคเหนือที่เลี้ยงไว้ใช้งาน แต่ชาวบ้านตากกลางเลี้ยงช้างไว้เป็นเพื่อนนอนร่วมชายคาเดียวกันกับผู้เป็นเจ้าของ เปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในครอบครัวก่อให้เกิดสายใยความผูกพันที่แน่นแฟ้นระหว่างคนกับช้าง

4.2) วังทะลุ อยู่ห่างจากหมู่บ้านช้างบ้านตากกลางเพียง 3 กิโลเมตร เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมาบรรจบกัน ก่อนไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่จังหวัดอุบลราชธานี ในอดีตเป็นสถานที่สำคัญที่เคยใช้ประกอบพิธี “บวชนาคช้าง” ของชาวบ้านตากกลางและหมู่บ้านใกล้เคียง แม้ในปัจจุบันจะเลิกใช้วังทะลุประกอบพิธีกรรมดังกล่าวแล้ว แต่ด้วยบริเวณนั้นยังมีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทางธรรมชาติ

5) อำเภอชุมพลบุรี แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ทะเลสาบทุ่งกุลา อยู่ตำบลไพรขลา แต่เดิมพื้นที่บริเวณนี้เป็นส่วนหนึ่งของทุ่งกุลาร้องไห้ จนเมื่อ พ.ศ. 2550 ได้มีการขุดลอกพื้นที่ทำเป็นแก้มลิงกักเก็บน้ำไว้แก้ไขปัญหาคความแห้งแล้ง ต่อมากรมชลประทานได้ทำการขุดพื้นที่กว่า 750 ไร่ ให้เป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ และเปลี่ยนชื่อมาเป็น “ทะเลสาบทุ่งกุลา” บริเวณโดยรอบทะเลสาบมีเส้นทางปั่นจักรยาน ศาลาชมทิวทัศน์ และสิ่งอำนวยความสะดวก

6) อำเภอศีขรภูมิ ประกอบด้วย

6.1) ปราสาทศีขรภูมิ อยู่บ้านปราสาท ตำบลระแงง ห่างจากที่ว่าการอำเภอศีขรภูมิ 500 เมตร สร้างขึ้นตามรูปแบบศิลปกรรมเขมรโบราณ ตรงกับศิลปะสมัยบาปวนต่อเนื่องถึงสมัยนครวัด ช่วงพุทธศตวรรษที่ 16-17 เพื่อเป็นศาสนสถานของศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย ที่นับถือพระศิวะและพระอิศวรเป็นเทพเจ้าสูงสุด จนถึงราวพุทธศตวรรษที่ 22-23 ปราสาทศีขรภูมิได้ถูกดัดแปลงให้เป็นวัดในศาสนาพุทธนิกายหินยาน แผนผังหลักของปราสาท คือ ตัวปราสาทหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ประกอบด้วย ปราสาทอิฐ 5 หลัง ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกัน โดยมีปราสาทประธานอยู่ตรงกลาง

และมีปราสาทบริวารอยู่โดยรอบทั้งสี่มุม ปราสาทแต่ละหลังมีลักษณะเหมือนกันคือ ตัวปราสาทก่อสร้างด้วยอิฐ หินทราย และศิลาแลง มีบันไดทางขึ้นและประตูทางเข้าด้านทิศตะวันออกเพียงด้านเดียว

จุดที่น่าสนใจโดยรอบของปราสาทศีขรภูมิ ได้แก่ทับหลังหินทรายเหนือกรอบประตูทางเข้าปราสาทประธาน สลักเป็นรูปศิวนาฏราช (พระศิวะทรงพ่อนรำ) อยู่บนหงส์ 3 ตัว เหนือหน้ากาลแวดล้อมไปด้วยบริวารที่ร่วมทรงดนตรี รูปสลักที่สำคัญทางด้านขวาของพระองค์ คือ พระนารายณ์และพระอุมา ส่วนทางด้านซ้ายของพระองค์ คือ พระพรหมและพระคเณศในส่วนของตำแหน่งเสาประดับผนังปราสาทประธานนั้น ส่วนด้านหน้าสลักเป็นรูปนางอัปสร ส่วนด้านบนเหนือคิรีระสลักลายประจายามกัมพู และส่วนด้านข้างสลักเป็นรูปทวารบาลซึ่งเป็นเทพผู้รักษาประตูส่วนปราสาทบริวารพบทับหลัง 2 ชิ้น ปัจจุบันถูกนำไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย จังหวัดนครราชสีมา สลักเป็นรูปแสดงเหตุการณ์ตอนพระกฤษณาวตาร (ตอนที่พระวิษณุหรือพระนารายณ์แบ่งภาคลงมาเกิดเป็นพระกฤษณะเพื่อปราบพญางังส์) โดยทับหลังชิ้นที่ 1 สลักรูปตอนพระกฤษณะประลองกำลังปราบช้างและคชสีห์ ส่วนทับหลังชิ้นที่ 2 สลักรูปตอนพระกฤษณะปราบคชสีห์

6.2) ปราสาทช่างปี อยู่หมู่ที่ 1 บ้านช่างปี ตำบลช่างปี เป็นโรคยาศาลหรือโรงพยาบาลหนึ่งในจำนวน 102 แห่ง ที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 โปรดให้สร้างขึ้นอายุราวพุทธศตวรรษที่ 18 มีผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ก่อด้วยศิลาแลงและหินทราย ประกอบไปด้วยปราสาทประธานตั้งตรงกลาง ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้มีบรรณาลัย ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้ว ซึ่งมีโคปุระอยู่ทางด้านทิศตะวันออก นอกกำแพงทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือมีสระน้ำ ปราสาทแห่งนี้มีการค้นพบศิลปวัตถุ เทวรูปประธานพระคเณศกลับขนุนที่ยอดปราสาท ซึ่งมีความสมบูรณ์หลายชิ้น ศิลปวัตถุบางส่วนถูกนำไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์

6.3) หมู่บ้านทอผ้าโสร่งทางกระรอก บ้านประทุน อยู่หมู่ที่ 4 ตำบลเตล เป็นหมู่บ้านที่มีฝีมือในการทอผ้ามาตั้งแต่สมัยโบราณ ผ้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบ้านประทุน คือ ผ้าโสร่งทางกระรอก ซึ่งต้องใช้ไหมดีเกลียวให้เป็นทางกระรอกเท่านั้น จึงจะทอลายผ้าออกมาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ โดยชาวบ้านจะทอผ้าอยู่ภายในบ้านของตนเองทุกวัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมและซื้อหาผลิตภัณฑ์ผ้าโสร่งทางกระรอกได้โดยตรงจากผู้ทอในแต่ละบ้าน

7) อำเภอลำดวน มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ปราสาทตะเปียงเตีย อยู่ในวัดปราสาทเทพนิมิต หมู่ที่ 2 ตำบลโชคเหนือ คำว่า ตะเปียงเตีย หมายถึง หนองเปิด เป็นปราสาทรูปทรงสี่เหลี่ยม มียอดปราสาท 5 ยอด เป็นรูปบัวตูม ตัวปราสาทก่อด้วยอิฐ ลักษณะการก่อสร้างเป็นสถาปัตยกรรมแบบลาวและสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย

8) อำเภอสังขะ ประกอบด้วย

8.1) เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ (วนอุทยานป่าสนหนองคู) อยู่บ้านหนองคู ตำบลทับทัน เป็นโครงการร่วมระหว่างไทย-เดนมาร์ก มีพื้นที่ 624 ไร่ เป็นเขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ ซึ่ง

ถือว่าเป็นพันธุ์ที่ดีที่สุดที่ขึ้นในที่ราบสูง ลักษณะเด่นคือเป็นสนสองใบที่ขึ้นในที่ราบแห้งเดียวในประเทศไทย นับว่าเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจอีกแห่งหนึ่งของชาวสุรินทร์

8.2) ปราสาทภูมิโปน อยู่หมู่ที่ 5 บ้านภูมิโปน ตำบลคมประกอบด้วย ปราสาทก่ออิฐ 3 หลัง และปราสาทก่อศิลาแลง 1 หลัง ตั้งเรียงกันจากเหนือไปได้ ปราสาทก่ออิฐหลังที่ 3 ซึ่งเป็นปราสาทประธานเป็นปราสาทหลังใหญ่ก่อด้วยอิฐ มีเสาประดับกรอบประตูทับหลังสลักจากหินทราย ได้หน้าบันเหนือทับหลังขึ้นไปมีลวดลายรูปใบไม้มีวนแบบศิลปะอินเดียสมัยหลังคุปตะ (ราวพุทธศตวรรษที่ 11-13) และจารึกภาษาสันสกฤต อักษรปัลลวะ ซึ่งเคยใช้ในราวพุทธศตวรรษที่ 12-13 ถือเป็นจารึกรุ่นแรก ๆ ที่มีการค้นพบ จึงนับว่าปราสาทภูมิโปนเป็นโบราณสถานศิลปะแบบเขมรที่เก่าแก่มากที่สุดในประเทศไทย

8.3) ปราสาทยายเหงา อยู่บ้านสังขะตำบลสังขะเป็นศาสนสถานแบบขอมที่ประกอบด้วย ปราสาท 2 หลัง ตั้งอยู่เรียงกันในแนวเหนือใต้ หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ตัวปราสาทก่อด้วยอิฐอยู่บนฐานศิลาแลงมีการแกะสลักอิฐเป็นลวดลาย เช่น ที่กรอบหน้าบันเป็นรูปมกร (อ่านว่า มะ-กอน หรือ มะ-กะ-ระ คือ สัตว์ผสมระหว่างสิงห์ ช้าง และปลา) คาบนาคห้าเศียร เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบกลีบบนขุนยอดปราสาท เสาประดับกรอบประตู ที่แกะสลักจากหินทรายนำมาจัดแสดงไว้ด้านหน้าปราสาท

8.4) ปราสาทหมื่นชัยและปราสาทบ้านปราสาท อยู่บ้านถนนตำบลกระเทียม สภาพพื้นที่รอบปราสาทเป็นลานกว้างปกคลุมด้วยพื้นหญ้าและต้นไม้ใหญ่ เชื่อว่าสมัยก่อนพื้นที่บริเวณนี้มีความเหมาะสมแก่การสร้างที่พักคนเดินทางและโรงพยาบาลหรือโรคนาสา เพื่อให้นักเดินทางสามารถแวะพักรักษาตัวได้แต่เนื่องจากบริเวณที่ตั้งปราสาทเป็นที่ลุ่มน้ำท่วมถึงประกอบกับการเสื่อมถอยของอาณาจักรขอมทำให้ปราสาทแห่งนี้ถูกรื้อถอนไปตามกาลเวลา

8.5) ปราสาทหมื่นชัย เป็นปราสาทก่ออิฐทั้งหลัง มีลักษณะเป็นผังรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาดกว้าง 6.5 เมตร ยาว 6.5 เมตร ปัจจุบันเหลือเพียงผนังสองด้าน ส่วนผนังด้านหน้ามีร่องรอยคูน้ำล้อมรอบ และไม่พบใด ๆ จึงไม่สามารถสันนิษฐานอายุการก่อสร้างได้ใด ๆ จึงไม่สามารถสันนิษฐานอายุการก่อสร้างได้ภาพหลัก

8.6) ปราสาทบ้านปราสาท อยู่ห่างจากปราสาทหมื่นชัยไปประมาณ 75 เมตร นับเป็นโรคนาสาหรือศาสนสถานพยาบาล 1 ในจำนวน 102 แห่ง ที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แห่งอาณาจักรขอมโปรดให้สร้างขึ้นประกอบด้วย ปราสาทประธาน วิหาร กำแพงแก้วและสระน้ำ

9) **อำเภอบัวเขต** แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร อยู่ตำบลจรัส เป็นพุทธอุทยานแห่งแรกของประเทศไทย มีเนื้อที่ 10,865 ไร่ ได้รับอนุญาตจากกรมป่าไม้ผ่านกรมการศาสนาให้วัดเป็นผู้ดูแล เพื่อจัดสร้างโครงการพุทธอุทยานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (ในรัชกาลที่ 9) ตามพระราชเสาวนีย์ เมื่อครั้งที่พระองค์เสด็จมาเยี่ยมเยือนราษฎรในพื้นที่ เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2536 ทรงรับสั่งให้ราษฎรช่วยกันรักษาป่าและสัตว์ป่าไว้เพื่อเป็นสมบัติของชาติและอนุชนรุ่นหลัง ต่อมาได้มีการค้นพบรอยพระพุทธรูปบาทบนแผ่นหินขนาดใหญ่ ยาว 4 เมตร

สูง 3 เมตร อยู่ภายในป่าแยกจากถนนลึกเข้าไปประมาณ 400 เมตร เชื่อกันว่ามีมาตั้งแต่ 1,500 ปีมาแล้ว ซึ่งรอยพระพุทธรูปที่พบนี้เป็นพระบาทข้างขวายาว 6.2 เมตร สันพระบาทกว้าง 0.7 เมตร ปลายพระบาทกว้าง 1.5 เมตร องค์พระบาทถูกแกะสลักลึกลงไป 0.2 เมตร ขนาดนิ้วพระบาทแทบจะเท่ากัน มีลายกันหอยประดับทั้งส่วนปลายนิ้วและข้อนิ้วลายบนฝ่าพระบาททั้งหมดอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมเส้นนูน ล้วนเป็นรูปสัตว์และพันธุ์พฤกษา ซึ่งลวดลายบางอย่างมีความเก่าแก่ร่วมสมัยกับลายเขมรในช่วงพุทธศตวรรษที่ 17-18

นอกจากนี้ ภายในวัดยังมีพระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ จุดชมทิวทัศน์ คือ ผานางคอย ซึ่งบริเวณนี้มีรูปหล่อพระพุทธรูปปางต่าง ๆ เช่น หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต และ พระพุทธบาทมัยสยามบุรี พิทักษ์เป็นพระพุทธรูปปางนาคปรกขนาดใหญ่สีทองอร่ามหน้าตักกว้าง 9 เมตร เป็นต้น และจากจุดชมทิวทัศน์สามารถมองเห็นอ่างเก็บน้ำบ้านจรัสและทิวเขาพนมดงรักซึ่งเป็นแนวเขตชายแดนไทย-กัมพูชา สำหรับผู้สนใจถือศิลปปฏิบัติธรรม สามารถเข้ารับการฝึกปฏิบัติธรรม

10) อำเภอกาบเชิง ประกอบด้วย

10.1) นิคมสร้างตนเองเลี้ยวใหม่ จังหวัดสุรินทร์ ในพระบรมราชานุเคราะห์ อยู่บ้านเขื่อนแก้ว หมู่ที่ 13 ตำบลกาบเชิง เดิมเป็นที่ดินของบริษัทพรหมสุวรรณไหมไทย ต่อมาได้กราบบังคมทูลเกล้า ถวายกิจการโครงการแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 เพื่อพระราชทานพระบรมราชานุเคราะห์ให้กับประชาชนผู้ยากไร้ และในวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2520 ทรงมีพระราชกระแสโปรดเกล้าฯ ให้กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินโครงการเลี้ยวใหม่จังหวัดสุรินทร์ โดยจัดที่ดินให้ราษฎรผู้ยากไร้เข้าประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งได้ดำเนินการในรูปแบบนิคมสร้างตนเอง และให้ความรู้ด้านวิชาการการเลี้ยงไหมแบบครบวงจร และดูแลเกี่ยวกับการจำหน่ายรังไหมแก่สมาชิก

10.2) อ่างเก็บน้ำห้วยตาเภา อยู่ในพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ สร้างโดยรัฐบาลญี่ปุ่นมอบให้ไทย เมื่อ พ.ศ. 2525 เป็นแหล่งต้นน้ำที่ส่งหล่อเลี้ยงชาวอำเภอกาบเชิง มีพื้นที่บริเวณอ่างเก็บน้ำประมาณ 2.26 ตารางกิโลเมตร และพื้นที่รับน้ำฝนเหนืออ่างเก็บน้ำ ประมาณ 34.60 ตารางกิโลเมตร สามารถกักเก็บน้ำเพื่อการชลประทานได้ตลอดปี นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเที่ยวชมบรรยากาศและลงเล่นน้ำได้ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารพื้นบ้านแบบแพริมน้ำไว้ให้บริการ

10.3) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ มีพื้นที่ 313,750 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอกาบเชิง อำเภอสงขลา และอำเภอบัวเขต ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบและเทือกเขาสูง อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลระหว่าง 200-476 เมตร เป็นแหล่งต้นน้ำ ลำธารที่สามารถส่งน้ำไปช่วยเหลือและพัฒนาพื้นที่ราบชายแดนในโครงการต่าง ๆ ได้ มีลำห้วยที่สำคัญหลายสาย คือ ห้วยสิงห์ ห้วยประเดก ห้วยขนาดมอญ ห้วยจรัส ห้วยหมอนแบก ห้วยสำราญ ห้วยเสียดจะเอ็ง ห้วยจำเริง จึงมีการสร้างอ่างเก็บน้ำขึ้นในพื้นที่นั้น ๆ เป็นผลให้พื้นที่มีความชุ่มชื้นโดยทั่วไป มีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ เป็นที่อยู่อาศัย

ของสัตว์ป่านานาชนิด และติดแนวชายแดนไทย-กัมพูชา นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสความงามตามธรรมชาติ โดยเฉพาะในช่วงปลายฝนต้นหนาวของทุกปี (ประมาณเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน) จะมีดอกไม้ป่า เช่น ดอกดุสิตาออกดอกงามสะพรั่งเป็นทุ่งกว้าง

10.4) ตลาดการค้าช่องจอม อยู่บ้านด่านพัฒนา ตำบลด่าน เป็นตลาดชายแดนที่อยู่ใกล้กับจุดผ่านแดนถาวรช่องจอม เปิดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย และสินค้าที่นำเข้ามาจากฝั่งกัมพูชา เช่น อาหารสด อาหารแห้ง เครื่องเทศ สมุนไพร เสื้อผ้า อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ฯลฯ

10.5) จุดผ่านแดนถาวรช่องจอม อยู่บ้านด่านพัฒนาตำบลด่าน ตรงข้ามกับ ชุมชนโอรส์เสม็ด อำเภอสำโรงจังหวัดอุดรธานี ราชอาณาจักรกัมพูชา ช่องจอมถือเป็นเส้นทางข้ามแดนที่ใหญ่และสะดวกที่สุดของจังหวัดสุรินทร์ที่จะไปยังราชอาณาจักรกัมพูชา

11) อำเภอพนมดงรักแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือน อยู่บ้านหนองคันนา ตำบลตาเมียง ติดแนวชายแดนไทย-กัมพูชาเป็นโบราณสถานแบบขอม 3 หลัง ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน ประกอบไปด้วย

11.1) ปราสาทตาเมือนเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนาเถรวาท สร้างขึ้นเพื่อเป็นธรรมศาลาหรือที่พักคนเดินทาง เป็น 1 ใน 17 แห่งที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 โปรดให้สร้างขึ้น ตัวปราสาทสร้างด้วยศิลาแลงลักษณะเป็นปรางค์องค์เดียว มีห้องยาวเชื่อมต่อมาทางด้านหน้า ผนังด้านเหนือปิดทึบแต่สลักเป็นหน้าต่างหลอก ส่วนด้านใต้มีหน้าต่างเรียงกันโดยตลอด เคยมีผู้พบทับหลังเป็นรูปพระพุทธรูปปางสมาธิในซุ้มเรือนแก้ว 2-3 ชิ้น

11.2) ปราสาทตาเมือนโต๊ด อยู่ห่างจากปราสาทตาเมือน 340 เมตร เป็นอโรคยาศาลหรือสถานพยาบาลของชุมชน สร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 18 เป็น 1 ใน 102 แห่ง ที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 โปรดให้สร้างขึ้นและยังคงสภาพเกือบสมบูรณ์ ปราสาทประธานมีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีมุขยื่นทางด้านหน้า ก่อด้วยศิลาแลงและหินทราย มีบรรณาลัยอยู่ทางด้านหน้าเยื้องไปทางขวาของปราสาท ล้อมรอบด้วยกำแพงก่อศิลาแลงเช่นเดียวกัน มีซุ้มประตู (โคปุระ) อยู่ด้านหน้า ทางด้านทิศตะวันออกเพียงด้านเดียว นอกกำแพงด้านหน้ามีสระน้ำเช่นเดียวกับอโรคยาศาลแห่งอื่น ๆ ตรงห้องกลางของโคปุระ พบศิลาจารึก 1 หลัก จารึกด้วยอักษรขอมภาษาสันสกฤตเป็นศิลาจารึกที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 โปรดให้สร้างไว้ประจำอโรคยาศาลแห่งนี้ มีข้อความเช่นเดียวกับจารึกที่พบตามอโรคยาศาลแห่งอื่น ๆ คือ กล่าวนมัสการพระพุทธเจ้าพระโฆสชยคุรุไวฑูรยะ ซึ่งเป็นพระโพธิสัตว์ผู้ประทานความไม่มีโรคแก่ประชาชนผู้นับถือ และกล่าวถึงการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ประจำสถานพยาบาลในแผนกต่าง ๆ เช่น แพทย์ ผู้ดูแลสถานพยาบาล ปัจจุบันศิลาจารึกหลักนี้ถูกนำไปเก็บรักษาไว้ ณ หอสมุดแห่งชาติ ทำวาสูกี กรุงเทพมหานคร

11.3) ปราสาทตาเมือนธม อยู่ห่างจากปราสาทตาเมือนโต๊ดไปทางทิศใต้ประมาณ 800 เมตร และอยู่ห่างจากปราสาทตาเมือน ประมาณ 1 กิโลเมตร สร้างขึ้นในศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย ซึ่งนับถือพระศิวะเป็นเทพสูงสุด สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 17 ซึ่งเก่าแก่กว่าปราสาทตาเมือนและปราสาทตาเมือนโต๊ด และเป็นปราสาทขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มปราสาทตาเมือน ซึ่งประกอบด้วยปราสาท 3 หลัง ได้แก่ ปราสาทประธานมีขนาดใหญ่ที่สุดอยู่ตรงกลาง ปราสาทอีกสองหลังอยู่ถัดไปด้านหลังทางขวาและซ้าย ตัวปราสาทสร้างด้วยหินทรายหันหน้าไปทางทิศใต้ ภายในปราสาทประธานปรากฏหลักฐานที่สำคัญ คือ ศิวลึงค์ที่สกัดจากหินธรรมชาติ และมีท่อโสมสูตรหรือท่อระบายน้ำมรดจากการสักการะศิวลึงค์ ต่อจากปราสาทประธานไปยังสระเบียงคด ด้านทิศตะวันออก นอกจากนี้ยังมีบรณาลัย 2 หลังสร้างด้วยศิลาแลง อยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้และทิศตะวันตกเฉียงใต้ของปราสาทประธาน และมีสระเบียงคดสร้างด้วยหินทรายล้อมรอบอาคารทั้งหมด มีสระน้ำอยู่ภายนอกสระเบียงคด ทางด้านทิศเหนือกรุด้วยศิลาแลง

12) อำเภอปราสาท ประกอบด้วย

12.1) ปราสาทบ้านไพล อยู่บ้านปราสาท ตำบลเชื้อเพลิง เป็นศาสนสถานศิลปะขอมที่สร้างถวายแด่พระอิศวรตัวปราสาทคล้ายปราสาท 3 องค์ สร้างด้วยอิฐขัดเรียบตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกันเรียงจากเหนือไปใต้ มีคูน้ำล้อมรอบ ยกเว้นทางเข้าด้านทิศตะวันออก ปัจจุบันปราสาทหลังที่อยู่ด้านทิศเหนือและหลังตรงกลางยังอยู่ในสภาพค่อนข้างดี โดยเฉพาะปราสาทที่อยู่ด้านทิศเหนือยังคงมีทับหลังติดอยู่ในตำแหน่งเดิม สลักภาพเทวดานั่งชันเข่าอยู่ในซุ้มเหนือหน้ากาลที่กำลังคายท่อนพวงมาลัย มือทั้งสองข้างยึดท่อนพวงมาลัยไว้ (หน้ากาล คือ ลวดลายปูนปั้น ลักษณะเป็นรูปหน้ายักษ์ปนสิงห์ หรือใบหน้าอสูรที่โหดร้าย) นอกจากนี้ยังมีทับหลังอีก 2 ชิ้น วางอยู่ที่พื้นสันนิษฐานว่าเป็นทับหลังของปราสาทหลังกลาง กลางและหลังทางด้านทิศใต้ ชิ้นหนึ่งสลักภาพเทวดานั่งชันเข่าอยู่ในซุ้มเหนือหน้ากาลกำลังคายท่อนพวงมาลัย มือทั้งสองข้างยึดท่อนพวงมาลัยไว้ และอีกชิ้นหนึ่งสลักภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ แม้ว่าศิวลึงค์และทับหลังบางส่วนจะหายไป และเศษทับหลังได้ถูกนำไปเก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมายจังหวัดนครราชสีมา สันนิษฐานได้ว่าปราสาทหลังนี้น่าจะสร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 16

12.2) ปราสาทหินบ้านพลวง อยู่บ้านพลวง ตำบลบ้านพลวง ลักษณะเป็นปราสาทองค์เดียวตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงขนาดใหญ่รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออก มีประตูทางเข้าด้านหน้าเพียงด้านส่วนอีกสามด้านทำเป็นประตูหลอก องค์ปราสาทก่อสร้างด้วยหินทราย ด้านบนเรือนธาตุสร้างด้วยอิฐซึ่งพังทลายลงมาจนหมดแล้ว จึงเหลือตัวปราสาทเพียงครั้งเดียว มีคูน้ำเป็นรูปตัวยูล้อมรอบ ไกลเคียงกันมีบารายหรือสระน้ำขนาดใหญ่ สันนิษฐานว่าบริเวณนี้เคยเป็นที่ตั้งของชุมชนโบราณมาก่อน

แม้จะเป็นปราสาทหินขนาดเล็กแต่ฝีมือการสลักหินรอบตัวปราสาทมีความประณีตและงดงามมาก หน้าบันทางทิศตะวันออกซึ่งเป็นด้านหน้าของปราสาทแกะสลักเป็นรูปพระกฤษณะกำลังยกภูเขาโคววรรณะป้องกันผู้เลี้ยงว้าว (โคบาลและโคปี) จากผนกรตที่พระอินทร์โปรยลงมา ส่วนทับหลังทางทิศตะวันออกและทิศใต้ สลักเป็นรูปพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณอยู่ภายในซุ้มเรือนแก้วเหนือหน้ากาลยึดท่อนพวงมาลัยที่คายออกมาจากปาก ทับหลังทางทิศเหนือสลักเป็นรูปพระกฤษณะกำลังรบกับนาคาคาลิยะ และทับหลังทางทิศตะวันตกไม่มีการแกะสลักเป็นรูปใด ๆ

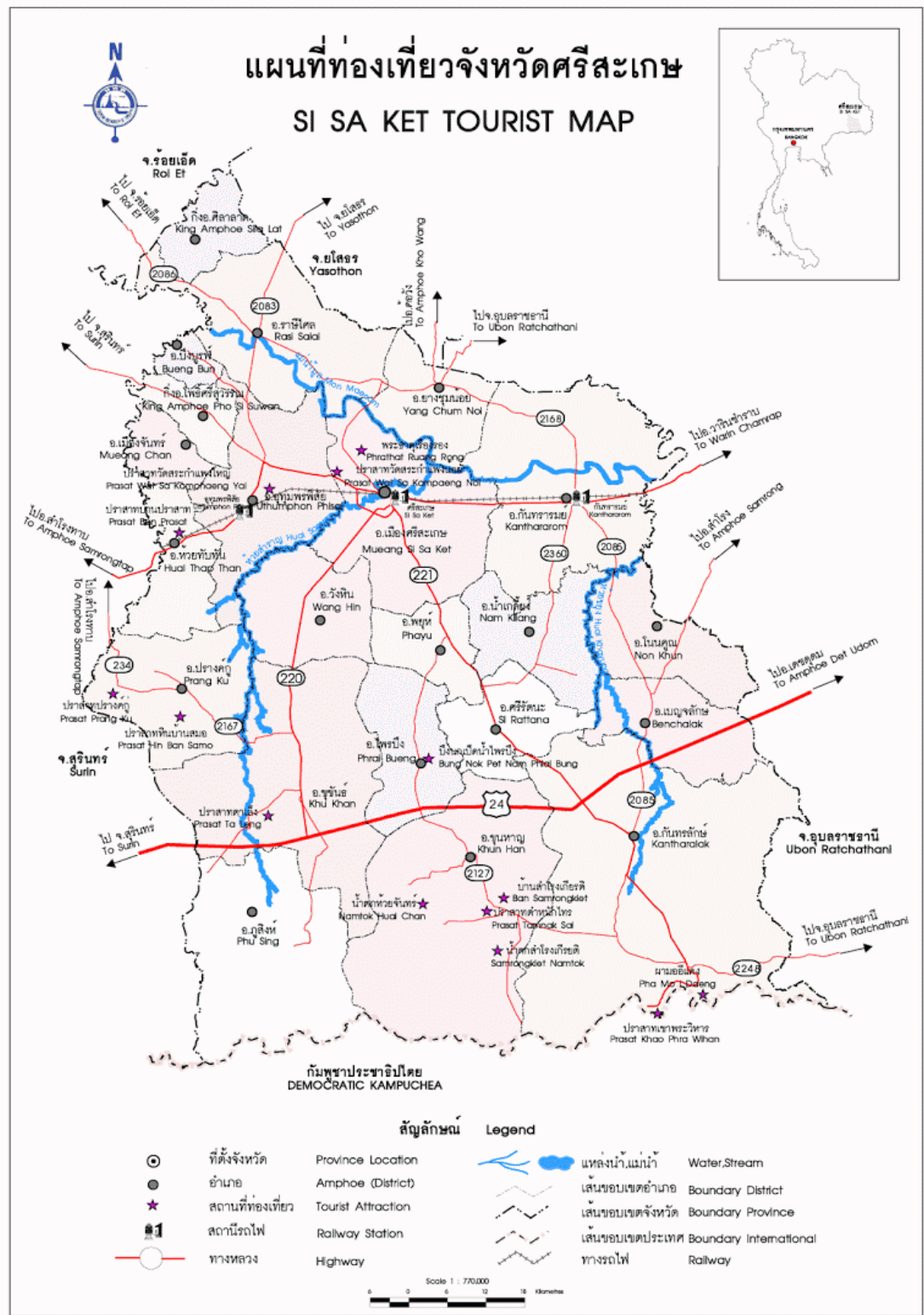
นอกจากนี้ยังมีภาพแกะสลักเล่าเรื่องของสัตว์ชั้นต่ำ ทั้งฝูงลิงที่มาเกาะอยู่บนขอเฟื้องอุบะ ภาพฝูงลิงในป่า หงส์ ห่าน หรือนกน้ำกำลังจับปลากินโดยมีจระเข้แอบจ้องมองอยู่ในบึงน้ำใหญ่ แม่น้ำพาลูกมาเล็มหญ้า มีเสือคอยจ้องมองอยู่ด้านหลัง วัวนอนหมอบอยู่ทางซ้ายและขวา และสัตว์ป่านานาชนิด นับเป็นครั้งแรกที่ภาพของสัตว์ชั้นต่ำได้มาแกะสลักร่วมกันอยู่บนปราสาท

12.3) บ้านโพธิ์ทอง อยู่ตำบลเขื่อนเพ็ง เป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ปัจจุบันนอกจากการทำนาแล้ว ชาวบ้านโพธิ์ทองได้รวมกลุ่มกันผลิตผ้าไหมทอมือโดยใช้กระบวนการผลิตที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ และยังคงอนุรักษ์ลายโบราณที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านเช่น ลายมัดหมี่คั่น ลายโห่ เป็นต้น ผ้าไหมของชาวบ้านโพธิ์ทองมีทั้งที่ผลิตจากไหมพื้นบ้านที่เลี้ยงเองและไหมประดิษฐ์สำเร็จรูปักทอเรียงร้อยเส้นไหมที่ละเส้น ๆ จนเป็นผ้าผืนทั้งดงาม

2.3.3 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการจังหวัดศรีสะเกษ

จากการศึกษา (กรมทรัพยากรธรณี. 2553 :4) พบว่าศรีสะเกษเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานตอนล่างที่มีประวัติความเป็นมายาวนานเคยเป็นชุมชนที่มีอารยธรรมรุ่งเรืองมานับพันปีนับตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจและมีชนเผ่าต่างๆอพยพมาตั้งรกรากในบริเวณนี้ได้แก่พวกส่วยลาวเขมรและเยอศรีสะเกษเดิมเรียกกันว่าเมืองขุขันธ์เมืองเก่าตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านปราสาทสี่เหลี่ยมดงลำดวนตำบลดวนใหญ่อำเภอวังหินในปัจจุบันได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นเมืองเมื่อพ.ศ. 2302 สมัยกรุงศรีอยุธยาโดยมีหลวงแก้วสุวรรณซึ่งได้รับบรรดาศักดิ์เป็นพระยาไกรภักดีเป็นเจ้าเมืองคนแรกล่วงถึงรัชสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ย้ายเมืองขุขันธ์มาอยู่ที่บ้านเมืองเก่าตำบลเมืองเหนืออำเภอเมืองศรีสะเกษในปัจจุบันแต่ยังคงใช้ชื่อว่าเมืองขุขันธ์จนถึงพ.ศ. 2481 จึงเปลี่ยนเป็นจังหวัดศรีสะเกษตั้งแต่นั้นมา

จากการศึกษา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558ข : 10-25) พบว่า สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการจังหวัดบุรีรัมย์มีการกระจายไปยังอำเภอต่าง ๆ ดังภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.11 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

ที่มา: จังหวัดศรีสะเกษ. (2559 : 1)

จากภาพที่ 2.11 จะเห็นได้ว่าจังหวัดศรีสะเกษมีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาเป็นจำนวนมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558 : 10-25) สามารถสรุปได้ดังนี้

1) อำเภอเมืองศรีสะเกษ ประกอบด้วย

1.1) วัดมหาพุทธาราม ตั้งอยู่ใจกลางเมืองศรีสะเกษ มีวิหารซึ่ง เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป คู่บ้านคู่เมืองและเป็นที่เคารพสักการะของชาวศรีสะเกษคือ “หลวงพ่อดโต” เป็นพระพุทธรูปองค์ใหญ่ ปางมารวิชัย มีความสูงจากฐานถึงยอดเศ 6.85 เมตร หน้าตักกว้าง 3.50 เมตรเดิมเป็นพระพุทธรูป ศิลาลำหลัก สันนิษฐานว่าเป็นพระพุทธรูปสมัยขอมซึ่งมีอายุร่วมพันปีมาแล้วแต่มาสร้างเพิ่มเติมขึ้น เมื่อใดไม่ปรากฏแน่ชัด

1.2) สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ ตั้งอยู่ในวิทยาลัยเกษตรกรรมศรีสะเกษ ถนนกสิกรรม ตำบลหนองครก ห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 2 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 237 ไร่ ลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นที่ราบสูง-ต่ำตามธรรมชาติ มีลำห้วย 2 สายคือ ห้วยปูนใหญ่และห้วยปูนน้อยมาบรรจบกันตรง ด้านทิศเหนือของสวนฯ ภายในบริเวณสวนมีต้นลำดวนขึ้นอยู่หนาแน่นเป็นดงใหญ่ เหมาะแก่การทัศนศึกษาในเชิงพฤกษศาสตร์ ต้นลำดวนเป็นพันธุ์ไม้หอมนี้จะผลิดอกหอมอบอวลไปทั่วในราวเดือน มีนาคมทุกปี และเนื่องจากต้นไม้ชนิดนี้มีความเกี่ยวข้องกับศรีนครลำดวนในอดีต จึงได้นำเอาต้น ลำดวนมาเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด นอกจากนี้ในพื้นที่ยังมีสวนสัตว์ และสวนสาธารณะตกแต่ง สวยงามร่มรื่นเป็นแหล่งพักผ่อนของประชาชนทั่วไป มีบึงน้ำสำหรับพายเรือเล่นและพักผ่อนหย่อนใจ

1.3) บ้านขุนอำไพพาณิชย์ อยู่ถนนอุบล ตำบลเมืองใต้เป็นอาคารเก่าแก่ของขุนอำไพพาณิชย์ (อินทร์นาคสีหราช) คหบดีชาวศรีสะเกษ สร้างเมื่อ พ.ศ. 2468 โดยช่างชาวจีนและชาวมอญ เป็นอาคารก่อ อิฐถือปูน 2 ชั้น 6 คูหา มีลวดลายปูนปั้นและไม้ฉลุประดับตามช่องลมดูสวยงาม ซึ่งได้รับอิทธิพลจาก ศิลปะและความเชื่อตามคติจีนโบราณ ปูพื้นชั้นบนด้วยไม้เนื้อแข็ง มีบันไดขึ้นลง 2 ทาง หลังคามุงด้วยสังกะสี ที่ยอดของบันลุ่มและลายทั้งสองข้างมีลวดลายของพันธุ์พฤกษาประดับ อาคารหลังนี้ได้รับการบูรณะ และอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดีจนได้รับรางวัลชนะเลิศโครงการดีเด่นการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมในเมืองเมื่อ พ.ศ. 2530 และกรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานเมื่อ พ.ศ. 2537

1.4) พระธาตุเรืองรอง ตั้งอยู่ที่บ้านสร้างเรือง ตำบลห้วยป่าปล้องเป็นพระธาตุที่สร้างขึ้น โดยการผสมศิลปะอีสานใต้สีเฝ้าไทย ได้แก่ ลาว ส่วย เขมร เยอ มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์อย่างลงตัว พระธาตุมีความสูง 49 เมตร แบ่งออกเป็น 6 ชั้น ชั้นที่ 1 ใช้สำหรับประกอบพิธีทางศาสนา ชั้นที่ 2-3 เป็นพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านสีเฝ้าไทยชั้นที่ 4 เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป ชั้นที่ 5 ใช้สำหรับการทำสมาธิ และชั้นที่ 6 เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุและเป็นที่ชมทัศนียภาพของพื้นที่โดยรอบ

1.5) พระธาตุเรืองรอง อยู่บ้านสร้างเรือง ตำบลห้วยป่าปล้องเป็นพระธาตุที่สร้างขึ้นโดยการผสมผสานศิลปะอีสานใต้สีเฝ้าไทย ได้แก่ ลาว ส่วย เขมร เยอ มีความงดงามและเป็นเอกลักษณ์ อย่างลงตัวองค์พระธาตุมีความสูง 49 เมตร แบ่งออกเป็น 6 ชั้น ชั้นที่ 1 ใช้สำหรับประกอบพิธีทาง

ศาสนาชั้นที่ 2-3 เป็นพิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านสี่เผ่าไทย ชั้นที่ 4 เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป ชั้นที่ 5 ใช้สำหรับการทำสมาธิ และชั้นที่ 6 เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุและเป็นจุดชมทัศนียภาพของพื้นที่โดยรอบ

1.6) ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำศรีสะเกษอยู่ภายในสวนเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว80พรรษา (รัชกาลที่9) หรือที่รู้จักกันของชาวศรีสะเกษว่า “เกาะห้วยน้ำคำ” ถนนเลียบเมืองตำบลหนองครกเป็นศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำแห่งแรกในภาคอีสานตอนใต้สร้างขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับเยาวชนนักเรียนนักศึกษาและผู้สนใจเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดด้วยภายในอาคารศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำมีการจัดโซนปลาให้ได้ชมได้แก่โซนปลาทะเลปลาน้ำจืดและปลาสวยงามซึ่งมีพันธุ์ปลากว่า100 ชนิดจำนวนรวมมากกว่า5,000ตัวนอกจากนี้ยังมีอุโมงค์แก้วใต้น้ำซึ่งถือเป็นบริเวณที่มีความน่าสนใจมากเพราะตลอดระยะทาง24เมตรของอุโมงค์ นักท่องเที่ยวจะได้ชื่นชมความสวยงามและความน่ารักของปลาน้อยใหญ่อย่างใกล้ชิด

1.7) วัดหนองตะเคียน อยู่หมู่ที่ 7 ตำบลจาน มีพระอุโบสถเป็นรูปทรงจัตุรมุข ตามแบบศิลปะผสมระหว่างขอม-ล้านนา ออกแบบและสร้างโดยช่างฝีมือจากทางภาคเหนือ ภายในประดิษฐาน “พระศรีอริยเมตไตรย” (หลวงพ่อสีทันดร) เป็นพระประธาน บริเวณด้านข้างพระอุโบสถมีลานประดิษฐานพระพุทธรูปปางสมาธิจำนวน28 องค์ ภายในวัดยังมีรูปหล่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชประดิษฐานอยู่ด้วยเพราะในอดีตพระองค์เคยเสด็จมาประทับแรมยังสถานที่แห่งนี้ขณะกำลังออกศึก

2) อำเภอบึงบูรพ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ วัดศรีบึงบูรพ์ อยู่ริมลำห้วยทับทัน บ้านโนนสาวสวยหมู่ที่ 4 ตำบลบึงบูรพ์ เป็นสถานที่บำเพ็ญเพียรภาวนาของ พระอาจารย์ศรีจันทร์สาโร พระสงฆ์ที่มีประชาชนศรัทธาเลื่อมใส ซึ่งท่านมีดำริที่จะสร้างวัดศรีบึงบูรพ์ให้เป็นพุทธสถานมรดกอีสานใต้พระอุโบสถมีลักษณะสูงโปร่ง ศิลปะสมัยอยุธยาสมรรัตนโกสินทร์ มีเสาทั้งหมด 32 ต้น มีประตู 5 บานทำจากไม้สักแกะสลักเป็นลวดลายปริศนาธรรมภายในพระอุโบสถยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปชินราชจำลององค์ที่ 2 ของประเทศไทย

3) อำเภอกันทรลักษ์ ประกอบด้วย

3.1) อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร อยู่บ้านภูมิขอรตำบลเสาธงชัย ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติเขาพระวิหาร มีพื้นที่ประมาณ 130 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 2 จังหวัดคือ อำเภอกันทรลักษ์จังหวัดศรีสะเกษ อำเภอน้ำขุ่น และอำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี สภาพภูมิประเทศทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาตามแนวทิวเขาพนมดงรักกั้นชายแดนไทย-กัมพูชา ปกคลุมด้วยผืนป่าดิบแล้งป่าเบญจพรรณ และป่าเต็งรัง นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งอาศัยของสัตว์ป่าจำนวนมากที่อาศัยและหากินข้ามไปมาในผืนป่าระหว่างสองประเทศ เช่น หมูป่า กวางแก้ง กระต่าย กระรอก ชะนี ชะมด เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวภายในเขตอุทยานฯ ได้แก่

(1) ผามออีแดง อยู่บริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา ลักษณะเป็นผาหินสีแดง มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 556 เมตร สามารถมองเห็นทัศนียภาพได้กว้างไกลสุดตา รวมทั้งมองเห็นปราสาทเขาพระวิหารซึ่งอยู่ในฝั่งของกัมพูชาได้ด้วย

(2) ภาพสลักนูนต่ำอยู่ทางด้านทิศใต้ของผามออีแดงมีบันไดให้ลงไปชมได้สะดวก เป็นรูปแกะสลักนูนต่ำบนหินทรายเป็นรูปเทพสามองค์สันนิษฐานว่าบริเวณดังกล่าวในอดีตเป็นที่ข่มมือของช่างแกะสลักก่อนจะดำเนินการแกะสลักจริงที่ปราสาทเขาพระวิหาร

(3) สลูปคู่อยู่ทางด้านทิศตะวันตกของผามออีแดงชาวบ้านเรียกว่า “พระธาตุ” ตัวสลูปสร้างด้วยหินทรายตัดเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมลูกบาศก์ด้านบนกลมมนตั้งอยู่คู่กันข้างในเป็นโพรงบรรจุสิ่งของเชื่อกันว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์ในสมัยนั้น

(4) ปราสาทโดนตวลอยู่บริเวณบ้านภูมิซรอลห่างจากหน้าผาชายแดนไทย-กัมพูชาประมาณ 300 เมตรสร้างราวพุทธศตวรรษที่ 15-16 เป็นปราสาทหินแบบขอมมีตำนานเล่าว่านางนมใหญ่ (เนียงเตาหม) เป็นสตรีสูงศักดิ์ที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงามแต่มีลักษณะอาภัพคือหน้าอกใหญ่ไปไหนมาไหนไม่สะดวกต้องเอาสายสร้อยทองคำเป็นเสาแหกรองรับไว้กีดกั้นเพื่อป้องกันภัยอันตรายจึงให้เหล่าอำมาตย์มารับนางไปเฝ้าแต่ขณะเดินทางได้แวะพักที่ลานหินโดนตวลขณะนั้นตาเล็งซึ่งเป็นคนบ้านเดียวกันกับนางนมใหญ่ได้เข้าไปตามนางนมใหญ่ให้กลับออกมาแต่เกิดการต่อสู้กันขึ้นเหล่าอำมาตย์ได้ฆ่าตาเล็งและทิ้งไว้ในป่าบริเวณเดียวกับที่สร้างปราสาทโดนตวล

(5) สระตราว หรือ ห้วยตราว เป็นธารน้ำอยู่บริเวณลานหินเชิงเขาพระวิหาร มีสายน้ำไหลผ่านถ้ำไต้เพิงหินลงสู่บริเวณที่ลุ่มต่ำ ซึ่งมีแนวหินซ้อนกันสายน้ำไหลไปตามต้องการสันนิษฐานว่าที่ลุ่มดังกล่าว คือ บารายหรือแหล่งเก็บน้ำของขอมปัจจุบันได้มีการบูรณะและทำความสะอาดบริเวณสระตราวสำหรับเก็บน้ำและนำมาใช้อุปโภคในเขตพื้นที่อุทยานฯ

(6) น้ำตกตกขุนศรีและถ้ำขุนศรี อยู่ด้านทิศตะวันตกของสระตราว ใกล้เส้นทางเดินขึ้นปราสาทเขาพระวิหารน้ำตกขุนศรีจะอยู่เหนือถ้ำขุนศรีขึ้นไป มี 3 ชั้นส่วนถ้ำขุนศรีภายในมีขนาดกว้าง เชื่อกันว่าเป็นที่พักของขุนศรี ขณะมาควบคุมการตัดหินบริเวณสระตราวเพื่อใช้สร้างปราสาทเขาพระวิหาร

(7) เขื่อนห้วยขนุน เป็นอ่างเก็บน้ำชลประทานและเป็นที่ตั้งหน่วยพิทักษ์อุทยาน ฯ เขื่อนห้วยขนุน ห่างจากที่ทำการอุทยาน ฯ ประมาณ 25 กิโลเมตร มีทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อนเที่ยวชมธรรมชาติและกางเต็นท์พักแรม

3.2) น้ำตกภูละออ อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก ตำบลเสาธงชัย เป็นน้ำตกขนาดเล็ก มีน้ำมากในช่วงเดือนกันยายน-กุมภาพันธ์ ได้รับการพัฒนาให้เป็นเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ให้ความรู้เรื่องพืชพันธุ์และสภาพภูมิประเทศ จากบริเวณลานจอดรถมีทางเดินเท้าไปถึงน้ำตกประมาณ 2 กิโลเมตร

4) อำเภอบุพผาญ ประกอบด้วย

4.1) วัดป่ามหาเจติย์แก้ว (วัดล้านขวด) อยู่บ้านดอนตำบลโนนสูง ที่ได้ชื่อว่า “วัดล้านขวด” เพราะสถานที่ต่าง ๆ ภายในวัด ไม่ว่าจะเป็นซุ้มประตูทางเข้า ลานจอดรถ โบสถ์ ศาลา หอระฆัง กุฏิ หรือ แม้แต่ห้องน้ำ ต่างถูกประดับประดาด้วยขวดแก้วหลากสีหลายแบบรวมกันกว่า 1.5 ล้านใบ ซึ่งความคิดเช่นนี้มาจาก “พระครูวิเวกธรรมจารย์” หรือ “หลวงปู่ลอด” ที่ครั้งหนึ่งได้เข้าไปพักปักกลดในป่าช้าหนองใหญ่ซึ่งเป็นที่ตั้งวัดล้านขวดในปัจจุบัน โดยในระหว่างนั้นมีญาติโยมและชาวบ้านแวะเวียนมาปฏิบัติธรรมอยู่เสมอ ทำให้หลวงปู่เกิดความคิดที่จะสร้างวัดขึ้นบนพื้นที่ป่าช้าแห่งนี้ แต่เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงมีขยะจำพวกขวดอยู่มาก ท่านเห็นว่าขวดเหล่านั้นมีสีต่าง ๆ สามารถนำไปตกแต่งอาคารได้อย่างสวยงาม และยังช่วยประหยัดงบประมาณค่าสีและกระเบื้องได้อีก หลวงปู่จึงรวบรวมขวดจากหมู่บ้านในละแวกใกล้เคียงนำมาสร้างกุฏิหลังแรก ต่อมาเมื่อวัดล้านขวดเป็นที่รู้จักทั่วไป ผู้คนในจังหวัดใกล้เคียงได้เดินทางมาชม และนำขวดมาบริจาคด้วยจากนั้นสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ภายในวัดเริ่มทยอยสร้างขึ้น

สิ่งปลูกสร้างที่โดดเด่นของวัดเช่นศาลาฐานสโอมมหาเจติย์แก้วซึ่งเป็นศาลา 2 ชั้นประดับด้วย ขวดทั้งหลังด้านหลังของศาลาฐานสโอมมหาเจติย์แก้วมีเจติย์ที่สร้างเชื่อมต่อกับศาลาทางด้านหลังเป็นเจติย์ทรงกลมบนฐานสี่เหลี่ยมมองเห็นยอดสูงเลยศาลาขึ้นมาเป็นที่สะดุดตาแก่ผู้พบเห็นและมีสิม (พระอุโบสถ) รูปทรงจัตุรมุขโดดเด่นอยู่กลางสระน้ำมีสะพานทางเดินเชื่อมไปยังพระอุโบสถภายในประดิษฐานพระพุทธรูปหินหยกขาวเป็นพระพุทธรูปแกะจากหินหยกขาวที่นำเข้ามาจากพม่าแกะโดยช่างจากอำเภอสาย จังหวัดเชียงรายผู้ที่เดินทางมาทำบุญและท่องเที่ยวที่วัดแห่งนี้นอกจากจะได้ชื่นชมศิลปะการนำขวดมาสร้างเป็นศาสนสถานต่างๆแล้วยังได้ซึมซับคติธรรมที่หลวงปู่ลอดได้แฝงไว้จากงานศิลปะเหล่านี้คือ “เมื่อมาวัดให้เข้าถึงวัดวัดจิตใจฝึกขัดถูจิตใจตัวเองให้ใสสะอาดเปรียบเสมือนแก้ว”

4.2) วัดสำโรงเกียรติอยู่หมู่ที่ 8 ตำบลบักตองเริ่มก่อตั้งวัดพ.ศ. 2437 เป็นที่ประดิษฐานของ “หลวงพ่อบุพผาญ” พระพุทธรูปปางสมาธิศิลปะแบบขอมหน้าตักกว้าง 4 นิ้ว สูง 5 นิ้ว สร้างด้วยเกสรดอกไม้ผสมครั้งหรืออย่างสันมีประวัติเล่าว่าถูกค้นพบโดยนายตาตณขณะที่ยออกไปวางไข่ดักปลาแต่องค์พระได้ติดไซมั่วด้วยนายตาตณจึงนำองค์พระไปถวายวัดสำโรงเกียรติเจ้าอาวาสได้แจ้งให้ญาติโยมประชาชนใกล้เคียงได้ทราบและต่างพากันมานมัสการอย่างคึกคักและในพ.ศ. 2420 พระยาสุโขทัยภักดีศรีนครลำดวนเจ้าเมืองสุโขทัยได้เดินทางมาอาราธนาพระตาตณไปประดิษฐานไว้ ณ เมืองสุโขทัย (อำเภอสว่าง) แต่ไม่สำเร็จ เนื่องจากปาฏิหาริย์ของหลวงพ่อบุพผาญ องค์พระจึงได้ประดิษฐานอยู่ที่วัดสำโรงเกียรติมาจนถึงปัจจุบัน

4.3) น้ำตกสำโรงเกียรติ (น้ำตกปีศาจ) อยู่บ้านสำโรงเกียรติตำบลบักตองในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรักมีต้นกำเนิดจากภูเขาหินปูนในเขตเทือกเขาบรรทัดเดิมชื่อว่า “น้ำตกปีศาจ”

เนื่องจากตั้งตามชื่อหน่วยทหารพรานที่มีสมญานามว่า “หน่วยปีศาจ” ซึ่งพื้นที่น้ำตกแห่งนี้เป็นที่ตั้งหน่วยปฏิบัติการกระทั่งถึงพ.ศ. 2549เมื่อมีการปรับปรุงพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว น้ำตกปีศาจได้เปลี่ยนชื่อเป็น “น้ำตกสำโรงเกียรติ” ตามชื่อหมู่บ้านนับแต่นั้นมาน้ำตกสำโรงเกียรติ เป็นน้ำตกขนาดกลาง สายน้ำไหลตกจากหน้าผาสูง 8 เมตร มีน้ำมากในช่วงเดือนกันยายน-กุมภาพันธ์ บริเวณตอนบนของน้ำตกเป็นธารน้ำไหลไปตามลานหิน จะมีความสวยงามในช่วงฤดูฝน

4.4) ปราสาทตำหนักไทร (ปราสาททามจาน) อยู่บ้านตำหนักไทรตำบลบักตองเป็นเทวาลัยในศาสนาพราหมณ์อายุราวพุทธศตวรรษที่16-17 ตัวปราสาทอิฐหลังเดียวบนฐานศิลาทรายก่อด้วยอิฐเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีประตูเข้าออกได้ด้านเดียวคือด้านทิศตะวันออกซึ่งเป็นด้านหน้าส่วนอีก 3 ด้านเป็นประตูหลอกคือสลักเป็นรูปบานประตูลงในเนื้ออิฐบริเวณทางเข้ามีสิ่งหักงอหลักสองตัวเฉพาะด้านหน้ากรอบประตูเป็นหินทรายแต่เดิมเคยมีทับหลังเป็นภาพพระนารายณ์บรรทมสินธุ์และมีพระพรหมคู่มาจากพระนาภีสองข้างพระพรหมเป็นรูปฤาษีและบุคคลนั่งในซุ้มเรือนแก้วปัจจุบันทับหลังถูกนำไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมายจังหวัดนครราชสีมา

4.5) น้ำตกห้วยจันทร์ (น้ำตกกันทรอม) อยู่บ้านห้วยจันทร์ตำบลห้วยจันทร์มีต้นกำเนิดมาจากบริเวณเขาเสลาในเขตเทือกเขาบรรทัด เป็นน้ำตกที่สวยงามไหลลดหลั่นมาตามชั้นหิน ก่อนไหลลงสู่แม่น้ำมูล มีปริมาณน้ำมากในช่วงเดือนกันยายน-กุมภาพันธ์บริเวณโดยรอบร่มรื่นด้วยพันธุ์ไม้ป่านานาชนิดเหมาะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

4.6) หมู่บ้านอนุรักษ์วัฒนธรรมเขมรร้อยบ้านกุดนาแก้วตำบลภูฝ้ายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่ยังคงใช้ภาษาพื้นถิ่นเขมรร-ศรีสะเกษและยังคงสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมเขมรรดั้งเดิมไว้จนถึงทุกวันนี้จนได้รับการขนานนามว่าเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมเขมรร (วัฒนธรรมเขมรโบราณ) ที่เหลืออยู่เพียงแห่งเดียวในจังหวัดศรีสะเกษเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมของชุมชนเช่นการทำขนมจิ้นโบราณ (นุ่มรยุหรือขนมจิ้น) การทำขนมวีระพอมการแสดงและการละเล่นพื้นเมืองเช่นพิธีเรือมมะมวด (รำแม่มด) ซึ่งเป็นการรักษาผู้ป่วยและบนบานและการละเล่นเจรียงหรือจำริงเป็นต้น

5) อำเภออุษันท์ ประกอบด้วย

5.1) ปราสาทตาเล็ง (ปราสาทลุมพุก) อยู่หมู่ที่1บ้านปราสาทตำบลกันทรารมย์สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่16-17เป็นเทวสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาพราหมณ์รูปแบบศิลปะเขมรแบบบาปวนลักษณะเป็นปราสาทองค์เดียวมีผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสก่อด้วยหินทรายและอิฐตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงตัวปราสาทหันหน้าไปทางทิศตะวันออกส่วนยอดด้านบนหักพังและกระจายอยู่โดยรอบตัวปราสาทที่เหลือคือส่วนเรือนธาตุซึ่งก่อด้วยหินทรายเป็นกรอบประตูปราสาทมีประตูเข้า-ออกได้เพียงประตูเดียวคือด้านหน้าทางทิศตะวันออกส่วนอีกสามด้านเป็นประตูหลอกคือแกะสลักหินรูปร่างคล้ายกับประตูแต่ไม่สามารถเข้าออกได้ที่สำคัญคือเสาประดับผนังของประตูหน้า

ทั้งสองข้างมีการแกะสลักเป็นลายก้านขดในแต่ละโค้งตรงกลางสลักเป็นรูปหงส์บริเวณหัวเสาแกะสลักเป็นลายกลีบบัวลายใบไม้ส่วนหน้าบันที่เหลืออยู่เฉพาะปลายกรอบทั้งสองข้างสลักเป็นรูปนาคห้าเศียร และที่หน้าบันทับหลังซึ่งตกอยู่หน้าปราสาทแกะสลักเป็นรูปพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณยืนอยู่บนห้วยักษ์

นอกจากนี้บนพื้นรอบๆปราสาทยังมีทับหลังวางอยู่หลายชิ้นขึ้นหนึ่งวางอยู่หน้าประตูด้านทิศเหนือสลักเป็นภาพพระอินทร์ทรงช้างในซุ้มเรือนแก้วเหนือหน้ากาลซึ่งคายท่อนพวงมาลัยออกมาจากปากและยึดท่อนพวงมาลัยนั้นไว้ด้วยมือทั้งสองข้างทับหลังชิ้นอื่นๆลักษณะคล้ายกันทับหลังชิ้นหนึ่งมีแนวภาพตอนบนสลักเป็นรูปฤษีนั่งเรียงกันในท่าสมาธิ 7 ตอน

5.2) วัดเขียนบูรพารามอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลห้วยเหนือเป็นวัดเก่าแก่ที่สร้างคูเมืองชุมชนดั้งเดิมเรียกว่าวัดเขมรมีโบราณสถานที่สำคัญได้แก่พระอุโบสถมีลักษณะเป็นสิมอีสานสร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรี ภายในพระอุโบสถประดิษฐานพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คือ “หลวงพ่อดโต” เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นปิดทองปางมารวิชัยขนาดหน้าตักกว้าง 3.50 เมตร สูง 6.80 เมตร นับเป็นพระพุทธรูปที่ใหญ่โตและศักดิ์สิทธิ์มากองค์หนึ่งของจังหวัดศรีสะเกษนอกจากนี้มุมทั้งสี่ที่ครอบพระอุโบสถมีพระเจดีย์ธาตุศิลปะแบบล้านช้างตั้งอยู่ทั้ง 4 มุม แต่ปัจจุบันเหลือเพียง 2 องค์ซึ่งตั้งอยู่ด้านหน้าพระอุโบสถที่ยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ส่วนอีก 2 องค์ด้านหลังพระอุโบสถ เหลือเพียงซากปรักหักพังเท่านั้น

5.3) วัดลำภูอยู่ตำบลใจดีเป็นที่ประดิษฐาน “องค์พระแก้วเนรมิต” พระพุทธรูปปางสมาธิเนื้อสำริดมียอดพระเกศยาวและโค้งงอไปด้านหลังซึ่งพระยาไกรภักดีศรีนครลำดวน(ตากะจะ) เจ้าเมืองชุมชนคนแรกเป็นผู้อัญเชิญมาจากเมืองเวียงจันทน์เมื่อพ.ศ. 2321

5.4) วัดโสมนังวิหารอยู่บ้านลุมพุกตำบลกันทรารมย์เดิมชื่อวัดรำปุกเป็นวัดเก่าที่ไม่ปรากฏหลักฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อใดภายในวัดมีพระประธานและสิมเก่าที่ได้รับอิทธิพลสถาปัตยกรรมแบบลาวตัวพระอุโบสถก่ออิฐถือปูนยกพื้นสูงหน้าบันตกแต่งลายปูนปั้นผนังเขียนภาพพระบายสีหน้าต่างประดับด้วยลูกมะหวดมีหลักเสมาปักไว้ในสิมต่างจากที่อื่นซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่บริเวณแถบนี้บริเวณวัดมีสถูปคู่คล้ายกับสถูปที่พบบริเวณผามออีแดงเชิงเขาพระวิหารอยู่หลายคู่

6) **อำเภอภูสิงห์** มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ จุดผ่านแดนถาวรช่องสง่า(ภูสิงห์) อยู่ตำบลไพรพัฒนาเป็นจุดผ่านแดนถาวรเชื่อมต่อกับช่องจอมอำเภออัลลองเวงจังหวัดอุดรธานีชายราชอาณาจักรกัมพูชาเป็นเส้นทางที่สามารถเดินทางต่อไปยังจังหวัดเสียมราฐได้ระยะทางประมาณ 135 กิโลเมตร เส้นทางนี้สามารถเที่ยวชมอารยธรรมขอมโบราณและสิ่งมหัศจรรย์ 1 ใน 7 ของโลกคือนครวัดนครธมบันทายศรี ฯลฯ รวมทั้งวิถีชีวิตและพิพิธภัณฑสถานของชาวเขมรแดงยุคสุดท้ายณอัลลองเวง

7) อำเภอปรางค์กู่ ประกอบด้วย

7.1) ปราสาทปรางค์กู่อยู่บ้านกู่ตำบลกู่เป็นศาสนสถานของพราหมณ์ที่สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยขอมที่เก่าแก่มากมีอายุกว่าพันปีมาแล้วลักษณะคล้ายปราสาทศิขรภูมิจังหวัดสุรินทร์ ลักษณะเป็นปรางค์ 3 องค์สร้างเป็นแนวจากเหนือไปใต้อยู่บนฐานขนาดใหญ่ก่อด้วยอิฐเรียงแผ่นโต

ด้านหน้าปราสาทมีสระน้ำขนาดใหญ่เป็นแหล่งน้ำและอาหารของนกเป็ดน้ำซึ่งจะมีจำนวนมากในช่วงฤดูแล้งตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์เป็นต้นไป

7.2) ปราสาทบ้านสมออยู่หมู่ที่2บ้านทามจานตำบลสมอเป็นปราสาทขอมโบราณขนาดเล็กเป็นอโรคยาศาลหรือสถานพยาบาลในจำนวน102แห่งที่พระเจ้าชัยวรมันที่7โปรดให้สร้างขึ้นภายในองค์ปราสาทมีรูปประติมากรรมจำหลักสันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 18

8) **อำเภอห้วยทับทัน** มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ปราสาทห้วยทับทันหรือปราสาทบ้านปราสาทอยู่ที่วัดปราสาทพนารามบ้านปราสาทเป็นโบราณสถานแบบขอมแห่งหนึ่งที่ถูกดัดแปลงในสมัยหลังเช่นเดียวกับปราสาทศิขรมุขิมจังหวัดสุรินทร์โดยเฉพาะส่วนหลังคาซึ่งคล้ายคลึงกันมากแต่มีขนาดสูงกว่าประกอบด้วยปราสาทอิฐ3องค์ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกันในแนวเหนือ-ใต้มีกำแพงล้อมรอบพร้อมซุ้มประตูก่อด้วยศิลาแลงสันนิษฐานว่าเดิมมี3หรือ4ทิศปัจจุบันคงเหลือเพียงด้านทิศใต้เท่านั้น ปราสาทองค์กลางขนาดใหญ่กว่าปราสาทอีก2องค์ที่ขนาดข้างเล็กน้อยแต่ส่วนหลังคาเตี้ยกว่าเป็นรูปสี่เหลี่ยมจตุรัสย่อมุมไม้สิบสองมีประตูเดียวด้านหน้าทางทิศตะวันออกมีกรอบประตูหินทรายและทับหลังติดอยู่เป็นภาพบุคคลยืนอยู่เหนือหน้ากาลส่วนท่อนพวงมาลัยมีลายมาแบ่งที่เสี้ยวภาพบุคคลยืนในซุ้มเรือนแก้วไม่อาจสันนิษฐานว่าเป็นผู้ใดด้วยลายสลักยังไม่แล้วเสร็จ ปราสาท2องค์ที่ขนาดข้างขนาดเดียวกันได้รับการดัดแปลงรูปแบบไปมากโดยเฉพาะส่วนหลังคาและประตูซึ่งก่อที่บดทุกด้านยังคงปรากฏกรอบประตูหินทรายและชิ้นส่วนทับหลังสลักภาพการกวนเกษียรสมุทรทศกอยู่หน้าประตูปราสาทองค์ที่อยู่ด้านทิศใต้จากลักษณะทางด้านศิลปกรรมของทับหลังที่ปรากฏสันนิษฐานได้ว่าปราสาทแห่งนี้มีอายุอยู่ในราวพุทธศตวรรษที่16ร่วมสมัยศิลปะขอมแบบคลัง-บาปวนของเขมรและได้รับการดัดแปลงอีกในสมัยต่อมา

9) **อำเภออุทุมพรพิสัย** ประกอบด้วย

9.1) ปราสาทสระกำแพงน้อยอยู่ภายในบริเวณวัดเทพปราสาทสระกำแพงน้อยบ้านกลางตำบลชะียงประกอบด้วยปราสาทและวิหารก่อด้วยศิลาแลงด้านหน้าปราสาทมีสระน้ำใหญ่ทั้งปราสาทวิหารและสระน้ำล้วนล้อมรอบด้วยกำแพงศิลาแลงเคยมีทับหลังประตูหลักเป็นพระวรมันเทพเจ้าแห่งฝนประทับบนแท่นมีหงส์แบก3ตัวอยู่เหนือเศียรเกียรติมุขเป็นศิลปะแบบบาปวนมีอายุราวพุทธศตวรรษที่16สันนิษฐานว่าปราสาทหินแห่งนี้เดิมเป็นศาสนสถานมาก่อนและต่อมาในพุทธศตวรรษที่18รัชสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่7อาจมีการบูรณะหรือสร้างเพิ่มเติมขึ้นใหม่สังเกตได้จากมีสถาปัตยกรรมแบบบาปวนอยู่ด้วยสิ่งก่อสร้างดังกล่าวเรียกกันในสมัยนั้นว่า “อโรคยาศาล” หมายถึงสถานพยาบาลหรือสุศาลาประจำชุมชนนั่นเอง

9.2) ปราสาทสระกำแพงใหญ่หรือปราสาทศรีพุทธเศรษฐ์อยู่ภายในบริเวณวัดสระกำแพงใหญ่ถนนประดิษฐ์พระราชารัฐดำบลสระกำแพงใหญ่เป็นปราสาทขอมที่มีขนาดใหญ่และสมบูรณ์ที่สุดของจังหวัดลักษณะเป็นปราสาท 3 องค์บนฐานเดียวกันและตั้งเรียงกันในแนวทิศเหนือ-ใต้หันหน้า

ไปทางทิศตะวันออกปรากฏประธานอยู่ตรงกลางก่อด้วยหินทรายมีอิฐแซมบางส่วนมีทับหลังจำหลักภาพพระอินทร์ทรงช้างบนแท่นเหนือหน้ากาลส่วนปรากฏอีก 2 องค์เป็นปรากฏอิฐมีส่วนประกอบตกแต่งที่เป็นหินทรายเช่นทับหลังกรอบหน้าบันและกรอบเสาประตูด้านหลังปรากฏองค์ทิศใต้มีปรากฏอิฐอีก 1 องค์ด้านหน้ามีวิหารก่ออิฐ 2 หลังล้อมรอบด้วยระเบียงคดก่อด้วยศิลาแลงและหินทรายมีโคปุระหรือประตูซุ้มทั้ง 4 ทิศ ส่วนวิหารที่ก่อด้วยอิฐซึ่งอยู่ทางด้านทิศเหนือมีทับหลังสลักรูปพระนารายณ์บรรทมสินธุ์อยู่เหนือพระยานันตนาคราชท่ามกลางเกษียรสมุทรและที่วิหารก่ออิฐทางด้านทิศใต้มีทับหลังรูปพระอิศวรกับพระอุมาประทับนั่งเหนือโคนหินปัจจุบันปราสาทแห่งนี้อยู่ในความดูแลของกองโบราณคดีกรมศิลปากรและได้มีการขุดค้นพบโบราณวัตถุจำนวนมากเช่นทับหลังจำหลักภาพศิวนาฏราชพระกฤษณะยกเขาโควรวรรณะและยังพบพระพุทธรูปนาคปรกพระพุทธรูปปางสมาธิพระพิมพ์ดินเผา ฯลฯ จากหลักฐานลวดลายที่ปรากฏบนหน้าบันทับหลังและโบราณวัตถุต่างๆ โดยเฉพาะจารึกที่อยู่บริเวณหลังประตูปราสาทสระกำแพงใหญ่สันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16 ตรงกับศิลปะขอมแบบบาปวนเพื่อเป็นเทวาลัยถวายแด่พระศิวะและเมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นวัดในพุทธศาสนาเถรวาท

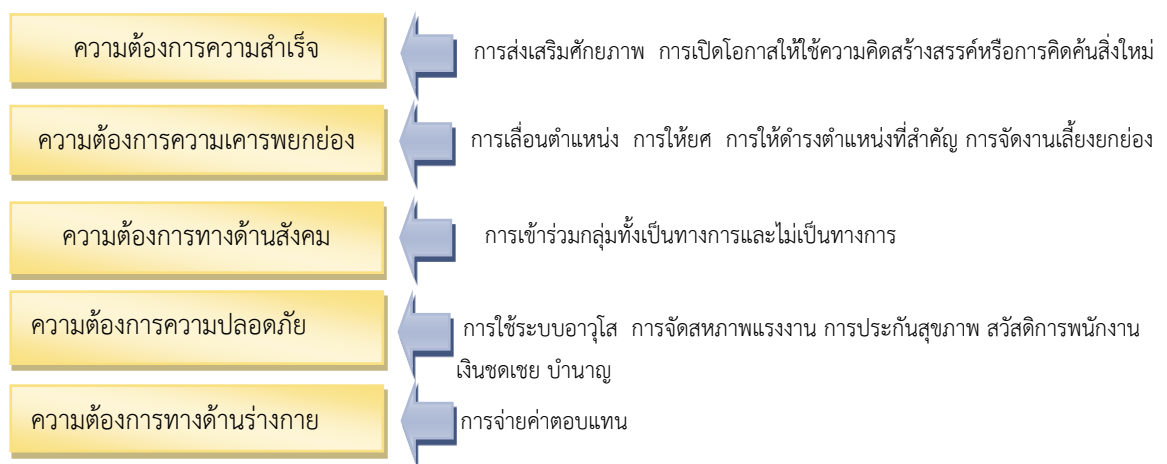
จากการศึกษาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษพบว่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีความหลากหลายทั้งในเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ซึ่งมีการกระจายตัวออกไปตามจุดต่าง ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงซึ่งกันและกันได้

2.4 แนวคิดการจูงใจทางการท่องเที่ยว

การจูงใจ หมายถึง การกระตุ้น ผลักดันให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นมีการกระทำไปในทิศทางที่มุ่งหวังด้วยความสมัครใจ (Denny. 2009 : 4) ใช้ความอดทนและพยายามในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย (Schermerhorn. 2011 : 362) โดยที่ทิศทางที่จะก่อให้เกิดการกระทำนั้นต้องอยู่บนพื้นฐานของทัศนคติและเป้าหมายของบุคคลนั้น ๆ ด้วย (Ryan & Edwaed. 2000 : 54) การจูงใจควรอาศัยปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในการกระตุ้นความปรารถนาและพลังงานของบุคคลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมาย (Business Dictionary. 2006 : 1-2) สำหรับสำหรับทฤษฎีการจูงใจในทางบริหารนั้นมีหลายทฤษฎี เช่นทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ทฤษฎีสองปัจจัย

2.4.1 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ อับราฮัม มาสโลว์ที่ได้ทำการศึกษาถึงความต้องการของมนุษย์ซึ่งเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้มนุษย์แสดงออกถึงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงาน จะเห็นว่าผู้บริหารสามารถสร้างแรงจูงใจจากความต้องการของคนได้ โดยมีพื้นฐานที่สำคัญสองประการคือ ความขาดแคลน (Deficit Principle) และความเจริญก้าวหน้า

(Progression Principle) กล่าวคือ ความขาดแคลนหมายถึงการที่มนุษย์ไม่มีความสมบูรณ์ในความต้องการ โดยจะมีความขาดแคลนหรือความบกพร่องในความต้องการอยู่เสมอ ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมนั้นอีก โดยคิดว่าตนยังอยู่สภาวะความขาดแคลนในสิ่งต่าง ๆ และแสดงพฤติกรรมเพื่อที่จะได้รับการตอบสนองในความขาดแคลนนั่น ส่วนความเจริญก้าวหน้านั้น หมายถึงเมื่อคนเกิดความขาดแคลนในความต้องการในสิ่งใด ๆ และได้รับการตอบสนองในความต้องการนั้นแล้ว ความขาดแคลนในความต้องการนั้นก็จะพัฒนาก้าวหน้าสูงขึ้นเป็นลำดับขั้น ซึ่งความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์นั้นประกอบด้วย ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการความเคารพยกย่อง และความต้องการความสำเร็จ (Schermerhorn. 2011 :37; Kaur. 2013 : 1061-1064) สามารถแสดงได้ดัง ภาพที่ 2.12



ภาพที่ 2.12 ลำดับขั้นความต้องการและการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

จาก ภาพที่ 2.12 จะเห็นว่าลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Schermerhorn. 2011 :37; Luthans. 2011 : 162-164; Kaur. 2013 : 1061-1064) ประกอบด้วย

1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการทางสรีรวิทยาทั่วไปของมนุษย์ เช่น ความต้องการปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ความต้องการพักผ่อน ความต้องการทางเพศ เป็นต้น ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อมนุษย์เมื่อยังไม่ได้ได้รับการตอบสนองและส่งผลกระทบต่อการทำงาน เช่น การอยู่ภาวะความหิวก็จะส่งผลทำให้ไม่มีสมาธิในการทำงาน ในทางบริหารมักจะใช้วิธีการจ่ายค่าตอบแทน ซึ่งเป็นวิธีทางอ้อมในการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะพัฒนาการไปสู่ความต้องการในขั้นต่อไปคือต้องการความปลอดภัยหรือความรู้สึกมั่นคงทั้งในด้านร่างกายและอาชีพ การตอบสนองความต้องการในขั้นนี้อาจจะอยู่ใน

รูปแบบของ การใช้ระบบอาวุโส การจัดสหภาพแรงงาน การประกันสุขภาพ สวัสดิการผู้ปฏิบัติงาน เงินชดเชย บำนาญ เป็นต้น

3) ความต้องการทางด้านสังคม (Social Needs) ความต้องการลำดับนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายและความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการทางด้านสังคมเป็นความต้องการเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น การได้อยู่ร่วมกัน การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น การตอบสนองความต้องการในขั้นนี้อาจทำได้โดยการจัดให้เข้าร่วมกลุ่มทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้ไม่รู้สึกโดดเดี่ยวหรือถูกทอดทิ้ง

4) ความต้องการความเคารพยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม เป็นการมองเห็นคุณค่า การนับถือทั้งจากตนเองและผู้อื่น ประกอบด้วย การต้องการผู้อื่นให้ยอมรับในความรู้ความสามารถ ให้ความสำคัญ รวมถึงการยกย่องสรรเสริญ การตอบสนองความต้องการในขั้นนี้อาจทำได้โดยการเลื่อนตำแหน่ง การให้ยศ การให้ดำรงตำแหน่งที่สำคัญ การจัดงานเลี้ยงยกย่อง

5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของมนุษย์ที่ต้องการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้ชีวิต หรือสิ่งที่ปรารถนาสูงสุด เป็นความต้องการที่เกิดจากความตระหนักถึงศักยภาพของตนเองทั้งหมด และต้องการให้ตนเองเติบโตและใช้ความสามารถที่มีทั้งหมดในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ การตอบสนองความต้องการในขั้นนี้อาจทำได้โดยการส่งเสริมศักยภาพความเจริญเติบโตส่วนบุคคล การเปิดโอกาสให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการคิดค้นสิ่งใหม่

ในปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์อย่างแพร่หลาย เช่น การพัฒนาอาหารในโรงเรียนโดยการเชื่อมกับความต้องการทางสรีรวิทยา ความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการยอมรับนับถือ และความสำเร็จในอนาคต (Tikkanen. 2009 : 534-543) หรือการวิเคราะห์ความต้องการใช้บริการเครือข่ายออนไลน์อย่างต่อเนื่องโดยเห็นว่าการตอบสนองต่อความต้องการความสำเร็จในชีวิตมีผลความต้องการใช้บริการเครือข่ายออนไลน์อย่างต่อเนื่อง แต่การตอบสนองความต้องการทางสังคมไม่มีผลต่อความต้องการใช้บริการเครือข่ายออนไลน์อย่างต่อเนื่องแต่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ (Caoet al. 2013 : 185-190)

ทฤษฎีสองปัจจัย จากการศึกษา (Schermerhorn. 2011 : 364) ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเบอร์ก (Herzberg) พบปัจจัยที่ทำให้บุคคลพอใจและไม่พอใจในการทำงาน โดยสามารถแบ่งออกเป็นสองปัจจัยหลักคือ

1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลรู้สึกพึงพอใจในการทำงานซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ ความสำเร็จ การยอมรับนับถือความรับผิดชอบ ลักษณะงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน โอกาสในการเติบโต เป็นต้น

2) ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานซึ่งอาจจะไม่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจแต่หากไม่มีปัจจัยค้ำจุนอาจจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในการทำงาน ได้แก่

เงื่อนไขการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน นโยบายและกฎระเบียบ การบังคับบัญชา ระบบเงินเดือน สวัสดิการ เป็นต้น

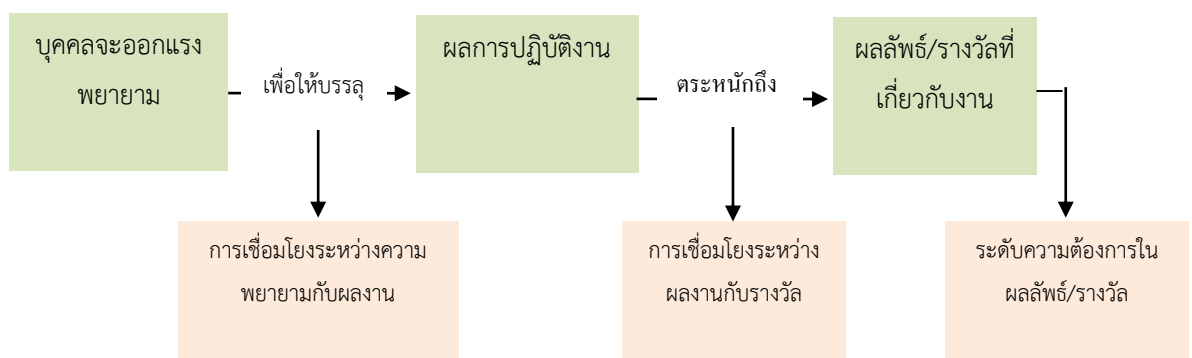
การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสองปัจจัยนั้นอยู่บนพื้นฐานหลักการง่าย ๆ สามประการคือ

1) การจะจัดสองปัจจัยให้ออกมาได้อย่างเหมาะสมควรทำการศึกษาอาจจะโดยการพูดคุย สทนากลุ่มเพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยหลักที่สร้างความพอใจและความไม่พอใจในการปฏิบัติงาน ของบุคคลในองค์กร

2) ควรจัดปัจจัยที่สร้างความไม่พอใจในการทำงานออกก่อน เช่น การสร้างคุณค่าในการทำงาน ของทุกระดับงาน การส่งเสริมและสร้างวัฒนธรรมการเคารพให้เกียรติ การตรวจสอบระบบเงินเดือน และค่าจ้างให้มีความเหมาะสมกับบริบทการทำงาน สร้างความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น

3) การเสริมสร้างปัจจัยจูงใจในการทำงาน เช่น การให้โอกาสสำหรับความสำเร็จการตระหนักถึง การมีส่วนร่วมของบุคคลในองค์กร การสร้างงานที่มีคุณค่า การมอบหมายความรับผิดชอบ การให้ โอกาสในความก้าวหน้าในงาน การให้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลเพื่อการเติบโต เป็นต้น

ทฤษฎีความคาดหวัง จากการศึกษา (Schermerhorn. 2011 : 369; Parijat&Bagga. 2014 : 1-8) จะพบว่าทฤษฎีความคาดหวังของวรูม (Vroom) เป็นทฤษฎีที่มุ่งอธิบายว่าอะไรเป็นตัวกำหนดความตั้งใจ ในความพยายามทำงานของแต่ละบุคคล ซึ่ง วรูมเห็นว่าบุคคลหนึ่งจะตั้งใจในความพยายามกระทำสิ่ง หนึ่งสิ่งใดก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีความต้องการที่จะกระทำ ดังนั้นการที่จะกระตุ้นให้บุคคลมีความต้องการ ที่จะกระทำสิ่งใด สามารถทำได้ด้วยการสร้างความคาดหวังที่มีแรงดึงดูด การเชื่อมโยงระหว่างแรงดึงดูดที่ สร้างขึ้นกับผลงาน และการเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายามในการทำงาน ความสัมพันธ์ ดังกล่าวแสดงได้ดัง ภาพที่ 2.13



ภาพที่ 2.13 ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม

ที่มา:ดัดแปลงจาก Schermerhorn. (2011 : 369)

จากความสัมพันธ์ดังกล่าวรวมได้เสนอรูปแบบการจูงใจให้บุคคลเกิดความพยายามในการทำงานนั้นประกอบด้วยปัจจัยสำคัญสามประการคือ

1) ความคาดหวัง (Expectancy) เป็นความคาดหวัง ความเชื่อของบุคคลที่เห็นว่าความพยายามในการทำงานจะส่งผลทำให้การปฏิบัติงานนั้นประสบความสำเร็จในระดับที่ต้องการ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผลงานกับความพยายาม

2) เครื่องมือ (Instrumentality) การมีเครื่องมือ หรือวิธีการที่ทำให้บุคคลนั้นเชื่อว่าการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จนั้นจะตามมาด้วยรางวัลหรือผลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผลงานกับรางวัล

3) ระดับ (Valence) การกำหนดระดับคุณค่าความต้องการในผลลัพธ์หรือรางวัลนั้น โดยการกำหนดระดับความต้องการหรือความพอใจในผลลัพธ์อาจจะมีค่าแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เช่น บุคคลหนึ่งอาจจะพอใจในค่าตอบแทนในการทำงานล่วงเวลาในอัตรา 500 บาทต่อวัน แต่บางบุคคลอาจจะไม่ต้องการค่าตอบแทนแต่ต้องการวันหยุดพักผ่อนมากกว่า เป็นต้น

จากวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของทฤษฎีความคาดหวังทำให้เราทราบถึงสาเหตุ ความเชื่อมโยงขององค์ประกอบในการสร้างแรงจูงใจเชิงคาดหวัง ดังนั้น ผู้นำสามารถสร้างแรงจูงใจผ่านทฤษฎีนี้ได้ด้วยการเข้าแทรกแซงปัจจัยดังกล่าวให้มีความสัมพันธ์กันมากขึ้น กล่าวคือ

1) การสร้างความคาดหวังให้มีความเป็นไปได้มากขึ้น สามารถทำได้โดยเริ่มจากผู้นำมีการมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน จากนั้นทำการกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายโดยในการตั้งเป้าหมายที่ต้องไม่เกินขอบเขตที่ผู้ปฏิบัติงานจะทำได้สำเร็จและควรให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในความสำเร็จ และเนื่องจากความรู้ความสามารถของแต่ละคนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้นำจึงควรทำการเสริมสร้างศักยภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติ เช่น การฝึกอบรม การสอนงาน เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ ทั้งนี้สิ่งที่ผู้นำต้องตระหนักถึงคือระดับความมุ่งมั่นในความพยายามของแต่ละคนมีความแตกต่างกันและอาจจะน้อยลงตามระยะเวลา ดังนั้นผู้นำต้องหมั่นตรวจสอบการปฏิบัติงานเป็นระยะเพื่อกระตุ้นเตือนถึงเป้าหมายที่ต้องการบรรลุอยู่เสมอ

2) การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผลงานและรางวัล สิ่งที่สำคัญในขั้นตอนนี้คือการไว้วางใจในผู้นำและความชัดเจนในเกณฑ์การพิจารณา กล่าวคือผู้นำต้องสื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานมั่นใจและวางใจได้ว่าผลงานในความพยายามของเขานั้นจะได้รับการพิจารณาจากผู้นำ และแต่ละบุคคลจะได้รับความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมกันในการพิจารณา อีกทั้งในกระบวนการพิจารณาผลงานนั้นผู้ปฏิบัติต้องรับรู้ได้ว่าผลการปฏิบัติงานของเขาเข้าถึงเกณฑ์การพิจารณา ในกรณีผลการปฏิบัติงานไม่สามารถเข้าถึงเกณฑ์การพิจารณาไม่ว่าข้อจำกัดใด ๆ ก็ส่งผลทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่สนใจในใช้ความพยายามที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ

3) การสร้างความต้องการในผลลัพธ์หรือรางวัลการกำหนดระดับคุณค่าความต้องการในผลลัพธ์รางวัลนั้นมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละบุคคลแต่สิ่งที่มีผู้นำสามารถทำได้คือการบูรณาการความต้องการส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงานเข้ากับความต้องการขององค์กรให้ออกมาเป็นเป้าหมายร่วมกันสามารถทำได้โดยการให้ผู้ปฏิบัติมีส่วนร่วมในการกำหนดรางวัลหรือผลลัพธ์ อนึ่งการให้ผลลัพธ์หรือรางวัลที่มีค่าใช้จ่ายสูงนั้นสิ่งที่ผู้นำต้องพิจารณาคือความคุ้มค่าระหว่างต้นทุนกับผลตอบแทนที่ได้รับ ดังนั้น การสร้างผลลัพธ์หรือรางวัลควรจะมีผลทางจิตใจร่วมด้วย และควรประยุกต์ใช้หลักการยึดมั่นผูกพันในองค์กรเพื่อสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ยึดความสำเร็จ ความสุขใจ ความภูมิใจที่ได้ทำงาน

สำหรับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีนักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาไว้ดังนี้

ศุภร เสรีรัตน์ (2544 : 132) พบว่าแรงจูงใจที่มากกระตุ้นให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยวที่นั่นเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือ ปัจจัยผลัก (Push Factor) เป็นแรงจูงใจที่ผลักดันให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่

- 1) ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน
- 2) ความต้องการที่จะเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น
- 3) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ
- 4) ความต้องการสร้างเกียรติภูมิให้ตนเอง
- 5) ความต้องการทำในสิ่งท้าทาย
- 6) ความต้องการผจญภัย

สำหรับอีกปัจจัยคือปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ซึ่งเป็นแรงดึงดูดให้คนเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่

- 1) ความสวยงามของทิวทัศน์ ที่เกิดจากธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น
- 2) สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
- 3) กิจกรรมทางกีฬา

ส่วนเครื่องกระตุ้นปัจจัยสองปัจจัยให้มาผลักดันและดึงดูดกันเพื่อให้เกิดการจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบด้วย

- 1) สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ เช่น การร่วมเล่นกิจกรรมทางกีฬา
- 2) สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจเช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ การดำเนินชีวิต
- 3) สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัว เช่น การไปเยี่ยมญาติ การไปทำบุญ

4) สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การศึกษาต่อต่างประเทศ โกลเมศ ศุภณภาโสติถ์ (2554 : 11) ได้เสนอว่าประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ประเภทคือ

- 1) ปัจจัยส่วนตัว เป็นความต้องการส่วนตัว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน
- 2) ปัจจัยด้านการพัฒนาตนเอง เป็นความต้องการในการพัฒนาทักษะ หรือหาความรู้ใหม่
- 3) ปัจจัยด้านอารมณ์ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความรู้สึก เช่น ความตื่นเต้น ทำทนาย สนุกสนาน
- 4) ปัจจัยทางด้านสถานภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการตามสมัยนิยม
- 5) ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิตในสังคมที่แตกต่างออกไป

6) ปัจจัยด้านกายภาพ เช่น การพักผ่อน เพื่อสุขภาพ

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555 : 48-49) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าองค์ประกอบ (Factor Analysis) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาเที่ยวเกาะพะงันมี 6 องค์ประกอบดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ที่พักมีมาตรฐานที่สามารถยอมรับได้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม ค่ำค่า และมีอาหารให้เลือกอยู่ในมาตรฐาน

องค์ประกอบที่ 2 การพักผ่อนในบรรยากาศชายทะเล ประกอบด้วย ทิวทัศน์/ทัศนียภาพ ความสวยงามของเกาะพะงัน ความเป็นส่วนตัวและความเงียบสงบของเกาะพะงัน ความใกล้ชิดธรรมชาติ หอพักทะเล ความเป็นเกาะที่โรแมนติก การชมความสวยของดวงจันทร์ในคืนวันเพ็ญ ความขาวของหาดทรายและความใสของน้ำทะเล

องค์ประกอบที่ 3 ด้านร่างกายและเกียรตินิยม ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของงาน “ฟูลมูนปาร์ตี้” การเป็นที่ยอมรับของกลุ่มนักท่องเที่ยว การไปปาร์ตี้ด้วยเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และความสนุกสนาน และความต้องการได้ชื่อว่าเคยมาเที่ยวเกาะพะงันแล้ว

องค์ประกอบที่ 4 การสัมผัสชีวิตและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ประกอบด้วย ความต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การได้พบปะเพื่อน/ผู้คนใหม่ ๆ จากประเทศอื่น การหลีกเลี่ยงความจำเจจากถิ่นที่อยู่อาศัย ความต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัย/เดินป่า/แคมป์ปิ้ง/ขี่จักรยานเสือภูเขา

องค์ประกอบที่ 5 การมีเพศสัมพันธ์ ประกอบด้วย การมีเพศสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่น การมีเพศสัมพันธ์ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ

องค์ประกอบที่ 6 การเน้นกิจกรรมและฝึกทักษะ ประกอบด้วย การฝึกทักษะทางกีฬา การดำน้ำ

วิคเนีย มายอร์ (2555 : 88) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่าเหตุผลที่เกิดทางมาท่องเที่ยวคือ การต้องการพักผ่อนมากที่สุดปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวคือ ความบริสุทธิ์ของน้ำแร่ส่วนองค์ประกอบที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวคือ ความปลอดภัยและความคุ้มค่า กิจกรรมกรรมและความเป็นมิตร สิ่งอำนวยความสะดวก

นรพล เกตุทัต (2557 : 99) ได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ปัจจัยประกอบด้วย หนึ่งความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวซึ่งมีปัจจัยย่อยคือ ค่าครองชีพถูก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูก มีสถานที่ช้อปปิ้งหลากหลาย ความหลากหลายของกิจกรรมนันทนาการ สองสิ่งดึงดูดในทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย วัฒนธรรมไทย สถานที่ทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม อาหารไทย ความเป็นมิตรของคนไทย ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สามปัจจัยความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวประกอบด้วย ความสะอาด ความปลอดภัย ความสะดวกในการหาข้อมูลในการท่องเที่ยว

ณัฐวรรติ คณิตินสุทธิทอง (2558 : 144-146) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยพบว่าแรงจูงใจและปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีทั้งสิ้น 12 ปัจจัย แบ่งออกได้เป็น 45 ตัวแปร และแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานั้นสามารถนำมาใช้กับงานวิจัยในอนาคตได้ โดยตัวแปรทั้ง 12 ตัวแปรมีดังนี้ 1. ความน่าสนใจของประเทศ 2. การบริการของสถานพยาบาล 3. ความปลอดภัยของประเทศ 4. ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก 5. การเดินทาง 6. ความบันเทิงและบริการสาธารณะ 7. การท่องเที่ยวภายในประเทศ 8. การประสานกับหน่วยงานต่างประเทศ 9. มาตรฐานการรักษาพยาบาล 10. กิจกรรมทางการตลาดในประเทศ 11. การดูแลระหว่างการรักษาพยาบาล 12. กิจกรรมทางการตลาดต่างประเทศ

ธารา สุขศิริ (2559 : 113) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อมและการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม (2) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจด้านเกียรติภูมิ (3) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านการพักผ่อน

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559 : 190-191) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (เข้าไปเย็นกลับ)

ส่วนด้านปัจจัยดึงดูดใจเช่น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาด้าน
ทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่
ในระดับมาก

ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ขยายองค์ความรู้ตามกรอบแนวคิดปัจจัยแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวพบว่า
ปัจจัยที่แรงผลักดันในการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Push Factors in Medical Tourism) คือ ปัจจัย
ด้านสุขภาพ ปัจจัยของประเทศ ปัจจัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยด้านการตลาดที่ผลักดันให้
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยากไปใช้บริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศของ
ตน และพบว่าปัจจัยแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Pull Factors in Medical Tourism)
ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกมาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย คือ
ปัจจัยด้านสุขภาพ ปัจจัยของประเทศ ปัจจัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยด้านการตลาด ที่ดึงดูดให้
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเลือกเดินทางมาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย

จากการศึกษาแนวคิดการจูงใจทางการท่องเที่ยวพบว่าไม่ว่ามูลเหตุของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
จะเกิดขึ้นจากมูลเหตุใด แต่สิ่งที่สำคัญคือการปัจจัยดึงดูดให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวเพื่อที่จะตัดสินใจเลือก
มาท่องเที่ยวหรือใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนั้น ซึ่งปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวสามารถแบ่ง
ออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่คือ (1) ปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากตัวแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความหลากหลายของ
แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (2) ปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากการบริหารจัดการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก
ความสามารถในการเข้าถึง คุณภาพของที่พัก เป็นต้น

2.3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิทธิ กองสาสนะ (2552 : 46-52) ได้ทำการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น
พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปา และการนวดสุขภาพ เป็นรูปแบบกิจกรรมที่
นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การฝึกจิตสมาธิ และการเสริมสุขภาพ ความงาม ตามลำดับ
โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสะดวก ถูกต้องตามหลักอนามัย การบริการที่มี
ความเชี่ยวชาญได้มาตรฐาน การเข้าถึงที่สะดวก มีราคาค่าบริการที่เหมาะสม รวมทั้งการมีบรรยากาศ
สภาพแวดล้อมที่ตื้น่าดึงดูดใจ โดยปัจจัยเหล่านั้นสอดคล้องกับผลการสำรวจความคิดเห็นของ
ผู้ประกอบการซึ่งมองว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อผู้คนในชุมชนและเป็น
มิตรกับสภาพแวดล้อมการศึกษายังพบว่าพื้นที่ในเขตตัวเมืองขอนแก่นจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพครบทุกประเภทตามที่แยกหมวดหมู่ไว้ซึ่งต่างจากพื้นที่ภายนอกเขตตัวเมืองที่มีเพียงบาง
ประเภทเท่านั้นแสดงให้เห็นศักยภาพในการให้บริการกิจกรรมเชิงสุขภาพในพื้นที่ตัวเมืองซึ่งจะมี
มากกว่าพื้นที่ภายนอกเขตเมืองจากผลการศึกษาสามารถนำไปกำหนดเส้นทางและรูปแบบกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นได้เป็น 2 ลักษณะคือ 1. เส้นทางและรูปแบบกิจกรรม

เฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2. เส้นทางและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทอื่น และมีการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นได้ 3 กลุ่มดังนี้ คือ

กลุ่มแรก เส้นทางท่องเที่ยวประเภทครึ่งวัน เฉพาะในเขตตัวเมือง เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาไม่มาก มีความสนใจเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่านั้น ไม่ต้องการเดินทางไกล โดยอาจเลือกเดินทางช่วงเช้า หรือบ่าย (สามารถรวมกันเป็นการท่องเที่ยวประเภท 1 วันได้)

กลุ่มที่สอง เส้นทางท่องเที่ยวประเภทครึ่งวันเชื่อมโยงภายนอกเมือง เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาไม่มาก แต่มีความสนใจที่จะเดินทางออกไปท่องเที่ยวภายนอกเมืองด้วย โดยอาจเลือกเดินทางช่วงเช้าหรือบ่าย (สามารถรวมกันเป็นการท่องเที่ยวประเภท 1 วันได้)

กลุ่มที่สาม เส้นทางท่องเที่ยวประเภทหนึ่งวันภายนอกตัวเมืองเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาค่อนข้างมาก (อย่างน้อย 1 วัน) และมีการพักค้างคืนในตัวเมืองจังหวัดขอนแก่น แต่มีความสนใจการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ภายนอกเมืองขอนแก่นเป็นหลัก โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นตัวเสริม

แสงเดือน รตินธร(2555 : 84) ได้ทำการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองและเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11970 หยวน ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาคตะวันออกและภาคใต้เมื่อมาเยือนประเทศไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ธนวันต์ สิทธิไทย(2557: 161-164) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดบริการเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทย-มาเลเซียเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในการเปิดเสรีการค้าอาเซียน พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยหรือ “TRAVEL Model” ประกอบด้วย

1. ความเป็นเลิศทางด้านการบริการ (Excellence Service) การบริการที่มีประสิทธิภาพ มีความเป็นมืออาชีพของธุรกิจนำเที่ยว หมายรวมถึง การรู้ขั้นตอน การให้บริการ การดูแลเอาใจใส่ช่วยเหลือระหว่างการเดินทาง การรับคำสั่งลูกค้าที่ถูกต้อง การบริการตามความต้องการของลูกค้า การต้อนรับลูกค้าทุกระดับเสมอกัน ทั้งนี้เรื่องกระบวนการคิดเงินเป็นการบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญ

2. ราคาสมเหตุสมผล (Reasonable Price) ราคามีความสัมพันธ์กับคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์และสินค้า ดังนั้นการตั้งราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว ควรกำหนดราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม คำนึงถึงคุณค่าของราคากับสินค้าและบริการที่ได้รับ

3. การตลาดเชิงรุก (Accessible & Proactive Promotion) ต้องพิจารณาถึงช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) ที่จะนำเสนอสินค้าสู่บริการผู้บริโภคอย่างไร ด้วยการออกบูธประชาสัมพันธ์เมื่อมีการออก Roadshow ต่าง ๆ การขายตรงของพนักงานภายในร้าน การอัพเดทข้อมูลบริษัทผ่าน Google เพื่อให้เป็นที่รู้จัก การจัดทำเว็บไซต์แนะนำการเดินทางท่องเที่ยว

4. ศักยภาพการให้บริการของผู้นำเที่ยว (Legitimate & Personal Competence of Tourist Guide) ผู้ให้บริการนำเที่ยวจะต้องเป็นผู้ที่ใส่ใจในรายละเอียดของนักท่องเที่ยวเช่น ชื่อ และรูปพรรณสัณฐานของนักท่องเที่ยว และให้ข้อมูลการระวางภัย และความเสี่ยงตลอดจนการแนะนำการท่องเที่ยวและการปฏิบัติตัวให้เหมาะสมกับสถานที่แต่ละประเภท

5. เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Vase & Unique Destination) การบริหารความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์จากคู่แข่งชั้นโดยการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นธรรมชาติ การรักษาและดูแลแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเชิงประวัติศาสตร์ของประเทศนั้น ๆ เป็นแนวทางการสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศให้เด่นชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีโบราณสถาน โบราณวัตถุที่ล้ำค่า

6. การให้บริการเสริมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Extra Facilities Arrangement) มีการบริการเสริมของธุรกิจนำเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญในแง่การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่จะเดินทางกลับมาใช้บริการคราวถัดไปบริการเสริมในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวที่ค้นพบได้แก่การจัดเตรียมหมอนและผ้าห่มบนรถในกรณีเดินทางกลางคืนและการจัดเตรียมระบบ Wireless Internet ให้ลูกค้าในที่พัก

7. ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว (Trustworthiness of Travel Agent) ชื่อเสียงของบริษัทจะนำไปสู่การไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อเนื่องจากหากลูกค้าใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจก็จะยึดติดกับบริษัทเดิมๆและไม่คิดที่จะลองใช้บริการกับบริษัทอื่นๆ

กลยุทธ์ทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมาเลเซียหรือ “TOURIST Model” ประกอบด้วย

1. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่ทันสมัยเป็นระบบของการวิจัยและการวางแผน (Update Latest Promotion) ซึ่งจะทำให้การจัดดำเนินกิจกรรมเป็นไปอย่างสมบูรณ์แบบโดยเป็นความพยายามขององค์กรในการที่จะสร้างลูกค้าเอาชนะใจลูกค้าและรักษาลูกค้าไว้ให้ได้ในการแข่งขันระดับโลก

2. ราคาสมเหตุสมผล (Sensible Price) ราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ควรเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และได้รับคุณค่าทางจิตใจคุ้มค่ากับเงินที่สูญเสียไปผู้ประกอบการธุรกิจต้องกำหนดนโยบาย

และวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนและราคาของคู่แข่งชั้นทางการค้าด้วย โดยควรราคามีความหลากหลายตั้งราคาตามราคาตลาดและบริษัทใกล้เคียงเหมาะสมกับโปรแกรมการท่องเที่ยวและจะต้องคุ้มค่างับสินค้าและบริการที่ได้รับ

3. ทักษะการให้บริการของพนักงาน (Responsiveness of Staff) กล่าวคือมีบุคคลที่เป็นเสมือนผู้ส่งเสริมการขายในการท่องเที่ยวในครั้งถัดไปและการแสดงออกเชิงพฤติกรรมในการให้บริการจะแสดงถึงภาพลักษณ์ของบริษัทที่น่าเที่ยวและสามารถสร้างแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาใช้บริการอีกได้

4. การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะของบริษัท (Travel Agent Specific Arrangement) ประกอบด้วยการจัดเตรียมบริการอาหารในแต่ละมื้อที่มีความหลากหลายความสะดวกสบายของการเดินทางโดยพาหนะมีรายการพิเศษนอกเหนือจากโปรแกรมท่องเที่ยวมีโปรแกรมท่องเที่ยวเฉพาะของบริษัท

5. ระบบการจองและการคิดเงินที่ไม่ผิดพลาด (Operate Reservation Correctly) ประกอบด้วยระบบการจองห้องพักและตั๋วเครื่องบินไม่ผิดพลาดกระบวนการคิดเงินลูกค้าไม่ผิดพลาดการให้บริการถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า

6. การให้ข้อมูลด้านการระมัดระวังและความสุภาพในการให้บริการ (Telling What to Do and Serve Politely) การให้ข้อมูลการระมัดระวังและความเสี่ยงภัยตลอดจนความสุภาพในการให้บริการเป็นปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

7. เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Identity of Tourist Destination) มีความสำคัญเชิงประวัติศาสตร์ของประเทศนั้นๆและการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นธรรมชาติ

นนทิภัก เพียรโรจน์, สิริภัทร์ โชติช่วง และณัฐมน ราชรักษ์ (2558 :105-106) ได้ทำการศึกษาร่วมเชื่อมโยงเส้นทางและการส่งเสริมการตลาดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของกลุ่ม 4 จังหวัดในภาคใต้ของประเทศไทย พบว่าจากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และลงพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของคณะผู้วิจัย รวมทั้งผลการประเมินเส้นทางท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวและจากบริษัททัวร์ทั้ง 3 เส้นทางทำให้คณะผู้วิจัยได้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้นโดยจัดแบบการพักค้างคืนเพื่อความเหมาะสมและดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และได้จัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทั้ง 4 จังหวัดคือ

1. โปรแกรมทัวร์จังหวัดชุมพร-จังหวัดสุราษฎร์ธานี-จังหวัดพัทลุง (2 วัน 1 คืน) ราคาท่านละ 2,500 บาท

2. โปรแกรมทัวร์จังหวัดชุมพร-จังหวัดสุราษฎร์ธานี-จังหวัดนครศรีธรรมราช (2 วัน 1 คืน) ราคาท่านละ 2,400 บาท

3. โปรแกรมทัวร์จังหวัดสุราษฎร์ธานี-จังหวัดนครศรีธรรมราช-จังหวัดพัทลุง (2 วัน 1 คืน)
ราคาท่านละ 2,800 บาท

4. โปรแกรมทัวร์ 4 จังหวัดจังหวัดชุมพร-จังหวัดสุราษฎร์ธานี-จังหวัดนครศรีธรรมราช-
จังหวัดพัทลุง (3 วัน 2 คืน) ราคาท่านละ 3,500 บาท

สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวทั้ง 4 โปรแกรมเป็นโปรแกรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนทุกประเทศ และเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนักท่องเที่ยวไม่ต้องมีการปรับตัวมาก เพราะมีสังคมวัฒนธรรมคล้ายกันอาจเนื่องจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ได้แก่ ประเพณี ศาสนา สิ่งแวดล้อม ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ภาษา การใช้ชีวิตประจำวัน การรับประทานอาหาร เป็นต้นเมื่อพิจารณาแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน นักท่องเที่ยวประเทศบรูไน และสิงคโปร์เหมาะกับโปรแกรมที่ 3 และ 4 เนื่องจากมีกำลังซื้อมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียน และสามารถจ่ายราคาในการท่องเที่ยวในระดับสูงได้เพื่อคุณภาพที่ดีกว่า นักท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม และประเทศลาวเหมาะกับโปรแกรมที่ 12 และ 4 เพราะจังหวัดชุมพรมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นหาดทรายรี และเขามัทรี ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชื่นชอบการชมสถานที่ วิถีชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเหมาะกับโปรแกรมที่ 2 เนื่องจากราคาต่ำสุด เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นหลักส่วนนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ เหมาะกับโปรแกรม 3 และ 4 เพราะจังหวัดพัทลุงมีการเยี่ยมชมวิถีชีวิตเกาะปำซาไก ซึ่งนักท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ก็จะเน้นการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น สำหรับประเทศเมียนมาร์ อินโดนีเซีย และกัมพูชา เหมาะกับโปรแกรมท่องเที่ยวทุกโปรแกรม เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับความเป็นมา ประวัติศาสตร์ และอารยธรรม

กรวรรณสังขร และคณะ (2558 : 108-110) ได้ทำการศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพบว่า ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนนั้นสามารถสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน ได้ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งออกเป็น 9 ด้าน คือ เกษตร ประวัติศาสตร์ ธรรมะ สุขภาพ ผจญภัย ธรรมชาติ กีฬาบันเทิง นันทนาการ เรียนรู้สิ่งใหม่และวัฒนธรรม

ปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุนั้น จำเป็นที่จะต้องวางแผนทางในการประเมินการดำเนินงาน เพื่อให้มีการพัฒนาได้ตรงจุด เพื่อให้มีการประยุกต์ใช้แนวทางการประเมินกับชุมชนได้สะดวกมากขึ้น โดยมีแนวทางในการประเมินห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ ทั้งหมด 7 ด้าน คือ สวย สะอาด สะดวก สงบ สบาย สนุก และสุขใจ

แนวทางการเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสารแหล่งข้อมูลหลักที่เป็นจุดเริ่มต้นในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวแหล่งหนึ่งนั้นคือนิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ จากการสัมภาษณ์พบว่าแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากนิตยสารที่เจาะกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งนิตยสารเหล่านี้ได้รับ

ความนิยมจากผู้สูงอายุอย่างมากโดยเฉพาะในต่างประเทศ นิตยสารเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในส่วนของ Information Flow ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตามพบว่าเป็นประเทศไทยนั้นยังไม่มีนิตยสารดังกล่าวมากเท่าที่ควร การไหลเวียนของข้อมูลนั้นมักจะมาจากการบอกเล่าปากต่อปาก หรือ การค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ตเป็นสำคัญ

ชมภูษ หุ่นนาค (2558 : 133) ได้ทำการศึกษาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามพบว่า 1) จังหวัดสมุทรสงครามถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูงมากเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย 2) ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวมี 4 มิติคือ (1) มิติด้านวิถีชีวิตชุมชน (2) มิติด้านวัฒนธรรมและศาสนา (3) มิติด้านประวัติศาสตร์และ (4) มิติด้านทรัพยากรธรรมชาติ 3) แนวทางการพัฒนาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามคือ “เมืองแห่งการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเต็มไปด้วยคุณค่าทางทรัพยากรธรรมชาติประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชุมชนแห่งสายน้ำ” เน้นการพัฒนาและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวด้วยการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวสำคัญให้เกิดความยั่งยืนรวมถึงพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

ธรรณชนก เพชรานนท์ (2559 : 59) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย พบว่าองค์ประกอบด้านปัจจัยดึงดูดจำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าบ้าน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ และความมั่นคงทางการเมืองและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ผลการศึกษาทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแรงกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ปริญญ์ชนิโชติและธีระวัฒน์ จันทิก(2559 : 23) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่า ยุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อตัวแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง จะเป็นแนวทางที่จะสามารถช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสวนผึ้ง จากความร่วมมือของทุกภาคส่วน ในการส่งเสริมสินค้าหรือบริการ รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และมีคุณภาพ คงรักษาไว้ซึ่งธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน นำมาซึ่งแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว ในกลุ่มลูกค้าคุณภาพให้สามารถมาท่องเที่ยว และเรียนรู้ สร้างความประทับใจในการท่องเที่ยว เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อชุมชน และผู้ลงทุน ทำให้การท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้งนั้นเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งองค์ประกอบของยุทธศาสตร์ 9 องค์ประกอบ คือ PESS+DIMPE โดยองค์ประกอบภายนอกเป็นองค์ประกอบการจัดการคุณภาพ

ได้แก่ 1) ผลสัมฤทธิ์ 2) ประสิทธิภาพ 3) มาตรฐาน 4) ความพึงพอใจ และองค์ประกอบภายใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง ได้แก่ 5) พื้นที่ท่องเที่ยว 6) นวัตกรรม 7) บุคลากร 8) กระบวนการ 9) เศรษฐกิจ

บุญยสฤษฎ์ อเนกสุขและวสิน ปัญญาอุตรตระกูล (2559 : 236-238) ได้ทำการศึกษาการพัฒนา รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน สาระสำคัญได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ “จังหวัดพิษณุโลกจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวไทยและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนให้มากขึ้น”

เป้าประสงค์มี 2 ข้อคือ (1) นักทัศนาจรและนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะภาคเหนือตอนล่าง เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกในจำนวนที่ไม่ลดลงไปกว่าเดิม (2) นักท่องเที่ยวอาเซียน โดยเฉพาะจากประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และเมียนมาร์ ตอนล่างเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกในจำนวนเพิ่มมากขึ้น และสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ได้ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์เชิงรุกทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดจำนวนนักทัศนาจรและนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย

- (1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์
- (2) การพัฒนากลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- (3) การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก
- (4) การเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียงทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ โดยมีจังหวัดพิษณุโลกเป็นศูนย์กลาง

(5) การเป็นนครแห่ง MICE ในภาคเหนือตอนล่างที่มีมาตรฐานสากล

1.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน ประกอบด้วย

- (1) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวข้อป้าง
- (2) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบบูรณา
- (3) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิม
- (4) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนุกสนานสำหรับทุกคนในครอบครัว
- (5) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเทศกาลและประเพณีประจำจังหวัดพิษณุโลก
- (6) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการรักษาพยาบาล

2. ยุทธศาสตร์เสริมความมั่นคงทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.1 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ ประกอบด้วย

- (1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มสตรี
- (2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับ Gen Y
- (3) การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าและอารยสถาปัตย์

2.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ประกอบด้วย

- (1) การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคีการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก
- (2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการพัฒนาระบบจัดการความรู้ทางการท่องเที่ยว
- (3) การบูรณาการเส้นทางเชื่อมโยงรูปแบบ กิจกรรม ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการ

ท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก

2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- (1) การพัฒนาภาษาต่างประเทศและการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว
- (2) การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

2.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการแวะพัก ประกอบด้วย

- (1) การสร้างความหลากหลายของร้านอาหาร
- (2) การยกระดับมาตรฐานธุรกิจที่พักอาศัยในจังหวัดพิษณุโลก

3. ยุทธศาสตร์การคงสภาพทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

3.1 ยุทธศาสตร์ต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย

(1) การพัฒนารูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว
จังหวัดพิษณุโลก

(2) การจัดระบบขนส่งมวลชนเพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพทั้งภายใน
และระหว่างจังหวัด และยกระดับสนามบินนานาชาติ

3.2 ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อจัดการความเปลี่ยนแปลงที่อาจ
ส่งผลต่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- (1) การบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงต้นทุนทางการท่องเที่ยว
- (2) การสร้างความต่อเนื่องในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

4. ยุทธศาสตร์การหยุดยั้งทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

4.1 ยุทธศาสตร์การนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก
ประกอบด้วย

(1) การพัฒนาเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์เชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวและธุรกิจ
ออนไลน์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก

- (2) การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ทางการท่องเที่ยว
- (3) การสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

4.2 ยุทธศาสตร์การจัดตั้งสหกรณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย

(1) การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

(2) การลดความทับซ้อนในการใช้งบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

วุฒิชชาติ สุนทรสมัยและปิยะพร ธรรมชาติ (2559 : 167) ได้ทำการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนพบว่ากลุ่มชุมชนและตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้แก่กลุ่มปลูกและแปรรูปสมุนไพรไทยมีความสนใจและเข้าใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างดีมีความรู้ด้านสมุนไพรและการบำบัดเพื่อสุขภาพรวมถึงชุมชนเองก็มีศักยภาพเพียงพอต่อการรวมกลุ่มในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชนโดยทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งด้านเครือข่ายและทำให้เกิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชนรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายของธุรกิจชุมชนอันนำมาซึ่งการพัฒนาเครือข่ายชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

2.6 กรอบแนวคิด

จากการศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 สามารถสรุปได้ว่าประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ด้านกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ซึ่งเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่า

และคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิตวัฒนธรรมอีสานได้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวแพนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

จากการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษมีทิศทางที่ดีขึ้น กล่าวคือ ในจังหวัดบุรีรัมย์มีรายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 808.48 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 984.44 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,148.28 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,4606.93 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,659.79 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,756.53 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,039.37 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 778.67 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 956.21 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,118.42 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,380.98 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,628.91 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,723.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,001.14 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 29.81 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 28.23 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 29.86 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 25.95 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 30.88 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 33.16 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 38.23 ล้านบาท

จังหวัดสุรินทร์จะพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 818.19 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,239.57 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,580.06 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,838.23 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 2,035.83 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 2,045.55 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,209.71 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 770.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,209.60 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,548.13 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,782.96 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,977.73 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,987.90 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,148.69 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 47.88 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 29.97 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 31.93 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 55.27 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 58.10 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 57.65 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 61.02 ล้านบาท

จังหวัดศรีสะเกษรายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 746.04 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 935.74 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,181.69

ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,479.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,604.90 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,649.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,766.62 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 25523 มีจำนวนเท่ากับ 735.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 913.04 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,145.33 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,441.00 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,564.76 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,608.56 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,722.74 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 10.73 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 22.70 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 36.36 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 38.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 40.14 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 40.81 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 43.88 ล้านบาท

จากการศึกษาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษพบว่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีความหลากหลายทั้งในเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ซึ่งมีการกระจายตัวออกไปตามจุดต่าง ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงซึ่งกันและกันได้

จากการศึกษาแนวคิดการมุ่งใจทางการท่องเที่ยวพบว่าไม่ว่ามูลเหตุของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นจากมูลเหตุใด แต่สิ่งที่สำคัญคือการปัจจัยดึงดูดให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวเพื่อที่จะตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวหรือใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนั้น ซึ่งปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่คือ (1) ปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากตัวแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (2) ปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากการบริหารจัดการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึง คุณภาพของที่พัก เป็นต้นและจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การเชื่อมโยงเครือข่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนั้นเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายนั้นต้องพิจารณาทั้งระบบตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กระบวนการดำเนินงาน และผลผลิต ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำที่เชื่อมโยงกันอย่างมีระบบ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังภาพที่ 2.14

ปัจจัยนำเข้า	กระบวนการ	ผลผลิต	ผลลัพธ์
1. สภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ (2) ศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	1. การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วมเพื่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการฯ (2) การอภิปรายแบบคณะเพื่อตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการฯ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการฯ - เส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ - การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ - การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ	1. เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่าง 3 จังหวัด 2. เกิดการจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวร่วมกันของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3 จังหวัดโดยมีการแบ่งปันแลกเปลี่ยนและร่วมมือทางธุรกิจร่วมกัน

ภาพที่ 2.14 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

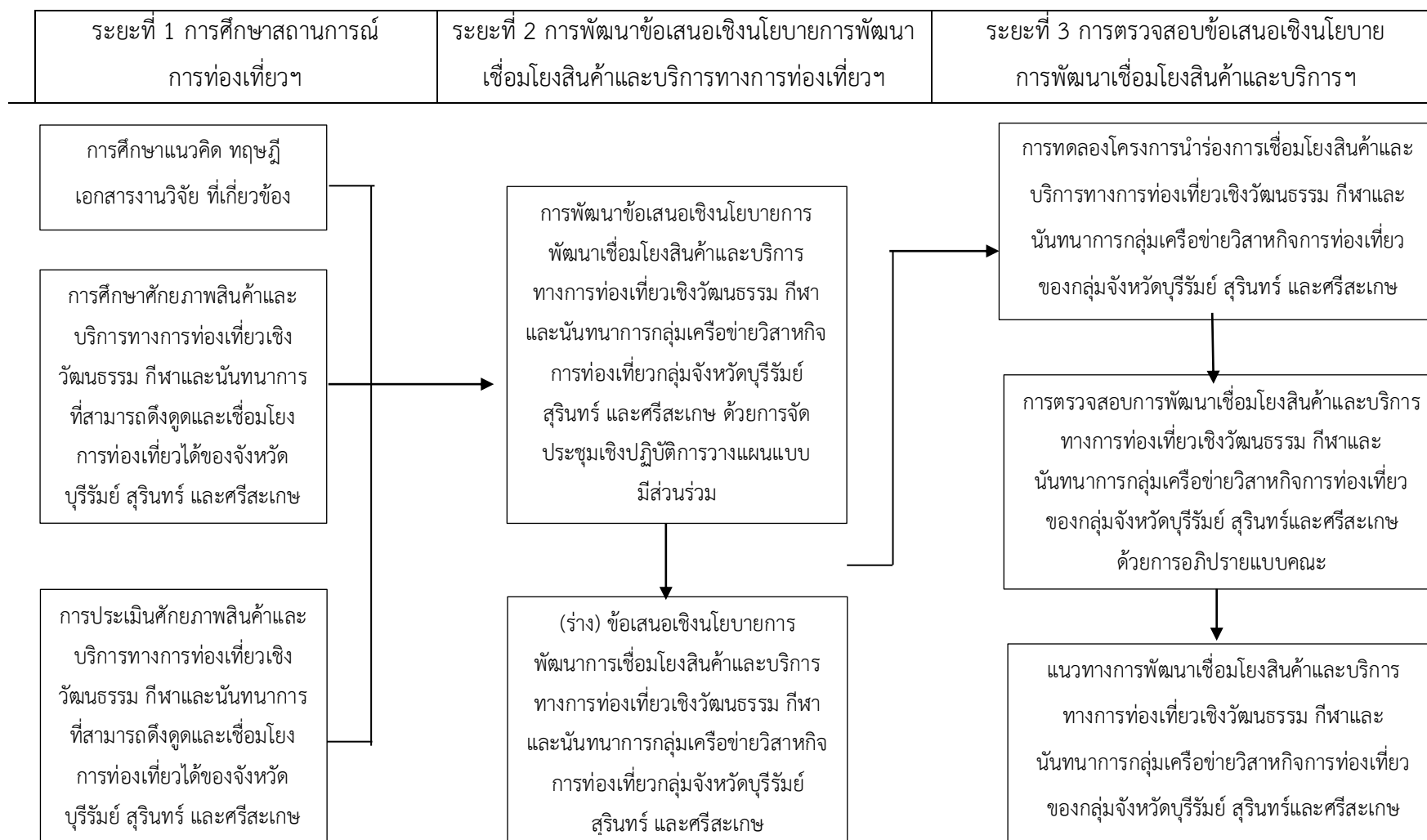
วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เพื่อประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และเพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยใช้วิธีการศึกษาตามหลักการสามเส้า (Triangulation Approach) ซึ่งเน้นลักษณะข้อมูลหลายแหล่ง (Multiple Data Sources) และข้อมูลที่ได้รับจากผลการวิจัยแต่ละประเภทได้นำไปใช้ในการจัดทำเป็นแนวทางอย่างเท่าเทียมกัน (Equivalent Status Design) ประกอบด้วย 3 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ โดยรายละเอียดดังกล่าวสามารถแสดงได้ดังภาพประกอบ 3.1



ภาพที่ 3.1 วิธีการดำเนินงานวิจัย

ระยะที่ 1 การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยประเภทต่าง ๆ เพื่อให้มีแหล่งข้อมูลในการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ตามหลักการสามเส้าซึ่งเน้นลักษณะข้อมูลหลายแหล่ง (Multiple Data Sources) และข้อมูลที่ได้รับจากผลการวิจัยแต่ละประเภทได้นำไปใช้ในการจัดทำเป็นแนวทางอย่างเท่าเทียมกัน กล่าวคือ ระยะที่หนึ่งมีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการคือ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานประกอบด้วย (1) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และ (3) การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560
2. สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
3. สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
4. แนวคิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis and Synthesis) โดยยึดหลักความสอดคล้องของข้อมูล

การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างแบบสอบถาม แบบเลือกตอบเพื่อศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ประเภทธุรกิจหลัก ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว การสังกัดสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว ตำแหน่งในสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวปัจจุบัน ประสบการณ์ในการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา ระยะเวลาการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยว บทบาท/หน้าที่/การทำประโยชน์แก่สมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา

ตอนที่ 2 ศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

2.1 ด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

2.1.1 ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้

2.1.1.1 จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย ไอ-โมบาย สเตเดียม/สนามช้างอินเตอร์ฮ้างสรรพสินค้าโรบินสัน อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง วนอุทยานเขากระโดง ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ ศาลพระหลักเมืองบุรีรัมย์ ปราสาทหินเมืองต่ำ พุทธสถานวัดป่าเขาน้อย เพ ลาเพลิน ถนนคนเดินเซาะกราว ตลาดการค้าชายแดนช่องสายตะกู ตลาดท่องเที่ยว Lively Market หมู่บ้านท่องเที่ยวไหม เขตรักษาพันธุ์สัตว์ดงใหญ่ (ป่าดงใหญ่) แหล่งเตาเผาโบราณ อ่างเก็บน้ำ ห้วยจระเข้มาก แหล่งหินตัด ลำน้ำมูล เขื่อนลำนางรอง

2.1.1.2 จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม ศูนย์ศึกษา/คชสาร หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ปราสาทภูมิโปน ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน หมู่บ้านผ้าไหมท่าสว่าง กลุ่มปราสาทตาเมือนธม ปราสาทศรีขรภูมิ หมู่บ้านเครื่องเงินเขาสีรินทร์ อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง พิพิธภัณฑ์ช้างหมู่บ้านชาวกูยอาลี วนอุทยานพนมสวาย ลำน้ำชี ศาลพระหลักเมืองสุรินทร์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์พนมดงรัก

2.1.1.3 จังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย ตลาดการค้าชายแดนช่องสะง่า ผามออีแดง ปราสาทเขาพระวิหาร ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด หมู่บ้านชาวเขมร อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร บ้านขุนอำไพ สวนผลไม้อำเภอกันทรลักษณ์ ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ พุทธสถานวัดป่า ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ วัดหลวงพ่อดิ สวนสมเด็จ วัดล้านขวด หมู่บ้านผ้าไหม เขื่อนราศีไศล ศาลพระหลักเมืองศรีสะเกษ หมู่บ้านชาวเยอ ลำน้ำมูล

2.1.2 ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้

2.1.2.1 จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย การแข่งขันฟุตบอลสโมสร การแข่งรถ MotoGP งานสงกรานต์ประจำปี ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง การแข่งเรือ การชมปากปล่องภูเขาไฟโบราณ การชม

พระอาทิตย์ขึ้นและตกผ่าน 15 ช่องประตูปราสาทหินพนมรุ้ง การเที่ยวชมงานลอยกระทง ประเพณีปราสาทเมืองต่ำ งานกาชาดจังหวัด ประเพณีกวนข้าวทิพย์/ขึ้นเขากระโดง งานมหกรรมสินค้า OTOP งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน การแห่เทียนพรรษา การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ การแข่งขันว่าวอีสาน การปักสไตร์โฮมสเตย์ การล่องแพลำน้ำมูล การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมือง การเข้าค่ายป่าดงใหญ่ งานประเพณีได้หัดเขาพระอังคาร

2.1.2.2 จังหวัดสุรินทร์ประกอบด้วย การชมการแสดงช้างโลก งานสงกรานต์ประจำปี งานข้าวหอมมะลิอินทรีย์ งานกาชาดจังหวัด การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ การชมการแสดงช้างแสนรู้ ณ ศูนย์คชศึกษา งานมหกรรมสินค้า OTOP งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP การตัดบาตร/แต่งงานบนหลังช้าง การแห่เทียนพรรษา การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน การเที่ยวชมงานลอยกระทง การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ ประเพณีปราสาทศีขรภูมิ การแข่งเรือ การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน ประเพณีพิธีกรรมเซ่นผีประจำ การแข่งขันฟุตบอลสโมสร ประเพณีปราสาทภูมิโปน การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมือง การล่องแพแม่น้ำชี การปักสไตร์โฮมสเตย์ เข้าค่ายป่าพนมดงรัก การแข่งขันว่าวอีสาน

2.1.2.3 จังหวัดศรีสะเกษประกอบด้วย มหกรรมชมซื้อปสวนผลไม้ การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ ประเพณีปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ การชมงานวันดอกกล่ำดวนบาน การชมการแสดงสัตว์น้ำจืด การแข่งเรือราศีไศล การแข่งขันฟุตบอลสโมสร ประเพณี 4 เผ่าไท การชมตะวันขึ้นที่ผามออีแดง การชิมซอปปไถ่อย่างห้วยทับทัน งานกาชาดจังหวัด ประเพณีปราสาทเขาพระวิหาร งานมหกรรมสินค้า OTOP งานวันเกษตรหอมกระเทียม การเที่ยวชมงานลอยกระทง งานสงกรานต์ประจำปี การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม การปักสไตร์โฮมสเตย์ การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ มินิมารathon การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน การแห่เทียนพรรษา การล่องแพห้วยทับทัน

2.2 ด้านคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

2.2.1 ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย โรงแรม บูติกรีสอร์ท รีสอร์ทและสปา คอนโด/อพาร์ทเมนต์และแมนชั่น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ วิลล่า B&Bsและเกสต์เฮาส์ กระท่อมและบังกะโล โฮมสเตย์ บ้านพักเยาวชน บ้านเช่า ที่พักระยะยาว

2.2.2 ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้ ประกอบด้วย การพักผ่อน/ความผ่อนคลาย ความปลอดภัย ความแปลกแตกต่างจากที่เคยได้พบมา/มีความมหัศจรรย์ การมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์น่าสนใจ ความรื่นรมย์ บันเทิงใจ ความทรงจำที่ดี การเกิด

ประสบการณ์ชีวิตแบบใหม่ การได้รับความสุขกายสบายใจ ความน่าค้นหาติดตาม ความประทับใจ การได้ลุ้นและเชียร์ การส่งเสริมสุขภาพที่ดี การได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ความรู้ใหม่ การได้แสดงออกถึงความสามารถ

2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย คุณภาพของที่พัก อาหารและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก การต้อนรับของผู้ประกอบการสมาชิก ความพร้อมของสาธารณูปโภค จำนวนพนักงานบริการหรือผู้ให้บริการเพียงพอ จุดบริการแก่นักท่องเที่ยว

2.4 ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว การคมนาคม/การจราจร สื่อออนไลน์สารสนเทศทางการท่องเที่ยว ป้ายบอกทางและแผนที่การเดินทาง/คู่มือการเดินทาง

2.5 ความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การมีข้อมูล/แหล่งติดต่อสอบถามและแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย การจัดการทรัพยากรในพื้นที่ ความสามารถทางการจัดการเจ้าบ้าน ผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ความรับผิดชอบของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม

2.6 การสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ความร่วมมือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การแบ่งปันทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

2.7 ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ ประกอบด้วย กิจกรรมท่องเที่ยว ความร่วมมือกับชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเจ้าของและผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลักและที่เกี่ยวข้อง โครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกีฬานันทนาการ กีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือสินค้า OTOP ท้องถิ่น สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคม แหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว

2. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยจัดส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมและความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยวิธีการตรวจสอบความเที่ยงเชิงประจักษ์ (Face Validity)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ประชากรคือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจำนวน 148 ราย โดยแยกตามรายจังหวัดมีจำนวนสมาชิกของสมาคมแต่ละจังหวัดคือ (1) สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีสมาชิกจำนวน 62 ราย (2) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีสมาชิกจำนวน 46 ราย และ (3) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ มีจำนวนสมาชิก 40 ราย

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเจาะจงตัวกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย

- ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 9 ราย
- โรงแรม/ที่พักจำนวน 6 ราย
- สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย
- ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 3 ราย
- ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย
- ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย
- ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย
- สถาบันการศึกษาจำนวน 2 ราย
- สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

3.2.2 จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

- ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 11 ราย
- โรงแรม/ที่พักจำนวน 5 ราย
- สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย
- ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย
- หน่วยงานการท่องเที่ยวจำนวน 4 ราย
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย
- ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย
- ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย
- สถาบันการศึกษาจำนวน 1 ราย
- สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย
- สถาบันเทใจ/สถานประกอบการบริการสุขภาพจำนวน 2 ราย

3.2.3 จังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย

- ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 10 ราย
- โรงแรม/ที่พักจำนวน 3 ราย
- สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 4 ราย
- ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย

- ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย
- หน่วยงานทางการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย
- ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 2 ราย
- ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย
- สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

4. การแปลผลข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ

การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ โดยการสนทนากลุ่มตามรายจังหวัด ๆ ละ 2 กลุ่มหรือครั้ง รวมจำนวน 6 กลุ่มหรือครั้ง โดยการเจาะจงกับตัวแทนที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาคมท่องเที่ยวจังหวัด ได้แก่ นายกสมาคมท่องเที่ยวตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดละ 10 ราย รวมเป็น 30 ตัวอย่าง โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังนี้

3.1 การประเมินศักยภาพความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ) ด้วยการสนทนากลุ่มควบคู่กับการวิเคราะห์ตำแหน่งทางพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว 10 ลำดับแรกของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษด้วยการใช้โปรแกรม Google Map

3.2 การประเมินศักยภาพความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ) ด้วยสนทนากลุ่มและการวิเคราะห์ชนิดของกิจกรรมควบคู่กับช่วงเวลาในการจัดกิจกรรม โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับสามจังหวัด

3.3 การประเมินศักยภาพคุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ประเด็นคุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยว และโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ด้วยการสนทนากลุ่มประกอบการวิเคราะห์เนื้อหา

ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation Influence Control : AIC) ประกอบกับเทคนิคการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เทคนิคการระดมสมอง กับกลุ่มตัวอย่างผู้นำและตัวแทนสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 จังหวัดทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ โดยใช้วิธีการเจาะจงตัวกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จังหวัดละ 50 ราย รวมทั้งหมด 150 ราย ได้แก่

- (1) กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งสามจังหวัด จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย
- (2) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ (ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมแต่มีความต้องการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ) จำนวนจังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย
- (3) ตัวแทนกลุ่มภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้องท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และตัวแทนภาคีเครือข่ายภาครัฐและชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย

ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนประกอบด้วย (1) การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ (2) การอภิปรายแบบคณะ

การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้วยการทดลองเดินทางตาม “เส้นทางอารยธรรมวิถีวัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรินทร์” โปรแกรม 3 วัน 2 คืน โดยใช้วิธีการเจาะจงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและหรือความต้องการที่จะเข้าร่วมเดินทางตามโครงการนำร่องจำนวน 10 คน และทำการเก็บข้อมูลเพื่อการปรับปรุงข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

การอภิปรายแบบคณะ

ภายหลังจากการทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการอภิปรายรายคณะ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน ดังนี้

- (1) นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
- (2) นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
- (3) นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ
- (4) รักษาการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

โดยมีผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นผู้ดำเนินรายงาน พร้อมด้วยสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมเครือข่ายจำนวน 80 ราย ทั้งนี้เพื่อดำเนินการแนวทางการพัฒนาทางการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษใน 4 ประเด็นหลักคือ

- (1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ ประกอบด้วย
 - กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย
 - กลุ่มท่องเที่ยวและการแข่งกีฬาสาธิตผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย
 - กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย
 - กลุ่มท่องเที่ยวเชื่อมโยง 3 ฤดูกาลแห่งอีสานใต้
- (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย
 - การพัฒนาแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว
 - กิจกรรมท่องเที่ยว

- สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก ผู้สนับสนุนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

(3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย

- การจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
- การต้อนรับและการบริการของบุคลากร
- ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

จากรายละเอียดข้างต้นสามารถสรุปกิจกรรมการดำเนินงานและผลที่คาดว่าจะได้รับ ตั้งแต่ระยะที่ 1 ถึงระยะที่ 3 ได้ดังตาราง 3.1

ตาราง 3.1 การสรุปกิจกรรมการดำเนินงานและผลที่คาดว่าจะได้รับ

ระยะที่	กิจกรรม	เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1	การศึกษาศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ		
	1.1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	การวิเคราะห์เนื้อหา	บริบททั่วไปเพื่อประกอบการร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
	1.2 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	แบบสอบถาม	ศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ระยะที่	กิจกรรม	เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	1.3 การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	การสนทนากลุ่ม	ผลการประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
2	การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ		
	การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม	(ร่าง) ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
3	การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ		
	3.1 การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	การลงพื้นที่	ข้อมูลเพื่อการปรับปรุง (ร่าง) ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
	3.2 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยง	การอภิปรายแบบคณะ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและ

ระยะที่	กิจกรรม	เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ		บริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เพื่อประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และเพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษนั้นประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักคือ (1) การศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 (2) การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ (3) การศึกษาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

4.1.1 การศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

จากการศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 สามารถสรุปได้ว่าประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ด้านกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งเป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง และพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เข้าสู่ภาคธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนา

คุณภาพชีวิตของประชาชนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางคมนาคมที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อีกทั้งเน้นการบูรณาการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของหน่วยงานแต่ละพื้นที่ โดยกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัย เชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ผ่านมาตรการการยกระดับอารยธรรมอีสานใต้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเส้นทางท่องเที่ยว เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรม บริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ

4.1.2 การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

จากการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษมีทิศทางที่ดีขึ้น กล่าวคือ ในจังหวัดบุรีรัมย์มีรายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 808.48 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 984.44 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,148.28 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,460.93 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,659.79 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,756.53 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,039.37 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 778.67 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 956.21 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,118.42 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,380.98 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,628.91 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,723.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,001.14 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 29.81 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 28.23 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 29.86 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 25.95 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 30.88 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 33.16 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 38.23 ล้านบาท

จังหวัดสุรินทร์จะพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 818.19 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,239.57 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,580.06 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,838.23 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 2,035.83 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 2,045.55 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,209.71 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 770.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,209.60 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,548.13 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,782.96 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน

1,977.73 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,987.90 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 2,148.69 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 47.88 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 29.97 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 31.93 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 55.27 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 58.10 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 57.65 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 61.02 ล้านบาท

จังหวัดศรีสะเกษรายได้จากการท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือนในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 746.04 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 935.74 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,181.69 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,479.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,604.90 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,649.37 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,766.62 ล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 735.31 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 913.04 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 1,145.33 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 1,441.00 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 1,564.76 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 1,608.56 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 1,722.74 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2552 มีจำนวนเท่ากับ 10.73 ล้านบาท พ.ศ. 2553 มีจำนวนเท่ากับ 22.70 ล้านบาท พ.ศ. 2554 มีจำนวน 36.36 ล้านบาท พ.ศ. 2555 มีจำนวน 38.42 ล้านบาท พ.ศ. 2556 มีจำนวน 40.14 ล้านบาท พ.ศ. 2557 มีจำนวน 40.81 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 43.88 ล้านบาท

4.1.3 การศึกษาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

จากการศึกษาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ พบว่าสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีความหลากหลายทั้งในเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ซึ่งมีการกระจายตัวออกไปตามจุดต่าง ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงซึ่งกันและกันได้ โดยจังหวัดบุรีรัมย์มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย วัดกลางบุรีรัมย์ ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง อ่างเก็บน้ำกระโดง พระบรมธาตุเจดีย์ศรีสุวงคนุณานุสรณ์ (วัดป่าเขาน้อย) อ่างเก็บน้ำห้วยตลาดและสวนนกบุรีรัมย์ สนามฟุตบอลไอ-โมบาย สเตเดียม สนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ไลฟ์ลี มาเก๊า อุทยานไม้ดอกเพ ลา เพลิน อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง วัดเขาวังคาร ผ้าไหมขึ้นดินแดงและผ้าฝ้ายภูเขาไฟภูอัคนี หมู่บ้านทอผ้าไหมอำเภอนาโพธิ์ หมู่บ้านท่องเที่ยวการผลิตไหมหนองตาไก้ วัดขุนก้อง อนุสาวรีย์เรารู้ เชื้อนลำนางรอง ปราสาทหนองหงส์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ แหล่งหินตัด แหล่งเตาโบราณ วัดเกาะแก้ววัดคงคสถาน (วัดระหาน) ปรากฏ์ภูสวนแดง ปราสาทโคกจั่ว หมู่บ้านหัตถกรรมสินพัฒนา ปราสาทหินเมืองต่ำ ปราสาทบ้านบุ พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์ อุทยานลำน้ำมาศ พระพุทธรูปใหญ่ ศาลเจ้าพ่อวังกรุ

จังหวัดสุรินทร์มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย ศาลหลักเมืองสุรินทร์ อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) วัดบูรพาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุรินทร์ อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ หมู่บ้านทอผ้าไหมยกทองโบราณบ้านท่าสว่าง (จันทร์โสมมา) หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านดงมันปราสาทเมืองที่ วนอุทยานพนมสวาย หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์ ปราสาทจอมพระ ศูนย์ศึกษาและหมู่บ้านช้าง วังทะเล ทะเลสาบทุ่งกุลา ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทข่าปี หมู่บ้านทอผ้าไหมส่งทางกระรอก ปราสาทตะเปียงเตีย เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ (วนอุทยานป่าสนหนองคู) ปราสาทภูมิโปน ปราสาทยายเหงา ปราสาทหมื่นชัย ปราสาทบ้านปราสาท วัดเขาศาลาตูลฐานะจา นิคมสร้างตนเองเลียงไหม อ่างเก็บน้ำห้วยตาแก้ว เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ ตลาดการค้าช่องจอม จุดผ่านแดนถาวรช่องจอม โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือนโต๊ด ปราสาทตาเมือนธม ปราสาทบ้านไพล ปราสาทหินบ้านพลวง อยู่บ้านพลวง บ้านโพธิ์กอง

จังหวัดศรีสะเกษมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย วัดมหาพุทธาราม สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ บ้านขุนอำไพพาณิชย์ พระธาตุเรืองรอง พระธาตุเรืองรอง ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำศรีสะเกษ วัดหนองตะเคียน วัดศรีบึงบุรพ์ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร (ผามออีแดง ภาพสลักนูนต่ำ สถูปคู่ ปราสาทโดนตวล สระตราว น้ำตกตกลุงศรีและถ้ำขุนศรี เขื่อนห้วยขุน) น้ำตกภูละออ วัดป่ามหาเจดีย์แก้ว (วัดล้านขวด) วัดสำโรงเกียรติ น้ำตกสำโรงเกียรติ (น้ำตกปีศาจ) ปราสาทตำหนักไทร (ปราสาททามจาน) น้ำตกห้วยจันทร์ (น้ำตกกันทรอม) หมู่บ้านอนุรักษ์วัฒนธรรมขะแมร์ ปราสาทตาเล็ง (ปราสาทลุมพุก) วัดเขียนบูรพาราม วัดลำภู วัดโสภณวิหาร จุดผ่านแดนถาวรช่องสะงำ (ภูสิงห์) ปราสาทปรารค์ภู ปราสาทบ้านสมอ ปราสาทห้วยทับทัน ปราสาทสระกำแพงน้อย ปราสาทสระกำแพงใหญ่ หรือ ปราสาทศรีพุทธเศรษฐ

4.2 การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้ ประกอบด้วย (1) การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์

สุรินทร์ และศรีสะเกษ (2) การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

4.2.1 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากเครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม จำนวน 90 ราย ตัวอย่าง โดยแบ่งตามประเด็นการศึกษาพบดังนี้คือ

1. ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อการประเมินศักยภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถเรียงลำดับได้ดังตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
1.1 เพศ		
ชาย	53	58.89
หญิง	37	41.11
1.2 ประเภทธุรกิจหลักของท่านในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว		
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	28	31.11
โรงแรม/ที่พัก	14	15.56
สมาคม/องค์กรเอกชน	10	11.11
ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน	7	7.78
ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้าง	6	6.67
หน่วยงานทางการท่องเที่ยว	6	6.67
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยว	4	4.44
ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง	4	4.44
ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยว	3	3.33
สถาบันการศึกษา	3	3.33
สื่อมวลชนท้องถิ่น	3	3.33
สถาบันเชิง/สถานประกอบการบริการสุขภาพ	2	2.22
1.3 สังกัดสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว		

รายการตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ชมรมท่องเที่ยวและร้านอาหารเมืองนางรอง	25	27.78
สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์	18	20.00
สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	15	16.67
สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ	14	15.56
ไม่ได้สังกัดสมาคม/กลุ่มเครือข่าย	13	14.44
ชมรมร้านอาหารบุรีรัมย์	3	3.33
ชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดบุรีรัมย์	2	2.22
1.4 ตำแหน่งในสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวปัจจุบัน		
สมาชิกสมาคม	46	51.11
คณะกรรมการสมาคม	27	30.00
ภาคีเครือข่ายสนับสนุน	9	10.00
นายกสมาคม	3	3.33
อุปนายกสมาคม	3	3.33
ที่ปรึกษาสมาคม	2	2.22
1.5 ประสบการณ์ในการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา		
สมาชิกสมาคม	52	57.78
คณะกรรมการสมาคม	31	34.44
ภาคีเครือข่ายสนับสนุน	9	10.00
นายกสมาคม	4	4.44
อุปนายกสมาคม	3	3.33
ที่ปรึกษาสมาคม	2	2.22
1.6 ระยะเวลาการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยว		
1 - 2 ปี	35	38.89
ต่ำกว่า 1 ปี	23	25.56
3 - 5 ปี	22	24.44
5 ปี ขึ้นไป	10	11.11
1.7 บทบาท/หน้าที่/การทำประโยชน์แก่สมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา		
การเป็นผู้ดำเนินงานสมาคม	21	23.33
การหาสมาชิกสมาคมเพิ่ม	18	20.00

รายการตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
การประสานงานกิจกรรมสมาคมกับองค์กรอื่น ๆ	11	12.22
ให้คำแนะนำ/นโยบาย	9	10.00
การเป็นวิทยากร/ให้ความรู้แก่สมาคม	4	4.44
การเชื่อมโยงความสัมพันธ์สมาคมกับเครือข่ายอื่น ๆ	8	8.89
การจัดหางบประมาณสนับสนุนแก่สมาคม	6	6.67
ส่งเสริมแผนงาน/โครงการพัฒนาสมาคม	6	6.67
การเข้าร่วมกิจกรรมสมาคม	72	80.00
สนับสนุนทรัพยากรแก่สมาคม	43	47.78
การประชาสัมพันธ์สมาคม	25	27.78
รวม	90	100

จากตารางที่ 4.1 จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 90 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศชายจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 58.59 เป็นเพศหญิงจำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 41.11 ผลการศึกษาเรื่องประเภทธุรกิจหลักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ 31.11 รองลงมาคือโรงแรม/ที่พักจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56 สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 11.11 ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 7.78 ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 หน่วยงานทางการท่องเที่ยวจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 6.67 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 4.44 ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง จำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 4.44 ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 3.33 สถาบันการศึกษาจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 และสถาบันเทิง/สถานประกอบการบริการสุขภาพจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2.22

ผลการศึกษาการสังกัดสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พบว่าสังกัดชมรมท่องเที่ยวและร้านอาหารเมื่องนางรองจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมาคือสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 20.00 สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ คิดเป็นร้อยละ 14 คนคิดเป็นร้อยละ 15.56 ไม่ได้สังกัดสมาคม/กลุ่มเครือข่ายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.44 ชมรมร้านอาหารบุรีรัมย์จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 และชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดบุรีรัมย์จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 2.22

ผลการศึกษาตำแหน่งในสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวปัจจุบัน พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งสมาชิกสมาคมจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 51.11 รองลงมาคือคณะกรรมการสมาคม

จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 30.00 ภาควิชาเครื่องช่วยสนับสนุนจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 10.00 นายกสมาคมจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 อุปนายกสมาคมจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 และที่ปรึกษาสมาคมจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2.22

ผลการศึกษาประสบการณ์ในการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสมาคม จำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 57.78 รองลงมาคือคณะกรรมการสมาคมจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 34.44 ภาควิชาเครื่องช่วยสนับสนุนจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 นายกสมาคมจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 4.44 อุปนายกสมาคม จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 และที่ปรึกษาสมาคม จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2.22

ผลการศึกษาระยะเวลาการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1 - 2 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมาคือระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปีจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 25.56 ระยะเวลา 3 - 5 ปีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 ระยะเวลา 5 ปี ขึ้นไปจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ผลการศึกษาบทบาท/หน้าที่/การทำประโยชน์แก่สมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่คือการเป็นผู้ดำเนินงานสมาคมจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 23.33 รองลงมาคือการหาสมาชิกสมาคมเพิ่มจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 20.00 การประสานงานกิจกรรมสมาคมกับองค์กรอื่น ๆ จำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 12.22 ให้คำแนะนำ/นโยบายจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 การเป็นวิทยากร/ให้ความรู้แก่สมาคมจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 4.44 การเชื่อมโยงความสัมพันธ์สมาคมกับเครือข่ายอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89 การจัดหางบประมาณสนับสนุนแก่สมาคมจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 6.67 ส่งเสริมแผนงาน/โครงการพัฒนาสมาคม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 การเข้าร่วมกิจกรรมสมาคมจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 สนับสนุนทรัพยากรแก่สมาคม จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 47.78 การประชาสัมพันธ์สมาคมจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78

4.2.2 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยสามารถแยกหัวข้อการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.2.2.1 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้) ผลการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับดังตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 ด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้)

ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้		
ไอ-โมบาย สเตเดียม/สนามช้างอินเตอร์	83	92.22
ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน	78	86.67
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	75	83.33
วนอุทยานเขากระโดง	71	78.89
ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้	65	72.22
ศาลพระหลักเมืองบุรีรัมย์	64	71.11
ปราสาทหินเมืองต่ำ	63	70.00
พุทธสถานวัดป่าเขาน้อย	62	68.89
เพลาเพลิน	60	66.67
ถนนคนเดินเขาชะกราว	54	60.00
ตลาดการค้าชายแดนช่องสายตะกู	53	58.89
ตลาดท่องเที่ยว Lively Market	48	53.33
หมู่บ้านท่องเที่ยวไหม	46	51.11
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ดงใหญ่ (ป่าดงใหญ่)	40	44.44
แหล่งเตาเผาโบราณ	37	41.11
อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก	36	40.00
แหล่งหินตัด	32	35.56
ลำน้ำมูล	23	25.56
เขื่อนลำนางรอง	11	12.22
2. ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดสุรินทร์ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้		
ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม	81	90.00
ศูนย์ศึกษา/คชสาร	78	86.67
หมู่บ้านช้างบ้านตากลาง	74	82.22
ปราสาทภูมิโปน	67	74.44
ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน	62	68.89

ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านผ้าไหมท่าสว่าง	61	67.78
กลุ่มปราสาทตาเมือนธม	58	64.44
ปราสาทศรีขรภูมิ	54	60.00
หมู่บ้านเครื่องเงินเขวาสินรินทร์	48	53.33
อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	44	48.89
พิพิธภัณฑสถาน	35	38.89
หมู่บ้านชาวกุยอาลี	32	35.56
วนอุทยานพนมสวาย	28	31.11
ลำน้ำชี	23	25.56
ศาลพระหลักเมืองสุรินทร์	20	22.22
เขตรักษาพันธุ์สัตว์พนมดงรัก	12	13.33
3. ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้		
ตลาดการค้าชายแดนช่องสะงำ	82	91.11
ผามออีแดง	81	90.00
ปราสาทเขาพระวิหาร	78	86.67
ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด	78	86.67
หมู่บ้านชาวเขมร	76	84.44
อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร	76	84.44
บ้านขุนอำไพ	73	81.11
สวนผลไม้อำเภอกันทรลักษ์	71	78.89
ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่	69	76.67
พุทธสถานวัดป่า	68	75.56
ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่	65	72.22
วัดหลวงพ่โต	64	71.11
สวนสมเด็จ	60	66.67
วัดล้านขวด	52	57.78
หมู่บ้านผ้าไหม	44	48.89
เขื่อนราศีไศล	43	47.78
ศาลพระหลักเมืองศรีสะเกษ	24	26.67

ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
หมู่บ้านชาวเยอ	23	25.56
ลำน้ำมูล	20	22.22

จากตาราง 4.2 จะพบว่าชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ อันดับหนึ่งคือ ไอ-โมบาย สเตเดียม/สนามช้างอินเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 92.22 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน คิดเป็นร้อยละ 86.67 อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง คิดเป็นร้อยละ 83.33 วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง คิดเป็นร้อยละ 78.89 ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ คิดเป็นร้อยละ 72.22 ศาลพระหลักเมืองบุรีรัมย์คิดเป็นร้อยละ 71.11 ปราสาทหินเมืองต่ำ คิดเป็นร้อยละ 70.00 พุทธสถานวัดป่าเขาน้อย คิดเป็นร้อยละ 68.89 อุทยานไม้ดอกเพ ลา เพลิน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ถนนคนเดินเซาเกรว คิดเป็นร้อยละ 60.00 ตลาดการค้าชายแดนช่องสายตะกู คิดเป็นร้อยละ 58.89 ตลาดท่องเที่ยว Lively Market คิดเป็นร้อยละ 53.33 หมู่บ้านท่องเที่ยวไหม คิดเป็นร้อยละ 51.11 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ดงใหญ่ (ป่าดงใหญ่) คิดเป็นร้อยละ 44.44 แหล่งเตาเผาโบราณคิดเป็นร้อยละ 41.11 อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก คิดเป็นร้อยละ 40.00 แหล่งหินตัด คิดเป็นร้อยละ 35.56 ลำน้ำมูล คิดเป็นร้อยละ 25.56 และเขื่อนลำนางรองคิดเป็นร้อยละ 12.22

ผลการศึกษาชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดได้ของจังหวัดสุรินทร์ พบว่าอันดับที่หนึ่งคือตลาดการค้าชายแดนช่องจอม คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือศูนย์การศึกษา/คสสาร คิดเป็นร้อยละ 86.67 หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง คิดเป็นร้อยละ 82.22 ปราสาทภูมิโปน คิดเป็นร้อยละ 74.44 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน คิดเป็นร้อยละ 68.89 หมู่บ้านผ้าไหมท่าสว่าง คิดเป็นร้อยละ 67.78 กลุ่มปราสาทตาเมือนธม คิดเป็นร้อยละ 64.44 ปราสาทศรีขรภูมิ คิดเป็นร้อยละ 60.00 หมู่บ้านเครื่องเงิน เขวาสีรินทร์ คิดเป็นร้อยละ 53.33 อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง คิดเป็นร้อยละ 48.89 พิพิธภัณฑ์ช้าง คิดเป็นร้อยละ 38.89 หมู่บ้านชาวกูยอาลี คิดเป็นร้อยละ 35.56 วนอุทยานพนมสวาย คิดเป็นร้อยละ 31.11 ลำน้ำชี คิดเป็นร้อยละ 25.56 ศาลพระหลักเมืองสุรินทร์ คิดเป็นร้อยละ 22.22 และเขตรักษาพันธุ์สัตว์พนมดงรัก คิดเป็นร้อยละ 13.33

ผลการศึกษาชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดศรีสะเกษ พบว่าอันดับที่หนึ่งคือ ตลาดการค้าชายแดนช่องสะง่า คิดเป็นร้อยละ 91.11 รองลงมาคือผามออีแดง คิดเป็นร้อยละ 90.00 ปราสาทเขาพระวิหาร คิดเป็นร้อยละ 86.67 ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด คิดเป็นร้อยละ 86.67 หมู่บ้านชาวเขมร คิดเป็นร้อยละ 84.44 อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร คิดเป็นร้อยละ 84.44 บ้านขุนอำไพ คิดเป็นร้อยละ 81.11 สวนผลไม้อำเภอกันทรลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 78.89 ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 76.67 พุทธสถานวัดป่าคิดเป็นร้อยละ 75.56 ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 72.22 วัดหลวงพ่อดิ คิดเป็นร้อยละ 71.11 สวนสมเด็จพระคิดเป็นร้อยละ 66.67

วัดล้านขวดคิดเป็นร้อยละ 57.78 หมู่บ้านผ้าไหมคิดเป็นร้อยละ 48.89 เชื้อนราสีไศลคิดเป็นร้อยละ 47.78 ศาลพระหลักเมืองศรีสะเกษคิดเป็นร้อยละ 26.67 หมู่บ้านชาวเยอคิดเป็นร้อยละ 25.56 และ ลำน้ำมูลคิดเป็นร้อยละ 22.22

4.2.2.2 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้) ผลการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับดังตาราง 4.3

ตาราง 4.3 ด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้)

ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้		
การแข่งขันฟุตบอลสโมสร	88	97.78
การแข่งขันรถ GT	85	94.44
งานสงกรานต์ประจำปี	79	87.78
ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง	78	86.67
การแข่งขันเรือ	76	84.44
การชมปากปล่องภูเขาไฟโบราณ	70	77.78
การชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกผ่าน 15 ช่องประตูปราสาทหินพนมรุ้ง	70	77.78
การเที่ยวชมงานลอยกระทง	68	75.56
ประเพณีปราสาทเมืองต่ำ	67	74.44
งานกาชาดจังหวัด	65	72.22
ประเพณีกวนข้าวทิพย์/ขึ้นเขากระโดง	62	68.89
งานมหกรรมสินค้า OTOP	59	65.56
งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP	55	61.11
การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน	53	58.89
การแห่เทียนพรรษา	51	56.67
การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม	48	53.33
การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน	45	50.00

ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์	37	41.11
การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์	36	40.00
การแข่งขันว่าวอีสาน	34	37.78
การพักสไตล์โฮมสเตย์	31	34.44
การล่องแพลำน้ำมูล	30	33.33
การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมือง	28	31.11
การเข้าค่ายป่าดงใหญ่	26	28.89
งานประเพณีได้เห็นเขาพระอังคาร	18	20.00
2. ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้		
การชมการแสดงช้างโลก	78	86.67
งานสงกรานต์ประจำปี	78	86.67
งานข้าวหอมมะลิอินทรีย์	77	85.56
งานกาชาดจังหวัด	75	83.33
การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม	74	82.22
การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์	74	82.22
การชมการแสดงช้างแสนรู้ ณ ศูนย์คชศึกษา	72	80.00
งานมหกรรมสินค้า OTOP	72	80.00
งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP	69	76.67
การตักบาตร/แต่งงานบนหลังช้าง	68	75.56
การแพทย์ชนพรชา	63	70.00
การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน	63	70.00
การเที่ยวชมงานลอยกระทง	62	68.89
การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์	61	67.78
ประเพณีปราสาทศีขรภูมิ	59	65.56
การแข่งขันเรือ	56	62.22
การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน	53	58.89
ประเพณีพิธีกรรมเข็นผีประจำ	52	57.78
การแข่งขันฟุตบอลสโมสร	49	54.44
ประเพณีปราสาทภูมิโปน	48	53.33

ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมือง	43	47.78
การล่องแพแม่น้ำชี	29	32.22
การพักสไตล์โฮมสเตย์	22	24.44
เข้าพักป่าพนมดงรัก	21	23.33
การแข่งขันว่าวอีสาน	0	0.00
3. ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้		
มหกรรมชมซื้อปสวนผลไม้	83	92.22
การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์	82	91.11
ประเพณีปราสาทสระกำแพงใหญ่	80	88.89
การชมงานวันดอกกล่ำสวนบาน	79	87.78
การชมการแสดงสัตว์น้ำจัด	79	87.78
การแข่งขันเรือราชันี้อยู่	77	85.56
การแข่งขันฟุตบอลสโมสร	75	83.33
ประเพณี 4 เผ่าไท	73	81.11
การชมตะวันขึ้นที่ผามออีแดง	72	80.00
การชมซื้อไปอย่างห้วยทับทัน	72	80.00
งานกาชาดจังหวัด	71	78.89
ประเพณีปราสาทเขาพระวิหาร	70	77.78
งานมหกรรมสินค้า OTOP	69	76.67
งานวันเกษตรหอมกระเทียม	68	75.56
การเที่ยวชมงานลอยกระทง	66	73.33
งานสงกรานต์ประจำปี	65	72.22
การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม	65	72.22
การพักสไตล์โฮมสเตย์	65	72.22
การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน	61	67.78
งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP	61	67.78
การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์	59	65.56
มินิมาราธอน	58	64.44
การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน	57	63.33

ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การแพ็คเกจทัวร์	54	60.00
การล่องแพห้วยทับทัน	21	23.33

จากตาราง 4.3 พบว่าชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ พบว่าอันดับที่หนึ่งคือการแข่งขันฟุตบอลสโมสร คิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือการแข่งรถ GP คิดเป็นร้อยละ 94.44 งานสงกรานต์ประจำปี คิดเป็นร้อยละ 87.78 ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 86.67 การแข่งเรือ คิดเป็นร้อยละ 84.44 ชมปากปล่องภูเขาไฟโบราณ คิดเป็นร้อยละ 77.78 ชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกผ่าน 15 ช่องประตูปราสาทหินพนมรุ้ง คิดเป็นร้อยละ 77.78 เที่ยวชมงานลอยกระทง คิดเป็นร้อยละ 75.56 ประเพณีปราสาทเมืองต่ำ คิดเป็นร้อยละ 74.44 งานกาชาดจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 72.22 ประเพณีกวนข้าวทิพย์/ขึ้นเขากระโดง คิดเป็นร้อยละ 68.89 งานมหกรรมสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 65.56 งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP คิดเป็นร้อยละ 61.11 การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 58.89 การแพ็คเกจทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 56.67 เรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม คิดเป็นร้อยละ 53.33 การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 50.00 การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 41.11 การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 40.00 การแข่งขันว่าวอีสานคิดเป็นร้อยละ 37.78 การพักสไตล์โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 34.44 การล่องแพลำน้ำมูล คิดเป็นร้อยละ 33.33 การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมืองคิดเป็นร้อยละ 31.11 การเข้าค่ายป่าดงใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 28.89 และงานประเพณีได้หัดเขาพระอังคาร คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผลการศึกษาชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ พบว่าอันดับที่หนึ่งคือ การชมการแสดงช้างโลก คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาคืองานสงกรานต์ประจำปี คิดเป็นร้อยละ 86.67 งานข้าวหอมมะลิอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 85.56 งานกาชาดจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 83.33 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม คิดเป็นร้อยละ 82.22 การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 82.22 การชมการแสดงช้างแสนรู้ ณ ศูนย์ศึกษา คิดเป็นร้อยละ 80.00 งานมหกรรมสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 80.00 งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP คิดเป็นร้อยละ 76.67 การตักบาตร/แต่งงานบนหลังช้าง คิดเป็นร้อยละ 75.56 การแพ็คเกจทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 70.00 การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 70.00 การเที่ยวชมงานลอยกระทง คิดเป็นร้อยละ 68.89 การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 67.78 ประเพณีปราสาทศีขรภูมิ คิดเป็นร้อยละ 65.56 การแข่งเรือ คิดเป็นร้อยละ 62.22 การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 58.89 ประเพณีพิธีกรรมเซ่นผีประจำ คิดเป็นร้อยละ 57.78 การแข่งขันฟุตบอลสโมสร คิดเป็นร้อยละ 54.44 ประเพณีปราสาทภูมิโปน คิดเป็นร้อยละ 53.33 การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 47.78

ล่องแพแม่น้ำชีคิดเป็นร้อยละ 32.22 การพักสไตล์โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 24.44 การเข้าค่ายป่าพนมดงรัก คิดเป็นร้อยละ 23.33 และการแข่งขันว่าวอีสานคิดเป็นร้อยละ 0.00

ผลการศึกษานิตกิจกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ พบว่าอันดับที่หนึ่งคือมหรหรรคมชื้อปสวนผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 92.22 รองลงมาคือ การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 91.11 ประเพณีปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 88.89 ชมงานวันดอกกลาดวนบาน คิดเป็นร้อยละ 87.78 การชมการแสดงสัตว์น้ำจืด คิดเป็นร้อยละ 87.78 การแข่งเรือราศีไศล คิดเป็นร้อยละ 85.56 การแข่งขันฟุตบอลสโมสร คิดเป็นร้อยละ 83.33 ประเพณี 4 เผ่าไท คิดเป็นร้อยละ 81.11 การชมตะวันขึ้นที่ผามออีแดง คิดเป็นร้อยละ 80.00 ชมชื้อปไถ่อย่างห้วยทับทัน คิดเป็นร้อยละ 80.00 งานกาชาดจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 78.89 ประเพณีปราสาทเขาพระวิหารคิด เป็นร้อยละ 77.78 งานมหรหรรคมสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 76.67 งานวันเกษตรหอมกระเทียม คิดเป็นร้อยละ 75.56 เที่ยวชมงานลอยกระทง คิดเป็นร้อยละ 73.33 งานสงกรานต์ประจำปี คิดเป็นร้อยละ 72.22 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม คิดเป็นร้อยละ 72.22 การพักสไตล์โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 72.22 การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 67.78 งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP คิดเป็นร้อยละ 67.78 การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 65.56 มินิมาราธอน คิดเป็นร้อยละ 64.44 การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 63.33 การแห่เทียนพรรษา คิดเป็นร้อยละ 60.00 และการล่องแพห้วยทับทัน คิดเป็นร้อยละ 23.33

4.2.2.3 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้) ผลการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับดังตาราง 4.4

ตาราง 4.4 ด้านคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้)

ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	78	86.67
บูติกรีสอร์ท	70	77.78
รีสอร์ทและสปา	65	72.22
คอนโด/อพาร์ทเมนต์และแมนชั่น	65	72.22
เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	58	64.44

ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่ สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้	จำนวน	ร้อยละ
วิลล่า	41	45.56
B&Bsและเกสต์เฮาส์	40	44.44
กระท่อมและบังกะโล	36	40.00
โฮมสเตย์	34	37.78
บ้านพักเยาวชน	29	32.22
บ้านเช่า	16	17.78
ที่พักระยะยาว	12	13.33

จากตาราง 4.4 ผลการศึกษาชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ พบว่าอันดับที่หนึ่งคือโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาคือบูติก รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 77.78 รีสอร์ทและสปา คิดเป็นร้อยละ 72.22 คอนโด/อพาร์ทเมนต์ และแมนชั่น คิดเป็นร้อยละ 72.22 เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 64.44 วิลล่า คิดเป็นร้อยละ 45.56 B&Bsและเกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 44.44 กระท่อมและบังกะโล คิดเป็นร้อยละ 40.00 โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 37.78 บ้านพักเยาวชนคิดเป็นร้อยละ 32.22 บ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 17.78 และที่พักระยะยาว คิดเป็นร้อยละ 13.33

4.2.2.4 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้) ผลการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับดังตาราง 4.5

ตาราง 4.5 ด้านคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้)

ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูด และเชื่อมโยงได้	จำนวน	ร้อยละ
การพักผ่อน/ความผ่อนคลาย	89	98.89
ความปลอดภัย	88	97.78
ความแปลกแตกต่างจากที่เคยได้พบมา/มีความมหัศจรรย์	87	96.67
การมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น	86	95.56

ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้	จำนวน	ร้อยละ
การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ	85	94.44
การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	84	93.33
การมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์น่าสนใจ	82	91.11
ความรื่นรมย์ บันเทิงใจ	81	90.00
ความทรงจำที่ดี	80	88.89
การเกิดประสบการณ์ชีวิตแบบใหม่	79	87.78
การได้รับความสุขกายสบายใจ	79	87.78
ความน่าค้นหาติดตาม	75	83.33
ความประทับใจ	75	83.33
การได้ลุ้นและเชียร์	72	80.00
การส่งเสริมสุขภาพที่ดี	70	77.78
การได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	69	76.67
ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	68	75.56
ความรู้ใหม่	57	63.33
การได้แสดงออกถึงความสามารถ	56	62.22

จากตาราง 4.5 พบว่าปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้อันดับหนึ่งคือการพักผ่อน/ความผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 98.89 รองลงมาคือความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 97.78 ความแปลกแตกต่างจากที่เคยได้พบมา/มีความมหัศจรรย์คิดเป็นร้อยละ 96.67 การมีขนาดใหญ่มากกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 95.56 การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 94.44 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายคิดเป็นร้อยละ 93.33 การมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์น่าสนใจคิดเป็นร้อยละ 91.11 ความรื่นรมย์บันเทิงใจคิดเป็นร้อยละ 90.00 ความทรงจำที่ดีคิดเป็นร้อยละ 88.89 การเกิดประสบการณ์ชีวิตแบบใหม่ คิดเป็นร้อยละ 87.78 การได้รับความสุขกายสบายใจ คิดเป็นร้อยละ 87.78 ความน่าค้นหาติดตาม คิดเป็นร้อยละ 83.33 ความประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 83.33 การได้ลุ้นและเชียร์ คิดเป็นร้อยละ 80.00 การส่งเสริมสุขภาพที่ดี คิดเป็นร้อยละ 77.78 การได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 76.67 ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 75.56 ความรู้ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 63.33 และการได้แสดงออกถึงความสามารถ คิดเป็นร้อยละ 62.22

4.2.2.5 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ ผลการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับดังตาราง 4.6

ตาราง 4.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้

สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพของที่พักร้านอาหารและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก	85	94.44
การต้อนรับของผู้ประกอบการสมาชิก	78	86.67
ความพร้อมของสาธารณูปโภค	74	82.22
จำนวนพนักงานบริการหรือผู้ให้บริการเพียงพอ	72	80.00
จุดบริการแก่นักท่องเที่ยว	67	74.44

จากตาราง 4.6 พบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้อันดับที่หนึ่งคือคุณภาพของที่พักร้านอาหารและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 94.44 รองลงมาคือการต้อนรับของผู้ประกอบการสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 86.67 ความพร้อมของสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 82.22 จำนวนพนักงานบริการหรือผู้ให้บริการเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 80.00 และจุดบริการแก่นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 74.44

4.2.2.6 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาสามารถเรียงลำดับได้ดังตาราง 4.7

ตาราง 4.7 ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว	85	94.44
การคมนาคม/การจราจร	80	88.89
สื่อออนไลน์สารสนเทศทางการท่องเที่ยว	80	88.89
ป้ายบอกทางและแผนที่การเดินทาง/คู่มือการเดินทาง	79	87.78

จากตาราง 4.7 พบว่าความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่หนึ่งคือ การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 94.44 รองลงมาคือ การคมนาคม/การจราจร คิดเป็นร้อยละ 88.89 สื่อออนไลน์สารสนเทศทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.89 และป้ายบอกทางและแผนที่การเดินทาง/คู่มือการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 87.78

4.2.2.7 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาศักยภาพเรียงลำดับได้ดังตาราง 4.8

ตาราง 4.8 ด้านความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	88	97.78
การมีข้อมูล/แหล่งติดต่อสอบถามและแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย	86	95.56
การจัดการทรัพยากรในพื้นที่	70	77.78
ความสามารถทางจัดการเจ้าบ้าน ผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง	83	92.22
ความรับผิดชอบของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม	85	94.44

จากตาราง 4.8 พบว่าความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่หนึ่งคือ ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือ การมีข้อมูล/แหล่งติดต่อสอบถามและแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย คิดเป็นร้อยละ 95.56 การจัดการทรัพยากรในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 77.78 ความสามารถทางจัดการเจ้าบ้าน ผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 92.22 และความรับผิดชอบต่อเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 94.44

4.2.2.8 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาศักยภาพเรียงลำดับได้ดังตาราง 4.9

ตาราง 4.9 ด้านการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง	จำนวน	ร้อยละ
โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว	84	93.33
ความร่วมมือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	76	84.44
การแบ่งปันทรัพยากรทางการท่องเที่ยว	65	72.22

จากการศึกษาการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องพบว่าอันดับที่หนึ่งคือโครงการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมาคือความร่วมมือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 84.44 และการแบ่งปันทรัพยากรทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 72.22

4.2.2.9 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้านปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ ผลการศึกษสามารถเรียงลำดับได้ดังตาราง 4.10

ตาราง 4.10 ด้านปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้

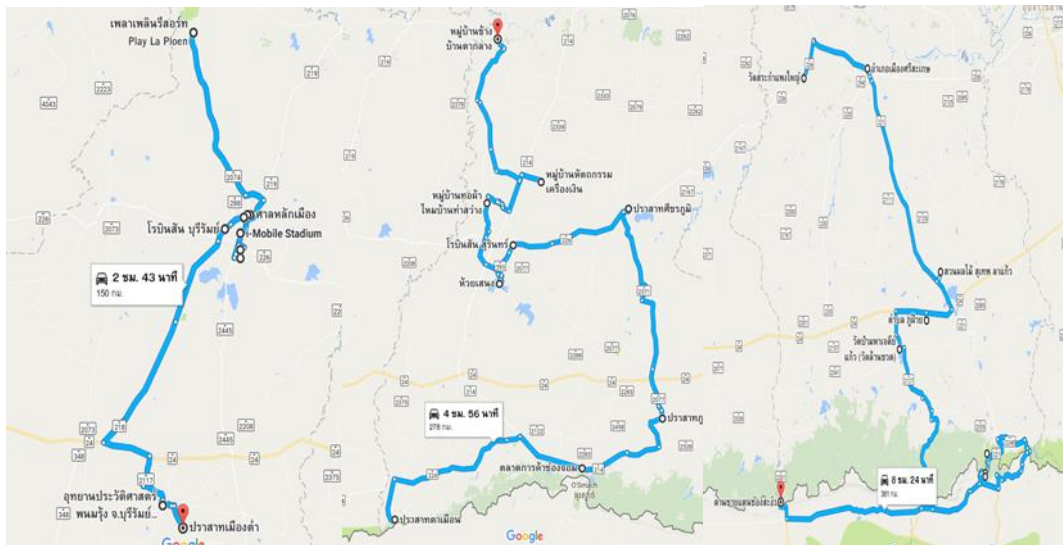
ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้	จำนวน	ร้อยละ
กิจกรรมท่องเที่ยว	88	97.78
แหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว	87	96.67
สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว	85	94.44
ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเจ้าของและผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว	85	94.44
โครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง	84	93.33
ความร่วมมือกับชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว	80	88.89

ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือ สร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือสินค้า OTOP ท้องถิ่น	72	80.00
ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลักและที่เกี่ยวข้อง	70	77.78
เส้นทางคมนาคม	69	76.67

จากตาราง 4.10 พบว่าปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ลำดับที่หนึ่งคือ กิจกรรมท่องเที่ยว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือ แหล่งและสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 87 คนคิดเป็น ร้อยละ 96.67 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 94.44 ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเจ้าของและผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 94.44 โครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขัน กีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องจำนวน 84 คน คิดเป็น ร้อยละ 93.33 ความร่วมมือกับชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือสินค้า OTOP ท้องถิ่นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ความร่วมมือทางทรัพยากร ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลักและที่เกี่ยวข้องจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 เส้นทางคมนาคม จำนวน 69 คิดเป็นร้อยละ 76.67

4.2.3 การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ นันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
โดยพิจารณาเป็น 3 ประเด็นดังนี้

4.2.3.1 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยง ทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ จากการสนทนากลุ่มพบว่าเมื่อทำการวิเคราะห์ ตำแหน่งทางพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว 10 อันดับแรกของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ โดยโปรแกรม Google Map ผลการประเมินสามารถแสดงได้ดังประกอบ 4.1



ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ตำแหน่งทางพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ 10 ลำดับแรกของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

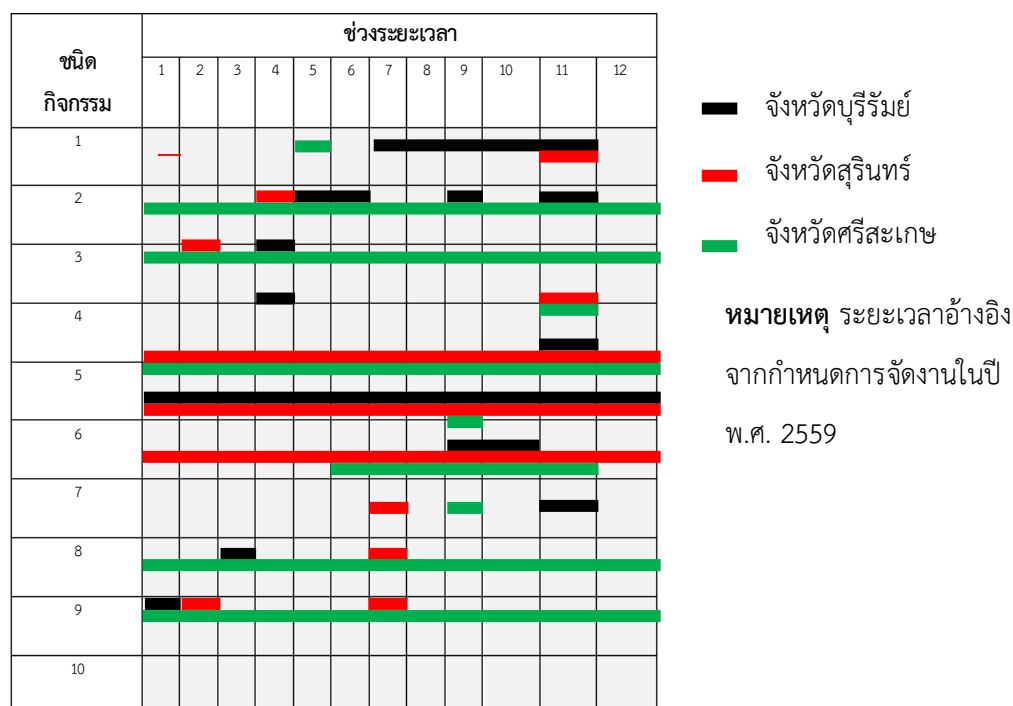
จากภาพที่ 4.1 พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ส่วนใหญ่มีการกระจายตัวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ มีเพียงสามแหล่งที่กระจายตัวไปยังอำเภอต่าง ๆ คือ เพลาเพลินบุรีรัมย์ แอนด์แอดเวนเจอร์แคมป์ในอำเภอกุเมือง อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ปราสาทเมืองต่ำในอำเภอประโคนชัย และหากทำการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดสุรินทร์จะพบว่าเส้นทางปราสาทเมืองต่ำไปยังปราสาทตาหมื่นใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 57 นาที อีกทั้งยังพบว่าถนนคนเดินเขาสระกวนนั้นจะเปิดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ในช่วงเย็นซึ่งเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเวลาเย็นเมื่อมีการหยุดพักค้างคืนที่จังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดสุรินทร์มีการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวไปยังจุดต่าง ๆ ของตัวจังหวัด และในแต่ละจุดสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม อำเภอกาบเชิง สามารถเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวกับประเทศกัมพูชาได้ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดศรีสะเกษสามารถทำได้หลายช่องทาง อาทิเช่น เส้นทางจากปราสาทภูมิโปนไปยังด่านชายแดนช่องสะงำใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 44 นาที หรือจากปราสาทปราสาทศรีขรภูมิไปยังวัดสระกำแพงใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 38 นาที แต่ยังมีจุดที่ต้องให้ความสำคัญคือปราสาทตาเมือนธมซึ่งอยู่ใกล้เขตชายแดนประเทศกัมพูชามาก ดังนั้นการเที่ยวชมจึงควรอยู่เฉพาะภายในเขตปราสาทเท่านั้น ไม่ควรเดินออกไปไกลจากแนวต้นไม้รอบปราสาทเพราะพื้นที่นี้ยังไม่ปลอดภัย

จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งในด้านการเรียนรู้ที่มีความทันสมัย ด้านวัฒนธรรม ด้านโบราณสถาน ด้านธรรมชาติ ด้านการค้าชายแดน และการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวไปยังประเทศกัมพูชา อีกทั้งพบว่าเส้นทางท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงได้เป็นวงที่สามารถกลับมาจังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์โดยสามารถออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำในจุดเดิมได้

4.2.3.2 ผลการประเมินศักยภาพชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ จากการสนทนากลุ่มร่วมกับวิเคราะห์ชนิดของกิจกรรมควบคู่กับช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมโดยพิจารณาเปรียบเทียบกับสามจังหวัดแล้ว พบว่าทุกเดือนจะมีช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ โดยจังหวัดศรีสะเกษมีช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมมากที่สุด รองลงมาคือสุรินทร์และบุรีรัมย์ ส่งผลทำให้สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างสามจังหวัดได้ตลอดทั้งปี การเปรียบเทียบดังกล่าวแสดงดังตาราง 4.11

ตาราง 4.11 การเปรียบเทียบช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมของชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ



4.2.3.3 ผลการประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว จากการสนทนากลุ่มพบว่าโดยภาพรวมแล้วพบว่าคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ ในประเด็นการมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ และการมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจนั้นเป็นต้นทุนที่แต่ละจังหวัดมีอยู่แล้ว แต่ควรมีการแก้ไขปรับปรุงในประเด็น การจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีกระจายตัวออกไปนอกเมือง ควรมีการจัดมาตรฐานคุณภาพที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ และการให้ความสำคัญในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความประทับใจ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ประจำจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ มีจำนวนน้อยไม่สามารถให้บริการด้านความรู้ และการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ดังนั้นควรให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และควรมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานทางการท่องเที่ยวโดยการสร้างเป็นเครือข่ายมากขึ้น โดยไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้นแต่ควรมีการเชื่อมโยงทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ นับตั้งแต่การคมนาคมที่มีความสะดวกสามารถเดินทางได้หลายวิธีการ การมีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน ที่พักและร้านอาหารซึ่งมีจุดขายที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้า การเพิ่มสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นสถานที่ทั้งทางธรรมชาติหรือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี การมีกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ และสุดท้ายคือการส่งต่อนักท่องเที่ยวจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยอาจจะทำให้รูปแบบการให้บริการส่งต่อระหว่างผู้ประกอบการ การให้คำแนะนำ หรือตัวแทนจัดการเดินทาง และควรมีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการสามจังหวัดในการทำงานเป็นเครือข่ายและพันธมิตรมากขึ้น โดยให้มีขอบเขตความร่วมมือที่กว้างทั้งผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

4.3 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาและตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนประกอบด้วย (1) การร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ด้วย

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (2) การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ และ (3) การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ด้วยการอภิปรายแบบคณะ

4.3.1 การร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วมโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เทคนิคการระดมสมอง กับกลุ่มตัวอย่างผู้นำและตัวแทนสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 จังหวัดทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จังหวัดละ 50 ราย รวมทั้งหมด 150 ราย ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็ง

S₁. การมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถานอารยธรรมขอมที่สำคัญที่สามารถเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดได้

S₂. การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานระดับอาเซียน สโมสรฟุตบอลที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ และ สนามบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นสนามแข่งรถยนต์ซูเปอร์คาร์ ที่มีมาตรฐานระดับโลก

S₃. การมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการมากขึ้น

S₄. การมีความหลากหลายทางเอกลักษณ์วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ได้แก่ ไทยเขมร ไทยลาว ไทยกูย ไทยยอ ไทยเยอ เป็นต้น โดยแต่ละชาติพันธุ์จะมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมที่แตกต่างกัน เช่น รูปแบบการดำรงชีวิตการแต่งกายอาหารการกิน เครื่องมือเครื่องใช้ศิลปดนตรีขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาลท้องถิ่น

S₅. การมีจุดเชื่อมต่อไปยังประเทศกัมพูชาได้ถึงสองจุดคือผ่านจุดผ่านแดนถาวรไทย-กัมพูชาทางด้านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ และ ด้านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ

S₆. การมีความสะดวกในการคมนาคมทั้งทางอากาศและทางบก อีกทั้งสามารถเดินทางเชื่อมต่อนระหว่างกลุ่มจังหวัดด้วยทางหลวงแผ่นดิน

S₇. การมีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งมีผลิตภัณฑ์ OTOP ที่โดดเด่นและมีคุณภาพดี

จุดอ่อน

W₁. การมีแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งมีความเสื่อมโทรม และทัศนียภาพโดยรอบยังไม่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

W₂. การขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่น

W₃. การขาดการเชื่อมโยงและการบูรณาการตลาดร่วมกันระหว่างกลุ่มจังหวัด

W₄. การขาดมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่พัก ร้านอาหาร

W₅. การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ ความสามารถที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการท่องเที่ยว

W₆. การขาดการบริหารจัดการด้านการเกษตรยังไม่เป็นระบบและไม่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานเกษตรปลอดภัย

W₇. การขาดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

โอกาส

O₁. รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

O₂. มีอัตราการขยายตัวเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

O₃. มีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ความรู้ ในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่

O₄. ภาคเอกชนและภาคีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้ความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยว

O₅. การพัฒนาทางเทคโนโลยีมีเพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถพัฒนาตลาดออนไลน์ การนำเสนอข้อมูลท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อุปสรรค

T₁. นักท่องเที่ยวมาในบางช่วงเวลา ทำให้ไม่เกิดรายได้ที่มีการหมุนเวียนตลอดปีส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น

T₂. การลงทุนในธุรกิจรองรับการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ยังไม่เพียงพอและเป็นที่ดึงดูดอย่างมีประสิทธิภาพ

T₃. เกิดปัญหาสภาพแวดล้อมที่มีระดับความรุนแรงของปัญหาที่เพิ่มขึ้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวโดยตรง

T₄. ฐานะความเป็นอยู่ คุณภาพชีวิตของประชาชนโดยส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับต่ำ

T₅. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว ส่งผลทำให้เกิดการแย่งชิงนักท่องเที่ยว ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้สามารถไปกำหนดกลยุทธ์ใน TOWS Matrix ได้ผลการดังตาราง 4.12

ตาราง 4.12 การกำหนด TOWS Matrix

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	S ₁ . การมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม S ₂ . การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา S ₃ . การมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว S ₄ . การมีเอกลักษณ์ที่หลากหลาย S ₅ . การมีจุดเชื่อมโยงไปยังภูมิปัญญา S ₆ . การมีความสะดวกในการคมนาคม S ₇ . การมีผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา	W ₁ . ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว W ₂ . การขาดการสร้างมูลค่าเพิ่ม W ₃ . การขาดการเชื่อมโยง W ₄ . การขาดมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว W ₅ . การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ W ₆ . การขาดการบริหารจัดการ W ₇ . การขาดระบบการให้ข้อมูล
โอกาส O ₁ . รัฐบาลให้ความสำคัญ O ₂ . มีอัตราการขยายตัวเมือง O ₃ . มีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุน O ₄ . ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน O ₅ . การพัฒนาทางเทคโนโลยี	1. การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม (S ₁ S ₂ S ₃ S ₄ S ₅ T ₁)	2 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกลุ่มจังหวัด (S ₆ S ₇ W ₁ W ₂ W ₃ W ₆ W ₇ O ₁ O ₂ O ₃ O ₄ O ₅ T ₂ T ₄)
อุปสรรค T ₁ . นักท่องเที่ยวมาในบางช่วงเวลา T ₂ . การลงทุนในธุรกิจรองรับการ T ₃ . สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว T ₄ . ฐานะความเป็นอยู่ T ₅ . การขาดแคลนน้ำ	3. การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว (S ₄ S ₅ W ₄ W ₅ O ₄ O ₅ T ₃ T ₅)	

ผลจากการกำหนด TOWS Matrix ทำให้สามารถพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ

วิสัยทัศน์ : “การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ หลากหลายวิถีวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ ได้มาตรฐานระดับสากล”

ภารกิจ

1. การพัฒนาการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว
2. การส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วยการอนุรักษ์ และเผยแพร่ ผสมผสานการเรียนรู้
3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยวให้คุณภาพ มาตรฐาน
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดโดยส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
5. การส่งเสริมกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความโดดเด่น
3. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
4. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
5. การเป็นแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานตามกำหนด

ตัวชี้วัดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. รายได้จากนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
2. อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
3. อันดับความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น
4. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองอย่างน้อย 10 แห่ง/สถานประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม

โดยการเน้นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ ประกอบด้วย 3 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลัก คือ

1.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

1.1.1 การบูรณาการความร่วมมือเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เพื่อกระตุ้นและสร้างแผนความร่วมมือกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเกี่ยวข้องตามโปรแกรมและกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เช่น เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรินทร์ เส้นทางอารยธรรมศรีบุรีรินทร์ เส้นทางสายไหมศรีบุรีรินทร์ เส้นทาง 2 ช่องท่องเที่ยวอารยธรรมไทย-กัมพูชา เส้นทางวิถีสายสัมพันธ์ไทย-กัมพูชา เส้นทางท่องเที่ยวปราสาทศรีบุรีรินทร์ เส้นทางมหรรมเมืองกีฬาโลก เส้นทางวิถีเมืองช้างโลก เส้นทางมหรรมอาหารศรีบุรีรินทร์ เป็นต้น ด้วยโครงการสำรวจและรับรองคุณภาพเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพด้วยรูปแบบการวางรถยนต์ จากกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เพื่อนำเสนอและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดนำร่องต่อไป โดยสร้างความร่วมมือทางด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1.2 การจัดกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีเชื่อมโยงกันกลุ่มจังหวัดศรีบุรีรินทร์ต่อเนื่อง โดยมีการส่งเสริมและหรือการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาคีเครือข่าย การท่องเที่ยวตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยว (ฮิต 12 ครอง 14) ของกลุ่มจังหวัดต่อเนื่องกันตลอดปี เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตามช่วงงาน

เทศกาล ประเพณีของแต่ละจังหวัดและทั้ง 3 จังหวัด โดยการผสมผสานหรือสลับแผนและโครงการตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดเป็นหลักเกณฑ์ ซึ่งจะสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวได้ต่อเนื่องทุกเดือนและตลอดปี

1.2 กลุ่มท่องเที่ยวและการแข่งกีฬาสากลผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ด้วยการสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาให้มีความหลากหลายและกิจกรรมทางกายภาพที่เล่นเพื่อความเพลิดเพลินด้วยการกีฬาและนันทนาการ โดยจัดกิจกรรมหรือสินค้าและบริการตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (Lifestyle of Target Group Tourism) ได้แก่ กลุ่มนักแข่งกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวชมและเชียร์กีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมทางกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกีฬาผจญภัย โดยเริ่มต้นจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น สนามไอ-โมบาย สเตเดียม สนามช้างอินเตอร์ เนชั่นแนล เซอร์กิต ด้วยกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล การแข่งรถระดับชาติและนานาชาติ จากนั้นทำการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวทางด้านสุขภาพทั้งแบบมาตรฐานสากลแพทย์ปัจจุบัน (วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ) และแบบแพทย์แผนไทยหรือแพทย์ทางเลือก (แผนโบราณพื้นบ้าน) เช่น การผ่อนคลายหลังจากแข่งและชมกีฬาด้วยการนวดแผนไทย นวดบำบัด การนวดน้ำมันมะพร้าว การนวดลูกประคบสมุนไพร อบสมุนไพร ทานอาหารสุขภาพพื้นบ้าน นอนพักบ้านดิน เป็นต้น

1.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬานันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ ด้วยการส่งเสริมโครงการฟื้นฟูอนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ โดยการสนับสนุนการจัดโครงการฟื้นฟู อนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ หรือศรีบูรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชน นักเรียน และนักศึกษา รวมทั้งประชาชนทั่วไปเกิดการเรียนรู้ พื้นฟู อนุรักษ์ สืบสาน และพัฒนาวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอีสานใต้ให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการคัดเลือกกิจกรรมกีฬาและการเล่นพื้นบ้านในแต่ละจังหวัดโดยแบ่งตามชาติพันธุ์ หรือเอกลักษณ์จังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกลุ่มจังหวัด

โดยการเน้นการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

2.1 การพัฒนาแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

2.1.1 การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับกลุ่มจังหวัด โดยสร้างวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดที่มีทิศทางนำไปสู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการที่เป็นเลิศ หรือการสร้างเมืองแห่งกีฬา (Sport City) โดยมีการลงทุนพัฒนาระดับโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา การส่งเสริมกิจกรรมทางการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์

และช่องทางการตลาดบนฐานการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) การพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น

2.1.2 การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาและวัฒนธรรม โดยการกระตุ้นการลงทุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาที่มีศักยภาพ ดึงดูดการท่องเที่ยวสูงของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นด้วยความคิดสร้างสรรค์ ความอสังการ ความเป็นมาตรฐานที่ยอมรับในระดับโลก ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ ความประณีตเฉพาะ ความรวดเร็ว การเป็นผู้นำสินค้าและบริการใหม่ หรือความครบถ้วนทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2 กิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

2.2.1 การส่งเสริมศักยภาพเพื่อยกระดับอันดับผลการแข่งขันระดับคุณภาพ ด้วยการชนะผลการแข่งขันและได้ครองถ้วยแชมป์การแข่งขันทุกระดับ หรือมีสถิติการแข่งขันที่ยอมรับระดับชาติและนานาชาติ

2.2.2 การจัดกิจกรรมระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่ การส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่จังหวัดเพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น เช่น การประกวดวงโยธวาทิตโลก การแข่งขันซูเปอร์ GT ระดับโลก มหกรรมงานเลี้ยงช้างโลก งานแสดงช้างระดับโลก โดยการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ดังกล่าวจะส่งผลต่อการกระตุ้นทางเศรษฐกิจและการสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่และสามารถสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้เพิ่มเติมในช่วงเวลาก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว

2.3 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

การบูรณาการและเชื่อมโยงการตลาดร่วมกัน โดยมีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และแนวทางการท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ หรือการท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ฯ หรือระหว่างจังหวัด การส่งเสริมการตลาดระหว่างกลุ่ม ด้วยการจัดโครงการสร้างความร่วมมือระหว่างคลัสเตอร์การท่องเที่ยว เช่น การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบุรีรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมและประเทศลาว การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบุรีรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวลำปาง เป็นต้น

2.4 ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก ผู้สนับสนุนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการบูรณาการและเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

การท่องเที่ยว การกำหนดแนวปฏิบัติและมาตรฐานการแบ่งปันทรัพยากรและความร่วมทางการค้าระหว่างสมาชิกเครือข่ายเพื่อสร้างขีดความสามารถและศักยภาพทางการบริการเพิ่มขึ้น อาทิ การวางมาตรฐานราคาและส่วนลดพิเศษทางธุรกิจแก่ธุรกิจเพื่อนสมาชิกร่วมกัน การเชื่อมโยงโปรแกรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อนสมาชิกโรงแรมที่พักและร้านอาหาร การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรร่วมกันระหว่างกลุ่มประเภทธุรกิจเดียวกัน การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนสมาชิกกลุ่มชุมชนในพื้นที่ การได้รับสิทธิการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนและพัฒนาทางการตลาดจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว

โดยเน้นการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

3.1 การจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 แนวทางย่อย คือ

3.1.1 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวระดับศรีบูรินทร์ โดยกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเสริมจากธุรกิจหลัก ด้วยการวางทิศทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ คือ โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ที่มีศักยภาพและหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ร่วมกันสร้างมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสร้างเพิ่มมูลค่าและคุณค่าสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ เป็นต้น

3.1.2 การพัฒนามาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ สู่ออาเซียน สอดคล้องกับการส่งเสริมและพัฒนาตามโครงการจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยกิจกรรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านทักษะภาษาอังกฤษและประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา) ควรส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานโดยเฉพาะกลุ่มบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในระดับมาตรฐานอาเซียน เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้านอาเซียนของประเทศไทย และสามารถขยายการบริการทางการนำเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนได้มากขึ้น

3.1.3 การพัฒนามาตรฐานร้านอาหารปลอดภัย ปัจจุบันมีการออกกฎหมายและคุ้มครองทรัพย์สินและสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ โดยเฉพาะผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ควรจะมีการส่งเสริมและการจัดการควบคุมเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านร้านอาหารปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกไว้วางใจในการรับบริการแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.1.4 การพัฒนามาตรฐานครัวไทยสู่ครัวโลก ยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศไทยที่สำคัญวาระหนึ่งคือ การพัฒนาครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการส่งเสริมและการพัฒนาผู้ประกอบการสมาชิกพัฒนาสินค้าและบริการด้านอาหารไทยให้ได้มาตรฐานและมี

ความคิดสร้างสรรค์นำภูมิปัญญาด้านอาหารของไทยประยุกต์ให้มีมาตรฐานด้านรสชาติและการใช้วัตถุดิบที่ประยุกต์ได้ให้เข้ากับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถรับประทานได้ หรือให้พัฒนาสูตรให้เป็นสากลมากขึ้น

3.2 การต้อนรับและการบริการของบุคลากร การพัฒนามาตรฐานการบริการ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการควรต้องคำนึงถึงมาตรฐานคุณภาพด้านการบริการเป็นหลักแก่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะบ่งบอกถึงการบริการที่จะต้องสร้างความประทับใจนอกจากการเรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชน ตลอดจนทั้งการท่องเที่ยวด้านกีฬาและนันทนาการก็เช่นเดียวกัน ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวควรที่จะสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ควรมีมาตรฐานการบริการเดียวกัน เพื่อสร้างเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัด

3.3 ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

3.3.1 การพัฒนามาตรฐานการบริษัชนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ทะเบียน ด้วยพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มีความมุ่งเน้นที่จะให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและสามารถเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการธุรกิจที่มีมาตรฐาน ดังนั้นกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดมาตรฐานของบริษัชนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สมาชิกให้ปฏิบัติตามมาตรฐานกลางอย่างเคร่งครัด หรือส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มพัฒนาให้ได้การรับรองมาตรฐานระดับคุณภาพขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว และมีบัตรมัคคุเทศก์เพื่อจะได้สร้างความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.3.2 การพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกโดยเฉพาะกลุ่มประเภทโรงแรมและที่พักมีการสร้างมาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว ตามแนวทางของการส่งเสริมและพัฒนาของกรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อสร้างการยอมรับในมาตรฐานและการให้บริการเฉพาะที่มีเอกลักษณ์การส่งเสริมและรักษาสีสิ่งแวดล้อมตามแนวโน้มของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3.4 ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 แนวทางย่อยคือ

3.4.1 การพัฒนามาตรฐานราคาสินค้าและบริการที่เป็นธรรม โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จะต้องร่วมกันสร้างมาตรฐานด้านราคาสินค้าและบริการให้มีทิศทางเดียวกัน และมีการจัดการควบคุมราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสม เช่น ค่าที่พักโรงแรมที่มีเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพและราคาเดียวกัน ราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันมีการกำหนดชุดราคาเดียวกัน ราคาค่าบริการขนส่งโดยสารมีเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งสมาชิกกลุ่มควรจะมีการกำหนดเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกัน

3.4.2 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการบนฐานสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยยุทธศาสตร์จังหวัดที่กำหนดดัชนีชี้วัดด้านสังคมไว้ควบคู่กับด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นทางกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้เกิดความประทับใจในการให้บริการและสร้างความรู้สึกลดรอยแก่นักท่องเที่ยวได้

3.4.3 การพัฒนามาตรฐานสิ่งแวดล้อมยั่งยืน การสร้างมาตรฐานที่สำคัญอีกประการที่เป็นตัวชี้วัดความยั่งยืนคือด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์ และรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาธุรกิจทางการท่องเที่ยวทุกประเภทควรให้ความสำคัญต่อการสร้างและจัดการระบบสิ่งแวดล้อมที่ดี และสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการกำหนดแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

จากมติที่ประชุมได้มีการวิเคราะห์ศักยภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวประเภทกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ โดยเรียงตามลำดับความเป็นไปได้ของเส้นทางตามมติที่ประชุม ดังนี้

1. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสาธิตสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานร่วมสมัย ได้แก่ การแข่งขันฟุตบอล การแข่งรถ ปั่นจักรยานพิชิตผามออีแดง คาราวานแฟมิลีเคย์ การแข่งแรลลี่ เป็นต้น

2. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวประวัติศาสตร์อารยธรรมขอม ได้แก่ งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง งานประเพณีกวนข้าวทิพย์ภูเขาไฟกระโดง งานประเพณีปราสาทเมืองต่ำ งานประเพณีปราสาทภูมิโปน งานประเพณีปราสาทศรีขุภูมิ งานประเพณีปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ งานประเพณีเขาพระวิหาร เป็นต้น

3. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมแบบอนุรักษ์และร่วมสมัย ได้แก่ วิถีชาวกูยคนเลี้ยงช้าง วิถีชาวขแมร์หรือชาวเขมร การท่องเที่ยววิถีชาวเยอ เป็นต้น

4. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอีสานร่วมสมัย ได้แก่ ประเพณีแข่งว่าวอีสาน ประเพณีการแข่งเรือ การแข่งควาย เป็นต้น

5. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญาหัตถกรรมสิ่งทอผืนบ้าน ได้แก่ เส้นทางสายไหม เส้นทางเรียนรู้การจักสาน การท่องเที่ยวประเพณีเครื่องปั้นดินเผาโบราณ เป็นต้น

6. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ได้แก่ งานช้างสุรินทร์ ชมการแสดงสร้างแสนรู้ ณ ศูนย์คชสาร ศึกษาเส้นทางภูเขาไฟโบราณ ชมธรรมชาติละเล็งร้อยรูป่าดงใหญ่ เป็นต้น

7. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงพุทธ ได้แก่ เส้นทาง 9 วัด กราบไหว้ศาลหลักเมือง เส้นทางบุญผ้าป่าสามัคคี เป็นต้น

8. เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ เรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ ชมชิมซื้อปศุสัตว์ผลไม้ เป็นต้น

4.3.2 การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

จากมติที่ประชุมได้มีการวิเคราะห์ศักยภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวประเภทกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ ที่ประชุมมีมติให้ทดลองสร้างเส้นทางความร่วมมือและเชื่อมโยงทางด้านเส้นทางท่องเที่ยวด้วย “เส้นทางอารยธรรมวิถีวัฒนธรรมและกีฬาบุรีรัมย์” โปรแกรม 3 วัน 2 คืน โดยรายละเอียดเส้นทางเดินทางมีรายละเอียดดังนี้

โครงการนำร่องการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการเฉพาะอย่างร่วมสมัยกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ “เส้นทางอารยธรรมวิถีวัฒนธรรมและกีฬาบุรีรัมย์” โปรแกรม 3 วัน 2 คืน

วันแรก จังหวัดบุรีรัมย์ เส้นทาง “เมืองปราสาท 2 ยุค คือ ปราสาทหินพนมรุ้ง & สนามไอโมบายสเตเดียม”

06.00 น. พบกันที่จุดนัดพบบริเวณ โดมสวนรมย์บุรี สวนสาธารณะรมย์เทศบาลเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

07.00 น. รับประทานอาหารเช้า ณ (สมาชิกร้านอาหารจังหวัดบุรีรัมย์)

08.00 น. ออกเดินทางไป อ.ประโคนชัย

09.15 น. ชม “ปราสาทเมืองต่ำ” เป็นปราสาทขอมที่มีสถาปัตยกรรมสวยงาม มีลักษณะของศิลปะขอมแบบบาปวน อยู่ในราว พ.ศ. 1550-1624 และมีลักษณะของศิลปะขอมแบบคลัง พ.ศ. 1508-1555 ปะปนอยู่ด้วย ภาพสลักส่วนใหญ่เป็นภาพเทพในศาสนาฮินดู จึงกล่าวได้ว่า ปราสาทแห่งนี้สร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 15-17 เพื่อใช้เป็นศาสนสถาน ตัวปราสาทประกอบด้วยสิ่งก่อสร้างหลัก คือ ปราสาทอิฐ 5 องค์ สร้างอยู่บนฐานเดียวกัน ก่อด้วยศิลาแลงองค์ปราสาททั้ง 5 ตั้งเรียงกันเป็น 2 แถว แถวหน้า 3 องค์ แถวหลัง 2 องค์ ปราสาทประธานซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุด ตั้งอยู่ตรงกลางแถวหน้า ปัจจุบันคงเหลืออยู่เพียงส่วนฐาน องค์อื่นที่เหลืออยู่ก็มีสภาพที่ไม่สมบูรณ์ ปราสาททุกองค์มีประตูเข้าสู่ภายในปราสาทได้ด้านเดียว คือ ด้านทิศตะวันออก ด้านอื่นทำเป็นประตูหลอกแต่ปราสาทประธานมีมุขหน้าอีกชั้นหนึ่ง

10.00 น. ออกเดินทางไป อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อ.เฉลิมพระเกียรติ

- 10.15 น. ชมความงดงามของสุดยอดปราสาทหินของประเทศไทย ณ “**ปราสาทหินพนมรุ้ง**” โบราณสถานตั้งอยู่บนยอดภูเขาไฟที่ดับสนิทแล้ว สูงประมาณ 200 เมตร ปราสาทหินพนมรุ้ง เป็นเทวสถานในศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย มีการบูรณะก่อสร้างต่อเนื่องกันมาหลายสมัยตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 15 ถึงพุทธศตวรรษที่ 17 และในพุทธศตวรรษที่ 18 พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แห่งอาณาจักรขอมได้มานับถือพุทธศาสนาเถรวาทแทน เทวสถานแห่งนี้จึงได้รับการดัดแปลงเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนาในช่วงนั้น ตัวปราสาทหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ประกอบด้วยอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่ตั้งเรียงราย ขึ้นไปจากเชิงเขาทางขึ้นจนถึงปราสาทประธานบนยอด อันเปรียบเสมือนวิมานที่ประทับของพระศิวะ บันไดทางขึ้นช่วงแรกทำเป็นตระพัง (สระน้ำ) สามชั้นผ่านขึ้นมาสู่พลับพลาชั้นแรก จากนั้นเป็นทางเดินซึ่งมีเสานางเรียงปักอยู่ที่ขอบทางทั้งสองข้างเป็นระยะ ๆ ทอดไปสู่สะพานนาคราช ซึ่งเปรียบเสมือนจุดเชื่อมต่อระหว่างดินแดนแห่งมนุษย์และสวรรค์ ด้านข้างของทางเดินทิศเหนือมีพลับพลาสร้างด้วยศิลาแลง 1 หลัง เรียกกันว่า โรงช้างเผือก สุดสะพานนาคราชเป็นบันไดทางขึ้นสู่ปราสาท ซึ่งทำเป็นชานพักเป็นระยะ ๆ รวม 5 ชั้น สุดบันไดเป็นชานชลากว้าง ซึ่งมีทางนำไปสู่สะพานนาคราชหน้าประตูกลางของระเบียงคด อันเป็นเส้นทางหลักที่จะผ่านเข้าสู่ลานชั้นในของปราสาท จากประตูนี้ยังมีสะพานนาคราชรับอยู่อีกช่วงหนึ่งก่อนถึงปราสาทประธาน ซึ่งตั้งอยู่ตรงศูนย์กลางของลานปราสาทชั้นใน มีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมมณฑป คือ ห้องโถงรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า เชื่อมอยู่ทางด้านหน้าที่ส่วนประกอบของปราสาทประธาน ตั้งแต่ฐานผนังด้านบนและด้านล่าง เสากรอบประตู เสาติดผนัง ทับหลัง หน้าบัน ชุมชั้นต่าง ๆ ตลอดจนกลีบขนุนปราสาท ล้วนสลักลวดลายประดับทั้งลวดลายดอกไม้ ใบไม้ ภาพฤๅษี เทพประจำทิศ ศิวนาฏราชที่ทับหลังและหน้าบันด้านหน้าปราสาทประธาน
- 11.15 น. ออกเดินทางกลับเข้าสู่ตัวเมืองบุรีรัมย์
- 12.00 น. **รับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหาร (สมาชิกกลุ่มร้านอาหารจังหวัดบุรีรัมย์)**
- 13.00 น. ออกเดินทางไป อ.คูเมือง จ.บุรีรัมย์
- 13.30 น. เรียนรู้และเที่ยวชม “**เพ ลา เพลิน บูติก รีสอร์ท แอนด์ แอดเวนเจอร์ แคมป์ (PLAY LA PLOEN : Boutique Resort & Adventure Camp)**” เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ ภายในแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกได้แก่ เพ ลา เพลิน บูติก รีสอร์ท ประกอบด้วยนิทรรศการกาลครั้งหนึ่งกาลอ์ Kid Zone เน้นการเล่นที่เสริมทักษะการเรียนรู้ และกิจกรรมแอดเวนเจอร์ เช่น การโรยตัวข้ามน้ำจากหอไอเฟล ปีนกำแพงเมืองจีน ไต่สะพานเชือกทาวเวอร์บริดจ์ และการขับรถ ATV ส่วนที่ 2 อุทยานไม้ดอกเพ ลา เพลิน มีพันธุ์ไม้หลากหลายสายพันธุ์ที่จัดแสดงภายในโรงเรือน

- ทั้ง 7 หลัง เช่น พรรณไม้ตามฤดูกาล (ดอกกระเจียว ดอกไฮเดรนเยีย) การจัดแสดงพันธุ์เฟิน ภายใต้คอนเซ็ปต์ป่า ดึกดำบรรพ์ สืบประวัติสีและพืชกินแมลง สีสันแห่งธรรมชาติ การจัดแสดงกล้วยไม้ภายใต้คอนเซ็ปต์ กินรี พืชทะเลทราย และการจัดแสดงดอกหน้าวัวภายใต้คอนเซ็ปต์ ศิลปะอีสานใต้
- 15.00 น. ออกเดินทางกลับเข้าสู่ตัวเมืองบุรีรัมย์
- 15.30 น. ชม “บุรีรัมย์ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต (Buriram International Circuit : BRIC) หรือ ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นสนามแข่งขั้นรถซูเปอร์ จีที ออกแบบเพื่อรองรับมาตรฐานระดับเอฟไอเอ คลาส 2 (FIA Category 2) จากสมาพันธ์ยานยนต์นานาชาติหรือเอฟไอเอ ซึ่งมาตรฐานนี้จะทำให้สนามสามารถรองรับการแข่งขันระดับ F3, GT1, GT2 และ GT3 ได้และ “สนามฟุตบอล ไอ-โมบาย สเตเดียม” หรือชื่ออย่างเป็นทางการว่า อินเดอร์ คาสเซิล สเตเดียม (New i-Mobile Stadium, Thunder Castle Stadium, Buriram Stadium) เป็นสนามกีฬาที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสนามเหย้าของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ตั้งอยู่ที่จังหวัดบุรีรัมย์ สนามแห่งนี้มีความจุ 24,000 ที่นั่ง โครงสร้างประกอบด้วยเหล็กและไฟเบอร์ ซึ่งสร้างด้วยงบประมาณกว่า 500 ล้านบาท จัดเป็นสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานแห่งแรก แห่งเดียวในประเทศไทยที่ไม่มีลู่วิ่งคั่นสนาม พร้อมทั้งผ่านมาตรฐานระดับเวิลด์คลาสจากฟีฟ่า, เอฟเอซี, เอเอฟเอฟ และยังผ่านมาตรฐานระดับเอคลาสสเตเดียมจากเอเอฟซี ซึ่งเป็นสนามฟุตบอลที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย ได้มาตรฐานโลกพร้อมถ่ายภาพเป็นที่ระลึก
- 16.30 น. ออกเดินทางกลับเข้าสู่ตัวเมืองบุรีรัมย์
- 16.45 น. ชม “วนอุทยานเขากระโดง” เป็นที่ตั้งของภูเขาไฟ ซึ่งมองเห็นปากปล่องภูเขาไฟได้ชัดเจน มีลักษณะเป็นแอ่งน้ำขังตลอดปี ยอดเขาสูง 265 เมตร จากระดับน้ำทะเล มี “พระสุภัทรบพิตร” พระพุทธรูปคู่เมืองบุรีรัมย์ประดิษฐานภายในวนอุทยานฯ ยังมีปราสาทหินเขากระโดง ซึ่งเดิมเป็นปราสาทหินทรายก่อบนฐานศิลาแลงสี่เหลี่ยมขนาด 4x4 เมตร ตัวปราสาทหักพัง จึงได้สร้างมณฑปครอบไว้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปจำลอง และยังมีพันธุ์ไม้พื้นเมืองนำศึกษาหลายชนิด
- 17.00 น. **ทางเลือกที่ 1 (วันจันทร์-ศุกร์) ชมและซื้อปตลادنัดชุมชน “Lively Market”**

ทางเลือกที่ 2 (เฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์) **ชมและซื้อตลาดนัดชุมชน “ถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้ง สตรีท จังหวัดบุรีรัมย์”** เป็นตลาดสินค้าหลากหลายประเภท ทั้งเสื้อผ้า ไอทีอุป อาหารคาวหวาน ผักผลไม้จากกลุ่มตลาดนัดสีเขียว สินค้าหัตถกรรมจากชุมชนต่าง ๆ จากหลายอำเภอ ผ้าไหมผืนงาม ภาพถ่ายเมืองบุรีรัมย์ทั้งเก่าและใหม่ ฯลฯ ตอบสนองต่อความต้องการของคนทุกกลุ่มทุกวัย นอกจากนั้นยังมีการละเล่น การแสดงดนตรี ศิลปวัฒนธรรม ผลัดเปลี่ยนกันมาซบกลมให้คนที่มาเดินซื้อของได้ฟังกัน

- 18.00 น. **รับประทานอาหารเย็น ณ ร้านอาหาร (สมาชิกกลุ่มร้านอาหารจังหวัดบุรีรัมย์)**
พร้อมมีกิจกรรมการชมการแสดงศิลปะการแสดงพื้นบ้าน
- 19.30 น. **เข้าพัก ณ โรงแรมที่พัก (สมาชิกกลุ่มโรงแรมที่พักจังหวัดบุรีรัมย์)** และพักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 2 จังหวัดสุรินทร์ เส้นทาง “วิถีคนและช้างสุรินทร์ออกสู่ตลาดชายแดนไทยกัมพูชา”

- 08.00 น. ออกเดินทางไป หมู่บ้านช้างตากกลาง อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์
- 09.15 น. สัมผัส “วิถีชีวิตคนกับช้าง” ร่วมพิธีเซ่นไหว้ศาลปะกำ การแสดงช้างแสนรู้และนั่งช้างไปชมสุสานช้าง ณ หมู่บ้าน ช้างบ้านตากกลาง
- 11.30 น. **รับประทานอาหารกลางวัน “อาหารพื้นบ้านวิถีชาวกูย” ณ หมู่บ้านช้าง (สมาชิกกลุ่มร้านอาหารจังหวัดสุรินทร์)**
- 12.30 น. ออกเดินทางไป หมู่บ้านท่าสว่าง อ.เมืองสุรินทร์
- 13.30 น. ชม “หมู่บ้านทอผ้าไหมยกทองโบราณบ้านท่าสว่าง” เป็นกลุ่มชุมชนที่มีการทอผ้าไหมยกทองโบราณที่มีความสวยงามมหัศจรรย์ด้วยการออกแบบลวดลายที่วิจิตรตระการตาเป็นแบบลายชั้นสูงในราชสำนัก ซึ่งประดิษฐ์คิดค้นโดย อาจารย์วีระธรรมตระกูลเงินไทย โดยใช้ความละเอียดในการถักทอผ้าไหม 1,418 ตะกอ ใช้ช่างทอประจำที่ 4 คนขึ้นไป
- 14.30 น. ออกเดินทางไป ด้านช่องจอม อ.เฉลิมพระเกียรติ จ.สุรินทร์
- 15.30 น. ชมและเลือกซื้อสินค้า “ตลาดชายแดนช่องจอม” เป็นตลาดที่อยู่ติดชายแดน ไทย-เขมร จากตลาดช่องจอมไปเขมร ห่างจากชายแดนเขมรเพียง 1,200 เมตร ตลาดช่องจอมอยู่ในเขตจังหวัดสุรินทร์ มีสินค้าพื้นเมือง จากผู้ค้าประเทศไทยและกัมพูชา
- 16.45 น. ออกเดินทางกลับสู่ตัวเมืองสุรินทร์
- 18.00 น. **รับประทานอาหารเย็น ณ ร้านอาหาร (สมาชิกกลุ่มร้านอาหารจังหวัดสุรินทร์)**
กรณีหมู่คณะขนาดใหญ่ มีกิจกรรมการออกร้านค้าชุมชน การชมการแสดงศิลปะการแสดงพื้นบ้าน (สมาชิกกลุ่มของฝากของที่ระลึกและกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนจังหวัด

สุรินทร์) การแสดงดนตรีและกิจกรรมสัมพันธ์ (สมาชิกผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์)

- 19.30 น. **เข้าที่พัก ณ โรงแรมที่พัก (สมาชิกกลุ่มโรงแรมที่พักจังหวัดสุรินทร์) และพักผ่อนตามอัธยาศัย**

วันที่ 3 จังหวัดศรีสะเกษ เส้นทาง “อารยธรรมขะแมร์บนทะเลหมอกผามออีแดง”

- 08.00 น. ออกเดินทางไป อ.อุทุมพรพิสัย จ.ศรีสะเกษ

- 09.00 น. ชม “ปราสาทสระกำแพงใหญ่” หรือ ปราสาทศรีพุกเทพศวร อยู่ภายในบริเวณวัดสระกำแพงใหญ่ ถนนประดิษฐ์ ประชาราษฎร์ ตำบลสระกำแพงใหญ่ เป็นปราสาทขอมที่มีขนาดใหญ่และสมบูรณ์ที่สุดของจังหวัด ลักษณะเป็นปรางค์ 3 องค์บนฐานเดียวกันและตั้งเรียงกันในแนวทิศเหนือ-ใต้ หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ปรางค์ประธานอยู่ตรงกลางก่อด้วยหินทราย มีอิฐแซมบางส่วนมีทับหลังจำหลักภาพพระอินทร์ทรงช้างบนแท่นเหนือหน้ากาล ส่วนปรางค์อีก 2 องค์เป็นปรางค์อิฐมีส่วนประกอบตกแต่งที่เป็นหินทราย เช่น ทับหลัง กรอบหน้าบัน และกรอบเสาประตู ด้านหลังปรางค์องค์ทิศใต้มีปรางค์ก่ออิฐอีก 1 องค์ ด้านหน้ามีวิหารก่ออิฐ 2 หลัง ล้อมรอบด้วยระเบียงคดก่อด้วยศิลาแลงและหินทรายมีโคปุระหรือประตูซุ้มทั้ง 4 ทิศ ส่วนวิหารที่ก่อด้วยอิฐซึ่งอยู่ทางด้านทิศเหนือมีทับหลังสลักรูปพระนารายณ์บรรทมสินธุ์อยู่เหนือพระยานันตนคราชท่ามกลางเกษียรสมุทรและที่ วิหารก่ออิฐทางด้านทิศใต้มีทับหลังรูปพระอิศวรกับพระอุมาประทับนั่งเหนือโคนนที ปัจจุบันปราสาท แห่งนี้อยู่ในความดูแลของกองโบราณคดี กรมศิลปากร และได้มีการขุดค้นพบโบราณวัตถุจำนวนมาก เช่น ทับหลังจำหลักภาพศิวนาฏราช พระกฤษณะ ยกเขาโควรรณะ และยังพบพระพุทธรูปนาคปรก พระพุทธรูปปางสมาธิ พระพิมพ์ดินเผา ฯลฯ จากหลักฐานลวดลายที่ปรากฏบนหน้าบัน ทับหลัง และโบราณวัตถุต่าง ๆ โดยเฉพาะจารึกที่อยู่บริเวณ หลัประตูปราสาทสระกำแพงใหญ่ สันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16 ตรงกับศิลปะขอมแบบบาปวน เพื่อเป็นเทวาลัยถวายแด่พระศิวะ และเมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นวัดในพุทธศาสนาเถรวาท

- 10.30 น. ออกเดินทางไป อ.ขุนหาญ

- 12.00 น. **รับประทานอาหารกลางวัน ณ หมู่บ้านท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขะแมร์ศรีสะเกษ**

- 13.00 น. สัมผัสวิถีวัฒนธรรมขะแมร์ “หมู่บ้านท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขะแมร์ศรีสะเกษ” ที่บ้านกุดนาแก้ว ตำบลภูฝ้าย อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ชมกิจกรรมประเพณีท้องถิ่นพื้นบ้านชนเผ่าขะแมร์ เยี่ยมชมกิจกรรมเศรษฐกิจพอเพียงการปลูกผักไร้ดินได้แบบชนเผ่าขะแมร์บ้านกุดนาแก้ว ชมการทอผ้าไหมลวดลายพื้นเมืองขะแมร์ ชมการดำ

- ข้าวเปลือกด้วยครกซ้อมมือแบบโบราณ และเยี่ยมชมการสาธิตการปรุงอาหาร
พื้นบ้านชนเผ่าอะแมร์
- 15.00 น. ออกเดินทางไป อำเภอกันทรลักษ์
- 15.30 น. สัมผัสบรรยากาศทางธรรมชาติ “ผามออีแดง” ผามออีแดง ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยาน
แห่งชาติเขาพระวิหาร ตำบลเสาธงชัย อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ อยู่บริเวณ
ใกล้เคียงกับทางเดินขึ้นปราสาทเขาพระวิหาร เป็นหน้าผาสูงชันกั้นเขตแดนประเทศ
ไทยกับประเทศกัมพูชา ตลอดแนวผามออีแดงมีระยะประมาณ 300 เมตร เป็นจุดชมวิวที่
มองเห็นทัศนียภาพของแผ่นดินประเทศกัมพูชาที่อยู่ต่ำลงไปอย่างเป็นมุมกว้าง มีฝูงค้างคาว
ในยามพระอาทิตย์ตกดิน บริเวณใกล้เคียงมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ชมโบราณสถานสถูป
คู่รูปทรงสี่เหลี่ยมลูกบาศก์ ส่วนบนกลมข้างในเป็นโพรง สำหรับบรรจุสิ่งของสร้างด้วยหิน
ทรายแดง ขนาดกว้าง 1.93 เมตร ยาว 4.2 เมตร ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นสัญลักษณ์ของความอุดม
สมบูรณ์ บริเวณผามออีแดง มีภาพแกะสลักนูนต่ำเป็นภาพคน 3 คน ในเครื่องแต่งกาย
แบบชาวกัมพูชา สร้างขึ้นก่อนปราสาทเขาพระวิหาร ราวกลางศตวรรษที่ 11 อายุประมาณ
1,500 ปี มีโบราณวัตถุ (พระพุทธรูปนาคปรก) บริเวณจุดสูงสุดของผามออีแดงสามารถ
มองเห็นทัศนียภาพของปราสาทเขาพระวิหารได้อย่างชัดเจน
- 17.00 น. ออกเดินทางกลับเข้าเมืองศรีสะเกษ
- 18.00 น. **รับประทานอาหารเย็น ณ ร้านอาหาร (สมาชิกกลุ่มร้านอาหารจังหวัดศรีสะเกษ)**
- 19.00 น. **แวะซื้อของฝากพื้นเมือง ณ (บ้านขุนอำไพพาณิชย์ หรือสมาชิกกลุ่มของฝากของที่
ระลึกจังหวัดศรีสะเกษ) และเดินทางกลับจังหวัดบุรีรัมย์โดยสวัสดิภาพ**

จากนั้นทำการเก็บข้อมูลการเดินทางตามโครงการนำร่องการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและ
บริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการเฉพาะอย่างร่วมสมัยกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ “เส้นทางอารยธรรมวิถี
วัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรินทร์” โปรแกรม 3 วัน 2 คืน เพื่อประกอบการอภิปรายรายละเอียด

4.3.3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์
สุรินทร์ และศรีสะเกษด้วยการอภิปรายแบบคณะ โดยมีวิทยากรผู้ร่วมเสวนา 4 คน ประกอบด้วย

- 1) นายนพดล ประหยัตรัตน์ นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
- 2) นายพศุภพงศ์ ศรีสุรินทร์ นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
- 3) นายสุรพล ตั้งคนสกุล นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ
- 4) นางสาวผาวรินทร์ จรัสวรพันธ์ รักษาการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

และมีนายอุตร ปี่ทอง ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นผู้ดำเนินรายการ ประกอบด้วยสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมเครือข่ายจำนวน 80 ราย จากการอภิปรายรายละเอียดทำให้ผู้วิจัยพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ได้อย่างนี้

วิสัยทัศน์ : “การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ หลากหลายวิถีวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ บนมาตรฐานที่มั่นใจ”

ภารกิจ

1. การพัฒนาการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
2. การส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วยการอนุรักษ์ และเผยแพร่ ผลิตผลงานการเรียนรู้
3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยวให้คุณภาพ มาตรฐาน
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดโดยส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด
5. การส่งเสริมกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวมีพื้นฐานจากอัตลักษณ์ที่โดดเด่น
3. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

4. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
5. การเป็นแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานตามกำหนด

ตัวชี้วัดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. รายได้จากนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
2. อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
3. อันดับความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

4. การกระจายการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี

5. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองอย่างน้อย 10 แหล่ง/สถานประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม

โดยเน้นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

1.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

1.1.1 การบูรณาการความร่วมมือเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เพื่อกระตุ้นและสร้างแผนความร่วมมือกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามโปรแกรมและกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เช่น เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรินทร์ เส้นทางอารยธรรมศรีบุรีรินทร์ เส้นทางสายไหมศรีบุรีรินทร์ เส้นทาง 2 ช่องท่องเที่ยวอารยธรรมไทย-กัมพูชา เส้นทางวิถีสายสัมพันธ์ไทย-กัมพูชา เส้นทางท่องเที่ยวปราสาทศรีบุรีรินทร์ เส้นทางมหรกรรมเมืองกีฬาโลก เส้นทางวิถีเมืองช้างโลก เส้นทางมหรกรรมอาหารศรีบุรีรินทร์ เป็นต้น ด้วยโครงการสำรวจและตรวจสอบคุณภาพเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพด้วยรูปแบบคาราวานรถยนต์ จากกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เพื่อนำเสนอและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดนาร่องต่อไป โดยสร้างความร่วมมือทางด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1.2 การจัดกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีเชื่อมโยงกันกลุ่มจังหวัดศรีบุรีรินทร์ต่อเนื่อง โดยมีการส่งเสริมและหรือการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยว (ฮิต 12 ครอง 14) ของกลุ่มจังหวัดต่อเนื่องกันตลอดปี เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตามช่วงงานเทศกาล ประเพณีของแต่ละจังหวัดและทั้ง 3 จังหวัด โดยการผสมผสานหรือสลับแผนและโครงการตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดเป็นหลักเกณฑ์ ซึ่งจะสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวได้ต่อเนื่องทุกเดือนและตลอดปี

1.2 กลุ่มท่องเที่ยวและการแข่งกีฬาสาธกผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ด้วยการสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาให้มีความหลากหลายและกิจกรรมทางกายภาพที่เล่นเพื่อความเพลิดเพลินด้วยการกีฬาและนันทนาการ โดยจัดกิจกรรมหรือสินค้าและบริการตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (Lifestyle of Target Group Tourism) ได้แก่ กลุ่มนักแข่งกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวชมและเชียร์กีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมทางกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกีฬาผจญภัย โดยเริ่มต้นจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น สนาม

ไอ-โมบาย สเตเดียม สนามช้างอินเตอร์ เนชั่นแนล เซอร์กิต ด้วยกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล การแข่งรถระดับชาติและนานาชาติ จากนั้นทำการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวทางด้านสุขภาพทั้งแบบมาตรฐานสากลแพทย์ปัจจุบัน (วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ) และแบบแพทย์แผนไทยหรือแพทย์ทางเลือก (แผนโบราณพื้นบ้าน) เช่น การผ่อนคลายหลังจากแข่งและชมกีฬาด้วยการนวดแผนไทย นวดบำบัด การนวดน้ำมันมะพร้าว การนวดลูกประคบสมุนไพร อบสมุนไพร ทานอาหารสุขภาพ พื้นบ้าน นอนพักบ้านดิน เป็นต้น

1.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้

ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

1.3.1 การส่งเสริมโครงการฟื้นฟูอนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ โดยการสนับสนุนการจัดโครงการฟื้นฟู อนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ หรือสรีบุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชน นักเรียน และนักศึกษา รวมทั้งประชาชนทั่วไปเกิดการเรียนรู้ พื้นฟู อนุรักษ์ สืบสาน และพัฒนาวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอีสานใต้ให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการคัดเลือกกิจกรรมกีฬาและการเล่นพื้นบ้านในแต่ละจังหวัดโดยแบ่งตามชาติพันธุ์ หรือเอกลักษณ์จังหวัด

1.3.2 การพัฒนาเป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยวกีฬา วิถีวัฒนธรรมเกษตรสุขภาพ (Hub of Sport Agricultural and Health Tourism) โดยการสร้างและพัฒนาให้จังหวัดบุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยวกีฬา เกษตรและสุขภาพวิถีวัฒนธรรมและเชื่อมโยงจังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ ทั้งนี้ต้องมีการบูรณาการและเชื่อมโยงเพื่อสร้างความสมดุลการกีฬาเชื่อมการเกษตรโดยมีสุขภาพมาร่วมด้วย ซึ่งจะส่งผลต่อชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรกรจะได้รับประโยชน์ในระยะยาวด้วยการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายและมีความเป็นมืออาชีพด้านกีฬา เกษตรเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นการรองรับและเป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หรือกลุ่มผู้มีความสนใจด้านสุขภาพที่มีความต้องการมาพักผ่อน ฟื้นฟูสุขภาพเป็นช่วงเวลา มีโปรแกรมทางการท่องเที่ยวกีฬาและสุขภาพบำบัดฟื้นฟู อาหารเพื่อสุขภาพและปลอดภัย เป็นต้น

1.4 การท่องเที่ยวเชื่อมโยง 3 ฤดูกาลแห่งอีสานใต้ โดยมีการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาลอิงเกณฑ์ภูมิอากาศและช่วงเวลา เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ตลอดปี ประกอบด้วย 3 เส้นทางหลักคือ

(1) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงหน้าหนาวหรือช่วงเดือนตุลาคม-มกราคม คือ เส้นทางนั่งช้าง (หมู่บ้านช้างสุรินทร์) ชมหมอก (ผามออีแดง ศรีสะเกษ) สวนดอกไม้ (เพ ลา เพลิน บุรีรัมย์)

(2) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงฤดูร้อนหรือช่วงเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม คือ เส้นทางเขาบึงเฒ่าชัยภูมิใหม่ไทย (งานสงกรานต์)

(3) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงฤดูฝนหรือช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายน คือ ปลูกผลไม้ (ชมชิมซื้อผลไม้ศรีสะเกษ) วิถีชุมชน (วัฒนธรรมชะแมร์ กวย) คนรักกีฬา (สนามกีฬาโอโมบาย และสนามช้างจังหวัดบุรีรัมย์) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกลุ่มจังหวัด

โดยการเน้นการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

2.1 การพัฒนาแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 แนวทางย่อย คือ

2.1.1 การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับกลุ่มจังหวัด โดยสร้างวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดที่มีทิศทางนำไปสู่การเป็น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการที่เป็นเลิศ หรือการสร้างเมืองแห่งกีฬา (Sport City) โดยมีการลงทุน พัฒนาระดับโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา การส่งเสริมกิจกรรมทางการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และ ช่องทางการตลาดบนฐานการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) การพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยว เชิงกีฬา เป็นต้น

2.1.2 การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาและวัฒนธรรม โดยการกระตุ้น การลงทุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาที่มีศักยภาพ ดึงดูดการท่องเที่ยวสูงของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นด้วยความคิดสร้างสรรค์ ความอลังการ ความเป็นมาตรฐานที่ยอมรับในระดับโลก ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ ความประณีตเฉพาะ ความรวดเร็ว การเป็นผู้นำสินค้าและบริการใหม่ หรือความครบถ้วนทาง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.1.3 การสร้างแหล่งท่องเที่ยวครบวงจรและขนาดใหญ่ โดยเน้นการสร้างแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีการศึกษาคุณภาพดึงดูดสูงหรือเป็นแลนด์มาร์คแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เป็นการเสริมศักยภาพ แห่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่สามารถเป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวและรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ หรือจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ ได้มากขึ้น เช่น การโหนสลิงข้ามหุบเขาหรือวิวทุ่งนา เป็นต้น

2.1.4 การสร้างศูนย์บริการทางการกีฬาในเขต 3 จังหวัด โดยการสร้างความร่วมมือ กับผู้ประกอบการทางสถานบริการสุขภาพและกีฬาในการสร้างมาตรฐานการบริการและการประกอบการใน กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ซึ่งอาจบูรณาการกับภาคนิหน่วยงานภาครัฐที่มียุทธศาสตร์การพัฒนา ทางด้านกีฬาในการสร้างความร่วมมือร่วมกัน เช่น ความร่วมมือกับการกีฬาแห่งประเทศไทยที่กำลัง

จะดำเนินการพัฒนาและยกระดับศูนย์บริการทางการกีฬาส่วนกลางและภูมิภาคให้ได้มาตรฐานและครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดการศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติในการเก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาให้ได้มาตรฐานในรูปแบบศูนย์ฝึกอบรมการกีฬาแห่งประเทศไทย (National Training Center : NTC) เพื่อให้เป็นศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐานและครบวงจร ทั้งในด้านสถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อม สถานที่พักนักกีฬา สถานที่บริการ ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในสาขาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการทางการกีฬา ได้แก่ นักกีฬา บุคลากรทางการกีฬา ประชาชนทั่วไป หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ

2.2 กิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

2.2.1 การส่งเสริมศักยภาพเพื่อยกระดับอันดับผลการแข่งขันระดับคุณภาพ ด้วยการชนะผลการแข่งขันและได้ครองถ้วยแชมป์การแข่งขันทุกระดับ หรือมีสถิติการแข่งขันที่มียอมรับระดับชาติและนานาชาติ

2.2.2 การจัดกิจกรรมระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่ การส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่จังหวัดเพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น เช่น การประกวดวงโยธวาทิตโลก การแข่งขันซูเปอร์ GT ระดับโลก มหกรรมงานเลี้ยงช้างโลก งานแสดงช้างระดับโลก โดยการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ดังกล่าวจะส่งผลต่อการกระตุ้นทางเศรษฐกิจและการสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่และสามารถสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้เพิ่มเติมในช่วงเวลาก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว

2.3 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

2.3.1 การบูรณาการและเชื่อมโยงการตลาดร่วมกัน โดยมีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และแนวทางการท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ หรือการท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ หรือระหว่างจังหวัด การส่งเสริมการตลาดระหว่างกลุ่ม ด้วยการจัดโครงการสร้างความร่วมมือระหว่างคลัสเตอร์การท่องเที่ยว เช่น การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบุรีรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมและประเทศลาว การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบุรีรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวลำปาง เป็นต้น

2.3.2 การพัฒนาระบบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Tourism) การนำเสนอบริการด้วยสารสนเทศและเทคโนโลยีสมัยใหม่ผ่านสื่อและช่องทาง

อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ (Digital Tourism) เช่น ระบบติดต่อซื้อขายบริการอัตโนมัติ ระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ระบบค้นหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวออนไลน์ ระบบบริการสารสนเทศและการปิดการขายด้วยระบบออนไลน์ ระบบอัตโนมัติห้องพักโรงแรม ระบบการสั่งอาหารด้วยมือถือ เป็นต้น

2.4 ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก ผู้สนับสนุนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการบูรณาการและเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ การกำหนดแนวปฏิบัติและมาตรฐานการแบ่งปันทรัพยากรและความร่วมทางการค้าระหว่างสมาชิกเครือข่ายเพื่อสร้างขีดความสามารถและศักยภาพทางการบริการเพิ่มขึ้น อาทิ การวางมาตรฐานราคาและส่วนลดพิเศษทางธุรกิจแก่ธุรกิจเพื่อนสมาชิกร่วมกัน การเชื่อมโยงโปรแกรมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนสมาชิกโรงแรมที่พักและร้านอาหาร การฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพร่วมกันระหว่างกลุ่มประเภทธุรกิจเดียวกัน การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกับเพื่อนสมาชิกกลุ่มชุมชนในพื้นที่ การได้รับสิทธิการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนและพัฒนาทางการตลาดจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว

โดยเน้นการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

3.1 การจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 แนวทางย่อยคือ

3.1.1 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวระดับศรีบูรินทร์ โดยกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเสริมจากธุรกิจหลัก ด้วยการวางทิศทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ คือ โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ที่มีศักยภาพ และหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ร่วมกันสร้างมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสร้างเพิ่มมูลค่าและคุณค่าสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ เป็นต้น

3.1.2 การพัฒนามาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ สู่อาเซียน สอดคล้องกับการส่งเสริมและพัฒนาตามโครงการจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยกิจกรรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านทักษะภาษาอังกฤษและประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา) ควรส่งเสริมและพัฒนามาตรฐาน โดยเฉพาะกลุ่มบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในระดับมาตรฐานอาเซียน เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้านอาเซียนของประเทศไทย และสามารถขยายการบริการทางการนำเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนได้มากขึ้น

3.1.3 การพัฒนามาตรฐานร้านอาหารปลอดภัย ปัจจุบันมีการออกกฎหมาย และคุ้มครองทรัพย์สินและสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ โดยเฉพาะผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ควรจะมีการส่งเสริมและการจัดการควบคุมเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านร้านอาหารปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกไว้วางใจในการรับบริการแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.1.4 การพัฒนามาตรฐานครัวไทยสู่ครัวโลก ยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศที่สำคัญวาระหนึ่งคือ การพัฒนาครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ควรจะมีการส่งเสริมและการพัฒนาผู้ประกอบการสมาชิกพัฒนาสินค้าและบริการด้านอาหารไทยให้ได้มาตรฐานและมีความคิดสร้างสรรค์นำภูมิปัญญาด้านอาหารของไทยประยุกต์ให้มีมาตรฐานด้านรสชาติและการใช้วัตถุดิบที่ประยุกต์ได้ให้เข้ากับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถรับประทานได้ หรือให้พัฒนาสูตรให้เป็นสากลมากขึ้น

3.2 การต้อนรับและการบริการของบุคลากร ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

3.2.1 การพัฒนามาตรฐานการบริการ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการควรต้องคำนึงถึงมาตรฐานคุณภาพด้านการบริการเป็นหลักแก่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะบ่งบอกถึงการบริการที่จะต้องสร้างความประทับใจนอกจากการเรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชน ตลอดจนทั้งการท่องเที่ยวด้านกีฬาและนันทนาการก็เช่นเดียวกัน ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ควรที่จะสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ควรมีมาตรฐานการบริการเดียวกัน เพื่อสร้างเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัด

3.2.2 การพัฒนาบุคลากรทางสายวิชาชีพทางกีฬาและการท่องเที่ยว (The Profession of Sports and Tourism) โดยต้องมีการวางแผนด้านบุคลากรที่มีคุณวุฒิและได้มาตรฐานทางวิชาชีพในพื้นที่กับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อผลิตบุคลากรตามมาตรฐานหลักสูตรสายวิชาการและวิชาชีพเฉพาะทางด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและสุขภาพ ได้แก่ บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ บุคลากรด้านมัคคุเทศก์ บุคลากรด้านนำเที่ยว บุคลากรด้านการบริการ โรงแรมที่พัก บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร บุคลากรด้านการสปาและเสริมความงาม เป็นต้น เพื่อส่งต่อระดับงานให้แก่สถานประกอบการทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกีฬา

3.3 ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

3.3.1 การพัฒนามาตรฐานการบริษัชนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ดีทะเบียน ด้วยพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มีความมุ่งเน้นที่จะให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและสามารถเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการธุรกิจที่มีมาตรฐาน ดังนั้นกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดมาตรฐานของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สมาชิกให้ปฏิบัติตามมาตรฐานกลางอย่างเคร่งครัด หรือส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มพัฒนาให้ได้การรับรองมาตรฐาน

ระดับคุณภาพขององค์กรธุรกิจน่าเที่ยว และมีบัตรมัคคุเทศก์เพื่อจะได้สร้างความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.3.2 การพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกโดยเฉพาะกลุ่มประเภทโรงแรมและที่พักมีการสร้างมาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว ตามแนวทางของการส่งเสริมและพัฒนาของกรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อสร้างการยอมรับในมาตรฐานและการให้บริการเฉพาะที่มีเอกลักษณ์การส่งเสริมและรักษาสิ่งแวดล้อมตามแนวโน้มของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3.4 ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 แนวทางย่อยคือ

3.4.1 การพัฒนามาตรฐานราคาสินค้าและบริการที่เป็นธรรม โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ จะต้องร่วมกันสร้างมาตรฐานด้านราคาสินค้าและบริการให้มีทิศทางเดียวกัน และมีการจัดการควบคุมราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสม เช่น ค่าที่พักโรงแรมที่มีเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพและราคาเดียวกัน ราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันมีการกำหนดชุดราคาเดียวกัน ราคาค่าบริการขนส่งโดยสารมีเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งสมาชิกกลุ่มควรจะมีการกำหนดเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกัน

3.4.2 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการบนฐานสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยยุทธศาสตร์จังหวัดที่กำหนดดัชนีชี้วัดด้านสังคมไว้ควบคู่กับด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นทางกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้เกิดความประทับใจในการให้บริการและสร้างความรู้สึกปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวได้

3.4.3 การพัฒนามาตรฐานสิ่งแวดล้อมยั่งยืน การสร้างมาตรฐานที่สำคัญอีกประการที่เป็นตัวชี้วัดความยั่งยืนคือด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาธุรกิจทางการท่องเที่ยวทุกประเภทควรให้ความสำคัญต่อการสร้างและจัดการระบบสิ่งแวดล้อมที่ดี และสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการกำหนดแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ สามารถสรุปผลการวิจัยเรียงลำดับประกอบด้วย วัตถุประสงค์การวิจัย ความสำคัญของการวิจัย วิธีการดำเนินงานวิจัย การสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

5.1.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

5.1.2 เพื่อประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

5.1.3 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

5.2 ความสำคัญของการวิจัย

5.2.1 กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

5.2.2 นายกสมาคมการท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ สามารถนำแนวทางดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาเพื่อให้เกิดการบูรณาการเชื่อมโยง ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างทางบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษต่อไป

5.3 วิธีการดำเนินงานวิจัย

5.3.1 ขอบเขตเนื้อหา สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

5.3.1.1 ระยะที่ 1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้

5.3.1.2 ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย (1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ (3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

5.3.1.3 ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย (1) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (2) การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ (3) การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

5.3.2 ขอบเขตประชากร สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

5.3.2.1 ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

5.3.2.1.1 การศึกษาศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ประชากรคือ กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 148 ราย โดยแยกตามรายจังหวัดมีจำนวนสมาชิกของสมาคมแต่ละจังหวัดคือ

- (1) สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มีสมาชิกจำนวน 62 ราย
- (2) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีสมาชิกจำนวน 46 ราย
- (3) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ มีจำนวนสมาชิก 40 ราย

2) กลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) จังหวัดบุรีรัมย์ประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 9 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 6 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 3 ราย ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สถาบันการศึกษาจำนวน 2 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

(2) จังหวัดสุรินทร์ประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 11 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 5 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 3 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย หน่วยงานการท่องเที่ยวจำนวน 4 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 1 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สถาบันการศึกษาจำนวน 1 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย สถานบันเทิง/สถานประกอบการบริการสุขภาพจำนวน 2 ราย

(3) จังหวัดศรีสะเกษประกอบด้วย ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 10 ราย โรงแรม/ที่พักจำนวน 3 ราย สมาคม/องค์กรเอกชนจำนวน 4 ราย ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 2 ราย ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น/มัคคุเทศก์/รถรับจ้างจำนวน 3 ราย หน่วยงานการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการการท่องเที่ยวจำนวน 2 ราย ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมืองจำนวน 2 ราย ธุรกิจชุมชนให้บริการการท่องเที่ยวจำนวน 1 ราย สื่อมวลชนท้องถิ่นจำนวน 1 ราย

5.3.2.1.2 การประเมินศักยภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษด้วยการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างคือ นายกสมาคมท่องเที่ยว ตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวรายจังหวัด จังหวัดละ 10 ราย รวมเป็น 30 ตัวอย่าง โดยการเจาะจงกับตัวแทนที่มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาคมท่องเที่ยวจังหวัด

5.3.2.2 ระยะที่ 2 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation Influence Control : AIC) ประกอบกับเทคนิคการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เทคนิคการระดมสมอง กับกลุ่มตัวอย่างผู้นำและตัวแทนสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 จังหวัดทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังและหรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จังหวัดละ 50 ราย รวมทั้งหมด 150 ราย ได้แก่

(1) กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและหรือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวหรือที่เข้าร่วมกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งสามจังหวัด จำนวนจังหวัดละ 30 ราย รวมทั้งหมด 90 ราย

(2) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ (ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมแต่มีความต้องการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว) จำนวนจังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย

(3) ตัวแทนกลุ่มภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และตัวแทนภาคีเครือข่ายภาครัฐและชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยวและหรือผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งหมด 30 ราย

5.3.2.3 ระยะที่ 3 การตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

5.3.2.3.1 การทดลองโครงการนำร่องการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษโดยการทดลองเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยว “เส้นทางอารยธรรมวิถีวัฒนธรรมและกีฬาบุรีรัมย์” โดยใช้วิธีการเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและหรือความต้องการที่จะเข้าร่วมเดินทางตามโครงการนำร่องจำนวน 10 คน เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการอภิปรายรายคณะ

5.3.2.3.2 การอภิปรายแบบคณะ (Panel Discussion) ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ รักษาการสภา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ (ผู้ดำเนินรายการ) พร้อมด้วยสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดที่มีความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จำนวน 80 ราย

5.4 สรุปผลการวิจัย

5.4.1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ จากการศึกษาพบว่าชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ 10 ลำดับแรกคือ ไอ-โมบาย สเตเดียม/สนามช้างอินเตอร์คิตเป็นร้อยละ 92.22 รองลงมาคือห้างสรรพสินค้าโรบินสันคิดเป็นร้อยละ 86.67 อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 83.33 สวนอุทยานเขากระโดงคิดเป็นร้อยละ 78.89 ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้คิดเป็นร้อยละ 72.22 ศาลพระหลักเมืองบุรีรัมย์คิดเป็นร้อยละ 71.11 ปราสาทหินเมืองต่ำคิดเป็นร้อยละ 70.00 พุทธสถานวัดป่าเขาน้อยคิดเป็นร้อยละ 68.89 เพ ลา เพลิน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ถนนคนเดินเขาสระกวดคิดเป็นร้อยละ 60.00

ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดได้ของจังหวัดสุรินทร์ 10 ลำดับแรกคือตลาดการค้าชายแดนช่องจอมคิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือศูนย์คชศึกษา/คชสารคิดเป็นร้อยละ 86.67 หมู่บ้านช้างบ้านตากลางคิดเป็นร้อยละ 82.22 ปราสาทภูมิโปนคิดเป็นร้อยละ 74.44 ห้างสรรพสินค้าโรบินสันคิดเป็นร้อยละ 68.89 หมู่บ้านผ้าไหมท่าสว่างคิดเป็นร้อยละ 67.78 กลุ่มปราสาทตาเมือนธม คิดเป็นร้อยละ 64.44 ปราสาทศรีขรภูมิคิดเป็นร้อยละ 60.00 หมู่บ้านเครื่องเงินเขวาสินรินทร์คิดเป็นร้อยละ 53.33 อ่างเก็บน้ำห้วยเสนงคิดเป็นร้อยละ 48.89 พิพิธภัณฑ์ช้างคิดเป็นร้อยละ 38.89

ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดศรีสะเกษ 10 ลำดับแรกคือ ตลาดการค้าชายแดนช่องสะงำคิดเป็นร้อยละ 91.11 รองลงมาคือผามออีแดงคิดเป็นร้อยละ 90.00 ปราสาทเขาพระวิหารคิดเป็นร้อยละ 86.67 ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืดคิดเป็นร้อยละ 86.67 หมู่บ้านชาวเขมรรู้คิดเป็นร้อยละ 84.44 อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหารคิดเป็นร้อยละ 84.44 บ้านขุนอำไพคิดเป็นร้อยละ 81.11 สวนผลไม้อำเภอกันทรลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 78.89 ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่คิดเป็นร้อยละ 76.67

ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ 10 ลำดับแรกคือ การแข่งขันฟุตบอลสโมสรคิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือการแข่งขันรถ GT คิดเป็นร้อยละ 94.44 งานสงกรานต์ประจำปีคิดเป็นร้อยละ 87.78 ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 86.67 การแข่งเรือคิดเป็นร้อยละ 84.44 ชมปากปล่องภูเขาไฟโบราณคิดเป็นร้อยละ 77.78 ชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกผ่าน 15 ช่องประตูปราสาทหินพนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 77.78 เที่ยวชมงานลอย

กระทงคิดเป็นร้อยละ 75.56 ประเพณีปราสาทเมืองต่ำคิดเป็นร้อยละ 74.44 งานกาชาดจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 72.22

ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดสุรินทร์ 10 ลำดับแรกคือ การชมการแสดงช้างโลกคิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาก็คืองานสงกรานต์ประจำปีคิดเป็นร้อยละ 86.67 งานข้าวหอมมะลิอินทรีย์คิดเป็นร้อยละ 85.56 งานกาชาดจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 83.33 การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอมคิดเป็นร้อยละ 82.22 การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์คิดเป็นร้อยละ 82.22 การชมการแสดงช้างแสนรู้ ณ ศูนย์ศึกษาคิดเป็นร้อยละ 80.00 งานมหกรรมสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 80.00 งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP คิดเป็นร้อยละ 76.67 การตักบาตร/แต่งงานบนหลังช้างคิดเป็นร้อยละ 75.56

ชนิดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดศรีสะเกษ 10 ลำดับแรกคือ มหกรรมชมซื้อปสวนผลไม้คิดเป็นร้อยละ 92.22 รองลงมาก็คือการเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 91.11 ประเพณีปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 88.89 ชมงานวันดอกลำดวนบาน คิดเป็นร้อยละ 87.78 การชมการแสดงสัตว์น้ำจัด คิดเป็นร้อยละ 87.78 การแข่งเรือราศีไศล คิดเป็นร้อยละ 85.56 การแข่งขันฟุตบอลสโมสร คิดเป็นร้อยละ 83.33 ประเพณี 4 เผ่าไท คิดเป็นร้อยละ 81.11 การชมตะวันขึ้นที่ผามออีแดง คิดเป็นร้อยละ 80.00 ชมซื้อปไถ่ย่างห้วยทับทันคิดเป็นร้อยละ 80.00

ชนิดที่พักของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้พบว่าอันดับที่หนึ่งคือโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาก็คือบูติก รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 77.78 รีสอร์ทและสปาคิดเป็นร้อยละ 72.22 คอนโด/อพาร์ทเมนต์และแมนชั่น คิดเป็นร้อยละ 72.22 เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 64.44 วิลล่า คิดเป็นร้อยละ 45.56 B&Bsและเกสต์เฮาส์คิดเป็นร้อยละ 44.44 กระท่อมและบังกะโลคิดเป็นร้อยละ 40.00 โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 37.78 บ้านพักเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 32.22 บ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 17.78 และที่พักระยะยาว คิดเป็นร้อยละ 13.33

ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้อันดับหนึ่งคือการพักผ่อน/ความผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 98.89 รองลงมาก็คือความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 97.78 ความแปลกแตกต่างจากที่เคยได้พบมา/มีความมหัศจรรย์ คิดเป็นร้อยละ 96.67 การมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 95.56 การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 94.44 การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 93.33 การมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 91.11 ความรื่นรมย์บันเทิงใจ คิดเป็นร้อยละ 90.00 ความทรงจำที่ดี คิดเป็นร้อยละ 88.89 การเกิดประสบการณ์ชีวิตแบบใหม่ คิดเป็นร้อยละ 87.78 การได้รับความสุขกายสบายใจ คิดเป็นร้อยละ 87.78 ความน่าค้นหา น่าติดตาม คิดเป็นร้อยละ 83.33 ความประทับใจคิดเป็นร้อยละ 83.33 การได้ลุ้นและเชียร์ คิดเป็น

ร้อยละ 80.00 การส่งเสริมสุขภาพที่ดี คิดเป็นร้อยละ 77.78 การได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 76.67 ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 75.56 ความรู้ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 63.33 และการได้แสดงออกถึงความสามารถ คิดเป็นร้อยละ 62.22

สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้อันดับที่หนึ่งคือคุณภาพของที่พักอาหารและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 94.44 รองลงมาคือการต้อนรับของผู้ประกอบการสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 86.67 ความพร้อมของสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 82.22 จำนวนพนักงานบริการหรือผู้ให้บริการเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 80.00 และจุดบริการแก่นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 74.44

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่หนึ่งคือ การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 94.44 รองลงมาคือการคมนาคม/การจราจร คิดเป็นร้อยละ 88.89 สื่อออนไลน์สารสนเทศทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.89 และป้ายบอกทางและแผนที่การเดินทาง/คู่มือการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 87.78

ความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่หนึ่งคือความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือการมีข้อมูล/แหล่งติดต่อสอบถามและแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย คิดเป็นร้อยละ 95.56 การจัดการทรัพยากรในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 77.78 ความสามารถทางจัดการเจ้าบ้าน ผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 92.22 และความรับผิดชอบของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 94.44

การสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องพบว่าอันดับที่หนึ่งคือโครงการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมาคือความร่วมมือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 84.44 และการแบ่งปันทรัพยากรทางการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 72.22

ปัจจัยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ลำดับที่หนึ่งคือ กิจกรรมท่องเที่ยวจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 97.78 รองลงมาคือ แหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 96.67 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบท่องเที่ยวจำนวน 85 คนคิดเป็นร้อยละ 94.44 ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเจ้าของและผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 94.44 โครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องจำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 93.33 ความร่วมมือกับชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือสินค้า OTOP ท้องถิ่นจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ความร่วมมือทางทรัพยากร

ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลักและที่เกี่ยวข้อง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 เส้นทางทางคมนาคม จำนวน 69 คิดเป็นร้อยละ 76.67

5.4.2 การประเมินศักยภาพสภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

จากการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ส่วนใหญ่มีการกระจายตัวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ มีเพียงสามแหล่งที่กระจายตัวไปยังอำเภอต่าง ๆ คือ เพ ลา เพลินบุรีดิเรกสมันต์ แอวดวนเจอรแคมป์ในอำเภอกูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ปราสาทเมืองต่ำในอำเภอประโคนชัย และหากทำการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดสุรินทร์จะพบว่าเส้นทางปราสาทเมืองต่ำไปยังปราสาทตาหมื่นใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 57 นาที อีกทั้งยังพบว่าถนนคนเดินเขาสระกวนั้นจะเปิดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ในช่วงเย็นซึ่งเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเวลาเย็นเมื่อมีการหยุดพักค้างคืนที่จังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดสุรินทร์มีการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวไปยังจุดต่าง ๆ ของตัวจังหวัด และในแต่ละจุดสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม อำเภออาข่าสามารถเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวกับประเทศกัมพูชาได้ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดศรีสะเกษสามารถทำได้หลายช่องทาง อาทิเช่น เส้นทางจากปราสาทภูมิโปนไปยังด่านชายแดนช่องสง่างใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 44 นาที หรือจากปราสาทปราสาทศรีขรภูมิไปยังวัดสระกำแพงใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 38 นาที แต่ยังมีจุดที่ต้องให้ความสำคัญคือปราสาทตาหมื่นธรมซึ่งอยู่ใกล้เขตชายแดนประเทศกัมพูชามาก ดังนั้นการเที่ยวชมจึงควรอยู่เฉพาะภายในเขตปราสาทเท่านั้น ไม่ควรเดินออกไปไกลจากแนวต้นไม้รอบปราสาทเพราะพื้นที่นี้ยังไม่ปลอดภัย

จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งในด้านการเรียนรู้ที่มีความทันสมัย ด้านวัฒนธรรม ด้านโบราณสถาน ด้านธรรมชาติ ด้านการค้าชายแดน และการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวไปยังประเทศกัมพูชา อีกทั้งพบว่าเส้นทางท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงได้เป็นวงที่สามารถกลับมายังจังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์โดยสามารถออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำในจุดเดิมได้

ศักยภาพขนิດกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ พบว่าทุกเดือนจะมีช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยจังหวัดศรีสะเกษมีช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมมากที่สุด รองลงมาคือสุรินทร์และบุรีรัมย์ ส่งผลทำให้สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างสามจังหวัดได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งพบว่าคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ใน

ประเด็นการมีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น การมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ และการมีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจนั้นเป็นต้นทุนที่แต่ละจังหวัดมีอยู่แล้ว แต่ควรมีการแก้ไขปรับปรุงในประเด็นการจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีกระจายตัวออกไปนอกเมือง ควรมีการจัดมาตรฐานคุณภาพที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ และการให้ความสำคัญในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความประทับใจ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ประจำจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ มีจำนวนน้อยไม่สามารถให้บริการด้านความรู้ และการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ดังนั้นควรให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และควรมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานทางการท่องเที่ยวโดยการสร้างเป็นเครือข่ายมากขึ้นโดยไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้นแต่ควรมีการเชื่อมโยงทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ นับตั้งแต่การคมนาคมที่มีความสะดวกสามารถเดินทางได้หลายวิธีการ การมีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน ที่พักและร้านอาหารซึ่งมีจุดขายที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้า การเพิ่มสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นสถานที่ทั้งทางธรรมชาติหรือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี การมีกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ และสุดท้ายคือการส่งต่อนักท่องเที่ยวจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยอาจจะทำให้รูปแบบการให้บริการส่งต่อระหว่างผู้ประกอบการ การให้คำแนะนำ หรือตัวแทนจัดการเดินทาง และควรมีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการสามจังหวัดในการทำงานเป็นเครือข่ายและพันธมิตรมากขึ้น โดยให้มีขอบเขตความร่วมมือที่กว้างทั้งผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

5.4.3 การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

จากการศึกษาพบว่าข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ประกอบด้วย

วิสัยทัศน์ : “การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ หลากหลายวิถีวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ บนมาตรฐานที่มั่นใจ”

ภารกิจ

1. การพัฒนาการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

2. การส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วยการอนุรักษ์ และเผยแพร่ ผลิตผลทางการเรียนรู้
3. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยวให้คุณภาพ มาตรฐาน
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดโดยส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด

5. การส่งเสริมกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวมีพื้นฐานจากอัตลักษณ์ที่โดดเด่น
3. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
4. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
5. การเป็นแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานตามกำหนด

ตัวชี้วัดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563)

1. รายได้จากนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
2. อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
3. อันดับความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น
4. การกระจายการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
5. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรอง

อย่างน้อย 10 แหล่ง/สถานประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม

โดยเน้นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

1.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

1.1.1 การบูรณาการความร่วมมือเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เพื่อกระตุ้นและสร้างแผนความร่วมมือกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตามโปรแกรมและกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ เช่น เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมและกีฬาศรีบุรีรินทร์ เส้นทางอารยธรรมศรีบุรีรินทร์ เส้นทางสายไหมศรีบุรีรินทร์ เส้นทาง 2 ช่องท่องเที่ยวอารยธรรมไทย-กัมพูชา เส้นทางวิถีสายสัมพันธ์ไทย-กัมพูชา เส้นทางท่องเที่ยวปราสาทศรีบุรีรินทร์ เส้นทางมทรรณเมืองกีฬาโลก เส้นทางวิถีเมืองช้างโลก เส้นทางมทรรณอาหารศรีบุรีรินทร์ เป็นต้น ด้วยโครงการสำรวจและตรวจสอบคุณภาพเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพด้วยรูปแบบคาราวาน

รถยนต์ จากกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ เพื่อนำเสนอและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดนาร่องต่อไป โดยสร้างความร่วมมือทางด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานท่องเที่ยวในพื้นที่

1.1.2 การจัดกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีเชื่อมโยงกันกลุ่มจังหวัดศรีบุรีรัมย์ต่อเนื่อง โดยมีการส่งเสริมและหรือการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาคีเครือข่าย การท่องเที่ยวตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยว (ฮิต 12 ครอง 14) ของกลุ่มจังหวัดต่อเนื่องกันตลอดปี เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตามช่วงงานเทศกาล ประเพณีของแต่ละจังหวัดและทั้ง 3 จังหวัด โดยการผสมผสานหรือสลับแผนและโครงการตามปฏิทินเทศกาลและประเพณีการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดเป็นหลักเกณฑ์ ซึ่งจะสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวได้ต่อเนื่องทุกเดือนและตลอดปี

1.2 กลุ่มท่องเที่ยวและการแข่งกีฬาสาธิตผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ด้วยการสร้างและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาให้มีความหลากหลายและกิจกรรมทางกายภาพที่เล่นเพื่อความเพลิดเพลินด้วยการกีฬาและนันทนาการ โดยจัดกิจกรรมหรือสินค้าและบริการตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (Lifestyle of Target Group Tourism) ได้แก่ กลุ่มนักแข่งกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวชมและเชียร์กีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมทางกีฬา กลุ่มนักท่องเที่ยวกีฬาผจญภัย โดยเริ่มต้นจากแหล่งท่องเที่ยวกีฬาหลัก เช่น สนามไอ-โมบาย สเตเดียม สนามช้างอินเตอร์ เนชั่นแนล เซอร์กิต ด้วยกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอล การแข่งรถระดับชาติและนานาชาติ จากนั้นทำการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวทางด้านสุขภาพทั้งแบบมาตรฐานสากลแพทย์ปัจจุบัน (วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ) และแบบแพทย์แผนไทยหรือแพทย์ทางเลือก (แผนโบราณพื้นบ้าน) เช่น การผ่อนคลายหลังจากแข่งและชมกีฬาด้วยการนวดแผนไทย นวดบำบัด การนวดน้ำมันมะพร้าว การนวดลูกประคบสมุนไพร อบสมุนไพร ทานอาหารสุขภาพ พื้นบ้าน นอนพักบ้านดิน เป็นต้น

1.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

1.3.1 การส่งเสริมโครงการฟื้นฟูอนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ โดยการสนับสนุนการจัดโครงการฟื้นฟู อนุรักษ์และเผยแพร่การเล่นพื้นบ้านและกีฬาอีสานใต้ หรือศรีบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชน นักเรียน และนักศึกษา รวมทั้งประชาชนทั่วไปเกิดการเรียนรู้ พื้นฟู อนุรักษ์ สืบสาน และพัฒนาวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอีสานใต้ให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการคัดเลือกกิจกรรมกีฬาและการเล่นพื้นบ้านในแต่ละจังหวัดโดยแบ่งตามชาติพันธุ์ หรือเอกลักษณ์จังหวัด

1.3.2 การพัฒนาเป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยวกีฬา วิถีวัฒนธรรมเกษตรสุขภาพ (Hub of Sport Agricultural and Health Tourism) โดยการสร้างและพัฒนาให้จังหวัดบุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยวกีฬา เกษตรและสุขภาพวิถีวัฒนธรรมและเชื่อมโยงไปจังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ ทั้งนี้ต้องมีการบูรณาการและเชื่อมโยงเพื่อสร้างความสมดุลการกีฬาเชื่อมการเกษตรโดยมีสุขภาพมาร่วมด้วย ซึ่งจะส่งผลต่อชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรกรจะได้รับประโยชน์ในระยะยาวด้วยการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายและมีความเป็นมืออาชีพด้านกีฬา เกษตรเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นการรองรับและเป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หรือกลุ่มผู้มีความสนใจด้านสุขภาพที่มีความต้องการมาพักผ่อน ฟันฟูสุขภาพเป็นช่วงเวลา มีโปรแกรมทางการท่องเที่ยวกีฬาและสุขภาพบำบัดฟื้นฟู อาหารเพื่อสุขภาพและปลอดภัย เป็นต้น

1.4 การท่องเที่ยวเชื่อมโยง 3 ฤดูกาลแห่งอีสานใต้ โดยมีการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาลอิงเกณฑ์ภูมิอากาศและช่วงเวลา เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ตลอดปี ประกอบด้วย 3 เส้นทางหลักคือ

(1) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงหน้าหนาวหรือช่วงเดือนตุลาคม-มกราคม คือ เส้นทางนั่งช้าง (หมู่บ้านช้างสุรินทร์) ชมหมอก (ผามออีแดง ศรีสะเกษ) สวนดอกไม้ (เพ ลา เพลิน บุรีรัมย์)

(2) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงฤดูร้อนหรือช่วงเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม คือ เส้นทางเฮาบึงเอนขวัญปีใหม่ไทย (งานสงกรานต์)

(3) เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวช่วงฤดูฝนหรือช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายน คือ ปลูกผลไม้ (ชมชิมซื้อผลไม้ศรีสะเกษ) วิถีชุมชน (วัฒนธรรมชะแมร์ กวย) คนรักกีฬา (สนามกีฬาไอโมบาย และสนามช้างจังหวัดบุรีรัมย์) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกลุ่มจังหวัด

โดยการเน้นการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

2.1 การพัฒนาแหล่งและสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 แนวทางย่อย คือ

2.1.1 การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับกลุ่มจังหวัด โดยสร้างวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาของกลุ่มจังหวัดที่มีทิศทางนำไปสู่การเป็น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการที่เป็นเลิศ หรือการสร้างเมืองแห่งกีฬา (Sport City) โดยมีการลงทุนพัฒนาระดับโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา การส่งเสริมกิจกรรมทางการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์

และช่องทางการตลาดบนฐานการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) การพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น

2.1.2 การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาและวัฒนธรรม โดยการกระตุ้นการลงทุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาที่มีศักยภาพดึงดูดทางการท่องเที่ยวสูงของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นด้วยความคิดสร้างสรรค์ ความอสังการ ความเป็นมาตรฐานที่ยอมรับในระดับโลก ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ ความประณีตเฉพาะ ความรวดเร็ว การเป็นผู้นำสินค้าและบริการใหม่ หรือความครบถ้วนทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.1.3 การสร้างแหล่งท่องเที่ยวครบวงจรและขนาดใหญ่ โดยเน้นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีการศักยภาพดึงดูดสูงหรือเป็นแลนด์มาร์คแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เป็นการเสริมศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่สามารถเป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวและรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ หรือจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ ได้มากขึ้น เช่น การโหนสลิงข้ามหุบเขาหรือวิวทุ่งนา เป็นต้น

2.1.4 การสร้างศูนย์บริการทางการกีฬาในเขต 3 จังหวัด โดยการสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการทางสถานบริการสุขภาพและกีฬาในการสร้างมาตรฐานการบริการและการประกอบการในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ซึ่งอาจบูรณาการกับภาคีหน่วยงานภาครัฐที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาทางด้านกีฬาในการสร้างความร่วมมือร่วมกัน เช่น ความร่วมมือกับการกีฬาแห่งประเทศไทยที่กำลังจะดำเนินการพัฒนาและยกระดับศูนย์บริการทางการกีฬาส่วนกลางและภูมิภาคให้ได้มาตรฐานและครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดการศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติในการเก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาให้ได้มาตรฐานในรูปแบบศูนย์ฝึกอบรมการกีฬาแห่งประเทศไทย (National Training Center : NTC) เพื่อให้เป็นศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐานและครบวงจร ทั้งในด้านสถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อม สถานที่พักนักกีฬา สถานที่บริการ ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในสาขาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการทางการกีฬา ได้แก่ นักกีฬามหาวิทยาลัย การกีฬา ประชาชนทั่วไป หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ

2.2 กิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

2.2.1 การส่งเสริมศักยภาพเพื่อยกระดับอันดับผลการแข่งขันระดับคุณภาพด้วยการชนะเลิศการแข่งขันและได้ครองถ้วยแชมป์การแข่งขันทุกระดับ หรือมีสถิติการแข่งขันที่ยอมรับระดับชาติและนานาชาติ

2.2.2 การจัดกิจกรรมระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่ การส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติในพื้นที่จังหวัดเพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

เช่น การประกวดวงโยธวาทิตโลก การแข่งขันซูเปอร์ GT ระดับโลก มหกรรมงานเลี้ยงช้างโลก งานแสดงช้างระดับโลก โดยการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ดังกล่าวจะส่งผลต่อการกระตุ้นทางเศรษฐกิจและการสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่และสามารถสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้เพิ่มเติมในช่วงเวลาก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว

2.3 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

2.3.1 การบูรณาการและเชื่อมโยงการตลาดร่วมกัน โดยมีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์และแนวทางการท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ หรือการท่องเที่ยวศรีบูรินทร์ โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ หรือระหว่างจังหวัด การส่งเสริมการตลาดระหว่างกลุ่ม ด้วยการจัดโครงการสร้างความร่วมมือระหว่างคลัสเตอร์การท่องเที่ยว เช่น การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบูรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมและประเทศลาว การเชื่อมโยงคลัสเตอร์ศรีบูรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวลำปาง เป็นต้น

2.3.2 การพัฒนาระบบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Tourism) การนำเสนอบริการด้วยสารสนเทศและเทคโนโลยีสมัยใหม่ผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ (Digital Tourism) เช่น ระบบติดต่อซื้อ-ขายบริการอัตโนมัติ ระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ระบบค้นหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวออนไลน์ ระบบบริการสารสนเทศและการปิดการขายด้วยระบบออนไลน์ ระบบอัตโนมัติห้องพักโรงแรม ระบบการสั่งอาหารด้วยมือถือ เป็นต้น

2.4 ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก ผู้สนับสนุนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการบูรณาการและเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ การกำหนดแนวปฏิบัติและมาตรฐานการแบ่งปันทรัพยากรและความร่วมทางการค้าระหว่างสมาชิกเครือข่ายเพื่อสร้างขีดความสามารถและศักยภาพทางการบริการเพิ่มขึ้น อาทิ การวางมาตรฐานราคาและส่วนลดพิเศษทางธุรกิจแก่ธุรกิจเพื่อนสมาชิกร่วมกัน การเชื่อมโยงโปรแกรมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนสมาชิกโรงแรมที่พักและร้านอาหาร การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรร่วมกันระหว่างกลุ่มประเภทธุรกิจเดียวกัน การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับเพื่อนสมาชิกกลุ่มชุมชนในพื้นที่ การได้รับสิทธิการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนและพัฒนาทางการตลาดจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว

โดยเน้นการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ประกอบด้วย 4 ข้อเสนอเชิงนโยบายหลักคือ

3.1 การจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 แนวทางย่อยคือ

3.1.1 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวระดับศรีบูรินทร์ โดยกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเสริมจากธุรกิจหลัก ด้วยการวางทิศทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ คือ โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ที่มีศักยภาพและหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ร่วมกันสร้างมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสร้างเพิ่มมูลค่าและคุณค่าสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ เป็นต้น

3.1.2 การพัฒนามาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ สู่อาเซียน สอดคล้องกับการส่งเสริมและพัฒนาตามโครงการจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยกิจกรรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านทักษะภาษาอังกฤษและประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา) ควรส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานโดยเฉพาะกลุ่มบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในระดับมาตรฐานอาเซียน เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้านอาเซียนของประเทศไทย และสามารถขยายการบริการทางการนำเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนได้มากขึ้น

3.1.3 การพัฒนามาตรฐานร้านอาหารปลอดภัย ปัจจุบันมีการออกกฎหมายและคุ้มครองทรัพย์สินและสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ โดยเฉพาะผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ควรจะมีการส่งเสริมและการจัดการควบคุมเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านร้านอาหารปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกไว้วางใจในการรับบริการแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.1.4 การพัฒนามาตรฐานครัวไทยสู่ครัวโลก ยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศที่สำคัญวาระหนึ่งคือ การพัฒนาครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรจะมีการส่งเสริมและการพัฒนาผู้ประกอบการสมาชิกพัฒนาสินค้าและบริการด้านอาหารไทยให้ได้มาตรฐานและมีความคิดสร้างสรรค์นำภูมิปัญญาด้านอาหารของไทยประยุกต์ให้มีมาตรฐานด้านรสชาติและการใช้วัตถุดิบที่ประยุกต์ได้ให้เข้ากับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถรับประทานได้ หรือให้พัฒนาสูตรให้เป็นสากลมากขึ้น

3.2 การต้อนรับและการบริการของบุคลากร ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

3.2.1 การพัฒนามาตรฐานการบริการ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการควรต้องคำนึงถึงมาตรฐานคุณภาพด้านการบริการเป็นหลักแก่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ

โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะบ่งบอกถึงการบริการที่จะต้องสร้างความประทับใจ นอกจากการเรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชน ตลอดจนทั้งการท่องเที่ยวด้านกีฬา และนันทนาการก็เช่นเดียวกัน ดังนั้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรที่จะสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ควรมีมาตรฐานการบริการเดียวกัน เพื่อสร้างเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัด

3.2.2 การพัฒนาบุคลากรทางสายวิชาชีพทางกีฬาและการท่องเที่ยว (The Profession of Sports and Tourism) โดยต้องมีการวางแผนด้านบุคลากรที่มีคุณวุฒิและได้มาตรฐานทางวิชาชีพในพื้นที่กับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อผลิตบุคลากรตามมาตรฐานหลักสูตรสายวิชาการและวิชาชีพ เฉพาะทางด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและสุขภาพ ได้แก่ บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ บุคลากรด้านมัคคุเทศก์ บุคลากรด้านนันทนาการ บุคลากรด้านการบริการ โรงแรมที่พัก บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร บุคลากรด้านการสปาและเสริมความงาม เป็นต้น เพื่อส่งต่อระดับงานให้แก่สถานประกอบการทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกีฬา

3.3 ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 แนวทางย่อยคือ

3.3.1 การพัฒนามาตรฐานการบริษัชนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ดีทะเบียน ด้วยพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มีความมุ่งเน้นที่จะให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและสามารถเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการธุรกิจที่มีมาตรฐาน ดังนั้นกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการกำหนดมาตรฐานของบริษัชนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สมาชิกให้ปฏิบัติตามมาตรฐานกลางอย่างเคร่งครัด หรือส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มพัฒนาให้ได้การรับรองมาตรฐานระดับคุณภาพขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว และมีบัตรมัคคุเทศก์เพื่อจะได้สร้างความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3.3.2 การพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกโดยเฉพาะกลุ่มประเภทโรงแรมและที่พักมีการสร้างมาตรฐานสถานประกอบการที่พักสีขาว ตามแนวทางของการส่งเสริมและพัฒนาของกรมส่งเสริมสิ่งแวดลอมหรือเพื่อสร้างการยอมรับในมาตรฐานและการให้บริการเฉพาะที่มีเอกลักษณ์การส่งเสริมและรักษาสิ่งแวดล้อมตามแนวโน้มของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3.4 ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 แนวทางย่อยคือ

3.4.1 การพัฒนามาตรฐานราคาสินค้าและบริการที่เป็นธรรม โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ จะต้องร่วมกันสร้างมาตรฐานด้านราคาสินค้าและบริการให้มี

ทิศทางเดียวกัน และมีการจัดการควบคุมราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสม เช่น ค่าที่พักโรงแรมที่มีเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพและราคาเดียวกัน ราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันมีการกำหนดชุดราคาเดียวกัน ราคาค่าบริการขนส่งโดยสารมีเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งสมาชิกกลุ่มควรจะมีการกำหนดเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกัน

3.4.2 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการบนฐานสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี โดยยุทธศาสตร์จังหวัดที่กำหนดดัชนีชี้วัดด้านสังคมไว้ควบคู่กับด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นทางกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสังคมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้เกิดความประทับใจในการให้บริการและสร้างความรู้สึกลดรอยแก่นักท่องเที่ยวได้

3.4.3 การพัฒนามาตรฐานสิ่งแวดล้อมยั่งยืน การสร้างมาตรฐานที่สำคัญอีกประการที่เป็นตัวชี้วัดความยั่งยืนคือด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาธุรกิจทางการท่องเที่ยวทุกประเภทควรให้ความสำคัญต่อการสร้างและจัดการระบบสิ่งแวดล้อมที่ดี และสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ควรมีการกำหนดแนวปฏิบัติร่วมกัน หรือการบันทึกข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

5.5 การอภิปรายผล

5.5.1 การเชื่อมโยงทางการคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวของเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ จากการวิเคราะห์ตำแหน่งทางพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดการท่องเที่ยวภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัดพบว่าการเชื่อมโยงในเส้นทางการคมนาคมที่เป็นเส้นทางเดียวกันโดยในจังหวัดบุรีรัมย์พบว่าแหล่งท่องเที่ยว 7 ใน 10 อันดับแรกที่มีการกระจายตัวอยู่ภายในจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทาง สามารถมีกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ทั้งวันสอดคล้องกับการศึกษา (สมาพร คล้ายวิเชียร, เกษสุตา บุรณพันธ์ศักดิ์และกัญธิมา นาคินชาติ. 2550 : 111) ที่พบว่าส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทางและต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความหลากหลาย ในขณะที่เดียวกันก็พบว่าการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดการท่องเที่ยวในการเดินทางจากจังหวัดหนึ่งไปอีกจังหวัดหนึ่งใช้ระยะเวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ไม่เกินหนึ่งชั่วโมง กล่าวคือจากปราสาทเมืองต่ำในอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ไปยังปราสาทตาเหมือน อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ใช้เวลาประมาณ 57 นาที การเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดสุรินทร์ไปจังหวัดศรีสะเกษก็สามารถทำได้หลายช่องทาง เช่น จากปราสาทภูมิปโนในเขตพื้นที่อำเภอสังขะ ไปยังด่านชายแดนช่องสะงำในเขตพื้นที่อำเภอภูสิงห์ใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ

44 นาที หรือจากปราสาทปราสาทศรีขรภูมิในเขตพื้นที่อำเภอศรีขรภูมิไปยังวัดสระกำแพงใหญ่ในเขตพื้นที่อำเภออุทุมพรพิสัยใช้เวลาในการเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 38 นาที อีกทั้งสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศกัมพูชาโดยจุดผ่านแดนที่ช่องจอม จังหวัดสุรินทร์และช่องสะง่า จังหวัดศรีสะเกษ สอดคล้องกับการศึกษาของ อนรรตน์ อินทร (2551 : 132) ที่พบว่าการมีเส้นทางเชื่อมโยงกับจังหวัดข้างเคียงและความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านเป็นจุดแข็งที่สำคัญของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเขมบวชเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

การมีเส้นทางเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชานั้นนับเป็นศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ทั้งนี้เนื่องจากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชาที่เพิ่มขึ้น โดยแรงขับเคลื่อนที่สำคัญคือการท่องเที่ยว ในปีพ.ศ. 2559 กัมพูชามีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 3.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ผู้จัดการออนไลน์. 2560 : 1) ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวกับประเทศกัมพูชาซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเชษฐพงศ์ ใจสมบูรณ์, กิตติรัตน์ สืบพันธ์และอรรด นันทจักร (2555 :32) ที่เห็นว่าพื้นที่ระหว่างประเทศไทยและประเทศกัมพูชามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงทรัพยากรทางธรรมชาติ ทางธรณีวิทยาในการเคยเป็นภูเขาไฟมาก่อน และในเชิงประวัติศาสตร์ อีกทั้งจากการศึกษา (อำพา แก้ววง. 2555 : 102) พบว่าจังหวัดอุดรธานีของประเทศกัมพูชาเป็นเส้นทางเชื่อมโยงการค้าที่สำคัญผ่านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นที่ตั้งของวิทยาลัยกัมปงเมอเตียล ทำให้ชาวกัมพูชามีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยซึ่งจะเป็นผลดีต่อการขยายการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษไปยังประเทศกัมพูชา

5.5.2 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษมีความหลากหลายของชนิดกิจกรรมที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวและมีการสร้างอัตลักษณ์ไปในทิศทางเดียวกัน จากการศึกษาพบว่าจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเน้นการเป็นเมืองแห่งกีฬาที่นอกจากจะดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยการแข่งขันฟุตบอลสโมสรและการแข่งรถแล้ว ยังมีสินค้าและบริการที่รองรับรูปแบบการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวในเชิงกีฬา อาทิเช่น การมีโรงแรมสถานที่พักใกล้สนามแข่งรถโดยใช้เวลาเดินทางไม่นาน หรือการมีโรงแรมที่ออกแบบเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ขอการแข่งขันคือโรงแรม บริกซ์ บ็อกซ์ บุรีรัมย์ (Bric Box Buriram) ที่สามารถชมการแข่งขันรถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ จากหน้าห้องพักได้ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการปั่นจักรยานเพื่อเที่ยวชมบริเวณภายนอกสนามฟุตบอล สนามแข่งรถ คอมมูนิตี้ มอลล์ (Community Mall) การเข้าชมสนามฟุตบอลซึ่งสามารถชมฟรีโดยการลงทะเบียนด้านหน้าทางเข้าตั้งแต่เวลา 9.00-16.00 น. ยกเว้นวันที่มีการแข่งขันจะเปิดให้เข้าชมถึงเวลา 12.00 น. การมีกิจกรรมเกี่ยวกับความเร็วและการผจญภัย ไม่ว่าจะเป็นสนามโกคาร์ทซึ่งอยู่ไม่ไกลสนามฟุตบอลหรือการเล่นเครื่องเล่นที่เพ ลา เพลินบุตติ รีสอร์ท

แอนด์ แอดเวนเจอร์ แคมป์ การมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่เปิดให้บริการอย่างหลากหลาย และในเวลาเย็นบริเวณด้านหน้าสนามฟุตบอลจะมีประชาชนทุกเพศทุกวันมาออกกำลังกาย และเล่นกีฬา และในช่วงค่ำของทุกวันศุกร์บริเวณหลักสนามฟุตบอลจะมีการแข่งรถจักรยานยนต์แบบถูกกฎหมายโดยมีการเงินรางวัลในการแข่งขันตั้งแต่เวลา 20.00 -23.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (Syked and Kelly. 2014 : 92) ที่เห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวที่ในเชิงกีฬาทางความเร็วต้องมีการเรียนรู้ทัศนคติในการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและบริการให้รองรับรูปแบบการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง ประเพณีปราสาทเมืองต่ำ ที่สะท้อนถึงอารยธรรมเช่นเดียวกับจังหวัดสุรินทร์ และศรีสะเกษ

จังหวัดสุรินทร์มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้านการเลี้ยงช้าง การทอผ้าไหมและข้าวหอมมะลิ ซึ่งจะเห็นได้ว่าหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงประชาชนต่างพร้อมใจกันในการแสดงออกถึงความโดดเด่นดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตของคนและช้างที่แสดงได้เห็นถึงประเพณี วัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดเป็นความผูกพันระหว่างคนและช้าง เช่น การตัดบตร่วมกับโขลงช้างในวันช้างไทย การแต่งงานบนหลังช้าง การแสดงความสามารถของช้างในช่วงเทศกาลวันสำคัญอาทิเช่น การแสดงฉากคล้องช้าง การแสดงฉากยุทธหัตถี ฉากการแสดงความสามารถของช้างแสนรู้ อีกทั้งในการงานแสดงความเป็นถิ่นผ้าไหมงามโดยการจัดนิทรรศการหมู่บ้านท่องเที่ยวไหม ผ้าไหมยกทองโบราณ ผ้าไหมพื้นเมือง การย้อมผ้าไหมสีธรรมชาติ ผ้าไหมโสร่งหางกระรอก การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและผลิตผ้าไหมของวัฒนธรรมชาวกูยอย่างครบวงจร การเปิดแสดงผ้าไหมพื้นเมืองโบราณ นิทรรศการ ภูมิปัญญาผ้าไหมไทยของสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ อีกทั้งมีกิจกรรมการประกวดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจากการศึกษา (คณะนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. 2554 : 178) พบว่าจังหวัดสุรินทร์เป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมกลุ่มออสโตรเอเชียติกที่มีความเจริญมาตั้งแต่มยุคก่อนประวัติศาสตร์และมีการสร้างสรรค์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม และยึดมั่นในวัฒนธรรมอย่างเหนียวแน่น มีแหล่งเรียนรู้ที่เป็นทุนทางปัญญาและทุนทางสังคม ซึ่งในทัศนะของอินทรา พงษ์นาคและศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2558 : 221) เห็นว่าการนำอัตลักษณ์ทางสังคมเป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดคุณค่าเช่นเดียวกับการศึกษาของเปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์ (2560 : 883-884) ที่เห็นว่าภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์เป็นเครื่องมือในการแสดงความเป็นตัวตนและเป็นปัจจัยทำให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณี (รพีพรรณ จันทับและลินจง โพชาริ. 2560 : 57) ในขณะเดียวกันก็ได้มีการออกแบบการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมด้วยซึ่งนับเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดความเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์และสุชาติ ฉันทสำราญ. 2558 : 576)

จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเชิงกีฬาและนันทนาการ เช่น การแข่งเรือยาว การแข่งขันฟุตบอล สโมสร การชมซื้อปศุสัตว์ผลไม้ การชมซื้อปศุสัตว์หายาก ห้วยทับทัน การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ หรือเชิงวัฒนธรรม เช่น ประเพณีวัดสระกำแพงใหญ่ ประเพณีสีเผ่าไท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสัมฤทธิ์ แพรงงาม (2553 : 62) ที่พบว่าการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมชุมชนระหว่างพื้นที่ใกล้เคียงที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน รวมถึงการสร้างเครือข่ายชุมชน เช่น ประชาชนชาวบ้าน เครือข่ายการท่องเที่ยวระดับชุมชน การส่งเสริมเครือข่ายระหว่างชุมชน จะทำให้เกิดความหลากหลายในการท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งเป็นจังหวัดที่ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมมากที่สุดในสามจังหวัดทำให้การเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษมีความน่าสนใจและหลากหลายมากขึ้นเช่นเดียวกับการการศึกษา (Sotiriadis and Gursoy. 2016 : 217) ที่เห็นว่าจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่คำนึงถึงทางวัตถุเท่านั้น แต่รวมถึงการได้รับประสบการณ์ที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย

3. การสร้างศักยภาพทางความพร้อมในเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในประเด็นของการเดินทางเส้นทางการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์สามารถทำได้ทั้งรถโดยสารสาธารณะ รถยนต์/จักรยานยนต์ส่วนตัว และเครื่องบิน โดยมีสายการบินนกแอร์และแอร์เอเชียเปิดให้บริการบินตรงจากสนามบินดอนเมือง ซึ่งมีความสะดวกทั้งนี้เพราะสนามบินจังหวัดบุรีรัมย์ตั้งอยู่ในอำเภอสตึกซึ่งห่างจากตัวเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ประมาณ 50 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดสุรินทร์ประมาณ 70 กิโลเมตร และมีบริการรถรับส่งไปยังตัวเมืองบุรีรัมย์และสุรินทร์ สอดคล้องกับการศึกษาของอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ (2553 : 128) ที่พบว่าสิ่งสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพคือความพร้อมของถนนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมที่สะดวกและป้ายบอกทางที่ชัดเจน ในประเด็นความพร้อมของการเข้าถึงนั้นเห็นว่าด้านการเข้าถึงพบว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลที่สำคัญคือการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตทุกรูปแบบโดยไม่ควรเป็นการสื่อสารทางเดียวก้าวคือ ในรูปแบบของการให้ข่าว ประชาสัมพันธ์จากกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษแต่เพียงอย่างเดียวแต่ควรใช้สื่อในยุคออนไลน์เป็นสื่อหลักอย่างสมบูรณ์คือ การที่นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและทำการบอกต่อในจำนวนที่มากกว่าหรือในขอบเขตที่กว้างขวางกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา (Mon and Lee. 2015 : 292) ที่พบว่าพื้นที่ในสังคมออนไลน์ที่จะเป็นการให้ข้อมูลเชิงลึก ในการที่ผู้ใช้สามารถแสดงแนวคิด แนะนำเสนอการศิลปกรรมแบบใหม่ และเป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการสร้างความเชื่อมต่อและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ที่ห่างไกล ดังนั้นการสร้างความสำเร็จด้วยคุณภาพของที่พัก อาหารและร้าน

จำหน่ายของฝากของที่ระลึก ความพร้อมในการต้อนรับ ความพร้อมของสาธารณูปโภค จึงเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกับการศึกษาของ ธันย์ ชัยทร และเยาวภาพ ปฐมศิริกุล (2560 : 1) ที่เห็นว่าการรับรู้ของคุณภาพการดูแลเอาใจใส่ และความพึงพอใจในการได้รับความสะดวกเป็นปัจจัยทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้ง

5.5.4 การทำการตลาดกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ จากการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษเน้นการทำตลาดเฉพาะกลุ่มเฉพาะกลุ่มที่มีรสนิยมและความต้องการคล้ายคลึงกันทั้งนี้เนื่องจากบริบททางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีต้นทุนทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็น แหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิตวัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ งานเทศกาล ที่มีความพิเศษแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สอดคล้องกับรายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2557 : 7-1) ที่เห็นว่าสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ครั้งแรกคือ สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย อาหาร และเทศกาล เช่นเดียวกับการทำการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางเลือกในอิตาลีเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ โดยเน้นที่การสร้างแตกต่างในคุณค่าและองค์ประกอบพื้นฐานของทรัพยากรธรรมชาติและประเพณีวัฒนธรรม (Trunfio, Petruzzellis & Nigro. 2006 : 426-438) อีกทั้งการทำตลาดเฉพาะกลุ่มที่ยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดเข้าไปทำการตลาด หรือการมีมูลค่าเล็กน้อยกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่จะให้ความสำคัญ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถค้นหาสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการโดยมีระดับการแข่งขันต่ำ ใช้งบประมาณในการทำการตลาดไม่สูงมาก อีกทั้งทำให้เป็นผู้นำทางการตลาดเฉพาะกลุ่มที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวได้ ซึ่งนับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษา (Parrish, Cassill & Oxenham. 2006 : 694-707) ที่พบว่าการทำตลาดแบบเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการต่อต้านการแข่งขันด้านราคาในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตเต็มที่ ทั้งนี้เพราะสามารถระบุรายละเอียดในความต้องการเฉพาะได้ไม่ใช่เพียงเฉพาะด้านราคาเท่านั้น อย่างไรก็ตามจากการสังเคราะห์งานวิจัย (Toften & Hammervoll. 2012 : 272-285) พบว่าถึงแม้ว่าการทำการตลาดเฉพาะกลุ่มจะสร้างโอกาสทางการตลาด แต่อาจจะเกิดปัญหาการกินส่วนแบ่งตลาดของตนเอง (Cannibalization) กล่าวคือสินค้าหรือบริการนั้นไม่ได้เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดใหม่แต่เกิดจากการแบ่งส่วนของฐานลูกค้าเดิมของตนเอง การขาดแคลนของทรัพยากร การไม่มีตลาด การขาดความรู้ของลูกค้า รวมถึงการโจมตีคู่แข่งและการตอบสนองเชิงรุก เช่น การใช้แรงกดดันจากราคา การเผยแพร่ข่าวสารในทางลบสู่สาธารณะ ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเฉพาะให้ชัดเจน ศึกษาความต้องการเฉพาะของกลุ่มลูกค้า รวมถึงวิธีการตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้ากลุ่มดังกล่าว การประเมินความสถานการณ์ทางการตลาดเช่น มูลค่า โอกาสการเติบโต ข้อกฎหมายอีกทั้งควรทำการศึกษาความเป็นไปในการดำเนินงาน เช่นเดียวกับการศึกษา (Alonso. 2016 : 118-136) ที่พบว่าภายใต้การดำเนินงานตลาดเฉพาะกลุ่มในบริบทการแข่งขันระดับสากล ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาวิสัยทัศน์ การคิดวิเคราะห์ การคาดการณ์ การมีมุมมองที่เป็นสากล ซึ่งจะช่วยสร้างความยืดหยุ่นของผู้ประกอบการในการวิเคราะห์แง่มุมของปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

5.5.5 การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ในกิจกรรมสำคัญสู่ผู้ประกอบการประกอบด้วย หนึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และ วัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ (วิคินีย์ มายอร์. 2555 : 88) ที่พบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้งคือการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ สองกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมนันทนาการทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ตอบสนองตลาดกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะเพื่อให้เสริมสร้างให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยว เกิดความรู้สึกประทับใจกับบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวและกลับมาเที่ยวอีกสอดคล้องกับการศึกษาของคณิต เขียววิชัย (2555 : 67-74) ที่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมนันทนาการจะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกพันและสร้างช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น สามสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เน้นความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษโดยมีการใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยให้กลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้รวดเร็วที่สุด อีกทั้งส่งผลทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Liu, Chakpitak, Yodmongkol & Cang. 2014 : 249-263) และสี่ความร่วมมือในการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกันในการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของข้อมูลเชิงลึกที่จะทำให้สามารถเข้าถึงเรื่องราว ทรัพยากร วิถีชีวิตความเป็นท้องถิ่นพื้นบ้านเพื่อนำมาพัฒนาโปรแกรมทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการให้ตรงกับความต้องการของการตลาดกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ สอดคล้องกับการศึกษาของวณิศา ศิริวรสกุลและวัชรินทร์ อินทพรหม. (2559 : 42-49) ที่พบว่าการรวบรวมและจัดการองค์ความรู้ของชุมชนอย่างมีระบบ ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถสร้างความพิเศษและสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อีกทั้งสอดคล้องกับการศึกษา (Byoungcho & Sojin. 2016 : 812-830) ที่พบว่าการแข่งขันทางการ

ร่วมกันจะช่วยเพิ่มความรู้ทางการตลาดซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำการตลาดในระดับเจาะลึกในภูมิภาคเพื่อค้นหาความพิเศษหรือความแตกต่างไปจากธุรกิจอื่นนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสร้างเครือข่ายเพื่อค้นหาข้อมูล ทรัพยากรในระดับท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเครือข่ายธุรกิจให้สามารถจัดวางตำแหน่งในความกลุ่มลึกในความเป็นท้องถิ่นนั้นได้ (Owusu & Vaaland. 2016 : 594-616) อย่างไรก็ตามการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจก็ยังมีข้อควรระวัง ในกรณีการรวมกันผลิตสินค้าและการเรียนรู้เทคนิคการบริหารร่วมกันซึ่งอาจจะเกิดปัญหาการสูญเสียความลับทางธุรกิจไปได้ ดังการศึกษา (Ekman. 2015 : 208-217) ที่พบว่าข้อจำกัดที่สำคัญในระบบการดำเนินงานแบบเครือข่ายคือการระบุในสัญญาถึงการที่องค์การต้องสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่ดียิ่งขึ้นแก่เครือข่ายทางธุรกิจได้

5.5.6 การสร้างมาตรฐานการทำงานร่วมกัน สิ่งสำคัญอีกประการในการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษคือการสร้างมาตรฐานการทำงานร่วมกัน การมีมาตรฐานการทำงานจะทำให้เครือข่ายทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการทำงานที่ชัดเจน ลูกคามีความมั่นใจในสินค้าและบริการส่งผลทำให้เกิดการยอมรับ การกลับมาซื้อซ้ำ การบอกต่อ และนำมาสู่ผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น ในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำงานก็จะสามารถวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริงเพื่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างถูกต้องส่งผลทำให้เกิดความผิดพลาดในการทำงานลดลง และเกิดการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของมาตรฐานการทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นั้นโดยปกติจะมีหน่วยงานที่ทำการจัดคู่มือเกณฑ์มาตรฐานการดำเนินงานไว้แล้ว เช่น เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน มาตรฐานการจัดการบริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มาตรฐานการบริการเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นการเข้าร่วมหรือการใช้มาตรฐานในการดำเนินงานจึงไม่ใช่ประเด็นที่น่ากังวล แต่ในทางปฏิบัติแล้วผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับลูกค้าสามารถที่ทำตามมาตรฐานการทำงานที่กำหนด รวมถึงการสร้างความประทับใจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ สามารถที่จะรับทราบปัญหา ความต้องการและส่งผ่านข้อมูลนั้นเข้าสู่องค์การเพื่อทำการแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์การให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นการบริหารงานในยุคปัจจุบันนี้ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับผู้ปฏิบัติงานเพื่อให้เขาเหล่านั้นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การพร้อมที่จะทุ่มเทแรงกาย แรงใจและแรงสติปัญญาในการทำงานอย่างเต็มที่ ผู้บริหารทุกระดับควรเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือสนับสนุน มากกว่าที่จะเป็นผู้สั่งการหรือผู้สั่งการ และควรที่จะค้นหาวิธีการที่จะพัฒนา สนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มความสามารถที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องพีระมิดกลับหัว (Upside-down Pyramid) จึงเป็นการมองย้อนกลับจากระดับขององค์การที่มีระดับชั้นจากผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง ระดับต้น และผู้ปฏิบัติงาน ตามลำดับ ไปสู่การนำลูกค้าในฐานะเป็นผู้ที่มีความสำคัญ

องค์กรไปในระดับบนโดยมีจุดมุ่งหมายที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ผู้มีความสำคัญในระดับรองลงมาคือผู้ปฏิบัติงานที่จะต้องปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อที่จะตอบสนองความมั่นใจของลูกค้า ผู้บริหารจะทำหน้าที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาการทำงานของผู้ปฏิบัติงานเพื่อเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานนั้นเกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Schermerhorn. 2011 : 15-16) เช่นเดียวกับการศึกษา (Ingvaldsen, Holtskog & Ringen. 2013 : 279-291) ที่พบการสังเกตการทำงานอย่างต่อเนื่องและมีระบบจากผู้บังคับบัญชาโดยอ้างอิงจากมาตรฐานการทำงานและการสื่อสารสองทางผ่านการสนทนาที่เหมาะสม จะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บังคับบัญชาในการสร้างความไว้วางใจระหว่างกันและมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการนำองค์การสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งสิ่งที่สำคัญคือผู้บังคับบัญชาต้องมีความสามารถในทางเทคนิคและรายละเอียดในการปฏิบัติงาน

5.6 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬานันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.6.1 ข้อเสนอแนะในการนำการวิจัยไปใช้

5.6.1.1.1 ควรมีการสร้างจุดเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การส่งต่อนักท่องเที่ยว การให้ข้อมูล/คำแนะนำ ในแหล่งท่องเที่ยวและชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

5.6.1.1.2 ควรมีการทดลองสร้างรูปแบบการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ ในเส้นทางต่างๆ เพื่อพิจารณาหาข้อบกพร่องในการดำเนินงาน อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาในอนาคต

5.6.1.1.3 ควรมีการสร้างเครือข่ายหรือพันธมิตรโดยมีขอบเขตที่กว้างโดยพิจารณาตามรูปแบบการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องสร้างเครือข่ายกับชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์เชิงวิถีชีวิต วัฒนธรรมที่เป็นแก่นแท้ของแต่ละจังหวัดที่ไม่สามารถหาประสบการณ์ได้จากที่อื่น เป็นต้น

5.6.1.1.4 จากการจัดโครงการนำร่องเพื่อทดลองการเชื่อมโยงโปรแกรมการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวพบว่า ยังมีอุปสรรคบางประการที่เกินอำนาจหน้าที่ของผู้ประกอบการ เช่น ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย การขาดแคลนมัคคุเทศก์ เป็นต้น ดังนั้น

ผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการเพื่อตั้งเป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการและเป็นพลังในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ สภาวิชาชีพ สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชนเพื่อขอรับสนับสนุนและช่วยเหลือให้การทำงานมีความเข้มแข็งมากขึ้น

5.6.1.1.5 การพัฒนาความร่วมมือและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวร่วมกันต้องอาศัยการสนับสนุนจากยุทธศาสตร์ของภาครัฐค่อนข้างมาก เพื่อเป็นการสร้างยุทธศาสตร์บนฐานศักยภาพและอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในรูปกลุ่มจังหวัดอย่างชัดเจน

5.6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.6.2.2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) เข้าประกอบในงานวิจัย โดยอาจจะใช้เทคนิคการจำลองสถานการณ์เข้าช่วยในงานวิจัยเพื่อให้ผลที่สมบูรณ์มากขึ้น

5.6.2.2.2 การพัฒนาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสู่กลุ่มภูมิภาคและอาเซียน เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันในทุกทิศทาง

5.6.2.2.3 การจัดทำระบบการตลาดเชิงรุกด้วยสื่อดิจิทัลในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวให้ในวงกว้างขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศ ปี2557. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2559, จาก
[http://www.tourism.go.th/view/1/%รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทาง
ท่องเที่ยวภายในประเทศ%202557/TH-TH](http://www.tourism.go.th/view/1/%รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ%202557/TH-TH).
- กรมทรัพยากรธรณี. (2553) การจำหน่ายเขตเพื่อการจัดการด้านธรณีวิทยาและทรัพยากรธรณี
จังหวัดศรีสะเกษ. กรุงเทพฯ : กรมทรัพยากรธรณี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- กรวรรณ สังขกรและคณะ. (2559) รายงานวิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวใน
ภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทาง
ท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2557 (มกราคมถึงธันวาคม). กรุงเทพฯ : กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560.
กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” รายงานภาวะเศรษฐกิจ
ท่องเที่ยว. 9 : 48-67.
- กลุ่มงานข้อมูลข่าวสารทางราชการ. (2559). ประวัติศาสตร์เมืองสุรินทร์ : แหล่งเรียนรู้ท้องถิ่น
ห้องภาพเมืองสุรินทร์. สุรินทร์ : กลุ่มงานข้อมูลข่าวสารทางราชการ สำนักงานจังหวัด
สุรินทร์
- กลุ่มวิจัยและแผนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). “12 เมืองต้องห้าม..พลาดพลัส” รายงาน
ภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. 9 : 48/67
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558ก). หลงรักประเทศไทย บุรีรัมย์. สุรินทร์ : การข่าวสาร
การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558ข). หลงรักประเทศไทย ศรีสะเกษ. อุบลราชธานี : การข่าวสาร
การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดอุบลราชธานี.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558ค). หลงรักประเทศไทย สุรินทร์. สุรินทร์ : การข่าวสาร
การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์.

- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). **แรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โกเมศ สุภณภาสิตถ์. (2554). **พฤติกรรมและความยินดีที่จ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. แบบฝึกหัดวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน** เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คณะนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. (2554). **รายงานการวิจัยการศึกษาอัตลักษณ์และสร้างแบรนด์ผ้าไหมกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์)**. ศรีสะเกษ : มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- คณิต เขียววิชัย. (2555). “แหล่งนันทนาการเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว” **กระแสนวัฒนธรรม**. 13(4) : 67-74
- จังหวัดบุรีรัมย์. (2559). **แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์**. สืบค้นเมื่อ 9 มกราคม พ.ศ. 2559, จาก <http://burirams.freevar.com/index10.html>.
- จังหวัดศรีสะเกษ. (2559). **แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ**. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2559, จาก <https://sites.google.com/site/51010611004inetg5/canghwad-srisakes/prawati-canghwad-srisakes/phaenthi-thxng-theiyw-canghwad-srisakes>.
- จาตุรงค์ เพ็งนรพัฒน์, มาลี ไชยเสนาและสุภัทร ศรีจงแสง. (2560). “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชาบริเวณจังหวัดศรีสะเกษ ภายใต้ยุทธศาสตร์ร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง.” **วารสารวิทยาลัยนครพนม**. 7(1) : 81-89.
- ชมภูณัฐ หุ่นนาค. (2558). “ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม” **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์**. 5(2) : 113-124.
- เชษฐพงศ์ ใจสมบูรณ์, กิตติรัตน์ สืบพันธ์และอรรถ นันทจักร. (2555). “การพัฒนาศักยภาพสามเหลี่ยมมรกตเพื่อการท่องเที่ยว” **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. 31(2) : 27-38.
- ณัฐวรรดิ คณิตินสุทธิทอง. (2558). **แรงจูงใจและปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย**. ดุษฎีนิพนธ์ บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ธนวันต์ สิทธิไทย. (2557). “กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดบริการเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทย-มาเลเซียเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในการเปิดเสรีการค้าอาเซียน” **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 8(2) :

150-167.

ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). “การศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย” *สุทธิปริทัศน์*. 30(94) : 42-59.

ธันย์ ชัยทร และเยาวภาพ ปฐมศิริกุล. (2560). “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย” *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 10(3) : 23-45.

ธารา สุขศิริ. (2559). *แรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อมและการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม) กรุงเทพฯ : คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

นนทิภัค เพียรโรจน์, สิริภัทร โชติช่วง และณัฐมน ราชรักษ์. (2558). “การเชื่อมโยงเส้นทางและการส่งเสริมการตลาดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของกลุ่ม 4 จังหวัดในภาคใต้ของประเทศไทย” *วารสารวิทยาการจัดการ*. 32(2) : 89-115.

นรพล เกตุทัต. (2557). *การศึกษาการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม) กรุงเทพฯ : คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

บุญยสฤษฎ์ อเนกสุขและวศิน ปัญญาวุธตระกูล. (2559). “การพัฒนา รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน” *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 12(2) : 217-243.

บุรีรัมย์กูรู. (2560). *สนามไอโมบาย สเตเดียม*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.buriramguru.com/travel/listing/buriram-united>.

ประชาชาติธุรกิจ. (2560). *ด่านช่องสายตะกู-บุรีรัมย์ ประตูค้าขายแดนน้องใหม่*. สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2560, จาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1395325526.

ปิรันธ ชินโชติและธีระวัฒน์ จันทิก (2559). “การศึกษาการพัฒนาตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการคุณภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง” *RMUTT Global Business and Economics Review*. 11 (2) : 23-40.

เปรมวิทย์ วิวัฒนเศรษฐ์. (2560). “อัตลักษณ์แห่งภูมามยาว : รูปลักษณ์ ความเชื่อ และภูมิปัญญา” *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์

สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 10(3) : 868-886.

ผู้จัดการออนไลน์. (2560). **กัมพูชาเผยรายได้ท่องเที่ยวปี 59 เพิ่มขึ้น 5%**. สืบค้นเมื่อเข้าถึงเมื่อ 27

กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.manager.co.th/UpToDate/ViewNews.aspx?NewsID=9600000020385>.

แผนงานพัฒนาสถิติจังหวัดสุรินทร์. (2557). **แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสุรินทร์**. สุรินทร์ : สำนักงานสถิติจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

รพีพรรณ จันทับและลินจง โพชารี. (2560). “ปัจจัยอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์” **WMS Journal of Management**. 5(1) : 48-59.

วณิศา ศิริวรสกุลและวัชรินทร์ อินทพรหม. (2559). “การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์วัฒนธรรม กรณีศึกษาตำบลเกาะเกิด อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” **วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร**. 11(1) : 42-49.

วัชรระ เชียงกุลและเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2560). “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์” **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. 8(1) : 90-109.

วิคเนีย มายอร์. (2555). **แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง**.

วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการท่องเที่ยว) กรุงเทพฯ : คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วิมาณ วรณคำ. (2540). **หมายเหตุเมืองอีสานใต้**. นครราชสีมา : สำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม เขตการศึกษา 11. สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครราชสีมา.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัยและปิยะพร ธรรมชาติ. (2559). “รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน พบว่ากลุ่มชุมชนและตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” **วารสารสมาคมนักวิจัย**. 21(3) : 167-181.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์และสุชาติ ฉันทสาราน. (2558). “ศักยภาพทางการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคใต้ในมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 8(2) : 556-569.

ศุภร เสรีรัตน์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เอ อาร์ บีซิเนส เพรส.

สมาพร คล้ายวิเชียร, เกษสุตา บุณณพันธ์ศักดิ์และกัญธิมา นาคินชาติ. (2550). “แนวทางการพัฒนา

- แหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้” รายงานการวิจัยชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. สัมฤทธิ์ แพรงาม. (2553). การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวปราสาทศีขรภูมิ อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์. การศึกษาอิสระ ร.บ.ม. (การปกครองท้องถิ่น) ขอนแก่น : วิทยาลัยปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานคลังจังหวัดศรีสะเกษ. (2558). ภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดศรีสะเกษ. ศรีสะเกษ : สำนักงานคลังจังหวัดศรีสะเกษ กรมบัญชีกลาง.
- สำนักงานเศรษฐกิจสุรินทร์. (2559). ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารระดับพื้นที่: การท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2559, จาก http://surin.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=504:2017-03-14-05-06-23&catid=115:2015-04-27-03-08-04&Itemid=584.
- สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. (2558ก). Mind Map ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์. บุรีรัมย์ : สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. (2558ข). รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดบุรีรัมย์. บุรีรัมย์ : สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดศรีสะเกษ. (2558). ตารางข้อมูลการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2559, จาก http://sisaket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=358:2017-03-22-03-17-22&catid=80&Itemid=545.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2552 – 2558. สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.google.co.th/19662.xls>.
- สิทธิ กองสาสนะ. (2552). “เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น” วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 4(2) : 35-58.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555) การศึกษาพฤติกรรมและจิตใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการท่องเที่ยว) กรุงเทพฯ : คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- แสงเดือน รตินธร. (2555) “การศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). 18(2) : 84-104.
- อนรรตน์ อินทร. (2551). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน. วิทยานิพนธ์ ปรัช. (ยุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิภาค)

- เชียงราย : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อิทธิ พิศาลวานิช. (2558). **โอกาสธุรกิจท่องเที่ยวไทยในกัมพูชา**. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2560, จาก http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=3397&filename=%20index.
- อำพา แก้วกง. (2555). “โอกาสและช่องทางการค้าของ SME ไทยในตลาดกัมพูชา” **Journal of Mekong Societies**. 8(1) : 95-113.
- อินทรา พงษ์นาคและศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2558). “อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 8(3) : 623-635.
- อีสานร้อยแปด. (2559ก). **แผนที่ท่องเที่ยวสุพรรณบุรี**. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2559, จาก <https://esan108.com/แผนที่ท่องเที่ยวสุพรรณบุรี.html>.
- อีสานร้อยแปด. (2559ข). **แผนที่ท่องเที่ยวสุรินทร์**. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2559, จาก <https://esan108.com/แผนที่ท่องเที่ยวสุรินทร์.html>.
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (2553). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- Alonso, A. D. (2016). “The Entrepreneurial Role within a Global Firm Operating in a Niche Market” **European Business Review**. 28(2) : 118-136.
- Business Dictionary. (2016). **Motivation**. Retrieved 26 December 2016, from <http://www.businessdictionary.com/definition/motivation.html>.
- Byoungho, J. & Sojin, J. (2016). “Toward a Deeper Understanding of the Roles of Personal and Business Networks and Market Knowledge in SMEs’ International Performance” **Journal of Small Business and Enterprise Development**. 23(3) : 812-830.
- Cao, H. et al. (2013). “A Maslow's Hierarchy of Needs Analysis of Social Networking Services Continuance” **Journal of Service Management**. 24(2) : 170-190.
- Denny, R. (2009). **Motivate to Win**. 3rd ed. London : Kogan Page.
- Ekman, P. (2015). The Enterprise System Revisited: How Well Does It Capture the Company’s Business Network? **Journal of Business & Industrial Marketing**. 30(2) : 208-217.
- Ingvaldsen, J. A., Holtskog, H. & Ringen, G. (2013). “Unlocking Work Standards through Systematic Work Observation: Implications for Team Supervision” **Team**

- Performance Management: An International Journal.** 19(5/6) : 279-291.
- Kaur, A. (2013). "Maslow's Need Hierarchy Theory: Applications and Criticisms"
Global Journal of Management and Business Studies. 3(10) : 1061-1064.
- Liu, X., Chakpitak, N., Yodmongkol, P. & Cang, S. (2014). "Analysis of Intellectual Capital Disclosure in Cross-cultural e-Tourism Enterprises" **Journal of Intellectual Capital.** 15(2) : 249-263.
- Luthans, F. (2011). **Organization Behavior. An Evidence-Based Approach.** 12th ed.
New York : McGraw-Hill.
- Mon, Lorri and Lee, Jisue. (2016). "Influence, Reciprocity, Participation, and Visibility: Assessing the Social Library on Twitter" **Canadian Journal of Information & Library Sciences.** 39(3/4) : 279-294.
- Owusu, A. R. & Vaaland, I. T. (2016). "A Business Network Perspective on Local Content in Emerging African Petroleum Nations" **International Journal of Energy Sector Management.** 10(4) : 594-616.
- Parijat, P. & Bagga, S. (2014). "Victor Vroom's Expectancy Theory of Motivation-An Evaluation" **International Research Journal of Business and Management.** 7(9) : 1-8.
- Parrish, D. E., Cassill, L.N. & Oxenham, W. (2006). "Niche Market Strategy for a Mature Marketplace" **Marketing Intelligence & Planning.** 24(7) : 694-707.
- Ryan, R. & Edward, L. D. (2000). "Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions" **Contemporary Educational Psychology.** 25(1) : 54-67.
- Schermerhorn, J. R. (2011). **Introduction to Management.** 11th ed. Iowa : John Wiley & Sons. (Asia).
- Sotiriadis, Marios. and Gursoy, Dogan. (2016). "Authenticity, Commodification, and McDonaldization of Tourism Experiences in the Context of Cultural Tourism."
In D. Gursoy. (Eds.), **The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences.** USA : Emerald Group Publishing.
- Sykes, Diane M. and Kelly, Kathryn G. (2014). "Motorcycle Tourism Demand Generators and Dynamic Interaction Leisure" **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.** 8 (1) : 92-102.
- Tikkanen, I. (2009). "Maslow's Hierarchy and Pupils' Suggestions for Developing

School Meals” **Nutrition & Food Science**. 39(5) : 534-543.

Toften, K. & Hammervoll, T. (2016). “Niche Marketing Research: Status and Challenges”

Marketing Intelligence & Planning. 31(3) : 272-285.

Trunfio, M., Petruzzellis, L. & Nigro, C. (2006). “Tour Operators and Alternative

Tourism in Italy: Exploiting Niche Markets to Increase International

Competitiveness. **International Journal of Contemporary Hospitality**

Management. 18(5) : 426-438.

ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย ชุดที่ 5 แบบสัมภาษณ์

สถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ และสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่ม เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

(ภายใต้โครงการวิจัยย่อยที่ 2 เรื่องการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ
 นันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ)

ตอนที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (ข้อมูลทุติยภูมิ
 ได้แก่ รายงานการประชุม รายงานสถิติรอบปี เป็นต้น และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยการประมาณการ)

1.1 ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาในพื้นที่จังหวัด รอบ 3 ปีที่ผ่านมา (สัมภาษณ์
 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการเก็บสถิติหรืออ้างอิงจากเอกสารรายงานประจำปีทางการท่องเที่ยว)

- | | |
|---------------------|--|
| 1) จังหวัดบุรีรัมย์ | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2555 มีจำนวน.....ราย |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2556 มีจำนวน.....ราย |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2557 มีจำนวน.....ราย |
| 2) จังหวัดสุรินทร์ | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2555 มีจำนวน.....ราย |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2556 มีจำนวน.....ราย |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2557 มีจำนวน.....ราย |
| 3) จังหวัดศรีสะเกษ | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2555 มีจำนวน.....ราย |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2556 มีจำนวน.....ราย |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2557 มีจำนวน.....ราย |
| 4) จังหวัดบุรีรัมย์ | จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2555 มีจำนวน.....ราย |
| | ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2556 มีจำนวน.....ราย |
| | ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2557 มีจำนวน.....ราย |
| | ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ |
| 5) จังหวัดสุรินทร์ | จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2555 มีจำนวน.....ราย |
| | ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ |
| | จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2556 มีจำนวน.....ราย |
| | ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ |

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2557 มีจำนวน.....ราย

ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ

6) จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2555 มีจำนวน.....ราย

ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2556 มีจำนวน.....ราย

ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2557 มีจำนวน.....ราย

ส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....รองลงมา.....ตามลำดับ

1.2 ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมมาเที่ยวในเขตพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ (เรียงตามขนาดกลุ่มใหญ่ไปเล็ก)

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท.....

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว.....

ลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....

2) กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท.....

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว.....

ลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....

3) กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท.....

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว.....

ลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....

1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวที่นิยมมาเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน.....ราย คิดเป็น

ร้อยละ.....ของนักท่องเที่ยวที่มาในรอบปี 2555 - 2557

1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่นิยมมาเที่ยวร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬาสากล (เช่น ฟุตบอล แข่งรถ กิจกรรม

แรลลี่ เป็นต้น) จำนวน.....ราย คิดเป็นร้อยละ.....ของนักท่องเที่ยวที่มาในรอบปี 2555 -

2557

1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวที่นิยมมาเที่ยวร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬาพื้นบ้าน (เช่น การแข่งเรือ การแข่งว้าว เป็นต้น)

จำนวน.....ราย คิดเป็นร้อยละ.....ของนักท่องเที่ยวที่มาในรอบปี 2555 - 2557

1.6 จำนวนนักท่องเที่ยวที่นิยมมาเที่ยวร่วมกิจกรรมนันทนาการ (เช่น การขับรถคาราวาน การปั่นจักรยาน

การขี่รถซิปเปอร์/บิกไบต์ เป็นต้น) จำนวน.....ราย คิดเป็นร้อยละ.....ของนักท่องเที่ยว

ที่มาในรอบปี 2555 - 2557

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของจังหวัดบุรีรัมย์

สุรินทร์และศรีสะเกษ

2.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของจังหวัดบุรีรัมย์ (เรียงตามความสำคัญ)

2.1.1 วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวในจังหวัด มีอะไรบ้าง

- 1)
- 2)

2.1.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวที่นิยมใช้เวลากี่วัน

- 1)
- 2)

2.1.3 เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม

- 1)
- 2)

2.1.4 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวเป็นหลักและรองมีอะไรบ้าง

- 1)
- 2)

2.1.5 ช่วงวันเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สะดวก

- 1)
- 2)

2.1.6 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

- 1)
- 2)

2.1.7 พาหนะหรือการโดยสารที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยว

- 1)
- 2)

2.1.8 จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

- 1)
- 2)

2.1.9 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งจำนวนเท่าใด

- 1)
- 2)

2.1.10 ประเภทโรงแรมที่พักที่นิยมพักมีลักษณะอย่างไร

- 1)

2)

2.1.11 ร้านอาหารที่นิยมหรือต้องการไปใช้บริการ

1)

2)

2.1.12 ความต้องการซื้อของฝากของที่ระลึกในพื้นที่

1)

2)

2.1.13 ต้องการข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวอะไรบ้างก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

1)

2)

2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของจังหวัดสุรินทร์ (เรียงตามความสำคัญ)

2.2.1 วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวในจังหวัด มีอะไรบ้าง

1)

2)

2.2.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวที่นิยมใช้เวลากี่วัน

1)

2)

2.2.3 เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม

1)

2)

2.2.4 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวเป็นหลักและรองมีอะไรบ้าง

1)

2)

2.2.5 ช่วงวันเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สะดวก

1)

2)

2.2.6 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

1)

2)

2.2.7 พาหนะหรือการโดยสารที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยว

1)

2)

2.2.8 จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

1)

2)

2.2.9 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งจำนวนเท่าใด

1)

2)

2.2.10 ประเภทโรงแรมที่พักที่นิยมพักมีลักษณะอย่างไร

1)

2)

2.2.11 ร้านอาหารที่นิยมหรือต้องการไปใช้บริการ

1)

2)

2.2.12 ความต้องการซื้อของฝากของที่ระลึกในพื้นที่

1)

2)

2.2.13 ต้องการข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวอะไรบ้างก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

1)

2)

2.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของจังหวัดศรีสะเกษ (เรียงตามความสำคัญ)

2.3.1 วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวในจังหวัด มีอะไรบ้าง

1)

2)

2.3.2 โปรแกรมการท่องเที่ยวที่นิยมใช้เวลากี่วัน

1)

2)

2.3.3 เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม

1)

2)

2.3.4 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวเป็นหลักและรองมีอะไรบ้าง

1)

2)

2.3.5 ช่วงวันเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สะดวก

1)

2)

2.3.6 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

- 1)
- 2)

2.3.7 พาหนะหรือการโดยสารที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยว

- 1)
- 2)

2.3.8 จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

- 1)
- 2)

2.3.9 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งจำนวนเท่าใด

- 1)
- 2)

2.3.10 ประเภทโรงแรมที่พักที่นิยมพักมีลักษณะอย่างไร

- 1)
- 2)

2.3.11 ร้านอาหารที่นิยมหรือต้องการไปใช้บริการ

- 1)
- 2)

2.3.12 ความต้องการซื้อของฝากของที่ระลึกในพื้นที่

- 1)
- 2)

2.3.13 ต้องการข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวอะไรบ้างก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว

- 1)
- 2)

ตอนที่ 3 ข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

3.1 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนในเขตพื้นที่แต่ละจังหวัดมีอะไรบ้าง และศักยภาพเป็นอย่างไร

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 1.1) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
- 1.2) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

- 1.3) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 2.1) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 2.2) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 2.3) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 3.1) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 3.2) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 3.3) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.2 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาและนันทนาการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนในเขตพื้นที่แต่ละจังหวัดมีอะไรบ้าง และศักยภาพเป็นอย่างไร

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 1.1) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 1.2) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 1.3) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 2.1) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 2.2) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 2.3) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 3.1) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
- 3.2) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
- 3.3) ชื่อแหล่งท่องเที่ยว.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.3 เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้ หรือมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 1.1) ชื่อเส้นทางท่องเที่ยว.....
 โปรแกรมการท่องเที่ยว.....
 ระยะเวลาที่วัน.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 2.1) ชื่อเส้นทางท่องเที่ยว.....
 โปรแกรมการท่องเที่ยว.....
 ระยะเวลาที่วัน.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว.....

3) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 3.1) ชื่อเส้นทางท่องเที่ยว.....
 โปรแกรมการท่องเที่ยว.....
 ระยะเวลาที่วัน.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....
 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว.....

3.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้ หรือมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

1.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

- 1.1.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

1.2) กิจกรรมการท่องเที่ยวทางกีฬาและนันทนาการ

ประเภทสากล

1.2.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

ประเภทพื้นบ้าน.....

1.2.2) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

2.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2.1.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2.2) กิจกรรมการท่องเที่ยวทางกีฬาและนันทนาการ

ประเภทสากล

2.2.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

ประเภทพื้นบ้าน.....

2.2.2) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

3.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

3.1.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.2) กิจกรรมการท่องเที่ยวทางกีฬาและนันทนาการ

ประเภทสากล

3.2.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

ประเภทพื้นบ้าน.....

3.2.2) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.5 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงวิถีวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีศักยภาพสูง หรือมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

1.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

2.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

3.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.5 ผู้ประกอบการที่ให้บริการโรงแรมที่พักมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

1.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

2.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

3.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.6 ผู้ประกอบการร้านอาหารมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

1.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

2.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

3.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.7 ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

1.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

2.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

3.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.8 ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ไกด์ มัคคุเทศก์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

1.1) ชื่อ.....

ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 2.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 3.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.9 ผู้ประกอบการสถาบันบันเทิงและสุขภาพที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 1.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 2.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 3.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.10 เส้นทางคมนาคมและการโดยสารสาธารณะที่ยอมรับของการท่องเที่ยวจังหวัด

1) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 1.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

2) จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 2.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....
 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3) จังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ (เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย)

- 3.1) ชื่อ.....
 ลักษณะ.....

ศักยภาพทางการท่องเที่ยว/จุดขาย คือ.....

3.11 ข้อเสนอแนะส่วนขององค์ประกอบอื่นๆ เพิ่มเติม

.....

ตอนที่ 3 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ
นันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

3.1 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ
จากกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (เรียงลำดับตามความสำคัญ)

3.1.1 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) จังหวัดบุรีรัมย์

3.1.1.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.1.1.2 กลุ่มท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสาธิตผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.1.1.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.1.2 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) จังหวัดสุรินทร์

3.1.2.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.1.2.2 กลุ่มท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสากลผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานได้ร่วมสมัย

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.1.2.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานได้ร่วมสมัย

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.1.3 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) จังหวัดศรีสะเกษ

3.1.3.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.1.3.2 กลุ่มท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสากลผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานได้ร่วมสมัย

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.1.3.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานได้ร่วมสมัย

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.1.4 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

3.1.4.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.1.4.2 กลุ่มท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสาธิตผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.1.4.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.2 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ จากแหล่งและกิจกรรมการท่องเที่ยว ความร่วมมือของผู้ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว (เรียงลำดับตามความสำคัญ)

3.2.1 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.2.2 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากกิจกรรมท่องเที่ยว (Events) จังหวัดบุรีรัมย์

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.3 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากสินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสนับสนุนจังหวัดบุรีรัมย์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.4 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก สนับสนุนและที่เกี่ยวข้องจังหวัดบุรีรัมย์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.5 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากโครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องจังหวัดบุรีรัมย์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.6 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.7 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากกิจกรรมท่องเที่ยว (Events) จังหวัดสุรินทร์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.8 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากสินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสนับสนุนจังหวัดสุรินทร์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.9 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก สนับสนุนและที่เกี่ยวข้องจังหวัดสุรินทร์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.10 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากโครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องจังหวัดสุรินทร์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.11 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.12 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากกิจกรรมท่องเที่ยว (Events) จังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.13 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากสินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสนับสนุนจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.14 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก สนับสนุนและที่เกี่ยวข้องจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.15 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากโครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.16 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.2.17 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากกิจกรรมท่องเที่ยว (Events) กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.2.18 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากสินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสนับสนุนกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....

3.2.19 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก สนับสนุนและที่เกี่ยวข้องกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.2.20 นโยบายการพัฒนาเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวจากโครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.3 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

3.3.1 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

- 1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.2 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการต้อนรับและการบริการของบุคลากรการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.3 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.4 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการทรัพยากรในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.5 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมจังหวัดบุรีรัมย์

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.6 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.3.7 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการต้อนรับและการบริการของบุคลากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.3.8 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.3.9 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการทรัพยากรในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....
- กลยุทธ์.....
- แผนงานและโครงการ.....

3.3.10 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสุรินทร์

- 1) นโยบายเรื่อง.....
- เป้าประสงค์.....
- ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.11 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.12 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการต้อนรับและการบริการของบุคลากรการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.13 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.14 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการทรัพยากรในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.15 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมจังหวัดศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.16 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.17 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการต้อนรับและการบริการของบุคลากรการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.18 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.19 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จากการจัดการทรัพยากรในพื้นที่กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

1) นโยบายเรื่อง.....

เป้าประสงค์.....

ตัวชี้วัด.....

กลยุทธ์.....

แผนงานและโครงการ.....

3.3.20 นโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว จาก
ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

- 1) นโยบายเรื่อง.....
 เป้าประสงค์.....
 ตัวชี้วัด.....
 กลยุทธ์.....
 แผนงานและโครงการ.....

3.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

.....
 ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์ (นาย/นาง/นางสาว).....
 ตำแหน่งงาน.....สังกัดหน่วยงาน.....
 วันที่สัมภาษณ์.....เดือน.....พ.ศ.เวลา.....น.

เครื่องมือวิจัย ชุดที่ 6 แบบสอบถาม

ศักยภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

(ภายใต้โครงการวิจัยย่อยที่ 2 เรื่องการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ)

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความหรือทำเครื่องหมาย / ลงในวงเล็บตามข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ

- () 1) ชาย () 2) หญิง

1.2 ประเภทธุรกิจหลักของท่านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว

- () 1) ธุรกิจชุมชนให้บริการท่องเที่ยว
 () 2) ธุรกิจนำเที่ยวและหรือบริษัททัวร์ท้องถิ่น
 () 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการท่องเที่ยว
 () 4) โรงแรมและหรือที่พัก
 () 5) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
 () 6) สถานบันเทิงและหรือสถานประกอบการบริการสุขภาพ
 () 7) ร้านค้าชุมชนและหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
 () 8) ร้านขายของฝากของที่ระลึกและหรือสินค้าพื้นเมือง
 () 9) หน่วยงานภาครัฐ โปรดระบุชื่อ.....
 () 10) สถาบันการศึกษา โปรดระบุชื่อ.....
 () 11) สถาบันการเงิน โปรดระบุชื่อ.....
 () 12) หน่วยงานการท่องเที่ยว โปรดระบุชื่อ.....
 () 13) สมาคม/องค์กรเอกชน โปรดระบุชื่อ.....
 () 14) ชุมชนในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว โปรดระบุชื่อ.....
 () 15) อื่นๆ โปรดระบุชื่อ.....

1.3 สังกัดสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว

- () 1) สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
 () 2) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
 () 3) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ
 () 4) กลุ่มเครือข่ายอื่นๆ โปรดระบุ.....

1.4 ตำแหน่งในสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวปัจจุบัน

- () 1) นายกสมาคม () 5) ที่ปรึกษาสมาคม
 () 2) อุปนายกสมาคม () 6) สมาชิกสมาคม
 () 3) คณะกรรมการสมาคม
 () 4) ภาควิชาเครือข่ายสนับสนุน ระบุหน่วยงาน.....

1.5 ประสบการณ์ในการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1) นายกสมาคม () 5) ที่ปรึกษาสมาคม
 () 2) อุปนายกสมาคม () 6) สมาชิกสมาคม
 () 3) คณะกรรมการสมาคม
 () 4) ภาควิชาเครือข่ายสนับสนุน ระบุหน่วยงาน.....

1.6 ระยะเวลาการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยว

- () 1) ต่ำกว่า 1 ปี () 3) 3 - 5 ปี
 () 2) 1 - 2 ปี () 4) 5 ปี ขึ้นไป

1.7 บทบาท/หน้าที่/การทำประโยชน์แก่สมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1) การเข้าร่วมกิจกรรมสมาคม () 7) การประสานงานกิจกรรมสมาคมกับองค์กรอื่นๆ
 () 2) การเป็นผู้ดำเนินงานสมาคม () 8) การจัดหางบประมาณสนับสนุนแก่สมาคม
 () 3) สนับสนุนทรัพยากรแก่สมาคม () 9) การเชื่อมโยงความสัมพันธ์สมาคมกับเครือข่ายอื่นๆ
 () 4) ให้คำแนะนำ/นโยบาย () 10) ส่งเสริมแผนงาน/โครงการพัฒนาสมาคม
 () 5) การหาสมาชิกสมาคมเพิ่ม () 11) การเป็นวิทยากร/ให้ความรู้แก่สมาคม
 () 6) การประชาสัมพันธ์สมาคม () 12) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ศักยภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ นันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

2.1 การจัดการเชื่อมโยงสินค้าและบริการของกลุ่มเครือข่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

2.1.1 สิ่งดึงดูดใจ

2.1.1.1 ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้

(ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว)

- () 1) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง () 10) หมู่บ้านท่องเที่ยวไหม
 () 2) นิเวศ-โอบาย สดเดียม/สนามช้างอินเตอร์ () 11) ศาลพระหลักเมืองบุรีรัมย์
 () 3) วนอุทยานเขากระโดง () 12) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ดงใหญ่ (ป่าดงใหญ่)
 () 4) เพลาเพลิน () 13) ตลาดการค้าชายแดนช่องสายตะกู
 () 5) เขื่อนลำนางรอง () 14) พุทธสถานวัดป่าเขาน้อย

- | | |
|------------------------------|----------------------------------|
| () 6) ปราสาทหินเมืองต่ำ | () 15) อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก |
| () 7) แหล่งเตาเผาโบราณ | () 16) ลำน้ำมูล |
| () 8) แหล่งหินตัด | () 17) ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน |
| () 9) ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ | () 18) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.1.1.2 ชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ (ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว)

- | | |
|--|--|
| () 1) การแข่งขันฟุตบอลสโมสร | () 14) ประเพณีปราสาทเมืองต่ำ |
| () 2) การแข่งรถ GT | () 15) เรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม |
| () 3) การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน | () 16) งานประเพณีได้เห็นเขาพระอังคาร |
| () 4) การแข่งขันว่าวอีสาน | () 17) งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP |
| () 5) การแข่งเรือ | () 18) การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ |
| () 6) ล่องแพลำน้ำมูล | () 19) งานมหกรรมสินค้า OTOP |
| () 7) เข้าค่ายป่าดงใหญ่ | () 20) งานกาชาดจังหวัด |
| () 8) ชมปากปล่องภูเขาไฟโบราณ | () 21) การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน |
| () 9) การแห่เทียนพรรษา | () 22) การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ |
| () 10) งานสงกรานต์ประจำปี | () 23) การพักสไตล์โฮมสเตย์ |
| () 11) ประเพณีกวนข้าวทิพย์/ขึ้นเขากระโดง | () 24) การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมือง |
| () 12) ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง | () 25) อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| () 13) ชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกผ่าน 15 ช่องประตูปราสาทหินพนมรุ้ง | |

2.1.1.3 ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดสุรินทร์ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ (ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว)

- | | |
|---|-------------------------------------|
| () 1) กลุ่มปราสาทตาเมือนธม | () 10) หมู่บ้านชาวกูยอาลี |
| () 2) ปราสาทศรีขุภูมิ | () 11) ศาลพระหลักเมืองสุรินทร์ |
| () 3) ปราสาทภูมิโปน | () 12) เขตรักษาพันธุ์สัตว์พนมดงรัก |
| () 4) วนอุทยานพนมสวาย | () 13) ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม |
| () 5) หมู่บ้านช้างบ้านตากลาง | () 14) พุทธสถานวัดป่าเขาน้อย |
| () 6) ศูนย์ศึกษา/คชสาร | () 15) อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง |
| () 7) หมู่บ้านผ้าไหมท่าสว่าง | () 16) ลำน้ำชี |
| () 8) หมู่บ้านเครื่องเงินเขวาสินรินทร์ | () 17) ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน |
| () 9) พิพิธภัณฑ์ช้าง | () 18) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.1.1.4 ชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดสุรินทร์ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ (ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว)

- | | |
|--|--|
| () 1) การแข่งขันฟุตบอลสโมสร | () 14) ประเพณีปราสาทภูมิโปน |
| () 2) ชมการแสดงช้างโลก | () 15) เรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม |
| () 3) การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน | () 16) งานข้าวหอมมะลิอินทรีย์ |
| () 4) การแข่งขันว่าวอีสาน | () 17) งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP |
| () 5) การแข่งเรือ | () 18) การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ |
| () 6) ล่องแพแม่น้ำชี | () 19) งานมหกรรมสินค้า OTOP |
| () 7) เข้าค่ายป่าพนมดงรัก | () 20) งานกาชาดจังหวัด |
| () 8) การตัดบาท/แต่งงานบนหลังช้าง | () 21) การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน |
| () 9) การแห่เทียนพรรษา | () 22) การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ |
| () 10) งานสงกรานต์ประจำปี | () 23) การพักสไตล์โฮมสเตย์ |
| () 11) ประเพณีพิธีกรรมเซ่นผีประจำ | () 24) การเรียนรู้วิถีชุมชน/ชาติพันธุ์พื้นเมือง |
| () 12) ประเพณีปราสาทศีขรภูมิ | () 25) เที่ยวชมงานลอยกระทง |
| () 13) ชมการแสดงช้างแสนรู้ ณ ศูนย์ศึกษา | () 25) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.1.1.5 ชนิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดศรีสะเกษ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ (ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว)

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| () 1) ปราสาทเขาพระวิหาร | () 10) หมู่บ้านชาวเขมร |
| () 2) ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ | () 11) ศาลพระหลักเมืองศรีสะเกษ |
| () 3) ผามอดีแดง | () 12) อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร |
| () 4) สวนสมเด็จพระเจ้า | () 13) ตลาดการค้าชายแดนช่องสง่าง |
| () 5) ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด | () 14) พุทธสถานวัดป่า |
| () 6) สวนผลไม้อำเภอกันทรลักษณ์ | () 15) เขื่อนราษีไศล |
| () 7) หมู่บ้านผ้าไหม | () 16) ลำน้ำมูล |
| () 8) หมู่บ้านชาวกูย | () 17) ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน |
| () 9) หมู่บ้านชาวเขมร | () 18) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.1.1.6 ชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีของจังหวัดศรีสะเกษ ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวได้ (ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว)

- | | |
|----------------------------------|---|
| () 1) การแข่งขันฟุตบอลสโมสร | () 14) ประเพณีปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ |
| () 2) ชมงานวันดอกลำดวนบาน | () 15) เรียนรู้ประวัติศาสตร์ขอม |
| () 3) การร่วมคาราวานปั่นจักรยาน | () 16) งานวันเกษตรหอมกระเทียม |
| () 4) การมหกรรมชมซื้อปสวนผลไม้ | () 17) งานประกวดผลิตภัณฑ์ OTOP |
| () 5) การแข่งเรือราษีไศล | () 18) การเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ |

- | | |
|------------------------------------|--|
| () 6) ล่องแพห้วยทับทัน | () 19) งานมหกรรมสินค้า OTOP |
| () 7) ชมตะวันขึ้นที่ผามออีแดง | () 20) งานกาชาดจังหวัด |
| () 8) การตัดบาท/แต่งงานบนหลังช้าง | () 21) การเรียนรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้าน |
| () 9) การแพทย์ชนพรุ | () 22) การเรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ |
| () 10) งานสงกรานต์ประจำปี | () 23) การพักสไตล์โฮมสเตย์ |
| () 11) ประเพณี 4 เผ่าไท | () 24) ชมซิปโป่งห้วยทับทัน |
| () 12) ประเพณีปราสาทเขาพระวิหาร | () 25) เที่ยวชมงานลอยกระทง |
| () 13) ชมการแสดงสัตว์น้ำจืด | () 25) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.1.1.7 ชนิดที่พักในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีของจังหวัด ที่สามารถดึงดูดและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว

ได้ (คุณภาพของสินค้าและบริการท่องเที่ยว)

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| () 1) โรงแรม | () 8) ที่พักระยะยาว |
| () 2) รีสอร์ทและสปา | () 9) บ้านพักเยาวชน |
| () 3) B&Bs และเกสต์เฮาส์ | () 10) บ้านเช่า |
| () 4) บูติกรีสอร์ท | () 11) วิลล่า |
| () 5) กระโจมและบังกะโล | () 12) เซอร์วิสอพาร์ทเม้นท์ |
| () 6) คอนโด, อพาร์ทเม้นท์และแมนชั่น | () 13) อื่นๆ โปรดระบุ..... |
| () 7) โฮมสเตย์ | |

2.1.1.8 ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงได้ (คุณภาพ

ของสินค้าและบริการท่องเที่ยว)

- | | |
|--|---------------------------------|
| () 1) มีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์น่าสนใจ | () 12) สร้างความประทับใจ |
| () 2) มีขนาดใหญ่กว่าที่อื่น | () 13) เกิดความทรงจำที่ดี |
| () 3) ได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | () 14) เกิดความรู้ใหม่ |
| () 4) มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ | () 15) มีความปลอดภัย |
| () 5) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย | () 16) ได้ลุ้นและเชียร์ |
| () 6) มีความแปลกแตกต่างจากที่เคยได้พบมา/มีความมหัศจรรย์ | |
| () 7) น่าค้นหา น่าติดตาม | () 17) ส่งเสริมสุขภาพที่ดี |
| () 8) ได้ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว | |
| () 9) เกิดประสบการณ์ชีวิตแบบใหม่ | () 18) ได้รับความสุขกายสบายใจ |
| () 10) เกิดพักผ่อน/ความผ่อนคลาย | () 19) ได้แสดงออกถึงความสามารถ |
| () 11) สร้างความรื่นรมย์ บันเทิงใจ | () 20) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2.1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก

- | |
|--|
| () 1) การต้อนรับของผู้ประกอบการสมาชิก |
| () 2) จำนวนพนักงานบริการหรือผู้ให้บริการเพียงพอ |

- () 3) จุดบริการแก่นักท่องเที่ยว
- () 4) คุณภาพของที่พักร้านอาหารและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก
- () 5) ความพร้อมของสาธารณูปโภค
- () 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.1.3 การเข้าถึง

- () 1) การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว
- () 2) การคมนาคม/การจราจร
- () 3) ป้ายบอกทางและแผนที่การเดินทาง/คู่มือการเดินทาง
- () 4) สื่อออนไลน์สารสนเทศทางการท่องเที่ยว
- () 5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.1.4 การบริหารจัดการ

- () 1) ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- () 2) มีข้อมูล/แหล่งติดต่อสอบถามและแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย
- () 3) การจัดการทรัพยากรในพื้นที่
- () 4) ความสามารถทางจัดการเจ้าบ้าน ผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง
- () 5) ความรับผิดชอบของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม
- () 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.1.5 การสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

- () 1) ความร่วมมือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Road trips or Package Tourism)
- () 2) การแบ่งปันทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
- () 3) โครงการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- () 4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

3.1 ท่านเห็นว่ากลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว 3 จังหวัดนี้ สามารถนำปัจจัยใดบ้างมาเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ หรือสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวได้

- () 1) แหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว
- () 2) กิจกรรมท่องเที่ยว (Events)
- () 3) สินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยว
- () 4) ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลักและที่เกี่ยวข้อง
- () 5) โครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

- () 6) ความร่วมมือกับชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว
- () 7) ความร่วมมือกับหน่วยงานภาคีภาครัฐและภาคเอกชนเจ้าของและผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว
- () 8) เส้นทางคมนาคม
- () 9) ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือสินค้า OTOP ท้องถิ่น
- () 10) อื่นๆ โปรดระบุ

3.2 ท่านเห็นว่าศักยภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวประเภทกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market) ได้แบบใดบ้าง

- () 1) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมแบบอนุรักษ์และร่วมสมัย ได้แก่ วิถีชาวกูยคนเลี้ยงช้าง วิถีชาวเขมรรหรือชาวเขมร การท่องเที่ยววิถีชาวเยอ เป็นต้น
- () 2) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสากลพสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานร่วมสมัย ได้แก่ การแข่งขันฟุตบอล การแข่งรถ ปั่นจักรยานพิชิตผามออีแดง คาราวานแฟมิลีเดีย การแข่งแรลลี่ เป็นต้น
- () 3) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอีสานร่วมสมัย ได้แก่ ประเพณีแข่งวัวอีสาน ประเพณีการแข่งเรือ การแข่งควาย เป็นต้น
- () 4) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวประวัติศาสตร์อารยธรรมขอม ได้แก่ งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง งานประเพณีกวนข้าวทิพย์ภูเขาไฟกระโดง งานประเพณีปราสาทเมืองต่ำ งานประเพณีปราสาทภูมิโปน งานประเพณีปราสาทศรีขุภูมิ งานประเพณีปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ งานประเพณีเขาพระวิหาร เป็นต้น
- () 5) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญาหัตถกรรมสิ่งทอพื้นบ้าน ได้แก่ เส้นทางสายไหม เส้นทางเรียนรู้การจักสาน การท่องเที่ยวประเพณีเครื่องปั้นดินเผาโบราณ
- () 6) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ได้แก่ งานช้างสุรินทร์ ชมการแสดงสร้างแสนรู้ ณ ศูนย์คชสาร ศึกษาเส้นทางภูเขาไฟโบราณ ชมธรรมชาติทะเลเลิงร้อยรูป่าดงใหญ่ เป็นต้น
- () 7) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ เรียนรู้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์ ชมชิมซื้อปศุสัตว์ผลไม้
- () 8) เส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงพุทธ ได้แก่ เส้นทาง 9 วัด กราบไหว้ศาลหลักเมือง เส้นทางบุญผ้าป่าสามัคคี เป็นต้น
- () 9) อื่นๆ โปรดระบุ

3.3 ท่านเห็นว่ากลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวควรมีการสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1) การจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยว
- () 2) การต้อนรับและการบริการของบุคลากร
- () 3) ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- () 4) การจัดการทรัพยากรในพื้นที่
- () 5) ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม
- () 6) อื่นๆ โปรดระบุ

3.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

คณะนักวิจัยขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

() 1) สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

() 2) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

() 3) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

() 4) กลุ่มเครือข่ายอื่นๆ โปรดระบุ.....

1.4 ตำแหน่งในสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวปัจจุบัน

- () 1) นายกสมาคม () 5) ที่ปรึกษาสมาคม
 () 2) อุปนายกสมาคม () 6) สมาชิกสมาคม
 () 3) คณะกรรมการสมาคม
 () 4) ภาควิชาเครือข่ายสนับสนุน ระบุหน่วยงาน.....

1.5 ประสบการณ์ในการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1) นายกสมาคม () 5) ที่ปรึกษาสมาคม
 () 2) อุปนายกสมาคม () 6) สมาชิกสมาคม
 () 3) คณะกรรมการสมาคม
 () 4) ภาควิชาเครือข่ายสนับสนุน ระบุหน่วยงาน.....

1.6 ระยะเวลาการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยว

- () 1) ต่ำกว่า 1 ปี () 3) 3 - 5 ปี
 () 2) 1 - 2 ปี () 4) 5 ปี ขึ้นไป

1.7 บทบาท/หน้าที่/การทำประโยชน์แก่สมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1) การเข้าร่วมกิจกรรมสมาคม () 7) การประสานงานกิจกรรมสมาคมกับองค์กรอื่นๆ
 () 2) การเป็นผู้ดำเนินงานสมาคม () 8) การจัดหางบประมาณสนับสนุนแก่สมาคม
 () 3) สนับสนุนทรัพยากรแก่สมาคม () 9) การเชื่อมโยงความสัมพันธ์สมาคมกับเครือข่ายอื่นๆ
 () 4) ให้คำแนะนำ/นโยบาย () 10) ส่งเสริมแผนงาน/โครงการพัฒนาสมาคม
 () 5) การหาสมาชิกสมาคมเพิ่ม () 11) การเป็นวิทยากร/ให้ความรู้แก่สมาคม
 () 6) การประชาสัมพันธ์สมาคม () 12) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ประเมินศักยภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และ ศรีสะเกษ

ข้อ	รายการปัจจัย	ระดับศักยภาพ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ต้องปรับปรุง
2.1	การจัดการเชื่อมโยงสินค้าและบริการของกลุ่มเครือข่าย					
2.1.1	สิ่งดึงดูดใจ					
2.1.1.1	ความหลากหลายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
2.1.1.2	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬาและนันทนาการ					
2.1.1.3	ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น					
2.1.1.4	สภาพสังคมและชุมชนท้องถิ่น					

ข้อ	รายการปัจจัย	ระดับศักยภาพ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ต้องปรับปรุง
2.1.1.5	จำนวนกลุ่มชุมชนให้บริการทางการท่องเที่ยว					
2.1.1.6	กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ					
2.1.1.7	กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวทางกีฬาและนันทนาการ					
2.1.1.8	ความครบถ้วนของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัด					
2.1.1.9	การส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่					
2.1.1.10	การประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัด					
2.1.2	สิ่งอำนวยความสะดวก					
2.1.2.1	การต้อนรับของผู้ประกอบการสมาชิก					
2.1.2.2	จุดบริการแก่นักท่องเที่ยว					
2.1.2.3	คุณภาพของที่พัก อาหารและร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก					
2.1.2.4	ความพร้อมของสาธารณูปโภค					
2.1.3	การเข้าถึง					
2.1.3.1	การประชาสัมพันธ์และช่องทางสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว					
2.1.3.2	การคมนาคม/การจราจร					
2.1.3.3	ป้ายบอกทางและแผนที่การเดินทาง					
2.1.4	ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
2.1.4.1	มีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยกำกับดูแลเพียงพอ					
2.1.4.2	มีอาสาสมัคร อพปร คอยช่วยเหลือ					
2.1.4.3	มีการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยตามจุดท่องเที่ยว					
2.1.4.4	มีสื่อช่องทางแจ้งเหตุร้ายเหตุด่วน					
2.1.4.5	มีการรับรอง/รับประกันความเสียหายของให้บริการ					
2.1.5	การจัดการทรัพยากรในพื้นที่					
2.1.5.1	มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชัดเจน					
2.1.5.2	มีการรวมกลุ่มหรือคณะกรรมการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
2.1.5.3	มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ					
2.1.5.4	มีการสร้างบุคลากรอาสาสมัครในการกำกับดูแลการใช้ทรัพยากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว					

ข้อ	รายการปัจจัย	ระดับศักยภาพ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ต้องปรับปรุง
2.1.5.5	มีการจัดตั้งหน่วยงานเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือเอกชนที่เป็นผู้รับผิดชอบเป็นทางการ					
2.1.6	ความสามารถทางจัดการเจ้าบ้าน ผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง					
2.1.6.1	มีการฝึกอบรมให้ความรู้หลักการเป็นเจ้าบ้านที่ดี					
2.1.6.2	สร้างความตระหนักความเป็นเจ้าของพื้นที่และประโยชน์ที่พึงได้รับจากการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว					
2.1.6.3	การสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ของตน					
2.1.6.4	มีการสร้างแรงจูงใจต่อการทำหน้าที่เจ้าบ้านที่ดี					
2.1.6.5	การกำหนดตัวแทนอาสาชุมชนและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบดูแลพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว					
2.1.7	ความรับผิดชอบของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม					
2.1.7.1	การให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง					
2.1.7.2	การอาสาให้ความช่วยเหลือทางการท่องเที่ยวตามความเหมาะสม					
2.1.7.3	การเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว					
2.1.7.4	การไม่กระทำความผิดหรือทำลายทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่					
2.2	การสนับสนุนของผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเอกชน ภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง					
2.2.1	ความร่วมมือการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Road trips or Package Tourism)					
2.2.1.1	กำหนดเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกัน					
2.2.1.2	แบ่งปันลูกค้าและนักท่องเที่ยวเป้าหมาย					
2.2.1.3	จับคู่ธุรกิจ/สร้างพันธมิตรธุรกิจ					
2.2.2	การแบ่งปันทรัพยากรทางการท่องเที่ยว/การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน					
2.2.2.1	ร่วมลงทุนงบประมาณด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนกลางร่วมกัน					
2.2.2.2	ร่วมมือการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวส่วนกลางร่วมกัน					

ข้อ	รายการปัจจัย	ระดับศักยภาพ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ต้องปรับปรุง
2.2.3	โอกาสการได้รับโครงการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
2.2.3.1	มีส่วนร่วมโครงการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว					
2.2.3.2	มีส่วนร่วมโครงการส่งเสริมการตลาด					
2.2.3.3	การสร้างความร่วมมือรวมกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว					
2.2.3.4	จัดตั้งและจดทะเบียนในรูปแบบสมาคมเพื่อเป็นนิติบุคคล มีสถานะกลุ่มอย่างชัดเจน					
2.2.3.5	มีการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

3.1 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market)

3.1.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย ประกอบด้วยอะไรและควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3.1.2 กลุ่มท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสาธิตผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ประกอบด้วยอะไรและควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3.1.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ประกอบด้วยอะไรและควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3.2 การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

3.2.1 แหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวหลักทางวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ในพื้นที่ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีอะไรบ้างและสามารถมาเชื่อมโยงกันได้อย่างไรบ้าง

.....

.....

3.2.2 กิจกรรมท่องเที่ยว (Events) ทางวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ในพื้นที่ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีอะไรบ้างและสามารถมาเชื่อมโยงกันได้อย่างไรบ้าง

.....

.....

3.2.3 สินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสนับสนุนที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกันได้อย่างไรบ้าง และมีแนวทางการเชื่อมโยงกันอย่างไร

.....

.....

3.2.4 แนวทางการสร้างความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก สนับสนุนและที่เกี่ยวข้อง ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

3.2.5 แนวทางการเชื่อมโยงโครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ควรทำอย่างไร

.....

.....

3.3 การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

3.3.1 การสร้างมาตรฐานด้านการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ควรประกอบด้วยองค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.3.2 การสร้างมาตรฐานด้านการต้อนรับและการบริการของบุคลากร ควรประกอบด้วยองค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.3.3 การสร้างมาตรฐานด้านความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ควรประกอบด้วย องค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.3.4 การสร้างมาตรฐานด้านการจัดการทรัพยากรในพื้นที่ ควรประกอบด้วยองค์ประกอบและ เกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.3.5 การสร้างมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ควรประกอบด้วย องค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

คณะนักวิจัยขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ความเป็นไปได้เส้นทางเชื่อมโยงสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ
นันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
(ภายใต้โครงการวิจัยย่อยที่ 2 เรื่องการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและ
นันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ)

- ### 3.6 สังกัดสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว

3.7 ตำแหน่งในสมาคมท่องเที่ยว/กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวปัจจุบัน

- () 1) นายกสมาคม () 5) ที่ปรึกษาสมาคม
 () 2) อุปนายกสมาคม () 6) สมาชิกสมาคม
 () 3) คณะกรรมการสมาคม
 () 4) ภาควิชาเครือข่ายสนับสนุน ระบุหน่วยงาน.....

1.5 ประสบการณ์ในการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1) นายกสมาคม () 5) ที่ปรึกษาสมาคม
 () 2) อุปนายกสมาคม () 6) สมาชิกสมาคม
 () 3) คณะกรรมการสมาคม
 () 4) ภาควิชาเครือข่ายสนับสนุน ระบุหน่วยงาน.....

1.6 ระยะเวลาการเข้าร่วมสมาคมท่องเที่ยว

- () 1) ต่ำกว่า 1 ปี () 3) 3 - 5 ปี
 () 2) 1 - 2 ปี () 4) 5 ปี ขึ้นไป

1.7 บทบาท/หน้าที่/การทำประโยชน์แก่สมาคมท่องเที่ยวที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1) การเข้าร่วมกิจกรรมสมาคม () 7) การประสานงานกิจกรรมสมาคมกับองค์กรอื่นๆ
 () 2) การเป็นผู้ดำเนินงานสมาคม () 8) การจัดหางบประมาณสนับสนุนแก่สมาคม
 () 3) สนับสนุนทรัพยากรแก่สมาคม () 9) การเชื่อมโยงความสัมพันธ์สมาคมกับเครือข่ายอื่นๆ
 () 4) ให้คำแนะนำ/นโยบาย () 10) ส่งเสริมแผนงาน/โครงการพัฒนาสมาคม
 () 5) การหาสมาชิกสมาคมเพิ่ม () 11) การเป็นวิทยากร/ให้ความรู้แก่สมาคม
 () 6) การประชาสัมพันธ์สมาคม () 12) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาการเชื่อมโยงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

3.8 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market)

3.8.1 กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย ประกอบด้วยอะไรและควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

3.8.2 กลุ่มท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสาธิตผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย ประกอบด้วยอะไรและควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

3.8.3 กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานได้ร่วมสมัย
ประกอบด้วยอะไรและควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....
.....

3.9 การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

3.9.1 แหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวหลักทางวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ในพื้นที่ของกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีอะไรบ้างและสามารถมาเชื่อมโยงกันได้อย่างไรบ้าง

.....
.....

3.9.2 กิจกรรมท่องเที่ยว (Events) ทางวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ ในพื้นที่ของกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีอะไรบ้างและสามารถมาเชื่อมโยงกันได้อย่างไรบ้าง

.....
.....

3.9.3 สินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสนับสนุนที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกันได้
มีอะไรบ้าง และมีแนวทางการเชื่อมโยงกันอย่างไร

.....
.....

3.9.4 แนวทางการสร้างความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก สนับสนุน
และที่เกี่ยวข้อง ควรเป็นอย่างไร

.....
.....

3.9.5 แนวทางการเชื่อมโยงโครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการ
แข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ควรทำอย่างไร

.....
.....

3.10 การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ

3.10.1 การสร้างมาตรฐานด้านการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ควรประกอบด้วย
องค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

1) องค์การประกอบ.....

2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....

3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....

4) กระบวนการประเมินผล.....

3.10.2 การสร้างมาตรฐานด้านการต้อนรับและการบริการของบุคลากร ควรประกอบด้วย องค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.10.3 การสร้างมาตรฐานด้านความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ควรประกอบด้วยองค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.10.4 การสร้างมาตรฐานด้านการจัดการทรัพยากรในพื้นที่ ควรประกอบด้วยองค์ประกอบและ เกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.10.5 การสร้างมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ควรประกอบด้วย องค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดอะไรบ้าง และมีแนวทางทำได้อย่างไร

- 1) องค์การประกอบ.....
- 2) ตัวชี้วัด/เกณฑ์ประเมินผล.....
- 3) วิธีการจัดการมาตรฐาน.....
- 4) กระบวนการประเมินผล.....

3.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

.....

.....

ตอนที่ 3 ประเมินความเป็นไปได้ของเส้นทางเชื่อมโยงสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

ข้อ	รายการปัจจัย	ระดับความเป็นไปได้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ต้องปรับปรุง
2.1	การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ (Niche Market)					
2.1.1	กลุ่มท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมอีสานใต้แนวทางอนุรักษ์และร่วมสมัย					
2.1.2	กลุ่มท่องเที่ยวชมและแข่งกีฬาสากลผสมผสานการเรียนรู้อารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย					
2.1.3	กลุ่มท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการกับประเพณีพื้นบ้านอารยธรรมอีสานใต้ร่วมสมัย					
2.2	การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ					
2.2.1	แหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
2.2.2	กิจกรรมท่องเที่ยว (Events) ดึงดูดน่าสนใจ					
2.2.3	สินค้าและบริการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวสนับสนุนมีศักยภาพเพียงพอ					
2.2.4	ความร่วมมือทางทรัพยากรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก สนับสนุนและที่เกี่ยวข้อง					
2.2.5	โครงการสนับสนุนทางประเพณีท้องถิ่นประจำจังหวัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาและกิจกรรมนันทนาการกีฬาประเพณีพื้นบ้านของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีเพียงพอ					
2.3	การสร้างมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ					
2.3.1	การจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยว					
2.3.2	การต้อนรับและการบริการของบุคลากร					
2.3.3	ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					

ข้อ	รายการปัจจัย	ระดับความเป็นไปได้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ต้องปรับปรุง
2.3.4	การจัดการทรัพยากรในพื้นที่					
2.3.5	ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม					

คณะนักวิจัยขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ภาคผนวก ค ภาพกิจกรรมผลการวิจัยและการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา “สนามไอโมบาย สเตเดียม” จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา “สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” จังหวัดบุรีรัมย์



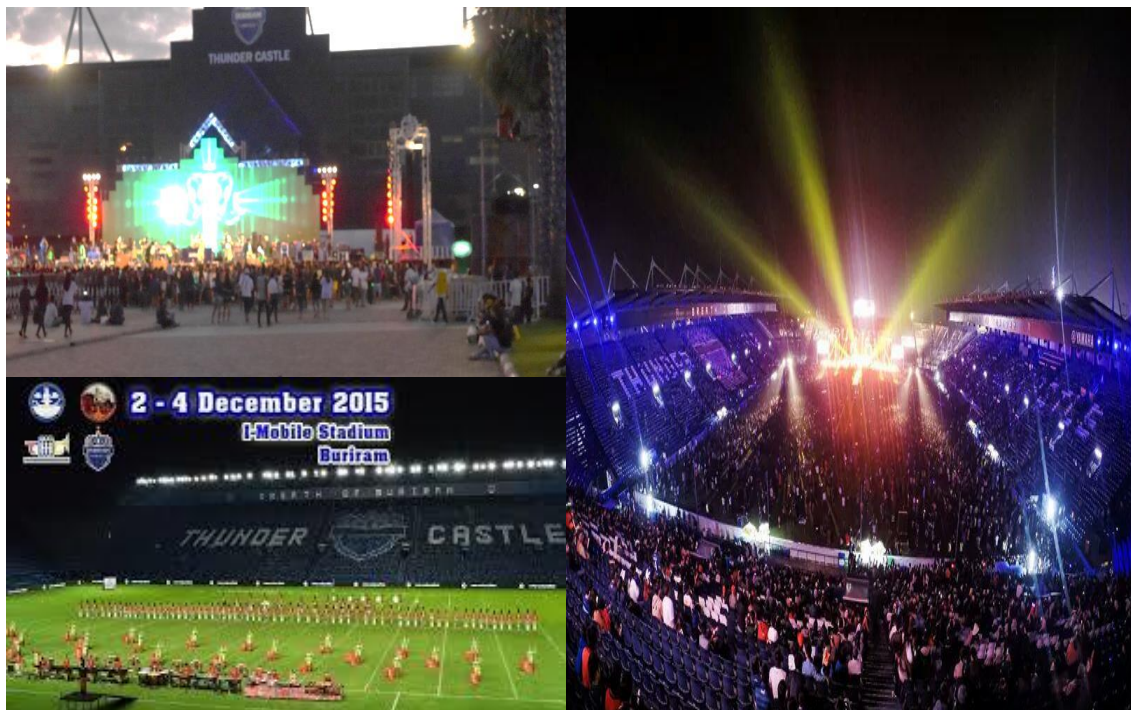
ภาพที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬาแบบสากล หรือการแข่งขัน “รถยนต์ และรถจักรยานยนต์” ระดับโลก



ภาพที่ 4 กิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬาแบบสากล หรือการแข่งขัน “ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก”



ภาพที่ 5 กิจกรรมการพบปะนักกีฬาที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของแฟนบอลและแฟนคลับจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 6 กิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมกิจกรรมกีฬาและการสร้างกิจกรรมบันเทิงเสริมการท่องเที่ยวกีฬา
จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 7 กิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวกีฬา “การแข่งรถแข่ง” “การโชว์เครื่องเสียงติดรถยนต์” จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 8 กิจกรรมพันธมิตรธุรกิจหรือผู้สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 9 แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมขอม “อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง” จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 10 แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมขอม “ปราสาทหินเมืองต่ำ” จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 11 แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธวัฒนธรรมลาว พม่า “วัดเขาพระอังคาร” จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 12 กิจกรรมท่องเที่ยวทางกีฬาและเกษตร “อุทยานไม้ดอกเพลาลิน” จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 13 งานกิจกรรม คานีวัล พา ลา เฟลิน วันเสาร์ที่ 26 ธันวาคม 2558 ณ อุทยานไม้ดอก เพ ลา เฟลิน บุติคและแอนเวนเจอร์ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 14 งานกิจกรรม คานีวัล พา ลา เฟลิน วันเสาร์ที่ 26 ธันวาคม 2558 ณ อุทยานไม้ดอก เพ ลา เฟลิน บุติคและแอนเวนเจอร์ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 15 งานมหกรรมอาหารของชมรมผู้ประกอบการค้าอาหารจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 16 งานมหกรรมอาหารของชมรมผู้ประกอบการค้าอาหารจังหวัดบุรีรัมย์



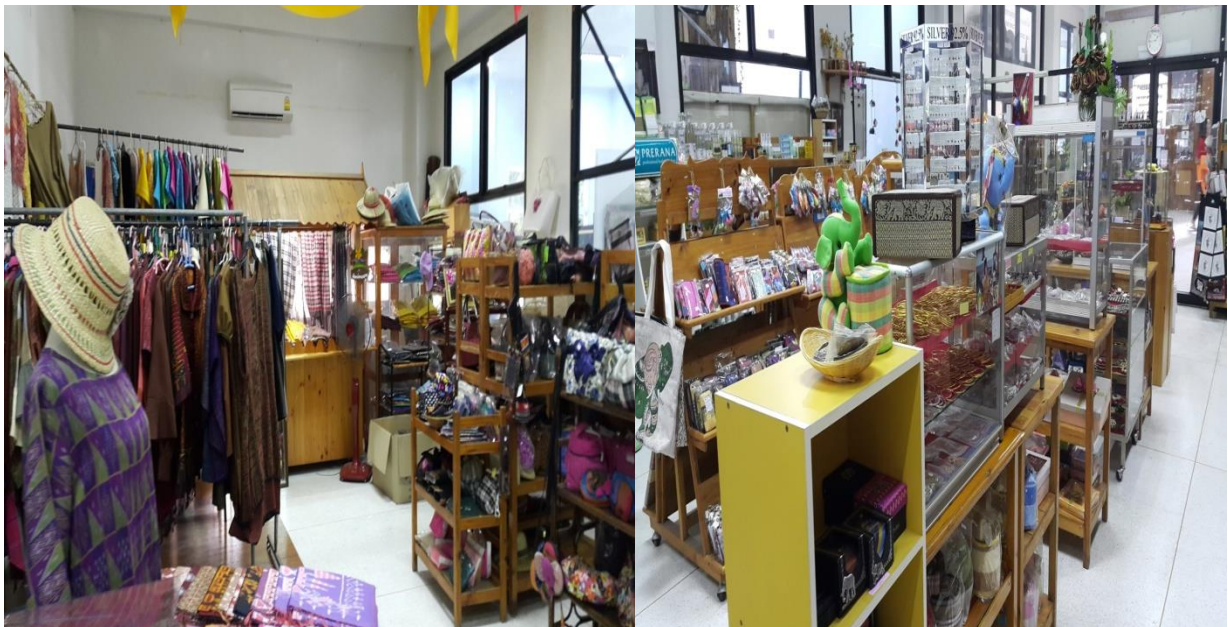
ภาพที่ 17 มหกรรมงานช้างระดับโลกจังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 18 มหกรรมงานช้างระดับโลกจังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 19 ศูนย์จำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึก OTOP สุรินทร์



ภาพที่ 20 ศูนย์จำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึก OTOP สุรินทร์



ภาพที่ 21 งานมหกรรมไหมและกาชาดจังหวัดบุรีรัมย์ ประจำปี 2558 12-22 ธันวาคม 2558 ณ บริเวณ
ศาลากลางเก่า จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 22 งานมหกรรมไหมและกาชาดจังหวัดบุรีรัมย์ ประจำปี 2558 12-22 ธันวาคม 2558 ณ บริเวณ
ศาลากลางเก่า จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 23 การท่องเที่ยวชุมชน : หมู่บ้านท่องเที่ยวไหมบ้านสนวนนอก ตำบลสนวน อำเภอกัญฉะราช
จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 24 การท่องเที่ยวชุมชน : หมู่บ้านท่องเที่ยวไหมบ้านสนวนนอก ตำบลสนวน อำเภอกัญฉะราช
จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 25 งานมหกรรมว่าวอีสาน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 26 งานมหกรรมว่าวอีสาน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 27 ร่วมงานประเพณีลอยกระทง วันพุธที่ 25 พฤศจิกายน 2558 ณ ถนนวัฒนธรรมหรือถนนคนเดินเซาะกราว จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 28 งานประเพณีขึ้นภูเขไฟกระโดง



ภาพที่ 29 สุสานช้าง อำเภอนาทม จังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 30 งานประกวดมหกรรมวงโยธวาทิต จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 31 วิ่งวิวัฒน์ วันที่ 15 พฤศจิกายน 2558 ณ วิทยาลัยเทคนิคบุรีรัมย์



ภาพที่ 32 งานแข่งปั่นจักรยาน จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 33 งานประเพณีแห่เทียนพรรษา อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ขอเชิญเที่ยวชม "งานรับอรุณเบิกฟ้า วันปีใหม่ ณ ปราสาทพนมรุ้ง"

ณ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์

ระหว่างวันที่ 30-31 ธันวาคม 2558 ถึง วันที่ 1 มกราคม 2559

- ชม ชิม ช้อป ตลาดย้อนยุค (ตลาดโบราณ)
- กิจกรรมสวดมนต์ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่
- ชมการแสดงศิลปะกันตรึมพื้นบ้าน
- ร่วมพิธีทำบุญตักบาตร พระสงฆ์ 99 รูป
- ร่วมปั่นจักรยานท่องเที่ยวชมสองปราสาท (ปราสาทพนมรุ้ง-ปราสาทเมืองต่ำ)

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ที่ทำการปกครองอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ หมายเลขโทรศัพท์ 0 4462 8119

ภาพที่ 34 งานรับอรุณเบิกฟ้า วันปีใหม่ ณ ปราสาทพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 35 งานแต่งงานบนหลังช้าง จังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 36 งานแต่งงานบนหลังช้าง จังหวัดสุรินทร์

ภาคผนวก ข ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 2

1. ชื่อ – สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินทิพย์ พิมพ์ก่ด
Nalinthip Pimklat
2. หมายเลขบัตรประชาชน 3309901257346
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์สาขาวิชาการจัดการ ระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์
เงินเดือน 31,650 บาท
เวลาที่ใช้ในการทำวิจัย 45 ชั่วโมง/สัปดาห์
4. หน่วยงานที่สังกัด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เลขที่ 439 ถนนจิระ ตำบลในเมือง
อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000
โทรศัพท์ 0 4462 1204 0 446 11221 ต่อ 120 โทรศัพท์มือถือ 0 894281177
E-mail nalinthiptoy@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา ประ.ด. ภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ
บธ.ม. การจัดการ
บธ.บ. บัญชี

6. สาขาที่มีความชำนาญพิเศษ เศรษฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

7.1 ผู้อำนวยการแผนงาน -

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย

(1) นลินทิพย์ พิมพ์ก่ด. (2549). แนวทางการปรับตัวของร้านค้าชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ในเขตพื้นที่ตำบลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

(2) นลินทิพย์ พิมพ์ก่ด(2555). คุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของประชาชนในเขตอีสานใต้.

(3) นลินทิพย์ พิมพ์ก่ด(2555). การสร้างเสถียรภาพทางการเงินของผู้สูงอายุในกลุ่มน้ำห้วยจะเข้มาก อ.เมือง จ.บุรีรัมย์. บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

(1) นลินทิพย์ พิมพ์ก่ด (2555) คุณลักษณะผู้นำทางการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในเขตอีสานใต้. ใน รมยสาร ปีที่ 10(1) : (9-20) แหล่งทุน : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

(2)Nalinthip Pimklat. (2014). **Establishing Financial Stability of the Elderly in Huai Chorakhe Mak Area, Buriram Province.** : Buriram Rajabhat University

- Presented at the: SIBR 2014 Hong Kong Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 27th-28th September 2014, Hong Kong.

- Full paper is accepted for publication at Economic Policy in Emerging Economic

(Index by Scopus ; ISSN : 1752-2452)

(3) นลินทิพย์ พิมพ์กลัด (2553). การศึกษาสาเหตุของการมีผลการเรียนตกต่ำและการพัฒนาสภาพนักศึกษา รวมทั้งแนวทางในการแก้ปัญหากรณีศึกษา : นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. (ผู้ร่วมวิจัย) แหล่งทุน : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

(4) สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอนสาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (ผู้ร่วมวิจัย) ทุนมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปี 2551

(5) ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่ออาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ. บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (ผู้ร่วมวิจัย) แหล่งทุน : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ปี 2555

(6) แนวทางการพัฒนาสุขภาวะด้านสังคมของผู้สูงอายุ ในลุ่มน้ำห้วยจรเข้มาก อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏ บุรีรัมย์. (ผู้ร่วมวิจัย) แหล่งทุน : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ปี 2555

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยแล้วเสร็จแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

(1) การพัฒนาฐานข้อมูลศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ แหล่งทุน : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สถานภาพการวิจัย : 80 %

นักวิจัยร่วมโครงการ

1. ชื่อ-นามสกุล นางสาวภรณ์ หลาวทอง

(Miss Poranee Loatong)

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3331000815996

3. ตำแหน่งปัจจุบัน พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา (สายวิชาการผู้สอน)

เงินเดือน 27,040 บาท

เวลาที่ใช้ทำวิจัย 10 ชั่วโมง : สัปดาห์

4. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

145 ม.15 ถ.สุรินทร์-ปราสาท ต.นอกเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000

พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ 0-4415-3097, 08-1549-4010 โทรสาร 0-4415-3097

เว็บไซต์ : <http://www.surin.rmuti.ac.th/surin/index.php>

E-mail : poranee11@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี ศศ.บ. การจัดการ-การจัดการงานทั่วไป สถาบันราชภัฏสุรินทร์

ระดับปริญญาโท บธ.ม. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กำลังศึกษาต่อ ระดับปริญญาเอก กจ.ด. การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT)

วิจัยในชั้นเรียน , การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ, จริยธรรมธุรกิจ

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย

- การวิจัยเชิงบูรณาการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถผู้นำชุมชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง **แหล่งทุน** คณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ (ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย)

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

- พ.ศ.2552 การศึกษาปัญหาการส่งนักศึกษาออกฝึกงานในสถานประกอบการของคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งทุน** คณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ (หัวหน้าโครงการ)

- พ.ศ.2553 การศึกษาและพัฒนาบทเรียนมัลติมีเดีย วิชาการจัดการสำนักงาน สำหรับนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งทุน** คณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ (หัวหน้าโครงการ) ตีพิมพ์ในวารสาร มทร.อีสาน ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2555

- พ.ศ.2553 การพัฒนาสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ของอาจารย์สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน **แหล่งทุน** มทร.อีสาน (หัวหน้าโครงการ) นำเสนอภาคโปสเตอร์ในการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 5 มทร.พระนคร

- พ.ศ.2554 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิเคราะห์ธุรกิจเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปกับการสอนปกติ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งทุน** คณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **หัวหน้าโครงการ** นำเสนอประชุมนานาชาติ The 5th International Conference (Proceedings) ม.ราชภัฏสุรินทร์

- พ.ศ.2554 การประยุกต์คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ **แหล่งทุน** มทร.อีสาน (หัวหน้าโครงการ) (ได้รับรางวัลดีเด่น ผลงานวิชาการ ภาคโปสเตอร์ สาขาบริหารธุรกิจ) นำเสนอภาคโปสเตอร์ในการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 5 มทร.พระนคร

- พ.ศ.2555 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิเคราะห์ธุรกิจเชิงปริมาณในระดับปริญญาตรี **แหล่งทุน** คณะเทคโนโลยีการจัดการ มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ (หัวหน้าโครงการ)

- พ.ศ.2556 การพัฒนาการทำวิจัยในชั้นเรียนของอาจารย์คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งทุน** คณะเทคโนโลยีการจัดการ (หัวหน้าโครงการ)

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

- พ.ศ.2552 การวิจัยและพัฒนาระบบการเรียนการสอนผ่านระบบ Real-Time Messaging Protocol วิชาการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเบื้องต้น สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งทุน** มทร.อีสาน (ผู้ร่วมวิจัย)

- พ.ศ.2553 ปัจจัยเชิงสาเหตุของผลผลิตภาพการวิจัยของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล **แหล่งทุน มทร.อีสาน (ผู้ร่วมวิจัย)**

- พ.ศ.2553 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมวิชาการดำรงชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามวิถีไทยสำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งทุน มทร.อีสาน (ผู้ร่วมวิจัย)**

- พ.ศ.2554 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมวิชาการดำรงชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามวิถีไทยสำหรับนักศึกษา มทร.อีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งทุน มทร.อีสาน (ผู้ร่วมวิจัย)** นำเสนอภาคโปสเตอร์ในการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 5 มทร.พระนคร

- พ.ศ.2556 การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของอาจารย์คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ **แหล่งเงินทุน คณะเทคโนโลยีการจัดการ ผู้ร่วมวิจัย**

- พ.ศ.2556 กลยุทธ์การจัดการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดบุรีรัมย์ **แหล่งเงินทุน ม.ราชภัฏบุรีรัมย์ (ผู้ร่วมวิจัย)**

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

- พ.ศ.2556 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนาร่องแบบบูรณาการ กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายพื้นบ้านจังหวัดสุรินทร์ **แหล่งเงินทุน มทร.อีสาน (ลุล่วง 80%) ผู้ร่วมวิจัย**

- พ.ศ.2557 การพัฒนาสมรรถนะของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ **แหล่งเงินทุน มทร.อีสาน (หัวหน้าโครงการ)**

- พ.ศ.2557 การพัฒนาสมรรถนะของผู้นำชุมชน ในการบริหารจัดการสังคม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ **แหล่งเงินทุน มทร.อีสาน (ผู้ร่วมวิจัย)**

- พ.ศ.2557 การพัฒนาสมรรถนะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้นำชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ **แหล่งเงินทุน มทร.อีสาน (ผู้ร่วมวิจัย)**

- พ.ศ.2557 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเครือข่าย ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ **แหล่งเงินทุน ม.ราชภัฏบุรีรัมย์ (ผู้ร่วมวิจัย)**

- พ.ศ.2557 การวิจัยเชิงปฏิบัติการรูปแบบการจัดการผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ **แหล่งเงินทุน ม.ราชภัฏบุรีรัมย์ (ผู้ร่วมวิจัย)**