



การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

วิทยานิพนธ์
ของ
ดาศรินทร์พัชร สุธรรมดี

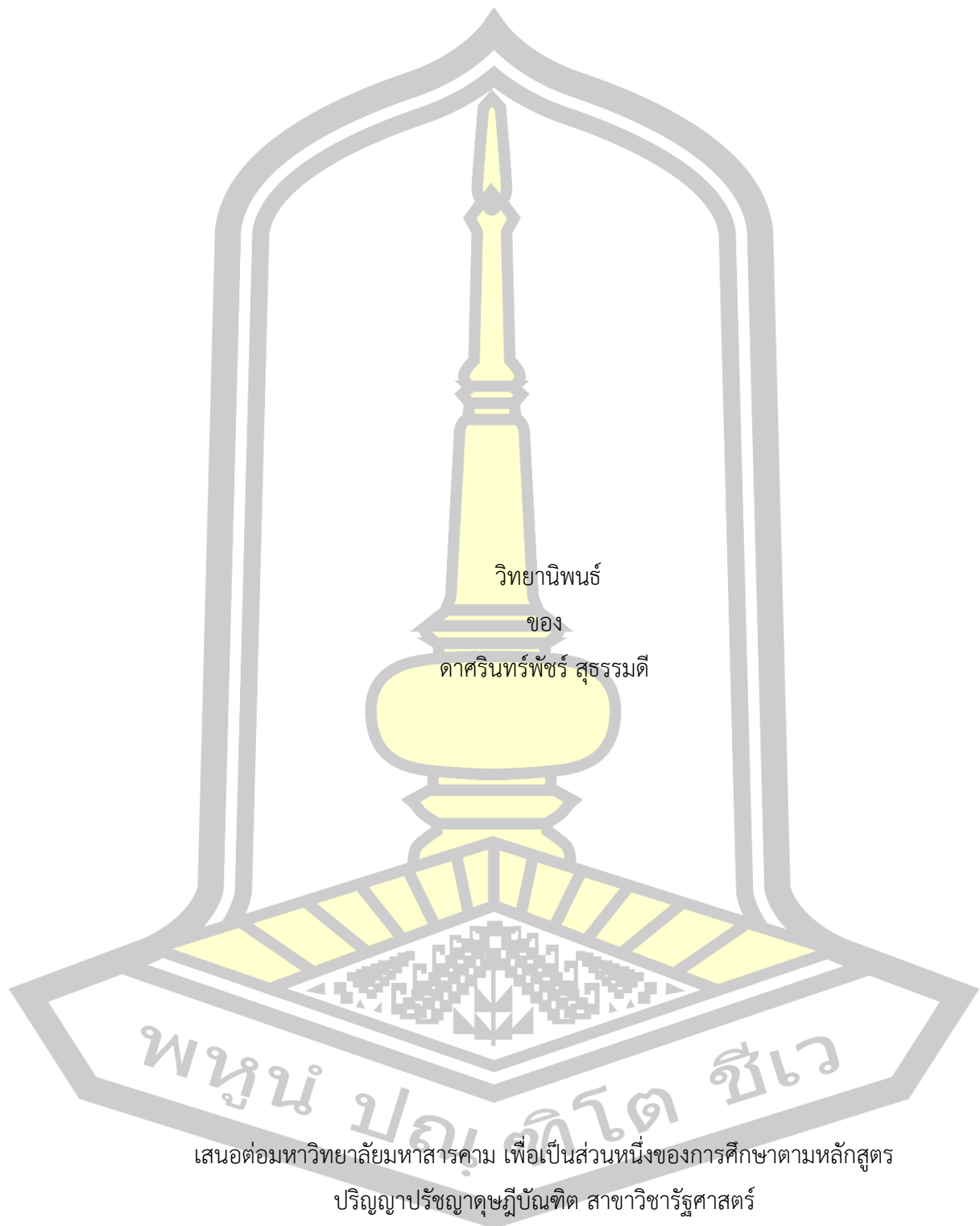
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์

พฤษภาคม 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย



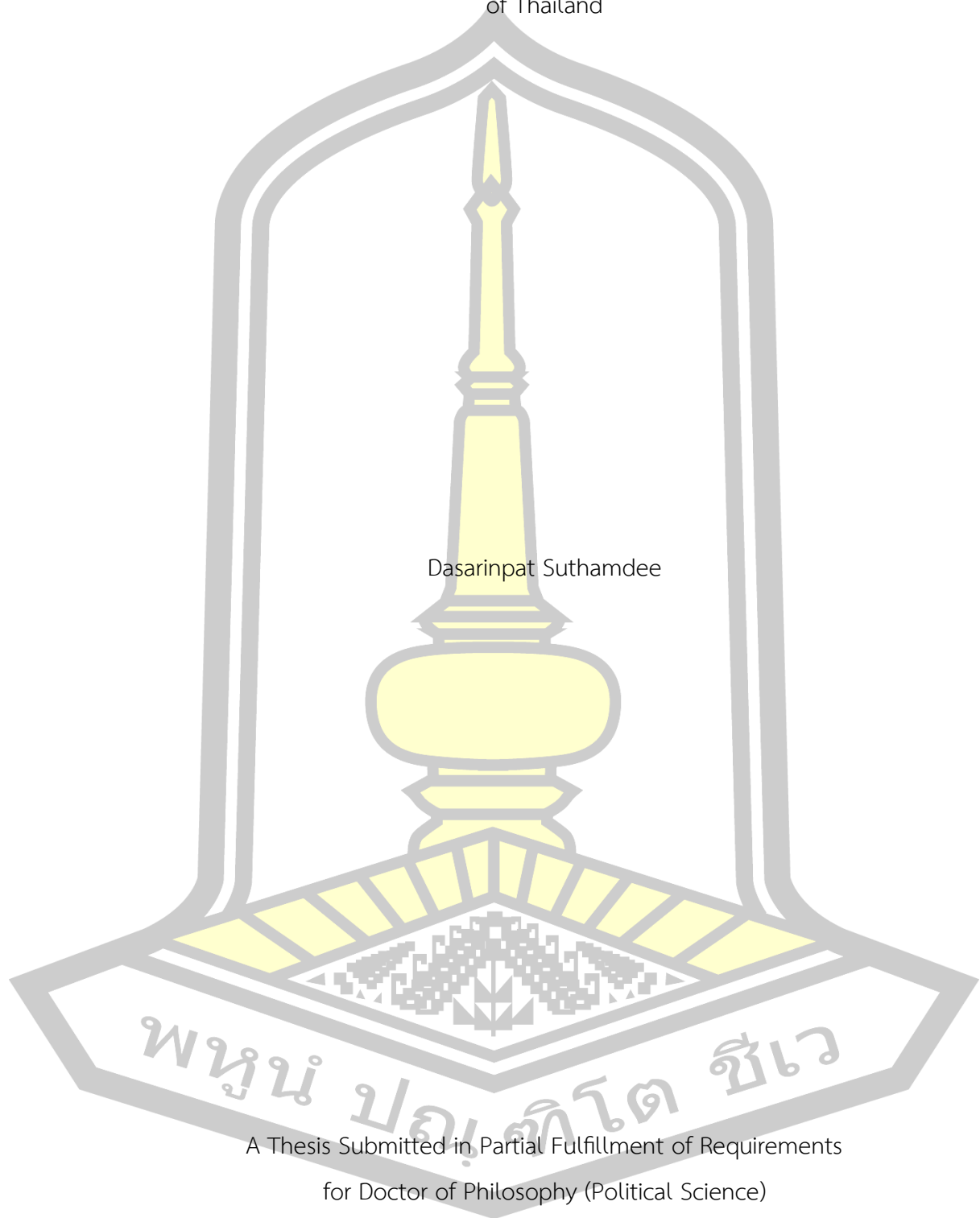
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์

พฤษภาคม 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Development of Tourism Management in the Lower Northeastern Provinces Cluster 1
of Thailand



Dasarinpat Suthamdee

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Political Science)

May 2025

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางดาศรินทร์พัชร สุธรรม
ดี แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
รัฐศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รศ. ดร. อัครณัฐ วงศ์ปรีดี)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร. ชินวัตร เชื้อสระคู)

.....กรรมการ

(ผศ. ดร. วณิดา พรหมล้ำ)

.....กรรมการ

(ผศ. ดร. นิลุบล ไพเราะ)

.....กรรมการ

(ผศ. ดร. จิตรลดา ไชยะ)

มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....
(ผศ. เจริญชัย จงสมชัย)

.....
(ผศ. ดร. พลเดช เขาวรัตน์)

คณบดีวิทยาลัยการเมืองการปกครอง

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย		
ผู้วิจัย	ดาศรินทร์พัชร สุธรรมดี		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ชินวัตร เชื้อสระคู		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	รัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย 2) สร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และ 3) เสนอแนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 540 คน และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 44 คน จากจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและผลกระทบทางตรง ทางอ้อม และโดยรวม นอกจากนี้ ยังมีการสร้างและยืนยันรูปแบบข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 32 คน

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการโลจิสติกส์ ทูทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการนำนโยบายไปปฏิบัติมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว โดยสามารถร่วมกันทำนายการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยรวม ($R^2 = 0.72$, $p < 0.01$) แบบจำลองการวัดแสดงค่าความสอดคล้องที่ยอมรับได้ (CFI = 0.94, RMSEA = 0.06, SRMR = 0.04) การวิเคราะห์เส้นทางการระบุว่า ทูทางปัญญามีอิทธิพลโดยตรงมากที่สุด ($\beta = 0.45$, $p < 0.01$) รองลงมาคือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ($\beta = 0.30$, $p < 0.01$) และการจัดการโลจิสติกส์ ($\beta = 0.20$, $p < 0.01$) ในขณะที่การนำนโยบายไปปฏิบัติมีผลกระทบทางอ้อมผ่านทูทางปัญญาและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยปัจจัยโลจิสติกส์ที่ยั่งยืน ($\bar{x} = 3.56$) การส่งต่อทางการเงิน ($\bar{x} = 3.55$) และการส่งต่อข้อมูล ($\bar{x} = 3.24$) มี

บทบาทสำคัญ การศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่า มิติการจัดการโลจิสติกส์ ทูทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

การศึกษานี้เสนอแนวทางเชิงนโยบายในการส่งเสริมการจัดการโลจิสติกส์ การพัฒนาทุนทางปัญญา การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาความรู้ของผู้ปฏิบัติงาน และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม รวมถึงกลยุทธ์ส่งเสริมทรัพยากรนโยบาย การสื่อสารระหว่างองค์กร การเสริมสร้างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ การส่งเสริมเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และการเสริมสร้างความตั้งใจของผู้ปฏิบัติเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการยกระดับการจัดการท่องเที่ยว สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ “ยกระดับการจัดการท่องเที่ยว สร้างรายได้” ความกินดี อยู่ดี มีสุข ของประชาชน

คำสำคัญ : การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว, การจัดการโลจิสติกส์, ทูทางปัญญา, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, การนำนโยบายไปปฏิบัติ, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1



TITLE	Development of Tourism Management in the Lower Northeastern Provinces Cluster 1 of Thailand		
AUTHOR	Dasarinpat Suthamdee		
ADVISORS	Chinnawat Chueasraku , Ph.D.		
DEGREE	Doctor of Philosophy	MAJOR	Political Science
UNIVERSITY	Mahasarakham University	YEAR	2025

ABSTRACT

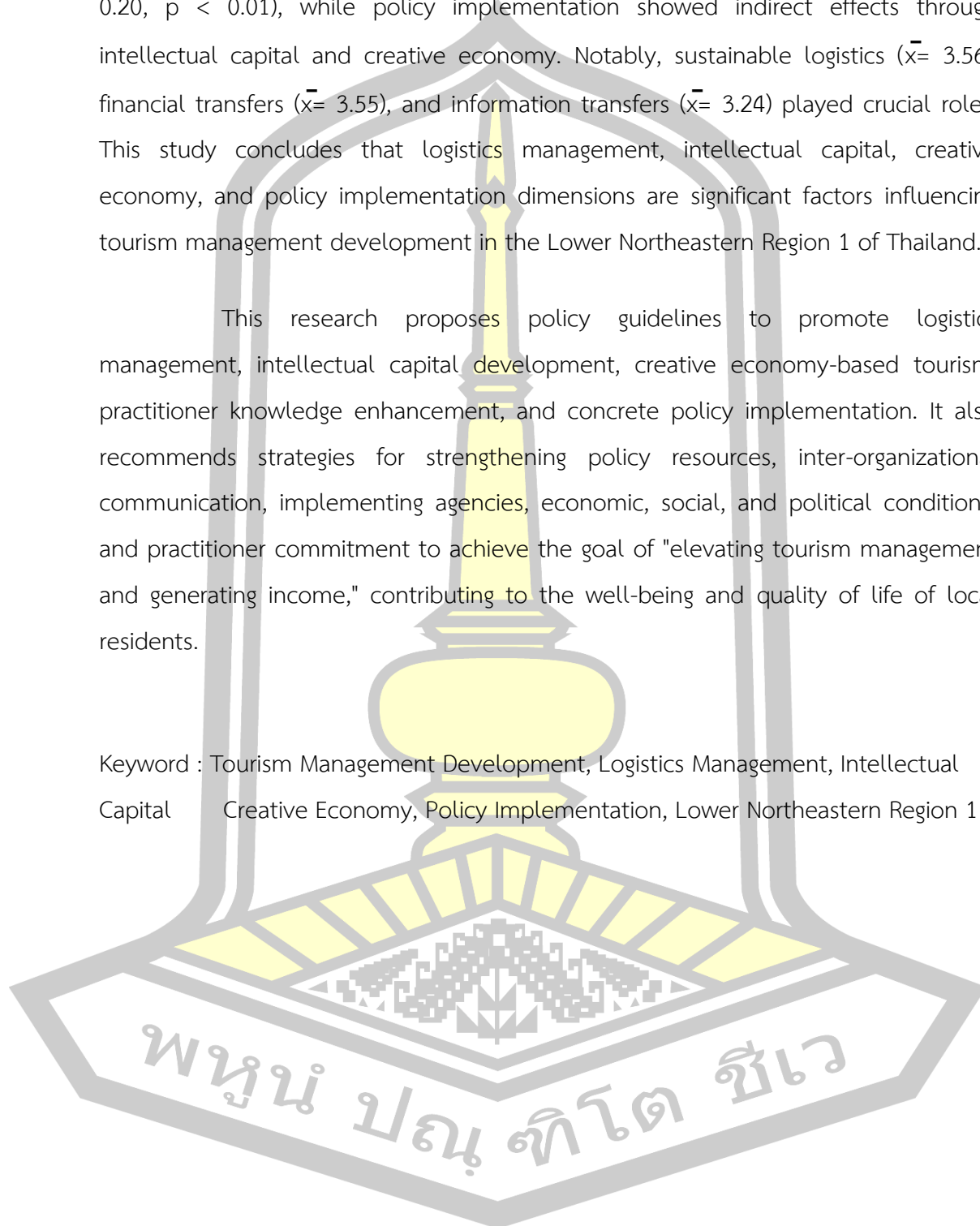
This research aimed to: 1) analyze key causal factors influencing tourism management development in the Lower Northeastern Region 1 of Thailand; 2) construct a causal relationship model among factors influencing tourism management development in the Lower Northeastern Region 1 of Thailand; and 3) propose policy guidelines for tourism management development in the Lower Northeastern Region 1 of Thailand. The study employed mixed methods research, collecting quantitative data from a survey of 540 stakeholders and qualitative data through in-depth interviews and focus group discussions from 44 key informants across Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum, Buriram, and Surin provinces. Data analysis included descriptive and inferential statistics such as multiple regression analysis, confirmatory factor analysis (CFA), and structural equation modeling (SEM) to examine relationships between variables and their direct, indirect, and total effects. Additionally, policy recommendation models were developed and validated by 32 experts.

The findings revealed that logistics management, intellectual capital, creative economy, and policy implementation significantly influenced tourism management development, collectively predicting overall tourism management development ($R^2 = 0.72$, $p < 0.01$). The measurement model demonstrated acceptable fit indices (CFI = 0.94, RMSEA = 0.06, SRMR = 0.04). Path analysis identified intellectual capital as having the strongest direct influence ($\beta = 0.45$, $p < 0.01$),

followed by creative economy ($\beta = 0.30$, $p < 0.01$) and logistics management ($\beta = 0.20$, $p < 0.01$), while policy implementation showed indirect effects through intellectual capital and creative economy. Notably, sustainable logistics ($\bar{x} = 3.56$), financial transfers ($\bar{x} = 3.55$), and information transfers ($\bar{x} = 3.24$) played crucial roles. This study concludes that logistics management, intellectual capital, creative economy, and policy implementation dimensions are significant factors influencing tourism management development in the Lower Northeastern Region 1 of Thailand.

This research proposes policy guidelines to promote logistics management, intellectual capital development, creative economy-based tourism, practitioner knowledge enhancement, and concrete policy implementation. It also recommends strategies for strengthening policy resources, inter-organizational communication, implementing agencies, economic, social, and political conditions, and practitioner commitment to achieve the goal of "elevating tourism management and generating income," contributing to the well-being and quality of life of local residents.

Keyword : Tourism Management Development, Logistics Management, Intellectual Capital Creative Economy, Policy Implementation, Lower Northeastern Region 1



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาและการให้คำปรึกษาอันทรงคุณค่าจาก อาจารย์ ดร.ชินวัตร เชื้อสระคู อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ประสาทความรู้ คำแนะนำทางวิชาการ และให้การสนับสนุนตลอดกระบวนการวิจัย ผู้วิจัยขอแสดงความขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน รองศาสตราจารย์ ดร.อัชกรณ วังศ์ปรีดี (ประธานกรรมการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนิดา พรหมหล้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิลุบล ไพเราะ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตรดา ไชยะ ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะทางวิชาการและแนวทางการปรับวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพตามหลักวิชาการ

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่กรุณาสละเวลาในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.จิรายุ ทรัพย์สิน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุขตาม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสกสรรค์ สนวา (ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรณรงค์ศักดิ์ สุธรรมดี (ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา) และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทิดศักดิ์ สุพันธุ์ (ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผลและประเมินผล) ซึ่งการตรวจสอบดังกล่าวมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ได้รับความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายภาคส่วน ทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา นักวิชาการ ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และภาคประชาสังคม ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการวิจัย

ความสำเร็จในการศึกษาระดับนี้ได้รับแรงสนับสนุนและกำลังใจจากครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณพ่อสำราญ และคุณแม่ขจรจิต แสงอ่อน ผู้สนับสนุนทางการศึกษา รวมถึงเด็กชายรชตและเด็กหญิงพงศ์พัชราณิข สุธรรมดี ผู้เป็นแรงบันดาลใจตลอดระยะเวลาการศึกษา

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอแสดงความขอบพระคุณต่อสถาบันการศึกษาและบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นรากฐานสำคัญในการศึกษาวิจัย และขอบขอบคุณประโยชน์อันพึงเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แก่วงวิชาการและสังคมโดยรวม

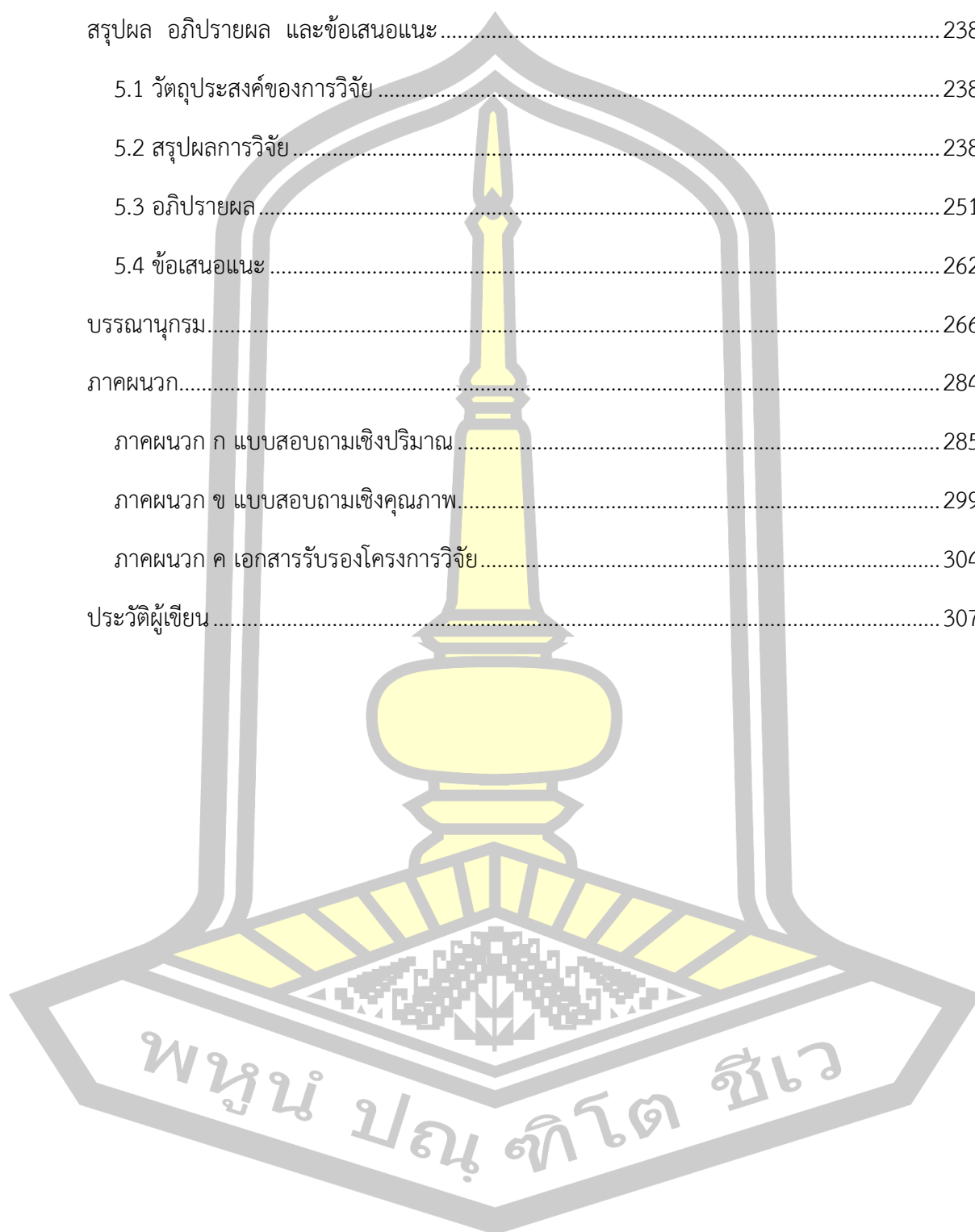
ดาศรินทร์พัชร สุธรรมดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญแผนภาพ.....	ฌ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามในการวิจัย.....	12
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	13
1.4 สมมติฐานการวิจัย	13
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	13
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	16
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19
บทที่ 2	20
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว.....	20
2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว	43
2.3 แนวคิดทฤษฎีการสร้างทุนทางปัญญา.....	70
2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	79

2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ(public policy).....	85
2.6 บริบทพื้นที่วิจัย	94
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	109
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	131
บทที่ 3	139
วิธีดำเนินการวิจัย	139
3.1 การวิจัยระยะที่ 1	139
3.2 การวิจัยระยะที่ 2.....	147
บทที่ 4	149
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	149
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	153
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว	156
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา.....	160
4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	164
4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ.....	168
4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว.....	172
4.7 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ	175
4.8 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด.....	177
4.9 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน	186
4.10 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม และจำนวนความถี่ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา.....	192
4.11 ผลการวิเคราะห์จากการศึกษาเชิงคุณภาพ.....	210
4.12 ผลการสร้างข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย.....	227

บทที่ 5.....	238
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	238
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	238
5.2 สรุปผลการวิจัย.....	238
5.3 อภิปรายผล.....	251
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	262
บรรณานุกรม.....	266
ภาคผนวก.....	284
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเชิงปริมาณ.....	285
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเชิงคุณภาพ.....	299
ภาคผนวก ค เอกสารรับรองโครงการวิจัย.....	304
ประวัติผู้เขียน.....	307



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 ปี พ.ศ. 2566	14
ตารางที่ 2 การสังเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว (5A)	57
ตารางที่ 3 ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบของทุนทางปัญญา	72
ตารางที่ 4 แสดงตัวแบบเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์	82
ตารางที่ 5 แสดงการจัดตั้งกลุ่มจังหวัด	95
ตารางที่ 6 แสดงแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	100
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของเส้นทางอารยธรรมขอมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย(รายจังหวัด)	101
ตารางที่ 8 ข้อมูลงานเทศกาลประจำปีของจังหวัด หรืองานที่มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัด	104
ตารางที่ 9 แสดงนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง1 ที่เดินทางเข้ามาเยี่ยม เยือนในปี 2566	140
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ	141
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ	145
ตารางที่ 12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	153
ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อทางกายภาพ	156
ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร	157
ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อทางการเงิน	158

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว สาธารณูปโภค.....	158
ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความยั่งยืน.....	159
ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุมนมนุษย์	160
ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนเชิงโครงสร้าง.....	161
ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนความสัมพันธ์.....	161
ตารางที่ 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้	162
ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้	163
ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษา.....	164
ตารางที่ 24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ผลงาน.....	165
ตารางที่ 25 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	165
ตารางที่ 26 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรม	166
ตารางที่ 27 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมความรู้.....	167
ตารางที่ 28 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม.....	167

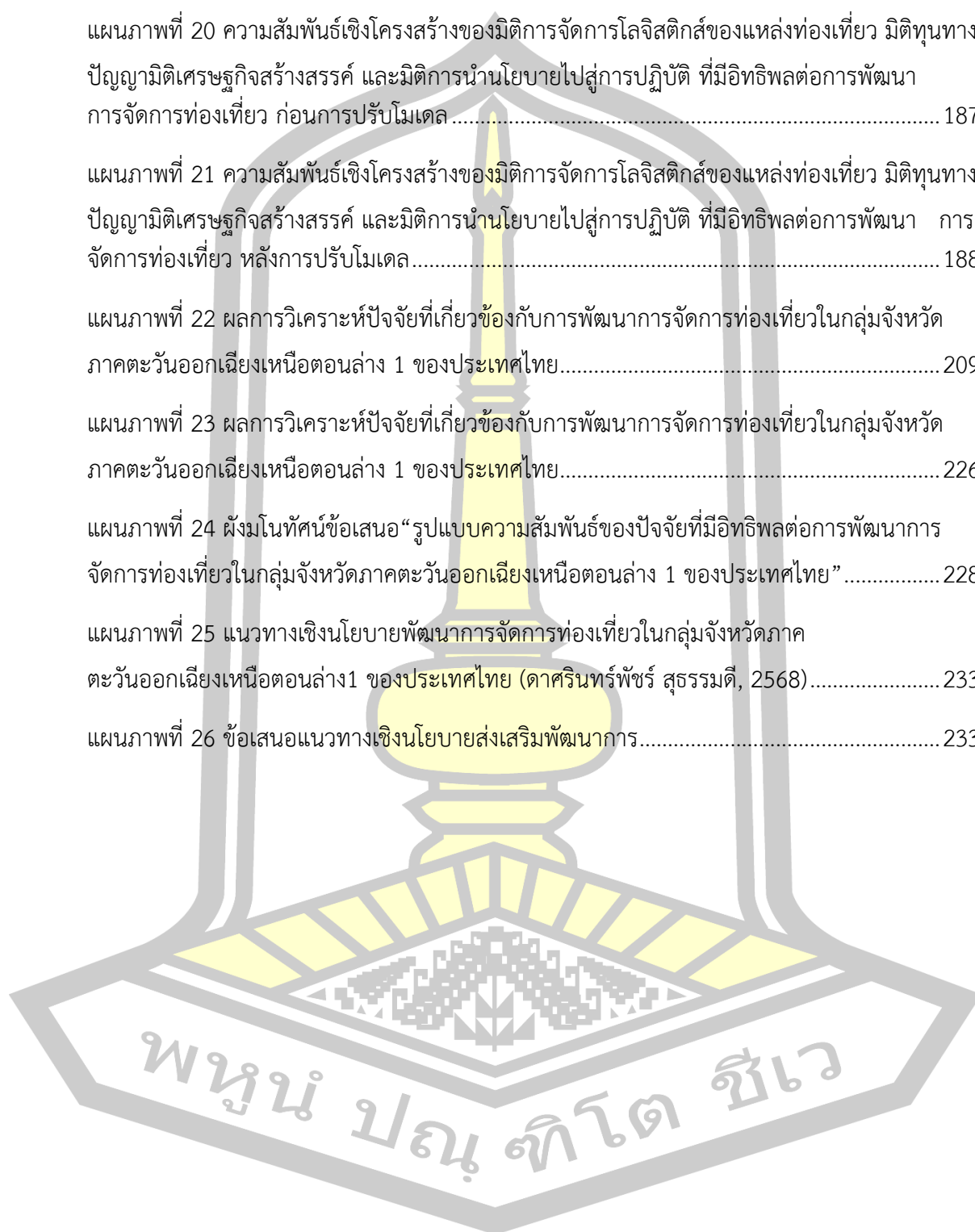
ตารางที่ 29 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความรู้.....	168
ตารางที่ 30 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย.....	169
ตารางที่ 31 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านทรัพยากรนโยบาย.....	169
ตารางที่ 32 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร	170
ตารางที่ 33 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ.....	170
ตารางที่ 34 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ...	171
ตารางที่ 35 ต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ.....	172
ตารางที่ 36 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็ง	172
ตารางที่ 37 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	173
ตารางที่ 38 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว	174
ตารางที่ 39 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	174
ตารางที่ 40 เมตริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ และตัวแปรตาม	175
ตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ..	176
ตารางที่ 42 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว	178
ตารางที่ 43 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิติทุนทางปัญญา.....	179

ตารางที่ 44 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	181
ตารางที่ 45 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	183
ตารางที่ 46 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว	184
ตารางที่ 47 ผู้นำอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม.....	192
ตารางที่ 48 แสดงผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่าง เป้าหมายและ ผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	193
ตารางที่ 49 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ..	198
ตารางที่ 50 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศ ไทย	200
ตารางที่ 51 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวใน กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	204
ตารางที่ 52 แสดงผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่าง เป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	211
ตารางที่ 53 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ..	215
ตารางที่ 54 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศ ไทย	217
ตารางที่ 55 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวใน กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	221
ตารางที่ 56 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ	235
ตารางที่ 57 ผลการยืนยันรูปแบบข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวใน กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย.....	236

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2557-2564F).....	3
แผนภาพที่ 2 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2557-2564F)	4
แผนภาพที่ 3 แสดงอัตราการเติบโตของ GDP (2551-2564F).....	5
แผนภาพที่ 4 องค์ประกอบของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	43
แผนภาพที่ 5 องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว 5A.....	58
แผนภาพที่ 6 แสดงโครงข่ายของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว.....	61
แผนภาพที่ 7 ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.....	67
แผนภาพที่ 8 การจัดการโลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	68
แผนภาพที่ 9 ปัจจัยสู่ความสำเร็จผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์	84
แผนภาพที่ 10 แสดงการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	88
แผนภาพที่ 11 มิตินโยบายไปสู่การปฏิบัติตามตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ของ Van Meter and Van Horn เพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	91
แผนภาพที่ 12 กรอบแนวคิดในการวิจัย	136
แผนภาพที่ 13 ขอบเขตการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	139
แผนภาพที่ 14 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ...	178
แผนภาพที่ 15 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติทุนทางปัญญา	179
แผนภาพที่ 16 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์	181
แผนภาพที่ 17 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	182
แผนภาพที่ 18 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว	184

แผนภาพที่ 19 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบทั้งหมดในภาพรวม	185
แผนภาพที่ 20 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทาง ปัญญามิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนา การจัดการท่องเที่ยว ก่อนการปรับโมเดล	187
แผนภาพที่ 21 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทาง ปัญญามิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนา การ จัดการท่องเที่ยว หลังการปรับโมเดล	188
แผนภาพที่ 22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	209
แผนภาพที่ 23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	226
แผนภาพที่ 24 ผังมโนทัศน์ข้อเสนอ“รูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการ จัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย”	228
แผนภาพที่ 25 แนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง1 ของประเทศไทย (ดาครินทร์พัชร สุธรรมดี, 2568)	233
แผนภาพที่ 26 ข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการ	233



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

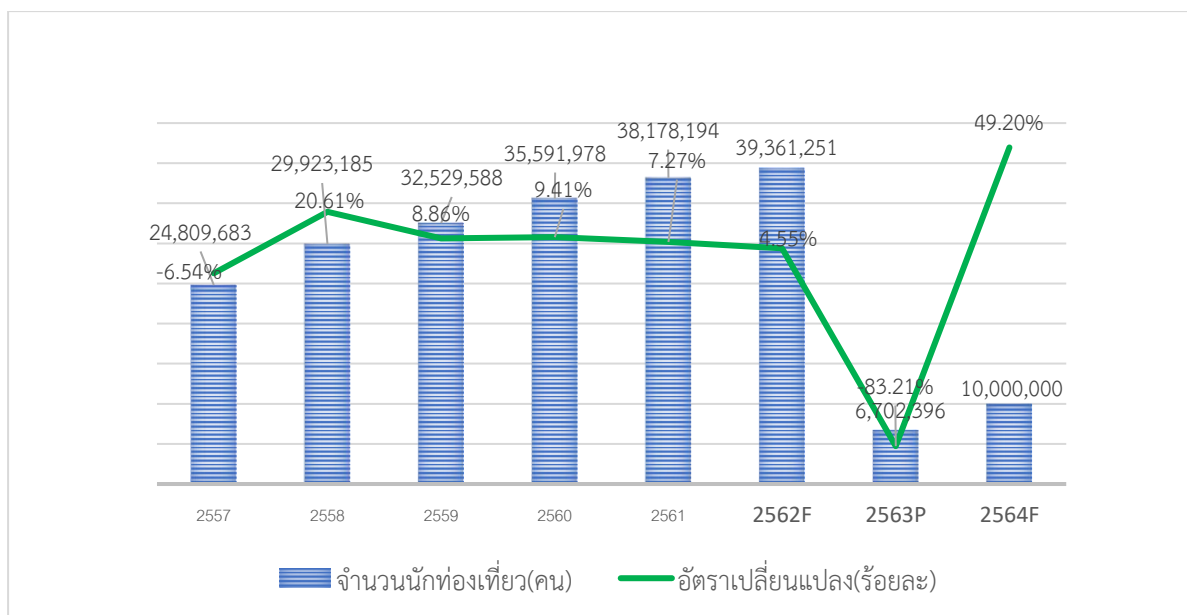
ในปัจจุบัน การพัฒนาการท่องเที่ยวได้กลายเป็นเส้นทางลัดอันสำคัญสำหรับนานาประเทศที่กำลังพัฒนา เพื่อมุ่งสู่ความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ปรากฏการณ์นี้ได้จำกัดอยู่เพียงประเทศในแถบเอเชียเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงประเทศสังคมนิยมที่เพิ่งเริ่มเปิดประตูสู่โลกภายนอก เช่น กลุ่มประเทศอินโดจีนและกลุ่มประเทศในยุโรปตะวันออก ต่างก็ ฝากความหวังไว้กับการท่องเที่ยว ให้เป็นเสมือนภาคส่วนบุกเบิก ที่จะนำมาซึ่งผลประโยชน์นานัปการสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยเม็ดเงินลงทุนที่ไม่สูงนัก แต่กลับ คาดหวังว่าการท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศ สร้างโอกาสการจ้างงาน และก่อให้เกิดรายได้แก่ผู้คนในท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน ในขณะเดียวกันประเทศไทยก็เคยอาศัยการท่องเที่ยวมาเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวทำให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม และเป็นที่รู้จักกันทั่วโลกในฐานะ “สยามเมืองยิ้ม” หรือ “ยิ้มสยาม” ที่บรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 เมื่อปี พ.ศ. 2504 ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นการลงทุนและเกิดการท่องเที่ยวจากต่างชาติมากมายจนประเทศไทยได้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักผ่อนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก (อ้างอิงใน กรองจันทร์ จันทรพาทา, 2566 ยิ้มสยาม-สยามเมืองยิ้ม)

พ.ศ. 2541-2542 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดตัวแคมเปญ "Amazing Thailand" เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง แคมเปญนี้ประสบความสำเร็จอย่างมากในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งแคมเปญ "Amazing Thailand" ไม่ได้เป็นเพียงการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็นยุทธศาสตร์ที่ถูกวางไว้อย่างแยบยลเพื่อฟื้นฟูประเทศไทยจากวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งที่ถาโถมเข้ามาในปี พ.ศ. 2540-2541 ที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในฟันเฟืองสำคัญของเศรษฐกิจไทยในช่วงเวลาที่ความเชื่อมั่นของนักลงทุนและนักท่องเที่ยวต่างชาติหดหาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้สร้างสรรค์แคมเปญ "Amazing Thailand" ขึ้นมา เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของประเทศไทยในฐานะดินแดนแห่งความมหัศจรรย์ที่เต็มไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม ธรรมชาติที่งดงาม และผู้คนที่มีอัธยาศัยไมตรี แคมเปญนี้ได้ใช้สื่อโฆษณาที่สร้างสรรค์และน่าประทับใจ ทั้งภาพยนตร์โฆษณาที่ถ่ายทอดความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วประเทศ และภาพถ่ายที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของไทย แคมเปญ "Amazing Thailand" ประสบความสำเร็จอย่างงดงามในการสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอย่างรวดเร็วและ "Amazing Thailand" ได้กลายเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก ความสำเร็จของแคมเปญนี้ไม่ได้หยุดเพียงแค่การฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะสั้น แต่ยังเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงสำหรับ

การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวของไทยในระยะยาว ททท.ได้ต่อยอด โดยนำเสนอแคมเปญย่อยๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ "Amazing Thailand" จึงเป็นมากกว่าแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่เป็นสัญลักษณ์ของความหวังและพลังในการฟื้นฟูประเทศ เป็นเรื่องราวของความสำเร็จที่เกิดจากความร่วมมือและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับคนไทยและผู้คนทั่วโลก

ช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 เริ่มมีการรายงานข่าวการแพร่ระบาดของโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสที่ไม่ทราบสาเหตุในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ทำให้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบด้วย เนื่องจากในช่วง พ.ศ. 2543-2562 ประเทศไทยมีการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ช่วงเดือน มกราคม พ.ศ. 2563 ประเทศไทยพบผู้ป่วยโควิด-19 รายแรก (กระทรวงสาธารณสุขวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 ออนไลน์) เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจากอู่ฮั่น และช่วงเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2563 จำนวนผู้ป่วยในประเทศไทยเริ่มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รัฐบาลเริ่มออกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด รวมถึงการปิดประเทศและยกเลิกเที่ยวบินระหว่างประเทศ ช่วงเดือน เมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ประเทศไทยประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินและออกมาตรการล็อกดาวน์ทั่วประเทศ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสชนิดนั้น ทำให้ในช่วงปลายปี 2563 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของโควิด-19 ซึ่งทำให้เกิดการหยุดชะงักของกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลก ประเทศไทยมีการใช้มาตรการเข้มงวดในการควบคุมการระบาด รวมถึงการล็อกดาวน์ในหลายพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเนื่องจากการปิดพรมแดนและข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมาก และส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ต้องปิดให้บริการ โรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการลดจำนวนผู้เข้าพักและการปิดกิจการชั่วคราว โดยประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียงประมาณ 6.7 ล้านคน ซึ่งลดลงถึง 83 % เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 ที่มีนักท่องเที่ยวกว่า 39.8 ล้านคน การแพร่ระบาดขยายวงกว้างไปยังเกือบทุกภูมิภาคของโลก ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก (กระทรวงท่องเที่ยวและการกีฬา, 2564) แสดงตามกราฟจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2557-2564F) ดังนี้

พูน ปณ จิต ชีเว



หมายเหตุ : P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น ณ มกราคม 2564

แผนภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2557-2564F)

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564

จากแผนภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2557-2564F) จะเห็นได้ว่า ผลกระทบการระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ในช่วงไตรมาส 2 และ 3 ของปี 2563 ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเลยในไตรมาสนี้ ถือเป็นช่วงที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบภาวะถดถอยอย่างรุนแรงจากการปิดพรมแดนและการระบาดของโควิด-19 ทั้งในและต่างประเทศ และแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น รวมถึงรัฐบาลเองก็พยายามกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศหลังจากมาตรการควบคุมเริ่มผ่อนคลาย โดยเปิดตัวโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น โครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” เพื่อให้ประชาชนสามารถจองโรงแรมและเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้ แม้ว่าจะยังไม่มี การเปิดพรมแดนเต็มรูปแบบ แต่ในช่วงไตรมาสนี้รัฐบาลพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่องและมีการผ่อนปรนมาตรการบางอย่างทำให้ประชาชนเริ่มเดินทางภายในประเทศเพิ่มขึ้นบ้าง แม้จะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ เช่น นักท่องเที่ยวทางการแพทย์ (Medical Tourists) และกลุ่มนักธุรกิจ เริ่มสามารถเข้าประเทศได้ผ่านระบบ Alternative State Quarantine (ASQ) โดยต้องกักตัว 14 วัน ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาบ้าง แต่มีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาด ส่งผลกระทบต่อรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ แสดงได้ดังแผนภาพรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2557-2564F) ดังนี้



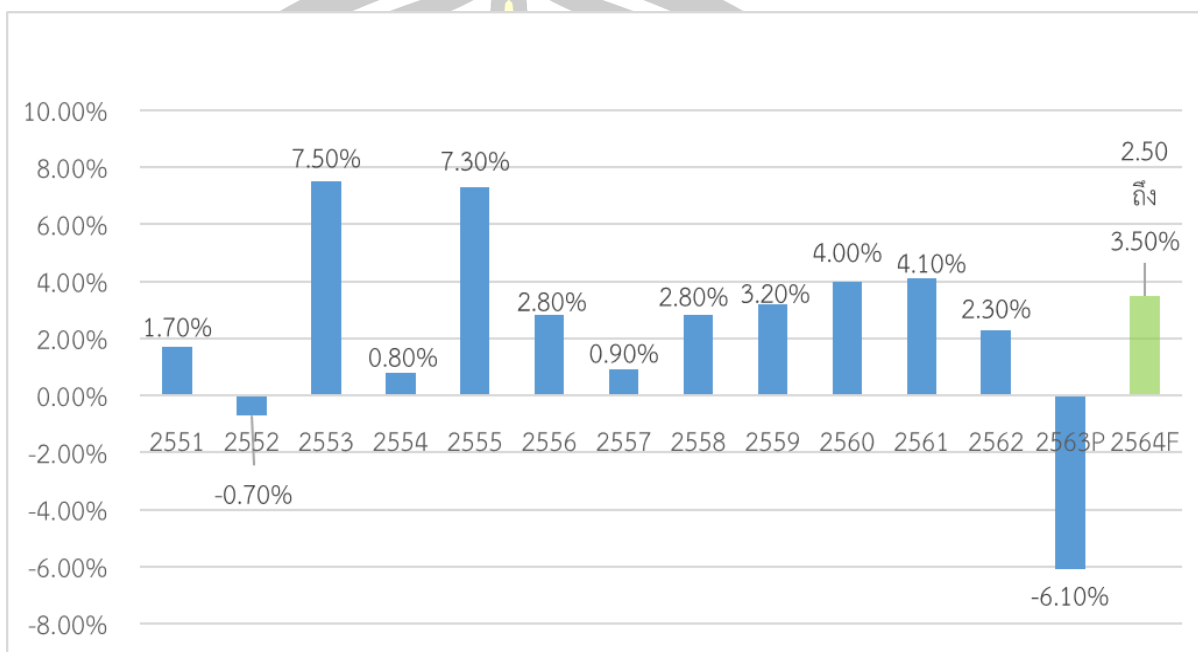
หมายเหตุ : P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น ณ มกราคม 2564

แผนภาพที่ 2 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2557-2564F)

ที่มา : กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2564

จากแผนภาพที่ 2 ไตรมาส 4 ปีพุทธศักราช 2563 การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงอยู่ในภาวะฟื้นตัวจากการระบาดของโควิด-19 อย่างช้าๆ แม้ว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะยังไม่กลับมาสู่สภาวะปกติ แต่มีการพยายามฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศ และการนำร่องเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนภายใต้ข้อกำหนดที่เข้มงวด ผ่านโครงการวีซ่าท่องเที่ยวพิเศษ Special Tourist Visa (STV) ซึ่งอนุญาตให้นักท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยได้ถึง 90 วัน โดยสามารถขยายระยะเวลาออกไปได้อีก 90 วัน โครงการนี้มุ่งเน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพำนักระยะยาว แต่ยังมีข้อกำหนดเรื่องการกักตัวในสถานที่ที่รัฐกำหนด (Alternative State Quarantine - ASQ) เป็นเวลา 14 วัน ส่งผลให้จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการยังไม่มากเท่าที่คาดหวัง แต่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวไทย ในปี 2563 เพียง 6,702,396 คน ลดลงจากปี 2562 ถึงร้อยละ -83.21% ต่อปี และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง 332,013 ล้านบาท ลดลงร้อยละ -82.83 % ต่อปี ซึ่งเป็นการหดตัวสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และจากที่เคยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 1,933,368 ล้านบาทในปี 2562 ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เศรษฐกิจไทยในปี 2563 หดตัวลงถึงร้อยละ -6.1 ต่อปีเทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.3 ในปี 2562 แม้จะมีความพยายามในการฟื้นฟู แต่รายได้จากการท่องเที่ยวยังลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 รายได้หลักที่มาจากการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งยังไม่สามารถทดแทนการสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างเต็มที่แม้ว่าช่วงปลายปี 2563 จะมีการผ่อนคลามาตรการควบคุมการระบาดในบางพื้นที่ แต่การระบาดของโควิด-19 ยังไม่สิ้นสุด โดยเฉพาะในเดือนธันวาคมที่มีการระบาดระลอกใหม่ในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง ส่งผลให้การเดินทางและ

การจูงที่พักลงในช่วงปลายปี ดังนั้น ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2563 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงพยายามฟื้นตัว โดยเน้นที่การท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก ขณะที่การเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดขึ้นอย่างจำกัด



แผนภาพที่ 3 แสดงอัตราการเติบโตของ GDP (2551-2564F)

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2554

ในปี พ.ศ. 2564 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้สร้างความเสียหายอย่างรุนแรงต่อภาคการท่องเที่ยว ซึ่งแน่นอนว่าภาคส่วนนี้เคยเป็นหนึ่งในเสาหลักสำคัญของเศรษฐกิจในประเทศ การระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ที่รุนแรงกว่าเดิม ประเทศไทยต้องเผชิญและยังคงอยู่ภายใต้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดอย่างเข้มงวด การปิดพรมแดนและการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างน่าตกใจ บรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั่วประเทศเงียบเหงา ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องเผชิญกับภาวะขาดทุนอย่างหนัก ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องปิดกิจการชั่วคราวหรือถาวร การสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจในระดับมหภาคและระดับจุลภาค ชุมชนท้องถิ่นที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความยากลำบากในการดำรงชีวิต แม้ว่าจะมีมาตรการฟื้นฟูและการเปิดรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แต่การฟื้นตัวโดยรวมยังคงเป็นไปอย่างช้าๆ โดยรัฐบาลไทยเปิดตัวโครงการ “Phuket Sandbox” ในเดือนกรกฎาคม พุทธศักราช 2564 โดยอนุญาตให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ฉีดวัคซีนครบโดสสามารถเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตได้โดยไม่ต้องกักตัว นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในภูเก็ตได้อย่างอิสระในช่วง 14 วันแรก จากนั้นจึงสามารถเดินทางไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในประเทศได้

โครงการนี้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและเป็นจุดเริ่มต้นของการฟื้นฟูการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แม้ว่าจะมีข้อจำกัดบางประการ เช่น มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดในพื้นที่และการควบคุมการเดินทาง การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศกลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะสั้น ปี พ.ศ. 2564 จึงเป็นปีแห่งความยากลำบากและความท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นปีที่ทำให้ทุกภาคส่วนต้องเรียนรู้และปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการฟื้นตัวในอนาคต

ในปี พ.ศ. 2565 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวอย่างชัดเจน หลังจากที่ต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างหนักในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยการท่องเที่ยวมีการขยายตัวทั้งจากนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ การผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด และการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบ หลายประเทศเริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มกลับมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวภายในประเทศยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงครึ่งหลังของปีค่อย ๆ ฟื้นตัวจนถึงประมาณ 11 ล้านคน ภายในสิ้นปี ซึ่งแม้จะยังน้อยกว่าระดับก่อนการระบาด (ประมาณ 40 ล้านคนในปี 2562) แต่ถือเป็นสัญญาณการฟื้นตัวที่ดี สะท้อนจากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (เบื้องต้น) ที่รายงานโดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 20 พฤษภาคม 2565 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้วจำนวน 1.1 ล้านคน แม้จะอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงกว่าทั้งปี 2564 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง 4.3 แสนคน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐที่ยกเลิกระบบ Thailand Pass และการไม่ต้องแสดงผลตรวจโควิดหรือใบรับรองการฉีดวัคซีน รวมทั้งลดวงเงินประกันภัย หรือประกันในรูปแบบอื่น ๆ รวมทั้งการยกเลิกการตรวจหาเชื้อโควิด-19 แบบวิธี RT-PCR โดยแนะนำให้ตรวจ Self-ATK ระหว่างพำนักแทน ซึ่งมาตรการเหล่านี้จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องภายในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าประเทศได้อย่างสะดวกขึ้น (กาญจนา จันทระจิตและคณะ : ออนไลน์, 2567) นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอื่นๆ การปรับตัวของผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยว โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด-19 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แต่ทั้งนี้ แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเริ่มฟื้นตัว แต่ก็ยังมีความท้าทายอยู่การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศและการฟื้นฟูความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัย โดยรัฐบาลยังคงส่งเสริมให้คนไทยเดินทางภายในประเทศ ให้สิทธิประโยชน์ในการจองที่พักและการเดินทาง ทำให้เกิดการเดินทางในประเทศเพิ่มขึ้นและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นในหลายภูมิภาค และในปี 2565 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน (Community-based Tourism) การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งเป็นที่นิยม

มากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวแม้ว่าจะยังมีความท้าทายอยู่ แต่ก็มีสัญญาณที่ดีที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของภาคส่วนนี้ในการกลับมาเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจไทยอีกครั้ง

ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปในอนาคต โดยมีปัจจัยสำคัญหลายประการที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง ประเทศไทยได้กลับมาเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบ โดยไม่ต้องกักตัวหรือแสดงผลตรวจโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติฟื้นตัวและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยเฉพาะจากภูมิภาคเอเชียและยุโรป ในช่วงปี 2566 การผ่อนคลายมาตรการการเดินทางและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้กลับมาประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวถึงประมาณ 15 ล้านคน ซึ่งใกล้เคียงกับระดับก่อนการระบาดของโควิด-19 และส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวฟื้นตัวได้ดี (กลุ่มสถิติ ดัชนีเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ข้อมูล ณ วันที่ 10 กันยายน 2567) รัฐบาลและภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากขึ้น เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมีกำลังซื้อสูง และให้ความสำคัญกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ก็ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและยั่งยืน และเมื่อเข้าสู่ ปี 2567 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ แสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่โดดเด่นและมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนการเติบโตนี้มาจากการ ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงทางการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP : TDGDP) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.45 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยรวม และสัดส่วนนี้เองก็ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ นอกจากนี้ ประเทศไทยยัง สามารถสร้างดุลการท่องเที่ยวที่เกินดุลถึง 284.22 ล้านบาท ซึ่งเป็นสัญญาณบวกที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวในระดับโลกก็มีการขยายตัวของ GDP ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 3.5 และมี ส่วนแบ่งทางเศรษฐกิจที่สูงถึง 7.8 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 3.5 ของ GDP โลกโดยรวม ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทและความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นของการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกที่สำคัญ คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดจะสูงถึง 35.6 ล้านคนภายในสิ้นปี 2567 การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยซึ่งส่งผลให้ GDP เติบโตอย่างแข็งแกร่ง (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567 : 4) ความสำคัญกับความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงไปสู่ประสบการณ์การเดินทางที่มีมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งวางตำแหน่งภาคอุตสาหกรรมนี้ให้เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของประเทศไทย (เวปไซต์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา:รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ปีที่ 5 ฉบับที่ 2/2567) ประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง ความพยายามในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งรวมถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุดและการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนท้องถิ่น ให้

ความสำคัญมากขึ้นสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การตลาดออนไลน์ และการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว ได้รับการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลก็มีส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงมีอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวมวลชนกับแนวทางการปฏิบัติที่ยั่งยืนด้านการจัดการท่องเที่ยวและการรักษาความสมดุลระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยรวมแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น การบริหารระบบราชการไทย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างและการจัดระเบียบบริหารราชการแผ่นดินส่วนภูมิภาค ได้มีการปรับเปลี่ยนและให้ความสำคัญกับการทำงานในระดับกลุ่มจังหวัดมากยิ่งขึ้น ดังปรากฏในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ซึ่งต่อมาได้รับการตอกย้ำ ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ พ.ศ. 2565 มาตรา 33 ที่ได้กำหนดให้ผู้ว่าราชการจังหวัดของจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัดนั้น ทำหน้าที่เป็นหัวหน้ากลุ่มจังหวัด เพื่อให้การบริหารจัดการในระดับพื้นที่มีความเป็นเอกภาพและบูรณาการมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกัน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ได้มี คำสั่งที่ 1902/2565 ลงวันที่ 17 สิงหาคม 2565 ให้ จัดตั้งสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดขึ้นภายใต้สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 18 กลุ่มจังหวัด และกำหนดให้สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดเหล่านี้เป็นหน่วยงานภายในที่ต้องรายงานตรงต่อปลัดกระทรวงมหาดไทย ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ในระดับกลุ่มจังหวัด ให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (คำสั่งสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ที่ 1902/2565 ลงวันที่ 17 สิงหาคม 2565) ซึ่งมีหัวหน้าสำนักงานจังหวัดปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดอีกหนึ่งหน้าที่หนึ่ง

กลุ่มจังหวัด เป็นคำที่นำมาใช้ภายใต้แนวคิดการบริหารงานแบบบูรณาการ ที่กำหนดให้มีการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในด้านต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้การวางกรอบทิศทางพัฒนาและการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการพัฒนายุทธศาสตร์จังหวัด จึงได้นำแนวความคิดกรอบ กลุ่มจังหวัดมาดัดแปลงเป็นการพัฒนากลุ่มยุทธศาสตร์จังหวัด จากเดิมเป็นความร่วมมือระหว่างภาคราชการกับภาคเอกชน ได้ขยายเป็นความร่วมมือของทุกภาคส่วนในกลุ่มจังหวัด ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้นำเสนอต่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 โดยมีการจัดทำยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดควบคู่ไปกับการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา (สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, (2557), [ออนไลน์]) การรวมกลุ่มจังหวัดตามภูมิภาคเกิดจากสมมติฐานว่าจังหวัดที่อยู่พื้นที่ติดกันจะมีลักษณะทางภูมิประเทศ ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยมใกล้เคียงกันและยึดลักษณะเขตพื้นที่ติดต่อกันหรือต่อเนื่องกันเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน และพิจารณาจากความเกี่ยวเนื่องทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว การผลิต การค้า และการได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกัน โดยพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ติดต่อกันจะมีจุด

แข็ง จุดอ่อน ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่คล้ายคลึงกันทำให้ง่ายต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันได้และการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างจังหวัด จึงมีความสำคัญในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ และการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ภายใต้แนวคิดการบริหารงานแบบบูรณาการที่กำหนดให้มีการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในด้านต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการวางกรอบทิศทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551, 2567)

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ได้ร่วมมือกันจับกลุ่มดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายใต้แนวความคิดเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งของภูมิปัญญาชาวบ้านที่ถูกถ่ายทอดกันมา ส่งเสริมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นในด้านเศรษฐกิจและสังคมและที่สำคัญที่สุดคือให้ตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งที่ตนเองมีอยู่ รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงความสมบูรณ์ เช่น ปราสาทหินพนมรุ้ง เทศกาลประเพณีแห่ช้างสุรินทร์ มอหินขาว น้ำตกตาดโตน และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จากมนต์เสน่ห์ดังกล่าวทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบยั่งยืน ทั้งด้านประวัติศาสตร์ อารยธรรม แหล่งโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และประเพณีวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์จากการเป็นของแท้และดั้งเดิม (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรเหล่านี้ไว้ ทำให้พื้นที่นี้เป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การพัฒนาเชิงนโยบายที่สามารถสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและการส่งเสริมเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวยังคงเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว การบริหารจัดการที่ไม่เหมาะสมสามารถส่งผลให้เกิดผลกระทบทางลบ เช่น การเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม การสูญเสียทุนทางวัฒนธรรม การลดลงของคุณภาพชีวิตในชุมชนท้องถิ่น และการกระจายรายได้ที่ไม่ทั่วถึง ปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติต่างๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างนโยบายและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและสมดุล การรวมกลุ่มจังหวัดจึงเป็นกลไกที่สำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นให้เข้มแข็งและยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้กับกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลเบื้องต้นที่ผู้ทำการศึกษาได้นำเสนอไปนั้น ทำให้เราเห็นภาพอย่างชัดเจนว่าการท่องเที่ยวได้ถูกวางให้เป็นหนึ่งในประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์รูปแบบหนึ่งยิ่งไปกว่านั้น เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่มีศักยภาพในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเน้นการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนบนพื้นฐานของความได้เปรียบที่ประเทศไทยมีอยู่ ทั้งในด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาด้านงานศิลปหัตถกรรม อันเป็น ทุนเดิมที่สามารถนำมาต่อยอดในเชิงความคิด

สร้างสรรค์ได้อย่างไรขีดจำกัด และในปัจจุบัน “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ก็ได้รับการบรรจุให้เป็นหนึ่งในสาขาภายใต้ภาคส่วนการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเองก็ได้รับการบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการตอกย้ำถึงความสำคัญของการผานความคิดสร้างสรรค์เข้ากับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว อันว่าด้วยการพัฒนาในมิติสังคมที่เน้นการสร้างคุณธรรม จริยธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ที่เชื่อมโยงไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ที่ได้มุ่งเน้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าและบริการโดยอาศัยความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิเช่น ประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ผสมผสานกับความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์เหล่านั้นมีลักษณะโดดเด่นรวมกันคือ ความเป็นเอกลักษณ์ ยากต่อการลอกเลียนแบบรวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกระบวนการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น โดยชุมชนสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้และรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ในขณะเดียวกัน แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้ยังสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและการสร้างงานในชุมชนต่าง ๆ โดยใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นฐานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมักนำเสนอขายต่อนักท่องเที่ยวได้ราคา จึงนับเป็นโอกาสอันดีในการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative tourism ให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยต่อไปได้อย่างยั่งยืน (ศลิษา ธีรานนท์ และ ประกาศิต โสภณจรัสกุล, 2559)

แต่ถึงอย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคยังเผชิญกับปัญหาและความท้าทายหลายประการ เช่น การขาดโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเพียงพอ การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน และการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ปัญหาเหล่านี้หากไม่ได้รับการแก้ไข อาจทำให้ศักยภาพของการท่องเที่ยวในภูมิภาคไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มที่ จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสวยงามในเกือบทุกภูมิภาคของประเทศ และการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมหรือแบบประเพณีนิยมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจะมีส่วนในการช่วยรักษาคุณค่าเอกลักษณ์ของประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย (จิราณัฐ โสภณ, 2560) การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคอย่างเป็นระบบ และการวางแผนเชิงนโยบายที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เนื่องจากการจัดการทรัพยากรและการพัฒนาอย่างเร่งด่วน ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน อาจส่งผลกระทบในด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวที่ไม่สามารถควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวได้ ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมท้องถิ่น การพังทลายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรทางธรรมชาติ และการลดทอนความเข้มแข็งของ

ชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น แต่ยังมีส่วนช่วยในการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและการรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คงอยู่คู่กับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ อีกทั้งในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเอื้ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ถือได้ว่าการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยในด้านของการพัฒนาเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก

จากที่กล่าวข้างต้น การศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลายอุดมไปด้วยศักยภาพทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีเสน่ห์สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ภาคการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมาก ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แม้ว่ารัฐบาลได้ออกมาตรการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด รวมถึงผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวประเทศไทย รัฐบาลพยายามฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำ อีกทั้งการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ผ่านมามีการสร้างแรงกดดันต่อทรัพยากรธรรมชาติและสังคม ซึ่งอาจนำไปสู่การเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและการสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวแบบจำลองเชิงโครงสร้างจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์และระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว โดยจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งต่อการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น มิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาที่สามารถสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยวในระยะยาวโดยไม่ทำลายทรัพยากรท้องถิ่น ผ่านมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

งานวิจัยนี้จึงมุ่งหวังที่จะศึกษาเบื้องหลังปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการระบุปัจจัย แต่จะเจาะลึกถึงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง อันซับซ้อนระหว่างปัจจัยเหล่านั้น เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งถูกปรับให้เข้ากับบริบทเฉพาะของพื้นที่ศึกษา ด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) แบ่งกระบวนการออกเป็นสองระยะหลัก ในระยะแรก ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กัน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลปฐมภูมิที่ครอบคลุม โดยข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่เป้าหมาย 4 จังหวัด จำนวน 44 คนภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าวแล้ว งานวิจัยนี้จึงก้าวข้ามข้อจำกัดของการศึกษาแบบแยกส่วน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนความเป็นจริงของพื้นที่อย่างแท้จริงท่ามกลางพลวัตของการเติบโตทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม อีกทั้งงานวิจัยนี้ยังตระหนักถึงช่องว่างระหว่างทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยว ทฤษฎีทุนทางปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะกับบริบทเฉพาะของภูมิภาค โดยมุ่งเน้นที่จะเติมเต็มองค์ความรู้ด้วยการสร้างแบบจำลอง (Model) การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่ไม่เพียงแต่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในพื้นที่ศึกษาเท่านั้น แต่ยังได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ ในระยะที่สอง ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญจำนวน 32 ท่าน เพื่อประเมินความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของโมเดลที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้ได้แนวทางเชิงนโยบายที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาที่สามารถสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยวในระยะยาวโดยไม่ทำลายทรัพยากรท้องถิ่น และสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน และรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้วยตระหนักถึงความสำคัญและเติมเต็มการพัฒนาการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย การวิเคราะห์นี้จะดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรหลากหลายในเวลาเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ อย่างรอบด้าน ผลจากการศึกษาค้นคว้านี้ได้ช่วยลดข้อจำกัดของการสร้างแบบจำลองทางวิชาการ แต่ยังมุ่งเน้นการนำไปสู่การปฏิบัติจริง โดยการนำเสนอ แนวทางเชิงนโยบายที่อิงตามหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-Based Policy) ให้แก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวของการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การปฏิรูปและยกระดับประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการปฏิรูปและดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พุทธศักราช 2566-2570) อย่างแท้จริง

1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.2.2 ตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย มีความเหมาะสมหรือไม่

1.2.3 แนวทางเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.3.2 เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.3.3 เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.4 สมมติฐานการวิจัย

H1 : ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

H2 : ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

H3 : ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

H4 : ปัจจัยมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

H5 : ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

H6 : ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

H7 : ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตการวิจัยระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และศึกษาตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยวิธีการวิจัยเชิง

ปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1.1) ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1) ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ประชากร (อายุ 15-59 ปี) ปีงบประมาณ 2566 และนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนในปี 2566 รวมทั้งสิ้นจำนวน 18,540,915 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: ออนไลน์, 2567) ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ปี พ.ศ. 2566

แยกรายจังหวัด	จำนวนประชากร (อายุ 15-59 ปี) ปีงบประมาณ 2566	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2566	รวม
นครราชสีมา	1,717,055	7,939,895	9,656,950
ชัยภูมิ	721,165	1,653,013	2,374,178
บุรีรัมย์	1,037,247	3,449,347	4,486,594
สุรินทร์	898,404	1,124,789	2,023,193
รวม	4,373,871	14,167,044	18,540,915

ที่มา : ข้อมูลสถิติท่องเที่ยว ปี 2565 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2567

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ผู้วิจัยได้อ้างอิงตามแนวทางของ Hair และคณะ (Hair et al., 2014) ซึ่งเสนอแนะว่าขนาดตัวอย่างที่เพียงพอควรมีจำนวนระหว่าง 200 ถึง 300 ตัวอย่าง หรือมีอัตราส่วนระหว่างจำนวนตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรสังเกตได้อย่างน้อย 10 ถึง 20 เท่า ในงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 27 ตัวแปร ดังนั้น เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและมีกำลังทางสถิติเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ SEM ตามเกณฑ์ดังกล่าว จึงควรมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งคำนวณได้เป็น $20 \times 27 = 540$ กลุ่มตัวอย่าง

(1) การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยมีการแบ่งประชากรเป้าหมายออกเป็นกลุ่มตามเขตพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งในกระบวนการนี้ไม่จำเป็นต้องมีการจัดทำบัญชีรายชื่อของประชากรทั้งหมดในแต่ละกลุ่ม จากนั้นจึงดำเนินการศึกษาข้อมูลจากทุกหน่วยประชากรที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่ถูกสุ่มเลือก ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ กลุ่มประชากรเป้าหมายคือพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ของประเทศไทย ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์

(2) ภายหลังจากการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยและขนาดตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยกลุ่มเป้าหมายคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย การกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดดังนี้ 1)ผู้บริหารท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 4 คน 2)บุคลากรในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ตำแหน่ง ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 16 คน 3)นักวิชาการด้านวัฒนธรรม จำนวน 16 คน 4)เครือข่าย ผู้นำชุมชน จำนวน 16 คน 5)ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 32 คน 6)ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก จำนวน 32 คน 7)ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง จำนวน 32 คน 8)เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) จำนวน 32 คน 9)เจ้าหน้าที่ราชการส่วนภูมิภาค/รัฐวิสาหกิจ/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/หน่วยราชการอื่นๆ จำนวน 60 คน 10)พนักงานหน่วยงานเอกชน/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 60 คน 11)กลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือน(นักท่องเที่ยว) จำนวน 80 คน 12)ประชาชนทั่วไปในพื้นที่ จำนวน 80 คน 13)ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 80 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 540 คน ซึ่งเป็นไปตามขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้สำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

3) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากภาคส่วนต่างๆ ดังนี้ 1)ตัวแทนผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จำนวน 4 คน 2)ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จำนวน 4 คน 3)ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน 4)ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น จำนวน 4 คน 5) ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 4 คน 6) ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก จำนวน 8 คน 7) เจ้าของธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง จำนวน 4 คน 8) ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ 8 คน 9) ตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว 8 คน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 44 ท่าน

1.5.2 ขอบเขตการวิจัยในระยะที่ 2

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการยืนยันแนวทางเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ด้วยวิธีการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ (Expertise Verified) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) บุคคลสำคัญและผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 32 คน

1.5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และศึกษาตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2) งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยแบบจำลองดังกล่าวได้รับการยืนยันความเหมาะสมผ่านกระบวนการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ผลจากการวิจัยนี้ได้นำไปสู่การนำเสนอแนวทางเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้แก่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและแผนการพัฒนาปัจจัยด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง อันจะนำไปสู่การปฏิรูปการตลาดและการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พุทธศักราช 2566-2570)

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์

1.5.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการ ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2567 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ.2568 รวมระยะเวลา 12 เดือน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการพัฒนารูปแบบในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นตามองค์ประกอบของยุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ประกอบด้วย

- 1) เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย
- 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง
- 3) ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.6.2 การจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การบริการการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย ที่พัก การขนส่ง การท่องเที่ยว บาร์และร้านอาหาร หัตถกรรมการผลิตอาหาร การกำจัดของเสียและโครงสร้างพื้นฐาน ที่รองรับการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง การขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานการบริการการท่องเที่ยวแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโดยทันที การขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสาร การขับเคลื่อนด้านการเงิน การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าแล้วกระจายบริการบางส่วนไปยังซัพพลายเออร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น บริการขนส่ง บริการจัดเลี้ยง บริการโรงแรมและบริการผ่อนคลายเป็นการพักผ่อน เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย มี 5 องค์ประกอบคือ

- 1) การส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow)
- 2) การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow)
- 3) การส่งต่อทางการเงิน (Financial flow)
- 4) สาธารณูปโภค (Facilitating infrastructure)
- 5) ความยั่งยืน (Sustainability)

1.6.3 ทูทางปัญญา หมายถึง การถือครองสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ความสามารถที่มีในตัวบุคคล หรือความสามารถที่เรียนรู้จากตนเองและคนอื่น แล้วนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชีวิตและการปฏิบัติงานในองค์การด้วยองค์ความรู้ที่เป็นทรัพยากรที่มองไม่เห็น ถือเป็นองค์ประกอบในการสร้างมูลค่าให้กับองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ที่เป็นตัวผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย สามารถพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ทูมนุษย์ ทูโครงสร้าง ทูความสัมพันธ์ ทูวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และ ทูวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้

- 1) ทูมนุษย์ (Human capital)
- 2) ทูเชิงโครงสร้าง (Structural capital)
- 3) ทูความสัมพันธ์ (Relational Capital)
- 4) ทูวัฒนธรรมที่สัมผัสได้
- 5) ทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้

1.6.4 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง องค์ประกอบของปัจจัยสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจที่เน้นการส่งเสริมแนวคิดความเป็นส่วนตัว ความเป็นสิ่งต้นแบบ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนโยบายจึงควรให้ความสำคัญกับการศึกษา, การสร้างสรรค์ผลงาน, การสร้างสรรค์ผลงาน, การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา, วัฒนธรรม, การสั่งสมความรู้, เทคโนโลยีและนวัตกรรม และด้านความรู้ การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

- 1) การศึกษา
- 2) การสร้างสรรค์ผลงาน
- 3) การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา
- 4) วัฒนธรรม

- 5) การสั่งสมความรู้
- 6) เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- 7) ด้านความรู้

1.6.5 มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ของ Van Meter and Van Horn มีตัวแปร 6 ตัวแปรที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างตัวนโยบายกับผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย ดังนี้

- 1) วัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย
- 2) ทรัพยากรนโยบาย
- 3) การสื่อสารระหว่างองค์กร และกิจกรรมการเสริมแรง
- 4) ลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ
- 5) เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง
- 6) ความร่วมมือหรือการตอบสนองของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

1.6.6 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป มีการค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงนักท่องเที่ยวผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.6.7 ผู้เยี่ยมเยือน หมายถึง ผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และอื่น ๆ เช่น การเยี่ยมเพื่อน/ญาติ ทั้งที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน โดยเป็นการพักค้างในสถานพักแรม บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ

1.6.8 ประชาชนในพื้นที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบๆ หรือใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์

1.6.9 บุคลากรด้านการท่องเที่ยว หมายถึง บุคลากรของแหล่งท่องเที่ยวในเขตกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งดำรงตำแหน่งทางการบริหารแหล่งท่องเที่ยว และดำรงตำแหน่งข้าราชการ พนักงานทุกประเภท ที่มีหน้าที่บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.6.10 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่ได้รับการเปิดให้เป็นพื้นที่สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม ซึ่งความน่าสนใจของทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะถูกมองในรูปของความงดงามตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ความแปลกตาของลักษณะทางธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญในทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นหรือเป็นสัญลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่นนั้นๆ

1.6.11 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในบริบทของชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 นั้น หมายถึง การที่ชุมชนได้นำเอา มรดกภูมิปัญญา วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของตนเองมาพัฒนาและนำเสนอในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยกระบวนการที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญ และมีเป้าหมายเพื่อสร้างประโยชน์และก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนโดยตรง

1.6.12 กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 หมายถึง กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่ ประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ โดยมีจังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ได้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.7.2 เกิดการสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.7.3 ได้แนวทางเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.7.4 นำเสนอแนวทางเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน องค์กรท้องถิ่น ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางนโยบายและแผนการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูงเพื่อปฏิบัติการตลาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พุทธศักราช 2566-2570)

งานวิจัยนี้คาดหวังที่จะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการด้วยการสร้างองค์ความรู้ใหม่ และในเชิงปฏิบัติด้วยการนำเสนอแนวทางที่เป็นรูปธรรมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ บทความวิจัย บทความวิชาการ และจากเอกสารผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เป็นผลงานจากนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงปรึกษาอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และสอบถามจากผู้รู้ เพื่อให้ได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด โดยนำเสนอได้ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570)
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีทุนทางปัญญา
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม
- 2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ
- 2.6 บริบทพื้นที่วิจัย
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนเอกสารในแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวไว้เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมในงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว

1) หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ด้วยอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปี (พ.ศ. 2552-2557) ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจไทยและยังเป็นประโยชน์ทางอ้อมอีกหลายด้าน เช่น การเผยแพร่ประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรมไทยและทำให้คนไทยมีความรักในชาติ ทำให้เกิดการลงทุนด้านอื่น ๆ ตามมาอีกมาก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญอย่างมากของประเทศ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1) ความสำคัญและสถานการณ์ปัจจุบัน

(1) ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2555 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 26.5 ล้านคน เป็นอันดับที่ 10 ของโลกและเป็นอันดับที่ 2 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากประเทศจีน ทำรายได้ให้ประเทศสูงถึง 1.17 ล้านล้านบาทเป็นอันดับที่ 7 ของโลกและเป็นอันดับที่ 3 ของภูมิภาค คิดเป็นสัดส่วนรายได้ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ร้อยละ 10 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวกว่า 161 ล้านคนครั้งมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น 6.61 แสนล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนรายได้ต่อ GDP ร้อยละ 4 รวมรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติมีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับ GDP รายได้นี้มีการรั่วไหลออกจากระบบเศรษฐกิจน้อย เนื่องจากมีสัดส่วนจากวัตถุดิบนำเข้า (Import Content) ต่ำและก่อให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวอีกมาก ซึ่งจากการประมาณการของ World Travel & Tourism Council (2014) พบว่าในปี 2556 การท่องเที่ยวไทยมีส่วนใน GDP ถึงร้อยละ 20.2 โดยเป็นทางตรงร้อยละ 9.0 และทางอ้อมร้อยละ 11.2 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 22.7 ในปี 2567 นอกจากนี้ UNWTO คาดการณ์ว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลกในช่วง 15 ปีข้างหน้า ทั้งนี้หากประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ร้อยละ 7.5 ต่อปี จะทำให้ประเทศมีนักท่องเที่ยวเกิน 100 ล้านคนในอีกไม่เกิน 20 ปีข้างหน้า

(2) ความสำคัญต่อการจ้างงาน (Employment) ในปี 2556 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการจ้างงานโดยตรงประมาณ 2.6 ล้านอัตราและการจ้างงานทางอ้อมในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องอีก 4.3 ล้านอัตรา รวมเป็นการจ้างงานกว่า 6 ล้านอัตรา หรือคิดเป็นร้อยละ 15.4 ของการจ้างงานทั้งประเทศ

(3) การท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้ (Income Distribution) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างการกระจายรายได้ที่ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะจับจ่ายใช้สอยยังพื้นที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ โดยตรงส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่มีความอยู่ดีกินดีมากขึ้น อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังมีการกระจุกตัว โดย 10 จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ อยุธยา พังงา และประจวบคีรีขันธ์ซึ่งจังหวัดเหล่านี้มีนักท่องเที่ยวรวมกันถึงกว่าร้อยละ 85 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด และพบว่ามีเพียง 10 จังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 20,000 ล้านบาท ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี กระบี่ เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ ระยอง และเชียงราย โดยมีรายได้รวมถึงร้อยละ 83.5 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งประเทศ

(4) ผลดีการท่องเที่ยวไทยในด้านอื่น ๆ (Soft Power) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกจากจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลดีทางอ้อมอีกหลายประการ อาทิ การทำให้คนไทยเกิดความรักชาติ ห่วงแหนทรัพยากรต่าง ๆ ของประเทศ รวมถึงการเผยแพร่ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรมอันเป็นมรดกที่ล้ำค่าของไทยไปสู่ชาวต่างประเทศ

(5) ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Competitiveness) ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ แม้ว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับสูงก็ตาม โดยในปี 2558 ไทยถูกจัดอันดับความสามารถในการ

แข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลกเป็นอันดับที่ 10 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและเป็นอันดับที่ 3 ของภูมิภาคอาเซียนรองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยด้านที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ ได้แก่ ด้านความปลอดภัย (อันดับที่ 132) ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (อันดับที่ 116) และด้านการเดินทางภาคพื้นดิน (อันดับที่ 71) อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีจุดแข็งอีกหลายประการ โดยมีระดับความสามารถด้านการท่องเที่ยวในระดับสูง อาทิ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ (อันดับที่ 16) ด้านการให้บริการ (อันดับที่ 21) ด้านทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรม (อันดับที่ 34) และด้านราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (อันดับที่ 36) เป็นต้น

1.2) ปัญหาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังประสบกับปัญหาหลายประการตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมาซึ่งสามารถสรุปเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่สำคัญได้ 6 ประการ ดังนี้

(1) แหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ขาดประสิทธิภาพการบริหารจัดการและเสื่อมโทรมจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในหัวเมืองหลัก ในขณะที่จำนวนแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอ นอกจากนี้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวอนุรักษ์ซึ่งพบว่า ปี 2558 คะแนนความสามารถในการแข่งขันด้านความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมของไทยได้คะแนนเพียง 3.5 จากคะแนนเต็ม 7 จัดอยู่ในอันดับที่ 116 จาก 141 ประเทศ

(2) การคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวขาดคุณภาพและมาตรฐาน และมีไม่เพียงพอความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมทางบกและทางน้ำอยู่ในระดับต่ำโดยประเทศไทยได้คะแนน 3.41 เป็นอันดับที่ 71 ของโลก และคุณภาพของเครือข่ายการขนส่งทางบกอยู่ในระดับต่ำมาก เป็นอันดับที่ 94 ของโลกตามลำดับ เห็นได้ชัดจากการขนส่งสาธารณะในหัวเมืองท่องเที่ยวหลักที่มีไม่เพียงพอและขาดมาตรฐาน ทั้งนี้ จากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2557 พบว่าการคมนาคมเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่ำที่สุด

(3) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำสะอาด ป้ายบอกทางข้อมูลการท่องเที่ยวรวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว มีไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวรวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและการจัดทำระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังขาดประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว

(4) บริการด้านการท่องเที่ยวขาดมาตรฐาน ผิดกฎหมายและประสบปัญหาภัยบัตรค่าบริการด้านการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ขาดการกำกับดูแลมาตรฐานการให้บริการที่ดี แม้ว่าจะมีการกำหนด “มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย” ซึ่งจัดทำโดยกรมการท่องเที่ยวแล้วก็ตาม แต่โดยโครงสร้างการทำงานที่ทั้งเป็นผู้กำกับมาตรฐาน (Regulator) และผู้ตรวจรับรองมาตรฐาน (Operator) ก่อให้เกิดการขัดกันแห่งผลประโยชน์อันนำมาซึ่งการไม่ยอมรับ

ในมาตรฐานคล้ายกับกรณีมาตรฐานการบินพลเรือนที่องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) กำหนดให้ต้องแยกหน้าที่ ทั้งสองนี้ ออกจากกันนอกจากนี้ ยังพบปัญหาการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ประกอบการเพื่อเลี่ยงภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดจากข้อกำหนดของรัฐ ทำให้การกำกับดูแลมาตรฐานและการควบคุมอุปทานของบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปได้ยาก เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจนกลายเป็นกับดักราคา ส่งผลย้อนกลับให้ไม่มีการพัฒนาคุณภาพ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม และที่พักที่ผิดกฎหมาย ซึ่งยืนยันได้จากผลการสำรวจข้อมูลราคาโรงแรมเปรียบเทียบ 68 ประเทศทั่วโลกในปี 2556 โดยอัตราค่าที่พักต่อคืนของประเทศอยู่ในลำดับที่ 59 ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย มาเลเซีย จีน และอินเดียและมีราคาเท่ากับประเทศฟิลิปปินส์

(5) บุคลากรทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอทั้งเชิงคุณภาพ ปริมาณและมีรายได้ต่ำบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยขาดประสบการณ์และทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะทักษะทางด้านภาษาและการให้บริการ นอกจากนี้จำนวนบุคลากรยังมีแนวโน้มลดลงและอาจขาดแคลนในอนาคตอันสั้น สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงานในสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหารอยู่ในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับค่าตอบแทนของพนักงานในสาขาเศรษฐกิจอื่นในทุกระดับตำแหน่งงาน

(6) ปัญหาความไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวและการหลอกลวงนักท่องเที่ยวปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและการหลอกลวงนักท่องเที่ยว อาทิ การหลอกลวงซื้อสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน การคิดราคาสินค้าและบริการเกินจริงซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งแต่ยังไม่มีกลไกในการดูแลความปลอดภัยและการตอบสนองช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนและทันทั่วถึงขาดความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลความปลอดภัยส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

2) ประเด็นปฏิรูปและพัฒนา

2.1) เพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพและยั่งยืน

2.2) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.3) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศ

3) วิธีการพิจารณาศึกษาวิเคราะห์

3.1) จากการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยข้อมูลทุติยภูมิทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในประเทศและต่างประเทศ

3.2) จากการพิจารณาโครงสร้างการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน

3.3) จากการเชิญกลุ่มตัวอย่างมาให้ข้อมูลและข้อคิดเห็น

4) สรุปผลการศึกษาวิเคราะห์

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีสาเหตุหลักจาก

4.1) วิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นเป้าหมายด้านคุณภาพยังไม่สัมฤทธิ์

4.2) โครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและการประสานงานกันอย่างเป็นระบบโดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1) วิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นเป้าหมายด้านคุณภาพยังไม่สัมฤทธิ์ผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเน้นมุ่งเป้าหมายไปที่การเติบโตเชิงปริมาณจากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก ทำให้ขาดคุณภาพ และมีประเด็นสำคัญทางการท่องเที่ยวบางด้านที่ไม่ได้ถูกให้ความสำคัญอย่างเพียงพอ หรือมีอยู่ในแผนแต่ขาดการดำเนินงาน เช่นการกำหนดทิศทางในการพัฒนาและกำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน การคำนึงถึงการกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ และการคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวต่อทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรอบคอบ

4.2.2) การบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การส่งเสริมภาคเอกชนให้เข้มแข็ง และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ดูแลการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ แต่ยังไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจาก

- ปัญหาการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแผนและการนำแผนสู่การปฏิบัติ

- การจัดการแหล่งท่องเที่ยวขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวของประเทศมีความหลากหลาย อยู่ภายใต้การกำกับดูแลและความรับผิดชอบของหลายหน่วยงาน ทำให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทำได้ยากและขาดการบูรณาการที่ดีระหว่างหน่วยงาน

- ปัญหาการทับซ้อนของภารกิจและอำนาจหน้าที่ระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งที่อยู่และที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เช่น องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และบริษัท ไทยแลนด์ พรวิเลจการ์ด จำกัด (ดูแล Thailand Elite) เป็นต้น

- บทบาทการดำเนินงานของหน่วยงานในการกำกับดูแลมาตรฐานไม่ชัดเจน ไม่มีการแยกหน้าที่การกำหนดและกำกับมาตรฐาน (Regulator) และการตรวจรับรอง (Operator) ออกจากกันทำให้การดำเนินงานและกำกับตรวจสอบไม่มีประสิทธิภาพและไม่เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล

- การดำเนินงานของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวไม่สัมพันธ์กัน โดยเฉพาะหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มุ่งเน้นที่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวหรือเพิ่มอุปสงค์ โดยไม่สัมพันธ์กับการดำเนินงาน ของหน่วยงาน การพัฒนาด้าน อุปทานการท่องเที่ยว และยังได้มีการประชาสัมพันธ์ที่ไม่สอดคล้องข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ทำให้การพัฒนาด้านอุปทานเติบโตไม่ทันกับการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ เป็นปัญหาต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอและเสื่อมโทรมเร็ว

- ขาดหน่วยงานที่ทำหน้าที่อีกหลายด้าน โดยเฉพาะการสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดแนวทางการ

พัฒนาการท่องเที่ยวการดำเนินงานของภาคส่วนต่าง ๆ และการติดตามตรวจสอบให้เป็นไปตามนโยบายและแผนที่กำหนด

- ขาดหน่วยงานด้านการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ ทั้งภาคเอกชนและภาคชุมชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม
- หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อาทิบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) หน่วยงานเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ยังไม่ได้รับการสนับสนุนและให้องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ
- การจัดสรรบุคลากรของหน่วยงานต่าง ๆ ขาดความสมดุล
- ชุมชนขาดการมีส่วนร่วมและบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่แบบล่างขึ้นบน (Bottom-up)

5) ข้อเสนอปฏิรูปและพัฒนาและแนวทางดำเนินการ

สถาปนาปฏิรูปแห่งชาติ (2558 หน้า 1-12) เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว เห็นควรเสนอประเด็นการปฏิรูปและพัฒนา 3 ประเด็น ดังนี้

5.1 ปฏิรูปวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว(Vision)

5.1.1) เน้นเป้าหมายรายได้และนักท่องเที่ยวคุณภาพ คือนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวสอดคล้องกับอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของพื้นที่ ไม่สร้างผลกระทบทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศได้มากขึ้น

5.1.2) จัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน ไม่สร้างความเสื่อมโทรมให้สิ่งแวดล้อมและกำหนดแนวทางการดูแลควบคุมผลกระทบดังกล่าวอย่างชัดเจน เช่น กำหนดให้ต้องมีการศึกษาข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยว มีการกำหนดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงสุดในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เปราะบางทางนิเวศ รวมถึงการกำหนดมาตรการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวและบทลงโทษ

5.1.3) จัดให้มีบริการทางการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อยกระดับคุณภาพของการบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

5.1.4) กระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่การท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยให้มียุทธศาสตร์ และแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน เพื่อลดปัญหาการกระจุกตัวของรายได้ นอกจากนี้ควรสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ในลักษณะต่าง ๆ เช่น วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม

5.2 การปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว (Restructuring)

5.2.1) การปรับโครงสร้างองค์กรภาครัฐ โดยจัดโครงสร้างบริหารราชการด้านการท่องเที่ยวใหม่ภายใต้ข้อจำกัดไม่เพิ่มจำนวนบุคลากรภาครัฐด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน ดังนี้

1.1) ให้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่มีอยู่แล้วตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551 เป็นองค์กรกลางทำหน้าที่บริหาร

จัดการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ และให้มีการปรับปรุงบทบาท หน้าที่ และองค์ประกอบของ ท.ท.ช. ดังนี้

ก) ปรับปรุงองค์ประกอบของ ท.ท.ช. ให้มีความเหมาะสมมากขึ้น โดยพิจารณาลดจำนวนกรรมการลงเพื่อให้มีความคล่องตัวและเพิ่มช่องทางการมีส่วนร่วมของชุมชน อย่างเป็นทางการในการเสนอความเห็นต่อ ท.ท.ช.

ข) กำหนดนโยบาย ทิศทาง และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้มีความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

ค) ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้ โดยมีการติดตามประเมินผล การดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ง) บูรณาการการจัดทำแผนงบประมาณโครงการทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งต่อให้สำนักงบประมาณเพื่อใช้กำกับดูแลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดไว้

จ) สนับสนุนให้มีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ โดยทำงานในรูปแบบเดียวกับ ท.ท.ช. ประกอบด้วยตัวแทนจาก ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และ ผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการ ให้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในพื้นที่และประสานความร่วมมือกับพื้นที่ใกล้เคียงให้สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวในระดับชาติ

1.2) จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นหน่วยราชการในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีเลขาธิการคณะกรรมการฯ เป็นหัวหน้าส่วนราชการที่มีตำแหน่งเทียบเท่าระดับปลัดกระทรวง ปฏิบัติหน้าที่สนับสนุนภารกิจของ ท.ท.ช. โดยมีเหตุผลดังนี้

ก) เป็นหน่วยงานกลางประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในแนวราบ (ระดับกระทรวงทบวง กรม) และแนวดิ่งทั้งในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น รวมถึงหน่วยงานภายใต้การกำกับกับอีกหลายหน่วย

ข) เป็นหน่วยประสานงานและปฏิบัติตามข้อตกลงด้านการท่องเที่ยวตามความตกลงระหว่างประเทศทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี

ค) การบริหารงานต้องมีลักษณะเฉพาะและต้องการการตัดสินใจที่รวดเร็วทันต่อเหตุ การณ์ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ สูงสำนักงานคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จะมีหน่วยงานภายใต้สังกัด 4 หน่วยงาน ได้แก่

(1) หน่วยงานด้านยุทธศาสตร์ (สำนักยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว) ทำหน้าที่สนับสนุนงานประชุมของ ท.ท.ช. กำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศตามนโยบายที่กำหนดไว้ และเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยอาจมีการถ่ายโอนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(2) หน่วยงานด้านการพัฒนา (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว) โดยปรับปรุงขอบเขตภารกิจจากกรมการท่องเที่ยว มีหน้าที่ในการส่งเสริมการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม ส่งเสริมการดำเนินงานของภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคชุมชน จัดทำมาตรฐานการบริการประเภทต่าง ๆ และพิจารณาความเป็นไปได้ในการลงทุนและร่วมลงทุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยให้มีรายละเอียดหน้าที่ ดังนี้

ก) เป็นผู้ประสานงาน (Coordinator) ในการผลักดันแผนพัฒนาในระดับนโยบายส่วนกลางลงสู่ระดับพื้นที่

ข) เป็นผู้กำหนดและกำกับดูแล (Regulator) มาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ภาคเอกชนคือสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาคชุมชนเข้ามามีบทบาทหลักในการดำเนินงานตรวจสอบมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง (Operator) โดยมาตรฐานที่ต้องมีการกำกับดูแล เช่น มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก มาตรฐานความปลอดภัย กลไกการแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวกรณีที่เกิดปัญหาเฉพาะหน้า และมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ทั้งนี้ ให้กำหนดให้ภาคเอกชนและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมีส่วนในการดูแลรับผิดชอบความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น กำหนดให้ภาคเอกชนและผู้ประกอบการทำประกันภัยให้กับนักท่องเที่ยว

ค) เป็นผู้ดำเนินงาน ในการบริหารกองทุนการท่องเที่ยว

ง) ส่งเสริมการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั้งภาคเอกชน ท้องถิ่นและชุมชน โดยเฉพาะการดำเนินงานที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนหรือจุดเด่นเฉพาะของท้องถิ่น

จ) บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น ๆ ที่มีหน้าที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ

1.3 หน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยปรับปรุงพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 เพื่อกำหนดขอบเขตภารกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ทำหน้าที่เฉพาะการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด ทั้งภายในและต่างประเทศการสร้างเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว และการประสานงานกับต่างประเทศ ให้สอดคล้องกับนโยบายของชาติที่กำหนดโดย ท.ท.ช. โดยไม่มีภารกิจด้านการพัฒนาหรือร่วมลงทุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ก) ให้ ททท. เป็นองค์กรพิเศษของรัฐที่มี พระราชบัญญัติจัดตั้งเป็นการเฉพาะและไม่เป็นรัฐวิสาหกิจ

ข) ดำเนินงานให้ครอบคลุมตามลักษณะการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น มีหน่วยงานภายในทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เชิงศาสนาและวัฒนธรรม การจัดประชุมสัมมนาเพิ่มเติมจากการดำเนินงานรายพื้นที่เป็นรายจังหวัดหรือภาคในปัจจุบัน

ค) สร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

ง) บูรณาการหน่วยงานของภาครัฐที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และยกเลิกบริษัท ไทยแลนด์ พรวิเลจการ์ด จำกัด

1.4 หน่วยงานด้านการวิจัย ทำหน้าที่สร้างองค์ความรู้เพื่อเสนอแนะต่อการกำหนดนโยบาย สร้างตัวชี้วัดแบบนำหน้าเพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถปรับตัวได้ทันการณ์ และพัฒนาองค์ความรู้ให้ตอบสนองความต้องการของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ท้องถิ่นและภาคชุมชนให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศและมีแผนแม่บทที่ชัดเจน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ก) ดำเนินงานในลักษณะมูลนิธิหรือสถาบันในลักษณะเดียวกับมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง โดยให้เป็นนิติบุคคลที่ไม่แสวงหากำไร และดำเนินงานร่วมกับสถาบันการศึกษาเพื่อความคล่องตัว เป็นกลางและมีประสิทธิภาพ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่สนับสนุนทุนวิจัยอื่น ๆ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ข) อาจมีการถ่ายโอนบุคลากรบางส่วนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ค) สนับสนุนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในพื้นที่โดยส่งเสริมการดำเนินงานด้านการสร้างและสังเคราะห์องค์ความรู้ของชุมชน

5.2.2 การสนับสนุนภาคเอกชน ให้มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศร่วมกับภาครัฐและชุมชน โดยให้ภาครัฐดำเนินการ ดังนี้

1) สนับสนุนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นองค์กรกลางของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างแท้จริงในการประสานงานกับภาครัฐ และดำเนินการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มย่อยทั้งรายสาขาและรายพื้นที่ที่ครอบคลุมทุกภาคส่วนของผู้ประกอบการ

2) สนับสนุนการดำเนินงานของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ โดยสามารถใช้เงินจากกองทุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่เดิมได้

3) สนับสนุนการสร้างฐานข้อมูลและเพิ่มองค์ความรู้ (Knowledge Creation) ให้กับองค์กรภาคเอกชนและท้องถิ่น

4) สนับสนุน ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้ประกอบการโดยการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการพัฒนาทักษะที่จำเป็นให้แก่บุคลากรทุกภาคส่วนได้แก่ทักษะด้านภาษา ทักษะในการบริหารธุรกิจและกำกับให้ผู้ประกอบการมีการดำเนินการอย่างมีธรรมาภิบาลและปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัดมีการเสียภาษีประกอบการตามที่เป็นจริงและเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลผู้ประกอบการ

5) ส่งเสริมให้องค์กรภาคเอกชนมีบทบาทหลักในการดำเนินงานตรวจรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ

5.2.3 การสนับสนุนภาคชุมชน ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ในลักษณะดังต่อไปนี้

1) ส่งเสริมการรวมตัวของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน สหกรณ์การท่องเที่ยวในชุมชน โดยให้คนในชุมชนเป็นผู้ถือหุ้นและบริหารจัดการ หรือวิสาหกิจเพื่อสังคมซึ่งมีจุดประสงค์หลักในการนำเงินไปพัฒนาชุมชนในองค์กรรวม โดยภาครัฐให้การส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ อำนาจความสะดวกในการจัดตั้งและดำเนินงานสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรในระดับพื้นที่และสนับสนุนด้านเงินทุนตามความจำเป็น

2) ส่งเสริมให้ชุมชนมีอำนาจและบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตั้งแต่การกำหนดทิศทางนโยบายการท่องเที่ยวของพื้นที่ การสร้างข้อกำหนดต่าง ๆ การรักษาผลประโยชน์ของคนในพื้นที่ รวมถึงการกำกับดูแลมาตรฐานและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวโดยรัฐมีหน้าที่ในการให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและด้านอื่น ๆ เพื่อให้ชุมชนมีศักยภาพเพียงพอที่จะดำเนินงานได้อย่างสัมฤทธิ์ผล

3) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และให้เกิดความเชื่อมโยงในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาด การพัฒนา ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.3 การพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

5.3.1) การป้องกันและแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติทางทะเล และพื้นที่อ่อนไหว เช่น หมู่บ้านกะเหรี่ยงคองยาว ตลาดน้ำอัมพวา ดังนี้

1) บังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด

2) จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการในระดับพื้นที่ โดยให้มีส่วนร่วมแบบ 3 ประสาน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน เพื่อทำหน้าที่กำหนดแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวหรือจำนวนยานพาหนะสูงสุดที่รองรับได้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมและจัดสรรส่วนแบ่งรายได้จากค่าธรรมเนียมและกำหนดข้อบังคับเพิ่มเติมสำหรับพื้นที่อนุรักษ์ ได้อย่างทันท่วงทีตามความจำเป็นและเหมาะสม

3) พัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม อาทิ การจดทะเบียนเรือ การใช้เรดาร์ ดาวเทียม เพื่อติดตามเรือที่นำนักท่องเที่ยวไปยังเกาะต่าง ๆ การกำหนดให้นักท่องเที่ยวต้องจองและจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าพื้นที่ล่วงหน้าผ่านช่องทาง Online ตามขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละวันหรือช่วงเวลาอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

5.3.2) ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างต่อเนื่อง โดย

1) ให้แบ่งระดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับโลก (Global) ระดับภูมิภาค (Regional) และระดับพื้นที่ (Local) โดยรัฐสนับสนุนให้มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 ระดับในแต่ละอำเภอทั่วประเทศ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปสู่ระดับที่สูงขึ้นตามศักยภาพ ของแต่ละเขตพื้นที่ ซึ่งจะส่งผลต่อการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวรวมถึงกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) การรวมกลุ่มท่องเที่ยวเป็นคลัสเตอร์(Cluster) ตามอัตลักษณ์ วัฒนธรรมของพื้นที่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความสามารถในการแข่งขันและสร้างความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยสนับสนุนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 ที่ได้กำหนดแนวทางในการพัฒนา ยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ตามกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพทั้งสิ้น 8 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มอารยธรรม ล้านนาและภาคเหนือตอนบน
2. กลุ่มมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. กลุ่มอารยธรรมอีสานใต้
4. กลุ่มวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง
5. กลุ่มวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง
6. กลุ่ม Active Beach
7. กลุ่ม Royal Coast และ
8. กลุ่มมหัศจรรย์สองสมุทร

ทั้งนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการประกาศกลุ่มพื้นที่คลัสเตอร์ท่องเที่ยว ให้ครอบคลุมทั้งประเทศ โดยมีข้อเสนอเพิ่มเติม ดังนี้

- (ก) สนับสนุนอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้โดดเด่นมากขึ้น โดยรัฐควรลงทุนด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนาในการนำอัตลักษณ์และวัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่
- (ข) ศึกษา จัดทำและเผยแพร่ ปูมประวัติ ตำนาน หรือเรื่องเล่าต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวให้ครอบคลุมมากขึ้น และเชื่อมโยงเรื่องราวระหว่างพื้นที่ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวใหม่
- (ค) เชื่อมโยงการจัดทำแผนพัฒนาคลัสเตอร์ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ด้านปกครองของกระทรวงมหาดไทยที่แบ่งออกเป็น 18 คลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ของจังหวัดมากยิ่งขึ้น

(ง) ส่งเสริมผู้ประกอบการที่ลงทุนและดำเนินงานสอดคล้องกับอัตลักษณ์และวัฒนธรรม หรือนำเอาอัตลักษณ์ของพื้นที่มาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยให้การสนับสนุนผ่านมาตรการส่งเสริมการลงทุนหรือมาตรการด้านภาษี

3) ส่งเสริมให้มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้นด้วยการส่งเสริมการลงทุนด้วย แรงจูงใจและสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวน้อย

4) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ตามลักษณะเด่นเฉพาะของ พื้นที่ อาทิการท่องเที่ยวสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สัจจระและการท่องเที่ยวด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม เป็นต้น

(5.3.3) การพัฒนาเขตเศรษฐกิจการท่องเที่ยวพิเศษร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างประเทศสมาชิกในอาเซียน ร่วมกันในรูปแบบของการพัฒนาเขตเศรษฐกิจการท่องเที่ยวพิเศษระหว่างประเทศ เช่น พม่า-ลาวเหนือ-ภาคเหนือ กัมพูชา-ลาวใต้-ภาคอีสานใต้ หรือ พม่า-ภาคตะวันตก เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้มแข็งของการท่องเที่ยว ในภูมิภาค ซึ่งจะได้รับประโยชน์ทั้งด้านการกระจายรายได้และรายได้การท่องเที่ยว โดยตั้ง

คณะกรรมการร่วม ระหว่างประเทศเพื่อศึกษาความเป็นไปได้และศึกษาในประเด็นต่างๆ อาทิ โอกาสในการร่วมลงทุนพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวร่วมกัน หรือการอำนวยความสะดวกในการเดินทางโดยไม่ต้องใช้วีซ่า

5.3.4) การส่งเสริมการขยายธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของไทยไปในต่างประเทศ โดยสนับสนุนผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพและความสามารถไปลงทุนในต่างประเทศ โดยเฉพาะในสาขาการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีความเข้มแข็ง เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา รวมถึงสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยไปใช้ประโยชน์ในประเทศที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยว เป็นจำนวนมาก โดยรัฐควรให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลการลงทุนในต่างประเทศ รวมถึงการให้คำแนะนำเรื่องแหล่งเงินทุนต่าง ๆ นอกจากนี้รัฐควรสนับสนุนการจัดสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ (Network) และการสร้างตราสินค้า (Brand) เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

6. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน
- 6.2 ลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในแบบ
- 6.3 เป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้และการพัฒนา ลดความเหลื่อมล้ำ
- 6.4 สร้างความเข้มแข็งให้สังคมและลดความขัดแย้งจากการเรียนรู้และพัฒนา

ปัจจุบัน

ร่วมกัน

7. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 7.1 การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน
 - 1) การท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างยั่งยืนวัดจาก
 - 1.1 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อ GDP มากกว่าร้อยละ 15
 - 1.2 สัดส่วนของการท่องเที่ยวรวมใน GDP มากกว่าร้อยละ 20
 - 1.3 อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่าอัตราเติบโต
 - 2) การท่องเที่ยวมีการกระจายมากขึ้น วัดจากจำนวนจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าค่าเฉลี่ยของทุกจังหวัดมีเพิ่มขึ้นมากกว่า 10 จังหวัด
 - 3) การควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมวัดจาก
 - 3.1 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
 - 3.2 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเกินกำหนดลดลง
 - 3.3 มีระบบการจองและจ่ายค่าธรรมเนียมล่วงหน้าในแหล่งท่องเที่ยว

เฉลี่ยของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

การท่องเที่ยวมากกว่าค่าเฉลี่ยของทุกจังหวัดมีเพิ่มขึ้นมากกว่า 10 จังหวัด

รองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

เพิ่มขึ้น

7.2 โครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

- 1) ภาครัฐ

1.1 มีการแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการออกกฎหมายใหม่ที่เป็นเพื่อปรับโครงสร้าง

1.2 มีการจัดตั้งหน่วยงานตามโครงสร้างการบริหารจัดการใหม่

2) ภาคเอกชน วัดจากมีการสนับสนุนและกำหนดบทบาทหน้าที่องค์กรภาคเอกชนที่รวมตัวกันอย่างถูกกฎหมายมากขึ้น

3) ภาคชุมชน วัดจากจำนวนชุมชนที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

7.3 ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

1) ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ใน 25 อันดับแรกของโลก จากอันดับที่ 35 ในปัจจุบัน

2) อยู่ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากอันดับที่ 10 ในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงหลักการและเหตุผลเป็นที่สำคัญ โดยต้องมีการวางแผน การกำหนดนโยบาย การนำไปปฏิบัติและการตรวจสอบวัดผลประเมินผลในแต่ละครั้งเพื่อจะเป็นการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ความหมายของการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว

ปกรณ ปรียากร (2538 หน้า 2) กล่าวถึง การพัฒนา มาจากภาษาอังกฤษว่า Development แปลว่า การเปลี่ยนแปลงที่เล็กละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้นและเหมาะสมกว่าเดิมหรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบทางด้านคุณภาพระหว่างสภาพการณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าในปัจจุบันสภาพการณ์ของสิ่งนั้น ดีกว่า สมบูรณ์กว่าก็แสดงว่าเป็นการพัฒนา

ราชบัณฑิตยสถาน (2556 หน้า 43) กล่าวถึง การพัฒนาในความหมายจากรูปศัพท์ในภาษาไทยนั้น หมายถึง การทำความเจริญการเปลี่ยนแปลงในทางที่เจริญขึ้น การคลี่คลายไปในทางที่ดีถ้าเป็นกริยาใช้คำว่า พัฒนา หมายความว่า ทำให้เจริญ คือ ทำให้เติบโตได้งอกงาม ทำให้งอกงามและมากขึ้น เช่น เจริญทางไมตรี

สนธยา พลศรี (2547 หน้า 4) การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดความเจริญเติบโตงอกงามและดีขึ้นจนเป็นที่พึงพอใจ

ยวัฒน์ วุฒิเมธี (2526 หน้า 2) การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการทำให้ดีขึ้นกว่า สภาพเดิมที่เป็นอยู่อย่างเป็นระบบ การพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงานพัฒนาสภาพชุมชนด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐาน โดยมีการวางแผนการจัดการจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ ทั้งนี้จำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพและความต้องการของชุมชนและเกิดการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพึงพอใจไปสู่สภาพที่น่าพึงพอใจ ดังนั้น การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง

ผู้วิจัยสรุปว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการสร้างความเจริญเติบโตและส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับชุมชน ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการสร้างสรรค์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมเยือนพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม กระบวนการพัฒนาดังกล่าวต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศ รวมถึงการธำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ชุมชนอาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการผลักดันและส่งเสริมจึงจำเป็นต้องอาศัยการวางแผนการจัดการจากภาครัฐในการส่งเสริมสนับสนุนนโยบายด้านการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นเนื่องจากชุมชนอาจมีบทบาทสำคัญในระดับปฏิบัติการของการขับเคลื่อนและส่งเสริมการท่องเที่ยว การวางแผนและการจัดการจากภาครัฐจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสนับสนุนนโยบายด้านการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้มีความมั่นคงและยั่งยืน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 หน้า 9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว สมาชิกขององค์การการท่องเที่ยวโลก ได้ยึดถือปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในการท่องเที่ยว ควรจะคุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเพื่อมุมมองและบรรลุการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ มีความต่อเนื่องและยั่งยืนในอันที่จะสามารถตอบสนองต่อความจำเป็นและความหวังของคนรุ่นปัจจุบันและอนาคตอย่างเท่าเทียมกัน
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ที่นำไปสู่การประหยัดทรัพยากรที่มีค่าและหายากโดยเฉพาะน้ำและพลังงาน รวมทั้งการหลีกเลี่ยงการผลิตของเสียที่เป็นไปได้การพัฒนาเหล่านี้ควรได้รับสิทธิพิเศษและควรได้รับการส่งเสริมจากประเทศ ภูมิภาคและองค์กรสาธารณชนท้องถิ่น
3. ควรแสวงหาความแตกต่างระหว่างเวลา สถานที่การเดินทางของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนในช่วงวันลาพักผ่อนและวันหยุดของโรงเรียน เพื่อให้มีการกระจายการพักผ่อนตลอดปี ทั้งนี้เพื่อกระจายการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจท้องถิ่นอีกด้วย
4. การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวควรจัดในแนวทางที่จะรักษามรดกทางธรรมชาติซึ่งประกอบไปด้วยระบบนิเวศวิทยาและความหลากหลายทางชีววิทยา เพื่อรักษาชีวิตสัตว์หายากที่ตกอยู่ในภาวะอันตราย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะผู้ประกอบการวิชาชีพต่าง ๆ ควรจะมีข้อตกลงที่กำหนดกิจกรรมของตนเองในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหว เช่น ทะเลทรายขั้วหรือพื้นที่เขาสูง พื้นที่ชายฝั่ง ป่าเมืองร้อนหรือพื้นที่ชุ่มน้ำ โดยการสร้างพื้นที่สงวนหรือคุ้มครอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563: ออนไลน์) การพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism) นักท่องเที่ยว (Tourist) และผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว (Host) ได้ในเวลาเดียวกัน โดยเน้นการจัดการทรัพยากร เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบำรุงรักษาศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สำหรับปัจจุบันและอนาคต

1. ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยตรงควรมีการพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพและบริการด้านการท่องเที่ยวและรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม การรักษารากฐานวัฒนธรรมให้คงอยู่ โดยการอนุรักษ์ บำรุงรักษา เพื่อจะสามารถใช้เป็นวัตถุดิบหรือต้นทุนของการท่องเที่ยว เช่น โบราณสถานงานประเพณี เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบกับการท่องเที่ยว กล่าวคือ หากเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้ประชาชนมีรายได้มากขึ้น ความสามารถในการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตในธุรกิจท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 11.65 ล้านคนและได้ตั้งเป้าหมายว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคนในปี พ.ศ. 2551 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 14.6 ต่อปีในช่วงปี พ.ศ. 2547 - 2551 เมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 5.2 ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2547 ที่ผ่านมามีแนวโน้มได้ว่า เป้าหมายที่ตั้งไว้ดังกล่าวเป็นเป้าหมายที่ค่อนข้างท้าทาย ฉะนั้น การผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้บรรลุเป้าหมายนับจากนี้ไปจะต้องเข้าใจถึงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่จะกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลทำให้อำนาจการซื้อของคนสูงขึ้น (Purchasing Power) ส่งผลให้ผู้คนหันมาบริโภคสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ประเทศที่มีเศรษฐกิจที่เติบโต จะส่งผลให้รายได้ประชากรสูงขึ้น ค่าเงินของประเทศนั้น ๆ แข็งค่าขึ้น ทำให้ประชากรในประเทศท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลให้ต้นทุนทางการท่องเที่ยวสูงขึ้นก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวน้อยลง เช่น ต้นทุนทางการเดินทางที่เกิดจากราคาน้ำมันสูงขึ้น เป็นต้น ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ดังต่อไปนี้

3.1.1 การลอยตัวค่าเงินบาท เมื่อปี พ.ศ. 2540 ทำให้ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงถึง 40 บาท/ดอลลาร์สหรัฐฯ ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง

3.1.2 ราคาน้ำมัน ที่สูงขึ้น นอกจากจะทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้น และกำไรลดลงแล้วยังส่งผลให้อำนาจซื้อของนักท่องเที่ยวลดลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อต่ำ ล้มเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ขณะที่นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วก็ใช้จ่ายลดลงทำให้รายจ่ายต่อหัวลดลง ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม

3.2 ปัจจัยทางการเมือง (Political Factors) ปัจจัยด้านการเมือง เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นโยบายสำคัญ ๆ ของประเทศ เช่น การเปิดเสรีทางการค้าการลงทุนการอนุญาตให้นำเงินตราเข้าออกประเทศได้อย่างเสรี

(Financial Liberalization) นโยบายทางภาษีและศุลกากรนโยบายต่างประเทศ ทางด้านตรวจรับคนเข้าเมือง นโยบายเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยว นักธุรกิจมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากมีการขัดแย้งทางด้านการเมืองระหว่างประเทศก็อาจส่งผลให้เกิดนโยบายที่กีดกันการเดินทางของนักท่องเที่ยวอย่างสิ้นเชิง เช่น การห้ามนักท่องเที่ยวของประเทศตนเดินทางไปประเทศอื่น การเกิดสงครามในประเทศก็เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเช่นกันและตามธรรมชาติแล้วนักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังประเทศที่กำลังมีปัญหาการเมืองภายในประเทศผลกระทบดังกล่าวต่อการท่องเที่ยวไทย คือ ประเทศไทยมีนโยบายสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทุกประเทศมีการเปิดเสรีทางการค้า และเป็นสมาชิกองค์กรที่สำคัญๆ ของโลกภาคีรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ จึงไม่ค่อยมีปัญหาอุปสรรคมากนัก

3.3 วิฤตการณ์ด้านความปลอดภัย (Crisis and Threats) ในปัจจุบันภัยธรรมชาติ (Natural Catastrophes) เกิดขึ้นบ่อยครั้ง อาทิ เช่น แผ่นดินไหว ไฟป่า อุทกภัย ภัยทางทะเลโรคติดต่อ/โรคระบาด และภัยจากการก่อการร้ายล้วนเป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งและมีแนวโน้ม เกิดขึ้นบ่อยครั้งและรุนแรงผลกระทบของปัจจัยดังกล่าวต่อการท่องเที่ยวไทย ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เช่นเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ (Tsunami) ส่งผลกระทบรุนแรงต่อแหล่งท่องเที่ยวหลัก ชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย ปัญหาการก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนล่าง รวมถึงวิกฤติไข้หวัดนก ในปี พ.ศ. 2546 –2549 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งสิ้น

3.4 ปัจจัยด้านโครงสร้างประชากร (Demographic Change) การเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างประชากร เพศ อายุการศึกษา สถานภาพรายได้ของครอบครัว รวมถึงมาตรฐานในการดำรงชีวิต (Living Standard) และรสนิยม (Lifestyle) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน อุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีความยืดหยุ่นสูงขึ้น และมีความต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิมมากขึ้น ทำให้สินค้าการท่องเที่ยวเปลี่ยนรูปแบบไปมีความหลากหลายโดยเน้นเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

3.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Communication & Technology Change) ความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวในระยะยาว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารข้อมูล ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.6 ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยว (Tourist Characteristic Change) แบ่งได้ดังนี้

3.6.1 เพศของนักท่องเที่ยว : เพศชาย เป้าหมาย หลักเพศหญิงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ทวีความสำคัญมากขึ้น ในขณะที่เพศชายยังคงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก นอกจากนี้กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักธุรกิจชนชั้นกลางและกลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibitions) เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีโอกาสและศักยภาพสูง

3.6.2 อายุของนักท่องเที่ยว : วัยทำงานเป็นกลุ่มใหญ่ในอดีต กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลัก คือวัย 30-40 ปีที่เป็นวัยทำงาน แต่ปัจจุบัน ประชากรวัยทำงานลดลง ขณะที่ประชากรวัยผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปัจจุบันประชากรอายุเกิน 60 ปี มีประมาณร้อยละ 20 ของประชากรโลก ประชากรกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่กำลังขยายตัวเพิ่มมากขึ้น มีอำนาจซื้อสูง เช่นกลุ่มประชากรอายุ 50 ปี ขึ้นไปในประเทศอังกฤษถือครองสินทรัพย์กว่าร้อยละ 75 ของทรัพย์สินทั้งหมด และเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจใช้จ่ายสูงรวมทั้งมีเวลาว่างมาก ซึ่งประมาณร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในระยะยาวเป็นกลุ่มที่อายุมากกว่า 53 ปี ดังนั้น กลุ่มผู้สูงอายุที่กำลังจะเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต การเจาะตลาดผู้สูงอายุต้องเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุเสียใหม่และศึกษาถึงพฤติกรรมอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำเสนอสินค้าท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3.6.3 ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว: นิยมเดินทางด้วยตัวเองมากขึ้นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะกับ บริษัทนำเที่ยวลดลง นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาพักผ่อนด้วยตนเอง (Foreign Independent Travel : FIT) มากขึ้น วันทำงานเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดในขณะที่กลุ่มครอบครัวคู่รักวัยรุ่นและนักศึกษามีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้น

3.6.4 ความสนใจในสินค้า (แหล่งท่องเที่ยว) : เลือกพักผ่อนในแหล่งหาดทรายชายทะเลความสนใจในสินค้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จากเดิมเคยนิยมหาดทรายชายทะเลมากที่สุด มาเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยเฉพาะสินค้าประเภท 3Es คือ Entertainment, Excitement และ Education นอกจากนี้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากเดิมการท่องเที่ยวแบบเยี่ยมชม (Sight-seeing) เป็นการท่องเที่ยวแบบเข้าไปพักผ่อนและสัมผัสบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

3.6.5 ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว : เที่ยวบ่อยครั้งแต่เวลาสั้นลงจากเดิมนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งแต่วันพักผ่อน เป็นเดินทางบ่อยครั้งแต่เวลาพักผ่อนและมีพฤติกรรมสนใจสินค้าท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะด้านกับต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้นขณะที่ในอดีตต้องการเพียงการพักผ่อนอย่างเดียว ในอดีตการเดินทางท่องเที่ยวนิยมเดินทางภายในภูมิภาค แต่ในอนาคตมีแนวโน้มเดินทางออกนอกภูมิภาคเป็นระยะทางไกล ๆ มากขึ้น ราคาไม่ได้เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดอีกต่อไป ความคุ้มค่าเงิน (Value for Money) ต่างหากที่เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงในการตัดสินใจมากกว่า นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Eco-Tourism)

3.6.6 เทคโนโลยี การสื่อสารและการคมนาคม : มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นการเดินทางท่องเที่ยวแต่เดิมนิยมใช้สายการบินที่เดินทางตามตารางเวลา (Scheduled Flight) เป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันมีทางเลือกในการเดินทางมากขึ้น เช่น เส้นทางการบินตรง (Chartered Flight) หรือสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ซึ่งเพิ่มความสะดวกในการเดินทางและมีค่าใช้จ่ายที่ลดลง นอกจากนี้การเดินทางแบบส่วนตัว (Foreign Independent Travel : FIT) ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกระทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากสะดวก

รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย ทำให้บทบาทของบริษัท ท่องเที่ยว (Travel Agent) ลดลงเป็นเพียงบริษัทที่ปรึกษา Clare A. Sunn (n.d.) จาก Texas A & CM University ได้ทำการวางแผนการท่องเที่ยวในเมืองเล็ก ๆ และชนบท (Small town and Rural Tourism Planning) ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา กล่าวไว้ว่า เนื่องจากความต้องการการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องสำหรับชนบทและเมืองเล็ก ๆ เพราะการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการนี้และเพราะส่วนใหญ่การพัฒนาที่สำคัญ มีโอกาสที่จะทำได้โดยบุคคลภายนอกจะไม่น่าแปลกใจที่พื้นที่เกินกว่าเมืองใหญ่มีความกังวลมากขึ้นกว่าของพวกเขาเองแต่ที่พวกเขากลายเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในบางที่ข้อได้เปรียบของการพัฒนาด้านนอกดินแดนสำหรับการท่องเที่ยวสามารถรู้ได้ในเวลาเดียวกันว่าปัญหาที่สามารถผ่อนผันได้

1) ไม่ควรที่จังหวัดใด ๆ หรือรัฐควรคาดหวังกับการเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่ผ่านการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทและเมืองเล็ก ๆ ส่วนใหญ่ของผลกระทบยังคงเพิ่มขึ้นในเขตเมืองข้อสรุปนี้จะต้องได้รับการยอมรับจากรัฐบาลในทุกระดับ

2) พื้นที่ชนบทและเมืองขนาดเล็กมีส่วนร่วมอย่างมากกับระบบการท่องเที่ยวโดยรวมจังหวัด หรือรัฐแม้ว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ยิ่งใหญ่ที่สุดคือในเมืองใหญ่ นโยบายภายนอกภูมิภาคโดยเฉพาะอย่างยิ่งเข้าถึงได้อย่างง่ายดายทำให้สินทรัพย์ ทรัพยากรที่ดีตามธรรมชาติของมูลค่าให้กับสถานที่ท่องเที่ยวหลายความคิดเห็นอย่างระมัดระวังและตรวจสอบในแหล่งข้อมูลเหล่านี้อาจแนะนำที่มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นที่สำคัญ ไปยังพื้นที่ชนบทที่ได้รับการยอมรับในความต้องการของพวกเขาไปยังเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาให้สอดคล้องกับทั้งสองอย่าง

3) แม้การท่องเที่ยวในจังหวัดหรือรัฐอาจไม่ได้รับการพัฒนาอย่างมากจากพื้นที่ชนบทเมืองเล็ก ๆ อาจจะสามารถที่จะเพิ่มทางเศรษฐกิจของพวกเขาอย่างมากภายใต้สถานการณ์บางอย่าง หากพวกเขาเป็นที่สนใจหากพวกเขาสามารถขอรับการสนับสนุนการลงทุนหากพวกเขาสามารถหาผู้ประกอบการและหากแหล่งข้อมูลบางชนิดจะหาตลาดหากการพัฒนาอาจจะมีศักยภาพบางครั้งนอกเหนือจากเพียงไม่กี่ธุรกิจในการเพิ่มทางเศรษฐกิจของเมืองเล็ก ๆ บริการการท่องเที่ยว, ค่าเล่าสัตว์ประมงที่ห่างไกลและอาหารที่จำกัด และการให้บริการที่พักที่อยู่ใกล้สถานที่ที่น่าสนใจอาจจะได้รับธุรกิจตามฤดูกาล แบบสมัยใหม่ธุรกิจและบริการภายในสวนสาธารณะแห่งชาติจังหวัดและรัฐบางครั้งเพิ่มไปยังระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่น การพัฒนาหลัก ๆ สำหรับวันหยุดและแพคเกจทัวร์บางครั้งอาจหนุนเศรษฐกิจในชนบท

4) จะต้องได้ข้อสรุปว่า ในชุมชนท้องถิ่นทุกกรณีจะต้องชั่งน้ำหนักข้อได้เปรียบกับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวผลกระทบทางสังคมจากผู้เข้าชม, การพัฒนาเพิ่มขึ้นในแหล่งข้อมูลและภาระที่เพิ่มขึ้นของการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานจะต้องมีการชดเชยโดยข้อได้เปรียบของการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจมีความเข้มแข็ง ในกรณีใด ๆ พื้นที่ที่จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่มีอยู่ทั้งหมดให้แก่พวกเขาเพื่อเพิ่มความซับซ้อนของพวกเขาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการเริ่มต้นการดำเนินการที่เหมาะสมเพื่อรับมือกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

กระทรวงมหาดไทย (2551 หน้า 4) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวเป็นพาหนะสำหรับการพัฒนารวมถึงการถ่ายโอนความมั่งคั่งระหว่างคนรวยและคนจนในระดับนานาชาติและ

ภายในประเทศกรณีที่ไม่มีกีดกันทางการค้าเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ ที่แตกต่างจากการค้าระหว่างประเทศ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติสำหรับวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวที่มีจำกัดหรือการใช้งานที่ไม่มีทางเลือก ทะเล ชายหาด ภูเขา ฯลฯ การสร้างการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมย้อนกลับ เพื่อให้สินค้าหรือบริการที่ท่องเที่ยว เช่น ซัพพลายเออร์ของการขนส่งอาหารและเครื่องดื่ม, บ้าน 텀, ฯลฯ สินทรัพย์รวมของความงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ผู้ประกอบการในท้องถิ่นและองค์กรชุมชนที่จัดตั้งขึ้นสามารถส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นจึงอยู่ในเมืองเล็ก ๆ โครงสร้างพื้นฐานการทำเหมืองแร่ที่ซับซ้อนสามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับภายใต้การปิดเหมือง เช่น พิพิธภัณฑ์เหมืองหรือการพัฒนาของเส้นทางมรดกเหมืองเช่นเส้นทางท่องเที่ยวฮอไรซอนที่มีเมือง Koffiefontein ในทางตอนใต้

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563: ออนไลน์) การท่องเที่ยวจึงถูกมองเป็นเครื่องมือต่อการยกระดับความยากจนและสร้างการจ้างงานกระตุ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบทที่มีไม่กี่ที่ ที่มีโอกาสในการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่จะนำเสนอเป็นสิ่งที่สำคัญ ที่ระบุว่าการพัฒนาควรอยู่ในระดับ ที่ไม่เกินขีดความสามารถของปลายทางจึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงหรือกลับไม่ได้ไปยังปลายทาง

ธนธรณ์ ทองหอม (2554 หน้า 13) การพัฒนาจึงควรจะสามารถที่จะรักษาตัวเองในระยะยาว แม้ว่าจะได้รับการยอมรับว่าการท่องเที่ยวมีศักยภาพในการมีส่วนร่วมอย่างมากในการพัฒนาชนบทและการฟื้นฟูความคาดหวังมักจะไม่มีเหตุผลและไม่สมจริง สถาบัน ภาครัฐและเอกชนจำนวนมากเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นเส้นทางที่ง่ายต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการปรับโครงสร้างจากการศึกษาการพัฒนาเมืองขนาดเล็ก

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยแวดล้อมภายในชุมชนหรือพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวได้รับการพิจารณาว่าเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับรายได้ ลดความยากจน และกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีพลวัตและครอบคลุมมิติที่หลากหลาย กระบวนการพัฒนาจึงควรให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในระบบนิเวศของการท่องเที่ยว โดยเน้นการคุ้มครองและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและการวางแผนกิจกรรมที่ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้ การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังต้องอาศัยความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวหรือโลจิสติกส์การท่องเที่ยว อันจะเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป และจากแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงนำไปสู่รูปแบบของการสร้างแนวทางเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ในลักษณะของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ได้คำนึงถึงบริบทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การจัดทำแผน ซึ่งจะมีกรอบการดำเนินงาน 6 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

- 1) การประเมินผลการดำเนินงานของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ระยะครึ่งแผนแรก
- 2) ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยและของโลก
- 3) ศึกษาแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยและของโลก
- 4) การศึกษาทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศต้นแบบรายสำคัญ
- 5) การทบทวนและวิเคราะห์ความสอดคล้องของนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ

6) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการประชุมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญแก่การพลิกฟื้นการท่องเที่ยวไทยเพื่ออนาคตที่ดีกว่าสำหรับทุกคน (Building Forward a Better Tourism For All) โดยคำนึงถึงประโยชน์ของ 3 กลุ่มหลักดังต่อไปนี้

1) ประชาชน (People) : การท่องเที่ยวไทยจะมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม (Social Impact) ที่ประชาชนไทยและนักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน คือ เรื่องความสะอาดปลอดภัย และการได้รับมาตรฐานการท่องเที่ยวการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมให้มีความเชื่อมโยงและยกระดับสาธารณูปโภคให้มีคุณภาพตลอดเส้นทาง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยรวมถึง การใช้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (One – Stop Tourism Database) เพื่อนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

2) รายได้ (Profits) : การท่องเที่ยวไทยยังคงมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) มุ่งเน้นไปที่การดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงจากหลากหลายประเทศอย่างสมดุล โดยพัฒนาการตลาด การท่องเที่ยวไทยให้มีความล้ำสมัย ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพ และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้น่าประทับใจ มีคุณค่า อีกทั้ง มุ่งเน้นไปที่การลดการรั่วไหลของรายได้จากการท่องเที่ยว และการกระจายความเจริญจากการท่องเที่ยวไปยังทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย รวมไปถึงการให้ความสำคัญแก่การฟื้นฟูและส่งเสริมภาคการผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กลับมามีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับโลก

3) ความยั่งยืน (Planet) : การท่องเที่ยวไทยจะมีส่วนช่วยในการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (Environmental & Cultural

Impact) โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไทยและเอกลักษณ์ไทยให้เข้ากับยุคสมัยอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ภายในระยะเวลา 5 ปี คือ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม (Rebuilding High Value Tourism Industry with Resilience, Sustainability and Inclusive Growth)” โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตนับจากนี้ จะมุ่งเน้นไปที่การดำเนินการเพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็ง ต่อยอดการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับภาวะความปกติถัดไป (Next Normal) เพื่อการเติบโตอย่างครอบคลุม (Inclusive Growth) ด้วยการพัฒนาแบบองค์รวม (Holistic Approach) โดยจะเป็นการพลิกโฉมการท่องเที่ยวของไทยไปอย่างสิ้นเชิง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

เป้าหมายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570)

เป้าหมายหลัก

- 1) การท่องเที่ยวไทยมีความเข้มแข็งและสมดุล (Resilience & Re-balancing Tourism)
- 2) การยกระดับความเชื่อมโยงและโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (Connectivity)
- 3) การสร้างความเชื่อมั่นและมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวคุณค่าสูง (Entrusted Experience)
- 4) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Development)

เป้าหมายรอง

- 1) การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงสำหรับทุกคน (Supporting Elements)
- 2) เทคโนโลยีดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลพร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยว (ICT Readiness)
- 3) ความพร้อมในการรับมือและจัดการกับความเสี่ยงทุกรูปแบบอยู่เสมอ (Risk Readiness)

ตัวชี้วัดหลัก ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

- 1) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25
- 2) จำนวนธุรกิจบริการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวได้รับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Standard) และอาเซียน (Aasen Standard) เพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า 3,000 ราย
- 3) จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

- ระยะเวลาพำนักระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ต่ำกว่า 10 วัน
- ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
- ระยะเวลาพำนักระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ต่ำกว่า 3 วัน
- ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ต่อปี

4) สัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางครั้งแรก (First Visit) และกลุ่มเดินทางซ้ำ (Revisit) เป็น 40:60

5) อันดับผลการดำเนินงานภาพรวมตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) อยู่ใน 35 อันดับแรก

6) อันดับการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยวของประเทศไทย ด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมโดย TTDI อยู่ 1 ใน 67

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 1.1: สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคการผลิตและผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเพื่อให้เกิดภูมิคุ้มกัน พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ (Resilient Supply – Side)
- กลยุทธ์ที่ 1.2: กระจายรายได้และความเจริญจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ และ ลดการรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม (Equitable Tourism)
- กลยุทธ์ที่ 1.3: ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลให้แก่อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน (Quality – Based Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 2.1 : พัฒนาความปลอดภัย สุขอนามัย และมาตรฐานการท่องเที่ยวตลอดเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว (Global Standardization)
- กลยุทธ์ที่ 2.2 : ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและข้อมูลสารสนเทศ (Digital & Data Infrastructure)
- กลยุทธ์ที่ 2.3: พัฒนาและเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทาง และ สาธารณูปโภค เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง (Connectivity & Universal Design)
- กลยุทธ์ที่ 2.4 : พัฒนาศักยภาพของบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมีขีดความสามารถในการแข่งขัน (Thai-Class Potential)
- กลยุทธ์ที่ 2.5 : สนับสนุนการใช้ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Tourism Economy) เพื่อการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวระดับประเทศ และการวางแผนดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience)
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 3.1 : สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอันน่าประทับใจที่มีคุณค่าเพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Value - Based Tourism)
- กลยุทธ์ที่ 3.2 : ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่หลากหลายและสร้างสรรค์ของไทย (High-Potential and Creative Tourism)
- กลยุทธ์ที่ 3.3 : ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ (Quality - Based Marketing)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 4.1 : เสริมสร้างความสมบูรณ์แก่สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Enriched Environment)
- กลยุทธ์ที่ 4.2 : ส่งเสริมการอนุรักษ์และต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ ความเป็นไทย ด้วยการประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย (Thai Cultures and Identities)
- กลยุทธ์ที่ 4.3 : ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว อย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Tourists Management)

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยสามารถแบ่งหน่วยงานและ บทบาทที่เกี่ยวข้องในการประสานแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้สู่การปฏิบัติออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับนโยบาย 2) ระดับพื้นที่ และ 3) ระดับชุมชน ดังนี้

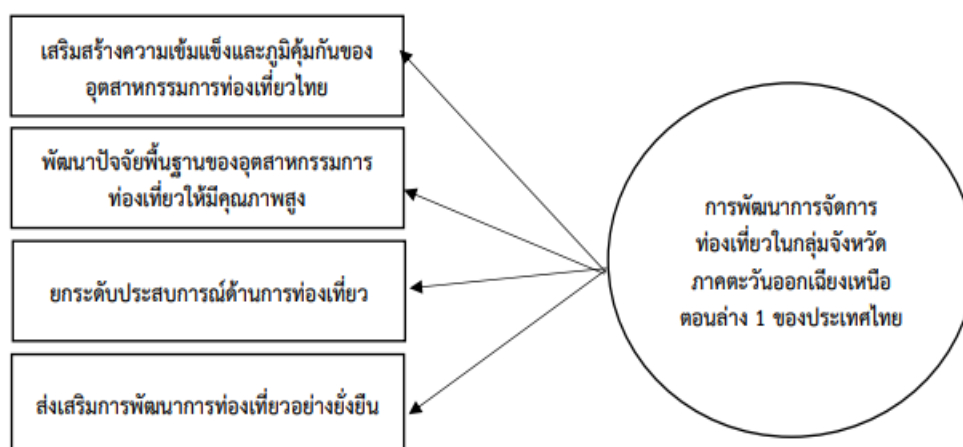
1) หน่วยงานระดับนโยบาย ประกอบด้วย คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) เป็นหน่วยงานหลักในการพิจารณาและกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งให้ความเห็นและกำกับดูแลนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทำหน้าที่ในการประสานนโยบายและข้อสั่งการในระดับนโยบาย

2) หน่วยงานระดับพื้นที่ ประกอบด้วย คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละเขต คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ และคณะกรรมการบริหารงานกลุ่ม จังหวัดแบบบูรณาการ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีภารกิจเกี่ยวกับการพัฒนา การท่องเที่ยว เช่น หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจในแต่ละจังหวัด สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด สมาคม ธุรกิจการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา องค์กรระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ จะมีหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนนโยบายจากคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและ คณะรัฐมนตรี หรือเป็นผู้ขับเคลื่อนนโยบายจากคณะกรรมการนโยบายที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการ

ท่องเที่ยวแต่ละเขต เป็นต้น ไปสู่การปฏิบัติใน 3 ระดับ/ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนภูมิภาค 2) ส่วนท้องถิ่น และ 3) ส่วนการดำเนินงานของภาคเอกชน

3) หน่วยงานระดับชุมชน หมายถึง กลุ่ม/องค์กร หรือเครือข่ายองค์กร เช่น กลุ่มสหกรณ์หรือวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น ซึ่งได้รับการสนับสนุนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในบริบทที่เหมาะสม

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปองค์ประกอบของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ได้ดังนี้ 1) เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง 3) ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว 4) ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเห็นว่าการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนและทุกระดับ ได้แก่ 1) ระดับนโยบาย 2) ระดับพื้นที่ และ 3) ระดับชุมชน ดังนี้ จึงจะสามารถดำเนินการให้ยุทธศาสตร์ไปสู่แนวปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบดังกล่าวไปสร้างเป็นกรอบแนวคิดการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย



แผนภาพที่ 4 องค์ประกอบของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” ผู้วิจัยทบทวนไว้ ดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546 หน้า 34) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

ปรีชา แดงโรจน์ (2544 หน้า 2) การท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำ เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติจะเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นว่ามั่นคงปลอดภัยหรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 หน้า 6) การท่องเที่ยว เป็นเรื่องของการเดินทางที่เป็น การชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจการ ประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว

ฐิธญา มณีเนตร (2552 หน้า 45) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์ จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่น เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อ ประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน เดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือ เพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542 หน้า 43) การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่ง ที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางจากที่หนึ่งไปที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

รัชพร จันทรสว่าง (2546 หน้า 38) การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว การโยกย้ายของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มิใช่เพื่อการหารายได้

McIntosh R.W. & Goeldner C.R., (1986 p.23) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทาง เพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท ดังนี้

1. มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางกีฬากีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเลหรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ
2. มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึง ความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ในแหล่งอื่นที่มีใช้ที่อยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางค์ศิลป์ ประเพณีต่าง ๆ
3. มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง ความต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ ๆ หรือเพื่อนเก่า ญาติพี่น้อง

4. มุลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูง อาจเป็นไปเพื่อการศึกษา การประชุมและการติดต่อธุรกิจ

Lumsdon (1999 p.45) การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ติดต่อและสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคล โดยสามารถเกิดขึ้นจากการที่เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและการติดต่อธุรกิจ ซึ่งเอาเหตุผลกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม อันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการเดินทางและการท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวสามารถนิยามได้ว่าเป็นการเคลื่อนย้ายบุคคลจากถิ่นที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีลักษณะสำคัญคือความสมัครใจและความพึงพอใจของผู้เดินทาง โดยไม่จำกัดระยะเวลาของการเดินทางนั้น แรงจูงใจในการเดินทางมีความหลากหลายและครอบคลุมความต้องการในมิติต่าง ๆ อาทิ ด้านกายภาพ (เช่น การพักผ่อนหย่อนใจจากการปฏิบัติงานประจำ) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (เช่น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเยี่ยมเยียนบุคคลใกล้ชิด) และด้านการเรียนรู้ (เช่น การศึกษา) โดยมีข้อสังเกตสำคัญว่าการเดินทางดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลักที่มีใช้การประกอบอาชีพหรือการแสวงหารายได้

ความหมายของนักท่องเที่ยว

ฐิรชญา มณีเนตร (2551 หน้า 45) นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวเป็นเวลาอย่างน้อย ๒๔ ชั่วโมงขึ้นไป ด้วยความสมัครใจและมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ที่จุดหมายปลายทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว โดยเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า ผู้มาเยือน (Visitor)

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุใส (2552 หน้า 57) นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน เป็นผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวซึ่งเรียกรวมกันทั้งนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้มาเยือนว่า “Visitors” จำแนกได้ ๒ ลักษณะ คือ

1. จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการไปเยือนและการพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย ๒๔ ชั่วโมงและมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี

1) ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน
2) ผู้ที่มีสัญชาติของประเทศนั้น หรือเดิมเป็นคนในถิ่นนั้นแต่ปัจจุบันไม่ได้มีถิ่นพำนักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนแล้ว

3) ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่มีถิ่นพำนัก ณ สถานที่ที่ไปเยือน ซึ่งเข้าไปพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น

1.2 นักทัศนาจร หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่นั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่พักค้างคืน ซึ่งได้แก่

1) ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทรซึ่งแวะพักเพียงชั่วคราว ไม่ได้พักค้างคืน

2) ผู้มาเยือนที่จากสถานที่นั้นไปภายในวันเดียวกัน
 3) ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินและเรือโดยสาร) ซึ่งไม่ได้มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ ประเทศหรือสถานที่นั้นและแวะพักเพียงชั่วคราว ในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง

2. จำแนกตามถิ่นพำนักของผู้มาเยือน ซึ่งสามารถจำแนกผู้มาเยือนได้ 3 กลุ่ม
 ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้มาเยือนขาเข้า (Inbound Visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักในต่างประเทศและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอีกประเทศหนึ่ง

2.2 ผู้มาเยือนขาออก (outbound visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศหนึ่งและเดินทางออกไปยังประเทศอื่น

2.3 ผู้มาเยือนภายในประเทศ (domestic visitor) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น

สำนักพิมพ์การท่องเที่ยว (2546 หน้า 93) นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวจำแนกเป็น

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourists or International Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทยก็ได้และมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่น ๆ

2. นักทัศนาจร (Excursionists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้น ๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนาจร จำแนกออกได้ ดังนี้

1) นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นชาวไทยหรือ

ชาวต่างชาติ ที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรอยู่ในประเทศไทยก็ได้และมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่น ๆ

3. ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยโดยจะจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548 หน้า 65) นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราวซึ่งมักจะมาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง มีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ดังนี้

1. เพื่อการพักผ่อน ความเพลิดเพลิน สุขภาพ การศึกษา การกีฬา
2. เพื่อดำเนินธุรกิจและการประชุมต่าง ๆ
3. เพื่อเยี่ยมครอบครัวและญาติพี่น้อง
4. เพื่อราชการและติดต่อราชการ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวหรือตามความหมายขององค์การการท่องเที่ยวโลกที่แนะนำให้ใช้คำว่า ผู้มาเยือนนั้น ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ผู้ที่เดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวอย่างน้อย ๒๔ ชั่วโมงขึ้นไป ด้วยความสมัครใจ และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ที่จุดหมายปลายทาง แต่เพื่อเป็นการพักผ่อนและเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ติดต่อและสร้างสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคล เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเอาเหตุผลกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม

การจัดการการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนเอกสารในแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวไว้เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

Pike, Steven D (2008 p.98) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวมักจะเดินทางมาเที่ยวหรือเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ (6A's) ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) เป็นการจัดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกรวดเร็ว รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ที่จะเดินทางไปเพื่อให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่งเช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่นหรือแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ทและโฮมสเตย์ Bed & Breakfast และ Guest House โดยที่พักประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกันอีกด้วย เช่น ภัตตาคาร บาร์ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ สระว่ายน้ำ ขาวนาและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เป็นต้น

5. กิจกรรม (Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกันในยุคปัจจุบันซึ่งการท่องเที่ยวได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของป่าไม้ธรรมชาติ หากความสำคัญสำหรับผู้มาเยือน คือ การได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ เช่น การเดินป่า เพื่อศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำ ของท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำ รูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนู บริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การไถนา การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ได้แก่ ทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว เช่น บริการด้านอาหาร โรงพยาบาล ปรียญณี สถานีบริการน้ำมัน ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

ดำเกิง โถทอง และคณะ (2550 หน้า 32) ได้กล่าวถึงหลักการจัดการการท่องเที่ยว โดยต้องพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้นรวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย

1. ทรัพยากรทางท่องเที่ยว (Tourism Resource) ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) อันได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่พื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยเป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรมรูปแบบหรือกระบวนการการท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณและคณะ (2541 หน้า 65) กล่าวว่า นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวได้อันประกอบไปด้วย

- 1) แนวทางการบริหารและจัดการ
- 2) แนวทางการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- 3) แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย
- 4) แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
- 5) แนวทางการให้ประชาชนกลุ่มและองค์กรอื่น ๆ มีส่วนร่วม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 หน้า 21) การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผนโดยมีการจัดการบริหาร งาน บุคคล การอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ รวมทั้งมีการประเมินผลแผนการท่องเที่ยวด้วย

อารีย์ นัยพินิจ และ จูริชญา มณีเนตร (2551 หน้า 34) กล่าวว่า การดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านการวางแผนด้านการจัดการผู้รับผิดชอบ การควบคุม การจัดสรรงบประมาณ การประเมินผลและรายงานผล การจัดการการท่องเที่ยวที่ควรจะดำเนินการในความรับผิดชอบของหน่วยงานที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว นั้น มีอยู่ 5 ภารกิจหลัก ดังนี้

1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรมีบทบาทในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้สาธารณะชนได้รับรู้และทราบให้มากที่สุด

2. การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการสำรวจหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

3. การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการจัดทำแผนงานโครงการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

4. การบริหารแหล่งท่องเที่ยว เป็นการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

5. การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการวางระบบในการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่รับผิดชอบ

พูนทรัพย์ สวนเมือง (2544 หน้า 4) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาคีภาคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย ทั้งผู้ไปท่องเที่ยวและชุมชนที่ถูกท่องเที่ยว นอกจากนั้น การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนยังเป็นการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรมของชุมชน แต่เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ถูกท่องเที่ยวและผู้ไปท่องเที่ยวเองในด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สุขภาพ ความรู้และการมีส่วนร่วม เป็นต้น

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2563, ออนไลน์) ได้กล่าวถึง หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ตามหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยวโลกไว้ ดังนี้

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง มีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากร ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพใช้อย่างประหยัดคำนึงถึงต้นทุนด้านคุณค่าและคุณภาพของธรรมชาติและต้นทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสีย คือการร่วมกันวางแผนกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างมีประสิทธิภาพและจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกันหรือใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม คือ ต้องมีการวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่ง

ท่องเที่ยวที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการเพิ่มคุณค่า และมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานแผนการพัฒนากการท่องเที่ยว คือ การประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพ

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น คือ การประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยว เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนากการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น คือมีการร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม โดยเข้าเป็นหน่วยงานร่วมจัด ร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหา ร่วมส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยว ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนั้นต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. จัดประชุมและปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน คือ ต้องมีการประสานกับพหุภาคี ได้แก่ ชุมชนหรือประชาคมในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวสถาบันการศึกษาสถาบันการศาสนาหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือในการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยวการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวการแก้ไขปัญหาที่เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาดเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

8. การพัฒนาบุคลากร คือ การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิดและมีวิธีปฏิบัติในการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กรและช่วยยกระดับมาตรฐานการบริหารการท่องเที่ยวน

9. การจัดเตรียมข้อมูลบริการข่าวสารการท่องเที่ยวน คือ มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวนและการบริการการขายให้พร้อม มีเพียงพอต่อการเผยแพร่ซึ่งจัดทำรูปสือทัศนูปกรณ์รูปแบบต่าง ๆ

10. ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย คือ การช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่ารวมถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบผลกระทบและการศึกษาวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการก่อให้เกิดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตามความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวน อุปสงค์การท่องเที่ยวนเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไปและสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน

บิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น

เศกสรรค์ ยงวนิชย์ (2541 หน้า 5-6) กล่าวว่า ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้และรายได้จากการท่องเที่ยว ก็สามารถกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพในธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ(Multiplier Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ นักการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องใช้กิจกรรมการตลาดเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้นพยายามให้อุปสงค์การท่องเที่ยวคงที่หรือเพิ่มขึ้น

พยอม ธรรมบุตร (2549 หน้า 6) ได้กล่าวถึง การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมืองการมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาทางด้านการคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสื่่อมวลชน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมีหลายประการ ตลอดจนมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปริมาณการขยายตัวของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะเป็นทั้งปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้ยากซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจสามารถจะคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับตลาดท่องเที่ยวบ้างและสามารถเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป โดยปัจจัยที่สำคัญ มีดังนี้

- 2.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับอุปสงค์แตกต่างกัน ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้น เพื่อไปเจรจาติดต่อธุรกิจไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ หรือไปพักผ่อน ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกระทำได้ในปริมาณสูงตามอำนาจการซื้อ (Purchasing Power) แต่ประเทศที่กำลังพัฒนาหรือการพัฒนาเศรษฐกิจยังไม่ดีนัก จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อต่ำและไม่ใช่ว่าเป้าหมายหลักทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว การดึงดูดลูกค้าเป้าหมายหลัก ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบของการบริการและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับสภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีเศรษฐกิจดีและมีอำนาจการซื้อสูง จะเห็นได้จากการพัฒนาสินค้าและบริการของธุรกิจโรงแรมมีความแตกต่างกัน ทางด้านการแข่งขันสูงมาก อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ที่เพิ่มขึ้นแสดงว่ากิจกรรมทางการตลาดประสบความสำเร็จ สามารถทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้อย่างข้างล่างนี้ เป็นกลุ่ม

ประเทศพัฒนาที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีและเป็นผู้ที่ “ให้” การท่องเที่ยวและกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งเป็นผู้ “รับ” การท่องเที่ยว

2.2 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) ลักษณะของประชากร ได้แก่ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวประเทศที่พัฒนาแล้วครอบครัวมีขนาดเล็ก มีบุตรน้อย ต้องทำงานทั้งสามี ภรรยา มีปัญหาการหย่าร้าง มีรายได้พอจะเดินทางท่องเที่ยวและมีพันธะน้อยลง ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีลักษณะครอบครัวแบบนี้ ผู้ประกอบธุรกิจควรปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากร เช่น กลุ่มที่มีอายุเกิน 55 ปี หรือเกษียณอายุแล้ว กลุ่มนี้มีความพร้อมทั้งทางการเงิน เวลาและสุขภาพที่แข็งแรง แต่ไม่ต้องการเดินทางแบบสมบุกสมบัน การนำเที่ยวแบบพักผ่อนและรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะผู้ซื้อในวัยนี้มาก นอกจากนี้ในส่วนของประเทศไทยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ ความสวยงามตามธรรมชาติ ความเป็นมิตรของประชาชน ความปลอดภัย วัฒนธรรมและประเพณี คุณภาพของที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เอาใจใส่ องค์การสหประชาชาติได้ประมาณว่า ราวปี ค.ศ.2025 สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุของโลกจะมีประมาณร้อยละ 19 ของประชากรทั้งหมด หรือคิดเป็นจำนวน ราว 1.6 พันล้านคน นอกจากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะแตกต่างกันเนื่องจากอายุแล้วการศึกษาก็ทำให้เพิ่มปริมาณอุปสงค์ด้วย จะเห็นได้ว่าการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อไปศึกษาในต่างประเทศ (Study Tour) ให้แก่เยาวชนและการจัดนำเที่ยวแบบความสนใจพิเศษ (Special Interest Travel) เพิ่มขึ้นทุกปี

2.3 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้ซื้อมีผลกระทบทำให้อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติแตกต่างกันและเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่ผู้ซื้อต้องการไป เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่แวดล้อมด้วยทะเลย่อมต้องการไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา เมืองนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีอากาศหนาว เช่น ชาวสแกนดิเนเวีย นิยมไปพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศอบอุ่นหรือชายหาด เช่น นิยมไปแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน นอกจากลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศจะทำให้รูปแบบอุปสงค์ต่างกันแล้ว ผู้พักอาศัยในเมืองใหญ่มักนิยมเดินทางแบบเช้าไป-เย็นกลับ (Day Visit) มากกว่าคนในชุมชนเล็ก ๆ ผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยวและโรงแรมควรพิจารณาลักษณะทางภูมิศาสตร์ของลูกค้าด้วยว่าส่วนใหญ่มาจากประเทศใดและจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวใดจะจูงใจลูกค้าได้มาก เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการและส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

2.4 ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม (Socio - Cultural Factors) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม จะหล่อหลอมความคิด รสนิยมและทัศนคติในการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผยจะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงชาวตะวันตกเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยและไกลมากกว่าผู้หญิงชาวเอเชียและตะวันออกกลาง ซึ่งไม่นิยมเดินทางโดยลำพัง หรือท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากเกินไป การท่องเที่ยวแบบผจญภัยจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวชาวตะวันตก นอกจากนี้คือค่านิยมของการมีบ้านพักหลังที่สอง (Secondary Residence) เพื่อพักผ่อนในชนบทหรืออยู่ชายหาด ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นและมีคุณค่าต่อชีวิต ส่วนประเทศในแถบเอเชียที่เจริญพัฒนาไป

มาก เช่น ประเทศญี่ปุ่น หญิงสาวโสดชาวญี่ปุ่นและอยู่ในวัยทำงาน (Office Lady) จะมีธรรมเนียมในการท่องเที่ยวหรูหรา สะดวกสบาย นับเป็นลูกค้าเป้าหมายสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งนอกเหนือไปจากคู่ฮันนีมูน (Honeymooners) ซึ่งนิยมเดินทางไปพักผ่อนต่างประเทศหลังจากการแต่งงานมาก สรุปได้ว่าทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งสามารถกำหนดธรรมเนียม ค่านิยม ปริมาณ ระดับและรูปแบบของการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

2.5 ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Regulatory Factors)

การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงและ/หรืออาจทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากมีความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น เกิดภาวะสงคราม เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการปกครอง ถ้านักท่องเที่ยวหวั่นเกรงเรื่องความปลอดภัย อุปสงค์จะลดลง มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สายการบินต้องระงับเส้นทางบินชั่วคราวอัตราการเข้าพักโรงแรมลดลงจนอาจต้องปลดพนักงานการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Inbound Tour) ลดลงแม้แต่ตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศเองก็หยุดชะงัก การฟื้นตัวต้องใช้เวลานานพอสมควร สำนักงานการท่องเที่ยวของประเทศ (National Tourist Office) จำเป็นต้องรีบประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ธุรกิจภาคเอกชนต้องเร่งการส่งเสริมการตลาดและการขาย นอกจากนี้ประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดจะสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีมาตรฐาน ไม่ถูกหลอกลวงและได้รับสิทธิการคุ้มครองการบริโภคด้วย เช่น ประเทศไทยมี พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนขอให้ชดเชยได้ถ้าไม่ได้รับการบริการตามข้อตกลงที่ธุรกิจนำเที่ยวได้ให้ไว้กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญในการเพิ่มหรือลด อุปสงค์และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น พ.ร.บ. เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ได้นานที่สุด ให้นักท่องเที่ยวชื่นชมและอยากจะกลับมาเยือนอีก

2.6 ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (Mass Media Communication Factors)

ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อถือ มั่นใจ หรือไม่มั่นใจ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้รัก คำนึง การต่อต้าน หรืออยากรู้ อยากเห็นมากขึ้นและช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งนี้ข่าวสารทางลบ เช่น ปัญหาการเมือง การต่อสู้ระหว่างชนชาติ โรคระบาด ความไม่ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ทางลบของไทย เช่น ปัญหาโสเภณีเด็ก โรคเอดส์การจราจร ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจ เบี่ยงเบนการซื้อรายการนำเที่ยวไปยังประเทศอื่นที่มีลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมใกล้เคียงกับประเทศไทยแทน สื่อมวลชนที่ดีและมีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ โทรทัศน์และกิจกรรมเวลาว่างที่คนในสังคมปัจจุบันทรมานมากที่สุด คือ การดูโทรทัศน์ การส่งเสริมและการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวทางสื่อโทรทัศน์ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์ที่หลากหลายและช่วยให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเร็วขึ้น

2.7 ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative Prices)

การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับบริษัทที่เป็นคู่แข่ง หรือกับราคาปี ก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่กล่าวก่อนหน้านี้แล้วทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็มีผลกระทบต่ออุปสงค์ ถ้าแตกต่างกัน มากนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อสูงจึงจะสามารถไปได้และถ้าราคาการท่องเที่ยวที่จุดหมาย ปลายทางไม่แพงมากนักก็จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ในระยะเริ่มแรก เมื่อมีความนิยม ชมชอบก็จะกลับมาเที่ยวอีกในขณะนี้ค่าเงินบาทของไทยลดลงเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ทำให้ราคาการท่องเที่ยวของไทยมีราคาถูกสามารถที่จะเป็นคู่แข่งทางการตลาดการท่องเที่ยวได้

2.8 ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล (Personal Mobility Factors) การเดินทางส่วนตัวโดยเฉพาะทางรถยนต์ช่วยให้การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และ เดินทางไปยังประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกันเจริญเติบโตมาก เช่น การเดินทางท่องเที่ยวของชาวยุโรป การเดินทางแบบส่วนตัว (Free Individual Traveller) มีเป็นจำนวนมากในช่วงวันหยุดพักผ่อนหรือสุด สัปดาห์ เนื่องจากถนนหนทางเชื่อมติดต่อกันโดยตลอด ประมาณได้ว่าประชากรทุก ๆ 1,000 คนใน ประเทศสหรัฐอเมริกา มีรถยนต์ส่วนตัว 600 คน ในเยอรมนีตะวันตก มีรถยนต์ส่วนตัว 500 คน ใน ประเทศอังกฤษและประเทศในยุโรปอื่น ๆ มีรถยนต์ส่วนตัว 400 คน การเดินทางส่วนตัวเป็นอุปสงค์ที่ แตกต่างกันอย่างมาก ก่อให้เกิดธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกและธุรกิจ อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน มีราคาหลากหลายตามอุปสงค์ของลูกค้า นอกจากนี้การมีรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้เกิดเสรีภาพในการเดินทางทั้งในเรื่องการเตรียมการ เวลาและ สถานที่ มีการวางแผนการเดินทางให้เหมาะสมกับสภาวะส่วนตัวมากขึ้นและอาจจะทำให้เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น จากการหยุดพักผ่อนนาน ๆ ในช่วงฤดูร้อนมาเป็นการท่องเที่ยวในช่วง วันหยุดสั้น ๆ ทำให้มีโอกาสเดินทางได้บ่อยขึ้นหรือเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ (Excursion or Day Visit) แทน

2.9 ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (Technology of Communication and Transportation) เทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมขนส่งสามารถ อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจองและการออกบัตรโดยสารโดย ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (CRS) ลูกค้าได้รับความชัดเจนและรวดเร็วในการซื้อ นอกจากนี้คือการใช้ คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงแรมเช่น การเข้าพัก (Check In) การคืนห้องพัก (Check Out) การเก็บเงิน ค่าที่พัก การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยย่อมแสดงถึงการบริการของธุรกิจใดที่ได้รับความนิยม สะดวกสบายมากที่สุด

ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

Dickman, C.R., (1996 p.6-10) ได้กล่าวถึง ปัจจัย 5A ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็น สำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ กล่าวว่สิ่งที่ดึงดูดใจ จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ อย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่งแยก เป็นสถานที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่น่าสนใจ และโดยทั่วไป สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมี สิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เช่น สถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ความเป็นมาประวัติศาสตร์ ฯลฯ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

1.1 สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions)

1.2 สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE))

1.3 สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions)

1.4 สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

2. กิจกรรม (Activities)

สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมแสง สี เสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นต้น

3. การเข้าถึง (Access)

สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ จากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือหรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพมีสิ่งกีดขวางหรือไม่และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยากและค่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทางและสภาพถนน การคมนาคม ขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่น เที่ยวบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ สภาพถนนหนทาง นอกจากนี้ การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบ รักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไปและถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก อาจพิจารณาได้จาก ระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการ

สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination amenities) เช่น ร้านอาหารร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ของที่ระลึก การบริการอื่น ๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ ระบบสาธารณูปโภค ตู้เอทีเอ็ม สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ

5. ที่พัก (Accommodation)

สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา และการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักรวมในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ ฯลฯ

พยอม ธรรมบุตร (2549 หน้า 34-38) กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่าง ๆ กัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวก

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง แสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรม เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities และ Recreational activities) หมายถึง เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงามของธรรมชาติเท่านั้นแต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำการปีนหน้าผา การดำน้ำ การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพร่ชนีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของประเทศให้เกิดมูลค่าสูงสุดในบริบทของเขตเศรษฐกิจพิเศษ การจัดการการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นแนวทางการดำเนินงานเชิงธุรกิจและการบริการ โดยครอบคลุมการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว กิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และการคมนาคมขนส่ง เพื่อเสริมสร้างความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐ

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว (5A) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และที่พัก (Accommodation) ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว องค์ประกอบเหล่านี้เอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางและดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้มาเยือน อันจะนำไปสู่การกลับมาเยือนซ้ำ

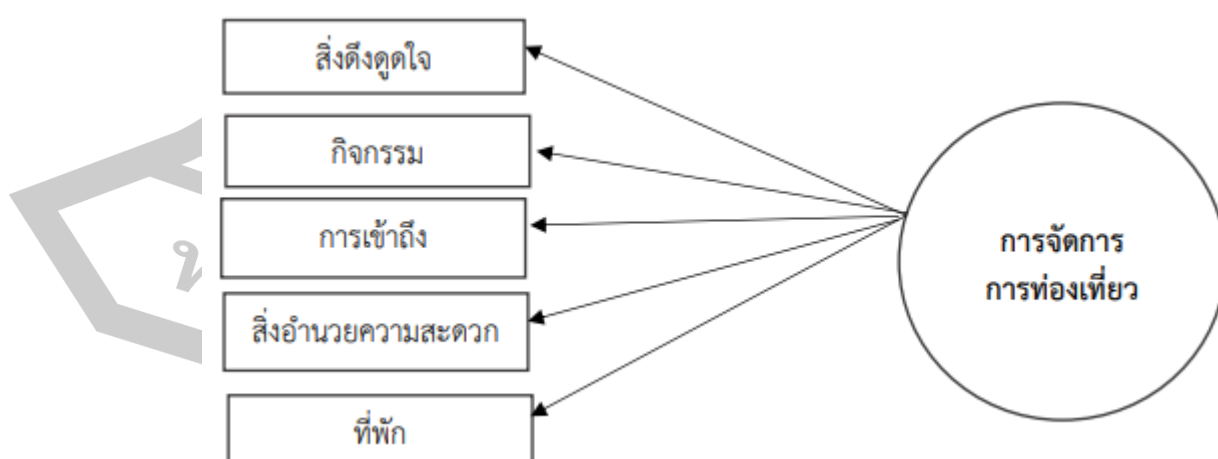
และจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัย นักวิจัยเลือกงานวิจัย 10 งาน เนื่องจากแต่ละงานมีข้อค้นพบองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบ 5A ในมิติที่แตกต่างกัน ซึ่งองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว 5A ที่ถือเป็นขั้นตอนที่จำเป็นในการสร้างพื้นฐานความรู้ที่มั่นคงและครอบคลุม ที่ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความสำคัญขององค์ประกอบเหล่านี้ในบริบทต่าง ๆ ระบุช่องว่างในการวิจัย และสร้างกรอบแนวคิดที่แข็งแกร่งสำหรับการศึกษากการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ตารางที่ 2 การสังเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว (5A)

ชื่อเรื่อง/ชื่อนักวิจัย	สิ่งดึงดูดใจ	กิจกรรม	การเข้าถึง	สิ่งอำนวยความสะดวก	ที่พัก
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์: ปวรศร ชมภูทอง และคณะ.(2022)	/	/	/	/	/
องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง: เพ็ชรภรณ์ ชีवालชาญชนกิจ.(2564)	/	/	/	/	/
Principles of Tourism.Auckland: Longman. :Collier & Harraway (1997)	/	/	/	/	
Marketing the competitive destination of the future. : Buhalis, D. (2000)	/	/	/	/	
การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดน่าน:เตือนใจ จันทรหมื่น	/	/	/	/	/
Geography of travel and tourism: Cooper, et al., (1998)	/	/	/	/	
อิทธิพลของภาพลักษณ์ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	/		/	/	

เลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ: วิไลวรรณ สว่างแก้ว (2561)					
Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna. : Dickman, (1996)	/	/	/	/	/
องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในประเทศ ไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป: แสงรวี เกตุสุวรรณ. (2563)	/	/	/	/	/
สังเคราะห์รวม	8	7	9	9	5

จากการสังเคราะห์งานวิจัยจำนวน 10 งานที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว (5A) พบว่า องค์ประกอบด้านการเข้าถึง (Access) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในระดับสูง รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) และองค์ประกอบด้านกิจกรรม (Activities) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผลการวิเคราะห์จากงานวิจัยที่สังเคราะห์จะบ่งชี้ว่าองค์ประกอบด้านที่พัก (Accommodation) มีอิทธิพลค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับองค์ประกอบอื่น ๆ แต่ยังคงได้รับการพิจารณาว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรนำมาศึกษาในบริบทของงานวิจัยปัจจุบันและจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ Dickman, C.R.,1996 ได้ดังนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) กิจกรรม 3) การเข้าถึง 4) สิ่งอำนวยความสะดวก 5) ที่พัก



แผนภาพที่ 5 องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว 5A

ที่มา : Dickman, C.R.,1996 pp.6-10

สรุปตัวแปรการจัดการการท่องเที่ยว

1) **สิ่งดึงดูดใจ** คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและสะอาดตามสุขอนามัย จัดวางแผนผังเมืองได้อย่างเป็นระเบียบ มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในระบบการจัดการการท่องเที่ยวที่ทันสมัยเข้าถึงได้ง่าย มีการจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวในยามมีภัยหรือความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินอย่างมีประสิทธิภาพและมีสินค้าและบริการที่มีราคาเหมาะสมเพื่อสร้างการชักชวนให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาเที่ยวอีกครั้ง

2) **กิจกรรม** คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมที่หลากหลายกิจกรรมที่สามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ การเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อน กิจกรรมต่าง ๆ มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอยได้เลือกซื้อของที่ระลึกหลายอย่างมากมายและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่น่าจดจำ

3) **การเข้าถึง** คือ การกำหนดแผนผังระยะทางจากตัวเมืองสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและมีเส้นทางที่หลากหลาย จัดเส้นทางเท้าที่มีระยะทางที่เหมาะสม จัดหาพาหนะสะดวกและง่ายต่อการเดินทางในพื้นที่ระยะสั้นที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ การกำหนดค่าบริการรถโดยสารสาธารณะตามระยะทางไว้อย่างชัดเจนและสภาพถนน การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว

4) **สิ่งอำนวยความสะดวก** คือ การบริการระบบสาธารณูปการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว คู่มือแนะนำการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยสืบค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานบริการได้สะดวกสบาย การบริการที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายเป็นกันเองและระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว

5) **ที่พัก** คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนที่พักที่เพียงพอและหลากหลายเหมาะสม มีความหลากหลายด้านราคาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรตามฐานะหรือความพึงพอใจที่พักอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัย การบริการที่ดีในที่พักนั้นๆ ที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้หวนกลับมาเที่ยวอีกครั้งและยังมาพักที่เดิมอีกต่อไปและสถานที่พักมีบริการอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อเป็นช่องทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ แนวคิดองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว (5A) จากแนวคิดของ Dickman, C.R., 1996 ประกอบด้วย 1) (Attraction) สิ่งดึงดูดใจ คือ สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความสวยงาม มีระบบการจัดการการท่องเที่ยวที่ทันสมัยเข้าถึงได้ง่าย มีการจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวและมีสินค้าและบริการที่มีราคาเหมาะสมเพื่อสร้างการชักชวนให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาเที่ยวอีกครั้ง 2) (Activities) กิจกรรม เป็นรูปแบบกิจกรรมที่สามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ การเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อน 3) (Access) การเข้าถึง คือ จัดหาพาหนะสะดวกและง่ายต่อการเดินทางในพื้นที่ระยะสั้นที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ มีการคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว 4) (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น นักท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

สืบค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานบริการได้สะดวกสบาย การบริการที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายเป็นกันเองและระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยวและ 5) (Accommodation) ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนที่พักที่เพียงพอและหลากหลายเหมาะสม มีความหลากหลายด้านราคาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรตามฐานะหรือความพึงพอใจ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จัดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย แต่ภายใต้กระแสความเป็นโลกาภิวัตน์ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวจึงไม่ได้คำนึงถึงแค่ 5A แต่ต้องคำนึงถึงระบบการพัฒนาแบบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว หรือ โลจิสติกส์การท่องเที่ยว ด้วยดังจะอธิบายในหัวข้อถัดไป

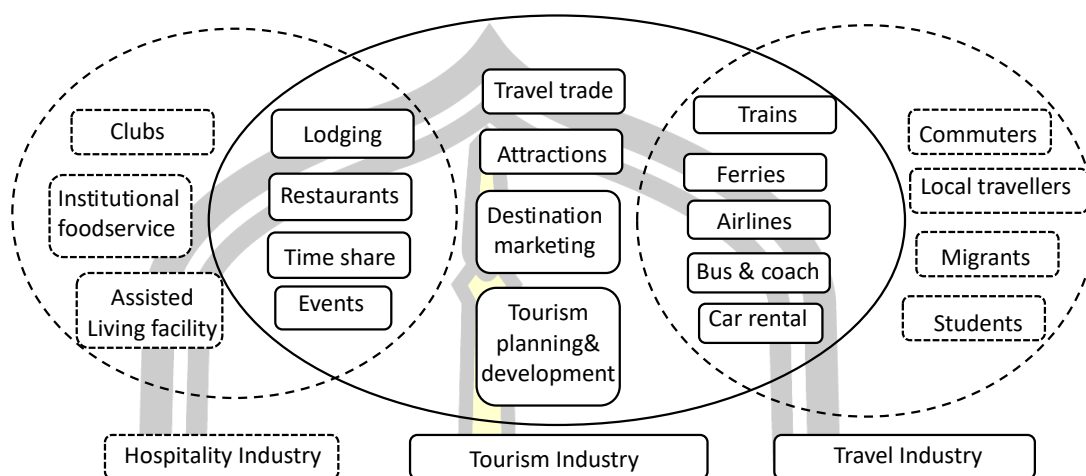
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

โลจิสติกส์ท่องเที่ยว เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ บริบทโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และ องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการผลักดันให้เกิดการพัฒนาจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์

การท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมบริการมีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาท ตามลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวและความต้องการที่มากขึ้น บริการการท่องเที่ยวประกอบด้วยส่วนประกอบมากมายซึ่งไม่เพียงแต่ที่พัก การขนส่งและการท่องเที่ยว แต่ยังรวมถึงบาร์และร้านอาหารที่ลดผลกระทบการผลิตอาหารการกำจัดของเสียและโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางและส่วนประกอบบริการเหล่านี้ จัดทำโดยบริษัท องค์กรและตัวแทนต่างๆ ที่ประกอบไปด้วยห่วงโซ่อุปทานการบริการการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว สำหรับการพักผ่อนและผู้ประกอบการจะให้การตอบสนองทันที เช่น การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าแล้วกระจายบริการบางส่วนไปยังซัพพลายเออร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น บริการขนส่ง บริการจัดเลี้ยง บริการโรงแรมและบริการผ่อนคลาย ดังที่แสดงในแผนภาพที่ 6 นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและ ผู้ให้บริการประกอบด้วยห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ (สวิตต์ จันท์ธาดารัตน์ และคณะ 2562) รายละเอียด ดังนี้





แผนภาพที่ 6 แสดงโครงข่ายของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ที่มา : Pizam 2009

โลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Tourism Logistic) มีความคล้ายคลึงกับการขนส่งการท่องเที่ยว (Tourism and Transport) แต่ครอบคลุมกว้างกว่า โดยครอบคลุมถึง 3 เรื่องใหญ่คือ การไหลทางกายภาพ (Physical Flow) การไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) และการไหลของเงิน (Financial Flow) (Suriya, K., 2008)

โลจิสติกส์ท่องเที่ยวคือ “การจัดการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) เพื่อให้การไหลของนักท่องเที่ยว (Physical Flow) จากต้นทางไปสู่ปลายทางโดยไม่มีข้อผิดพลาด และยังทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด” แม้ว่าในเรื่องของโลจิสติกส์ท่องเที่ยวจะมีการพูดถึงการขนส่งการท่องเที่ยวด้วย แต่รูปแบบของการขนส่งการท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุดิบของเท่านั้น (Suriya, K., 2008)

การขนส่งนักท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งในโลจิสติกส์ท่องเที่ยว การขนส่งจะเกิดขึ้น ณ ช่วงหนึ่ง ๆ เท่านั้น ไม่ใช่ตลอดเส้นทาง ซึ่งจะไม่มีการขนส่งอีกเมื่ออยู่ในที่พัก ในขณะที่การขนส่งท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุดิบของเท่านั้น (Suriya, K., 2008) จึงเกิดขึ้นของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เพราะการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวนี้เป็นงานที่ละเอียดอ่อนเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีชีวิตจิตใจไม่ใช่สิ่งของ แต่สิ่งที่คล้ายคลึงกันระหว่างโลจิสติกส์การท่องเที่ยวและการขนส่งท่องเที่ยวคือการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด (Kaosa-ard, Mingsarn., 2007) จะทำให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและเกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำ และก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้ เช่น เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในพื้นที่ เกิดการสร้างและการให้บริการอย่างเป็นสากลเพื่อการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น และหากมองในมิติของการขนส่งนักท่องเที่ยวว่าแตกต่างจากการขนส่งสินค้าอย่างไรนั้น มีมุมมองที่ง่าย ๆ ว่า การขนส่งสินค้า คือการนำวัตถุใดวัตถุหนึ่งย้ายจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่ง

แต่การขนส่งนักท่องเที่ยวนั้น เป็นการขนส่งสิ่งที่มี ชีวิต จิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ที่สำคัญตอบโต้ได้ หรือนักท่องเที่ยวหรือคนเปรียบเป็น Physical Flow (การไหลทางกายภาพ)

คำว่า “โลจิสติกส์” ในวงการธุรกิจ หมายถึง กระบวนการวางแผน การลงมือทำและการควบคุมที่มีประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนประหยัดต้นทุนในทุกขั้นตอนของการผลิตจนถึงส่งมอบสินค้า นั่นคือ ตั้งแต่การได้มา การเก็บรักษาซึ่งวัตถุดิบ วัตถุดิบสำเร็จรูปและสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว รวมไปถึงการกระจายสินค้า การจัดการขนส่ง การจัดการคลังสินค้า การส่งมอบสินค้า ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้า ทั้งนี้ จุดมุ่งหมายสูงสุดก็คือเพื่อตอบสนองให้ลูกค้าพอใจสูงสุด และมีต้นทุนต่ำสุด (รวีพร คูเจริญไพศาล, 2549 : 278)

Lambert, Stock และ Ellram (กมลชนก สุทธิวัฒนฤพุดิ และคณะ. 2547 ; อ้างอิงมาจาก Lambert, Stock and Ellram. 2004) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการทั้งภาคการผลิตและภาคบริการในส่วนภาคบริการนั้น ได้แก่ ส่วนงานของภาครัฐ โรงพยาบาล ธนาคาร การค้าส่งและการค้าปลีก นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาการจัดการขั้นสุดท้าย การขจัด การแปรสภาพ เนื่องจากโลจิสติกส์มีขอบข่ายความรับผิดชอบสูงขึ้นซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตเท่านั้น แต่กิจกรรมโลจิสติกส์เกี่ยวเนื่องไปทุกกิจกรรม

อัครพงศ์ อันทอง (2552: 120) กล่าวว่า การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวเป็นการบูรณาการแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์กับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในการพิจารณา รูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เป็นการจัดการการไหลเวียนภายในห่วงโซ่อุปทานที่ประกอบด้วย การจัดการการบริหารในเรื่องการไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical) การเงิน (Financial) และสารสนเทศ (Information) เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล (2551 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง การบริหารกระบวนการไหลของสินค้าบริการหรือ วัตถุดิบ จากจุดเริ่มต้น (Points of Origin) ไปยังจุดที่มีการใช้สินค้าหรือวัตถุดิบนั้นๆจากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการวางแผน การปฏิบัติการและการควบคุม การเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล รวมถึงการให้บริการและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องตั้งแต่จุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภคสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2550 : 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการโลจิสติกส์หมายถึง ส่วนหนึ่งของกระบวนการซัพพลายเชน เพื่อช่วยในการวางแผนการสนับสนุนการควบคุมการไหลอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลและเก็บรักษาสินค้า บริการกับสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การจัดการโลจิสติกส์หรือการจัดการโซ่อุปทาน (Logistics or Supply Chain management) เป็นคำที่ใช้กันอย่างกว้างขวาง หมายถึง การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการและข้อมูลจากจุดกำเนิด ไปยังจุดที่มีการใช้ หรือบริโภค ปัจจุบันคำว่า “โลจิสติกส์” ได้เปลี่ยนแปลงเป็นแนวคิดของการจัดการ โซ่อุปทานหรือซัพพลายเชน (Supply Chain Management-SCM) ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับทุก ๆ ส่วน ตั้งแต่ต้นจนจบของโซ่มูลค่าเพิ่ม (Value-added Chain) ตั้งแต่วัตถุดิบ (Raw Materials) ระหว่างทำงาน (Work in Process-WIP) และสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง (Inventories of Finished Goods) และ ยังรวมถึงกิจกรรมการเคลื่อนย้าย ที่ทำโดยซัพพลายเออร์ (ผู้จัดหา/ผู้ขาย

สินค้า) และซัพพลายเออร์ของ ซัพพลายเออร์ทั้งหมดด้วย (Coughlan et al., 2001; 504, อ้างใน รวีพร คูเจริญไพศาล, 2549: 278)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistic Management) เป็นกระบวนการการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน ดำเนินการ การควบคุมการทำงานขององค์กร รวมถึงการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร และธุรกรรมที่เกี่ยวข้อง ใหม่การเคลื่อนย้าย จัดเก็บ รวบรวม กระจายสินค้าและบริการใหม่ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด โดยจะคำนึงถึงความต้องการและความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งจากคำจำกัดความดังกล่าวจะเห็นได้ว่า โลจิสติกส์มีขอบข่ายที่กว้างขวางเป็นส่วนหนึ่งของซัพพลายเชน ซึ่งเกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการหาวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บวัตถุดิบในกระบวนการผลิตและคลังสินค้า การขนส่งสินค้า การกระจายสินค้าจนถึงผู้บริโภค (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์แบ่งเป็น 13 กิจกรรม ดังนี้ (Lambert and Stock, 2001)

1. การสื่อสารด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communication) การสื่อสารช่วยให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพ การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในทุกกิจกรรมของโลจิสติกส์ แต่ละกิจกรรมจะมีการให้ข้อมูล มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องในโลจิสติกส์ ข้อมูลเหล่านั้นจะถูกส่งผ่านช่องทางการสื่อสารระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่ายและลูกค้า

2. การบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นกิจกรรมหนึ่งของโลจิสติกส์ที่องค์กรพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการบริการที่มอบความถูกต้องให้กับลูกค้าทั้งด้านการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ปริมาณที่ถูกต้อง คุณภาพตามกำหนด สถานที่และเวลาที่เหมาะสม

3. กระบวนการสั่งซื้อ (Order Processing) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การติดต่อกับลูกค้าเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ การตรวจสอบใบสั่งซื้อ สถานะของสินค้าคงคลัง เครดิตลูกค้าซึ่งกระบวนการสั่งซื้อเป็นกิจกรรมที่ลูกค้าได้ติดต่อกับธุรกิจ จึงทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงระดับคุณภาพบริการที่ได้รับและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในปัจจุบันธุรกิจต่างๆจึงมีการนำระบบเทคโนโลยีมาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการสั่งซื้อ หรือช่วยปรับปรุงให้กระบวนการสั่งซื้อมีความรวดเร็ว ถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น การสั่งซื้อผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

4. การพยากรณ์ความต้องการ (Demand Forecasting) เป็นกิจกรรมการคาดคะเนความต้องการ สินค้า บริการของลูกค้า และคาดคะเนความต้องการใช้ทรัพยากร เช่น แรงงาน วัตถุดิบ สำหรับการผลิตและการดำเนินงานการพยากรณ์ความต้องการจึงสำคัญต่อการจัดซื้อจัดหา เตรียมการผลิตเพิ่มใหม่ปริมาณของทั้งทรัพยากรและปริมาณสินค้าที่เหมาะสม ไม่มากเกินไป และไม่ขาดแคลน เนื่องจากการคาดคะเนความต้องการนี้ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ

5. การจัดซื้อ (Procurement) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา จัดซื้อสินค้าและบริการประเภทต่างๆจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ กำหนดช่วงเวลาและปริมาณการสั่งซื้อและสร้างความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

6. การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งเนื่องจากปริมาณสินค้าคงคลังที่มีอยู่จะส่งผลการดำเนินธุรกิจ เพราะถ้ามปริมาณสินค้า คงคลังที่สั่ง

ก็ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี แต่ในขณะเดียวกันปริมาณสินค้าคงคลังที่มากก็จะมีผลกระทบต่อการนำเงินทุนไปหมุนเวียน เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสมต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพื่อสามารถลดต้นทุนต่างๆ ได้

7. การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมครอบคลุมทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนที่ เคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดการบริโภค รวมถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าที่บกพร่อง กิจกรรมการขนส่งเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงในระบบโลจิสติกส์และมักเป็นกิจกรรมที่มีต้นทุนสูงจึงต้องมีการจัดการการขนส่งให้เกิดประสิทธิภาพในการนำสินค้าไปปลายทาง ซึ่งในมุมมองของคนทั่วไปการขนส่งเป็นกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีบทบาทชัดเจนที่สุด

8. การจัดการคลังสินค้าและการจัดเก็บ (Warehousing and Storage) เป็นกิจกรรมหนึ่งของโลจิสติกส์ที่มีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกี่ยวข้องกับการเลือกลักษณะของคลังสินค้า วางผังคลังสินค้า การนำอุปกรณ์ต่างๆ มาใช้ในคลังสินค้าและออกแบบการจัดเก็บสินค้าทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงและมีต้นทุนต่ำซึ่งในปัจจุบันกิจกรรมการบริหารสินค้าคงคลังเป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าอีกทางหนึ่งด้วย

9. โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดการสินค้าที่มีปัญหาที่ถูกส่งกลับคืน เช่น สินค้าเสียหายชำรุด สินค้าด้อยคุณภาพ สินค้าหมดอายุ สินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ ตลอดจนซากของที่ไม่ใช้แล้ว ของเสียจากการผลิต สิ่งเหล่านี้จะต้องมีการขนส่ง การจัดเก็บ เพื่อนำไปใช้ใหม่ หรือไปกำจัด

10. การสนับสนุนด้านชิ้นส่วน อะไหล่และบริการ (Parts and Services Support) เป็นกิจกรรมการบริการหลังการขาย โดยจัดให้มีชิ้นส่วน อะไหล่ วับริกรลูกค้า เมื่อสินค้าชำรุด หรือเป็นการเตรียมไว้สำหรับซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เครื่องจักรต่างๆ เพื่อป้องกันการหยุดชะงักของการผลิตและการดำเนินงาน

11. การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจว่าจะตั้งโรงงานและคลังสินค้า ณ ที่ใด ซึ่งมีการพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ระยะทางการขนส่งต้นทุนการขนส่ง แหล่งวัตถุดิบและตลาด

12. การขนถ่ายวัสดุ (Material Handling) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบสินค้านระหว่างผลิตและสินค้าสำเร็จรูป กิจกรรมนี้เกิดขึ้นทั้งในกระบวนการผลิตและในคลังสินค้า การดำเนินกิจกรรมนี้ต้องทำให้เกิดประสิทธิภาพโดยลดระยะทางการเคลื่อนย้ายลงใหม่ ระยะทางการเคลื่อนย้ายสั้นที่สุด และลดการขนถ่ายลงให้เหลือเท่าที่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลต่อการลดต้นทุนลง

13. การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ในด้านโลจิสติกส์การบรรจุภัณฑ์เป็นกิจกรรมที่ทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องตัวสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหายจากการเคลื่อนย้าย การขนส่ง การจัดเก็บและบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยให้จัดเก็บง่ายและเคลื่อนย้ายสะดวก ซึ่งส่งผลต่อการลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์

นอกจากนี้แล้วกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ยังมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจหลากหลายทาง ได้แก่ (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2550)

1. ช่วยให้ธุรกิจเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกระบวนการด้านโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

2. ทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงกับการเปิดเสรีทางการค้า และสามารถเพิ่มกิจกรรมสำคัญในทางการค้าและบริการ

3. เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านเวลาและสถานที่สำหรับลูกค้า เมื่อต้องการบริโภคหรือมีการกำหนดต้นทุนในการผลิต

4. ช่วยลดระยะเวลาในดำเนินขั้นตอนต่างๆ โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อช่วยให้กระบวนการผลิตไปถึงผู้บริโภคมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. สร้างอำนาจจากการแข่งขันทางธุรกิจและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในการทำธุรกิจของตัวเอง

INPECO (European Parliament, Luxembourg, 2002) ได้เสนอ The Tourism Sustainability Supply Chain Model ที่แสดงถึงผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็น ส่วนประกอบใน Supply chain ที่ได้เสนอสินค้าและบริการต่อนักท่องเที่ยวโดยแบบจำลอง Supply chain ดังกล่าวยังได้แสดงถึงการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีศักยภาพในแต่ละระดับโดย สะท้อนผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และได้แสดงถึงลำดับความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ตั้งแต่ในระดับ Global จนถึงระดับ Household

Lumsdon and Page (2004) และคมสัน สุริยะ (2551) ได้เสนอ กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การขนส่ง นักท่องเที่ยวไว้ 12 ประการ ดังนี้

1. สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) หมายถึง ประเภทของยานพาหนะที่มีให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการ ระดับขั้นของคุณภาพของบริการที่มีให้บริการ เช่น ชั้นหนึ่ง ชั้นสอง รวมทั้งบริการเสริม เช่น ลิฟต์ สำหรับผู้พิการหรือผู้มีสัณหาระหนัก ตู้เก็บสัมภาระ (ล็อกเกอร์) และเครื่องมือสื่อสารในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

2. การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ความสามารถของผู้คนที่จะสามารถใช้บริการได้ การอำนวยความสะดวกให้ผู้คนมาใช้บริการได้ เช่น เวลาและสถานที่จำหน่ายตั๋ว ที่ตั้งของสถานีรถไฟ ที่ตั้งของป้ายรถเมล์ เป็นต้น

3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว เพื่อให้ ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทางและสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ รวมถึงสถานที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสาร นั้นต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถติดตามข่าวสารได้โดยง่าย ไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับเกินไป

4. เวลา (Time) หมายถึง การจัดตารางเวลาในการเดินทางหรือการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ทั้งช่วงนานเกินไปจนทำให้ผู้โดยสารรอนานมากเกินไปหรือบ่อยเกินไปจนไม่มีผู้โดยสาร ความรวดเร็วในการเดินทาง รวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ความตรงต่อเวลา

5. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Customer Care) หมายถึง ความคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร เช่น ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของที่นั่ง ห้องน้ำ พ้น และที่เก็บสัมภาระ การบริการอาหารและเครื่องดื่มบน ยานพาหนะ การมีสถานที่แยกกันต่างหากระหว่างผู้สูบบุหรี่และไม่สูบ และการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราความสงบ เรียบร้อยและรับเรื่องราวร้องทุกข์บนยานพาหนะ รวมทั้งการให้ส่วนลดสำหรับผู้เดินทางเป็นประจำ เป็นต้น

6. ความสะดวกสบาย (Comfort) หมายถึง ความเอาใจใส่ในการจัดให้บริการอัน สะดวกสบายแก่ ผู้โดยสาร ทั้งด้านกายภาพ เช่น เบาะนั่ง ช่องว่างสำหรับการเหยียดเท้า การ ออกแบบห้องโดยสารให้เหมาะ สำหรับสรีระของมนุษย์ การปรับอุณหภูมิและความชื้นในห้องโดยสาร ให้พอเหมาะและความเงียบสงบในการเดินทาง เป็นต้น

7. ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง การปราศจากอุบัติเหตุในการเล่นไปของยานพาหนะ รวมถึง ไม่มีอุบัติเหตุในห้องโดยสาร ไม่มีการร่ว่งหล่นของสิ่งของสัมภาระมาโดนผู้โดยสาร การเตรียม อุปกรณ์ป้องกัน อัคคีภัยในห้องโดยสารและการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

8. ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendliness) หมายถึง การลดการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ และคาร์บอนมอนนอกไซด์ การไม่ใช้ก๊าซคลอรีนอัน จะทำลายโอโซนใน ชั้นบรรยากาศ การไม่ปล่อยขยะและของเสียออกไปจากยานพาหนะโดยไม่ผ่าน การบำบัด การใช้พลังงาน ทดแทน รวมทั้งการไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้คนที่อาศัยอยู่ระหว่าง เส้นทางที่ยานพาหนะแล่นผ่านไป

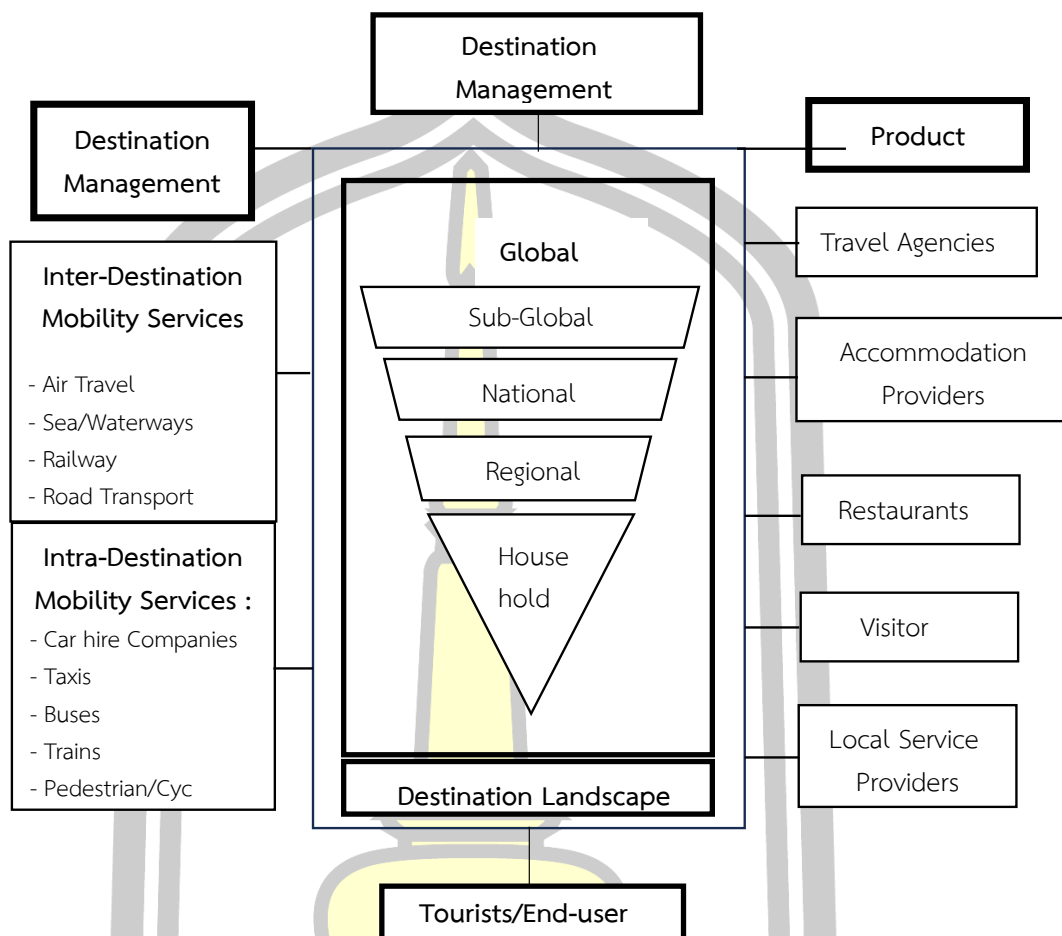
9. แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่ นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม ซึ่งสิ่งเหล่านั้นทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมา เยือน เมืองท่องเที่ยวนั้น หากปราศจากแม่เหล็กดังกล่าวก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากนัก แม่เหล็กนี้ทำหน้าที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยว หรือกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

10. ถนนคนเดิน หมายถึง ย่านหรือถนนที่ปิดการจราจรไม่ให้มียานพาหนะผ่านสัญจร เพื่อ อำนวยความสะดวกให้คนเดินเท้าได้ท่องเที่ยวรอบบริเวณสำคัญของเมืองและซื้อสินค้า

11. จุดทำเงิน หมายถึง สถานที่ บริการ หรือย่านที่จัดไว้สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยการ คาดการณ์แล้วว่านักท่องเที่ยวจะมีอารมณ์อย่างไรเมื่อมาถึงจุดนั้น เช่น ตื่นเต้น เมื่อยล หิว กระหาย หรือ ต้องการรับแสงหาสิ่งของเพื่อไปเป็นของฝากก่อนที่จะจากเมืองนั้นไป เป็นต้น

12. การสร้างความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทาง หมายถึง การทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้ เป็นเพียงแต่การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสร้างความเพลิดเพลิน ใจ เช่น การจัดเส้นทางผ่านสถานที่อันสวยงาม การจัดกิจกรรมบนยานพาหนะ การเสิร์ฟอาหารชั้น เลิศบนยานพาหนะ เป็นต้น



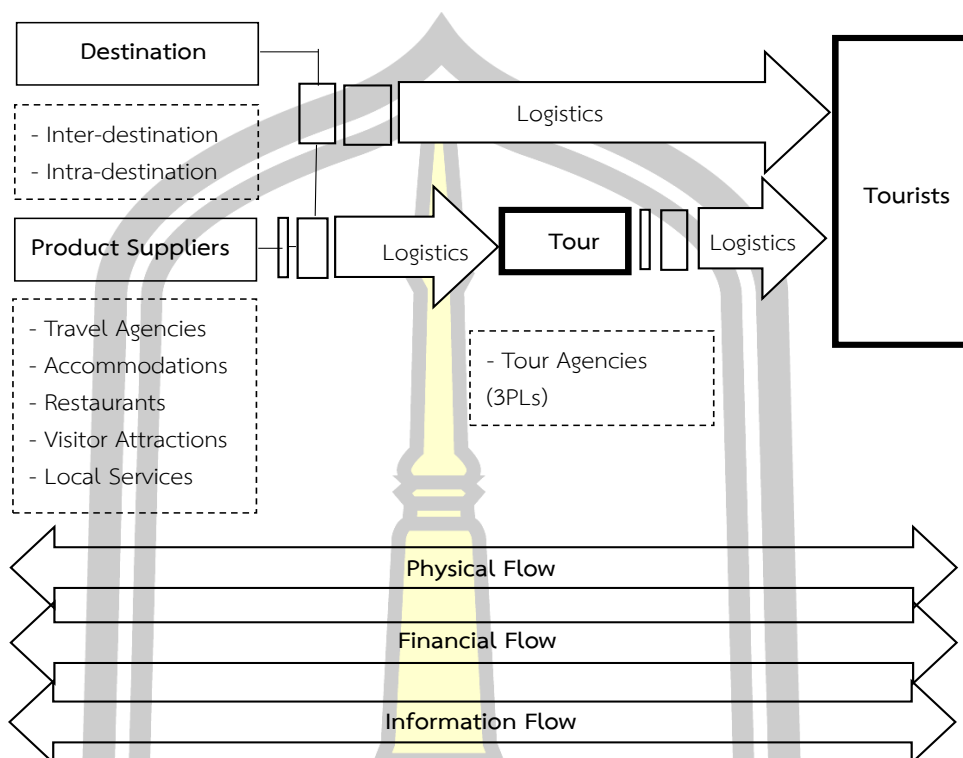


แผนภาพที่ 7 ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ที่มา : INPECO (อ้างใน European Parliament, Luxembourg 2002)

จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างโลจิสติกส์ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีหน้าที่ที่แตกต่างกันไป โลจิสติกส์จะควบคุมการไหลของวัตถุและสินค้าผ่านกิจกรรมโลจิสติกส์จากผู้ขาย ปัจจัยการผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ส่วนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน จะเน้นการไหลย้อนกลับจากผู้บริโภคคนสุดท้ายมายังผู้ขาย ปัจจัยการผลิต กล่าวคือหน้าที่หลักของระบบโลจิสติกส์คือ การบริหารจัดการข้อมูลและสินค้าตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทาง ส่วนการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการจัดลำดับของกระบวนการทั้งหมดที่มีต่อการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งทั้งโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานต่างมีเป้าหมายของกิจกรรมที่เหมือนกันคือเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการทำธุรกิจและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ทำให้มีการบริหารจัดการสินค้าได้อย่างเป็นระบบอีกทั้งยังเกิดการประหยัดจากการลดต้นทุนได้และเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดด้วย ดังนั้น ทั้งโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานมีความสัมพันธ์และข้อเท็จจริงที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, 2547 ; ธนิต โสรัตน์, 2550 ; ประกาศิต เจริญศิริ , 2555)

Physical Flow



แผนภาพที่ 8 การจัดการโลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา : จากการสังเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ INPECO (อ้างอิงใน European Parliament, Luxembourg 2002)

เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาสรุป พบว่า ความสำคัญด้านการจัดการการท่องเที่ยวที่อาศัยหลักการและทฤษฎีของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว หรือ ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น เกิดจากการไหลเวียนของสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน หรือที่เรียกว่าทรัพยากรทางธรรมชาติไปสู่ผู้มาเยือนหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเกิดการไหลเวียนทางด้านกายภาพ เช่น นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวกรวดเร็วปลอดภัย รวมถึงการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมต่อระหว่างแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่ใกล้เคียง เป็นต้น การไหลเวียนทางการเงิน เช่น เพิ่มความสะดวกให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น ในการชำระค่าบริการต่างๆและรวมถึงการมีแหล่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการแลกเปลี่ยนอัตราเงิน และการไหลเวียนด้านสารสนเทศ เช่น แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เป็นการดึงดูดและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อสร้างประสบการณ์ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว

พรรณิกา อนุรักษากรกุลและ สุวิมล เสงพัฒนา (2566) ศึกษาองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของอุทยานธรณีสตูล สรุปองค์ประกอบหลัก การพัฒนาโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มี 4 องค์ประกอบหลัก ประกอบด้วย

- 1) การขนส่ง
- 2) สิ่งอำนวยความสะดวก
- 3) ด้านทรัพยากรทางธรณีวิทยาและภูมิทัศน์
- 4) การจัดการสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ (ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ (2556)

1. การส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow)
 - 1.1 การเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2 จุดต้อนรับ
 - 1.3 จุดพัก
 - 1.4 เส้นทางเดินทางภายใน
 - 1.5 การจัดการระบบการต่อแถว (คิว)
2. การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow)
 - 2.1 ศูนย์บริการหลัก
 - 2.2 ล่าม
 - 2.3 ไกด์ มัคคุเทศก์
 - 2.4 แผนที่
 - 2.5 ป้ายบอกทาง
3. การส่งต่อทางการเงิน (Financial flow)
 - 3.1 ค่าธรรมเนียม
 - 3.2 บริการแลกเงินตราต่างประเทศ
 - 3.3 การรับบัตร debit/credit
 - 3.4 ATM
 - 3.5 การคืนเงิน (Refund)
4. สาธารณูปโภค (Facilitating infrastructure)
 - 4.1 ห้องน้ำ
 - 4.2 สัญญาณโทรศัพท์
 - 4.3 Internet e.g., WIFI 3G or more
 - 4.4 น้ำดื่ม
 - 4.5 จุดพยาบาล/หน่วยแพทย์ฉุกเฉิน/การส่งต่อโรงพยาบาล
5. ความยั่งยืน (Sustainability)
 - 5.1 จุดทิ้งขยะ

5.2 การแยกขยะ

5.3 การใช้วัสดุที่เป็นมิตร

5.4 การใช้พลังงานทางเลือก

5.5 การบำบัดขยะ/ของเสีย

กล่าวโดยสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการส่งต่อทางกายภาพ ด้านการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการส่งต่อทางการเงิน ด้านสาธารณูปโภค และด้านความยั่งยืน และหากแหล่งท่องเที่ยว สามารถบริหารจัดการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ตามองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ 5 องค์ประกอบได้ครบ แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำและเกิดการบอกต่อถึงความประทับใจให้แก่เพื่อนๆ เพื่อให้เพื่อนอยากมาสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำแนวคิดทฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์ไปสร้างเป็นกรอบแนวคิดเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของอิทธิพลตัวแปรด้วย

การวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์

การวัดและการประเมินประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ มีความสำคัญทางธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงระดับประสิทธิภาพของการท่องเที่ยว จึงมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำนิยามไว้ ดังนี้

Jack Franklin และ Jean A. Trasher. (1976) การประเมินผลเป็นการตัดสินใจถึงคุณค่าที่เกิดขึ้น ใน กิจกรรมต่างๆ ที่ได้ดำเนินงานลงไป อีกทั้ง การประเมินผลยังเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจในเชิงบริหารอีกด้วย

พยอม วงศ์สารศรี (2545) การประเมินการดำเนินงานเป็นกลไกการตัดสินใจ วิเคราะห์ราคา ด้านธุรกิจ ของกระบวนการหนึ่งอย่างมีหลักเกณฑ์ อาศัยความยุติธรรม และปราศจากอคติในการประเมิน

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2546) การตรวจสอบความสามารถในการดำเนินงานของกิจกรรมด้านต่างๆ ในการปฏิบัติทั้งในความรับผิดชอบให้การทำงานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดทั้งในเชิงคุณภาพและ ปริมาณ เพื่อตัดสินใจถึงการดำเนินงานต่อไปอย่างถูกต้องในอนาคต

กล่าวโดยสรุป เพื่อให้การจัดการด้านโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวัดและประเมินเพื่อตรวจสอบผลของการดำเนินงานที่ได้ผ่านมาแล้ว เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปประกอบการดำเนินงานในอนาคตประกอบการตัดสินใจในเชิงการบริหารอีกด้วย

2.3 แนวคิดทฤษฎีการสร้างทุนทางปัญญา

แนวคิดทฤษฎีการสร้างทุนทางปัญญา (L. Edvinsson, and Malone, 1997) จากการทบทวนวรรณกรรม มีนักวิจัยได้ให้นิยามความหมายของคำว่า ทุนทางปัญญา ดังนี้

Stewart (1991) ภายในองค์กรที่เกิดขึ้น เช่น พลังงาน กระบวนการภายใน ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

Edvinsson and Sullivan (1996) ทุนทางปัญญา คือ ความรู้ความสามารถที่แปลงค่า ให้เกิดเป็นองค์ความรู้ที่สะสมขึ้นมาในแต่ละบุคคล

Roos et al (1997) ทูทางปัญญาไม่ใช่สินทรัพย์ ถือเป็นประเภททุน โครงสร้างและทุนมนุษย์ และทุนมนุษย์มีวิธีการจัดการที่แตกต่างจากทุนประเทศอื่น

Sveiby (1997) ทูทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ที่มองไม่เห็นขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยความสามารถของพนักงาน โครงสร้างภายในขององค์กร และโครงสร้างภายนอก สามารถสร้างมูลค่าให้กับองค์กรได้

Stewart (1997) ทูทางปัญญาถือเป็นวัตถุดิบทางปัญญา ประกอบด้วย ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ที่สามารถนำไปใช้เพื่อสร้างความ มั่งคั่งให้กับกิจการ

Edvinsson and Sullivan (1997) ทุนมนุษย์เป็นความสามารถรายบุคคลเกิดจากการรวบรวมองค์ความรู้อย่างเป็นระบบให้เกิดขึ้นในกิจการ และสามารถสร้าง มูลค่าให้กับองค์กรได้

Sullivan (1999) ทูทางปัญญา คือ ความรู้ที่สามารถแปลงเป็นกำไรให้กับ กิจการ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ทุนมนุษย์และทรัพย์สินทางปัญญา ทุนมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้ความสามารถของพนักงานแต่ละคนสามารถทำงานให้มีประสิทธิภาพในตำแหน่งที่รับผิดชอบ และองค์กรพยายามใช้ประโยชน์จากความสามารถของพนักงานเหล่านั้น ทรัพย์สินทางปัญญาจึงถูกสร้างขึ้นจากความสามารถของพนักงานเหล่านั้น แปลงสภาพเป็นทรัพย์สินมากกว่าความสามารถส่วนบุคคล

ทูทางปัญญา เป็นเนื้อหาทางปัญญาและทางความคิดคือ ความรู้ข่าวสารทรัพย์สินทางปัญญา และประสบการณ์อันเป็นอำนาจที่ คิด อ่าน ออกมาจากสมองอย่างมาก เมื่อนำมาใช้ให้มีประสิทธิภาพ แต่ถ้าใครเข้าใจและสามารถนำทูทางปัญญาไปใช้ได้ เขาผู้นั้นจะถือว่าเป็นผู้ชนะ (Edvinsson, 1997) ทูทางปัญญานั้นหาได้ยาก แต่ถ้าค้นพบและนำไปใช้ประโยชน์แล้วจะทำให้องค์กรเกิดสิ่งใหม่เพื่อแข่งขันให้ได้ชัยชนะ (Bontis, N. 1996) โดยทูทางปัญญาคือผลรวมของทุนมนุษย์ และทุนโครงสร้างรวมถึงประสบการณ์ที่นำมาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขององค์กร ความสัมพันธ์ลูกค้า และทักษะเชิงวิชาชีพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขันที่สามารถสร้างชื่อเสียงและสนับสนุนให้กิจการเกิดการแข่งกันอย่างยั่งยืน (Roos & Roos, 1997) และจัดว่าทูทางปัญญาเป็นทุนที่เกิดจากการพัฒนาศักยภาพตนเองให้สามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับตนเอง (Sharabati et al., 2010) จึงเปรียบว่าทูทางปัญญาคือสื่อทางปัญญา (ความรู้ข้อมูลทางปัญญา ประสบการณ์) ที่สามารถนำมาใช้สร้างความมั่งคั่ง (Stewart, 2010)

กล่าวโดยสรุป ทูทางปัญญา (Intellectual Capital) มิได้มีสถานะเป็นสินทรัพย์ทางกายภาพ หากแต่เป็น ทูทางปัญญาของชุมชนหรือท้องถิ่น ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงพลวัตขององค์ความรู้ และได้รับการถ่ายทอดในรูปของภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือ ผู้ทรงภูมิ ทรัพยากรปัญญาดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างสรรค์รายได้แก่ชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ โดยอาศัยการประยุกต์ใช้ทักษะวิชาชีพและเทคโนโลยีระดับชุมชนหรือท้องถิ่น ผ่านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่นำไปสู่ ความยั่งยืนทางการแข่งขัน

องค์ประกอบของทูทางปัญญา

ทูทางปัญญา (Intellectual Capital) จัดเป็นสินทรัพย์รูปที่ประกอบด้วยองค์ประกอบหลากหลาย อย่างไรก็ตามในบริบทของการศึกษาครั้งนี้ ทูทางปัญญาจะพิจารณาตามกรอบแนวคิดของ Edvinsson และ Malone (1997) ซึ่งระบุองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) ทุนมนุษย์

(Human Capital) 2) ทุนโครงสร้าง (Structural Capital) และ 3) ทุนลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Capital) ด้วยเหตุนี้ ทุนทางปัญญาจึงเป็นผลลัพธ์จากการปฏิสัมพันธ์ร่วมขององค์ประกอบทั้งสามประการดังกล่าว (ปติพร ธรรมประศาสน์ และไพบูลย์ ผจวงค์, 2557) เพื่อยืนยันการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมและจำแนกประเภทของทุนทางปัญญาตามกรอบแนวคิดดังกล่าว โดยคัดเลือกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 10 งานมาเพื่อยืนยันองค์ประกอบตามแนวคิดของ Edvinsson และ Malone (1997) นำเสนอในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบของทุนทางปัญญา

ผู้ศึกษา	ทุนมนุษย์ (HC)	ทุนเชิงโครงสร้าง (SC)	ทุนเชิงสัมพันธ์ลูกค้า (CRC)
Edvinsson and Malone, 1997	/	/	/
Roos and Roos 1997	/	/	/
ปติพร ธรรมประศาสน์ และไพบูลย์ ผจวงค์, 2557	/	/	/
Stewart, 1997	/	/	/
Sveiby, 1997	/	/	/
Bontis, N. 1999	/	/	/
Canibano et. Al. 2000	/	/	/
Inkinen 2015	/	/	/
Abhayawansa 2011	/	/	/
Curado, Henriques and Bontis, 2011	/	/	/
	10	10	8

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทุนทางปัญญา จึงสามารถสรุปองค์ประกอบของทุนทางปัญญา ดังนี้ ทุนมนุษย์ ทุนทางโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ (Sveiby, 1997)

1) ทุนมนุษย์ (Human Capital) เป็นความสามารถในการดำเนินการในสถานการณ์ต่างๆ มากมายเพื่อสร้างสินทรัพย์ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (Sveiby, 1997) และเป็นหนึ่งในมิติหลักของทุนทางปัญญาที่เป็นขีดสมรรถนะทางความรู้ความสามารถ (Curado, Henriques and Bontis, 2011) ซึ่งทุนมนุษย์ตีความได้ว่าเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจของทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ ความรู้ ความคิด ทักษะ นวัตกรรม พลังงาน และความมุ่งมั่นของบุคคลในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเพื่อสร้างมูลค่าให้บรรลุถึงเป้าหมาย (Schermerhon (2005) มนุษย์ ยังมีการสร้างทุนทางปัญญา ผ่านความสามารถ ความคิด และทัศนคติ (Roos et al. 1997 ; Bontis et al., 2000)

2) ทุนทางโครงสร้าง (Structural Capital) เป็นองค์ประกอบทุนทางปัญญาที่องค์กรสร้างขึ้นเพื่อเปลี่ยนทุนมนุษย์ที่มีลักษณะเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ให้เป็นเสมือนทุนที่สามารถจับต้องได้

เปรียบในฐานะ “สิทธิบัตร แนวคิด แบบจำลอง และระบบคอมพิวเตอร์และการบริหาร (Sveiby,1997) ซึ่งจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุน ประกอบด้วย ระบบ ขั้นตอนและกระบวนการที่เพิ่มขีดความสามารถของพนักงานในการทำงาน (Bontis, N. 2001) และรวมทุกอย่างประกอบของโครงสร้างองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้กับความสามารถของพนักงานในการสร้างความมั่งคั่งให้กับบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทูทางโครงสร้างจัดว่าสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเกี่ยวข้องกับระบบภายในที่ส่งผลให้เกิดการสร้างความมั่งคั่งให้กับองค์กร (Zablah, Bellenger และ Johnston 2004)

3) ทุนความสัมพันธ์ (Relationship Capital) ในฐานะ ความสัมพันธ์กับลูกค้าและซัพพลายเออร์ (Sveiby 1997) เป็นทุนภายนอกที่มีความสำคัญกับองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจเป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับบุคคลภายนอก เช่น ลูกค้าหรือผู้มาติดต่อธุรกิจกับองค์กร (Hardeep Chahal and Purnima Bakshi, 2013)

กล่าวโดยสรุป ทูทางปัญญาประกอบด้วยองค์ประกอบหลักสามประการ ได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ซึ่งครอบคลุมทั้ง สินทรัพย์ที่มีตัวตน (Tangible Assets) ในรูปของความสามารถส่วนบุคคล และ สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Assets) เช่น องค์ความรู้และประสบการณ์ อย่างไรก็ตาม การวัดมูลค่าทุนมนุษย์มุ่งเน้นไปที่ศักยภาพและความสามารถเฉพาะบุคคล ขณะที่ทุนโครงสร้าง (Structural Capital) ประกอบด้วยองค์ความรู้และระบบภายในองค์กรที่มีลักษณะชัดเจนและสามารถวัดผลได้เป็นระบบ ส่วนทุนความสัมพันธ์ (Relational Capital) ครอบคลุมมูลค่าของความสัมพันธระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ทูทางปัญญาจึงหมายถึง การบูรณาการและการครอบครององค์ความรู้ ประสบการณ์ประยุกต์ เทคโนโลยีองค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และทักษะวิชาชีพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในตลาด (Edvinsson & Malone, 1997) นอกจากนี้ ทูทางปัญญายังรวมถึง กระแสของฐานความรู้โดยรวมขององค์กร (Organizational Knowledge Stock Flow) (Bontis, 1999; Bontis et al., 2001) และเมื่อพิจารณาในบริบทที่กว้างขึ้น การผนวก แนวคิดของทุนทางสังคม (Social Capital) และทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) เข้ากับทุนทางปัญญา จะเป็นการเสริมสร้าง ความโดดเด่นและเอกลักษณ์ให้แก่ทุนทางปัญญาขององค์กรมากยิ่งขึ้น

แนวคิดทฤษฎีทุนทางสังคม

ทุนทางสังคม (social capital) คือ ปัจจัยเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายทางสังคมซึ่งมีความร่วมมือกันและไว้วางใจกัน แต่นักวิชาการส่วนมากก็ยังไม่นิยาม “ทุนทางสังคม” ที่ใช้ร่วมกันเพราะยังไม่สามารถให้ความหมายของ “ทุนทางสังคม” ที่ชัดเจนตายตัวได้ ดังที่นักวิชาการตะวันตก ส่วนมากเห็นว่าไม่มีคำนิยามของ “ทุนทางสังคม” ที่สามารถตกลงกันแน่นอน แต่ในการศึกษาวิจัยจะยึดหลักเกณฑ์ หรือใช้นิยามที่มีผู้ใช้ร่วมกันมากที่สุด ซึ่งเป็นนิยามที่เน้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการผลิต (เกษรศิริ อรุณชัยพร.2559) ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่ยังใช้จะมีเพิ่มมากขึ้น (วรุฒิ โรมรัตน์พันธ์, 2549)

ในทัศนะของบูดิเยอ ทุนทางสังคม คือ ทุนของเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม ความมีหนามิตา ความเปิ่นที่เคารพนับถือ ซึ่งสามารถแปรเปลี่ยนเป็นความได้เปรียบทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมได้ ปริมาณของทุนทางสังคมขึ้นอยู่กับขนาดของเครือข่ายความสัมพันธ์และปริมาณทุน (ไม่

ว่าจะเป็นทุนทางเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม หรือทุนสัญลักษณ์) ที่ผู้ที่อยู่ในเครือข่ายครอบครอง ดังนั้น ทุนทางสังคมจึงต้องอิงอยู่กับทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางเศรษฐกิจเสมอ โดยมี “ผลประโยชน์” เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดเครือข่ายทางสังคมได้ (บุรดิเยอ, 2550: 84-85 ชินดา เสงี่ยมไพศาลสุข แปล)

ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางสังคมเป็นทุนที่อยู่ในตัวบุคคล และไม่สามารถลดทอนลงให้เท่ากับทุนทางเศรษฐกิจ แต่ทุนทุกชนิดสามารถมาได้จาก “ทุนทางเศรษฐกิจ” การเปลี่ยนรูปของทุนไม่ได้เป็นไปอย่างอัตโนมัติจะต้องใช้ความพยายามและจะแสดงให้เห็นผลในระยะยาว มีนักวิจัยได้ศึกษานิยามความหมายของทุนทางสังคม ดังนี้

Bourdieu ให้ความหมายว่า ทุนทางสังคม หมายถึง ทรัพยากรซึ่งมีศักยภาพทั้งหมดที่มีอยู่ซึ่งเชื่อมต่อเข้ากับความเป็นเจ้าของเครือข่ายที่เหนียวแน่นคงทนซึ่งมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์เชิงระบบสถาบันที่มีความร่วมมือกันหรือคุ้นเคยกันหรือไม่มากก็น้อยและ Bourdieu ยังได้อธิบายว่าทุนทางสังคมเกิดขึ้นจากความผูกพันทางสังคมและอาจมีลักษณะเป็นรูปแบบที่เป็นสถาบัน Bourdieu, P., and L. P. D. Wacquant. *An Invitation to Reflexive sociology*, (Chicago: University of Chicago Press.1992).

Jacobs เป็นคนแรกที่ได้ให้ความหมาย “ทุนทางสังคม” ไว้โดยนัยว่า หมายถึง มูลค่าของการทำงานเป็นเครือข่าย (networks) โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์เป็นเครือข่ายเพื่อนบ้าน คุณค่าของทุนทางสังคมไม่สามารถจะมีทุนอย่างอื่นมาทดแทนได้ หากทุนทางสังคมหายไปไม่ว่าจากสาเหตุใด มูลค่าหรือผลประโยชน์ที่เคยได้รับก็จะหายไปด้วย Jacobs, Jane, *The Death and Life of Great American Cities*, (Random House. 1961), p. 138.

Bourdieu and Wacquant ให้ความหมายว่า ทุนทางสังคม หมายถึง ทรัพยากรทั้งหมด ทั้งที่เป็นของจริงและเสมือนจริง ซึ่งเกิดกับปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากการรวมตัวกันเป็นเจ้าของเครือข่ายที่ถาวรซึ่งอาจมีความสัมพันธ์ เชิงสถาบันระหว่างสมาชิกของสังคมอยู่ด้วยไม่มากก็น้อย Bourdieu, P., and L. P. D. Wacquant. *An Invitation to Reflexive sociology*, (Chicago: University of Chicago Press.1992).

Siisainen, 2000 กล่าวว่าทุนทางสังคม (social capital) ประกอบด้วยทุน 2 แบบ คือ ทรัพยากร ที่มีความสัมพันธ์กับสมาชิกของกลุ่ม (relationship) เป็นความสัมพันธ์ของกลุ่มและเครือข่ายของสังคมทุนทางสังคมขึ้นอยู่กับขนาดของเครือข่ายและการติดต่อสัมพันธ์ที่บุคคลจะสามารถระดมมาได้อย่างมีประสิทธิภาพและการรับรู้และการยอมรับ (cognition and recognition) การได้มาซึ่งการรับรู้และการยอมรับ เป็นเรื่องของคุณลักษณะเชิงสัญลักษณ์ และสามารถเปลี่ยนรูปไปเป็นทุนทางสัญลักษณ์ได้ (symbolic capital)

The World Bank Group (1998: ย่อหน้าที่ 1) ได้กล่าวไว้ว่าทุนทางสังคม หมายถึง สถาบัน ความสัมพันธ์และบรรทัดฐาน ที่มีลักษณะทั้งด้านคุณภาพและปริมาณของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และอาจจะมองได้ว่า ทุนทางสังคมเป็นกาวที่จะประสานสังคม สำหรับสังคมที่ต้องมีความเจริญทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืนควบคู่กันไป

Putnam (1993: 167) ได้ให้นิยามของทุนทางสังคมว่า เป็นลักษณะของเครือข่ายทางสังคมที่มีชีวิตเชื่อมโยงกัน (Social Life-Networks) บรรทัดฐาน (Norms) และความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งมีผลทำให้กิจกรรมที่ทำร่วมกันมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบของทุนทางสังคม

สุวรรณี คงมั่น (2546: 5) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทุนทางสังคมไทยไว้ ดังนี้

1. ทุนมนุษย์ ที่มีคุณภาพ มีความรู้ มีสติปัญญาและทักษะ มีคุณธรรม มีวินัย และความรู้คิดชอบมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม

2. ทุนที่เป็สถาบัน ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา ศาสนา การเมือง รวมทั้งองค์กรที่ตั้งขึ้นมา เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรชุมชน องค์กรประชาชน สมาคมวิชาชีพ สโมสรมวลชน ฯลฯ

3. ทุนทางปัญญาและวัฒนธรรม ครอบคลุมถึงระบบคุณค่าต่าง ๆ เช่น ความไว้วางใจ คุณธรรม จิตสำนึกสาธารณะ ฯลฯ รวมถึงวัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี ตลอดจนระบบเครือข่ายและเครือข่ายความร่วมมือ

ชลดา บุญอยู่ (2556: 11-12) จากการศึกษาองค์ประกอบของทุนทางสังคม สรุปได้ว่า องค์ประกอบ หลักของทุนทางสังคมมี 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ทุนคน/มนุษย์คือ บุคคลที่มีองค์ความรู้ ความสามารถ มีจิตสาธารณะ มีความเอื้ออาทร มีน้ำใจและพร้อมที่จะเสียสละทำประโยชน์เพื่อชุมชน

2. ทุนสถาบัน/ องค์กร คือ สถาบัน องค์กร ที่มีส่วนสนับสนุน ผลักดันให้ชุมชนนั้นอยู่ร่วมกันอย่างเป็นสุขและทำประโยชน์ร่วมกัน

3. ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น จารีตประเพณีที่มีอยู่ในท้องถิ่น รวมไปถึงค่านิยมและความเชื่อที่ดีของชุมชน

4. ทุนทรัพยากรธรรมชาติคือ ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชน เป็นทรัพยากรที่มีอยู่แล้วดั้งเดิม

แนวคิดการพัฒนาทุนทางสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

1. ความเชื่อมโยง โดยให้ทุนทางสังคมเป็นปัจจัยหลักที่จะสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศการแก้ปัญหาความยากจน ธรรมมาภิบาลและการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. ความหลากหลาย โดยพัฒนาและใช้ทุนทางสังคมที่มีอยู่หลากหลายให้สอดคล้องกับโครงสร้างสังคม วัฒนธรรมและความต้องการของแต่ละพื้นที่ กลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทั้งในและนอกประเทศ

3. การพัฒนาที่ครบวงจร ทั้งการนำทุนทางสังคมที่มีอยู่มาพัฒนาต่อยอดใช้ประโยชน์เชิงรุกได้อย่างสร้างสรรค์ เป็นรูปธรรม การฟื้นฟูทุนทางสังคมที่มีจุดอ่อนให้ปรับตัวกลับคืนความสำคัญขึ้นมา และการสร้างระบบ / กลไก ให้เกิดการพัฒนา ทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน

4. เลือกเรื่องสำคัญที่จะดำเนินในระดับชาติ โดยเฉพาะเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างเร่งด่วน โดยจะต้อง มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน

5. ดำเนินการในระบบพื้นที่ การกิจ และการมีส่วนร่วม (area, function and participation) โดยใช้ชุมชนเป็นแกนซึ่งจะช่วยให้เกิดการบูรณาการทั้งในมิติของกิจกรรมและหน่วยงาน

6. ดำเนินงานในลักษณะพื้นที่นำร่อง โครงการนำร่องเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมที่จะขยายผลไปในพื้นที่ / ชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

Putnam, (2000) (อ้างถึงใน ชลดา บุญอยู่, 2556: 14) กล่าวว่า ประโยชน์ของทุนทางสังคมมีอยู่หลายประการ ดังนี้

1. ทุนทางสังคมสามารถเพิ่มศักยภาพในการทำงานและช่วยลดต้นทุนในการทำงาน
2. ทุนทางสังคมทำให้เกิดจารีตประเพณีที่เกี่ยวกับการพึ่งพาอาศัยกัน หรือการต่างตอบแทน (reciprocity) ซึ่งทำให้องค์กรชุมชนแข็งแกร่งและมีพลังมากขึ้น ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับกระบวนการรักษาชื่อเสียงและการยอมรับจารีตประเพณีของชุมชนนั้น ๆ ด้วยว่ามีมากน้อยเพียงใด
3. ทุนทางสังคมทำให้เกิดความไว้วางใจระหว่างกันของคนในเครือข่าย ทำให้การติดต่อและระบบข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกรวดเร็ว
4. ทุนทางสังคมทำให้คนในชุมชนนั้นนำความสำเร็จที่เคยเกิดขึ้นร่วมกันในอดีต มาใช้ประโยชน์เพื่อ ต่อยอดถึงความสำเร็จในอนาคต

กล่าวโดยสรุป ทุนทางสังคมมีการประยุกต์ใช้ในหลากหลายมิติ โดยขึ้นอยู่กับบริบทของสภาพแวดล้อมทางสังคม จากการสังเคราะห์ทัศนะของนักวิชาการ สามารถสรุปได้ว่า ทุนทางสังคมมีลักษณะเป็นชุมชนที่เกิดจากการรวมพลังและความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน โดยมีลักษณะเฉพาะคือ เครือข่ายทางสังคม ความสัมพันธ์เชื่อมโยง ความเชื่อใจ และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน โดยได้จำแนกทุนออกเป็น 4 แบบคือ 1. ทุนคน/มนุษย์ 2. ทุนสถาบัน/ องค์กร 3. ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม 4. ทุนทรัพยากรธรรมชาติ (ชลดา บุญอยู่, 2556) การใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมที่มีอยู่อย่างหลากหลาย ควรมีความสอดคล้องกับโครงสร้างสังคม วัฒนธรรม และความต้องการของแต่ละพื้นที่ ยิ่งไปกว่านั้น คุณค่าของทุนทางสังคมมีลักษณะเฉพาะที่ทุนในรูปแบบอื่นไม่สามารถทดแทนได้ การสูญเสียทุนทางสังคมไม่ว่าจากสาเหตุใด จึงส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้ ทุนทางสังคมจึงมีลักษณะเป็นคุณสมบัติเชิงสัญลักษณ์ และสามารถแปลงรูปไปเป็นทุนทางสัญลักษณ์ได้ในสังคมที่ให้ความสำคัญกับความเจริญทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรมเป็นแนวคิดหนึ่งที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับทุนทางสังคมอย่างแยกกันแทบจะไม่ออก ทุนวัฒนธรรมเป็นระบบความคิด ความเชื่อ ซึ่งบุดิเยอร์มองว่า เป็นเครื่องมือของการมีศักดิ์ศรีและอำนาจที่เหนือกว่าชนชั้นอื่น เป็นกระแสสังคมที่ตั้งอยู่บนความรู้ ความคุ้นเคย และรู้สึกกับสิ่งที่เกิดขึ้นและวิถีของวัฒนธรรมที่ครอบงำหรือมีอำนาจในสังคมนั้น ทุนวัฒนธรรมรวมไปถึงภูมิหลังของครอบครัว สถานภาพทางสังคม การลงทุนและความผูกพันกับการศึกษาที่เป็นองค์ความรู้และทรัพยากรอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จ (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. 2547 : 22) ต่อมาทุนจึงถูกขยายผลไปให้หมายถึงทุนในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การลงทุนในทุนมนุษย์และทุนทางธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมยังถูกนำไปขยายความในมิติอื่นนอกเหนือทางเศรษฐกิจอย่างเช่นในมิติของสังคม (David Throsby, 1999, p.167)

กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ (2564) ให้ความหมายของ “ทุนทางวัฒนธรรม” หมายถึง ทรัพยากรสินมรดกทางวัฒนธรรมอันมีมูลค่าและคุณค่าต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ ที่ได้มีการสะสมสืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีทั้งสิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ สิ่งที่จับต้องได้ เช่น

วัตถุดิบของต่าง ๆ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นต้น ส่วนสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญา ความรู้ ความเชื่อ และค่านิยม เป็นต้น ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้จะถูกนำมาแปลงให้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่าในตัวเองซึ่งอาจจะอยู่ในรูปสินค้า (กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ, 2564, น.77)

Bourdieu (1986 อ้างถึงใน กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ, 2564) ได้เสนอว่า “ทุน” มีหลายรูปแบบไม่เฉพาะแต่ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในรูปแบบของเงินทองทรัพย์สินเท่านั้น แต่ทุนยังปรากฏในรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ทุนทางสังคม (social capital) และทุนเชิงสัญลักษณ์ (symbolic capital) โดยทุนแต่ละรูปแบบข้างต้นมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน สามารถเปลี่ยนรูปแบบจากทุนประเภทหนึ่งเป็นทุน อีกประเภทหนึ่งได้ และทุนรูปแบบต่าง ๆ ยังสามารถสะท้อนปรากฏการณ์ทางสังคมทั้งเรื่อง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้ครบถ้วนเป็นอย่างดี

แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม (Culture capital) เป็นแนวคิดสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนและเสริมสร้างพลังความเข้มแข็งให้กับชุมชน ทุนทางวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับคุณค่าที่เป็นความรู้ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์อันเกิดจากการค้นคว้าและการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมถึงค่านิยมและความเชื่อที่ทำให้เกิดการจัดระเบียบทางสังคมหรือสร้างกติกาที่เป็นคุณค่าทางสังคมโดยส่วนรวม นอกจากนี้ ทุนทางวัฒนธรรมยังหมายถึงผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม และผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ เช่น ภาพวาด หัตถกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ และวรรณกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่มีมูลค่าเป็น ตัวเงินได้ ในขณะที่ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ขนบธรรมเนียม ประเพณี จารีต วิถีชีวิต ความเชื่อ และแนวทางปฏิบัติ (เรณู เหมือนจันทร์เชย, 2562; อัญชิชา มั่นคง, 2560)

แนวคิดการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ทุนทางวัฒนธรรมมีความสำคัญ ต่อการพัฒนา 3 ด้าน (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556: ออนไลน์; อุทิศ ทาหอม, พิชิต วันดี และสำราญ ชูระตา, 2558: ออนไลน์) ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการหรือสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการเพื่อให้เป็นจุดขายได้ โดยใช้แนวความคิดการสร้างสรรคคุณค่า รวมถึงการสร้างตราสัญลักษณ์สินค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการ เช่น การออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะงานฝีมือและของที่ระลึกต่าง ๆ การพัฒนาสถานที่ทางวัฒนธรรมเป็นแหล่งเรียนรู้สถานที่ท่องเที่ยวและการนำวัฒนธรรมมาใช้ในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2. ด้านการพัฒนาสังคม สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมเรื่องระบบคุณค่า ค่านิยม ความเชื่อ จารีตประเพณีที่ดีงาม เช่น ระบบเครือญาติการมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มาสร้าง แบบแผนปฏิบัติในการอยู่ร่วมกัน เพื่อให้เกิดความรัก ความสามัคคีส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่ม และมีการถ่ายทอดความรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติในชุมชน เพื่อแก้ปัญหาของชุมชนและพัฒนาชุมชนต่อไป

3. ด้านการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นชนบทธรรมนิยม จารีต และประเพณีดั้งเดิม รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับสภาพธรรมชาติมาใช้ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพเดิมหรือมีความสมบูรณ์ได้มากขึ้น เช่น การปลูกป่า การบวชป่า การเลี้ยงศาลปู่ตา การทำฝายต้นน้ำ และประเพณีสืบชะตาแม่น้ำ เป็นต้น

ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางสังคมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องด้วยกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย มีความโดดเด่นและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีผู้มีความรู้ด้านภูมิปัญญามากมาย ซึ่งหากสามารถพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทุนดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ ก็จะนำมาซึ่งการสร้างสรรคคุณค่าและมูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย

ประเภทของทุนทางวัฒนธรรม

โดยลักษณะของทุนทางวัฒนธรรมนั้น ความเป็นนามธรรมสูง เนื่องจากเป็นสิ่งที่คนแต่ละชุมชนได้มีการสืบทอดส่งต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยฉบับต่าง ๆ พบว่า ได้มีนักวิชาการแบ่งประเภทของทุนทาง วัฒนธรรมไว้มากมาย อาทิ Bourdieu (1986 อ้างถึงใน กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ, 2564) ได้แบ่งทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ทุนทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในรูปการแสดงออกของร่างกายและจิตใจ (embodied state) ทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบนี้มักต้องอาศัยระยะเวลาในการประกอบตัวเป็นรูปร่าง เช่น บุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถทางภาษา ทักษะ รสนิยม ฯลฯ

2. ทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกทำให้เป็นวัตถุ (objectified state) ทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบนี้ ความเป็นรูปธรรม บุคคลสามารถครอบครองได้เช่น ของใช้ฟุ่มเฟือยหรูหรา บ้านหลังใหญ่ รถยนต์ ราคาแพง สินค้าแบรนด์เนม ของสะสมที่มีมูลค่า หนังสือ ฯลฯ

3. ทุนทางวัฒนธรรมเชิงสถาบัน (institutionalized state) เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ยึดโยงกับความเป็นสถาบัน เช่น การได้เรียนและจบการศึกษาจากโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง การได้ทำงานในองค์กรขนาดใหญ่ ฯลฯ

Throsby (1999) แบ่งทุนทางวัฒนธรรมได้ 2 รูปแบบ คือ มีตัวตน (จับต้องได้) และ ไม่มีตัวตน (จับต้องไม่ได้) ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ สิ่งที่เกิดขึ้นในรูปแบบของงานศิลปะและสิ่งประดิษฐ์ เช่น ภาพวาด ประติมากรรม อาคารบ้านเรือนที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ฯลฯ ขณะที่ทุนทางวัฒนธรรมแบบจับ ต้องไม่ได้ประกอบด้วยงานศิลปะ ได้แก่ ดนตรี วรรณกรรม ชนบทธรรมนิยม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อที่สืบทอดกันมาและประกอบขึ้นเป็นวัฒนธรรมของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่กำหนดในระดับชาติ ระดับภูมิภาค ศาสนา ชาติ พันธุ์ (David Throsby, 1999, p.168 อ้างถึงใน ถวิลวดี บุรีกุล, 2566)

กล่าวโดยสรุป การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมนั้น อาจจะมองในมิติของการแยกคำออกเป็น 2 คำ คือคำว่า ทุน ที่มักจะถูกอ้างในเชิงเศรษฐกิจ ดังที่ Throsby กล่าวว่าทุนเป็นสิ่งที่ถูกนำมารวมเข้ากับปัจจัยอื่นก็จะก่อให้เกิดลักษณะที่เปลี่ยนไปจากมิติของเศรษฐกิจ เช่นกันกับการรวมเข้ากับปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ก็จะเกี่ยวข้องกับคุณค่าที่เป็นความรู้ ภูมิปัญญาและงาน

สร้างสรรค์ อันเกิดจากการค้นคว้าและการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น อีกทั้งยังเกิดในรูปแบบ การสืบทอดเล่าต่อกันมาจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง รวมถึงค่านิยมและความเชื่อที่ผูกพันสังคม ทำให้เกิดการจัดระเบียบทางสังคมหรือสร้างกติกาที่เป็นคุณค่าทางสังคมโดยส่วนรวม ทูน่าจึงเป็นพื้นฐาน ในการตีความกระบวนการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ ที่รวมไปถึงอาคารและอุปกรณ์ เครื่องจักร อาคาร และอื่น ๆ (David Throsby, 1999, p.166) และนำไปสู่แนวทางการศึกษาตัวแปรเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และ Throsby (1999) มองว่า ทูน่าทางวัฒนธรรมนั้น สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ แบบ มีตัวตน (จับต้องได้) และ แบบไม่มีตัวตน (จับต้องไม่ได้) ซึ่งผู้วิจัยก็จะได้นำแนวคิดดังกล่าวไปใช้เป็น แนวทางในการสร้างกรอบวิจัยต่อไป

โดยสรุปในภาพรวมของแนวคิดและทฤษฎีทุนทางปัญญาในงานวิจัยนี้ ที่วิเคราะห์แนวคิดทุน ทางปัญญา ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรม ร่วมกันจนเกิดการสังเคราะห์องค์รวมแล้วพบว่า ทั้ง 3 ทุน มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ เช่น ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เป็นองค์ประกอบ หนึ่งของทุนทางสังคมที่ต้องใช้องค์ประกอบของทุนทางปัญญามาเป็นส่วนช่วยเสริมให้เกิดความยั่งยืน และโดดเด่นมากยิ่งขึ้นในเรื่องการพัฒนากิจการท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จึงต้องทำการศึกษากำหนดองค์ประกอบด้าน 1.ทุนมนุษย์ 2.ทุนเชิงโครงสร้าง 3. ทุนความสัมพันธ์ (สังเคราะห์จากประเภทของทุนทางปัญญา L. Edvinsson, and Malone, 1997) 4. ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (โบราณสถาน วัตถุ สิ่งประดิษฐ์) (Throsby, 1999) 5. ทุนทางวัฒนธรรม ที่สัมผัสไม่ได้ (ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม) (Throsby, 1999)

2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจเป็นเรื่องสืบเนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องของ ทุน เนื่องจาก เมื่อเรากล่าวถึง ทุน เรามักจะมองในมิติทางเศรษฐกิจ ดังนั้น จึงเป็นไปได้เลยที่จะไม่นำแนวคิดเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นแนวคิดที่จะใช้ในการศึกษาในงานวิจัยเรื่อง การพัฒนากิจการ ท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานของ องค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทาง ประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การ ผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคมโดย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกกล่าวขึ้นครั้งแรกในหนังสือ The Creative Economy : How People Make Money from Ideas ของจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ตีพิมพ์ปี 2001 โดยการนำเสนอ แนวทางใหม่ในการสร้างสรรค์เศรษฐกิจผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ไอเดียใหม่ๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่ม ทางเศรษฐกิจ (บทความ ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยออนไลน์)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นภาคส่วนที่เติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดโลก Hawkins (2010) ใช้ ทฤษฎีนิเวศวิทยาเชิงสร้างสรรค์เพื่อวิเคราะห์ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์และความสามารถในการ สร้างสรรค์ ระบบนิเวศเชิงสร้างสรรค์ถูกนำเสนอเป็น “ช่องทางที่บุคคลหลากหลายแสดงออกอย่าง เป็นระบบและปรับตัว โดยใช้แนวคิดเพื่อสร้างแนวคิดใหม่ และที่ซึ่งผู้อื่นสนับสนุน

Hawkins, J. (2007) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาการสร้างสรรค์จะต้องอาศัยเงื่อนไขที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความเป็นส่วนตัว (Personality) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์อาจไม่เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของตนเองเสมอไป แต่ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดในการทำงานร่วมกันสามารถพัฒนาการความคิดสร้างสรรค์ได้

2. ความเป็นสิ่งต้นแบบ (Originality) หมายถึง การปรับปรุงสิ่งที่ปรากฏอยู่ตั้งแต่ก่อนที่ลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ 2.1 ความใหม่ หมายถึง สิ่งที่ไม่มียังไม่เคยมีมาก่อนในความคิดผู้สร้างสรรค์แต่สิ่งเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องมีเอกลักษณ์ 2.2 ความเป็นเอกลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการสร้างย่อมมีความแตกต่างจากทุกสิ่งที่ปรากฏก่อนหน้าซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมต้องมีความใหม่ในตัวเอง

3. ความหมาย (Meaning) หมายถึง ผลลัพธ์นอกจากความคิดสร้างสรรค์ที่จะต้องมีความแตกต่างกับผลลัพธ์ชนิดต่างๆ แต่จะต้องมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ซึ่งจะเป็นผลให้เกิดความหมายที่ดีต่อผลลัพธ์

อภิสิทธิ์ ไส้ตรูไกล (2552 อ้างถึงใน แพรภัทร ยอดแก้ว 2565) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เกิดจากคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่มีจุดหมายที่ชัดเจนว่า ต้องการผลิตสินค้าหรือบริการประเภทใดเพื่อใคร โดยอาศัยความรู้ที่หลากหลายสาขาที่บุคคลนั้นสะสมมาจนเกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์ใหม่ (New Idea) ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นี้ครอบคลุมทั้งเรื่องของงานศิลปะวัฒนธรรม ดนตรี การออกแบบและนวัตกรรมการประดิษฐ์ต่าง ๆ เมื่อมีความคิดสร้างสรรค์ของคนหลายคน ต่างก็ผลิตสินค้าและบริการให้มากยิ่งขึ้น ก็จะก่อตัวเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการจ้างงาน การปรับกระบวนการผลิตตลาดของผู้บริโภค และตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่จะเพิ่มสูงขึ้นต่อไป

แพรภัทร ยอดแก้ว (2564) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) การสร้างสรรค์ทางสังคม 2) การสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์ 3) การสร้างสรรค์ทางเทคโนโลยี และ 4) การสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม การพัฒนาการสร้างสรรค์ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วัฒนธรรมและสังคมเข้าด้วยกัน ทำให้ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องมีการพัฒนาร่วมกันเพื่อให้เกิดเป็นสินค้าหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554, น.11) ได้อธิบายเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทยไว้ว่าเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญา ควบคู่ไปกับวัฒนธรรมที่เป็นความรู้ที่สั่งสมมาที่มีอยู่ในสังคม ในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับสินค้าและบริการ โดยประเทศไทยได้แบ่งประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ใช้ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ 4 กลุ่มหลัก 15 กลุ่มย่อย ดังต่อไปนี้

1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ประกอบด้วย งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย
2. ศิลปะ (Arts) ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
3. สื่อสมัยใหม่ (Media) ประกอบด้วย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง และดนตรี

4. งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Function Creation) ประกอบด้วย การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD : United Nations Conference on Trade and Development) อ้างถึงใน พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553, หน้า 6) ให้ความหมายว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ หมายถึงแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์

พริยะ ผลพิรุฬห์ (2556ข) ที่กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการ หรือกิจกรรมที่เกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ทักษะปัญญา หรือ องค์ความรู้ 2) ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ และยังได้เสนอว่าการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชนจะสามารถกระทำได้ ต้องประกอบไปด้วยการดำเนินกลยุทธ์ 4P's ไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ 1) คนและชุมชน (people) 2) ผลิตภัณฑ์ (product) 3) การท่องเที่ยว (place) และ 4) การอนุรักษ์ (preserve)

ความคิดสร้างสรรค์คือ ความสามารถศักยภาพของมนุษย์ที่ปรากฏอยู่ในบริบทต่างๆ เป็นความสามารถของบุคคลในการคิด จินตนาการ หรือประดิษฐ์คิดค้นสิ่งต่างๆ หากมองย้อนไปในอดีต ความคิดสร้างสรรค์ถูกนำมาใช้ในการประดิษฐ์เครื่องมือเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน (Brayan William D. A. and Throsby D, 2006) ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นในขณะที่มีมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกับมนุษย์หรือในบริบทของสังคมและวัฒนธรรม (Csikszentmihalyi, M. 1996) รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สถาบัน หรือโครงสร้างทางสังคมและประกอบรวมกันเป็นความรู้ซึ่งทรัพยากรที่มีความสำคัญในยุคปัจจุบัน

ศักดิ์ชัย เกียรติวนาจันทร์ (2553) กล่าวถึง แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษาการสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) กล่าวถึง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าเป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสิ่งใหม่ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้ และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุปผู้วิจัยได้ให้นิยามเกี่ยวกับนิยามความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนความคิดของความรู้ของบุคคล เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยการใช้จินตนาการเข้ามามีส่วนในการสร้างสรรค์ผลงานและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ซึ่ง Hawkins, J. (2007) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาการสร้างสรรค์ไว้ว่าจะต้องอาศัยเงื่อนไขที่สำคัญ คือ ความคิดสร้างสรรค์อาจไม่เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของตนเองเสมอไป แต่ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดในการทำงานร่วมกันสามารถพัฒนาการความคิดสร้างสรรค์ได้หรือที่ Hawkins, J. (2007) นิยามว่าความเป็นส่วนตัว (Personality) เงื่อนไขต่อมาคือการปรับปรุงสิ่งที่ปรากฏอยู่ตั้งแต่ก่อนที่ลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ ความใหม่และความเป็นเอกลักษณ์ Hawkins, J. (2007) นิยามว่าความเป็นต้นแบบ (Originality) และเงื่อนไขสุดท้ายคือ ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์จะต้องมีความ

แตกต่างกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ แต่จะต้องมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ซึ่งจะเป็นผลให้เกิดความหมายที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ Hawkins, J. (2007) นิยามว่าคือความหมาย ในทัศนะของผู้วิจัยจึงเห็นว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถส่งต่อให้เกิดการต่อยอดเชิงพาณิชย์สู่การสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่และส่งผลให้เกิดการสร้างมูลค่าได้ โดยใช้แนวคิดของพิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) ที่กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการ หรือกิจกรรมที่เกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ทักษะทางปัญญา หรือ องค์ความรู้ 2) ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในเชิงพาณิชย์

ตัวแบบเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้ยกเอา การศึกษาตัวแบบเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2562 กรณีศึกษา งานออกแบบผลิตภัณฑ์ ของ นางสาวนลพรรณ แสงสุริยัน ที่ได้แสดงตัวแบบเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาศึกษาและเปรียบเทียบการนำไปใช้ในแต่ละประเทศ โดยได้จำแนกตัวแบบเชิงกลยุทธ์ออกเป็น 12 ด้าน ดังแสดงในตาราง โดยสหราชอาณาจักรถือเป็นต้นแบบด้านการนำแนวคิดเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปปรับใช้จนประสบความสำเร็จ และกลายเป็นศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ของโลกโดยที่ได้ให้ความสำคัญในประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงตัวแบบเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตัวแบบเชิงกลยุทธ์ด้าน	ประเทศไทย	เขตบริหารพิเศษ ฮ่องกงแห่ง สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	ประเทศ ออสเตรเลีย	สหราชอาณาจักร
1. นโยบาย ภาครัฐ/นโยบาย รัฐบาล		/	/	/
2. การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์	/	/	/	/
3. การสนับสนุน ทางการเงินและ การลงทุน	/	/	/	/
4. การตลาด	/	/	/	/
5. ทรัพย์สินทาง ปัญญา				/
6. การสร้าง เครือข่าย	/	/	/	/
7. การจัดเก็บ ข้อมูล		/	/	/
8. กฎหมายและ	/	/	/	/

เปรียบเทียบ				
9. เทคโนโลยีและการวิจัยและการพัฒนา		/	/	/
10. กลไกขับเคลื่อน	/	/	/	/
11. โครงสร้างพื้นฐาน	/			
12. การวิจัยและพัฒนา	/			

ที่มา : การศึกษาตัวแบบเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2562

กรณีศึกษางานออกแบบผลิตภัณฑ์ นางสาวนลพรรณ แสงสุริยัน

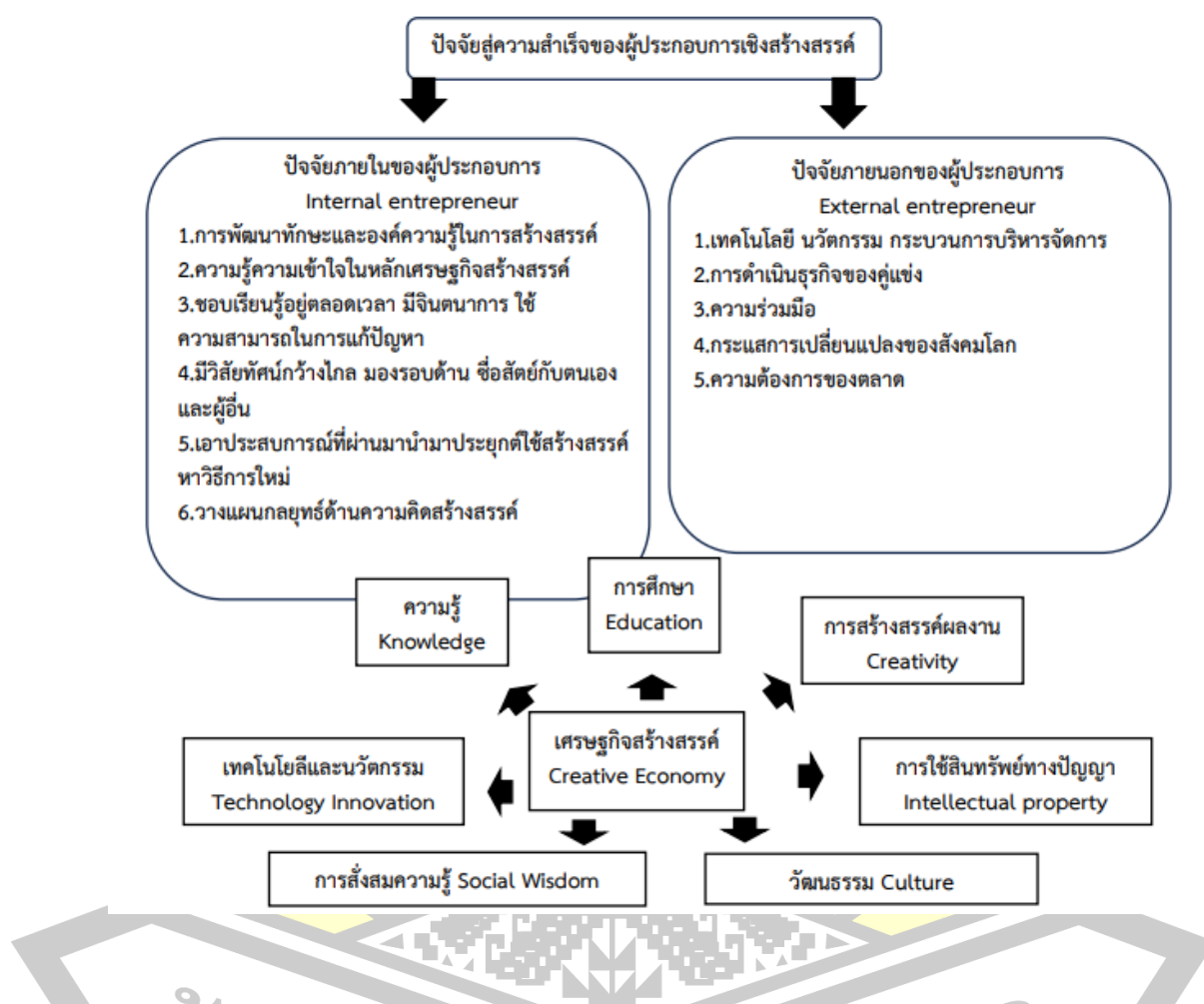
จากการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลองเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย พบว่ายังคงมีข้อจำกัดในมิติของการบูรณาการนโยบายภาครัฐ ในการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับแบบจำลองเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักรจะเห็นได้ว่าสหราชอาณาจักรได้พัฒนานโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสามระดับ อย่างชัดเจน ได้แก่ 1) นโยบายระดับชาติ (National Policy) 2) นโยบายระดับอุตสาหกรรม (Industry-Specific Policy) และ 3) นโยบายเฉพาะทาง (Specialized Policy) ซึ่งนโยบายเหล่านี้มุ่งเน้นการสนับสนุนและรองรับการพัฒนาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเด็นต่างๆ อย่างจำเพาะเจาะจง

จากการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ กิจกรรมหรือรูปแบบทางเศรษฐกิจที่บูรณาการทุนทางปัญญาองค์ความรู้ อัตลักษณ์ชุมชน และ ทักษะเฉพาะด้านมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และนำไปสู่ การต่อยอดเชิงพาณิชย์อันก่อให้เกิดความแตกต่างที่ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างมูลค่าและคุณค่าสูงสุด ซึ่งกระบวนการสร้างสรรค์นี้อาจมีรากฐานจากองค์ความรู้ที่สั่งสมและสืบทอดหรือเป็นนวัตกรรมใหม่ก็ได้ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเพิ่มพูนมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ ในเชิงโครงสร้าง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยธุรกรรมในการสร้างสรรค์สินค้า ซึ่งในแต่ละธุรกรรมอาจมีมูลค่าเสริมสองประการ ได้แก่ มูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาที่จับต้องไม่ได้และมูลค่าของผู้ให้บริการหรือแพลตฟอร์มทางกายภาพในบางอุตสาหกรรม โดยมีลักษณะสำคัญคือมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญามักมีสัดส่วนที่สูงกว่าองค์ประกอบอื่นๆ"

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีนั้น คือ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ซึ่งต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น สำหรับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์งานและการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายหรือเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือ วิธีการที่ธุรกิจจะสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยเป็นการการต่อยอด สร้าง

มูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้วย ความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างความแตกต่างทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง อันจะนำไปสู่ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยการสร้างมูลค่าสินค้า หรือบริการที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์ผลงานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้เป็นที่ยอมรับในการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีคุณภาพสูง (ทิปดี ทัทพกรณ์, ธีระวัฒน์ จันทิก, 2561)



แผนภาพที่ 9 ปัจจัยสู่ความสำเร็จผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ที่มา : ทิปดี ทัทพกรณ์ 2561

องค์ประกอบของปัจจัยสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถแบ่งออกได้หลากหลายหลายตามการให้คำนิยามความหมาย แต่ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะเลือกใช้ตาม ทิปดี ทัทพกรณ์ (2561) เพราะมีการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าจะต้องประกอบด้วย ปัจจัยภายในของผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบการและรวมถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ โดยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบ

ด้าน การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา วัฒนธรรม การสังคมความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และด้านความรู้

2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ(public policy)

ในทางสังคมศาสตร์ นโยบายสาธารณะจัดเป็นเครื่องมือชิ้นหนึ่งในการอธิบายปรากฏการณ์การทำงานของรัฐบาล โดยเฉพาะเรื่องของนโยบายในการบริหารประเทศที่เป็นจุดที่มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายแต่ละครั้งหรือแม้กระทั่งการเกิดขึ้นของนโยบายแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตามกระบวนการการเลือกตั้งเข้ามาบริหารประเทศ และนักรัฐศาสตร์จึงได้ให้ความสนใจต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ นั้นเช่นกัน โดยเฉพาะเรื่องของนโยบายในการบริหารประเทศในทางรัฐศาสตร์ต้องนำมาอธิบายเหตุและผลของการทำงานของรัฐบาล ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความหมายของนโยบายสาธารณะ (profound knowledge) จะเป็นรากฐานสำคัญในการศึกษาการกำหนดและการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะในส่วนต่อไป ทั้งนี้ มีนักวิชาการได้นิยามความหมายของ นโยบายสาธารณะ ดังนี้

Ira Sharkansky (1970:1) ให้นิยามนโยบายสาธารณะไว้ว่า นโยบายสาธารณะ คือ กิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาล ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล อาทิเช่น การจัดการศึกษา การจัดสวัสดิการ และการก่อสร้างทางหลวงโดยรัฐ รวมทั้งข้อกำหนดและระเบียบในการควบคุมและกำกับ การดำเนินกิจกรรมของปัจเจกบุคคลและนิติบุคคลทั้งมวล ตลอดจนการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ อาทิเช่น การรักษาความสงบเรียบร้อยของตำรวจ การตรวจสอบราคาสินค้า การควบคุมการจำหน่ายยาและอาหาร เป็นต้น

ส่วน Thomas R.Dye (1984:1) ให้ความหมายไว้ว่า นโยบายสาธารณะ คือ สิ่งที่รัฐบาลเลือกจะกระทำหรือไม่กระทำ ในส่วนที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำจะครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตรและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส อาทิเช่น การควบคุมการขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสังคม และความพยายามในการขจัดความขัดแย้งกับสังคมอื่น ๆ เป็นต้น และมีวัตถุประสงค์ให้กิจกรรมที่รัฐบาลเลือก ที่จะกระทำบรรลุเป้าหมายด้วยดี ในการให้บริการแก่สมาชิกในสังคม

David Easton (1953: 129) ให้ทัศนะว่านโยบายสาธารณะ หมายถึง อำนาจในการจัดสรรค่านิยมของสังคมทั้งมวลและผู้ที่มีอำนาจในการจัดสรร ก็คือ รัฐบาลและสิ่งที่รัฐบาลตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำเป็นผลมาจาก “การจัดสรรค่านิยมของสังคม”

James E. Anderson (1994: 5-6) นโยบายสาธารณะคือ แนวทางการปฏิบัติหรือการกระทำซึ่งมีองค์ประกอบหลายประการ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติหรือชุดของผู้กระทำที่จะต้องรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายชัดเจนว่าสิ่งใดที่จะต้องกระทำให้สำเร็จ มิใช่สิ่งที่รัฐบาลเพียงแต่ตั้งใจกระทำหรือเสนอให้กระทำเท่านั้น เป็นการจำแนกให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างนโยบายกับการตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญระหว่างทางเลือกทางเลือกที่ต้องเปรียบเทียบกัน (Competing Alternatives)

กล่าวโดยสรุป นโยบายสาธารณะคือแนวทางในการเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำของกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในสังคม โดยผู้เลือกกิจกรรมคือรัฐบาล นโยบายสาธารณะจึงเปรียบเหมือนผลผลิตทางการเมือง แต่ผลกระทบของกิจกรรมที่รัฐบาลเลือกหรือไม่เลือกกระทำนั้น ย่อมจะส่งผล

กระทบทางใดทางหนึ่งต่อการดำรงชีวิตของประชาชนโดยรวม ทั้งนี้ Thomas R.Dye ระบุว่าสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะไม่กระทำก็ถือเป็นนโยบายสาธารณะด้วย ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับการนำทฤษฎีไปปฏิบัติ ดังนี้

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ (policy implementation)

Maccoby, E.E., & Martin, J. (1983 : 113-114 อ้างถึงใน คเชนทร์ แดงรักษา. (2554) ได้กล่าวถึงการศึกษา การนำนโยบายไปปฏิบัติไว้ว่า เป็นการเสริมช่องว่างของความสนใจเรื่องการพัฒนา นโยบาย (Policy Development) กับการประเมินผลนโยบาย(Policy Evaluation) ซึ่งตั้งแต่เดิมนั้นเมื่อพบว่า นโยบายสาธารณะไม่สามารถบรรลุผลตามที่กำหนดไว้มักจะสรุปกันว่าหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติขาดความสามารถที่จะแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้เป็นจริงได้โดยที่ไม่ได้มีการศึกษาระหว่างปัจจัยนำเข้า (Inputs) กับผลลัพธ์ (Outcomes) ว่านโยบายถูกเปลี่ยนแปลงอย่างไร เขาจึงได้เสนอให้มีการศึกษากระบวนการที่เกิดขึ้นในขั้นตอนดังกล่าว ซึ่งเขาเรียกว่า การเมืองของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

วรเดช จันทรศร (2543 :3) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นเรื่องที่ศึกษาว่าองค์การที่รับผิดชอบสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหารตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งหมดปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ เพียงใดหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของความสามารถที่จะผลักดันให้การทำงานของกลไกทั้งหมดสามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้

Van Meter, S. Donald, and Van Horn. (1973 : 447) ได้ให้คำนิยามว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติหมายความว่า การดำเนินการโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลทั้งในภาครัฐ และภาคเอกชน โดยมีมุ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์จากการตัดสินใจดำเนินนโยบายที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้แล้ว

Pressman & Wildavsky (1973 : 1) ได้กล่าวถึงความหมายของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติว่าเป็นการดำเนินการทำให้สำเร็จสมบูรณ์โดยตัววัตถุประสงค์ที่ถูกกระทำก็คือนโยบาย แต่ไม่ได้หมายความว่าทุกนโยบาย นโยบายนั้นจะต้องมีลักษณะเป็นข้อสมมติฐาน ซึ่งประกอบด้วยเงื่อนไขเบื้องต้นจำนวนหนึ่ง ที่พึงมีผลที่คาดว่าจะเกิดตามมา นโยบายประเภทนี้เมื่อเงื่อนไขเบื้องต้นถูกกระทำให้เป็นจริง เช่น มีกฎหมายรองรับ มีงบประมาณให้ นโยบายก็จะถูกเปลี่ยนแปลงไปเป็นโครงการเป็นการกระทำของรัฐบาลแล้วก็จะเกิดผลที่คาดหวังตามมา และระดับของการเกิดผลนี้เราจะเรียกว่า “การนำนโยบายไปปฏิบัติ”

จากการศึกษาพบว่า การวิจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติได้เริ่มต้นมาตั้งแต่ทศวรรษ 1970 โดยได้สร้างทฤษฎีและองค์ความรู้เอาไว้หลายด้าน ปัจจุบันอาจแบ่งทฤษฎีการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็น 3 รุ่น (Generation) หรือ 3 แนว (Approaches) คือ (วรเดช จันทรศร, 2543 และเรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2551)

1. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง (Top-Down Theories of Implementation)

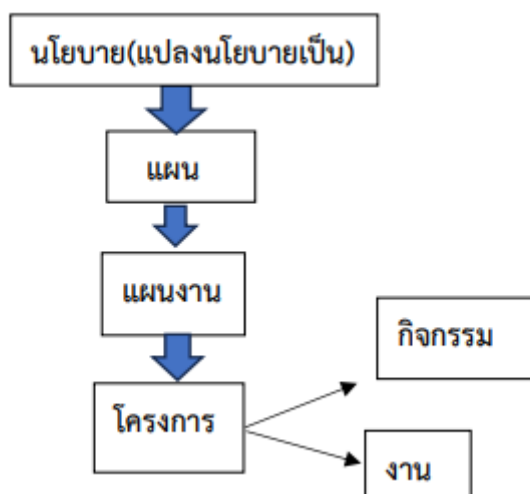
เน้นความสามารถของผู้กำหนดนโยบายที่จะกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายให้ชัดเจนและควบคุมการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทฤษฎีนี้เริ่มจากสมมติฐานว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเริ่มต้นมาจากการ

ตัดสินใจของรัฐบาลกลาง ทฤษฎีนี้ได้รับอิทธิพลจากการวิเคราะห์ระบบ การศึกษาตามแนวนี้นี้จะมองว่านโยบายเป็นปัจจัยนำเข้า (Inputs) และการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นผลผลิต (Outputs) เน้นที่กลองคำที่อยู่ตรงกลาง และถือว่านโยบายมีผลต่อผลลัพธ์โดยตรงและมักไม่สนใจผลกระทบของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติที่มีต่อการให้บริการตามนโยบาย ดังนั้น จึงให้ความสำคัญกับการตัดสินใจกำหนดนโยบาย บางครั้งจึงถูกมองว่าเป็นแนวการศึกษาที่เน้นบทบาทการใช้อำนาจของผู้นำ

2. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากล่างขึ้นบน (Bottom-Up Theories of Implementation) มีจุดเน้นที่ผู้ปฏิบัติระดับพื้นที่ในฐานะผู้ให้บริการ และมองว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการต่อรองที่เกิดขึ้นในเครือข่ายของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยมีผลงานหลายชิ้นในทฤษฎีนี้ได้แสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ทางการที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบาย และการเชื่อมโยงเชิงสาเหตุและผลตามความเชื่อของทฤษฎีจากบนลงล่างขึ้นนั้นก็อาจจะไม่เป็นจริงได้ด้วยนักทฤษฎีในกลุ่มนี้สนใจศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในระดับของการรับบริการ และสาเหตุที่แท้จริงที่มีผลต่อการปฏิบัติในระดับล่าง วิธีการศึกษาจะเริ่มจากระดับล่าง โดยระบุว่าเครือข่ายของตัวแสดงในการให้บริการที่แท้จริงเป็นอย่างไร ทฤษฎีนี้ปฏิเสธแนวคิดที่ว่านโยบายเริ่มมาจากระดับบนและส่งนโยบายลงมาให้ผู้ปฏิบัติเพื่อปฏิบัติตามระดับบนให้มากที่สุด แต่มองว่าการใช้ดุลพินิจในการให้บริการระดับล่างเป็นปัญหาที่แท้จริงมากกว่า

3. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติแบบผสม (Hybrid Theories of Implementation) ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน เป็นประเด็นโต้แย้งทางวิชาการอยู่หลายปีทำให้นักวิจัยหลายคนได้พยายามสังเคราะห์ทฤษฎีทั้งสองเข้าด้วยกัน เช่น Elmore (1985) Sabatier (1986) และ Goggin & Others (1990) โดยทฤษฎีผสมนี้ได้รวมเอาองค์ประกอบทั้งสองฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อปิดจุดอ่อนของแต่ละฝ่าย เช่น ทฤษฎีจากบนลงล่างที่เน้นการเริ่มต้นจากข้างบน มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างทฤษฎีทั่วไป ยึดถือตามแนวกระบวนการและขั้นตอนนโยบาย เน้นการนำการตัดสินใจระดับบนไปปฏิบัติ ยึดประชาธิปไตยแบบตัวแทนหรือตัวแทนผู้นำ ส่วนทฤษฎีจากล่างขึ้นบนเริ่มต้นจากล่างและขยายออกไปทางข้าง มีจุดมุ่งหมายที่จะพรรณนาและอธิบายปฏิกิริยาของตัวแสดงในการให้บริการถือว่าขั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติแยกไม่ออกจากขั้นการก่อรูป หรือยึดตามหลักการหลอมรวม (Fusionist Model) มากกว่า จะกระจายออกไป นอกจากนั้นยังปฏิเสธขั้นตอนของนโยบาย โดยถือว่าไม่มีทางที่ระดับบนจะคุมระดับล่างได้หมด เพราะระดับล่างมีดุลพินิจและผลประโยชน์เป็นของตัวเอง ส่วนด้านประชาธิปไตยนั้น ทฤษฎีล่างขึ้นบนยึดประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมนอกจากผู้นำแล้วยังต้องคำนึงถึงเจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่น ภาคเอกชนและกลุ่มเป้าหมายด้วย

พระครูปลัดสวทัศนพรหมจริยคุณ (คำมาก), 2566 วิเคราะห์ในงานบทความทางวิชาการว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติประกอบด้วย 1) ฝ่ายนิติบัญญัติ 2) ฝ่ายบริหารหรือระบบราชการ 3) กลุ่มกดดัน และ 4) องค์กรชุมชนหรือภาคประชาสังคม โดยรูปแบบในการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ในหลักการบริหาร จะมีลักษณะ ดังนี้



แผนภาพที่ 10 แสดงการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ที่มา : บทความวิชาการ พระครูปลัดสวทันพรหมจริยคุณ (คำมาก),2566

เนื่องจากนโยบายสาธารณะ จะมีลักษณะเป็นนามธรรมสูง ยากต่อการที่จะนำไปปฏิบัติ ในอดีตหลายนโยบายถูกมองว่าเป็นนโยบายในเชิงอุดมคติ เพราะยากต่อการที่จะนำไปปฏิบัติ ดังนั้น ผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องเริ่มต้นโดยการแปลงนโยบายไปเป็นแผน แผนงาน และโครงการของหน่วยงานเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพนโยบายที่มีความเป็นนามธรรมสูงให้กลายเป็นรูปธรรมนำไปปฏิบัติได้ การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความยากง่ายของสถานการณ์ ปัญหาที่เผชิญอยู่โครงสร้างตัวบทของนโยบายสาธารณะและโครงสร้างนอกเหนือตัวบทของนโยบายสาธารณะ เป็นต้น (พระครูปลัดสวทันพรหมจริยคุณ (คำมาก),2566)

กล่าวโดยสรุป นโยบายสาธารณะ (Public Policy) หมายถึง รูปแบบกิจกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลและประชาชน โดยรัฐบาลเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมนั้นหรือไม่ดำเนินกิจกรรมนั้น โดยคำนึงถึงค่านิยมทางสังคมและผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ เนื่องจากนโยบายสาธารณะส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้กำหนดนโยบายเอง ต่อวิถีชีวิตของประชาชน และต่อกระบวนการพัฒนาประเทศในภาพรวม อันเป็นทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้น รัฐบาลจึงมีความจำเป็นต้องกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและค่านิยมพื้นฐานของสังคมเพื่อให้การดำเนินนโยบายบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการดำเนินงานตามนโยบายนั้น จำเป็นต้องมีการ แปลงนโยบายสู่การปฏิบัติ เพื่อให้เกิดเป็นแผนงานและโครงการที่นำไปสู่การดำเนินกิจกรรมในขั้นสุดท้าย อีกทั้งยังต้องพิจารณาถึงบริบทเชิงพื้นที่ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อเลือกรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ โดยอ้างอิงถึงสามแนวทางการนำนโยบายไปปฏิบัติ (วรเดช จันทรศร, 2543; เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2551) ได้แก่ 1. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง 2. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากล่างขึ้นบน และ 3. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติแบบผสม

ตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ของ Van Meter and Van Horn

สำหรับตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ของ Van Meter and Van Horn นั้น เป็นตัวแบบที่ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างตัวนโยบายกับผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย มีคำอธิบาย ดังนี้

1) วัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย (policy standards and objectives) องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญในกำหนดการปฏิบัติตามนโยบายคือวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย คือ ปัจจัยกำหนดรายละเอียดของเป้าหมาย นโยบาย วัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบายโดยตัวของมันเองเป็นตัวการที่ช่วยให้ง่ายต่อการวัด เช่น จำนวนชิ้นงานปริมาณของผู้ได้รับการจ้างงาน ความก้าวหน้าของแต่ละกิจกรรมของโครงการ ทั้งนี้การวัดผลการปฏิบัติตามนโยบายจะกระทำได้ชัดเจนเพียงใดขึ้นอยู่กับความชัดเจนของการกำหนดมาตรฐานนโยบายและความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบาย ในทางตรงกันข้ามหากวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบายมีความคลุมเครือและมีความขัดแย้งกัน ย่อมทำให้ยากต่อการวัดและยากต่อการนำไปปฏิบัติเพราะวัตถุประสงค์ของการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติประการหนึ่ง คือ ความต้องการทราบว่านโยบายใดประสบ ความสำเร็จหรือล้มเหลวอย่างไร การวัดความสำเร็จหรือความล้มเหลว คือ การพิจารณาระดับที่เป้าหมายและวัตถุประสงค์บรรลุผล หากวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบายมีความชัดเจน และแสดงคุณสมบัติที่ง่ายต่อการวัดการประเมินคุณค่าของนโยบายก็จะกระทำได้ง่ายเช่นกัน ดังนั้นผู้กำหนดนโยบายควรเลือกถ้อยคำหรือข้อความในการเรียบเรียงแนวปฏิบัติและข้อกำหนด (guidelines and regulations) มาใช้อย่างพิถีพิถันให้ สามารถสะท้อนเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติตามนโยบายได้ชัดเจน

2) ทรัพยากรนโยบาย (policy resources) ทรัพยากรนโยบาย คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการบริหารนโยบายซึ่งรวมไปถึงเงินและสิ่งเสริมทั้งปวงที่กำหนดไว้ในแผนงานทรัพยากร เหล่านี้จะ เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมหรือช่วยให้ความสะดวกต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ทรัพยากรนโยบายที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้นโยบายบรรลุผล แต่การนำนโยบายไปปฏิบัติมีความต้องการทรัพยากรเสริมอื่นๆ อีกมาก

3) การสื่อสารระหว่างองค์กร และกิจกรรมการเสริมแรง (inter-organizational communication and enforcement activities) การสื่อสารระหว่างองค์กร คือ การสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานงานและวัตถุประสงค์นโยบาย เพื่อให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบแผนงาน โครงการมีความรู้ความเข้าใจสอดคล้องกันหรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง การสื่อสารระหว่างองค์กร คือ ความต้องการให้ผู้ปฏิบัติเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับมาตรฐาน และวัตถุประสงค์นโยบาย การสื่อสารภายในองค์กรและระหว่างองค์กรมิใช่เรื่องง่ายหากผู้กำหนดนโยบาย ไม่สามารถเรียบเรียงแนวปฏิบัติที่ต้องการให้ผู้ปฏิบัตินำไปใช้ให้ชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพราะหากข้อกำหนดหรือแนวปฏิบัติไม่ชัดเจนอาจทำให้มีการแปลงสารเกิดขึ้นได้ง่าย หรือพร้อมที่จะเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ปฏิบัติได้ตลอดเวลา ดังนั้น การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ความสำเร็จควรมีกลไกและกระบวนการเพื่อทำความเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับมาตรฐานงานและวัตถุประสงค์ของนโยบายระหว่างฝ่ายบริหารกับผู้ปฏิบัติ

4) ลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (the characteristics of implementing agencies) ลักษณะ หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นองค์ประกอบใหญ่ที่มีองค์ประกอบย่อย ๆ

หลายประการที่เป็นตัวกำหนดการปฏิบัติตามนโยบาย ได้แก่ สมรรถนะและขนาดของทีมงานในหน่วยงาน ระดับความเข้มข้นของการควบคุมบังคับบัญชาของหน่วยงานย่อยในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทรัพยากรทางการเมืองของหน่วยงานการสนับสนุนจากนักกฎหมาย และฝ่ายบริหารความมีชีวิตชีวาขององค์กร ระดับการสื่อสารระบบเปิดในองค์กร และความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการไม่เป็นทางการระหว่างองค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติกับผู้กำหนดนโยบายหรือ องค์กรที่ประกาศใช้นโยบายคุณลักษณะขององค์กรที่กล่าวมา แสดงถึงศักยภาพและความสามารถที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติ

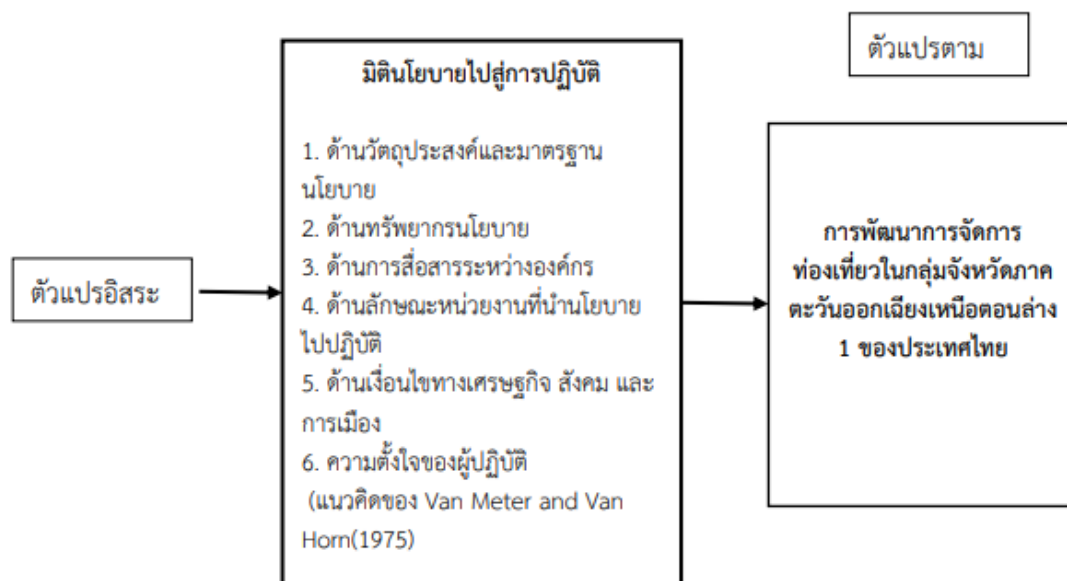
5) เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง (economic, social and political conditions) แวน มีเตอร์ และ แวน ฮอร์น กล่าวว่า สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติเป็น ปัจจัยที่เมื่อก่อนไม่ได้มีผู้ให้ความสนใจศึกษาแต่ก็เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าเงื่อนไขและทรัพยากรด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองมีผลสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างมาก ทั้งทางตรงและทางอ้อม

6) ความร่วมมือหรือการตอบสนองของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ความเข้าใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัตินี้มีส่วนสำคัญและถือว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของนโยบายมากที่สุดปัจจัยหนึ่ง องค์ประกอบของปัจจัยนี้เน้นไปที่ตัวผู้ปฏิบัติ ซึ่งมี 3 ประการ ดังนี้

1. การรับรู้และความเข้าใจของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย
2. ทิศทางในการตอบสนองต่อนโยบายของผู้ปฏิบัติ
3. ระดับการยอมรับในตัวนโยบายของผู้ปฏิบัติ

ซึ่งทั้งสามประการเป็นเงื่อนไขที่มีอยู่ในตัวผู้ปฏิบัติทุกคน นโยบายนั้นจะไม่ประสบความสำเร็จได้ถ้า หากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบายได้รับการปฏิเสธจากผู้ปฏิบัติตั้งแต่ต้นสาเหตุอาจจะมาจากการที่เป้าหมายและวัตถุประสงค์ นั้นขัดต่อค่านิยมในตัวผู้ปฏิบัติหรือขัดแย้งต่อผลประโยชน์หรือความสนใจของผู้ปฏิบัติซึ่งสามารถแก้ไขได้โดยการให้ผู้ปฏิบัติเข้ามามีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบายตั้งแต่เริ่มต้น

กล่าวโดยสรุป ตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ของ Van Meter and Van Horn มีตัวแปร 6 ตัวแปรที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างตัวนโยบายกับผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย ดังนี้ 1) วัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย 2) ทรัพยากรนโยบาย 3) การสื่อสารระหว่างองค์กร และกิจกรรมการเสริมแรง 4) ลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ 5) เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง 6) ความร่วมมือหรือการตอบสนองของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะเปรียบเหมือนคำอธิบายการนำนโยบายไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อประชาชน ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยก็นำแนวคิดของ Van Meter and Van Horn มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นตัวแปรกลางเพื่อศึกษาอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 11 มิตินโยบายไปสู่การปฏิบัติตามตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ของ Van Meter and Van Horn เพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

สำหรับปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีดังนี้ (สมภาร ศิโล, การนำนโยบายสู่การปฏิบัติ)

2.7.3.1 ลักษณะของนโยบาย มีส่วนในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบาย ได้แก่

1) ประเภทของนโยบาย การปฏิบัติตามนโยบายจะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากที่สุด หากนโยบายนั้นเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ น้อยที่สุด และมีความเห็นพ้องต้องกันในวัตถุประสงค์ในระดับสูง

2) ผลประโยชน์ของนโยบายนั้น ๆ ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นกับประสบการณ์ที่ผ่านมา น้ำหนักของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่นโยบายนั้นผลักดันให้เกิดขึ้นมา ถ้าการรับรู้มีมากกว่านโยบายให้ประโยชน์มากกว่านโยบายอื่นโอกาสความสำเร็จจะมีมาก

3) ความสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่และความต้องการของผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้น

4) ความเป็นไปได้ในการนำมาทดลองก่อนในเชิงปฏิบัติในลักษณะของโครงการทดลอง โอกาสสำเร็จจะมีมากกว่านโยบายที่ไม่สามารถทำเป็นโครงการทดลองก่อนได้

5) ความเห็นผลได้ของนโยบาย นโยบายที่สามารถส่งผลที่สามารถเห็นได้ชัดเจน จะมีโอกาสในการประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติมากกว่านโยบายที่ไม่สามารถชี้ให้เห็นถึงผลที่ชัดเจน

6) คุณภาพของการส่งข้อมูลย้อนกลับ คุณประโยชน์ของการส่งข้อมูลย้อนกลับ มีความสำคัญมากต่อความสำเร็จของนโยบายโดยเฉพาะถ้าเป็นนโยบายที่เสนอการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ

2.7.3.2 วัตถุประสงค์ของนโยบาย เป็นส่วนหนึ่งในการที่จะให้กำหนดนโยบายไปปฏิบัติ นั้นสำเร็จแยกพิจารณาได้ ดังนี้

1) ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ หากวัตถุประสงค์ไม่ชัดเจน โอกาสการตีความผิดจะเป็นเหตุทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติล้มเหลวได้

2) ความสอดคล้องต้องกันของวัตถุประสงค์ นอกจากวัตถุประสงค์จะชัดเจนแล้วยังจำเป็นต้องมีความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3) ความยากง่ายในการรับรู้วัตถุประสงค์ คือ ง่ายต่อความเข้าใจ ความรับรู้ของผู้ที่จะนำไปปฏิบัติว่า นโยบายนั้นมีวัตถุประสงค์อย่างไร

4) ตัวชี้วัดความสำเร็จของนโยบาย จะทราบว่าความสำเร็จของนโยบายนั้นแสดงให้เห็นได้อย่างไร อะไรคือตัวชี้วัดว่านโยบายนั้นประสบผลสำเร็จ ฉะนั้นจำเป็นต้องมีดัชนีชี้วัดวัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายของนโยบายนั้น ๆ

5) ความไม่เที่ยงตรงของข่าวสารต่อผู้นำนโยบายไปปฏิบัติหากแหล่งข้อมูลข่าวสารให้ข้อมูล ที่ไม่สอดคล้องในการแปลวัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือมาตรฐานต่างๆของนโยบาย ข้อขัดแย้งเหล่านั้นจะทำให้การปฏิบัติเป็นไปไม่ได้ตามวัตถุประสงค์ของนโยบายที่แท้จริง

2.7.3.3 ความเป็นไปได้ทางการเมือง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ทางการเมือง ได้แก่

1) การเจรจาระหว่างรัฐบาลและเอกชน ความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนหรือคัดค้านที่เอกชนมีต่อนโยบาย ถ้านโยบายใดจำเป็นต้องมีการเจรจากับกลุ่ม ธุรกิจ เอกชนอยู่เสมอ โอกาสที่จะประสบปัญหาจะมีเมื่อนำไปปฏิบัติ

2) ความสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง นโยบายที่ขาดการสนับสนุนจากกลุ่ม ผลประโยชน์และบุคคลที่สำคัญในวงการรัฐบาลและรัฐสภา โอกาสที่จะถูกคัดค้านเมื่อนำเข้าพิจารณา ในกระบวนการทางนิติบัญญัติ

3) ผลกระทบของนโยบายที่มีต่อกลุ่มอาชีพที่มีอิทธิพล กลุ่มอิทธิพลจะใช้วิถีทางทั้ง การเมืองและเศรษฐกิจ เพื่อที่จะยับยั้งการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย

4) การสนับสนุนจากชนชั้นผู้นำ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาหาการสนับสนุนจาก ชนชั้นผู้นำ โอกาสนโยบายไปปฏิบัติก็เกิดขึ้นได้ยาก

5) การสนับสนุนจากสื่อมวลชน นโยบายที่ขาดการสนับสนุนจากสื่อมวลชนมักประสบ ปัญหาในทางปฏิบัติ

6) การสนับสนุนจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ว่าชอบหรือไม่กับนโยบายนั้น

2.7.3.4 ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเกิดขึ้นเร็วและแต่ละครั้ง จะส่งผลต่อการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายเทคโนโลยีที่จะนำไปใช้ในการปฏิบัติตามนโยบายที่วาง เอาไว้ต้องสอดคล้อง กับสภาพการณ์ หรือภาวะแวดล้อมที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติ ข้อเสนอของ นักวิชาการที่ปรึกษาชาวต่างประเทศจะต้องนำมาพิจารณาให้รอบคอบ เพราะอาจไม่สอดคล้องกับ สภาพการณ์ในประเทศกำลังพัฒนาก็เป็นได้

2.7.3.5 ความพอเพียงของทรัพยากร นโยบายที่จะนำไปปฏิบัติให้สำเร็จนั้นต้องได้รับการสนับสนุนทางทรัพยากร ทั้งด้านเงิน คน วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งจะกระทบกับประสิทธิภาพของนโยบาย

2.7.3.6 ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ โครงสร้างของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติจะมีส่วนอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายนั้น ซึ่งพิจารณาได้เป็น

1) ประเภทของหน่วยงาน หน่วยงานที่มีกำลังคน ทรัพยากรอื่น ๆ พร้อมอยู่แล้ว มีโอกาสที่นโยบายจะประสบความสำเร็จในการนำไปปฏิบัติมากกว่าหน่วยงานที่ไม่พร้อม

2) โครงสร้างและลำดับชั้นการบังคับบัญชาหน่วยงานขนาดเล็กที่มีระดับชั้นการบังคับบัญชาน้อยจำนวนผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชามาก จะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติมากกว่าหน่วยงานขนาดใหญ่ที่มีระดับชั้นและสายการบังคับบัญชามาก แต่ผู้ใต้บังคับบัญชาน้อย

3) ความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่กำหนดนโยบายความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการ ระหว่างหน่วยงานที่กำหนดและหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ถ้าความสัมพันธ์มีมากโอกาสความสำเร็จก็จะมีมากด้วย

2.7.3.7 กลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

1) จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากจำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีมากขึ้นเท่าใด ปัญหาในเรื่องการประสานงานจะมีมากขึ้น และหากไม่สามารถประสานกันได้อาจมีโอกาสนโยบายจะล้มเหลวก็มีมากขึ้นและหากไม่ประสานกันได้อีก โอกาสนโยบายจะล้มเหลวก็มีมากขึ้น

2) จำนวนจุดตัดสินใจ จำนวนจุดตัดสินใจของนโยบายถ้ามีมากขึ้นเท่าใดความล่าช้าในการปฏิบัติก็มีมากขึ้นเท่านั้น

3) ความสัมพันธ์ดั้งเดิมของหน่วยงานที่ร่วมปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย ถ้าร่วมมือกันดีก็ทำให้สามารถนำไปปฏิบัติได้ผลสำเร็จ ตรงกันข้ามกับความขัดแย้งดั้งเดิมซึ่งถ้ามีก็จะนำไปสู่ความล้มเหลว

4) การแทรกแซงของหน่วยงานระดับนโยบายอาจประสบปัญหาหากถูกแทรกแซงจากหน่วยงานระดับบนมากเกินไป

2.7.3.8 ทศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ นโยบายที่ขัดกับความรู้สึกพื้นฐานหรือผลประโยชน์ของผู้ปฏิบัติอาจได้รับการคัดค้านหรือปฏิบัติอย่างไม่เต็มใจ ทศนคติที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือ ล้มเหลวของนโยบายพิจารณาได้ ดังนี้

1) ทศนคติที่มีต่อวัตถุประสงค์ของนโยบายนโยบายที่ผู้ปฏิบัติจะนำไปปฏิบัติได้ดีต้องเป็นนโยบายที่ผู้ปฏิบัติเข้าใจ เห็นด้วยและมีความรู้สึกผูกพัน

2) ผลกระทบที่จะมีต่อพฤติกรรมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ นโยบายที่มีผลให้ผู้ปฏิบัติต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากแนวคิดที่เคยปฏิบัติเป็นเวลาช้านาน มักประสบความล้มเหลว

3) ความขัดแย้งที่มีต่อค่านิยมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ถ้าผู้นำนโยบายไปปฏิบัติไม่เห็นด้วยกับนโยบาย หรือเลือกปฏิบัติเฉพาะส่วนที่ไม่ขัดต่อค่านิยมที่ตนยึดถือ โอกาสที่จะทำให้นโยบายล้มเหลวก็สูง

4) ผลกระทบที่มีต่องาน อำนาจ ศักดิ์ศรีและผลประโยชน์ของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมักจะหลีกเลี่ยงหรือดื้อไม่ปฏิบัติตามนโยบายที่ขัดกับผลประโยชน์ของตน

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ สามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย เช่น ลักษณะของนโยบาย ค่านิยมและความต้องการของผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้น ตัวชี้วัดความสำเร็จของนโยบาย ความเป็นไปได้ทางการเมือง ทัศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นต้น ซึ่งประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นประเด็นที่ต้องคำนึงถึง ในช่วงของการดำเนินนโยบาย

2.6 บริบทพื้นที่วิจัย

การบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดเป็นรูปแบบใหม่ของการบริหารงานแบบบูรณาการ ให้มีความเหมาะสมมากขึ้นในรูปของการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้การวางกรอบทิศทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรเป็นไป อย่างมีระบบและร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2546 และวันที่ 17 พฤศจิกายน พุทธศักราช 2546 เห็นชอบให้จัดตั้งกลุ่มจังหวัดรวม 19 กลุ่มจังหวัด การบริหารงานของกลุ่มจังหวัดในระยะ เริ่มต้น พบปัญหาสำคัญ 3 ประการ คือ 1. ปัญหาไม่มีงบประมาณในการบริหารงาน 2. ขาดบุคลากร และ 3. ไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับองค์การรับผิดชอบ จึงให้การบริหารงานกลุ่มจังหวัดไม่บรรลุผลตาม เป้าหมายที่กำหนดซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งเป็นสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด โดยมีแนวทางการ กำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัด ดังนี้

1) การกำหนดให้มีจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัดจะทำให้มีโครงสร้าง องค์กรที่ รับผิดชอบการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอย่างชัดเจน และเป็นผู้ใช้กลไกการบูรณา การการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มพื้นที่ของ กลุ่มจังหวัดในภาพให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของ ชาติโดยจังหวัดที่เป็นศูนย์ ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัดจะเป็นแกนกลางในการประสานงานและขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ ของกลุ่มจังหวัด โดยเป็นที่ตั้งของสำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด และเป็น หน่วยงานในการรองรับการเบิกจ่ายงบประมาณหรือการทำแผนพัฒนากลุ่ม จังหวัด

2) แนวทางในการกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัดต้องเป็นจังหวัด ที่มี ลักษณะสอดคล้องกับลักษณะข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่า ดังนี้

(1) เป็นจังหวัดที่มีการคมนาคม ติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดในกลุ่มได้ สะดวก

(2) เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ และสามารถขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) เป็นศูนย์กลางทางสังคมและวัฒนธรรม หรือเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาที่ สามารถสนับสนุนความรู้ทางวิชาการให้กับ จังหวัดภายในกลุ่มจังหวัดได้

(4) เป็นศูนย์กลางของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และธุรกิจต่างๆ

(5) เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะให้การสนับสนุนการดำเนินการใน เรื่องแผนงาน งบประมาณ และทรัพยากรทางการบริหารให้กับจังหวัดอื่นในกลุ่มได้

3) รูปแบบในการจัดกลุ่มจังหวัด จากแนวทางการปรับปรุงกลุ่มจังหวัดและการกำหนด จังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการ กลุ่มจังหวัด ประกอบกับการสอบทานข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

แล้ว จึงเห็นควรปรับปรุงการจัดกลุ่มจังหวัด เป็น 18 กลุ่มจังหวัด พร้อมทั้งกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด เพื่อเสนอ ครม.ให้ความเห็นชอบ

กลุ่มของจังหวัดที่คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัด แบบบูรณาการพิจารณาจัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบ บูรณาการ พ.ศ.2551 และเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบพร้อมประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยมีหลักการการบริหารงานจังหวัดและ กลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย

- 1) การบริหารงานให้เป็นไปตามแผนพัฒนาจังหวัดหรือแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดแล้วแต่กรณี
- 2) การสร้างโอกาส และส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาสังคมในจังหวัด เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการแก้ไขปัญหา ร่วมกันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 3) การกระจายอำนาจการตัดสินใจลงไปสู่ระดับผู้ปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการปฏิบัติราชการ
- 4) การส่งเสริมและสนับสนุนให้ท้องถิ่นมีความพร้อมในการรองรับการกระจายอำนาจให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 5) การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี มีความโปร่งใสและมีการตรวจสอบผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติราชการ

6) การบริหารงบประมาณจังหวัดให้เป็นไปตามวิธีการบริหารงบประมาณจังหวัดแบบบูรณาการตาม หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติตามที่คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ กำหนดตามข้อเสนอแนะของสำนักงานงบประมาณ (ราชกิจจานุเบกษา, 2551)

ปัจจุบันคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการได้จัดตั้งกลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่มจังหวัด 6 ภาค (ราชกิจจานุเบกษา, 2560) ซึ่งในแต่ละกลุ่มจังหวัดได้มีแนวทางการพัฒนาของกลุ่มจังหวัด โดยเฉพาะในด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะเด่นชัดของทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัดและกลุ่มจังหวัดพยายามค้นหาเอกลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาในด้านสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัด

และเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2551 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการปรับปรุงกลุ่มจังหวัด และการกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัดตามที่สำนักงาน ก.พ.ร. เสนอ ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงการจัดตั้งกลุ่มจังหวัด

กลุ่มจังหวัด	จังหวัดในกลุ่ม	จังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัด
1. ภาคกลางตอนบน 1	นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี	พระนครศรีอยุธยา
2. ภาคกลางตอนบน 2	ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง	ลพบุรี
3. ภาคกลางตอนกลาง	ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว นครนายก สมุทรปราการ	ฉะเชิงเทรา

4. ภาคกลางตอนล่าง 1	กาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรีสุพรรณบุรี	นครปฐม
5. ภาคกลางตอนล่าง 2	ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม	เพชรบุรี
6. ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย	ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง	สุราษฎร์ธานี
7. ภาคใต้ฝั่งอันดามัน	ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง	ภูเก็ต
8. ภาคใต้ชายแดน	สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส	สงขลา
9. ภาคตะวันออก	จันทบุรี ชลบุรี ระยอง ตราด	ชลบุรี
10. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 1	หนองคาย เลย อุดรธานี หนองบัวลำภู	อุดรธานี
11. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2	นครพนม มุกดาหาร สกลนคร	สกลนคร
12. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลาง	ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์	ขอนแก่น
13. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1	สุรินทร์ นครราชสีมา บุรีรัมย์ ชัยภูมิ	นครราชสีมา
14. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 2	อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ	อุบลราชธานี
15. ภาคเหนือตอนบน 1	เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน	เชียงใหม่
16. ภาคเหนือตอนบน 2	น่าน พะเยา เชียงราย แพร่	เชียงราย
17. ภาคเหนือตอนล่าง 1	ตาก พิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์	พิษณุโลก
18. ภาคเหนือตอนล่าง 2	กำแพงเพชร พิจิตร นครสวรรค์ อุทัยธานี	นครสวรรค์

ที่มา : ราชกิจจานุเบกษา(2560) ประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ เรื่อง การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด

การจัดกลุ่มจังหวัดตามที่สำนักงาน ก.พ.ร. เสนอ เกิดจากสมมติฐานที่ว่าจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ติดกันจะมีลักษณะทางภูมิประเทศ ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยมใกล้เคียงกัน มีการแบ่งตามลักษณะของพื้นที่เศรษฐกิจ และสังคมที่มีความใกล้เคียงกัน มีพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ติดต่อกัน มีจุดอ่อน จุดแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่คล้ายคลึงกันจะทำให้ง่ายกับการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันได้ นอกจากนั้นแล้วการที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันจะมีปัญหาและความต้องการคล้ายๆ กัน สะดวกในการประสานงานและบูรณาการการพัฒนาในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ณัฐธิดา ปะติตัง.นครานครชัยบุรีรินทร์: การสร้างสรรค์นาฏศิลป์อีสานร่วมสมัย) โดยหนึ่งในนั้นมียกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประกอบไปด้วย จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มนครชัยบุรีรินทร์มีวิถีชีวิตวัฒนธรรม

ความเป็นอยู่ที่คล้ายคลึงกัน มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายที่สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้แนวความคิดเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งของภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ถูกถ่ายทอดกันมาเพื่อส่งเสริมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นในด้านเศรษฐกิจและสังคมและที่สำคัญที่สุดคือให้ตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งที่ตนเองมีอยู่จากมนต์เสน่ห์แห่งนครชัยบุรีรินทร์ทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบยั่งยืน ทั้งด้านประวัติศาสตร์ อารยธรรม แหล่งโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และประเพณีวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์ จากการเป็นของแท้และดั้งเดิม (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

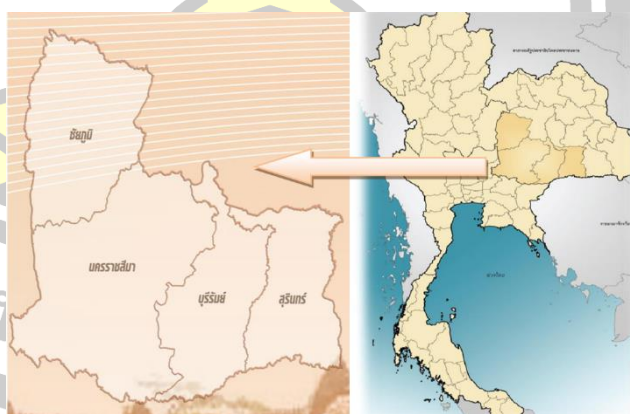
ข้อมูลเพื่อการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.1 ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ

1) ด้านกายภาพ

1.1) ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ : กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ มีพื้นที่ประมาณ 51,720.19 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 32,323,535 ไร่ ตั้งอยู่ระหว่าง เส้นละติจูดที่ 14 องศา 51 ลิปดาเหนือ ถึงเส้นละติจูดที่ 16 องศา 43 ลิปดาเหนือ และระหว่างเส้นลองจิจูดที่ 107 องศา 10 ลิปดาตะวันออก ถึงเส้นลองจิจูดที่ 110 องศา 7 ลิปดาตะวันออก ซึ่งจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวนี้ จะทำให้พื้นที่ตั้งอยู่ในโซนเวลามาตรฐานสากลที่พิกัดลองจิจูด 105 องศาตะวันออก ซึ่งเป็นเวลาที่เร็วกว่ากรีนิช ประเทศอังกฤษ 7 ชั่วโมง และมีสภาวะอากาศแบบสวันนา (Tropical Savanna Climate) ตามการจำแนกเขตภูมิอากาศแบบ Koppen ซึ่งจะมีอากาศร้อนอุณหภูมิสูงตลอดปี โดยมีฤดูฝนสลับกับฤดูแล้งอย่างเด่นชัด โดยฤดู ฝน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนตุลาคม และฤดูแล้งเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนเมษายน

1.2) ที่ตั้งสัมพันธ์ : พื้นที่กลุ่มจังหวัด (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์) มีอาณาเขตติดต่อกับ พื้นที่จังหวัดใกล้เคียง ดังนี้



ทิศเหนือ

ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม และร้อยเอ็ด

ทิศตะวันออก

ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ

ของอำเภอนางรอง อำเภอนอก อำเภอนางรอง อำเภอนางรอง อำเภอสตึก อำเภอบัวชุม อำเภอนาโพธิ์ อำเภอบ้านใหม่ชัยพล อำเภอนา อำเภอนางรอง อำเภอนางรอง อำเภอนางรอง อำเภอนางรอง อำเภอนางรอง

1.5) ลักษณะทางธรณีวิทยา: พื้นที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ราบสูงโคราช หินที่รองรับส่วนใหญ่ประกอบด้วย หินแข็ง (หินชุดโคราช) ประกอบด้วยลักษณะโครงสร้างแบบรูปประทุนคว่ำและรูปประทุนหงาย มีรอยแตกรอยแยกและรอยคดโค้งทั่วไป รวมทั้งโดมเกลือ ลักษณะภูมิประเทศและภูมิสัณฐานของแอ่งย่อยบริเวณนี้เรียกว่า แอ่งโคราช-อุบล มีพื้นที่ประมาณ 33,000 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่บริเวณจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ ยโสธร สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ แม่น้ำในบริเวณนี้ส่วนใหญ่มีต้นกำเนิดจากเทือกเขาที่เป็นขอบแอ่งทางทิศเหนือและทิศตะวันตกที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำมูล มีต้นกำเนิดจากเขาวงและเขาสมิงของเทือกเขาพนมดงรัก บริเวณอำเภอบัวชุม จังหวัดนครราชสีมา แม่น้ำชี มีต้นกำเนิดจากสันปันน้ำของเทือกเขาเพชรบูรณ์ ในเขตจังหวัดชัยภูมิ แม่น้ำทั้งสองสายไหลผ่านที่ราบตอนกลางของแอ่งและบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำขนาดใหญ่ก่อนจะไหลลงสู่แม่น้ำโขงทางทิศตะวันออกบริเวณ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นต้น

1.6) ปฐพีวิทยา : มีการแทรกดันของเกลือหินกระจายอยู่ทั่วไป ทำให้เกิดดินเค็มและน้ำเค็ม ลักษณะดินเป็นดินที่มีศักยภาพปานกลางถึงต่ำสำหรับการเกษตร ดินที่เหมาะสมสำหรับการปลูกข้าวจะอยู่ใกล้ลุ่มน้ำและพื้นที่น้ำขังในฤดูฝน

2) โครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงบริการ

2.1) ทางหลวงสายต่างๆ ในกลุ่มจังหวัด : ระบบคมนาคมขนส่งในพื้นที่กลุ่มจังหวัดมีถนนสายสำคัญหลายสาย มีทางหลวงแผ่นดินสายหลักและสายรองที่เชื่อมโยงระหว่างจังหวัดและภายในจังหวัด ทำให้การคมนาคมขนส่งในกลุ่มจังหวัดมีประสิทธิภาพสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก โดยมีเส้นทางสำคัญดังนี้

- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 หรือ ถนนมิตรภาพ
- ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข

24,201,202,205,206,207,218,219,224,225,226,304 และ 348 นอกจากนี้กลุ่มจังหวัดยังมีทางหลวงสายอาเซียนพาดผ่าน ได้แก่

- สาย AH 12 ผ่านสะพานมิตรภาพไทย/ลาว - หนองคาย - อุดรธานี - อ.น้ำพอง - ขอนแก่น
- อ. บ้านไผ่ - อ.พล - จังหวัดนครราชสีมา - อ.สูงเนิน - อ.สีคิ้ว - อ.มวกเหล็ก - จังหวัดสระบุรี - หินกอง - รังสิต - กรุงเทพฯ รวมระยะทาง 511.5 กิโลเมตร

2.2) ทางรถไฟ : เส้นทางรถไฟที่ผ่านกลุ่มจังหวัด คือ รถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ (ประกอบด้วย เส้นทาง กรุงเทพฯ - อุบลราชธานี, กรุงเทพฯ - หนองคาย, เส้นทางลำชี - อุบลราชธานี, เส้นทางนครราชสีมา - อุบลราชธานี, เส้นทางกรุงเทพฯ - ศรีสะเกษ)

จังหวัดนครราชสีมา มีเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือผ่าน 2 สาย คือ

- เส้นทางกรุงเทพมหานคร - จังหวัดอุบลราชธานี
- เส้นทางกรุงเทพมหานคร - จังหวัดหนองคาย

รถไฟทั้งสองสายจะแยกกันที่ชุมทางจิระจังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ยังมีรถไฟอีกสายหนึ่ง

โดยแยกที่ ชุมทางแก่งคอย คือ สายอำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี – อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยจังหวัด นครราชสีมา มีสถานีรถไฟ รวม 38 สถานี และ 2 ชุมทาง รวม 40 สถานี สถานีหลักในการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าคือ สถานีนครราชสีมา และสถานีชุมทางบัวใหญ่

จังหวัดชัยภูมิ มีเส้นทางรถไฟผ่านพื้นที่ทางตอนใต้ของจังหวัดซึ่งเป็นเส้นทางระหว่างอำเภอแก่งคอยจังหวัด สระบุรี – อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา – อำเภอเทพสถิต – บำเหน็จณรงค์ – จัตุรัส จังหวัดชัยภูมิซึ่งมี สถานีรถไฟรวม 6 สถานี มีขบวนรถไฟผ่านสถานีรถไฟอำเภอบำเหน็จณรงค์ และอำเภอจัตุรัส

จังหวัดบุรีรัมย์ มีเส้นทางรถไฟผ่าน คือ เส้นทางกรุงเทพมหานคร – จังหวัดอุบลราชธานี กรุงเทพ – สุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ มีเส้นทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือผ่านทางตอนบนของจังหวัด โดยมีเส้นทางผ่าน 1 สาย คือ เส้นทางกรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี

3) ด้านการท่องเที่ยว

3.1) แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัด : จากลักษณะการจัดหมวดหมู่ แหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถจัดแบ่งสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดได้ 6 ประเภท ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	นครราชสีมา	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	สุรินทร์	กลุ่ม จังหวัด ฯ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	20	27	6	24	77
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต	14	5	6	11	36
แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งมรดกประเพณี	13	7	20	31	71
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิชาการ	4	2	3	4	13
แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและความ เชื่อ	34	13	8	9	64
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสันตนาการ และ บันเทิง	18	4	3	1	26
	103	58	46	80	287

ที่มา : จากการรวบรวมของสำนักงานจังหวัดในกลุ่มจังหวัดฯ พ.ศ. 2559

และกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยนั้น ยังมีแหล่งท่องเที่ยวตามรอยเส้นทางอารยธรรมขอม และงานเทศกาลประจำปีของจังหวัดหรืองานที่มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของเส้นทางอารยธรรมขอมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย(รายจังหวัด)

จังหวัด	แหล่งท่องเที่ยวหลักของเส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอม (8 แห่ง)	แหล่งท่องเที่ยวรองของเส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอมประเภทโบราณสถาน (34 แห่ง)	แหล่งท่องเที่ยวรองของเส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอมประเภทศิลปะวัฒนธรรม (8 แห่ง)	แหล่งท่องเที่ยวเสริมของเส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอม (44 แห่ง)
นครราชสีมา (35 แห่ง)	1.ปราสาทหินพนมวัน 2.ปราสาทหินพิมาย	1.ปราสาทปะโค 2. กู่พราหมณ์จำศีล 3. ปราสาทนางรำ 4. กู่ฤๅษีน้อย 5. แหล่งหินตัดสี่คิ้ว 6. ปราสาทโนนกู่ 7.ปราสาทเมืองแขก 8.ปราสาทเมืองเก่า 9.โบราณสถานเมืองเสมา 10.ปราสาทหินบ้านถนนหัก 11.ปราสาทห้วยแคน	1. แหล่งโบราณคดี บ้านปราสาท 2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย 3. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมหาวิรุณศรี 4. หมู่บ้านด่านเกวียน	1. อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี 2. อนุสรณ์สถานวีรกรรมบ้านทุ่งสัมฤทธิ์ 3. วัดเขาจันทร์งาม (ภาพเขียนสีโบราณบน เพิงผาหิน) 4. วัดธรรมจักรเสมาราม (พระพุทธรูป ปางไสยาสน์) 5. วัดศาลาลอย (อุโบสถศิลปะไทยประยุกต์) 6.ศูนย์วัฒนธรรมสถาบันราชภัฏนครราชสีมา 7. สวนน้ำบึงดาหล้าเฉลิมพระเกียรติ 8. หมู่บ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหลุ่ง ประตู่สามัคคี

				9. พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน ช้างดีกล้าบรรพ์และไดโนเสาร์ 10. ประตูปฐมพล 11. วัดบ้านไร่ 12. วัดโนนกุ่ม (วิหารหลวงพ่อโต) 13. ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย 14. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ 15. เขื่อนลำตะคลอง
จังหวัด	แหล่งท่องเที่ยวหลักของเส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอม (8 แห่ง)	แหล่งท่องเที่ยวรองของเส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ประเภทโบราณสถาน (34 แห่ง)	แหล่งท่องเที่ยวรองของเส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ประเภทศิลปวัฒนธรรม (8 แห่ง)	แหล่งท่องเที่ยวเสริมของเส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม (44 แห่ง)
นครราชสีมา (35 แห่ง)(ต่อ)				16. โฮมสเตย์บ้านปราสาท 17. สวนสัตว์นครราชสีมา 18. ฟาร์มโชคชัย
ชัยภูมิ (15 แห่ง)	1. ปราสาทภู	1.บ้านกุดโง้ง 2.เมืองโบราณคอนสวรรค์ 3.ภูบ้านกุดยาง (ภูแดง) 4.พระธาตุหนอง		1.อนุสาวรีย์เจ้าพ่อพญาแล 2.ศาลเจ้าพ่อพระยาภักดีชุมพล 3.ทุ่งดอกกระเจียว 4.อุทยานแห่งชาติ

		สาม หมั่น		ไทรทอง 5.อุทยานแห่งชาติ น้ำตกตาดโตน 6.อุทยานแห่งชาติ ป่าหินงาม 7.อุทยานแห่งชาติ ภูแลนคา 8.มอหินขาว 9.ศูนย์ส่งเสริมผ้า ไหมจังหวัดชัยภูมิ (บ้านเขว้า) 10.เขื่อนจุฬาภรณ์
บุรีรัมย์ (22 แห่ง)	1. ปราสาทพนมรุ้ง 2. ปราสาทเมือง ต่ำ	1. ภูพระอังคาร 2. ปราสาท หนองหงส์ 3. เตาสวาย 4. เตานายเจียน 5. แหล่งตัดหิน บ้านกรวด 6. ปราสาทกุฎี 7. ปราสาทกุฎี สวนแดง 8. กุฎี บ้านโคกเมือง 9. กุฎีบ้าน บัวลาย 10. ปราสาท บ้านบุ 11. เมือง ฝ้าย	1. ศูนย์วัฒนธรรม อีสานใต้	1. พระบรมราชานุ สาวรีย์ พระบาทสมเด็จพระ พุทธยอดฟ้า จุฬาโลกมหาราช 2. พิพิธภัณฑ์ยุค ก่อนประวัติ ศาสตร์วัดบ้าน พระสวาย 3. ศูนย์วัฒนธรรม จังหวัดบุรีรัมย์ 4. วนอุทยานเขา กระโดง 5. เขตห้ามล่าสัตว์ ป่าอ่างเก็บน้ำ ห้วยตลาด 6. เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าดงใหญ่ 7. ศูนย์หัตถกรรม ทอผ้าไหมบ้านนา โพธิ์ 8. เขื่อนลำนางรอง
จังหวัด	แหล่งท่องเที่ยว หลักของเส้นทาง	แหล่งท่องเที่ยว รองของเส้นทาง	แหล่งท่องเที่ยว รองของเส้นทาง	แหล่งท่องเที่ยว เสริมของเส้นทาง

	ท่องเที่ยวอารย ธรรมชม (8 แห่ง)	การท่องเที่ยว อารยธรรมชม ประเภท โบราณสถาน (34 แห่ง)	การท่องเที่ยว อารยธรรมชม ประเภท ศิลปะวัฒนธรรม (8 แห่ง)	การท่องเที่ยว อารยธรรมชม (44 แห่ง)
สุรินทร์ (22 แห่ง)	1. ปราสาท ตาเมื่อนม 2. ปราสาท ศรีขรภูมิ 3. ปราสาท ภูมิโปน	1. ปราสาทเมือง ที 2. ปราสาท จอมพระ 3. ปราสาทตา มอญ 4. ปราสาทบ้าน พลวง 5. ปราสาทบ้าน ไพร 6. ปราสาท ตาเมื่อน 7. ปราสาทตาเมื่อน โต้ง 8.ปราสาทยาย เหงา	1. พิพิธภัณฑ์ สถาน แห่งชาติ สุรินทร์ 2. หมู่บ้าน หัตถกรรม เครื่องเงินเขวาสิน รินทร์ 3. หมู่บ้าน วัฒนธรรม ดงมัน	1. อนุสาวรีย์พระ ยาสุรินทร์ภักดีศรี ณรงค์ จางวาง (เชียงบูน) 2. ห้องภาพเมือง สุรินทร์ 3. วัดบูรพาราม (หลวงพ่อบุระชีว์) 4. วนอุทยานพนม สวาย 5. วนอุทยานป่า สนหนองคู 6. หมู่บ้านช้าง (บ้านตากกลาง) 7. กลุ่มหัตถกรรม บ้านโชค 8. ตลาดการค้า ช่องจอม

ที่มา : แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 ระยะ 4 ปี รอบใหม่
(พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2564)

ตารางที่ 8 ข้อมูลงานเทศกาลประจำปีของจังหวัด หรืองานที่มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
จังหวัด

เดือน	เทศกาล	จังหวัด
มกราคม	1. งานบุญจมาศบานในม่านหมอก 2. งานเทศกาลดอกจานบานที่แก่งสนามนาง 3. งานฉลองอนุสาวรีย์เจ้าพ่อพญาแล 4. งานรับอรุณเบิกฟ้าวันปีใหม่ ณ พนมรุ้ง 5. งานวันมหกรรมหอมแดง	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

	6. งานวันหัวผักกาดหวาน ข้าวหอมมะลิ หนึ่งไร่ไทย 7. งานเทศกาลสนมเมืองดอกจานประสานใจไหว้ปู่ตา	จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์
เดือน	เทศกาล	จังหวัด
กุมภาพันธ์	8. งานตรุษจีนนครราชสีมา 9. ฉลองตรุษจีนชัยภูมิ 10. งานทำบุญขวัญข้าวพระแม่โพสพ 11. งานฉลองเจ้าพ่อหลวงอุดม 12. งานประเพณีท่องเที่ยวปราสาทเมืองต่ำ ตามรอยอารยธรรมขอม 13. งานเทศกาลสนมเมืองดอกจานประสานใจไหว้ปู่ตา 14. งานแสงสีเสียง ปราสาทมิชัย 15. งานจดทะเบียนสมรสบนหลังช้าง (พิธีแต่งงานแบบชาวภูยกหรือซัดเต)	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
กุมภาพันธ์	16. งานตรุษจีนไหว้เจ้า ไชน่าทาวน์สำโรงทาบ	จังหวัดสุรินทร์
มีนาคม	17. ฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี 18. งานประเพณีกินเข้าคำของดีเมืองสูงเนิน 19. งานประเพณีฉลองศาลหลักเมืองและแข่งขันตะกร้อแบบ open 20. งานนมัสการพระเจ้าใหญ่วัดหงษ์ 21. งานปิดทองและสงฆ์น้ำหลวงพ่อบ้านิจ 22. งานเทศกาลสนมเมืองดอกจานประสานใจไหว้ปู่ตา 23. งานวันช้างไทย 24. เทศกาลประเพณี “นุ่งผ้าไหม ใส่ประเก้อม เรือมกันตรึม” 25. ประเพณีขึ้นเขาสวย	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
เมษายน	26. งานประเพณีสงกรานต์ 27. บุญเดือนสี่ไทยคอนสาร 28. งานประเพณีสงกรานต์ 29. งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง 30. งานประเพณีขึ้นเขากระโดง 31. งานวันสงกรานต์ สนาม I - MOBILE STADIUM	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

	32. งานเครื่องเคลือบพื้นปี ประเพณีบ้านกรวด 33. งานนมัสการหลวงปู่สุข 34. งานปรากฏ์กุฎ	จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์
พฤษภาคม	35. งานสืบสานตำนานปราสาทภูมิโปน 36. งานเยี่ยมเยือนตาเมื่อน เดือนเมษา 37. งานวันที่ระลึกพระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง 38. งานส่งเสริมการท่องเที่ยวปราสาทตาควาย 39. งานสืบสานจารีตประเพณีชุมชนท้องถิ่นเพื่อบูชา ปราสาท ยายเหงา 40. งานประเพณีบวชนาคช้าง 41. งานเอ็งกุหลาบเหลืองโคราช 42. งานวิสาขบูชา พุทธบารมี 43. บุญเดือนหกศาลเจ้าพ่อพญาแล 44. งานประเพณีบุญบั้งไฟและงานปรากฏ์กุสวนแดง 45. งานบุญบั้งไฟอำเภอแคนดง 46. งานสืบสานประเพณีของดีโนนสุวรรณ 47. งานประเพณีบวชนาคช้าง 48. ประเพณีบุญบั้งไฟบวงสรวงเจ้าพ่อศรีนครเตาทำวเธอ 49. การส่งเสริมการท่องเที่ยว อนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมพนม ดงรัก	จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
มิถุนายน	50. งานประเพณีบุญบั้งไฟล้าน ตำนานพ่อขุนอดุม 51. ท่องเที่ยวดอกกระเจียว 52. งานสืบสานประเพณีวิถีชีวิตคนโนนนารายณ์	จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดสุรินทร์
กรกฎาคม	53. งานประเพณีแห่เทียนพรรษาโคราช 54. งานประเพณีแห่เทียนพิมาย 55. งานน้อยหน้าและของดีเมืองปากช่อง 56. ท่องเที่ยวดอกกระเจียว 57. ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอำเภอมืองฯ 58. ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอำเภอนางรอง 59. ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาอำเภอประโคนชัย	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

	60. มหกรรมแห่เทียนพรรษาและตักบาตรบนหลังช้างจังหวัด สุรินทร์	จังหวัดสุรินทร์
สิงหาคม	61. ท่องเที่ยวดอกกระเจียว	จังหวัดชัยภูมิ
กันยายน	62. งานใต้เห็ดเขาอังคาร 63. งานประเพณีแซนโฎนตาบูชาบรรพบุรุษ	จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์
ตุลาคม	64. แห่กระฐูป 65. งานประเพณีสืบสานตำนานกวนข้าวทิพย์และประเพณีตัก บาตร เทโวโรหนะ 66. งานประเพณีแข่งเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน อำเภอท่าตูม	จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์
พฤศจิกายน	67. เทศกาลเที่ยวพิมาย และ แข่งขันเรือยาวประเพณีชิงถ้วย พระราชทานฯ 68. งานประเพณีลอยกระทง พระประทับปพระราชทานฯ 69. งานเทศกาลอาหารย่างโคราช 70. งานเกษตรแฟร์ปากช่อง 71. ตีกลีไฟ 72. งานประเพณีแข่งเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน 73. งานมหกรรมมวยไทย เทศกาลกินไก่ ไหว้เจ้าพ่อขุนศรี 74. งานต้อนรับ เลี้ยงอาหารช้าง และการแสดงช้าง 75. งานสืบสานตำนานพันปีปราสาทศีขรภูมิ 76. งานประเพณีลอยกระทง	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
ธันวาคม	77. งานวันผ้าไหมและของดีเมืองปักธงชัย 78. งานปากช่องควบอยเฟสดีวัล 79. งานปากช่องควบอยซิดี 80. หนาวนี้ที่คอนสาร 81. count downที่มอหินขาว 82. งานกาชาดและไหมจังหวัดบุรีรัมย์ 83. งานประกวดดนตรี "เทิดไท้คีตะราชัน" 84. งานมหกรรมว่าวอีสาน (นอนดูดาว ชมว่าวกลางคืน) 85. งาน หว่านวันแม่ เกี่ยววันพ่อ	จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

ฉันทาควม	86. งานเทศกาลข้าวมะลลลอม ปลาก้อมกึ่ง ชมทุ่งนกประโคนชัย	จ้งหวัดบุรีรัมย์
	87. งานสมโภชกาลเจ้าพ่อปู่ฮาดและเจ้าพ่ออูตมเดช	จ้งหวัดบุรีรัมย์
	88. งานกาชาดอำเภอลำปลายมาศ	จ้งหวัดบุรีรัมย์
	89. งานกาชาดอำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์	จ้งหวัดสุรินทร์
	90. งานสมโภชกาลเจ้าพ่อหลักเมืองและลิ่งศักดิ์สิทธิ์จ้งหวัดสุรินทร์	จ้งหวัดสุรินทร์
	91. งานเทศกาลข้าวใหม่หอมมะลลและงานกาชาด อำเภอชุมพลบุรี	

ทลมา : แผนพัฒนากลุ่มจ้งหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนลาง 1 ระยะ 4 ปี รอบใหม่
(พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2564)

โดยแนวทางการจ้ดกลุ่มจ้งหวัดนี้ใช้แนวทางยลดลักษณะเขตพ้んที่ที่ดลดตอกันหรือเป็นการรวมกลุ่มจ้งหวัดที่อยู่ในเขตพ้んที่ดลดตอกันหรือต่อนองกันเป็นองค้ประกอบพ้んฐานหรือข้อพิจารณาเบ้องต้นของการจ้ดกลุ่มจ้งหวัดใช้ประเด้นยุทธศาสตร์ หรือทลศทางการพัฒนาจ้งหวัดที่สอดคล้องกันหรือเก้อหนุนตอกัน เป็นแนวการพิจารณาข้้นที่สอง และประการสุดท่ายพิจารณาจากความเก้อวเนองทางเศรษฐกิล การผลลิต การค้า และการลงทุนเพ้อมูลค่าเพิ่ม และการได้เปรลยบในการแข่งขันรวมกันรวมทั้งเป็นการแก้ปัญหาร่งควนที่จ้งเป็นต้อองอาศัยความร่วมมือรวมกันระหว่างจ้งหวัด สาเหตุทลให้ความสำคัญกับการเป็นเขตพ้んที่ดลดตอกันนั้น มาจากสมมุติฐานทลว่าจ้งหวัดที่อยู่ในพ้んที่ดลดกัน จะมีลักษณะทางภูมิประเทศ ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยม โกล้เคยงกันมีการแบ่งตามลักษณะของพ้んที่เศรษฐกิลและสังคมทลมีความโกล้ เคยงกัน มีพ้んที่ทางภูมิศาสตร์ดลดตอกัน มีจุดอ่อน จุดแข็ง ในการพัฒนาเศรษฐกิล สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติทลคล้ายคลึงกัน จะทลให้้ง่ายกับการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้บรรลุวัตถุประสงค์รวมกันได้ นอกจากนั้นแล้วการที่อยู่ในภูมิภาคเดยวกันจะมีปัญหาและความต้อองการคล้าย ๆ กัน สะดวกในการประสานงานและบูรณาการการพัฒนาในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากลักษณะทลผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเก้อวกับบริบทพ้んที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนลาง 1 ของประเทศไทย ทลให้พบว่าเป็นพ้んที่ยุทธศาสตร์ทลมีความสำคัญและน่าสนใจทลจะนำไปสู่การพัฒนาการพัฒนาการจัดการทอ่งเทยว เห็นได้จากนโยบายรัฐบาลทลขับเคลื่อนเป็นแหล่งทอ่งเทยวเมืองรอง ประกอบกับผลการวิจัยของ กนก บุญศักดิ์ (2561) ทลพบว่า ภาพลัษณ้การจัดการทอ่งเทยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนลาง ด้านคุณภาพการบริการ ประสบบารณ้การทอ่งเทยวมีอิทธิพลตอคุณค่าทลได้รับจากการทอ่งเทยวและความพึงพอใจของนักทอ่งเทยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทลระดับ 0.05 และ 0.01 2) คุณค่าทลได้รับจากการทอ่งเทยวและความพึงพอใจของนักทอ่งเทยวมีอิทธิพลตอความภักดีการทอ่งเทยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนลางของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทลระดับ 0.05 และ 0.01 และ 3) มีตัวแปรเพยง 2 ตัวทลไม่มีอิทธิพลตอความ

พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านรูปธรรมการบริการและด้านความมั่นใจ ซึ่งแสดงให้เห็นปัจจัยด้านบวกว่านักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบกับปัจจัยด้านลบคือจำนวนนักท่องเที่ยวที่ยังมีจำนวนที่น้อย นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถสร้างรายได้แก่การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก ดังนั้นพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง1 จึงเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่น่าสนใจที่จะนำเอาข้อมูลด้านการพัฒนาระบบการจัดการท่องเที่ยวไปใช้เพื่อให้สมาชิกชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบนฐานชุมชน สามารถใช้ข้อมูลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว/กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว เพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน นำมาซึ่งความยั่งยืนของชุมชนสืบต่อไปในอนาคต

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเป็นการนำเอาผลงานที่พิจารณาแล้วว่าเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญ พร้อมทำการทบทวนว่ามีใครทำการวิจัยที่ใกล้เคียงกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยทำการวิจัยหรือไม่และได้ผลการวิจัยอย่างไร ทั้งนี้ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยทำเพื่อให้สามารถอธิบายงานวิจัยที่ทำได้อย่างเหมาะสม นำเสนอได้ดังนี้

ณัฐชัญญ์ บุญสด และ โสมสิต แพงสร้อย (2020) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาพบว่า 1) พัฒนาการของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์ ปัจจุบันภาครัฐได้ เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวแก่ชุมชน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต และการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตอบสนองความต้องการคนในชุมชนอย่างแท้จริง 2) สภาพปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์ถนนในชุมชนไม่ค่อยสะอาด มีฝุ่นละอองและมีขยะ เจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ด้วยภาษาต่างประเทศ มักคุเทศก์มีจำนวนไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ 3) แนวทางการการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ แนวทางการพัฒนาโดยทั่วไป แนวทางการพัฒนาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาตามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยว และด้านบริหารจัดการ

ภณสิทธิ์ อ้นยะ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผลการวิจัยพบว่า ทุกองค์ประกอบเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยองค์ประกอบด้านการวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.01 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.82 องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการให้เกิดคุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

สำหรับแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานของการท่องเที่ยวไทย สามารถทำเป็นกระบวนการการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. ประเมินความต้องการของชุมชนที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยวและประเมินความพร้อมด้านการท่องเที่ยว
2. การให้ความรู้และเตรียมความพร้อมให้แก่คนในท้องถิ่น
3. กำหนดหน้าที่ผู้รับผิดชอบ / ความรับผิดชอบในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4. จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาชุมชนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
5. ปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบกับองค์กร / หน่วยงานภายนอก
6. บูรณาการการบริหารจัดการในภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
7. กำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและวางแผน
8. กำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
9. ตรวจสอบประสิทธิภาพการดำเนินงาน

กฤตยากาญจน์ โตพิทักษ์ และ คุณอนันต์ นิรมล (2561) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง พบว่า (1) ชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง มีอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม ดังนี้ อัตลักษณ์การใช้ภาษาไทยถิ่นใต้ อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นที่มีคุณค่ากับสุขภาพ อัตลักษณ์การทักทายที่เปิดเผยและจริงใจ อัตลักษณ์ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ อัตลักษณ์ค่านิยมและบรรทัดฐานเชื่อสิ่งเหนือธรรมชาติ อัตลักษณ์ด้านจิตใจและการเรียนรู้รักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ อัตลักษณ์ความเชื่อเกี่ยวกับครุหม่อโนราห์ที่มีผลต่อการดำรงชีวิตชุมชน ผลการคัดเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง ได้แก่ จุดชมวิวกวนไฮหุด จุดชมวิวดาผิง ถ้ำมัจฉาปลาวน วัดถ้ำเก่า ถ้ำเทวดา ถ้ำฤๅษี และถ้ำสาย (2) ต้นแบบสื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง เป็นสื่อเสมือนจริงใช้เทคโนโลยี AR (Augment Reality) แบบเต็มรูปแบบประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์แผนที่ท่องเที่ยวเขาปู่ และสื่อวิดีโอที่คนใช้งานผ่าน HP reveal application โดยมีคุณสมบัติด้านความถูกต้องเหมาะสมเชิงเทคนิคและความเป็นไปได้ทางปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างมากถึงมากและคุณสมบัติด้านการตอบสนองกับความต้องการของชุมชนอยู่ในระดับค่อนข้างมากถึง (3) ต้นแบบสื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำ คลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง มีผลการประเมินคุณลักษณะของสื่ออยู่ในระดับค่อนข้างมากถึง และมีผลการประเมินคุณภาพในการทำหน้าที่การสื่อสารอยู่ในระดับค่อนข้างมากถึง (4) ผลการประเมินคุณลักษณะของสื่อและคุณภาพในการทำหน้าที่การสื่อสารของสื่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ 3.91 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์การประเมินระดับค่อนข้างมากถึง (3.50) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วันชัย พวงเงินและคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมยม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย” พบว่า ผลการสร้างเครือข่ายนักวิจัยชุมชน เพื่อ

ร่วมพัฒนา CBT ด้วยกระบวนการ CBR ทำให้นักวิจัยชุมชน และคนในชุมชนเกิดความกระตือรือร้น และมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความน่าสนใจแก่ผู้มาเยือน เพราะเริ่มเห็นว่าชุมชนของเราก็มีของดีไม่แพ้ที่อื่นเช่นกัน จึงทำให้คนในชุมชนเริ่มเข้าใจ และเห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างถูกวิธี ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับคนในชุมชนในแง่มุมที่หลากหลาย นอกจากนั้นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือการยกระดับวิถีคิดเชิงระบบให้กับนักวิจัยชุมชน และทำให้เข้าใจถึงขั้นตอนของกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ซึ่งที่ผ่านมาคนในชุมชนมองว่างานวิจัยเป็นเรื่องไกลตัว และรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ยากแก่การเข้าใจ แต่เมื่อนักวิจัยชุมชนได้ลงมือปฏิบัติแล้วกับพบว่าทุกสิ่งทุกอย่าง เป็นสิ่งที่สามารถเรียนรู้ร่วมกันได้

ผลการศึกษาประวัติความเป็นมาและ พัฒนาการ รวมถึงสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน พบว่า ชุมชนได้ทำการสำรวจทรัพยากรที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน โดยมีประเด็นการศึกษาค้นคว้าที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านโบราณสถาน ประกอบไปด้วย วัดบ้านกร่าง หรือวัดสงฆ์ศรีธาตุธรรม วัดกงไกรลาศหลวงพ่อโต ศาลเจ้าดาบทองและชุมชนชาวจีน
2. ด้านความคิด ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (เรื่องเล่า) ประกอบไปด้วย ตำนานหลวงพ่อยิ้ม ตำนานหลวงพ่อยุ้ย อภินิหารของหลวงพ่โตวิหารลอย การไหว้ครู ประมงของชุมชนโบราณกงไกรลาศ การเลี้ยงผีบ้านและการสวดมนต์ปลาซ่อน
3. ด้านประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน ประกอบไปด้วย งานเพ็ญเดือน 3 (ขึ้น 14-15 ค่ำ เดือน 3 แรม 1 ค่ำ) สลากภัตรข้าวหลาม งานเพ็ญเดือน 4 (ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4 แรม 1 ค่ำ) สลากภัตรผลไม้ (เดือนเมษายน-เดือนพฤษภาคม) 15 ค่ำ เดือน 6 ประเพณีการบวชพระพิธีโกนจุก ประเพณีแข่งขันเรือพาย ประเพณีการแห่กฐินทางน้ำ เทศกาลกินปลา ประเพณีการเผาศพ พิธีรับขวัญข้าว การจักรสานเครื่องมือหาปลา กาฟักไข่ การละเล่นอีกหนึ่งอย่างของคนในชุมชน การละเล่นลูกข่าง และการทอเสื่อ
4. พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน ด้านโบราณวัตถุ ประกอบไปด้วย พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน (วัดกงไกรลาศ) กลองเรียกผีและรูปแบบเงินของชาวจีน
5. แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ประกอบไปด้วย การชมวิถีชีวิตของชาวนาของชุมชน ตำบลบ้านกร่างและตำบลกง เยี่ยมชมหมู่บ้านทองม้วน เกาะกง ชุมชนชาวจีน แพลลา ศาลเจ้าพ่อดาบทองตลาดสินค้าชุมชน เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพถักผ้าเช็ดเท้า เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพเย็บผ้าร่ม เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพเย็บมุ้ง เยี่ยมชมกลุ่มข้าวกล้อง เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพนักร้อง นักเต้น เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพน้ำพริกแกงกราบไหว้หลวงพ่โต (วิหารลอย) วัดกงไกรลาศ ล่องแพชมวิถีชีวิตคนริมฝั่งชุมชนริมแม่น้ำยม ตลาดริมยม ๒๕๓๗ และนั่งรถคอกหมูชมวิถีชีวิตชุมชนชาวจีน
6. สถานที่ราชการและหน่วยงานต่าง ๆ ในชุมชนริมยม ประกอบไปด้วย ที่ว่าการอำเภอองไกรลาศ สำนักงานเทศบาลตำบลองไกรลาศ สถานีตำรวจภูธรองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย สำนักงานสาธารณสุขอำเภอองไกรลาศ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอง โรงพยาบาลองไกรลาศ สำนักงานไปรษณีย์ไทย สาขากองไกรลาศ โรงเรียนอนุบาลองไกรลาศ โรงเรียนบ้านองราชบุรีอุทิศ ศูนย์บริการการศึกษาองโรงเรียนอำเภอองไกรลาศ (กศน.) ศูนย์เด็กเล็กเทศบาลตำบลองไกรลาศ

ห้องสมุดบริการประชาชน อำเภอองไกรลาศ ธนาคารอมสิน สาขาองไกรลาศ ธนาคารกรุงไทย สาขาองไกรลาศ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ สาขาองไกรลาศ ธนาคารกสิกร สาขาองไกรลาศและตลาดสดเทศบาลตำบลองไกรลาศ

7. ร้านค้าและร้านขายของฝาก ประกอบไปด้วย ศูนย์ OTOP ภาคเหนือตอนล่าง เพ็ญจันทร์รีสอร์ท ร้านของฝาก ขนมหิงตัมแม่ประตูลาย (ศูนย์การเรียนรู้) ร้านของฝากขนมหิงมาลี (ศูนย์การเรียนรู้) ร้านของฝากทองม้วนพ่อเจริญ ร้านของฝากขนมหิงแม่สงวน ร้านของฝากรุ่งทิพย์ และร้านของฝากโกเชียร – เจ็ช

8. ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ ประกอบไปด้วย ร้านอาหารริมกง ครัวขุนณรงค์ ร้านก้วยเตี่ยวเจ็สา ร้านก้วยเตี่ยวกะลา ร้านก้วยจับหม้อดิน ร้านผัดไทใบตอง ร้านอาหารฟ้าสีรุ้งและร้านกาแฟบ้านอ้อม

จากข้อมูลการสำรวจทรัพยากรของชุมชนองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย พบว่าทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนสามารถจำแนกรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนได้หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ผลการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาของชุมชนองไกรลาศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมการศึกษาศักยภาพของชุมชนองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย พบว่าศักยภาพของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนองไกรลาศนั้นมีความครอบคลุมตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ปัจจัย ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พบว่า อำเภอองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัยเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) และเส้นทางนี้ยังเป็นเส้นทางสายสำคัญที่สามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ นอกจากนั้นจังหวัดสุโขทัยยังมีโครงข่ายการคมนาคมขั้นพื้นฐานที่สะดวกสบาย เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีความจำเป็นในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น จากข้อมูลดังกล่าว จึงมีความเป็นไปได้ว่า หากชุมชนองไกรลาศได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ครบวงจร พร้อมทั้งมีโครงข่ายการคมนาคมขนส่งที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการกระจายตัวจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกที่สำคัญของจังหวัดสุโขทัยเพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยวมายังชุมชนองไกรลาศได้

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) พบว่า ภายในอำเภอองไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น สถานีบริการเชื้อเพลิง ปตท. ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร สถานพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลองและโรงพยาบาลองไกรลาศ สถานีตำรวจภูธร องไกรลาศ นอกจากนั้นยังมีร้านอาหารและร้านจำหน่ายของฝาก ได้แก่ ร้านอาหารฟ้าสีรุ้ง ครัวขุนณรงค์ ร้านอาหารริมกง ร้านก้วยเตี่ยวเจ็สา ร้านก้วยเตี่ยวกะลาร้านผัดไทใบตอง ร้านก้วยจับหม้อดิน (เจ็กล) ร้านกาแฟบ้านอ้อม ศูนย์ OTOP ภาคเหนือตอนล่าง เพ็ญจันทร์รีสอร์ท ร้านของฝาก ขนมหิงตัมแม่ประตูลาย ร้านของฝากขนมหิงมาลี

ร้านของฝากทองม้วนพอเจริญ ร้านของฝากขนมผิงแม่สงวน ร้านของฝากรุ่งทิพย์ และร้านของฝากโกเชียร-เจี๊ว

3. ที่พัก (Accommodation) ลักษณะที่พักในอำเภอองไกรลาค จังหวัดสุโขทัย ส่วนใหญ่เป็นที่พักขนาดเล็ก มีสไตล์การตกแต่งที่มีความกลมกลืนกับธรรมชาติและสภาพแวดล้อม โดยทั่วไปได้แก่ ไทยสมบูรณ์ บิกโฮม รีสอร์ท สุโขทัยพรเจริญ รีสอร์ท แอนด์สปา รับลม รีสอร์ท เพ็ญจันทร์รีสอร์ทและข้าวสีทอง โฮเต็ลแอนด์รีสอร์ท ที่พักแต่ละแห่งจะตั้งอยู่ในรัศมีของย่านชุมชนนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) พบว่า ภายในอำเภอองไกรลาค จังหวัดสุโขทัย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้และยังสามารถนำมาเชื่อมโยงโครงข่ายให้เกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวได้

5. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอองไกรลาค จังหวัดสุโขทัย มีการแบ่งลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ 1) วัดบ้านกร่าง หรือวัดสงฆ์ศรีทธาธรรม 2) วิหารหลวงพ่อยู 3) วิหารหลวงพ่โต 4) วัดกงไกรลาค 5) ศาลเจ้าดาบทอง 6) ชุมชนชาวจีน 7) ตลาดริมยม 2437 8) พิพิธภัณฑสถาน (วัดกงไกรลาค) 9) หมู่บ้านทองม้วน 10) เกาะกง 11) หมู่บ้านกลางเกาะกง 12) แพนปลา 13) ตลาดสินค้าชุมชน 14) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนผิงตัมแม่ประตูดาย และ 15) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนผิงมาลี

มธุรา สนวนศรี (2559) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว เส้นทางกิจกรรม การปรับปรุงภูมิทัศน์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมถึงการรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ด้านการบริการการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รองลงมา คือ สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านขนส่ง สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านสารสนเทศ สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านความปลอดภัยและสนับสนุนหรือจัดให้มีบริการที่พักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านการจัดการท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีเส้นทางจักรยานชมวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวกในการเดินทาง และมีความปลอดภัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ สนับสนุนหรือจัดให้มีการโฆษณาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ สนับสนุนหรือจัดให้มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวระบุดูประสงค์เป้าหมายช่องทางการขาย การ

ประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน สนับสนุนหรือจัดให้มีการกำหนดแผนการตลาดท่องเที่ยว และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นนอกพื้นที่ที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ตามลำดับ

บุญวีร์ วิเศษสุนทรสกุล (2563) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 4 ข้อ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา และ 4) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งสิ้น 28 คน โดยผลการวิจัย พบว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมองค์กรชุมชนด้านกระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างจิตสำนึกรักชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

Manar Nael Khaleel Niwash 1 , Kemal Cek 2,* and Serife Z. Eyupoglu 1 (2022) ได้ศึกษา ทูทางปัญญาและความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลกระทบของการเป็นสื่อกลางของคุณภาพและความเร็วของนวัตกรรมและข่าวกรองธุรกิจ (Intellectual Capital and Competitive Advantage and the Mediation Effect of Innovation Quality and Speed, and Business Intelligence) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของการเป็นตัวกลางของข่าวกรองธุรกิจ ความเร็วในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และคุณภาพของนวัตกรรม ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของทุนทางปัญญาและความได้เปรียบทางการแข่งขันในบริบทของบริษัทจอร์แดน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้ งานวิจัยได้พัฒนาโครงสร้างทางทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงกลไกการเป็นตัวกลางโดยใช้ข้อมูลที่รวบรวมแบบสุ่มจากบริษัทเอกชนและเวชภัณฑ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 569 คน ข้อมูลถูกวิเคราะห์โดยใช้การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) ด้วยวิธี CB-SEM เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง และใช้โปรแกรม Process สำหรับการวิเคราะห์เส้นทางเพื่อประเมินอิทธิพลทางอ้อมต่างๆ ผลการวิจัยพบหลักฐานว่าตัวแปรกลางทั้งหมดทำหน้าที่เป็นกลไกตัวกลางที่สำคัญแตกต่างกันระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของทุนทางปัญญาและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมแล้ว ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นและอธิบายกลไกการเป็นตัวกลางของข่าวกรองธุรกิจ ความเร็วในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และคุณภาพของนวัตกรรม

ซึ่งเป็นตัวกลางที่ทำให้ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ ช่วยปรับปรุงความได้เปรียบทางการแข่งขันในบริบทของบริษัทจอร์แดน

Yasin KILIÇLI1 (2022) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาและความได้เปรียบทางการแข่งขัน: งานวิจัยเมตา-อะนาลิซิส (The Relationship between Intellectual Capital and Competitive Advantage: A Meta-Analysis Study) โดยมีวัตถุประสงค์คือจุดมุ่งหมายของงานวิจัยนี้คือการตรวจสอบผลลัพธ์ของงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญา (Intellectual Capital: IC) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การออกแบบ/ระเบียบวิธีวิจัยงานวิจัยที่ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง IC และ CA ได้มาจากการสืบค้นฐานข้อมูลวิชาการออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศรวม 14 ฐานข้อมูลสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation: r) ถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในงานวิจัยที่ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง IC และ CA การวิเคราะห์ดำเนินการโดยใช้โปรแกรม CMA มีตัวอย่างรวม 15,625 ตัวอย่างจาก 71 งานวิจัยที่รวมอยู่ในกระบวนการวิเคราะห์ห่อภิมาณ ในงานวิจัยนี้แบบจำลองผลกระทบแบบสุ่ม (random effect model) ถูกนำมาใช้ในการตีความขนาดอิทธิพลเฉลี่ยผลการวิจัยจากผลการวิจัย พบว่าขนาดอิทธิพลเฉลี่ยที่คำนวณได้คือ 0.490 ซึ่งค่านี้สอดคล้องกับอิทธิพลในระดับสูง สิ่งนี้บ่งชี้ว่า IC ที่สูงขึ้นมีความสัมพันธ์กับ CA ที่สูงขึ้น ผลลัพธ์นี้สนับสนุนสมมติฐานทั่วไปและข้อค้นพบที่สำคัญในวรรณกรรมคุณค่า/ความริเริ่มจากผลการทบทวนวรรณกรรมอย่างครอบคลุม ไม่พบงานวิจัยที่ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง IC และ CA โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ห่อภิมาณ งานวิจัยนี้ซึ่งเป็นงานแรกที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง IC และ CA โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ห่อภิมาณ จะให้มุมมองที่กว้างขึ้นเกี่ยวกับวรรณกรรมในสาขานี้ โดยการคำนวณค่าอิทธิพลเฉลี่ยระหว่างตัวแปรที่กล่าวถึงจากกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ถึง 15,625 ตัวอย่าง

Vytautas Snieska1, Akvile Normantiene2 (2012) ศึกษา การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในลิทัวเนีย (DEVELOPMENT OF CREATIVE ECONOMY IN LITHUANIA) โดยบทความนี้ตรวจสอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในลิทัวเนียภายใต้เงื่อนไขที่มีอยู่ บทความนี้วิเคราะห์พัฒนาการของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของลิทัวเนีย เพื่อสำรวจการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในลิทัวเนีย มีการนำเสนอแนวทางมาใช้ ประการแรก ผู้เขียนวิเคราะห์ตำแหน่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเศรษฐกิจโลก ต่อมา มีการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของลิทัวเนียภายใต้เงื่อนไขที่มีอยู่ วิวัฒนาการของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการทบทวนบนพื้นฐานของการวิเคราะห์วรรณกรรมทางวิทยาศาสตร์ ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในเศรษฐกิจของลิทัวเนีย งานวิจัยแสดงให้เห็นว่าจำนวนบริษัทและพนักงานที่ดำเนินงานในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังพบว่าสัดส่วนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน GDP ของลิทัวเนียและรายได้รวมของภาคส่วนนี้มีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น การวิเคราะห์ในบทความนี้จึงเปิดเผยว่าการรวมตัวของลิทัวเนียเข้ากับสหภาพยุโรปมีอิทธิพลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของลิทัวเนียภายใต้เงื่อนไขที่มีอยู่

Lucie SAMKOVÁ(a), Josef NAVRÁTIL(b) (2023) ศึกษา ความสำคัญของการขนส่งสาธารณะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (SIGNIFICANCE OF THE PUBLIC

TRANSPORT FOR TOURISM DEVELOPMENT IN DESTINATIONS) พบว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของการขนส่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นหัวข้อสำคัญในการเปลี่ยนผ่านของการท่องเที่ยว ในหลายประเทศ การขนส่งสาธารณะถูกประเมินค่าต่ำกว่าความเป็นจริงอย่างมาก แม้ว่าศักยภาพในการพัฒนาทั้งทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมจะได้รับการพิจารณาว่าสูงก็ตาม จุดมุ่งหมายของบทความนี้คือการประเมินว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มองเห็นความสำคัญของการขนส่งสาธารณะและบริการขนส่งอื่นๆ อย่างไร เป้าหมายย่อยคือการค้นหาว่าความสำคัญนี้แตกต่างกันอย่างไรระหว่างประเทศและระหว่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ และการขนส่งสาธารณะมีผลกระทบต่อการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ อย่างไร การเปรียบเทียบระหว่างประเทศ รวมถึงการเปรียบเทียบระหว่างประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ในศูนย์กลางการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี ออสเตรีย อิตาลี เนเธอร์แลนด์ และเม็กซิโก ได้ดำเนินการแล้ว มีการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำแบบแฟกทอเรียล (Factorial repeated measures ANOVAs) เพื่อทดสอบความแตกต่างที่อาจเกิดขึ้นระหว่างหกประเทศและสามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว โดยอิงจากแบบสอบถาม 121 ชุด การวิจัยนี้อิงจากข้อมูลประมาณการของผู้เชี่ยวชาญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กล่าวคือ สิ่งที่คุณจัดการที่ทำการตัดสินใจและกำหนดนโยบายคิด ดังนั้นจึงไม่ใช่สถานะที่เป็นจริง เพราะไม่ใช่ค่าที่วัดได้อย่างแม่นยำ เราพบว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่าการมีส่วนร่วมของวิธีการขนส่งแต่ละประเภทต่อการพัฒนาท้องถิ่นนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยไม่คำนึงถึงประเทศ การขนส่งสาธารณะได้รับการพิจารณาว่าเป็นองค์ประกอบการพัฒนาที่สำคัญที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าโดยทั่วไปแล้วการขนส่งสาธารณะได้รับการพิจารณาว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่าผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวคาดหวังว่าการพัฒนาการขนส่งในแหล่งท่องเที่ยวของตนต่อไป แต่พวกเขายังไม่พอใจอย่างสมบูรณ์กับสถานะของการเตรียมการพัฒนา ระดับของการขนส่งสาธารณะได้รับการประเมินต่ำที่สุดในเม็กซิโก แต่ผู้เชี่ยวชาญที่นั่นตระหนักถึงอิทธิพลของการขนส่งสาธารณะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและประโยชน์ต่อประชากรในท้องถิ่นมากที่สุด ในเนเธอร์แลนด์และอิตาลี หน่วยงานภาครัฐกระตุ้นการใช้การขนส่งสาธารณะมากที่สุด ในขณะที่เม็กซิโกและสาธารณรัฐเช็ก การสนับสนุนนี้ได้รับการมองว่าค่อนข้างน้อยกว่า ในเนเธอร์แลนด์ อิตาลี และเม็กซิโก พวกเขาเปิดรับการบูรณาการวิธีการขนส่งร่วมกัน (เช่น จักรยานยนต์ สกูเตอร์ หรือ Uber ที่ใช้ร่วมกัน) เข้ากับระบบขนส่งสาธารณะ ในทางตรงกันข้าม สาธารณรัฐเช็กยังคงสงสัยเกี่ยวกับวิธีการขนส่งทางเลือกเหล่านี้ มีการวางแผนการพัฒนาการขนส่งสาธารณะต่อไปในทุกประเทศที่ศึกษา และหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการดังกล่าว

Dinu, Ana-Maria (2018) ได้ศึกษา ความสำคัญของการขนส่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว (The Importance of Transportation to Tourism Development) พบว่า การขนส่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แท้จริงแล้ว มันคือจุดเชื่อมโยงระหว่างบ้าน แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และสถานที่ที่น่าสนใจ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหลักของการเดินทาง การคมนาคมขนส่งมีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวแบบ mass tourism ที่เป็นที่รู้จักในระดับสากลไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากไม่มีการขนส่งที่มีราคาไม่แพงและเข้าถึงได้ง่าย การขนส่งเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง ในงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวหลายชิ้น ความสัมพันธ์หลักระหว่าง

การขนส่งและการท่องเที่ยวได้รับการเน้นย้ำและนิยามในแง่ของ "การเข้าถึง" ซึ่งหมายความว่า การขนส่งถือว่ามีความเชื่อมโยงที่จำเป็นระหว่างภูมิภาคที่สร้างนักท่องเที่ยวและภูมิภาคที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว บริการขนส่งมีคุณสมบัติที่โดดเด่นหลายประการเมื่อเทียบกับบริการอื่นๆ กล่าวคือ มีความไวสูงต่อความก้าวหน้าทางเทคนิค มีการใช้เงินทุนเข้มข้น ต้องการการลงทุนขนาดใหญ่มาก เสนอโอกาสในการประหยัดจากขนาด มีความเปราะบางต่อวิกฤตการณ์ระหว่างประเทศ เศรษฐกิจ และการเมืองอย่างมาก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดมิติการศึกษาเพื่อวิเคราะห์และเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ (Research Gap) ที่ปรากฏในงานวิจัยปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการศึกษาในประเด็นต่างๆ ได้แก่ มิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มิตินโยบายไปสู่การปฏิบัติ และมิติการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งผลจากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าว จะเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการต่อยอดงานวิจัยในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ดังต่อไปนี้

มิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

ศุภฤกษ์ รวงผึ้งหลวงและ สิริพร ทัททวี (2566) ได้ศึกษา การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดน้ำ ทัศนศึกษา ตลาดน้ำขวัญ-เรียม เขตมโนบุรี กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) มีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการไหลทางสารสนเทศ ด้านการไหลทางการเงิน ด้านการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก และ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

สวิตต์ ชูลิกฟลีและจันทร์ธาดารัตน์ มาหะมะ (2562) การบริหารจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ทัศนศึกษา หมู่บ้านคีรีวง ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจ และ สถานการณ์โลจิสติกส์เชิงท่องเที่ยวในปัจจุบันและหาแนวทางในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์เชิงท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ปัจจัยหลักที่ 1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ที่ 20-30 ปี และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมีรายได้ส่วนมากอยู่ที่ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน และ รองลงมาคือ มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และไม่มีรายได้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคย มายังหมู่บ้านคีรีวงเดินทางโดยรถส่วนตัว เกือบทั้งหมดจะพักค้างแรมที่หมู่บ้านคีรีวง และส่วนใหญ่ รู้จักหมู่บ้านคีรีวงมาจากนิตยสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คาดหวังว่าจะได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น รองลงมาคาดหวังความสมบูรณ์และสวยงามของธรรมชาติในหมู่บ้านคีรีวง และความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงหากมีรถ ปัจจัยหลักที่ 2. การตั้งสมมติฐานระหว่างความแตกต่างกันของแต่ละคนส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยย่อย ผลสรุป เพศที่ต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจต่อหมู่บ้านคีรีวงแตกต่างกัน ช่วงอายุที่ต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจต่อหมู่บ้านคีรีวงต่างกัน อาชีพที่ต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อหมู่บ้านคีรีวงต่างกัน และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ ปัจจัยหลักที่ 3. ปัญหาที่พบในห่วงโซ่อุปทาน การจัดหาวัตถุดิบตามช่วงฤดูกาล ขาดความรู้ในการบริหารสินค้าคงคลัง บุคลากรขาดความรู้ความชำนาญ ระยะเวลาที่ห่างไกลจากแหล่ง

วัตถุดิบ ต้นทุน การขนส่งการจัดหาวัตถุดิบตามช่วงฤดูกาล ร้อยละ 24.39 ขาดความรู้ในการบริหารสินค้าคงคลัง ร้อย ละ 24.39 บุคลากรขาดความรู้ความชำนาญ ร้อยละ 21.95 ระยะทางที่ห่างไกลจากแหล่งวัตถุดิบ ร้อยละ 17.07 ต้นทุนการขนส่ง ร้อยละ 12.20

วารุณี มลิณทปัญญา,อุไรรัตน์ แยมชุตี และอรนุช โพธิ์ไพจิตร (2563) แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แบบมีส่วนร่วมชุมชน ตำบลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสถานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าด้านการจัดการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการที่ดี นักท่องเที่ยวมีความรักและศรัทธาต่อสถานที่สูงและด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการเดินทาง แสดงให้เห็นว่าระบบการจัดการด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการปรับปรุง เมื่อนำมาเชื่อมโยงกับการมีส่วนร่วมของชุมชนแล้วพบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงมีส่วนร่วมในแต่ละด้านที่แตกต่างกันตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ ในแต่ละส่วนแต่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงในการแก้ไขปัญหาและชุมชนมีส่วนร่วมจัดทำแผนงานการส่งเสริมท่องเที่ยวตำบลพันท้ายนรสิงห์ร่วมกับภาครัฐโดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้ดำเนินการจัดทำแผน

สุรพงษ์ เวทพิสัย (2559) การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน ตำบลร่มเย็น อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าโลจิสติกส์การท่องเที่ยวด้านการไหลทางกายภาพของตำบลร่มเย็น อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา อยู่ในระดับน้อยหรือยังไม่มีความพร้อมในขณะที่ชาวบ้านในพื้นที่และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเห็นว่ามีความพร้อมในระดับปานกลาง และกลุ่มเป้าหมายทั้งสามกลุ่มเห็นว่าการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศของตำบลร่มเย็น อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีความพร้อมในระดับปานกลาง

สัมปตี สงวนพวง,ปิยะทิพย์ประดุงพรม และ กนก พานทอง (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้วยสารสนเทศภูมิศาสตร์ ทางการท่องเที่ยวแบบวิถีถิ่น วิถีถิ่นในจังหวัดชลบุรี ผลจากการศึกษาปรากฏว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกายภาพ 2) ด้านข้อมูลข่าวสาร 3) ด้านการเงิน 4) ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 5) ด้านสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 6) ด้านสถานที่ และ 7) ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยด้านข้อมูลข่าวสารได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดจากนักท่องเที่ยว แต่สำหรับผู้ประกอบการควรได้รับคำแนะนำพัฒนาและปรับปรุงในการจัดการโลจิสติกส์ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนและผู้นำชุมชน

Armaini AKHIRSON (2025) ได้ศึกษา การปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ให้เหมาะสมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Optimizing Logistics Systems for Sustainable Tourism Development) พบว่า วัตถุประสงค์งานวิจัยนี้ตรวจสอบบทบาทสำคัญของระบบโลจิสติกส์ในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยระบุกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ที่สำคัญซึ่งปรับกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในภาคการท่องเที่ยว ระเบียบวิธีวิจัย: งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed-methods approach) โดยบูรณาการการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสำรวจและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้จัดการด้านโลจิสติกส์ และสมาชิกชุมชนท้องถิ่น ทำให้

สามารถตรวจสอบกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างละเอียด ผลการวิจัย: ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ให้เหมาะสมมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการลดต้นทุนการดำเนินงานและของเสีย ผลลัพธ์สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาระบบขนส่งทางเลือกที่มีผลกระทบต่อคาร์บอนน้อยที่สุด การจัดการห่วงโซ่อุปทานทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น และการปรับปรุงการจัดการเทคโนโลยีเพื่อการตัดสินใจแบบเรียลไทม์ สรุป: งานวิจัยนี้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของระบบโลจิสติกส์ในการเสริมสร้างความยั่งยืนของกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านโลจิสติกส์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถปรับปรุงการดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับการรักษาสมดุลทางนิเวศวิทยาและการสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีทางสังคม รูปแบบโลจิสติกส์ที่นำเสนอเป็นกรอบการทำงานที่ใช้ได้จริงสำหรับการผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าสู่เศรษฐกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน งานวิจัยนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มุ่งส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

Anh PHAN 1 , Tra Thi Huong LE 2 (2024) ได้ศึกษา ผลกระทบของการกระจายผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ: การศึกษาเชิงประจักษ์ในประเทศแถบเอเชีย (Impact of Digital Financial Product Distribution on Economic Growth: Empirical Study in Asian Countries) วัตถุประสงค์ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลกระทบของการกระจายผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจใน 19 ประเทศในเอเชีย ตั้งแต่ปี 2557 ถึง 2566 รูปแบบการวิจัย ข้อมูล และระเบียบวิธีวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยด้วยข้อมูลแผง (panel data) จากธนาคารโลกและกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) งานวิจัยนี้ประเมินอิทธิพลของการเงินดิจิทัลผ่านสามแบบจำลองที่มุ่งเน้นบัญชีเงินมือถือ การชำระเงินดิจิทัล และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัย ผลการวิจัยเปิดเผยว่าบัญชีเงินมือถือและการชำระเงินดิจิทัลมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งเน้นย้ำถึงบทบาทของสิ่งเหล่านี้ในการส่งเสริมการเข้าถึงทางการเงินและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในทางตรงกันข้าม การใช้อินเทอร์เน็ตแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงลบ ซึ่งบ่งชี้ว่าการเชื่อมต่อที่เพิ่มขึ้นเพียงอย่างเดียวไม่ได้ขับเคลื่อนการเติบโตอย่างสม่ำเสมอ และอาจก่อให้เกิดความท้าทาย เช่น ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและการหยุดชะงักของตลาด สรุป ผลการวิจัยเน้นย้ำถึงความจำเป็นสำหรับกรอบการทำงานด้านการเงินดิจิทัลที่แข็งแกร่ง ซึ่งสร้างสมดุลระหว่างนวัตกรรมกับการกำกับดูแลด้านกฎระเบียบ เพื่อเพิ่มประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้สูงสุด ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายรวมถึงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การส่งเสริมความรู้ทางการเงิน และการส่งเสริมความร่วมมือระดับภูมิภาคเพื่อสร้างระบบนิเวศทางการเงินดิจิทัลที่ครอบคลุมมากขึ้น งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบที่หลากหลายของการเงินดิจิทัลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้กำหนดนโยบายที่มุ่งหวังที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการเงินดิจิทัลไปใช้ ซึ่งจะส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบททางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันในเอเชีย

E Mrnjavać (2007) ได้ศึกษา โลจิสติกส์และกระบวนการโลจิสติกส์ในแหล่งท่องเที่ยว (Logistics and logistics processes in a tourism destination) พบว่า โลจิสติกส์เป็นทั้งศาสตร์แขนงหนึ่ง เป็นหน้าที่ทางธุรกิจ และเป็นกิจกรรมที่ในระยะหลังนี้ได้รับการประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย

มากขึ้นในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากโลจิสติกส์ช่วยให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มการประยุกต์ใช้หลักการของโลจิสติกส์ในทุกภาคส่วนของกิจกรรมของมนุษย์ทั่วโลก ปรากฏการณ์ของการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายเป็นพิเศษ ยิ่งไปกว่านั้น เป็นที่ชัดเจนมากขึ้นว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งการออกแบบนั้นเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับขนาดของการปรับปรุงประสิทธิภาพของการไหลเวียนทั้งหมด (สินค้า ผู้คน ข้อมูล พลังงาน ของเสีย เงินทุน และความรู้) ภายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นอย่างมาก จุดมุ่งหมายของบทความนี้คือการนิยามหน้าที่ของโลจิสติกส์ในการท่องเที่ยวและในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการนิยามแนวคิดของโลจิสติกส์การท่องเที่ยวและโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว แนวคิดของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวและองค์ประกอบของระบบ – ระบบย่อย รวมถึงกระบวนการโลจิสติกส์ – ห่วงโซ่อุปทาน มีการเน้นเป็นพิเศษถึงความสำคัญของการปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์ให้เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์และการจัดการกระบวนการเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้

Mrnjavac, E. and Ivanovic, S (2007) การอภิปรายเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวตามทฤษฎีการแยกและรวมนักท่องเที่ยวและสินค้า (Discussion on Tourism Logistics Based on the Separation and Combination of Tourists and Items Theory) เพื่อทำความเข้าใจแก่นแท้ของกิจกรรมโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ผู้เขียนจึงศึกษาและสรุปผลการวิจัยที่มีอยู่เกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ พบว่ามีปรากฏการณ์โลจิสติกส์อยู่ 2 ประเภทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากนั้น ผู้เขียนวิเคราะห์กระบวนการข้ามระหว่างปรากฏการณ์โลจิสติกส์ทั้งสองประเภทและการไหลของนักท่องเที่ยวในเชิงลึกจากมุมมองของเวลา และพื้นที่ ตลอดจนระบุปัจจัยสำคัญในกระบวนการแยกและรวมเข้าด้วยกัน จากนั้น โดยเน้นที่ปรากฏการณ์โลจิสติกส์ทั้งสองประเภท ผู้เขียนอธิบายกระบวนการของกิจกรรมโลจิสติกส์การท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์ผ่านกลไกการเปลี่ยนแปลงเข้า-ออก ในที่สุด ฟังก์ชันและวัตถุประสงค์ของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวจะถูกกำหนดผ่านทฤษฎีการแยกและรวมนักท่องเที่ยวและสินค้าในบทความนี้ ซึ่งให้แนวทางที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยในอนาคต

มิติทุนทางปัญญา ทุนวัฒนธรรมและทุนมนุษย์

คัชพล จันเพชร และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านซากแก้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า 1. เมื่อใดที่เกิดการบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดการ 2. เมื่อใดที่ชุมชนมีความเข้มแข็งด้านการบริหารจัดการจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ 3. เมื่อใดที่ชุมชนเกิดการเรียนรู้และเห็นประโยชน์ต่างๆ ร่วมกัน จะนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาสิ่งต่างๆ อย่างมีเอกภาพภายในชุมชน 4. เมื่อใดชุมชนเกิดองค์ความรู้และเห็นคุณค่าของทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น จะนำไปสู่ความหวงแหนในสิ่งเหล่านั้น และ 5. เมื่อใดที่หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการจัดการทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น จะทำให้ชุมชนเกิดความตื่นตัวและสนใจในประโยชน์ของสิ่งเหล่านั้นเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งผู้สนใจควรศึกษาการนำทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสู่ผลิตภัณฑ์

ทางการท่องเที่ยว หรือนำงานวิจัยชิ้นนี้เป็นกรณีศึกษาสำหรับใช้ในการพัฒนาชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ณ สถานที่อื่นๆ ที่มีความน่าสนใจ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไปในอนาคต

วาสนา อาจสาสิกรณ์ รัชฎากร วินิกุล และพิชญ์ บุญนิยม (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทูทางวัฒนธรรมกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีไผดำ บ้านวังน้ำ ตำบลวังยาง อำเภอ คลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ทูทางวัฒนธรรมของบ้านวังน้ำ มี 2 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) ทูทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ และ 2) ทูทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ สำหรับบทบาทของทูทางวัฒนธรรมบ้านวังน้ำ ประกอบด้วย 8 ด้าน มีเส้นที่ต่อผู้มาเยือนและสร้างความประทับใจโดยมีแนวทางพัฒนาการใช้ทูทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีไผดำ ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้ 1) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก 3) พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 4) เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น และ 5) ส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทูทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก ผลการวิจัยพบว่า ชาวไทยพวน อ.ปากพลี มีทูทางสังคมที่เด่นชัดคือทูทางภูมิปัญญาและทูทางวัฒนธรรม ประกอบกับความเป็นมิตรไมตรีช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันส่งผลให้ชาวไทยพวน อ.ปากพลีมีทุนมนุษย์ที่เข้มแข็ง ข้อเสนอแนะคือให้ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแบบพักค้าง โดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างผลานการเรียนรู้

อัษฎาวุฒิ ศรีทน และอุมารินทร์ ตูลารักษ์ (2564) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ทูทางวัฒนธรรมในมิติการท่องเที่ยวชุมชนที่อธิบายผ่านเรื่องเล่าตำนานประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ในวิถีชีวิตชุมชน การศึกษาพบว่าชุมชนได้ใช้ทูทางวัฒนธรรมมาส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งจากอัตลักษณ์สู่ธุรกิจชุมชน การท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากเรื่องเล่าตำนานประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และวิถีชีวิตชุมชนจำแนกออกได้ 7 มิติดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 6) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 7) การท่องเที่ยวเชิงพุทธ เกิดการสร้างรายได้และสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้ยั่งยืนโดยคนท้องถิ่นในชุมชน จนส่งผลให้เกิดเป็นรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์

รามณรงค์ นิลกำแหง (2564) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ทูทางวัฒนธรรม และการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท การศึกษาการรับรู้ทูทางวัฒนธรรมโดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ทูทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ทูทางวัฒนธรรม ด้านโบราณสถานศาสนสถาน โบราณวัตถุ โดยได้คะแนนสูงสุดเป็นอันดับแรก และอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ภาพลักษณ์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยได้คะแนนสูงสุดเป็นอันดับแรกและมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก

การศึกษาแนวโน้มการกลับมาเยือนซ้ำชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะกลับมาเยือนซ้ำในจังหวัดนครราชสีมาพร้อมกับกลุ่มเพื่อนๆ เมื่อมีโอกาสเดินทางเที่ยวอย่างแน่นอนโดยผลการเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มี เพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า การรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ต่อกันและมีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิชชุดา มาชู ปติดา โมราศิลป์ (2560) การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเกาะพะงันทั้งโดยตรงและโดยอ้อมแบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มธุรกิจและแรงงาน กลุ่มคนท้องถิ่น กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่ม เยาวชน ปัญหาที่เกี่ยวข้องจึงแตกต่างกันไปตามประเภทของกลุ่มทุนมนุษย์ทั้ง 4 กลุ่มนี้ ทั้งนี้ในภาพรวม เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะในการทำงาน ทักษะภาษาต่างประเทศ การขาดการพัฒนา อาชีพเสริม การขาดแคลนแรงงานคุณภาพ เป็นต้น แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงควรแบ่งแผนพัฒนาเป็น 3 ระยะ ในระยะสั้นควรมุ่งเน้นการฝึกอบรมต่างๆ ระยะกลางควรพัฒนาเครือข่ายองค์กรเพื่อการพัฒนาทุนมนุษย์ และระยะยาวควรสร้างศูนย์ฝึกอบรมและที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ภัทรกร จิรมหาโกศา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชาวอีสานล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวของชาวอีสานล้านนา 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวของชาวอีสานล้านนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาชุมชนชาวอีสานล้านนา อำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากเอกสาร บทความวิชาการและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วยกลุ่มผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการสินค้าทางการเกษตร ราษฎรชาวบ้าน และผู้อาวุโสท้องถิ่น รวมทั้งสิ้นจำนวน 19 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) และการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus Group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบกึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนชาวอีสานล้านนา ได้แก่ 1) การแบ่งปันข้อมูล 2) การกระจายรายได้และผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 3) การทำให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของทรัพยากรและเข้ามามีส่วนร่วมในการ

พัฒนา 4) การส่งเสริมให้ระบบการจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน โดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยว 5) การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน

Ratapol Wudhikarn, (2024) การประเมินทุนทางปัญญาของประเทศที่ต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้น ระหว่าง ก่อน และระหว่างการระบาดของ COVID-19" 1 (2024) (Evaluating the Intellectual Capital of Intensively Tourism-Dependent Countries Between, Prior, and During the COVID-19 Pandemic) พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความท้าทายที่เกิดจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตั้งแต่ต้นปี 2563 โดยประสบกับการปิดเมืองโดยสมบูรณ์ซึ่งส่งผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อกิจกรรมการเดินทาง การระบาดของไวรัสนี้ส่งผลกระทบอย่างมากต่อทั้งด้านการเงินและที่ไม่ใช่การเงินของชีวิต รวมถึงทุนทางปัญญา (Intellectual Capital: IC) ของภาคการท่องเที่ยวและบริการ อย่างไรก็ตาม ยังมีการศึกษาน้อยที่กล่าวถึงประเด็นนี้ในบริบทของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของ IC โดยรวมและองค์ประกอบต่างๆ ก่อนและระหว่างการระบาดของ COVID-19 โดยเน้นเฉพาะการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของ IC ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่พึ่งพาการท่องเที่ยวอย่างมาก การศึกษาครั้งนี้เกี่ยวข้องกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 37 แห่งที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ข้อมูลองค์กรจากรายงานทางการเงินและรายงานประจำปีที่เคยเผยแพร่ระหว่างปี 2562 ถึง 2563 ถูกรวบรวมเพื่อนำมาวิเคราะห์ การประเมินมูลค่าเพิ่มของทุนทางปัญญา (Value Added Intellectual Coefficient: VAICTM) ถูกนำมาใช้เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของ IC โดยรวมและองค์ประกอบต่างๆ ในช่วงการระบาด ผลลัพธ์จากการทดสอบสมมติฐานสี่ข้อบ่งชี้ว่าสมมติฐานส่วนใหญ่ได้รับการยอมรับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในผลการดำเนินงานของ IC โดยรวมของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตการณ์การระบาด การเปลี่ยนแปลงนี้สังเกตได้ในองค์ประกอบ IC ของทุนทางกายภาพและทุนมนุษย์ อย่างไรก็ตาม ทุนโครงสร้างเป็นองค์ประกอบ IC เพียงอย่างเดียวที่ไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจาก COVID-19 เพื่อทำความเข้าใจเหตุผลและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง IC ในช่วงการระบาด การศึกษาครั้งนี้ได้เจาะลึกวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บทความนี้ยังรวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อสนับสนุนบริษัทในการเตรียมพร้อมสำหรับความท้าทายในอนาคต

Dzenopoljac, V., Senic, V., Labben, T.G., Arici, H.E. and Koseoglu, M. (2025) ทุนทางปัญญาในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว: การทบทวนที่สำคัญและวาระการวิจัยในอนาคต" (2023) (Intellectual capital in hospitality and tourism: a critical review and future research agenda) วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือเพื่อนำเสนอการทบทวนเชิงวิพากษ์ของงานวิจัยด้านทุนทางปัญญา (Intellectual Capital: IC) ในวรรณกรรมด้านการบริการและการท่องเที่ยว (Hospitality and Tourism: HT) ผลการวิจัยพบว่า ความก้าวหน้าในหัวข้อนี้ได้รับการกล่าวถึงผลการวิจัยของผู้เขียนยังเปิดเผยถึงผลผลิตงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประเด็นหลักเมื่อเทียบกับภาคบริการอื่นๆ และระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในสาขาความรู้ เพื่อให้โครงสร้างที่เป็นรูปธรรมในสาขานี้ จึงมีการนำเสนอวาระการวิจัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่แข็งแกร่งระหว่าง IC และผลการดำเนินงานขององค์กร HT ได้รับการพิสูจน์แล้ว แต่ไม่มีงานวิจัยใดก่อนหน้านี้ที่ได้ทำแผนที่องค์ประกอบการวิจัยของ

สิ่งพิมพ์ในงานวิจัย IC เพื่อสนับสนุนความพยายามในการรวบรวมความรู้ในหัวข้อนี้ บทความของผู้เขียนครอบคลุมงานวิจัยที่ได้ดำเนินการไปแล้วเกี่ยวกับประเด็น IC ใน HT ที่ยังมีการศึกษาน้อยจากมุมมองใหม่

Lombardi, R., Schimperna, F. and Marcello, R. (2021) ได้ศึกษา การพัฒนาทุนมนุษย์ และการท่องเที่ยวอัจฉริยะ:หลักฐานเบื้องต้น (Human capital and smart tourism's development: primary evidence) เอกสารนี้จัดทำขึ้นโดยมีการทบทวนวรรณกรรมอย่างมีโครงสร้าง (SLR) เกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่ยั่งยืน โดยแสดงให้เห็นถึงความต้องการทรัพยากรมนุษย์เฉพาะทางและบทบาทของทรัพยากรมนุษย์ในการพัฒนาและปรับปรุงจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยใช้ Scopus ในการค้นหาเอกสารที่ตีพิมพ์ตั้งแต่ปี 2000 ถึง 2020 ซึ่งประกอบด้วยคำค้นหาที่เลือกไว้ ได้มีการพัฒนาการศึกษาวิจัยในระยะยาว ผลการวิจัยหลักๆ แสดงให้เห็นว่าควรพัฒนาและปรับปรุงทุนมนุษย์อย่างไรเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่ยั่งยืน โดยส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศหรือจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ เอกสารนี้ยังอิงจากมุมมองเชิงวิพากษ์วิจารณ์เพื่อตรวจสอบวรรณกรรมปัจจุบันและสำรวจวาระการวิจัยในอนาคต

มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

มณวิภา ยาเจริญ (2023) การวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : ชุมชนลุ่มแม่น้ำว้างตอนล่าง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า จากการสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ 4 หมู่บ้านลุ่มแม่น้ำว้างตอนล่าง ในตำบลแม่วิน อำเภอแม่ว้าง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าชุมชนเหล่านี้มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม และมีวิถีชีวิตชุมชนที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แต่สมาชิกในชุมชนยังขาดความรู้และทักษะด้านการจัดการท่องเที่ยว และขาดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทชุมชนซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชนส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยผู้ประกอบการจากภายนอก และช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ก็ทำให้นักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ชุมชนจึงจำเป็นต้องจัดการท่องเที่ยวที่ลดการพึ่งพาเศรษฐกิจจากภายนอก และมุ่งให้บริการนักท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลักในการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เน้นการจัดการอย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชน ผลจากการพัฒนาได้ช่วยสร้างเสริมศักยภาพของสมาชิกชุมชนให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ชุมชนสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ชุมชนในอนาคต รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้แก่ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

สริตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร, มาริสรา โกเศยะโยธิน (2019) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต สัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มจังหวัดในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

ผลการวิจัยโดยการสังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาทำให้รูปแบบการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์อาหารพบว่า การท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก และสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ได้ เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสามารถแบ่งออกเป็น กลุ่มเด็กและครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน โดยกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้สามารถจัดขึ้นโดยภาคส่วนต่าง ๆ ทั้ง ชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ หรือใช้ความร่วมมือในการจัดการร่วมกัน อีกทั้งในส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของฝาก สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวโดยให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ร้านขายอาหารใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในการประกอบอาหารให้เป็นเอกลักษณ์ หรือ สถานที่พักมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่มาพักถึงกิจกรรมด้านอาหารในท้องถิ่น และจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบพักค้างร่วมกัน เป็นต้นโดยกิจกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นี้ สามารถใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนทรัพยากร และแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่ให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน และสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของชุมชน และประเทศต่อไปได้

ธนาวดี ปิ่นประจักษ์ (2564) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ยใน พื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่ งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากร วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว และความต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ย ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ย และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ยในพื้นที่เกาะลันตา โดยทำการศึกษา 2 พื้นที่หลักของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ยได้แก่ชุมชนโต๊ะบาหลิวและชุมชนสังก้าอูเก็บข้อมูลจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและ เอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะลันตา และตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ยในพื้นที่เกาะลันตา จำนวน 18 คน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่มีร่องรอยวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ยในพื้นที่เกาะลันตาจำนวน 139 คน และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 3 ท่าน ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหาและวิเคราะห์ผลทางสถิติเชิงพรรณนาด้วยความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรที่โดดเด่น เช่น ป่าชายเลน อ่าวสังก้าอูอ่าวพร้าว ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ประเพณีลอยเรือ ภาษาอุรักลาโว้ยเครื่องมือประมงพื้นบ้านและทักษะทางทะเล เป็นต้น ด้านศักยภาพของชุมชน พบว่า ชุมชนโต๊ะบาหลิวมีจุดแข็ง คือ การรักษาวัฒนธรรมและที่อยู่อาศัยดั้งเดิมและที่ตั้งง่ายต่อการเข้าถึง ชุมชนสังก้าอูมีจุดแข็ง คือ การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมและสมาชิกชุมชนมีประสบการณ์ทำงานด้านการท่องเที่ยว ด้านความต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนโต๊ะบาหลิว พบว่า ควรพัฒนาทรัพยากรบุคคล ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค และจัดกิจกรรมที่นำเสนอวิถีชีวิตดั้งเดิม ชุมชนสังก้าอู พบว่า ควรจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วัฒนธรรม2) ความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการกิจกรรม

ที่ตนได้ลงมือทำร่วมกับคนในชุมชนและมีกิจกรรมที่หลากหลายโดยเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาและต้องการให้มีระบบรักษาความปลอดภัย3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับคัดเลือกจากผู้ทรงคุณวุฒิว่าเป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ และ เหมาะสมในการเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เริ่มต้นสำหรับชุมชนโตะบาหลิว ได้แก่ กิจกรรมแต่งแต้ม เติมเรือ กิจกรรมจักสาน งานศิลป์และกิจกรรมจับปลา ลาตะวัน และชุมชนสังกาอู้ ได้แก่ กิจกรรมหลงรส กิจกรรม(หลง) รักษ์ถักทอ กิจกรรมรักษาลาไวจและกิจกรรมรักษาสีลา

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ฌภัทร ทิพย์ศรี (2559) ศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบศักยภาพของพื้นที่และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์การท่องเที่ยวถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ส่วนการ วิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับฝ่ายผู้บริหารจากเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้ประกอบการบริเวณถนนคนเดินและนักวิชาการ ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของพื้นที่ในภาพรวมมีค่าความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยปัจจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านศิลปวัฒนธรรม ซึ่งแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวถนนคนเดินอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวถนนคนเดินที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่น ซึ่งต้องมีรูปแบบถนนคนเดินเฉพาะตัวให้เป็นเอกลักษณ์ของถนนคนเดิน เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวถนนคนเดิน และมุ่งเน้นสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย การจัดระเบียบบนถนนคนเดินร้านค้า ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยปลูกจิตสำนึกถึงมิติของสถานที่ด้านวัฒนธรรม ประเพณีเพื่อให้เป็นสถานที่สำหรับการศึกษาแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านต่าง ๆ ในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

อัจฉพร เณิมชิต,ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์,พรวิทย์ รักษาศรี,ปิยะวรรณ ยางคำ (2562) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบน แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด ชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อทดสอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้การวิจัย เชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 10 คน นักวิชาการ 5 คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ 5 คน และการวิจัย เชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า 1) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านการส่งเสริม การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดใจ ด้านความสามารถเข้าถึงได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ด้านความตระหนัก/จิตสำนึก และด้านที่พัก 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.504$ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.524$ ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.491$ และด้านการส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่า $r = 0.559$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.223$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.198$) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.208$) และด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.247$) มีผลกระทบเชิงบวกกับตัวชี้วัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม

Dimas Rahmad Hidhayat; Henky H. P. Manurung; Hendra Manurung 12Sahid University, Jakarta, Indonesia; Padjadjaran University, Bandung, West Java, Indonesia (2022) คุณภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอินโดนีเซีย (The Quality of Tourist Destinations and The Creative Economy Improvement in Indonesia) บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่ออธิบายถึงการพัฒนาคุณภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอินโดนีเซียซึ่งเป็นที่รู้จักในฐานะประเทศหมู่เกาะที่ใหญ่ที่สุดในโลก การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอินโดนีเซียจำเป็นต้องได้รับการปรับให้เหมาะสมที่สุดโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอินโดนีเซียมาช้านาน การท่องเที่ยวถือเป็นแกนหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยว ในการพัฒนาในอนาคต แหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการสร้างขึ้นอย่างสอดคล้องกันโดยให้ความสำคัญกับการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะและการเข้าถึง/โครงสร้างพื้นฐานโดยรวม และที่สำคัญไม่แพ้กันคือการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องอาศัยการเสริมพลังชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนโดยรอบ การศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของอินโดนีเซียที่ได้รับการสนับสนุนจากการเสริมพลังเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรใช้ระบบที่ครอบคลุม ยั่งยืน และโปร่งใส

Greg Richardsa (2019) ได้ศึกษา การท่องเที่ยว แรงขับเคลื่อนที่ถูกมองข้ามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Tourism, an Underestimated Driving Force for the Creative Economy) พบว่า การศึกษาครั้งนี้จะตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศภูมิภาค และเมืองต่างๆ จำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ กำลังพัฒนานโยบายเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและความคิดสร้างสรรค์กับการเติบโตทางเศรษฐกิจและสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เป็นผลให้เกิดรูปแบบต่างๆ ของ “การท่องเที่ยวสร้างสรรค์” ขึ้น มีการอธิบายกรณีศึกษาของการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จากส่วนต่างๆ ของโลก และศึกษาผลกระทบของกรณีศึกษาเหล่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะให้ความสนใจกับบทบาทของความรู้ ซึ่งองค์กรเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) มองว่าเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือในการหมุนเวียนความรู้และสร้างการเชื่อมโยงระหว่าง

บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวสามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

มตินโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ปวรศ ทวีกาญจน์ (2566) ได้ศึกษา การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติ ขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีความเข้าใจในบริบทด้านการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี แต่ยังมีข้อจำกัดในการผลักดันด้านความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก เห็นได้จากการที่ไม่ได้มีการปรึกษาหารือหรือจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน ในส่วนของการจัดการปกครองแบบร่วมมือกันหลายภาคส่วนพบว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีโดยปัจจัยสำคัญคือกลุ่มผู้ประกอบการ ร้านค้า และผู้อาศัยในพื้นที่ที่มีจิตสำนึกร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าจัดรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ทำให้มีความสอดคล้องต่อวัฒนธรรมมอญ รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกร่วม โดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนความร่วมมือ ด้านความสามารถของบุคลากรพบว่าเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานมีความเข้าใจอย่างดีต่อนโยบาย อีกทั้งระบบโครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจำแนกบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ด้านงบประมาณโดยส่วนใหญ่จะนำไปสนับสนุนในด้านการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เช่น การรักษาความสะอาด ค่าน้ำมันเรือข้ามฝั่ง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดการมีรูปแบบการกระจายอำนาจในพื้นที่เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องระดับชุมชนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบและติดตามนโยบาย โดยมีผู้ใหญ่บ้านของแต่ละหมู่บ้านเป็นผู้จัดประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และสุดท้ายคือทรัพยากรที่แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดยังเป็นต้นทุนที่ดีในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ด้วยความที่แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมไทย-มอญ มีศาสนสถานหลายแห่ง อีกทั้งยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างหลากหลาย ทำให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความชอบแตกต่างกันออกไป ดังนั้น แนวทางในการพัฒนานโยบายคือ ควรจัดทำโครงการหรือกิจกรรมที่ผ่านการปรึกษาหารือกับทุกภาคส่วน เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ให้ทุกภาคส่วนมีบทบาทในการรับผิดชอบโครงการหรือกิจกรรมที่จัดขึ้น รวมถึงจัดทำแผนพัฒนาและขยายเส้นทางในแหล่งท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกระจายเข้าสู่ชุมชนมากขึ้น และท้ายสุดคือควรใช้แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงานตามนโยบายของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดทั้งหมด

พรชพร พงษ์อัมและ อรนนท์ กลันทปุระ (2565) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของกรมการท่องเที่ยว พบว่า ระดับการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของกรมการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของกรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มากที่สุด คือ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ รองลงมา คือ ด้านการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว และด้านการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรกรมการท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระยะเวลาการทำงาน และ ตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน มีการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของกรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

นิชนันท์ อ่อนรัตน์ (2561) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กระบวนการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติในจังหวัดอุบลราชธานีมีการกำหนดนโยบายแบ่งเป็นแผนงาน โครงการ และกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีการพิจารณาทรัพยากรบริหาร ได้แก่ ความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณ เครื่องมือเครื่องใช้ ยานพาหนะ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านการส่งเสริมและการพัฒนาประเพณีท้องถิ่นไทย ปัญหาที่พบ คืองบประมาณที่รัฐจัดสรรให้ มีองค์การ 13 องค์การในจำนวนทั้งสิ้น 17 องค์การเห็นว่างบประมาณไม่เพียงพอ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ก็เป็นปัญหาระดับรองลงมา จากการศึกษาพบว่า ประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการจัดการถึง 12 องค์การ ในจำนวน ทั้งสิ้น 17 องค์การ ผู้วิจัยยังเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของรัฐ โดยสื่อต่างๆ ยังไม่กระจายให้ประชาชนได้รับทราบอย่างถ้วนทั่วคณะกรรมการจัดงานควรหากลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อกระตุ้นหรือสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับการจัดงานให้มากยิ่งขึ้น ส่วนปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์ไม่เพียงพอต่อการจัดงาน จากการศึกษาพบว่า มีองค์การ/หน่วยงานถึง 11 องค์การจาก 17 องค์การ เห็นว่าวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรมไม่เพียงพอ สรุปผลข้อค้นพบ จากการศึกษาที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติก็คือ งบประมาณในการดำเนินการของทั้งองค์การภาครัฐ องค์การผู้นำนโยบายไปปฏิบัติและองค์การภาคเอกชน/ประชาชน พบว่า งบประมาณของหน่วยงานต่างๆ ไม่เพียงพอ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดงาน พบว่า ประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการจัดงาน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงาน จากการศึกษาพบว่าวัสดุอุปกรณ์ที่องค์การ/หน่วยงานนำไปใช้ในการปฏิบัติงานต้องจัดหาให้เพียงพอ ส่วนข้อค้นพบอื่นๆ เช่น ด้านสมรรถนะของหน่วยงาน คือบุคลากรและการติดตามประเมินผลก็เป็นปัญหาระดับกลางหรือไม่รุนแรงแต่อย่างใด

หยีฟาง แซ่ฟาง (2021) ศึกษาวิจัยเรื่อง การนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า (1) การนำนโยบายไปปฏิบัติของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย ด้านความตั้งใจของผู้ปฏิบัติ ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร ด้านทรัพยากรนโยบาย อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งในการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้น ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัด เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านการตลาดท่องเที่ยว ตามลำดับ (3) ความสัมพันธ์ของการนำนโยบายไปปฏิบัติของบุคลากรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ มีค่าระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก ($r = 0.102$)

วรพล เกิดแก้ว (2565) ได้ศึกษา การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองไปปฏิบัติใน จังหวัดราชบุรี พบว่า การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองไปปฏิบัติในจังหวัดราชบุรี ขับเคลื่อนผ่านนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งหวังให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่เมืองรอง 55 จังหวัด โดยการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองไปปฏิบัติในจังหวัด ราชบุรีมี 2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ กรมการพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดราชบุรี โดยกรมการพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีจะดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองผ่านโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีโดยที่กรมการพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีจะเข้าไปเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนผ่านการนำความรู้แนวทางต่างๆ ในการพัฒนาชุมชนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีเอกลักษณ์ และได้มาตรฐานมานำเสนอนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน และมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรีเป็น กระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเน้นที่การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลัก ใน จังหวัดราชบุรีกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีผ่านการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว การทำ คลิปวิดีโอ เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนได้มาก ยิ่งขึ้นโดยผลการศึกษาด้านปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองไป ปฏิบัติในจังหวัด ราชบุรีคือการที่นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองนั้นเป็นนโยบายที่มีลักษณะ มองในภาพรวมของประเทศ ปัญหาด้าน การสื่อสารจากส่วนกลางกับส่วนภูมิภาคไม่เพียงพอและ ปัญหาด้านทรัพยากรที่ไม่เพียงพอ ผลการศึกษาในประเด็นข้อเสนอแนะแนวทางในการดำเนิน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในอนาคต พบว่า ควรจัดให้มียุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเมือง รองแยกจังหวัดให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ควรกำหนดบทบาทของหน่วยงานให้ชัดเจนและควรมีการ อบรมความรู้เกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพิ่มมากขึ้น

Alvaro Lopes Dias, Jose Viana, Leandro Ferreira Pereira (2024) ศึกษา อุปสรรคและ นโยบายที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: ประสบการณ์ของชาวโปรตุเกส (Barriers and policies affecting the implementation of sustainable tourism: the Portuguese experience) พบว่า เอกสารนี้ระบุและจัดอันดับปัจจัยที่ขัดขวางการนำการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนไปใช้ในจุดหมายปลายทางที่กำลังพัฒนา โดยใช้เทคนิคเดลฟิร่วมกับเทคนิค Q-Sort โดยมี ผู้เชี่ยวชาญจัดอันดับ 3 รอบ และวิเคราะห์ผลลัพธ์โดยใช้การทดสอบ Kendall's W พบว่าผู้เชี่ยวชาญ เห็นด้วยกับปัจจัยที่สำคัญที่สุดและสำคัญน้อยที่สุด เช่น การขาดวิสัยทัศน์ระยะยาว การขาดคำจำกัด ความที่ชัดเจน การขาดการบูรณาการเข้ากับนโยบายของรัฐบาล ระบบราชการที่มากเกินไป และ ความสำคัญด้านเศรษฐกิจเทียบกับความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ เอกสารยังพบว่า ผู้เชี่ยวชาญไม่เห็นด้วยกับปัจจัยอื่นๆ โดยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในความคิดเห็น เอกสาร เปรียบเทียบผลลัพธ์กับเอกสารอ้างอิงและยืนยันความสำคัญของวิสัยทัศน์ระยะยาว การบูรณาการ ของรัฐบาล การลดการใช้ระบบราชการ และความชัดเจนในนโยบายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ผู้เชี่ยวชาญมีความตระหนักมากขึ้นในแต่ละรอบ ซึ่งบ่งชี้ถึงความคืบหน้าในการแก้ไขอุปสรรคต่างๆ เอกสารสรุปด้วยการนำเสนอแนวทางการกำหนดนโยบายบางประการสำหรับผู้จัดการจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว

Sarah Schonherr a, Mike Peters a, Kir Kuscer b (2023) นโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: จากการตระหนักรู้เกี่ยวกับวิกฤตสู่การกำหนดมาตรการ(Sustainable tourism policies: From crisis-related awareness to agendas towards measures) ความเกี่ยวข้องของนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มุ่งหวังที่จะสร้างสมดุลระหว่างผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของการท่องเที่ยวนั้นชัดเจนเป็นพิเศษในช่วงวิกฤต COVID-19 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบของวิกฤตที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยว ผลการศึกษาครั้งนี้ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก 24 ครั้งกับองค์กรด้านการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้กำหนดนโยบาย (1) ตระหนักถึงความเกี่ยวข้องของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในช่วงวิกฤต (2) มีการพัฒนาวาระต่างๆ เช่น กลยุทธ์สำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และนโยบายต่างๆ ได้ถูกแปลเป็น (3) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และชุมชน การศึกษาครั้งนี้มีคุณค่าสำหรับการพัฒนาการวิจัยการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามทฤษฎีเกี่ยวกับการซึมซับความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับความแตกต่างของนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศต่างๆ และข้ามทวีปอีกด้วย

Hall, 1994 Tourism and politics: Policy, power and place. หนังสือเล่มนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการเมืองอย่างเป็นระบบในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับนานาชาติไปจนถึงระดับปัจเจกบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 8 บท โดยจะกล่าวถึงการเมืองของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว รัฐบาล และรัฐ นโยบายการท่องเที่ยวระหว่างประเทศและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวและเสถียรภาพทางการเมือง นโยบาย การพึ่งพาและการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและรัฐในท้องถิ่น การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและการนำเสนอความเป็นจริงทางสังคม และการวางตำแหน่งการท่องเที่ยวในสังคมทุนนิยม หนังสือเล่มนี้เน้นย้ำถึงการมีส่วนร่วมที่ความกังวลแบบดั้งเดิมบางประการในการศึกษาด้านการเมือง เช่น อุดมการณ์ การจัดการสถาบัน กลุ่มผลประโยชน์ บทบาทที่เหมาะสมของรัฐบาล ตลอดจนกระบวนการและอำนาจในการจัดทำนโยบาย สามารถมีต่อการทำความเข้าใจประเด็นร่วมสมัยในการศึกษาด้านการท่องเที่ยวได้ โดยสรุปแล้ว หนังสือเล่มนี้ได้แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวอาจทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงการจัดเตรียมอำนาจและค่านิยมในพื้นที่ปลายทางได้อย่างไร และในทางกลับกัน รูปแบบและกระบวนการด้านการท่องเที่ยวเป็นการตอบสนองต่อค่านิยมและผลประโยชน์ที่แตกต่างกันที่ถูกต้องอย่างแท้จริง

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

สรุปแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

แนวคิดองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ของไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ (2556) มี 5 องค์ประกอบคือ 1. การส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow) ที่หมายความรวมถึงการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว, จุดต้อนรับ, จุดพัก, เส้นทางเดินทางภายในและการจัดการระบบการต่อแถว (คิว) 2. การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow) ที่หมายความรวมถึงศูนย์บริการหลัก, ล่าม, ไกด์, มัคคุเทศก์, แผนที่, ป้ายบอกทาง 3. การส่งต่อทางการเงิน (Financial flow) ที่หมายความรวมถึง ค่าธรรมเนียม, บริการแลกเงินตราต่างประเทศ, การรับบัตร debit/credit, ATM,

การคืนเงิน (Refund) 4. สาธารณูปโภค (Facilitating infrastructure) ที่หมายความรวมถึง ห้องน้ำ, สัญญาณโทรศัพท์, Internet e.g., WIFI 3G or more, น้ำดื่ม, จุดพยาบาล/หน่วยแพทย์ฉุกเฉิน/การส่งต่อโรงพยาบาล 5. ความยั่งยืน (Sustainability) ที่หมายความรวมถึง จุดทิ้งขยะ, การแยกขยะ, การใช้วัสดุที่เป็นมิตร, การใช้พลังงานทางเลือก, การบำบัดขยะ/ของเสีย

ซึ่งหากแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยที่มีทั้งความงดงามของธรรมชาติ และความงดงามของวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด สามารถบริหารจัดการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ตามองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ 5 องค์ประกอบได้ครบ แหล่งท่องเที่ยว นั้น จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวและจับจ่ายซื้อสินค้าบริการและที่พัก อีกทั้งยังสามารถสร้างความประทับใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำและเกิดการบอกต่อถึงความประทับใจจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหรือ หรือ จากอีกกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง

แนวคิดองค์ประกอบของทุนทางปัญญา (สังเคราะห์จากประเภทของทุนทางปัญญา L. Edvinsson, and Malone, 1997) องค์กรที่ประสบผลสำเร็จในธุรกิจสิ่งสำคัญประการหนึ่ง คือ การถือครองสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (Edvinsson and Malone, 1997) โดยเฉพาะสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่เรียกว่า “ทุนทางปัญญา” ที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1.ทุนมนุษย์(Human capital) เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ปติพร ธรรมประศาสน์และไพบูลย์ ผจวงค์, 2557) ซึ่งประกอบไปด้วย เช่น ความรู้ความสามารถ ทักษะ การเรียนรู้ ทักษะคิดที่พนักงานได้รับจากองค์กร ส่งผลให้พนักงานทักษะดีขึ้น ความสามารถเพิ่มขึ้น เก่งขึ้น สิ่งเหล่านี้ย่อมสามารถนำองค์กรไปสู่จุดมุ่งหมายที่กิจการกำหนด 2.ทุนเชิงโครงสร้าง (Structural capital) ส่วนทุนเชิงโครงสร้าง เป็นมุมมองภายในกิจการมองด้านระบบ มองด้านการบริหาร การจัดการองค์กรให้เกิดประโยชน์โดยสามารถส่งเสริมให้พนักงาน สามารถทำงานให้เกิดประสิทธิภาพต่อกิจการ (Jurczak, 2008) และ3.ทุนความสัมพันธ์ (Relational Capital) ความสัมพันธ์ด้านลูกค้า คู่ค้า หุ้นส่วนและนักลงทุน เมื่อมีความสัมพันธ์ที่ดีย่อมส่งผลต่อมูลค่าของกิจการ (Ross and Ross, 1997) ดังนั้น ทุนทางปัญญา เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกันทั้งสามองค์ประกอบและทุกคนทุกระดับภายในกิจการ ต้องมีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้ทุนทางปัญญานั้นเกิดขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าแก่กิจการ (ปติพร ธรรมประศาสน์และไพบูลย์ ผจวงค์, 2557อ้างถึงใน พัทธิธรา จิรอุดมสาโรจน์,2562)

และนอกจาก องค์ประกอบหลักของทุนทางปัญญาตามแนวคิดของ Edvinsson, L., and Malone, M.S. 1997 แล้ว ยังมีองค์ประกอบของทุนทางวัฒนธรรม ตามแนวคิดของ David Throsby (1999) ที่แบ่งทุนทางวัฒนธรรมได้ 2 รูปแบบ คือ มีตัวตน (จับต้องได้) และ ไม่มีตัวตน (จับต้องไม่ได้) ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ สิ่งที่เกิดขึ้นในรูปแบบของงานศิลปะและสิ่งประดิษฐ์ เช่น ภาพวาด ประติมากรรม อาคารบ้านเรือนที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ฯลฯ ขณะที่ทุนทางวัฒนธรรมแบบจับ ต้องไม่ได้ประกอบด้วยงานศิลปะ ได้แก่ ดนตรี วรรณกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อที่สืบทอดกันมาและประกอบขึ้นเป็นวัฒนธรรมของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่กำหนดในระดับชาติ ระดับภูมิภาค ศาสนา ชาติ พันธุ์ (David Throsby, 1999, p.168 อ้างถึงใน ถวิลวดี บุรีกุล ,2566)

โดยสรุปในภาพรวมของแนวคิดและทฤษฎีทุนทางปัญญาในงานวิจัยนี้ ที่วิเคราะห์แนวคิดทุนทางปัญญา ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรม ร่วมกันจนเกิดการสังเคราะห์องค์รวมแล้วพบว่า ทั้ง 3 ทุน มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ เช่น ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางสังคม ที่ต้องใช้องค์ประกอบของทุนทางปัญญามาเป็นส่วนช่วยเสริมให้เกิดความยั่งยืน และโดดเด่นมากยิ่งขึ้นในเรื่องการพัฒนากิจการท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จึงต้องทำการศึกษาค้นคว้าองค์ประกอบด้าน 1.ทุนมนุษย์ 2.ทุนเชิงโครงสร้าง 3. ทุนความสัมพันธ์ (สังเคราะห์จากประเภทของทุนทางปัญญา L. Edvinsson, and Malone, 1997) 4. ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (โบราณสถาน วัดถุ สิ่งประดิษฐ์) (David Throsby, 1999) 5. ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม) (David Throsby, 1999)

แนวคิดองค์ประกอบของมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใช้แนวคิดของ ทิบัติ ทัพพกรณ์ 2561

องค์ประกอบของปัจจัยสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถแบ่งออกได้อย่างหลากหลายตามการให้คำนิยามความหมาย แต่ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะเลือกใช้ตาม ทิบัติ ทัพพกรณ์ (2561) เพราะมีการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่า จะต้องประกอบด้วย ปัจจัยภายในของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบการ และรวมถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ โดยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบด้าน การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และด้านความรู้

แนวคิดองค์ประกอบของมิตินโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ตัวแบบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ของ Van Meter and Van Horn มีตัวแปร 6 ตัวแปรที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างตัวนโยบายกับผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย ดังนี้

1) วัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย (policy standards and objectives) องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญในกำหนดการปฏิบัติตามนโยบายคือวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย คือ ปัจจัยกำหนดรายละเอียดของเป้าหมาย นโยบาย วัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบายโดยตัวของ มันเองเป็นตัวการที่ช่วยให้ง่ายต่อการวัด ทั้งนี้ การวัดผลการปฏิบัติตามนโยบายจะกระทำได้ดีชัดเจนเพียงใดขึ้นอยู่กับความชัดเจนของการกำหนดมาตรฐานนโยบายและความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบาย

2) ทรัพยากรนโยบาย (policy resources) ทรัพยากรนโยบาย คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการบริหารนโยบายซึ่งรวมไปถึงเงินและสิ่งเสริมทั้งปวงที่กำหนดไว้ในแผนงานทรัพยากร เหล่านี้จะ เป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมหรือช่วยให้ความสะดวกต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ทรัพยากรนโยบายที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้นโยบายบรรลุผล แต่การนำนโยบายไปปฏิบัติมีความต้องการทรัพยากรเสริมอื่นๆ อีกมาก

3) การสื่อสารระหว่างองค์กร และกิจกรรมการเสริมแรง (inter-organizational communication and enforcement activities) การสื่อสารระหว่างองค์กร คือ การสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานงานและวัตถุประสงค์นโยบาย เพื่อให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบแผนงาน โครงการมีความรู้ความเข้าใจสอดคล้องกัน

4) ลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (the characteristics of lamenting agencies) ได้แก่ สมรรถนะและขนาดของทีมงานในหน่วยงาน ระดับความเข้มข้นของการควบคุม บังคับบัญชาของหน่วยงานย่อยในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทรัพยากรทางการเงินของหน่วยงานการสนับสนุนจากนักกฎหมายและฝ่ายบริหารความมีชีวิตชีวาขององค์กร ระดับการสื่อสาร ระบบเปิดในองค์กร และความสัมพันธ์ อย่างเป็นทางการไม่เป็นทางการระหว่างองค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติกับผู้กำหนดนโยบาย

5) เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง (economic ,social and political conditions) แวน มีเตอร์ และ แวน ฮอร์น กล่าวว่า สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ที่ส่งผลกระทบต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติเป็น ปัจจัยที่เมื่อก่อนไม่ได้มีผู้ให้ความสนใจศึกษาแต่ก็เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าเงื่อนไขและทรัพยากรด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองมีผลสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างมาก ทั้งทางตรงและทางอ้อม

6) ความร่วมมือหรือการตอบสนองของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ความเข้าใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัตินั้นมีส่วนสำคัญและถือว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของนโยบายมากที่สุดปัจจัยหนึ่ง องค์ประกอบของปัจจัยนี้เน้นไปที่ตัวผู้ปฏิบัติ ซึ่งมี 3 ประการ ดังนี้

1. การรับรู้และความเข้าใจของผู้ปฏิบัติที่มีต่อนโยบาย
2. ทิศทางในการตอบสนองต่อนโยบายของผู้ปฏิบัติ
3. ระดับการยอมรับในตัวนโยบายของผู้ปฏิบัติ

ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะเปรียบเหมือนคำอธิบายการนำนโยบายไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อประชาชน ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยก็นำแนวคิดของ Van Meter and Van Horn มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นตัวแปรกลางเพื่อศึกษาอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

แนวคิดองค์ประกอบของมิติการพัฒนากิจการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย (ตัวแปรตาม (Y))

ใช้องค์ประกอบของยุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 1.1: สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคการผลิตและผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเพื่อให้เกิดภูมิคุ้มกัน พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ (Resilient Supply – Side)
- กลยุทธ์ที่ 1.2: กระจายรายได้และความเจริญจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ และ ลดการรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม (Equitable Tourism)
- กลยุทธ์ที่ 1.3: ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลให้แก่อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน (Quality – Based Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 2.1: พัฒนาความปลอดภัย สุขอนามัย และมาตรฐานการท่องเที่ยว ตลอดเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว (Global Standardization)
- กลยุทธ์ที่ 2.2: ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและข้อมูลสารสนเทศ (Digital & Data Infrastructure)
- กลยุทธ์ที่ 2.3: พัฒนาและเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทาง และสาธารณูปโภค เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง (Connectivity & Universal Design)
- กลยุทธ์ที่ 2.4: พัฒนาศักยภาพของบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมีขีดความสามารถในการแข่งขัน (Thai-Class Potential)
- กลยุทธ์ที่ 2.5: สนับสนุนการใช้ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Tourism Economy) เพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวระดับประเทศ และการวางแผนดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 3.1: สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอันน่าประทับใจที่มีคุณค่าเพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Value - Based Tourism)
- กลยุทธ์ที่ 3.2: ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่หลากหลายและสร้างสรรค์ของไทย (High-Potential and Creative Tourism)
- กลยุทธ์ที่ 3.3: ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ (Quality - Based Marketing)

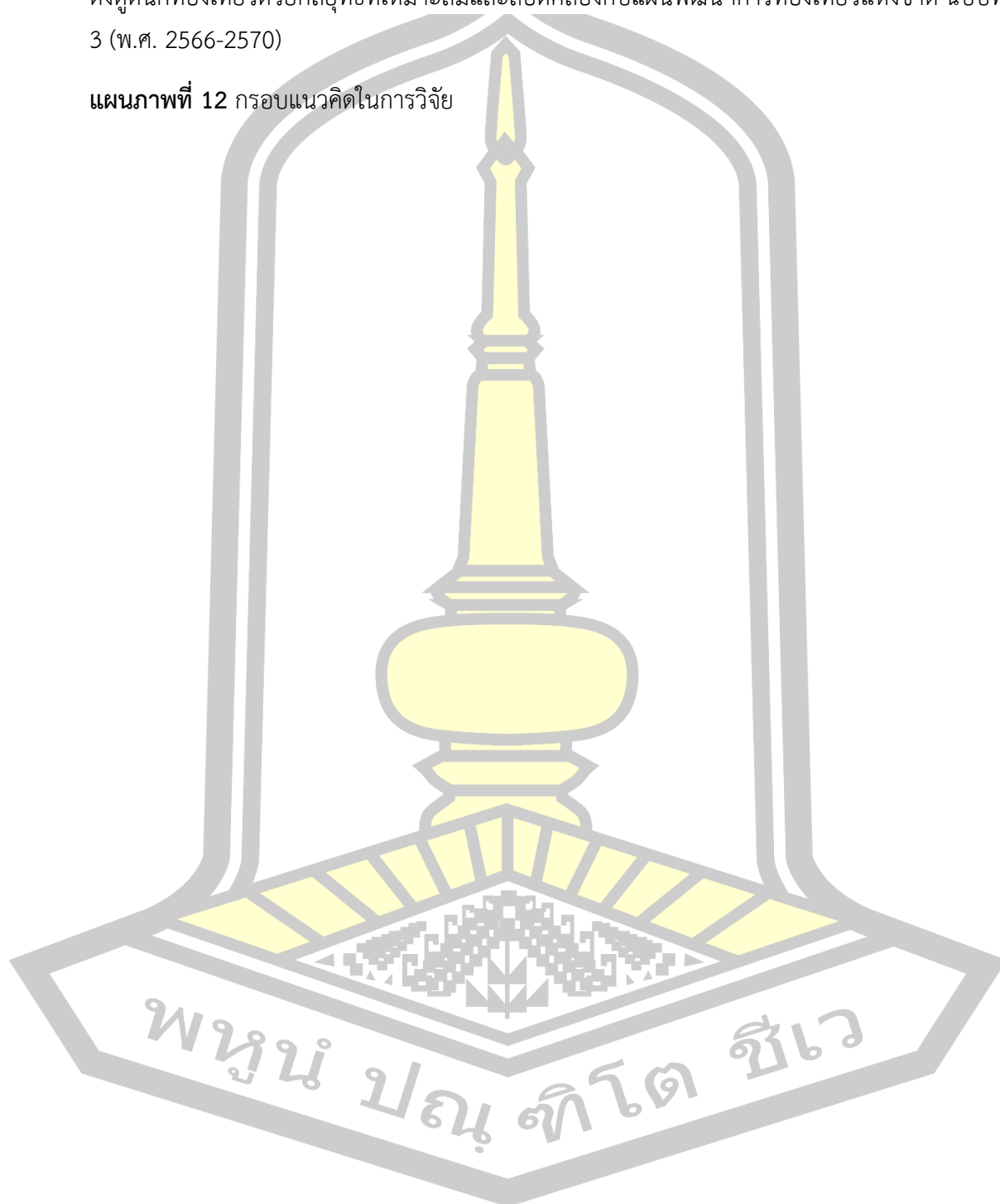
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

- กลยุทธ์ที่ 4.1: เสริมสร้างความสมบูรณ์แก่สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Enriched Environment)
- กลยุทธ์ที่ 4.2: ส่งเสริมการอนุรักษ์และต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ด้วยการประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย (Thai Cultures and Identities)
- กลยุทธ์ที่ 4.3: ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Tourists Management)

สืบเนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมในมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ทูทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ผู้วิจัยจะนำองค์ประกอบสำคัญจากแนวคิดทั้ง 4 มาสังเคราะห์เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) อันจะใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย นอกจากนี้ จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่างๆ อย่างครอบคลุม เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ อย่างรอบด้าน อันจะนำไปสู่การสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา เมื่อการวิจัยแล้วเสร็จ จะมีการนำเสนอแนวทางเชิงนโยบายต่อองค์กรภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางนโยบายและแผนการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง อันจะนำไปสู่การปฏิรูปการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)

แผนภาพที่ 12 กรอบแนวคิดในการวิจัย



งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อสร้างสรรค์แนวทางและข้อเสนอแนะใหม่ๆ อันจะนำไปสู่ความเข้าใจที่ลึกซึ้งและเป็นรูปธรรมในหลากหลายมิติของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยนี้มุ่งหวังที่จะฉายภาพให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและพลวัตของ มิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดการการนักท่องเที่ยว สินค้า บริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน นอกจากนี้ งานวิจัยยังให้ความสำคัญกับการสำรวจ มิติทุนทางปัญญา ซึ่งรวมถึงองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และนวัตกรรมที่สั่งสมอยู่ในบุคลากร องค์กร และชุมชนท้องถิ่น ที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว และขณะเดียวกัน งานวิจัยนี้ยังเจาะลึกถึง มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยพิจารณาถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม การออกแบบ และเทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ท่องเที่ยวที่โดดเด่นและดึงดูดใจ อีกทั้งงานวิจัยยังมุ่งเน้นไปที่ มิตินโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยวิเคราะห์ถึงกลไก กระบวนการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษารอบความรู้แบบบูรณาการใน 4 มิติหลัก ได้แก่ โลจิสติกส์การท่องเที่ยว ทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยคำนึงถึงศักยภาพและบริบทอันโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญ การศึกษาจะวิเคราะห์ปัจจัยหลากหลายที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน เพื่อนำไปสู่การสร้างแนวทางและข้อเสนอแนะใหม่ๆ ที่เป็นองค์ความรู้เฉพาะเจาะจงสำหรับพื้นที่ดังกล่าว อีกทั้งยังสอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) อันจะส่งผลให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้เติบโตอย่างยั่งยืน สร้างสรรค์ และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อันจะนำไปสู่การสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยดังกล่าว และการนำเสนอแนวทางเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา โดยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระยะดังนี้

ขอบเขตการวิจัยการจัดการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย



แผนภาพที่ 13 ขอบเขตการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ในระยะที่ 1 ของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ในระยะที่ 2 ของการศึกษา ได้ดำเนินการสร้างและยืนยันแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยกระบวนการยืนยันแบบจำลองดังกล่าวใช้วิธีการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ (Expertise Verification) ภายหลังจากการยืนยันแบบจำลอง ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

3.1 การวิจัยระยะที่ 1

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1) วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1.1) เป้าหมาย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.2) แหล่งข้อมูล

1.2.1) ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย หมายถึง ประชากร (อายุ 15-59 ปี) ปีงบประมาณ 2567 และนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนในปี 2566 รวมทั้งสิ้นจำนวน 18,540,915 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงนักท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนในปี 2566

แยกรายจังหวัด	จำนวนประชากร (อายุ 15-59 ปี) ปีงบประมาณ 2566	จำนวนนักท่องเที่ยว ปี 2566	รวม
นครราชสีมา	1,717,055	7,939,895	9,656,950
ชัยภูมิ	721,165	1,653,013	2,374,178
บุรีรัมย์	1,037,247	3,449,347	4,486,594
สุรินทร์	898,404	1,124,789	2,023,193
รวม	4,373,871	14,167,044	18,540,915

ที่มา : ข้อมูลสถิติท่องเที่ยวปี 2566 และกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2567

หมายเหตุ : ผู้เยี่ยมเยือน หมายถึง ผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และอื่น ๆ เช่น การเยี่ยมเพื่อน/ญาติ ทั้งที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน โดยเป็นการพักค้างในสถานพักแรม บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ

1.2.2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) การวิจัยเชิงปริมาณ

ในการกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM), ผู้วิจัยได้อ้างอิงตามแนวทางของ Hair และคณะ (Hair et al., 2010) ซึ่งเสนอแนะว่าขนาดตัวอย่างที่เพียงพอควรมีจำนวนระหว่าง 200 ถึง 300 ตัวอย่าง หรือมีอัตราส่วนระหว่างจำนวนตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรสังเกตได้อย่างน้อย 10 ถึง 20 เท่า ในงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 27 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและมีกำลังทางสถิติเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ SEM ตามเกณฑ์ดังกล่าว จึงถูกกำหนดไว้ที่อย่าง

น้อย 540 กลุ่มตัวอย่าง (20 เท่า x 27 ตัวแปรสังเกตได้) ต่อมา ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ซึ่งเป็นการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ โดยไม่จำเป็นต้องมีการจัดทำบัญชีรายชื่อของประชากรทั้งหมดในแต่ละกลุ่ม จากนั้นจึงทำการศึกษาข้อมูลจากทุกหน่วยประชากรที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่ถูกสุ่มเลือก ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้ กลุ่มประชากรเป้าหมายคือพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์

จากนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Judgment Sampling) (Hair et al., 2010) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามให้เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยมีการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	นครราชสีมา/ คน	ชัยภูมิ/ คน	บุรีรัมย์/ คน	สุรินทร์/ คน	รวม/ คน
ผู้บริหารท่องเที่ยวและกีฬา	1	1	1	1	4
บุคลากรในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ตำแหน่ง ด้านการท่องเที่ยว	4	4	4	4	16
นักวิชาการด้านวัฒนธรรม	4	4	4	4	16
เครือข่าย ผู้นำชุมชน	4	4	4	4	16
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	8	8	8	8	32
ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก	8	8	8	8	32
ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง	8	8	8	8	32
เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)	8	8	8	8	32
เจ้าหน้าที่ราชการส่วนภูมิภาค/รัฐวิสาหกิจ/โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/หน่วยราชการอื่นๆ	15	15	15	15	60
พนักงานหน่วยงานเอกชน/เจ้าของกิจการนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	15	15	15	15	60
กลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือน(นักท่องเที่ยว)	20	20	20	20	80
ประชาชนทั่วไปในพื้นที่	20	20	20	20	80

ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงท่องเที่ยว	20	20	20	20	80
	รวม				540

1.3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 1 เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.4) การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยระยะที่ 1 วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1.4.1) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งก็คือ แบบสอบถาม จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสภาพการพัฒนากิจการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.4.2) ศึกษาคำถามในการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย และกรอบแนวคิดในและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเมื่อได้รับทราบข้อมูลมากเพียงพอจึงนำมาสร้างแบบสอบถามตามขอบเขตที่กำหนด

1.4.3) นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไขตรวจสอบความตรงของเนื้อหา อีกทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุงข้อความและความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.4.4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยพิจารณาความถูกต้องด้านการใช้ภาษา ความเหมาะสมของแบบสอบถามการวิจัย เพื่อเป็นการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ให้ที่เครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามมีเนื้อหาที่เป็นตัวแทนของเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการวัดอย่างเพียงพอ เป็นความตรงที่เครื่องมือมีสาระครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2553: 100) โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency หรือ IOC) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 117)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IC แทน ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency)

$\sum$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

R แทน คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ซึ่งให้ระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามแต่ละข้อ ดังนี้

ไม่สอดคล้อง	= -1
ไม่แน่ใจ	= 0
สอดคล้อง	= +1

โดยผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญจะยอมรับเฉพาะข้อที่มีค่าตั้งแต่ .80 ขึ้นไป หากแบบสอบถามข้อใดได้ค่าไม่ถึง .80 จะนำมาปรับปรุงแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพิ่มเติมจนกว่าจะสมบูรณ์ และรายงานให้คณะกรรมการที่ปรึกษาทราบเพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นต่อไป

1.4.5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ โดยนำข้อที่มีค่าเฉลี่ย IOC ตั้งแต่ .80 ไปทดลองใช้ (Try Out) กับตัวแทนกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 40 คน

1.4.6) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์อำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้เทคนิค (Item Total Correlation) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง .20 ถึง 1 แล้วนำไปหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สันระหว่างคะแนนรายข้อ กับคะแนนรวมของแบบสอบถามด้านนั้น เลือกข้อที่มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (รังสรรค์ สิงห์เลิศ. 2551: 140)

1.4.7) นำข้อคำถามที่ได้ตามเกณฑ์มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ทั้งฉบับ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach' alpha Coefficient) (Cronbach, Lee Josphen. 1970: 161) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละชุดทั้งฉบับควรมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป ในการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .94

1.4.8) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปพบอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเดิม เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จนได้รับความเห็นชอบ จึงนำไปจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

1.5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1.5.1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ดำเนินการผ่านการศึกษาดูเอกสาร (Document Analysis) ซึ่งครอบคลุมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ ตำรา แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังรวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากรายงานประจำปีที่เคยเผยแพร่โดยองค์การและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แผนปฏิบัติการประจำปีของแต่ละองค์การที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าโดยตรง ณ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมผ่านทางเว็บไซต์ขององค์การเหล่านั้น

1.5.2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม

(1) ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

(2) ขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์

(3) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ จำนวน 8 คนเป็นผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล

(4) ผู้วิจัยกำหนดการเก็บข้อมูลโดยให้มีการเก็บข้อมูลและทบทวนตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุด และได้มีการจัดแบบพื้นที่เก็บข้อมูล

(5) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามคืน และรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืนทางไปรษณีย์ ทบทวนตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุดเพื่อดำเนินการประมวลผลข้อมูลต่อไป

1.6) การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะมาทำการประมวลผลข้อมูล ที่ลงรหัสจะทำการป้อนข้อมูลของคำตอบในแบบสอบถาม บันทึกเข้าไฟล์ลงในดีสก์ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551: 128) นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

1.6.1) วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ตอนที่ 1

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ จังหวัดที่เดินทางไปท่องเที่ยว และความเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว โดยอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

1.6.2) วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ตอนที่ 2 - ตอนที่ 6

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การวัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา การวัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติและการวัดตัวแปรเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต-สเกล (Likert scale) โดยได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์แปลความหมายของค่าเฉลี่ยคะแนน และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้โปรแกรม AMOS (Analysis of Moment Structures) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง วิเคราะห์ความเชื่อมั่น วิเคราะห์เส้นตรง และวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

1.6.3) สถิติเชิงอนุมาน

ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติขั้นสูงสำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงเชิงทฤษฎี (Theoretical Latent Variables หรือ Constructs) ที่มีความสัมพันธ์กันหลายตัวแปร หรือการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variables) กับตัวแปรสังเกตได้

(Observed Variables) กระบวนการวิเคราะห์ SEM ดำเนินการโดยการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลทั้งหมดพร้อมกันภายใต้ระบบสมการเชิงพร้อม (Simultaneous Equation System)

2) วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2.1) เป้าหมาย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

2.2) แหล่งข้อมูล

2.2.1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources): ในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากการวิเคราะห์เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ มิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติทุนทางสังคม มิติทุนทางวัฒนธรรม มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มิติการนโยบายนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และมีมิติการบริหารและนโยบายนส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2.2) กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 44 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ

กลุ่มเป้าหมายสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ	จำนวน/ คน
1) ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	4
2) ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	4
3) ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	4
4) ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น	4
5) ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	4
6) ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก	4
7) ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง	4
8) ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่	8
9) ตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	8
รวม	44

2.3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และดำเนินการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

2.4) การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

การพัฒนาเครื่องมือวิจัย (ระยะที่ 1: เชิงคุณภาพ): ในการสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพในระยะที่ 1 ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1) การกำหนดประเด็นและการสร้างแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นการสัมภาษณ์และพัฒนาแบบสัมภาษณ์โดยอิงตามทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย จากนั้น แบบสัมภาษณ์ฉบับร่างได้ถูกนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของประเด็นการสัมภาษณ์

2) นำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ และนำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้ง เมื่อได้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว จึงก่อนนำไปใช้จริง

3) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ดังกล่าวผ่านการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

2.5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล (ระยะที่ 1: เชิงคุณภาพ): ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 44 ท่าน โดยมีขั้นตอนดังนี้

การติดต่อและขอความร่วมมือ: ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือราชการในนามบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยมีการกำหนดวัน เวลา และสถานที่นัดหมายที่ชัดเจน

การเตรียมความพร้อมผู้เข้าร่วม โครงสร้างคำถามสำหรับการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion Guideline) ได้ถูกจัดส่งล่วงหน้า 1 สัปดาห์ก่อนการประชุม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เตรียมตัวและพิจารณาประเด็นที่จะมีการอภิปราย (Discussion) เป็นไปตามกำหนดการที่ชัดเจนและเหมาะสม โดยยึดหลักการดำเนินการตามแนวทางและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์อย่างเคร่งครัด

2.6) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล (ระยะที่ 1: เชิงคุณภาพ) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ข้อมูลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ กลุ่มเป้าหมาย และผู้ให้ข้อมูล ได้รับการวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่ง

มุ่งเน้นการพรรณนารายละเอียด การตีความ การค้นหาความหมาย และการอธิบายความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analysis Induction) เพื่อสังเคราะห์สาระสำคัญ ประเด็นความเห็น และข้อความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

กระบวนการวิเคราะห์นี้ได้ดำเนินการควบคู่ไปกับการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบริบทของการศึกษา เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่ศึกษา จากนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อเปรียบเทียบและยืนยันความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของตัวแปรปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยต่อไป

3.2 การวิจัยระยะที่ 2

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและยืนยันแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยผลลัพธ์จากกระบวนการนี้ได้นำไปสู่การนำเสนอแนวทางเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ภายหลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1) เป้าหมาย

1.1) สร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.2) เพื่อยืนยันแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1.3) นำเสนอแนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

2) แหล่งข้อมูล

2.1) แหล่งข้อมูลเอกสาร (Secondary Sources) ได้แก่ การวิเคราะห์เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

2.2) กลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อดำเนินการยืนยันแนวทางเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ (Expertise Verification) ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลสำคัญ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 32 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งประกอบด้วย

2.2.1) ตัวแทนผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

จำนวน 4 คน

2.2.2) ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	จำนวน 4 คน
2.2.3) ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม	จำนวน 4 คน
2.2.4) ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น	จำนวน 4 คน
2.2.5) ตัวแทนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	จำนวน 4 คน
2.2.6) ตัวแทนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	จำนวน 4 คน
2.2.7) ตัวแทนภาคประชาชน	จำนวน 8 คน

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 2 คือ แบบสอบถามประเมินความเหมาะสมของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัย จากผลการวิเคราะห์ในระยะที่ 1 แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือในการพิจารณาและสร้างข้อเสนอแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยดังกล่าว รวมถึงการบูรณาการแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเรียกรวมกันว่า “แนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย”

4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประเมินตัวแบบด้วยตนเอง ภายหลังจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการประเมินแบบจำลองโดยผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลจะถูกนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ (Frequency Table) ควบคู่ไปกับการบรรยายรายละเอียดและสรุปผลการดำเนินการวิจัยในระยะที่ 2 เพื่อให้เห็นภาพรวมของการประเมินความเหมาะสมของแบบจำลองและแนวทางเชิงนโยบายที่พัฒนาขึ้น

การสร้างและยืนยันแนวทางเชิงนโยบาย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและยืนยันแนวทางเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยกระบวนการยืนยันดังกล่าวใช้วิธีการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ (Expertise Verification) จำนวน 32 ท่าน การดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย การดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และ

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว
- 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา
- 4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ
- 4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว
- 4.7 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ
- 4.8 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด
- 4.9 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน
- 4.10 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมและจำนวนความถี่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงและการพัฒนา
- 4.11 ผลการวิเคราะห์จากการศึกษาเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนะทางเชิงนโยบายพัฒนา การจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.12 ผลการสร้างข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
C.V.	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (coefficient of variation)
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติไค-สแควร์ (chi - square)
λ	หมายถึง	น้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading)
e	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (error) ของตัวบ่งชี้
Sig.	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	หมายถึง	ค่าองศาอิสระ
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง
**	หมายถึง	อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01
*	หมายถึง	อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
CFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)
SRMR	หมายถึง	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน หรือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual)
NFI	หมายถึง	ดัชนีความกลมกลืนประเภเปรียบเทียบเกี่ยวกับรูปแบบอิสระ (Normed fit index)
IFI	หมายถึง	ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับรูปแบบฐาน (Incremental fit index)
CFA	หมายถึง	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)
EFA	หมายถึง	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis)
ρ_c	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้

คำอธิบายตัวย่อภาษาอังกฤษที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระบบการตั้งชื่อตัวแปรตามหลักสากล โดยแบ่งเป็น ตัวแปรแฝง (Latent Variables) และ ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ดังนี้

คำอธิบายตัวย่อภาษาอังกฤษที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระบบการตั้งชื่อตัวแปรตามหลักสากล โดยแบ่งเป็น ตัวแปรแฝง (Latent Variables) และ ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ดังนี้

1. ตัวแปรแฝงหลัก (Main Latent Variables)

ตัวย่อ	ชื่อเต็ม (ไทย)	ชื่อเต็ม (อังกฤษ)
Logistics	มิติการจัดการโลจิสติกส์ของ แหล่งท่องเที่ยว	Tourism Logistics Management Dimension
Intellectual	มิติทุนทางปัญญา	Intellectual Capital Dimension
Economy	มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์	Creative Economy Dimension
Policy	มิติการนำนโยบายไปปฏิบัติ	Policy Implementation Dimension
Development	การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว	Tourism Management Development

2. ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables)

2.1 ภายใต้วัดตัวแปรแฝงมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics)

ตัวย่อ	ชื่อเต็ม (ไทย)	ชื่อเต็ม (อังกฤษ)
PT	การส่งต่อทางกายภาพ	Physical Transfer
IT	การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร	Information Transfer
FT	การส่งต่อทางการเงิน	Financial Transfer
UT	สาธารณูปโภค	Utilities
SB	ด้านความยั่งยืน	Sustainability

2.2 ภายใต้วัดตัวแปรแฝงมิติทุนทางปัญญา (Intellectual)

ตัวย่อ	ชื่อเต็ม (ไทย)	ชื่อเต็ม (อังกฤษ)
HC	ทุนมนุษย์	Human Capital
SC	ทุนเชิงโครงสร้าง	Structural Capital
RC	ทุนความสัมพันธ์	Relational Capital
TC	ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้	Tangible Cultural Capital
IC	ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้	Intangible Cultural Capital

2.3 ภายใต้วัดตัวแปรแฝงมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy)

ตัวย่อ	ชื่อเต็ม (ไทย)	ชื่อเต็ม (อังกฤษ)
ED	การศึกษา	Education

CR	การสร้างสรรค์ผลงาน	Creative Works
UIP	การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	Use of Intellectual Property
CU	วัฒนธรรม	Culture
KA	การสะสมความรู้	Knowledge Accumulation
TAI	เทคโนโลยีและนวัตกรรม	Technology and Innovation
KL	ด้านความรู้	Knowledge Level

2.4 ภายใต้ตัวแปรแฝงมิติการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy)

ตัวย่อ	ชื่อเต็ม (ไทย)	ชื่อเต็ม (อังกฤษ)
POS	ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย	Policy Objectives and Standards
PR	ด้านทรัพยากรนโยบาย	Policy Resources
IOC	ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร	Inter-Organizational Communication
CAIP	ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ	Characteristics of Agencies Implementing Policy
ESPC	ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี	Economic, Social, Political, and Technological Conditions
IPI	ด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ	Intent of Policy Implementers

2.5 ภายใต้ตัวแปรแฝงการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development)

ตัวย่อ	ชื่อเต็ม (ไทย)	ชื่อเต็ม (อังกฤษ)
ST	การเสริมสร้างความเข้มแข็ง	Strengthening
DFT	การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	Development of Fundamental Tourism Infrastructure
ETE	การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว	Enhancing Tourist Experience
PST	การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	Promoting Sustainable Tourism

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ

พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย
นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ลำดับที่ 4.1 – 4.11 ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นส่วนที่แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง 540 คน ในพื้นที่ศึกษาซึ่งครอบคลุม 4 จังหวัด คือ (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์) การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จังหวัดที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว และบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ช่วยให้เข้าใจบริบทของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นฐานสำคัญสำหรับการตีความผลการวิจัยในส่วนต่อไป โดยเฉพาะการออกแบบนโยบายที่สอดคล้องกับความหลากหลายของผู้มีส่วนร่วม ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จังหวัดที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว และความเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ			
	ชาย	182	33.7
	หญิง	358	66.3
รวม		540	100
2. อายุ			
	ต่ำกว่า 25 ปี	73	13.5
	25 – 35 ปี	177	32.8
	36 – 45 ปี	123	22.8
	46 – 55 ปี	91	16.9
	สูงกว่า 55 ปี	76	14.1
รวม		540	100
3. ระดับการศึกษา			
	ประถมศึกษา	123	22.8
	มัธยมศึกษา	83	15.4
	ปวช./ปวส.	112	20.7
	ปริญญาตรี	140	25.9

	สูงกว่าปริญญาตรี	82	15.2
รวม		540	100
4. อาชีพ			
	รับจ้างทั่วไป/อิสระ	109	20.2
	เกษตรกร	119	22.0
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	125	23.1
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	7.8
	รับราชการ	145	26.9
รวม		540	100
5. รายได้			
	ต่ำกว่า 15,000 บาท/ปี	51	9.4
	15,000-50,000 บาท/ปี	134	24.8
	50,001- 100,000 บาท/ปี	127	23.5
	100,000-300,000	92	17.00
	300,001 บาทขึ้นไป	136	25.2
รวม		540	100
6. จังหวัดที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว			
	นครราชสีมา	400	74.1
	ชัยภูมิ	373	69.1
	บุรีรัมย์	349	64.6
	สรีรินทร์	374	69.3
รวม		540	100
7. ความเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ			
ตอนล่าง 1			
	เจ้าหน้าที่รัฐสังกัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	20	3.7
	นักวิชาการด้านวัฒนธรรม	16	3.0
	เครือข่ายผู้นำชุมชน	16	3.0
	ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	32	5.9
	ผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึก	32	5.9

	ธุรกิจนำเที่ยว(บริษัททัวร์)และธุรกิจขนส่ง	32	5.9
	เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)	32	11.1
	เจ้าหน้าที่ราชการส่วนภูมิภาค/รัฐวิสาหกิจ/บุคลากรโรงเรียน/ บุคลากรมหาวิทยาลัย/หน่วยราชการอื่นๆ	60	11.1
	พนักงานหน่วยงานเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว/นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	60	14.8
	กลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยว)	80	14.8
	จังหวัดนครราชสีมา	20	3.7
	จังหวัดชัยภูมิ	20	3.7
	จังหวัดบุรีรัมย์	20	3.7
	จังหวัดสุรินทร์	20	3.7
	ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว	80	14.8
รวม		540	100

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 358 คน (ร้อยละ 66.3) รองลงมา เป็นเพศชาย 182 คน (ร้อยละ 55.0) มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี 177 คน (ร้อยละ 32.8) ส่วนใหญ่มี การศึกษาปริญญาตรี 140 คน (ร้อยละ 25.9) ประกอบธุรกิจส่วนตัว 125 คน (ร้อยละ 23.1) รายได้ 300,001 บาท/ปี ขึ้นไป 136 คน (ร้อยละ 25.2) เคยเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัด นครราชสีมา 400 คน (ร้อยละ 74.1) และส่วนใหญ่มีความเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 คือ กลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยว) และประชาชนในพื้นที่ใกล้ แหล่งท่องเที่ยว 80 คน (ร้อยละ 14.8) เท่ากัน

ข้อมูลการนำเสนอลำดับที่ 4.2-4.6 มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดย กำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับ ความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับ ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับ ความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับ ความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับ ความสำคัญน้อยที่สุด

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 5 องค์ประกอบ 15 ข้อคำถาม ประกอบด้วย การส่งต่อทางกายภาพ การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร การส่งต่อทางการเงิน สาธารณูปโภค และด้านความยั่งยืน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังนี้

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อทางกายภาพ

การส่งต่อทางกายภาพ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและรวดเร็ว	540	2	5	3.96	0.730	มาก
สถานที่จอดรถที่เชื่อมโยงไปแหล่งท่องเที่ยวของ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์	540	1	5	3.17	0.923	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	540	1	5	3.26	0.885	ปานกลาง
ระบบการจราจรมีความสะดวกสามารถใช้เส้นทางเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว	540	1	5	3.46	0.965	มาก
โดยรวม				3.46	0.452	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อทางกายภาพ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.452) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและรวดเร็ว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.730) รองลงมา ระบบการจราจรมีความสะดวกสามารถใช้เส้นทางเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.965) สถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.885) และสถานที่จอดรถที่เชื่อมโยงไปแหล่งท่องเที่ยวของ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.923)

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร

การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ศูนย์บริการการท่องเที่ยวและบริการ ต่างๆ อย่างเพียงพอ เช่น ป้ายบอกทาง แผนที่ เป็นต้น	540	1	5	2.86	0.717	ปานกลาง
ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความ ทันสมัยและถูกต้อง สืบค้นง่าย	540	1	5	3.86	0.788	มาก
ช่องทางการสื่อสารข้อมูลด้านการ ท่องเที่ยวมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย สื่อออนไลน์ (เพจต่าง ๆ /แผ่นพับ)	540	1	5	2.92	0.793	ปานกลาง
มีไกด์และมัคคุเทศก์ แนะนำข้อมูลของ แหล่งท่องเที่ยว	540	1	5	3.31	0.993	ปานกลาง
โดยรวม				3.24	0.412	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.412) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความทันสมัยและถูกต้อง สืบค้นง่าย ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.788) รองลงมา มีไกด์และมัคคุเทศก์ แนะนำข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.993) ช่องทางการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย สื่อออนไลน์ (เพจต่าง ๆ /แผ่นพับ) ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$, S.D. = 0.793) และศูนย์บริการการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ อย่างเพียงพอ เช่น ป้ายบอกทาง แผนที่ เป็นต้น น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.86$, S.D. = 0.717)

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อทางการเงิน

การส่งต่อทางการเงิน	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มี ความเหมาะสมและคุ้มค่ากับ ประสบการณ์ที่ได้รับ	540	2	5	3.94	0.744	มาก
การเข้าถึงบริการทางการเงิน เช่น การ แลกเปลี่ยนเงินตรา การใช้บัตรเครดิต หรือการรับชำระค่าบริการแบบโอน จ่าย/QR Code เป็นต้น มีความสะดวก	540	1	5	3.15	0.932	ปานกลาง
โดยรวม				3.55	0.597	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อทางการเงิน ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.597) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับประสบการณ์ที่ได้รับ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.744) รองลงมา การเข้าถึงบริการทางการเงิน เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตรา การใช้บัตรเครดิต หรือการรับชำระค่าบริการแบบโอนจ่าย/QR Code เป็นต้น มีความสะดวก ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 0.932)

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว สาธารณูปโภค

สาธารณูปโภค	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
เส้นทางคมนาคมมีความสะดวกและ เหมาะสมสำหรับการเดินทางของ นักท่องเที่ยว	540	3	5	3.98	0.690	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ห้องน้ำ	540	1	5	2.87	0.719	ปานกลาง

สัญญาณโทรศัพท์ สัญญาณ Internet

เป็นต้น

จุดพยาบาล/หน่วยแพทย์ฉุกเฉิน/การส่ง 540 1 5 2.83 0.685 ปานกลาง
ต่อโรงพยาบาล มีเจ้าหน้าที่สำหรับการ
ให้บริการมีเพียงพอสำหรับบริการ
นักท่องเที่ยว เช่น ตำรวจ อปพร.

อาสาสมัครอื่นๆ

โดยรวม 3.23 0.408 ปานกลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว สาธารณูปโภค ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.408) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง เส้นทางคมนาคมมีความสะดวกและเหมาะสมสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.690) รองลงมา มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ห้องน้ำ สัญญาณโทรศัพท์ สัญญาณ Internet เป็นต้น ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 0.719) และ จุดพยาบาล/หน่วยแพทย์ฉุกเฉิน/การส่งต่อโรงพยาบาล มีเจ้าหน้าที่สำหรับการให้บริการมีเพียงพอสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น ตำรวจ อปพร. อาสาสมัครอื่นๆ น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$, S.D. = 0.685)

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความยั่งยืน

ด้านความยั่งยืน	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
มีการสืบทอด/ถ่ายทอดความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวจากรุ่นสู่รุ่น เกิดการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง	540	1	5	3.14	0.935	ปานกลาง
การท่องเที่ยวในอนาคตควรคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานทางเลือก เป็นต้น	540	3	5	3.97	0.694	มาก
โดยรวม				3.56	0.598	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวด้านความยั่งยืน ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.598) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การท่องเที่ยวในอนาคตควรคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานทางเลือก เป็นต้น ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.694) รองลงมา มีการสืบทอด/ถ่ายทอดความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวจากรุ่นสู่รุ่น เกิดการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.935)

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 5 องค์ประกอบ 13 ข้อคำถาม ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนเชิงโครงสร้าง ทุนความสัมพันธ์ ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังนี้

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนมนุษย์

ทุนมนุษย์	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
กลุ่มจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มี ปราชญ์ด้านต่างๆที่ส่งต่อความรู้ด้าน พิธีกรรมทางศาสนา/ประเพณี ด้าน หัตถกรรม ด้านศิลปกรรม ให้ชุมชนแล้ว นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว	540	1	5	3.03	0.874	ปานกลาง
การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรใน แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญและจำเป็น อย่างยิ่ง	540	1	5	3.18	0.880	ปานกลาง
ท่านมีความพึงพอใจกับการบริการของ เจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยว	540	1	5	3.59	0.879	มาก
โดยรวม				3.27	0.491	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติทุนทางปัญญา ทุนมนุษย์ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.491) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ท่านมีความพึงพอใจกับการบริการของเจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.579) รองลงมา การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = 0.880) และ กลุ่มจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีปราชญ์ด้านต่างๆที่ส่งต่อความรู้ด้านพิธีกรรมทางศาสนา/ประเพณี ด้านหัตถกรรม ด้านศิลปกรรม ให้ชุมชนแล้วนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 0.874)

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนเชิงโครงสร้าง

ทุนเชิงโครงสร้าง	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ระบบการจัดการ ด้านการท่องเที่ยว การบริหารงานของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องภายในจังหวัด มีการวาง โครงสร้างเหมาะสม	540	1	5	2.81	0.676	ปานกลาง
การวางโครงสร้างการอำนวยความสะดวกของสถานที่ ท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจของท่าน ในการเลือกเดินทางมา	540	1	5	3.05	0.921	ปานกลาง
โดยรวม				2.93	0.543	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติทุนทางปัญญา ทุนเชิงโครงสร้าง ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$, S.D. = 0.543) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการวางโครงสร้างการอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกเดินทางมา ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = 0.921) รองลงมา ระบบการจัดการ ด้านการท่องเที่ยว การบริหารงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัด มีการวางโครงสร้างเหมาะสม ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$, S.D. = 0.676)

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนความสัมพันธ์

ทุนความสัมพันธ์	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ

สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และ พิพิธภัณฑสถาน มีผลต่อประสบการณ์การ ท่องเที่ยว	540	1	5	3.03	0.874	ปานกลาง
มรดกทางวัฒนธรรมมีการรักษา ซ่อมแซมหรือดูแลเป็นอย่างดีจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	540	1	5	3.18	0.880	ปานกลาง
มรดกทางวัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละ จังหวัด เป็นจุดดึงดูดกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	540	1	5	2.86	0.717	ปานกลาง
โดยรวม				3.02	0.464	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติทุนทางปัญญา ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$, S.D. = 0.464) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมรดกทางวัฒนธรรมมีการรักษา ซ่อมแซมหรือดูแลเป็นอย่างดีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = 0.880) รองลงมา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑสถาน มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 0.874) และมรดกทางวัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละจังหวัด เป็นจุดดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$, S.D. = 0.717)

ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติทุนทางปัญญา ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้

ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
นอกเหนือจากโบราณสถานต่างๆ การ แสดงศิลปะพื้นบ้าน มีผลต่อ ประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่านไม่ แพ้กัน	540	1	5	3.86	0.788	มาก
การสร้างเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว มี ส่วนช่วยในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับ สถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น	540	1	5	2.92	0.793	ปานกลาง
โดยรวม				3.39	0.549	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติทุนทางปัญญา ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.549) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง นอกเหนือจากโบราณสถานต่างๆ การแสดงศิลปะพื้นบ้าน มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่านไม่แพ้กัน ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.788) รองลงมา การสร้างเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนช่วยในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$, S.D. = 0.793)

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 7 ข้อประกอบ 17 ข้อคำถาม ประกอบด้วย การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และด้านความรู้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังนี้

ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษา

การศึกษา	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การหาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาก่อนมีความสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่าน	540	1	5	3.37	0.922	ปานกลาง
2. การมีกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมในระหว่างเดินทางสร้างความน่าสนใจในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น	540	1	5	3.14	0.897	ปานกลาง
3. ท่านมีความพึงพอใจกับการบริการของเจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยว	540	2	5	3.53	0.896	มาก
โดยรวม				3.35	0.510	ปานกลาง

จากตารางที่ 23 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษา ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.510) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ท่านมีความพึงพอใจกับการบริการของเจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.896) รองลงมา การหาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาก่อนมีความสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่าน ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.922) และการมีกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะและ

วัฒนธรรมในระหว่างเดินทางสร้างความน่าสนใจในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.897)

ตารางที่ 24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ผลงาน

การสร้างสรรค์ผลงาน	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ผลงานที่สร้างสรรค์มีผลต่อการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยว	540	2	5	3.73	0.812	มาก
2. กิจกรรมหรือบริการที่สร้างสรรค์ในระหว่างการท่องเที่ยวช่วยดึงดูดความสนใจ	540	1	5	3.14	0.935	ปานกลาง
3. ผลงานที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว	540	3	5	3.97	0.694	มาก
โดยรวม				3.61	0.562	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ผลงาน ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.562) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ผลงานที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.694) รองลงมา ผลงานที่สร้างสรรค์มีผลต่อการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.812) และ กิจกรรมหรือบริการที่สร้างสรรค์ในระหว่างการท่องเที่ยวช่วยดึงดูดความสนใจ น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.935)

ตารางที่ 25 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การปกป้องผลงานศิลปะและงานฝีมือ มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว	540	1	5	2.86	0.719	ปานกลาง
2. ระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า อัตลักษณ์ของแต่ละที่เพื่อสะสมเป็นที่ระลึก	540	1	5	3.14	0.903	ปานกลาง

3. สินค้าที่มีลิขสิทธิ์จากศิลปินหรือช่างฝีมือท้องถิ่นมีราคาสูงแต่มีคุณค่าทางจิตใจมากกว่าสินค้าเลียนแบบ	540	2	5	3.94	0.748	ปานกลาง
โดยรวม				3.31	0.472	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.472) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องสินค้าที่มีลิขสิทธิ์จากศิลปินหรือช่างฝีมือท้องถิ่นมีราคาสูงแต่มีคุณค่าทางจิตใจมากกว่าสินค้าเลียนแบบ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.748) รองลงมา ระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า อัตลักษณ์ของแต่ละที่เพื่อสะสมเป็นของที่ระลึก ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.903) และการปกป้องผลงานศิลปะและงานฝีมือ มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$, S.D. = 0.719)

ตารางที่ 26 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรม

วัฒนธรรม	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. แหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยว	540	1	5	3.14	0.934	ปานกลาง
2. การอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นถือเป็นการสร้างรายได้และสืบทอดและส่งต่อวัฒนธรรมให้กับคนในท้องถิ่น	540	1	5	3.26	0.922	ปานกลาง
โดยรวม				3.20	0.656	ปานกลาง

จากตารางที่ 26 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรม ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.656) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นถือเป็นการสร้างรายได้และสืบทอดและส่งต่อวัฒนธรรมให้กับคนในท้องถิ่น ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.922) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.934)

ตารางที่ 27 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสั่งสมความรู้

การสั่งสมความรู้	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง นักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นมี ความสำคัญ	540	1	5	2.86	0.717	ปานกลาง
2. ท่านสนใจที่เรียนรู้เกี่ยวกับภูมิ ปัญญาท้องถิ่นจากคนในชุมชน	540	1	5	3.15	0.899	ปานกลาง
โดยรวม				3.00	0.559	ปานกลาง

จากตารางที่ 27 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสั่งสมความรู้ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.559) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ท่านสนใจที่เรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นจากคนในชุมชน ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 0.899) รองลงมา การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นมีความสำคัญ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$, S.D. = 0.717)

ตารางที่ 28 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

เทคโนโลยีและนวัตกรรม	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการ สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว	540	2	5	3.56	0.894	มาก
2. แอปพลิเคชันมือถือช่วยวางแผนการ เดินทางให้สะดวกยิ่งขึ้น	540	2	5	3.73	0.812	มาก
3. ผลิตภัณฑ์ในชุมชนเป็นที่ยอมรับ สร้างสินค้าให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีคุณภาพสูง	540	1	5	3.27	0.931	ปานกลาง
โดยรวม				3.52	0.523	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.523) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง แอปพลิเคชันมือถือช่วยวางแผนการ

เดินทางให้สะดวกยิ่งขึ้น ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.812) รองลงมา เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.894) และผลิตภัณฑ์ในชุมชนเป็นที่ยอมรับ สร้างสินค้าให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีคุณภาพสูง น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.931)

ตารางที่ 29 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความรู้

ด้านความรู้	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. แหล่งท่องเที่ยวควรมีเอกสารข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาและนำมาถ่ายทอดต่อได้	540	2	5	3.87	0.793	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวควรเพิ่มหลักสูตรการฝึกอบรมหรือรูปแบบการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่	540	5	5	5.00	0.000	มากที่สุด
โดยรวม				4.44	0.396	มากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความรู้ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.396) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง แหล่งท่องเที่ยวควรเพิ่มหลักสูตรการฝึกอบรมหรือรูปแบบการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.000) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวควรมีเอกสารข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาและนำมาถ่ายทอดต่อได้ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.793)

4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 6 องค์ประกอบ 15 ข้อคำถาม ประกอบด้วย ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย ด้านทรัพยากรนโยบาย ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี และด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังนี้

ตารางที่ 30 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย

ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. นโยบายการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีเป้าหมายที่ชัดเจน	540	1	5	3.13	0.923	ปานกลาง
2. มาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	540	1	5	3.15	0.921	ปานกลาง
โดยรวม				3.14	0.911	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.911) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 0.921) รองลงมา นโยบายการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีเป้าหมายที่ชัดเจน ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.923)

ตารางที่ 31 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านทรัพยากรนโยบาย

ด้านทรัพยากรนโยบาย	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. แหล่งท่องเที่ยวได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอ	540	1	5	3.29	0.913	ปานกลาง
2. บุคลากรที่ทำงานในแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการให้บริการดี	540	1	5	2.88	0.734	ปานกลาง
โดยรวม				3.09	0.597	ปานกลาง

จากตารางที่ 31 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านทรัพยากรนโยบาย ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.597) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง แหล่งท่องเที่ยวได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.913) รองลงมา บุคลากรที่ทำงานในแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการให้บริการดี ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$, S.D. = 0.734)

ตารางที่ 32 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการน่านโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร

ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการ ท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ มี ความสอดคล้องกัน	540	1	5	3.32	0.933	ปานกลาง
2. มีการบังคับใช้กฎระเบียบด้านการ ท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	540	1	5	3.20	0.839	ปานกลาง
3. มีการสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานงาน และวัตถุประสงค์นโยบาย เพื่อให้ ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความรู้ ความเข้าใจสอดคล้องกัน	540	1	5	3.12	0.893	ปานกลาง
โดยรวม				3.21	0.598	ปานกลาง

จากตารางที่ 32 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติการน่านโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.598) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ มีความสอดคล้องกัน ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.933) รองลงมา มีการบังคับใช้กฎระเบียบด้านการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.839) และมีการสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานงานและวัตถุประสงค์นโยบาย เพื่อให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความรู้ความเข้าใจสอดคล้องกัน น้อยที่สุด ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.893)

ตารางที่ 33 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการน่านโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านลักษณะหน่วยงานที่น่านโยบายไปปฏิบัติ

ด้านลักษณะหน่วยงานที่น่านโยบายไปปฏิบัติ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการดี	540	1	5	3.18	0.840	ปานกลาง
2. หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลด้านการ	540	2	5	3.70	0.829	มาก

ท่องเที่ยวในพื้นที่มีการทำงานที่เป็น
ระบบ มีเพียงพอต่อการให้บริการ
แก่นักท่องเที่ยว

3. ระดับการสื่อสารในองค์การของ แหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นระบบ เปิดเผยให้เกิดการรับรู้ และมีส่วน ร่วม	540	1	5	3.13	0.837	ปานกลาง
โดยรวม				3.34	0.627	ปานกลาง

จากตารางที่ 33 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.627) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่มีการทำงานที่เป็นระบบ มีเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.829) รองลงมา เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นในการให้บริการดี ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = 0.840) และระดับการสื่อสารในองค์การของแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นระบบเปิดเผยให้เกิดการรับรู้ และมีส่วนร่วม น้อยที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.837)

ตารางที่ 34 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี

ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. สภาพเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ในปัจจุบันส่งผลต่อการนำนโยบาย สาธารณะด้านการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไปปฏิบัติ	540	2	5	3.94	0.749	มาก
2. สถานการณ์ทางการเมืองมีผลต่อ การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ทั้งทางตรงและทางอ้อม	540	1	5	3.12	0.914	ปานกลาง
โดยรวม				3.53	0.594	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.594) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สภาพเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลต่อการนำนโยบายสาธารณะด้านการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.749) รองลงมา สถานการณ์ทางการเมืองมีผลต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.914)

ตารางที่ 35 ต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

ด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว	540	2	5	3.79	0.834	มาก
2. ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในทิศทางของการนำนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ	540	2	5	3.86	0.798	มาก
3. ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติยอมรับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว	540	1	5	2.82	0.711	ปานกลาง
โดยรวม				3.49	0.495	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.495) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในทิศทางของการนำนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.798) รองลงมา ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.834) และผู้นำนโยบายไปปฏิบัติยอมรับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$, S.D. = 0.711)

4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 4 องค์ประกอบ 12 ข้อคำถาม ประกอบด้วย การเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ดังนี้

ตารางที่ 36 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็ง

การเสริมสร้างความเข้มแข็ง	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. บุคลากรทุกภาคส่วนได้แก่ ภาครัฐ	540	2	5	3.95	0.742	มาก

ภาคเอกชนและประชาชนใส่ใจและตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว						
2. ท่านเห็นว่าชุมชนที่อยู่บริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งตนเองบริหารจัดการตนเองได้	540	1	5	3.11	0.912	ปานกลาง
3. ประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง	540	2	5	3.81	0.804	มาก
โดยรวม				3.62	0.506	มาก

จากตารางที่ 36 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็ง ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.506) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง บุคลากรทุกภาคส่วนได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนใส่ใจและตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.742) รองลงมา ประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.804) และท่านเห็นว่าชุมชนที่อยู่บริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งตนเอง บริหารจัดการตนเองได้ น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.11$, S.D. = 0.912)

ตารางที่ 37 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. รับรู้ถึงความปลอดภัย สุขอนามัยตลอดเส้นทางท่องเที่ยว	540	2	5	3.87	0.793	มาก
2. ผู้ประกอบการแสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่ดีเลิศ	540	5	5	5.00	0.000	มากที่สุด
3. สิ่งที่เป็นต่อการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก น้ำประปา การเดินทางมีความพร้อม	540	2	5	3.54	0.893	มาก
โดยรวม				4.14	0.422	มาก

จากตารางที่ 37 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.422) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ผู้ประกอบการแสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่ดีเลิศ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.000) รองลงมา รับรู้ถึงความปลอดภัย สุขอนามัย ตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.793) และ สิ่งที่เป็นต่อการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก น้ำประปา การเดินทางมีความพร้อมน้อยที่สุดในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.893)

ตารางที่ 38 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว

การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหมายมากกว่าแค่การพักผ่อนหรือสนุกสนาน	540	2	5	3.56	0.894	มาก
2. มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์	540	2	5	3.92	0.760	มาก
3. ได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจากกิจกรรมท่องเที่ยว	540	2	5	3.94	0.732	มาก
โดยรวม				3.80	0.605	มาก

จากตารางที่ 38 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.605) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจากกิจกรรมท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.732) รองลงมา มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.760) และ แหล่งท่องเที่ยวมีความหมายมากกว่าแค่การพักผ่อนหรือสนุกสนาน น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.894)

ตารางที่ 39 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ

						ความสำคัญ
1. เป็นการท่องเที่ยวที่ยังคงมีความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	540	2	5	4.00	0.726	มาก
2. ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	540	1	5	3.14	0.935	ปานกลาง
3. ท่านรับรู้ว่าคุณในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการ	540	3	5	3.97	0.694	มาก
โดยรวม				3.70	0.477	มาก

จากตารางที่ 39 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.477) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง เป็นการท่องเที่ยวที่ยังคงมีความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.726) รองลงมา ท่านรับรู้ว่าคุณในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.694) และทำให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ น้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.935)

4.7 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณในงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ ทูทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการนำนโยบายไปปฏิบัติ ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์และผลลัพธ์สำคัญ ดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ด้วยกัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์แต่ละตัวกับตัวแปรตาม ดังตารางที่ 4.7.1

ตารางที่ 40 เมตริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ และตัวแปรตาม

ตัวแปร	Logistics	Intellectual	Economy	Policy	Development
Logistics	1	0.772**	0.728**	0.765**	0.742**
Intellectual		1	0.780**	0.735**	0.700**
Economy			1	0.718**	0.719**
Policy				1	0.757**
Development					1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 40 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ด้วยกันทั้งหมด 10 คู่มีความสัมพันธ์กันในทางบวก ซึ่งตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน ทั้งหมด 10 คู่ โดยตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ มิติทุนทางปัญญา (Intellectual) กับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.780 ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างการใช้ความรู้เชิงสร้างสรรค์กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดแต่ยังอยู่ในระดับที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 คือ มิติทุนทางปัญญา(Intellectual) กับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.700 สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเป็นรูปธรรมมีบทบาทสำคัญมากกว่าการใช้ทรัพยากรทางปัญญาเพียงอย่างเดียว

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรตาม การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) ในทางบวก และตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.700 ถึง 0.757 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) สูงสุดคือ คือ มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.757 และตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) ต่ำสุดคือ มิติทุนทางปัญญา(Intellectual) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.700

2. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์ ทั้ง 4 ตัว กับตัวแปรตามการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยรวม ด้วยวิธี Enter (Multiple Regression Analysis) ปรากฏผลดังในตารางที่ 4.7.2

ตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE _{bj}	β	t
Logistics	0.025	0.024	0.027	1.076
Intellectual	-0.012	0.034	-0.012	-0.344
Economy	0.261	0.031	0.257	8.482
Policy	0.694	0.040	0.709	17.297

$R=0.962$, $R^2 = 0.926$, Adjusted $R^2 = 0.925$, $SE_{est} = 0.176$, $F = 1672.944^{**}$, $a = 0.162$

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 41 แบบจำลองการถดถอยพหุคูณสามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ถึง 92.6% ($R^2=0.926$) โดยพบว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ 1) มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy) และ 2) มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) ร่วมกันพยากรณ์ การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.261 และ 0.694 ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.257 และ 0.709 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนตัวแปรมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) มิติทุนทางปัญญา (Intellectual) มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.025 และ -0.012 ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.027 และ -0.012 ตามลำดับ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.962 โดยสามารถพยากรณ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 96.2 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE_{est}) เท่ากับ 0.176 และมีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.162

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจากตารางที่ 41 สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ Development = $0.162 + 0.025\text{Logistics} - 0.012\text{Intellectual} + 0.261\text{Economy} + 0.694\text{Policy}$

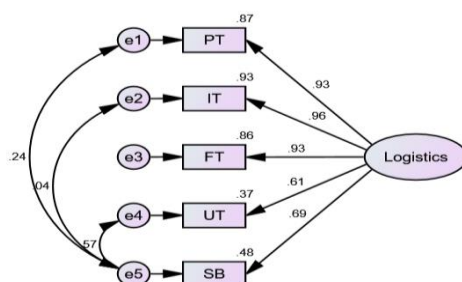
สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน Development = $0.027\text{Logistics} - 0.012\text{Intellectual} + 0.257\text{Economy} + 0.709\text{Polic}$

4.8 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องเชิงทฤษฎีของตัวแบบการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผู้วิจัยได้จำแนกการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ตัวแบบ ได้แก่ ตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ตัวแบบมิติทุนทางปัญญา ตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตัวแบบมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และตัวแปรการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงตัวแบบโดยรวมทั้งหมดซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.8.1 ผลการตรวจตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร คือ การส่งต่อทางกายภาพ (PT) การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (IT) การส่งต่อทางการเงิน (FT) สาธารณูปโภค (UT) และด้านความยั่งยืน (SB)



Chi-square = 3.082, df = 2, P-value = .214, Chi-square/df = 1.541, GFI = .998, CFI = 1.000, NFI = .999, RMR = .004, RMSEA = .032

แผนภาพที่ 14 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 42 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	R ²	ρ_c	ρ_v
มิติการจัดการ	PT	0.93	-	0.87	0.920	0.703
โลจิสติกส์ของ	IT	0.96	45.898**	0.93		
แหล่งท่องเที่ยว	FT	0.93	40.528**	0.86		
(Logistics)	UT	0.61	16.769**	0.37		
	SB	0.69	21.612**	0.48		

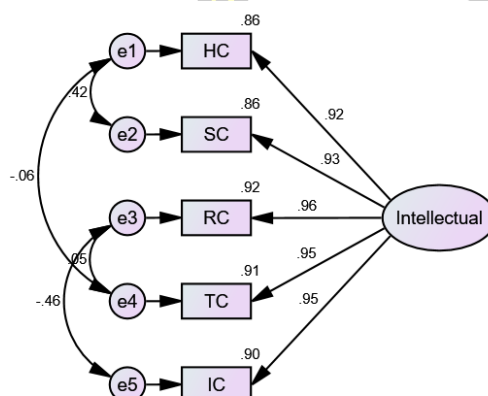
หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P < 0.01$)

จากตารางที่ 42 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุณั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีดัดแปลงตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำความเข้าใจกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้ ตัวแบบทักษะในการสื่อสารหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/Degree of Freedom) เท่ากับ 1.541 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.998 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.032 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบทักษะในการสื่อสาร (ρ_c) เท่ากับ 0.920 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (ρ_v) เท่ากับ 0.703 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.37 ถึง 0.93 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.61 ถึง 0.96 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ ตัวบ่งชี้การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (IT) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ($\lambda=0.96$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดดิจิทัลไลเซชันใน

ยุค 4.0 ดังเช่นในปัจจุบันและค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ สาธารณูปโภค (UT) มีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด ($\lambda=0.61$)

4.8.2 ผลการตรวจตัวแบบมิติทุนทางปัญญา

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบมิติทุนทางปัญญา (Intellectual) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร คือ ทุนมนุษย์ (HC) ทุนเชิงโครงสร้าง (SC) ทุนความสัมพันธ์ (RC) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (TC) และทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (IC)



Chi-square = .246, df = 1, P-value = .620, Chi-square/df = .246,
GFI = 1.000, CFI = 1.000, NFI = 1.000, RMR = .000, RMSEA = .000

แผนภาพที่ 15 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติทุนทางปัญญา

ตารางที่ 43 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิติทุนทางปัญญา

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	R ²	ρ_c	ρ_v
มิติทุนทางปัญญา (Intellectual)	HC	0.92	-	0.86	0.976	0.889
	SC	0.93	52.393**	0.86		
	RC	0.96	40.591**	0.92		
	TC	0.95	41.833**	0.91		
	IC	0.95	41.301**	0.90		

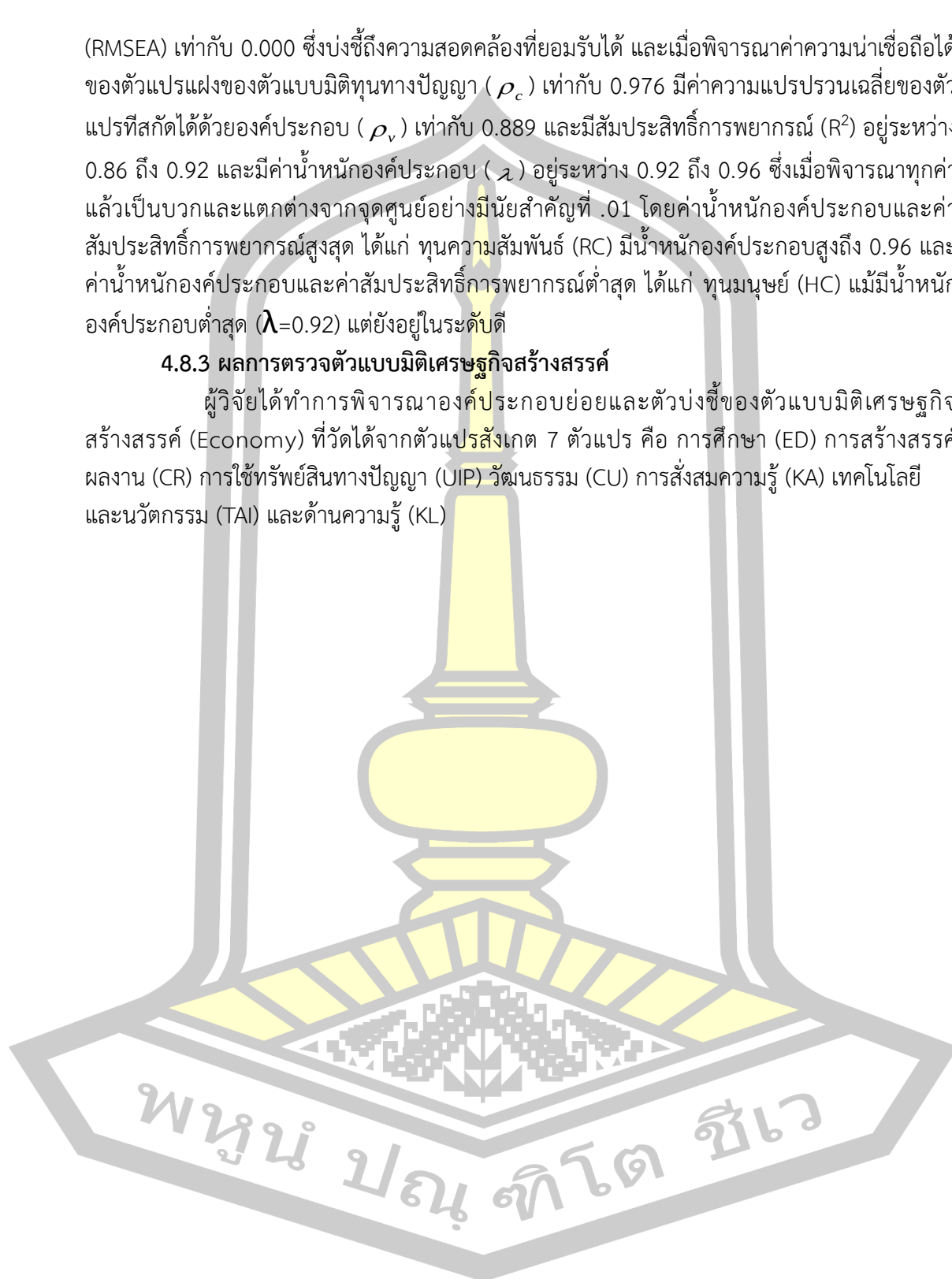
หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P < 0.01$)

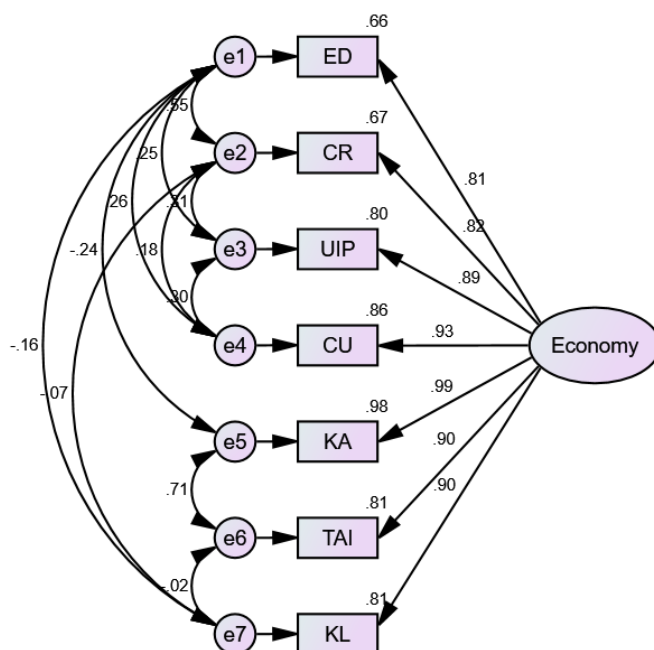
จากตารางที่ 43 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบมิติทุนทางปัญญา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีดัดแปลงตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำความคุ้นเคยกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ ตัวแบบมิติทุนทางปัญญาหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/ Degree of Freedom) เท่ากับ 0.246 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์

(RMSEA) เท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบมิติทุนทางปัญญา (ρ_c) เท่ากับ 0.976 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (ρ_v) เท่ากับ 0.889 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.86 ถึง 0.92 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.92 ถึง 0.96 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ ทุนความสัมพันธ์ (RC) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงถึง 0.96 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ ทุนมนุษย์ (HC) แม้มีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด ($\lambda=0.92$) แต่ยังอยู่ในระดับดี

4.8.3 ผลการตรวจตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 7 ตัวแปร คือ การศึกษา (ED) การสร้างสรรค์ผลงาน (CR) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (UIP) วัฒนธรรม (CU) การสั่งสมความรู้ (KA) เทคโนโลยีและนวัตกรรม (TAI) และด้านความรู้ (KL)





Chi-square = 2.263, df = 3, P-value = .520, Chi-square/df = .754, GFI = .999, CFI = 1.000, NFI = 1.000, RMR = .001, RMSEA = .000

แผนภาพที่ 16 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตารางที่ 44 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	R ²	ρ_c	ρ_v
มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy)	ED	0.81	-	0.66	0.965	0.798
	CR	0.82	31.702**	0.67		
	UIP	0.89	28.191**	0.80		
	CU	0.93	29.429**	0.86		
	KA	0.99	27.439**	0.98		
	TAI	0.90	24.378**	0.81		
	KL	0.90	23.700**	0.81		

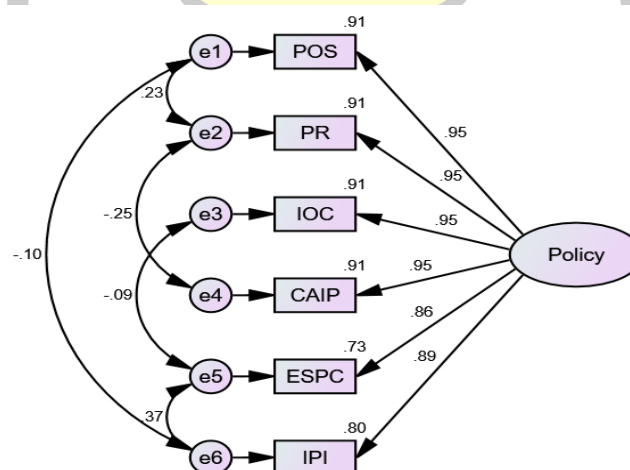
หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P < 0.01)

จากตารางที่ 44 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับรูปแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความ

คลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีดัดแปรตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำความเข้าใจกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ ตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/ Degree of Freedom) เท่ากับ 0.754 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.999 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ρ_c) เท่ากับ 0.965 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (ρ_v) เท่ากับ 0.798 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.81 ถึง 0.99 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.98 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ การสั่งสมความรู้ (KA) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ($\lambda=0.99$) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ การศึกษา (ED) มีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด ($\lambda=0.81$)

4.8.4 ผลการตรวจตัวแบบมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย (POS) ด้านทรัพยากรนโยบาย (PR) ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร (IOC) ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (CAIP) ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี (ESPC) ด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ (IPI)



Chi-square = 6.411, df = 4, P-value = .170, Chi-square/df = 1.603, GFI = .996, CFI = .999, NFI = .999, RMR = .002, RMSEA = .033

แผนภาพที่ 17 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ตารางที่ 45 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

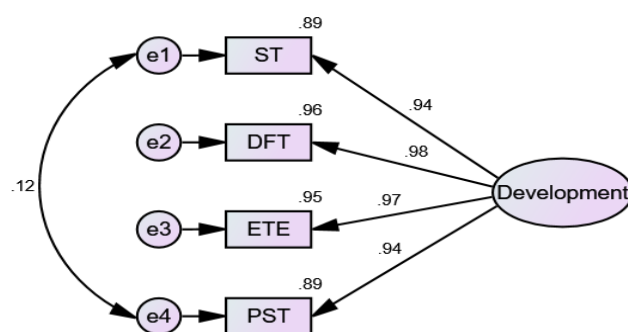
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	R ²	ρ_c	ρ_v
มิตินำนโยบาย ไปสู่การปฏิบัติ (Policy)	POS	0.95	-	0.91	0.974	0.860
	PR	0.95	56.608**	0.91		
	IOC	0.95	49.469**	0.91		
	CAIP	0.95	50.022**	0.91		
	ESPC	0.86	33.095**	0.73		
	IPI	0.89	36.776**	0.80		

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P < 0.01)

จากตารางที่ 45 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีตัดแต่งตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.033 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (ρ_c) เท่ากับ 0.976 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (ρ_v) เท่ากับ 0.860 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) อยู่ระหว่าง 0.73 ถึง 0.91 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.86 ถึง 0.95 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย (POS) ด้านทรัพยากรนโยบาย (PR) ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร (IOC) ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (CAIP) ซึ่งต่างมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ($\lambda=0.95$) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี (ESPC) มีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด ($\lambda=0.86$) ซึ่งให้เห็นความท้าทายในการปรับนโยบายให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่

4.8.5 ผลการตรวจตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร คือ การเสริมสร้างความเข้มแข็ง (ST) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (DFT) การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว (ETE) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (PST)



Chi-square = 1.635, df = 1, P-value = .201, Chi-square/df = 1.635, GFI = .998, CFI = 1.000, NFI = 1.000, RMR = .001, RMSEA = .034

แผนภาพที่ 18 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ตารางที่ 46 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	R ²	ρ_c	ρ_v
การพัฒนาการ	ST	0.94	-	0.89	0.979	0.921
จัดการท่องเที่ยว	DFT	0.98	54.667**	0.96		
(Development)	ETE	0.97	53.179**	0.95		
	PST	0.94	48.823**	0.89		

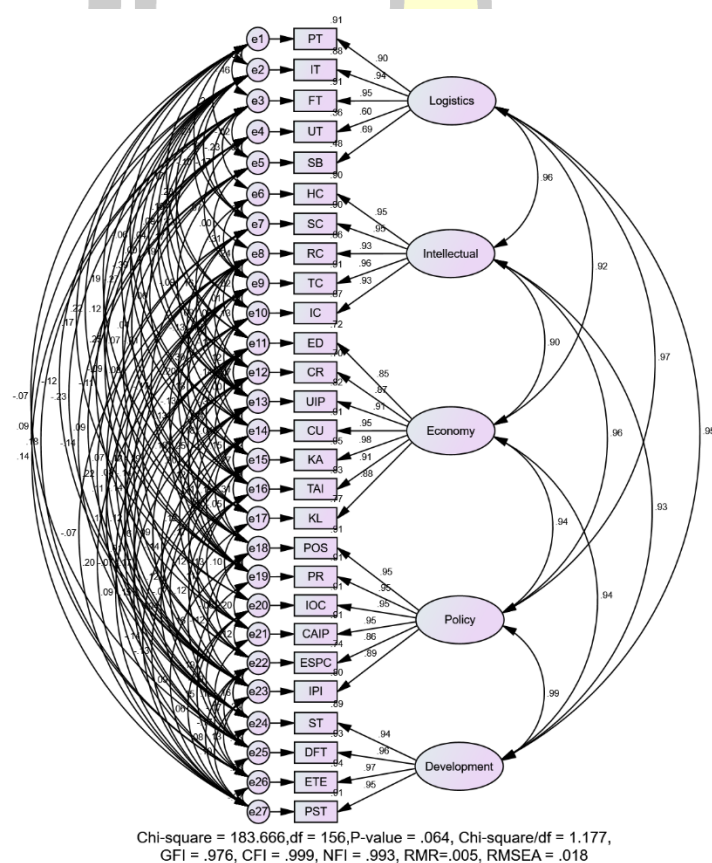
หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P < 0.01)

จากตารางที่ 46 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีดัดแปลงตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำความเข้าใจกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ ตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/ Degree of Freedom) เท่ากับ 1.635 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.998 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.034 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (ρ_c) เท่ากับ 0.979 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (ρ_v) เท่ากับ 0.921 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) อยู่ระหว่าง 0.89 ถึง 0.96 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่

ระหว่าง 0.94 ถึง 0.98 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ คือ การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (DFT) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ($\lambda=0.98$) สะท้อนความสำคัญของการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ การเสริมสร้างความเข้มแข็ง (ST) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (PST) ซึ่งต่างมีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด ($\lambda=0.94$) ซึ่งยังถือว่าอยู่ในระดับดีมาก

4.8.6 ผลการตรวจตัวแบบทั้งหมดในภาพรวม

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ตัวแบบในภาพรวมที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 27 ตัวแปรจาก 5 ตัวแปรแฝง คือ ตัวแปรแฝงมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) ตัวแปรแฝงมิติทุนทางปัญญา (Intellectual) ตัวแปรแฝงมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy) ตัวแปรมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) และตัวแปรแฝงการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development)



แผนภาพที่ 19 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบทั้งหมดในภาพรวม

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบที่ใช้ในการศึกษามีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้น

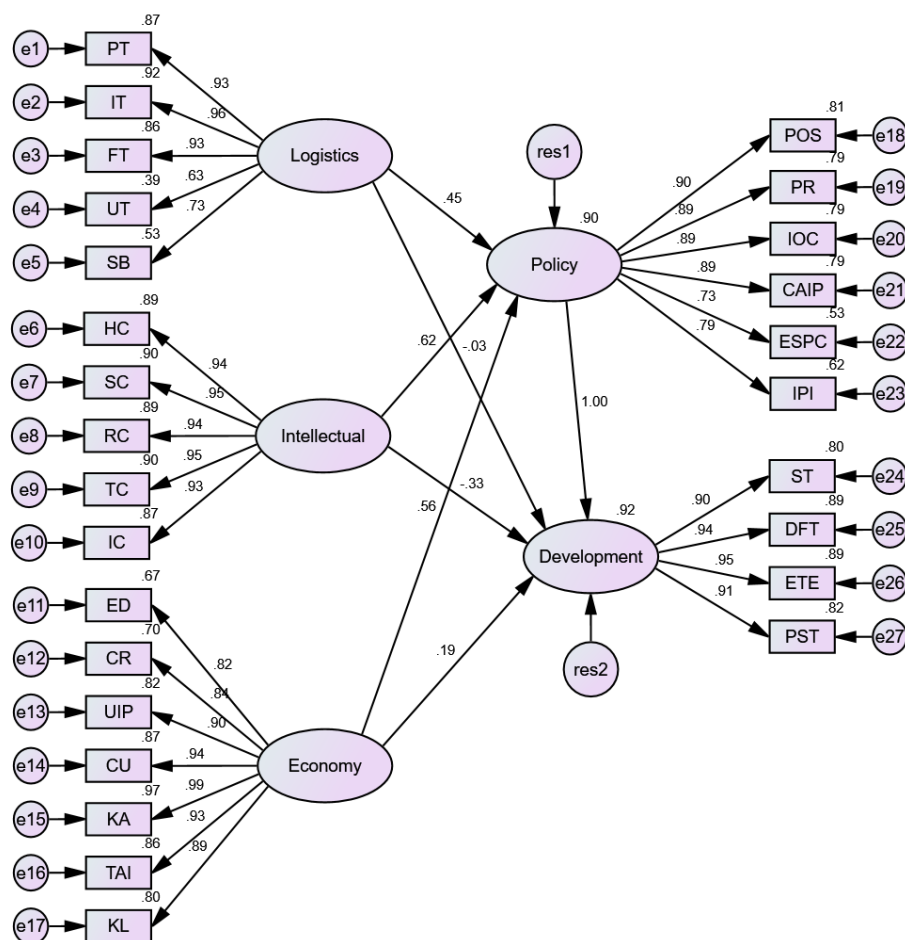
ผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีดัดแปรตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำความเข้าใจกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้ ตัวแบบพฤติกรรมการใช้บริการหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/ Degree of Freedom) เท่ากับ 1.177 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 และจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.976 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.999 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.018 ซึ่งส่วนใหญ่บ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบพฤติกรรมการใช้บริการ (ρ_c) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.915-0.977 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (ρ_v) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.688-0.914 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.36 ถึง 0.94 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 0.97

โดยสรุปการที่ค่า RMSEA=0.018 และ CFI=0.999 สนับสนุนความถูกต้องของกรอบแนวคิดวิจัย แม้พบว่าตัวบ่งชี้บางส่วนในมิติโลจิสติกส์มีค่า R^2 ต่ำ (0.37) แต่เมื่อพิจารณาร่วมกับค่าความเที่ยงรวม (ρ_c =0.920) แล้วยังคงยอมรับได้ทางสถิติ การปรับโมเดลโดยอนุญาตให้มีความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันบางคู่ช่วยเพิ่มความสอดคล้องของโมเดลได้อย่างมีนัยสำคัญ

4.9 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐาน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญามิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการน่านโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิจัยนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis) เพื่อประเมินอิทธิพลเชิงสาเหตุ ทั้งในรูปแบบอิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และอิทธิพลรวม (total effect) ที่มีต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว โดยได้นำตัวแปรสังเกตจำนวน 27 ตัวแปรภายใต้ตัวแปรแฝงจำนวน 5 ตัวแปรมาวิเคราะห์และตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบการวิจัยทั้งในรูปแบบก่อนและหลังการปรับตัวแบบ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.9.1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้าง โดยผลการวิเคราะห์นี้แสดงถึงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการน่านโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

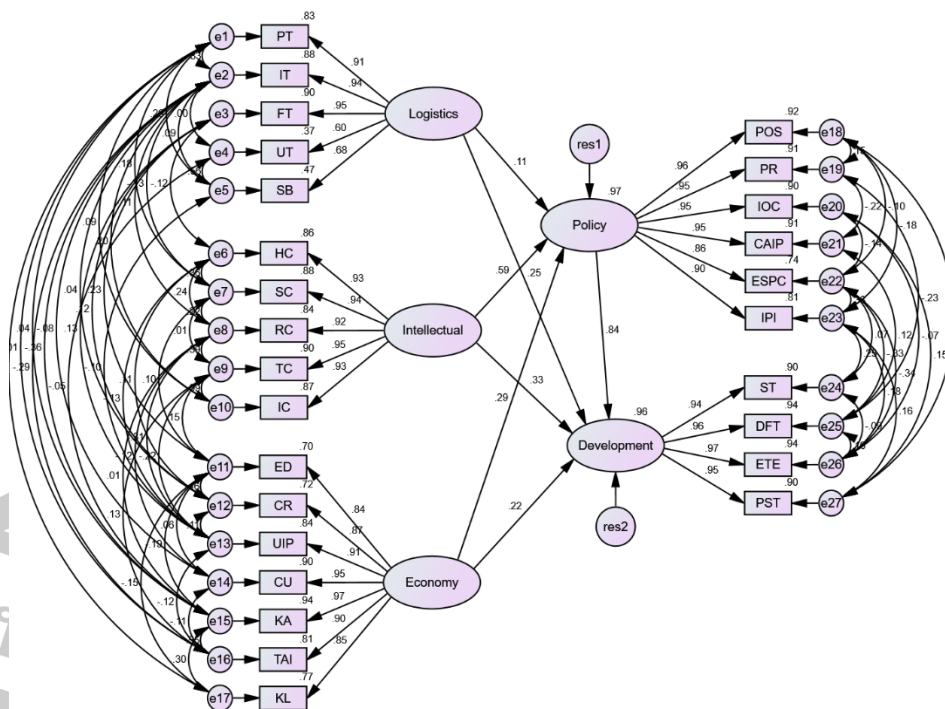


Chi-square = 4190.102, df = 317, P-value = .000, Chi-square/df = 13.218,
GFI = .685, CFI = .852, NFI = .842, RMR = .275, RMSEA = .151

แผนภาพที่ 20 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ก่อนการปรับโมเดล

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ที่ตั้งไว้ตามสมมติฐานที่เสนอ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนปรับตัวแบบการวิจัย มีค่าไค-สแควร์ ต่อค่าองศาอิสระ (χ^2/df) เท่ากับ 13.218 โดยมีค่ามากกว่า 2 ส่วนค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.685 มีค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.151 มีดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.852 และมีการากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (RMR) เท่ากับ 0.275 ซึ่งมีบางดัชนีไม่เป็นไปตามเงื่อนไข ดังที่ได้แสดงในแผนภาพที่ 19

จากผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องต่างๆ พบว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นจึงมีการพิจารณาการปรับตัวแบบ โดยพิจารณาความเป็นไปได้เชิงทฤษฎี และอาศัยดัชนีปรับโมเดล (model modification indices: MI) ซึ่งเป็นการปรับโมเดลตามข้อเสนอแนะที่โปรแกรม Amos นำเสนอให้ซึ่งจะทำให้ค่าไค-สแควร์ ลดลง โดยการผ่อนปรนข้อเงื่อนไขโดยการกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนให้มีความสัมพันธ์กันได้ ปัญหาสำคัญพบในมิติการจัดการโลจิสติกส์ที่แสดงค่าความแปรปรวนที่อธิบายได้ต่ำ ($R^2=0.37$) สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันก่อนหน้านี้ ที่พบว่าตัวบ่งชี้สาธารณูปโภคพื้นฐานมีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำ สิ่งนี้ชวนตั้งสมมติฐานว่าการวัดมิติโลจิสติกส์อาจขาดองค์ประกอบสำคัญบางประการที่เกี่ยวข้องกับบริบทเฉพาะของพื้นที่วิจัย นอกจากนั้นการที่ค่า RMSEA=0.151 ที่เกินเกณฑ์ 0.08 ซึ่งให้เหินว่ามีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ถึง 15.1% โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่า RMR=0.275 ที่สูงมาก บ่งชี้ถึงความเหลื่อมล้ำระหว่างความแปรปรวนที่สังเกตได้กับค่าที่แบบจำลองทำนาย อย่างไรก็ตาม ค่า CFI=0.852 ที่ใกล้เคียงเกณฑ์ 0.90 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีมีทิศทางถูกต้อง แต่ต้องการการปรับปรุงรายละเอียด ผลจากการปรับโมเดลทำให้ได้ตัวแบบการวิจัยดังภาพที่ 4.8 ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้



Chi-square = 206.586, df = 179, P-value = .077, Chi-square/df = 1.154,
GFI = .973, CFI = .999, NFI = .992, RMR = .005, RMSEA = .017

แผนภาพที่ 21 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญามิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว หลังการปรับโมเดล

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ที่ตั้งไว้ตามสมมติฐานที่เสนอ กับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังการปรับตัวแบบการวิจัย มีค่าไค-สแควร์ ต่อค่าองศาอิสระ (χ^2/df) เท่ากับ 1.154 โดยมีค่าน้อยกว่า 2 และจากค่าไค-สแควร์ มีความไวต่อขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงเสนอให้พิจารณาดัชนีอื่นประกอบด้วย ซึ่งค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.973 มีค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.017 มีดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.999 และมีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของค่าความคลาดเคลื่อน (RMR) เท่ากับ 0.005 จึงเป็นไปตามเงื่อนไข สรุปได้ว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างของมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว หลังการปรับตัวแบบการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

ซึ่งการปรับปรุงประกอบด้วย 1)การเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนของตัวบ่งชี้ในมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ 2 คู่ (MI=127.3 และ 98.6) ซึ่งอาจสะท้อนอิทธิพลร่วมของปัจจัยภายนอกที่แบบจำลองเดิมไม่ได้นับรวม 2)การเชื่อมโยงความคลาดเคลื่อนระหว่างมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับทุนทางปัญญา (MI=85.4) สอดคล้องกับแนวคิดระบบนิเวศนวัตกรรมที่ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เสริมแรงซึ่งกันและกัน และ 3) การปรับปรุงความสัมพันธ์ข้ามมิติระหว่างโลจิสติกส์กับการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (MI=76.2) ซึ่งให้เห็นกลไกการทำงานร่วมกันระหว่างโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายภาครัฐ

การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1) *ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ* เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) มีอิทธิพลต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) อยู่ในระดับต่ำมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Logistics $\rightarrow$ Policy, $\beta = 0.11$, $p < .05$) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.97 ($R^2 = 0.97$) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 97 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 **ยอมรับสมมติฐาน** และสรุปได้ว่าโลจิสติกส์มีอิทธิพลน้อยแต่นัยสำคัญต่อนโยบาย แม้ไม่ใช่ปัจจัยหลัก

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (H2) *ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ* เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มิติทุนทางปัญญา (Intellectual) มีอิทธิพลต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) อยู่ในระดับปานกลาง และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Intellectual $\rightarrow$ Policy, $\beta = 0.59$, $p < .01$) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.97 ($R^2 = 0.97$) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 97 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัย

มิตินทางปัญญา (Intellectual) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 **ยอมรับสมมติฐาน**ว่าปัจจัยมิตินทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก และสรุปได้ว่ามิตินทางปัญญาเป็นปัจจัยหลักกำหนดความสำเร็จของการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติ

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 (H3) **ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ** เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มิตินทางปัญญา (Intellectual) มีอิทธิพลต่อมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) อยู่ในระดับปานกลาง และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Economy $\rightarrow$ Policy, $\lambda = 0.29$, $p < .01$) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.97 ($R^2 = 0.97$) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 97 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยมิตินทางปัญญา (Intellectual) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่า**ยอมรับ**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก และสรุปได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทปานกลางแต่จำเป็นต่อการออกแบบนโยบาย

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 4 (H4) **ปัจจัยมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย** เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) อยู่ในระดับสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Policy $\rightarrow$ Development, $\lambda = 0.84$, $p < .01$) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.96 ($R^2 = 0.96$) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 96 ของค่าความแปรปรวนในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบ**ยอมรับ**สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยมิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก โดยที่การปฏิบัติตามนโยบายเป็นปัจจัยกำหนดหลักของความสำเร็จ

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 5 (H5) **ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย** เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มิตินการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) มีอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) **อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ** (Logistics $\rightarrow$ Development, $\lambda = 0.25$, $p < .05$) อย่างไรก็ตามปัจจัยมิตินการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) มีอิทธิพลทางอ้อม (IE) ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) โดยผ่านปัจจัย มิตินทางนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) เท่ากับ 0.19 **อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ** (Logistics

→ Policy → Development, $\lambda = 0.19$, $p < .05$) และพบว่าสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.96 ($R^2 = 0.96$) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 96 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัย การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics) และ ปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 5 ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก โดยที่โลจิสติกส์มีผลทั้งทางตรงและอ้อมต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ อิทธิพลทางตรง ($\beta=0.25^*$) และอิทธิพลทางอ้อม ($\beta=0.19^*$)

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 6 (H6) *ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย* เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มิติทุนทางปัญญา (Intellectual) มีอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Intellectual → Development, $\lambda = 0.33$, $p < .05$) อย่างไรก็ตามปัจจัยมิติทุนทางปัญญา (Intellectual) มีอิทธิพลทางอ้อม (IE) ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) โดยผ่านปัจจัย มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) เท่ากับ 0.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Intellectual → Policy → Development, $\lambda = 0.50$, $p < .01$) และพบว่าสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.96 ($R^2 = 0.96$) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 96 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัย การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยมิติทุนทางปัญญา (Intellectual) และ ปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ 6 ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ว่า ทุนทางปัญญาเป็นหัวใจของการพัฒนาทั้งทางตรงและอ้อม และมีอิทธิพลรวมสูงสุด ($\beta=0.83^{**}$) ผ่านทางตรงคือการใช้ภูมิปัญญาออกแบบบริการท่องเที่ยวและทางอ้อมเป็นการออกแบบนโยบายชุมชน

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 7 (H7) *ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย* เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy) มีอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Economy → Development, $\lambda = 0.22$, $p < .01$) อย่างไรก็ตามปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy) มีอิทธิพลทางอ้อม (IE) ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) โดยผ่านปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) เท่ากับ 0.25 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Economy → Policy → Development, $\lambda = 0.25$, $p < .01$) และพบว่าสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง

(Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.96 ($R^2 = 0.96$) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 96 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัย การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Development) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy) และ ปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์เสริมแรงทั้งทางตรงและผ่านนโยบาย

4.10 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม และจำนวนความถี่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา

ตัวแปรภายนอก (Exogeneous Variables) ที่ใช้ในการศึกษาเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อตัวแปรอื่นในโมเดล แต่ไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรใด ในงานวิจัยนี้ได้แก่มิติการจัดการโลจิสติกส์ มิติทุนทางปัญญา และ มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในขณะที่ตัวแปรภายใน (Endogenous Variables) เป็นปัจจัยที่ถูกอธิบายหรือได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอื่นในโมเดล ได้แก่ มิติการนำนโยบายไปปฏิบัติ และการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว เช่น นโยบาย (Policy) ถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยภายนอก 3 มิติ และส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งตัวแปรภายในทำหน้าที่เป็นทั้ง "ผลลัพธ์" และ "ตัวกลาง" ในการส่งต่ออิทธิพล เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม ตามตารางที่ 4.10.1 พบว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรตาม จะได้รับอิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากปัจจัยเชิงสาเหตุมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีค่าเท่ากับ 0.84 โดยเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมดและไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ส่วนปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นตัวแทรก จะได้รับอิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากปัจจัยเชิงสาเหตุมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยมิติทุนทางปัญญา มีค่าเท่ากับ 0.47 โดยเป็นอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.22 และมีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.25 และได้รับอิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากปัจจัยเชิงสาเหตุมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยมิติทุนทางปัญญา มีค่าเท่ากับ 0.44 และ 0.83 ตามลำดับ โดยเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.25 และ 0.33 ตามลำดับ และมีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.50 และ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 น้ำหนักอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม

Endogenous variables	R^2	Effect	Exogeneous Variable			
			มิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (Logistics)	มิติทุนทางปัญญา (Intellectual)	มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Economy)	มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy)

มิติการนำ นโยบายไปสู่การ ปฏิบัติ (Policy)	0.97	Direct Effect	0.11*	0.59**	0.29**	-
		Indirect Effect	-	-	-	-
		Total Effect	0.11*	0.59**	0.29**	-
การพัฒนาการ จัดการท่องเที่ยว (Development)	0.96	Direct Effect	0.25*	0.33*	0.22**	0.84**
		Indirect Effect	0.19*	0.50**	0.25**	-
		Total Effect	0.44**	0.83**	0.47**	0.84**

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P < 0.01$)

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P < 0.05$)

ซึ่งผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ชี้ให้เห็นกลไกเชิงซ้อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาค โดยมิติการนำนโยบายไปปฏิบัติแสดงบทบาทโดดเด่นที่สุดด้วยอิทธิพลทางตรงสูงสุด ($\beta=0.84^{**}$) ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนนโยบายเป็นแผนปฏิบัติการจริงมีพลังขับเคลื่อนสูงกว่าปัจจัยอื่นถึง 3 เท่า เมื่อเทียบกับอิทธิพลทางตรงของมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ($\beta=0.22^{**}$) สะท้อนให้เห็นว่าการใช้ความคิดสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจจะได้ผลสัมฤทธิ์สูงสุดเมื่อผนวกกับกรอบนโยบายที่ชัดเจน

4.11.1 ผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเกี่ยวกับประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงานของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วจัดลำดับค่าสำคัญการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเป็นค่าความถี่ (Frequency) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในตารางที่ 4.12 ดังนี้

ตารางที่ 48 แสดงผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและ ผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ลำดับที่	ค่าสำคัญ	จำนวนครั้งที่กล่าวถึง	กลุ่มที่กล่าวถึง
1	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการ	20	1.ตัวแทนผู้บริหารสำนักงาน

	พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 ของประเทศไทย		ท่องเที่ยวและกีฬา 3 คน 2.ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา 2 คน 3.ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 2 คน 4.ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น 1 คน 5. ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม 3 คน 6. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก 2 คน 7. ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และ ธุรกิจขนส่ง 2 คน 8. ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ 3 คน 9. ตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงท่องเที่ยว 3 คน
2	องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	13	1.ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา 1 คน 2.ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา 2 คน 3.ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 2 คน 4.ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น 1 คน 5. ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม 3 คน 6. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก 4 คน
3	ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและ	11	1.ตัวแทนผู้บริหารสำนักงาน

	พัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย		ท่องเที่ยวและกีฬา 3 คน 2.ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา 2 คน 3.ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 1 คน 4.ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น 3 คน 5. ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ 1 คน 6. ตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงท่องเที่ยว 1 คน
	รวม	44 ครั้ง	

จากตารางที่ 49 พบว่า การประมวลผลคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กล่าวถึงคำสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายได้กล่าวถึงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มากที่สุด คือ ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต้องอาศัยความร่วมมือและบูรณาการจากทุกภาคส่วน โดยมี "การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืน" เป็นแกนหลัก ผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาเน้น การส่งเสริมทุนทางปัญญา (องค์ความรู้) ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากร ขณะที่สำนักงานท่องเที่ยวฯ ให้ความสำคัญกับ ทุนความสัมพันธ์ ทุนวัฒนธรรม เทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการโลจิสติกส์แบบครบวงจร เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่ง นักวิชาการ/นักการเมืองท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (โรงแรม/อาหาร) เห็นพ้องเรื่อง การขับเคลื่อนข้อมูล การเงิน และการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อกระจายบริการไปยังซีฟพลายเออร์ ผู้ประกอบการของที่ระลึกเน้น การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวและต้นแบบ ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการศึกษา การสร้างสรรค์ การใช้ทรัพยากรทางปัญญา วัฒนธรรม ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคนี้ต้องอาศัยการเสริมสร้างทุนทางปัญญา ความสัมพันธ์ วัฒนธรรม เทคโนโลยี นวัตกรรม การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจำนวนครั้งที่กล่าวถึง จำนวน 20 ครั้ง

รองลงมาคือ องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผลการศึกษาชี้ว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต้องบูรณาการหลากหลายองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกัน ผู้บริหารและตัวแทนสำนักงานท่องเที่ยวฯ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ

(ของที่ระลึก ทัวร์ ขนส่ง) และประชาชนเน้นการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (การศึกษา ทรัพยากรทางปัญญา วัฒนธรรม ความรู้ เทคโนโลยี) กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนทางปัญญา (ทุนมนุษย์ โครงสร้าง ความสัมพันธ์ วัฒนธรรม) ด้านการจัดการท่องเที่ยว เน้นเสริมสร้างความเข้มแข็งแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน ยกระดับประสบการณ์ และการนำนโยบายไปปฏิบัติ (วัตถุประสงค์ ทรัพยากร การสื่อสาร หน่วยงาน) และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเน้นการจัดการโลจิสติกส์ (กายภาพ ข้อมูล การเงิน สาธารณูปโภค ความยั่งยืน) ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด สร้างความพึงพอใจและการบอกต่อ ดังนั้น ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคนี้ขึ้นอยู่กับบูรณาการและ องค์ประกอบเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจ และกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยจำนวนครั้งที่กล่าวถึง จำนวน 13 ครั้ง

และข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยเห็นว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดตั้ง ศูนย์ปฏิบัติการนโยบายดิจิทัล (Digital Policy Hub) ที่เชื่อมโยงข้อมูลแบบเรียลไทม์ระหว่างจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามการดำเนินงาน โดยบูรณาการระบบ IoT สำหรับตรวจสอบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ความพร้อมของที่จอดรถ และจุดบริการฉุกเฉิน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการกระจายทรัพยากรไม่เท่าเทียมที่พบในงานวิจัย ควรเสนอให้มีการยกระดับสาธารณูปโภคพื้นฐานด้วยโมเดล PPP (Public-Private Partnership) หรือการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในกิจการของรัฐ รวมถึงการมีส่วนร่วมชุมชนในระบบโลจิสติกส์ เช่น ออกแบบเส้นทางขนส่งสินค้าท้องถิ่น (เช่น ผ้าไหมบุรีรัมย์) ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ควรพัฒนาระบบพี่เลี้ยงข้ามรุ่น ระหว่างปราชญ์ชุมชนกับเยาวชนท้องถิ่น โดยจัดทำหลักสูตรส่งเสริมการเป็น "ผู้บรรยายวัฒนธรรมท้องถิ่น" (Local Culture Ambassador) ผ่านการแปลงภูมิปัญญาเป็นนโยบาย และควรออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Trail) ที่ผสมผสานเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) หรือเทคโนโลยีที่นำข้อมูลเสมือนมาผสมผสานกับโลกความเป็นจริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสแกน QR Code ตามจุดสำคัญและรับชมการแสดงศิลปะพื้นบ้านแบบอินเทอร์แอคทีฟ เช่น พิธีบายศรีหรือการทอผ้าไหม โดยจำนวนครั้งที่กล่าวถึง จำนวน 11 ครั้ง

ผลการวิเคราะห์ที่ได้ฉายภาพให้เห็นอย่างชัดเจนว่า หัวใจสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 นั้น มีอาคมองข้ามการผสมผสานของสามเสาหลักที่ค้ำจุนกันอย่างลงตัว

ประการแรก รากฐานอันแข็งแกร่งของการพัฒนานั้นอยู่ที่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการตอกย้ำอย่างหนักแน่นจากบรรดาผู้บริหารและตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวฯ รวมถึงนักวิชาการผู้ทรงภูมิในแวดวงการท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่าจุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นอยู่ที่การปลูกฝังความตระหนักและความใส่ใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ยิ่งไปกว่านั้น การส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถยืนหยัดและบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองได้ ควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการเสนอแนะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองนั้น เปรียบเสมือนการสร้างภูมิคุ้มกันจากภายในให้กับการท่องเที่ยวในภูมิภาค

ประการต่อมา การที่จะดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงนั้น จำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่ การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการเน้นย้ำจาก นักวิชาการด้านวัฒนธรรม นักการเมืองท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ตั้งแต่โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก ไปจนถึงธุรกิจนาเที่ยวและขนส่ง รวมถึงเสียงสะท้อนจาก ตัวแทนภาคประชาชนทั้งในและใกล้แหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่า การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จมิได้จำกัดอยู่เพียงการพักผ่อนหรือความสนุกสนานชั่วคราว แต่ต้องสามารถสร้างความหมาย ที่ลึกซึ้งและตรึงตราใจ การนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความประทับใจในทุก สัมผัส ตั้งแต่ระบบการชำระเงินแบบไร้สัมผัส ไปจนถึงการจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ควบคู่ไปกับการ มอบประสบการณ์อันทรงคุณค่าและน่าจดจำผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะสามารถ สร้างความผูกพันและความทรงจำที่ดีให้กับผู้มาเยือนได้อย่างแท้จริง

และสุดท้าย สิ่งที่จะขาดเสียมิได้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่าง มั่นคงคือ การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการเห็นพ้องต้องกัน จากทุกกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมในการศึกษา กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่า การสร้างความเชื่อมั่นในความ ปลอดภัย สุขอนามัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบบริการ ที่เป็นเลิศ และการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการเดินทางและการพักผ่อน เช่น ที่พัก ที่มีคุณภาพ ระบบน้ำประปาที่เพียงพอ และการเดินทางที่สะดวกสบายนั้น เป็นรากฐานสำคัญที่ไม่ อาจละเลยได้

ข้อค้นพบเหล่านี้ไม่ได้ขัดแย้งกับทิศทางการพัฒนาระดับชาติ หากแต่สอดคล้องเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกันกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่ มุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การพัฒนา ปัจจัยพื้นฐานให้มีคุณภาพสูง การยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การดำเนินการตามแนวทางทั้งสามประการนี้อย่างบูรณาการและ สอดประสานกัน จะนำพาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของ ประเทศไทย ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างประโยชน์และความเจริญรุ่งเรืองให้กับทุกภาคส่วนใน ภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

ในส่วนประเด็นคำสำคัญการสัมภาษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายผู้ทรงคุณวุฒิกล่าวถึง เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผล การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประสิทธิภาพการ พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 และข้อเสนอแนะ แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพประสิทธิผล การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้จัดเรียงวิเคราะห์ประเด็นคำสำคัญ ประมวลผลและสรุปเป็นข้อความที่ได้จากการสัมภาษณ์ ตามลำดับ ดังนี้

4.11.2 ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิในกลุ่มจังหวัดตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตารางที่ 4.13 ดังนี้

ตารางที่ 49 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่กล่าวถึง	ร้อยละ
การจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว	2	4.50
การส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow)	2	4.50
การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow)	4	9.00
การส่งต่อทางการเงิน (Financial flow)	1	2.00
ความยั่งยืน (Sustainability)	6	13.00
ทุนทางปัญญา	5	11.00
ทุนมนุษย์	2	4.50
ทุนความสัมพันธ์	3	6.00
ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้	3	6.00
เศรษฐกิจสร้างสรรค์	2	4.50
การศึกษา	2	4.50
การสร้างสรรค์ผลงาน	5	11.00
การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา	1	2.00
การส่งเสริมความรู้	2	4.50
เทคโนโลยีและนวัตกรรม	3	6.00
การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	1	2.00
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 50 พบว่า ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างน่าสนใจ โดยปัจจัยที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด สะท้อนถึง ความตระหนักร่วมกันถึงอนาคตของการท่องเที่ยวที่ต้องตั้งอยู่บนฐานของความยั่งยืน (ร้อยละ 13.00) ประเด็นนี้มีได้เป็นเพียงกระแส แต่หยั่งรากลึกในความเข้าใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้ปฏิบัติงาน ว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวในระยะยาวนั้น จำเป็นต้องควบคู่ไปกับการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป รองลงมาในลำดับความสำคัญ คือ

การส่งเสริมทุนทางปัญญา (ร้อยละ 11.00) ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาบุคลากร แต่ยังรวมถึงการสร้างองค์ความรู้ การเรียนรู้ และการถ่ายทอดประสบการณ์ ซึ่งเปรียบเสมือนชุมทรัพย์ทางปัญญาที่จะขับเคลื่อนนวัตกรรมและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน จากนั้น ปัจจัยที่โดดเด่นขึ้นมาคือ การส่งเสริมให้มีการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow) (ร้อยละ 9.00) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการและทันทั่วถึง เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถตัดสินใจและดำเนินงานได้อย่างราบรื่น ในลำดับถัดมา ปัจจัยที่ได้รับการพิจารณาในสัดส่วนที่เท่ากัน ได้แก่ การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ และการส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ (ร้อยละ 6.00 เท่ากัน) ซึ่งบ่งชี้ว่า เครือข่ายความร่วมมือ ความไว้วางใจ และคุณค่าทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างเสน่ห์และดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ก็ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนเดียวกัน (ร้อยละ 6.00) ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทที่ไม่อาจปฏิเสธได้ของเทคโนโลยีในการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว การจัดการ และการเข้าถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญรองลงมา แต่ยังคงได้รับการพิจารณา ได้แก่ การส่งเสริมให้มีการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow) (ร้อยละ 4.50 เท่ากัน) ซึ่งเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการจัดการระบบการเดินทาง การขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ ขณะที่ปัจจัย การส่งเสริมทุนมนุษย์ การส่งเสริมการพัฒนาบนแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมการศึกษา และการส่งเสริมให้มีการสั่งสมความรู้ ก็ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนเดียวกัน (ร้อยละ 4.50 เท่ากัน) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของการพัฒนาบุคลากร การสร้างมูลค่าเพิ่มจากความคิดสร้างสรรค์ การยกระดับองค์ความรู้ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และในท้ายที่สุด ปัจจัยที่ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมการส่งต่อทางการเงิน (Financial flow) การส่งเสริมการใช้สินทรัพย์ทางปัญญา และการส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม (ร้อยละ 2.0 เท่ากัน) ซึ่งอาจตีความได้ว่า ปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญในเชิงสนับสนุนหรือเป็นผลลัพธ์ที่ตามมาจากการพัฒนาในปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ ดังนั้น ลำดับความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึง วิสัยทัศน์ร่วมกันของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในภูมิภาค ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน องค์ความรู้ ความสัมพันธ์ คุณค่าทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นเสาหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคต

4.11.3 ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตารางที่ 51 ดังนี้

ตารางที่ 50 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	จำนวนครั้งที่กล่าวถึง	ร้อยละ	กลุ่มที่กล่าวถึง
1. องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งต่อทางกายภาพ การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร การส่งต่อทางการเงิน การพัฒนาสาธารณูปโภค และการส่งเสริมพัฒนาด้านความยั่งยืน	7	15.90	ผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา/ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง, ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่
2. องค์ประกอบของส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา ประกอบด้วย การส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ การส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้	9	20.45	ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง, ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่, และตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงท่องเที่ยว
3. องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ส่งเสริมด้านการศึกษา ส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมพัฒนาการส่งเสริมความรู้ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ส่งเสริมพัฒนาด้านความรู้	11	25.00	ผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา/ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น/ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์)

			และธุรกิจขนส่ง, ตัวแทนภาคประชาชน ทั่วไปในพื้นที่, และ ตัวแทนภาคประชาชน ในพื้นที่ใกล้เคียง ท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบของการส่งเสริมการนำนโยบาย ไปสู่การปฏิบัติประกอบด้วย การส่งเสริมการ ทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย การส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากรนโยบาย ส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร ส่งเสริม พัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ	8	18.18	ผู้บริหารสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา/ ตัวแทนนักวิชาการด้าน การท่องเที่ยว/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ตัวแทนภาคประชาชน ทั่วไปในพื้นที่, และ ตัวแทนภาคประชาชน ในพื้นที่ใกล้เคียง ท่องเที่ยว
5. องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการ ท่องเที่ยวประกอบด้วย การเสริมสร้างความ เข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมปัจจัยพื้นฐาน ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการ ยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว	9	20.45	ผู้บริหารสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา/กลุ่ม ตัวแทนสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา/ ตัวแทนนักวิชาการด้าน การท่องเที่ยว/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ผู้ประกอบการด้าน ธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจ นำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง, ตัวแทนภาคประชาชน ทั่วไปในพื้นที่, และ ตัวแทนภาคประชาชน ในพื้นที่ใกล้เคียง ท่องเที่ยว
รวม	44	100	

จากตารางที่ 51 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้

กล่าวถึงมากที่สุด คือ องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้รับการเน้นย้ำอย่างหนักแน่นจากหลากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีสัดส่วนการกล่าวถึงสูงถึงร้อยละ 25.00) กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้อย่างเด่นชัด ได้แก่ ผู้บริหารและตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค รวมถึงนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ผู้ซึ่งมีบทบาทในการนำเสนอองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาที่ทันสมัยนอกจากนี้ เสียงสะท้อนจากตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น ผู้ซึ่งเข้าใจบริบทและศักยภาพของพื้นที่เป็นอย่างดี ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในหลากหลายแขนง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง ต่างก็เห็นพ้องถึงความสำคัญของการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยิ่งไปกว่านั้น แม้แต่เสียงจากภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ และตัวแทนภาคประชาชนที่อาศัยอยู่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ก็ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้อย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบย่อยภายใต้การส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถูกกล่าวถึง พบว่ามีความหลากหลายและครอบคลุมมิติที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมด้านการศึกษา ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาบุคลากรและสร้างองค์ความรู้ใหม่ การส่งเสริมการสร้างสรรคผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่น่าสนใจและดึงดูด การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรทางปัญญา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์มาสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและน่าจดจำ การส่งเสริมพัฒนาการสั่งสมความรู้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและสร้างความแปลกใหม่ และ การส่งเสริมพัฒนาด้านความรู้ ในภาพรวม การที่หลากหลายภาคส่วนให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเหล่านี้อย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึง ความเชื่อมั่นร่วมกันว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น มีศักยภาพอย่างยิ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างความแตกต่าง และนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดยการผสมผสานเอาความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน จะสามารถยกระดับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยให้มีความโดดเด่นและสามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับประเทศและนานาชาติ

ในลำดับถัดมา ปัจจัยที่ได้รับการพิจารณาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา (ร้อยละ 21.90) ซึ่งบ่งชี้ว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังคงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในหลากหลายมิติ เมื่อเจาะลึกลงไปในรายละเอียดขององค์ประกอบย่อยภายใต้การส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา พบว่าครอบคลุมมิติที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ ซึ่งหมายถึงการพัฒนาความรู้ ทักษะ และศักยภาพของบุคลากรในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างระบบ ระเบียบปฏิบัติ และโครงสร้างพื้นฐานทางองค์ความรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนา การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ ซึ่งเน้นการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือ และความไว้วางใจระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ เช่น โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และงานศิลปหัตถกรรม และ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัส

ไม่ได้ เช่น ภาษา ประเพณี วิถีชีวิต และองค์ความรู้ท้องถิ่น การที่องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญาได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่สูงเช่นนี้ สะท้อนให้เห็นถึง ความเชื่อมั่นว่า การลงทุนในการพัฒนาศักยภาพของ "คน" และการเสริมสร้าง "ฐานความรู้" ในทุกมิติ จะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและยั่งยืน การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง และการตระหนักถึงคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรม จะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างมั่นคง

องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว เป็นอีกประเด็นสำคัญที่ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่น่าสนใจ (ร้อยละ 20.10) โดยกลุ่มตัวอย่างได้เน้นย้ำถึง 3 องค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด คือ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว, การส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, การส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยว การที่องค์ประกอบทั้งสามนี้ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่สูง สะท้อนให้เห็นถึง ความเข้าใจว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการและการพัฒนาที่สมดุลในทุกด้าน การมีแหล่งท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง มีปัจจัยพื้นฐานที่พร้อมรองรับ และสามารถมอบประสบการณ์ที่ยอดเยียมให้กับนักท่องเที่ยว จะเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

จากผลการศึกษาเชิงคุณภาพ ยังปรากฏความสำคัญของ องค์ประกอบของการส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่น่าสนใจ (ร้อยละ 17.10) ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำว่า แม้จะมีนโยบายที่ดีเพียงใด หากไม่ได้รับการขับเคลื่อนและนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด องค์ประกอบที่ได้รับการเน้นย้ำ ได้แก่ การส่งเสริมการทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย, การส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากรนโยบาย, การส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กรและ การส่งเสริมพัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และการที่องค์ประกอบเหล่านี้ได้รับการพิจารณาในสัดส่วนที่สูง สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริงนั้น มิได้ขึ้นอยู่กับเพียงการมีนโยบายที่ดีเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ มีการจัดการทรัพยากรที่เหมาะสม มีการสื่อสารที่ราบรื่น และมีหน่วยงานที่พร้อมขับเคลื่อนนโยบายไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ การให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเหล่านี้ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการแปลงวิสัยทัศน์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยและองค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการ กล่าวถึงในสัดส่วนที่น่าสนใจ (ร้อยละ 15.90) ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำว่า การมีระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตและการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาค เมื่อพิจารณาในรายละเอียด องค์ประกอบที่ได้รับการเน้นย้ำ ได้แก่ การส่งต่อทางกายภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว สินค้า และบริการต่างๆ ภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีความสำคัญในการให้ข้อมูลที่

			ตัวแทน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม/ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง/ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่
2. การพัฒนาส่งเสริมด้านปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความปลอดภัย สุขอนามัย ตลอดจนเส้นทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่ดีเลิศ สนับสนุนสิ่งจำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก น้ำประปา การเดินทางมีความพร้อม	11	25.00	ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1/ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว/ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น/ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่
3. การพัฒนาส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความหมายมากกว่าแค่การพักผ่อนหรือสนุกสนานส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจากกิจกรรมท่องเที่ยว	15	35.90	ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1/ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทน

			นักการเมืองท้องถิ่น/ ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัท ทัวร์) และธุรกิจ ขนส่ง/ตัวแทนภาค ประชาชนในพื้นที่ใกล้ แหล่งท่องเที่ยว
รวม	44	100.00	

จากตารางที่ 52 ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้เผยให้เห็นถึงลำดับความสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างชัดเจน โดยประเด็นที่ได้รับการเน้นย้ำมากที่สุด สะท้อนถึง ความมุ่งมั่นในการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.90) ประเด็นนี้มิได้มองข้ามความสำคัญของการสร้างความตระหนักและความใส่ใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของบุคลากรทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ยิ่งไปกว่านั้น การเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนที่อยู่รายรอบแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งพาตนเองและบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองนั้น ถูกมองว่าเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นเจ้าของโดยแท้จริง ในลำดับรองลงมา กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาส่งเสริมการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว (ร้อยละ 35.90) ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการที่จะยกระดับการท่องเที่ยวให้เหนือกว่าเพียงแค่การพักผ่อนหย่อนใจ การสร้างความหมายและความผูกพันที่ลึกซึ้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความประทับใจและความสะดวกสบาย เช่น ระบบการชำระเงินแบบไร้สัมผัส และการจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ควบคู่ไปกับการมอบประสบการณ์อันทรงคุณค่าและน่าจดจำผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะสามารถสร้างความประทับใจและความทรงจำที่ดีให้กับผู้มาเยือนได้อย่างแท้จริง และในลำดับสุดท้าย แต่ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่ง คือ การพัฒนาส่งเสริมด้านปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 25.00) ประเด็นนี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย สุขอนามัยตลอดเส้นทางท่องเที่ยว การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบบริการที่เป็นเลิศและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการเดินทางและการพักผ่อน เช่น ที่พักที่มีคุณภาพ ระบบน้ำประปาที่เพียงพอ และการเดินทางที่สะดวกสบาย ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จะสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและกลับมาอีกครั้ง

การลำดับความสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างได้นำเสนอ สะท้อนให้เห็นถึง ความเข้าใจที่ลึกซึ้งถึงความเชื่อมโยงระหว่างการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว การยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการให้ความสำคัญกับทั้งสามประเด็นนี้อย่างสมดุล จะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืนและสามารถสร้างประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วนได้อย่างแท้จริง

4.11.5 สรุปผลการวิเคราะห์วิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

จากวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้นำผลการวิเคราะห์จากผลการศึกษาและการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และประเด็นคำถามตามแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย และผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จำนวน 44 คน สรุปประเด็นผลการวิเคราะห์ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืน (ร้อยละ 13.00) ส่งเสริมทุนทางปัญญา (ร้อยละ 11.00) ส่งเสริมให้มีการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow) (ร้อยละ 9.00) ส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ (ร้อยละ 6.00) ส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ (ร้อยละ 6.00) ส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม (ร้อยละ 6.00) ส่งเสริมให้มีการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow) (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมทุนมนุษย์ (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการพัฒนาบนแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการศึกษา (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมให้มีการสั่งสมความรู้ (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการส่งต่อทางการเงิน (Financial flow) (ร้อยละ 2.0) ส่งเสริมการใช้สินทรัพย์ทางปัญญา (ร้อยละ 2.0) และส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม (ร้อยละ 2.0) ตามลำดับ

ประเด็นที่ 2 องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กล่าวถึงมากที่สุด คือ องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ส่งเสริมด้านการศึกษา ส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมพัฒนาการสั่งสมความรู้ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งเสริมพัฒนาความรู้ (ร้อยละ 25.00) รองลงมาคือ องค์ประกอบของส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา ประกอบด้วย การส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ การส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (ร้อยละ 21.90) องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวประกอบด้วย การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว (ร้อยละ 20.10) องค์ประกอบของการส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติประกอบด้วย การส่งเสริมการทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย การส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากร

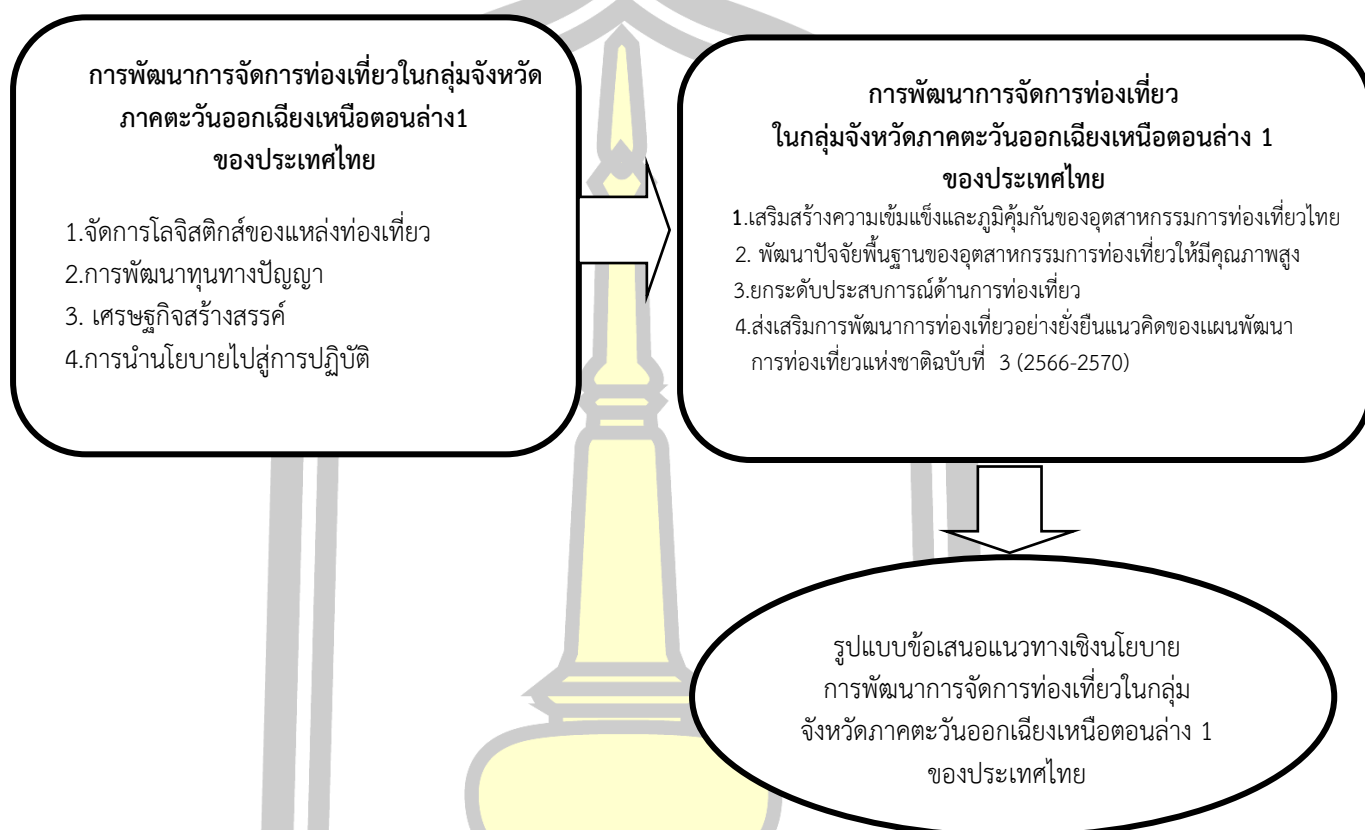
นโยบายส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร ส่งเสริมพัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (ร้อยละ 17.10) และองค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งต่อทางกายภาพ การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร การส่งต่อทางการเงิน การพัฒนาสาธารณูปโภค และการส่งเสริมพัฒนาด้านความยั่งยืน (ร้อยละ 15.90) ตามลำดับ

ประเด็นที่ 3 ประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กล่าวถึงมากที่สุด คือ การพัฒนาส่งเสริมด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้บุคลากรทุกภาคส่วนได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนใส่ใจและตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนที่อยู่บริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งตนเอง บริหารจัดการตนเองได้ส่งเสริมสนับสนุนประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง (ร้อยละ 40.90) รองลงมา คือ การพัฒนาส่งเสริมการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความหมายมากกว่าแค่การพักผ่อนหรือสนุกสนานส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจากกิจกรรมท่องเที่ยว (ร้อยละ 35.90) และการพัฒนาส่งเสริมด้านปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความปลอดภัย สุขอนามัย ตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่ดีเลิศสนับสนุนสิ่งที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก น้ำประปา การเดินทางมีความพร้อม (ร้อยละ 25.00) ตามลำดับ



จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ ตามแผนภาพที่ 23 ดังนี้



แผนภาพที่ 22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

จากแผนภาพที่ 22 ที่ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยอันซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยนั้น ข้อสรุปอันได้จากการศึกษาเชิงคุณภาพได้สอดคล้องและยืนยันกรอบแนวคิดที่นักวิจัยได้วางไว้สำหรับการวิจัยนี้อย่างลงตัว ด้วยความสอดคล้องดังกล่าว นักวิจัยจึงได้นำเอาผลลัพธ์จากการศึกษาเชิงคุณภาพนี้ มาผสานเข้ากับองค์ความรู้ที่ได้จากการทบทวนเอกสาร วรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างเป็นสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีของบรรดาตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และจากสมการโครงสร้างเชิงเส้นนักวิจัยจึงได้ ต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นสมการเชิงสมมติฐานที่จำลองรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และจากผลการศึกษาที่ได้ประกอบกลไกและปัจจัยต่างๆ ที่ขับเคลื่อนการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในลำดับต่อไป นักวิจัยจะนำเสนอแนวทางเชิงนโยบาย ที่สามารถยกระดับและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้ก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบายพัฒนา การจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

4.11 ผลการวิเคราะห์จากการศึกษาเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ: ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งได้จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 44 ท่าน ประกอบด้วย

กลุ่มเป้าหมายสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ	จำนวน/ คน
1) ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	4
2) ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	4
3) ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	4
4) ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น	4
5) ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	4
6) ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก	4
7) ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง	4
8) ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่	8
9) ตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว	8
รวม	44

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังต่อไปนี้

4.11.1 ผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเกี่ยวกับประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงานของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วจัดลำดับค่าสำคัญการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเป็นค่าความถี่ (Frequency) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในตารางที่ 49 ดังนี้

ตารางที่ 52 แสดงผลการวิเคราะห์การจัดลำดับค่าสำคัญและการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ลำดับที่	ค่าสำคัญ	จำนวนครั้งที่กล่าวถึง	กลุ่มที่กล่าวถึง
1	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	20	1.ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา 3 คน 2.ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา 2 คน 3.ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 2 คน 4.ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น 1 คน 5. ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม 3 คน 6. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก 2 คน 7. ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง 2 คน 8. ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ 3 คน 9. ตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงท่องเที่ยว 3 คน
2	องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ	13	1.ตัวแทนผู้บริหารสำนักงาน

	การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย		ท่องเที่ยวและกีฬา 1 คน 2.ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา 2 คน 3.ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 2 คน 4.ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น 1 คน 5. ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม 3 คน 6. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก 4 คน
3	ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	11	1.ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา 3 คน 2.ตัวแทน สนง.ท่องเที่ยวและกีฬา 2 คน 3.ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว 1 คน 4.ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น 3 คน 5. ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ 1 คน 6. ตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงท่องเที่ยว 1 คน
รวม		44 ครั้ง	

จากตารางที่ 49 พบว่า การประมวลผลคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กล่าวถึงคำสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายได้กล่าวถึงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มากที่สุด คือ ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต้องอาศัยความร่วมมือและบูรณาการจากทุกภาคส่วน โดยมี "การ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืน" เป็นแกนหลัก ผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาเน้น การส่งเสริมทุนทางปัญญา (องค์ความรู้) ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากร ขณะที่สำนักงานท่องเที่ยวฯ ให้ความสำคัญกับ ทุนความสัมพันธ์ ทุนวัฒนธรรม เทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการโลจิสติกส์แบบครบวงจร เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่ง นักวิชาการ/นักการเมืองท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (โรงแรม/อาหาร) เห็นพ้องเรื่อง การขับเคลื่อนข้อมูล การเงิน และการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อกระจายบริการไปยังซัพพลายเออร์ ผู้ประกอบการของที่ระลึกเน้น การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวและต้นแบบ ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการศึกษา การสร้างสรรค์ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา วัฒนธรรม ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคนี้ต้องอาศัยการเสริมสร้างทุนทางปัญญา ความสัมพันธ์ วัฒนธรรม เทคโนโลยี นวัตกรรม การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจำนวนครั้งที่กล่าวถึง จำนวน 20 ครั้ง

รองลงมาคือ **องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย** ผลการศึกษาชี้ว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ต้องบูรณาการหลากหลายองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกัน ผู้บริหารและตัวแทนสำนักงานท่องเที่ยวฯ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ (ของที่ระลึก ทัวร์ ขนส่ง) และประชาชนเน้นการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (การศึกษา ทรัพย์สินทางปัญญา วัฒนธรรม ความรู้ เทคโนโลยี) กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนทางปัญญา (ทุนมนุษย์ โครงสร้าง ความสัมพันธ์ วัฒนธรรม) ด้านการจัดการท่องเที่ยว เน้นเสริมสร้างความเข้มแข็งแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน ยกระดับประสบการณ์ และการนำนโยบายไปปฏิบัติ (วัตถุประสงค์ ทรัพยากร การสื่อสาร หน่วยงาน) และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเน้นการจัดการโลจิสติกส์ (กายภาพ ข้อมูล การเงิน สาธารณูปโภค ความยั่งยืน) ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด สร้างความพึงพอใจและการบอกต่อ ดังนั้น ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคนี้ขึ้นอยู่กับบูรณาการและ องค์ประกอบเหล่านี้มีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจ และกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยจำนวนครั้งที่กล่าวถึง จำนวน 13 ครั้ง

และข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้าง **ประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย** โดยเห็นว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดตั้ง ศูนย์ปฏิบัติการนโยบายดิจิทัล (Digital Policy Hub) ที่เชื่อมโยงข้อมูลแบบเรียลไทม์ระหว่างจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามการดำเนินงาน โดยบูรณาการระบบ IoT สำหรับตรวจสอบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ความพร้อมของที่จอดรถ และจุดบริการฉุกเฉิน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการกระจายทรัพยากรไม่เท่าเทียมที่พบในงานวิจัย ควรเสนอให้มีการยกระดับสาธารณูปโภคพื้นฐานด้วยโมเดล PPP (Public-Private Partnership) หรือการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในกิจการของรัฐ รวมถึงการมีส่วนร่วมชุมชนในระบบโลจิสติกส์ เช่น ออกแบบเส้นทางขนส่งสินค้าท้องถิ่น (เช่น ผ้าไหมบุรีรัมย์) ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ควรพัฒนาระบบพี่เลี้ยงข้ามรุ่น ระหว่างปราชญ์ชุมชนกับเยาวชนท้องถิ่น โดยจัดทำหลักสูตรส่งเสริมการเป็น "ผู้บรรยายวัฒนธรรมท้องถิ่น" (Local Culture Ambassador) ผ่านการแปลงภูมิปัญญาเป็น

นโยบาย และควรออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Trail) ที่ผสมผสานเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) หรือเทคโนโลยีที่นำข้อมูลเสมือนมาผสมผสานกับโลกความเป็นจริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสแกน QR Code ตามจุดสำคัญและรับชมการแสดงศิลปะพื้นบ้านแบบอินเทอร์แอคทีฟ เช่น พิธีบายศรีหรือการทอผ้าไหม โดยจำนวนครั้งที่กล่าวถึง จำนวน 11 ครั้ง

ผลการวิเคราะห์ที่ได้ฉายภาพให้เห็นอย่างชัดเจนว่า หัวใจสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 นั้น มีอาคมองข้ามการผสมผสานของสามเสาหลักที่ค้ำจุนกันอย่างลงตัว

ประการแรก รากฐานอันแข็งแกร่งของการพัฒนานั้นอยู่ที่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการตอกย้ำอย่างหนักแน่นจากบรรดาผู้บริหารและตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวฯ รวมถึงนักวิชาการผู้ทรงภูมิในแวดวงการท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่าจุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นอยู่ที่การปลูกฝังความตระหนักและความใส่ใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ยิ่งไปกว่านั้น การส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถยืนหยัดและบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองได้ ควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการเสนอแนะทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองนั้น เปรียบเสมือนการสร้างภูมิคุ้มกันจากภายในให้กับการท่องเที่ยวในภูมิภาค

ประการต่อมา การที่จะดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงนั้น จำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่ การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการเน้นย้ำจากนักวิชาการด้านวัฒนธรรม นักการเมืองท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ตั้งแต่โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก ไปจนถึงธุรกิจนาเที่ยวและขนส่ง รวมถึงเสียงสะท้อนจากตัวแทนภาคประชาชนทั้งในและใกล้แหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่า การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จมิได้จำกัดอยู่เพียงการพักผ่อนหรือความสนุกสนานชั่วคราว แต่ต้องสามารถสร้างความหมายที่ลึกซึ้งและตรึงตราใจ การนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความประทับใจในทุกสัมผัส ตั้งแต่ระบบการชำระเงินแบบไร้สัมผัส ไปจนถึงการจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ควบคู่ไปกับการมอบประสบการณ์อันทรงคุณค่าและน่าจดจำผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะสามารถสร้างความผูกพันและความทรงจำที่ดีให้กับผู้มาเยือนได้อย่างแท้จริง

และสุดท้าย สิ่งที่จะขาดเสียมิได้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างมั่นคงคือ การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการเห็นพ้องต้องกันจากทุกกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมในการศึกษา กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่า การสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย สุขอนามัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ และการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการเดินทางและการพักผ่อน เช่น ที่พักที่มีคุณภาพ ระบบน้ำประปาที่เพียงพอ และการเดินทางที่สะดวกสบายนั้น เป็นรากฐานสำคัญที่ไม่อาจละเลยได้

ข้อค้นพบเหล่านี้ไม่ได้ขัดแย้งกับทิศทางการพัฒนาระดับชาติ หากแต่สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานให้มีคุณภาพสูง การยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการ

พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การดำเนินการตามแนวทางทั้งสามประการนี้อย่างบูรณาการและสอดคล้องกัน จะนำพาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างประโยชน์และความเจริญรุ่งเรืองให้กับทุกภาคส่วนในภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

ในส่วนประเด็นคำสำคัญการสัมภาษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายผู้ทรงคุณวุฒิกล่าวถึงเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 และข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้จัดเรียงวิเคราะห์ประเด็นคำสำคัญ ประมวลผลและสรุปเป็นข้อความที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามลำดับ ดังนี้

4.11.2 ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิในกลุ่มจังหวัดตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตารางที่ 50 ดังนี้

ตารางที่ 53 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่กล่าวถึง	ร้อยละ
การจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว	2	4.50
การส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow)	2	4.50
การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow)	4	9.00
การส่งต่อทางการเงิน (Financial flow)	1	2.00
ความยั่งยืน (Sustainability)	6	13.00
ทุนทางปัญญา	5	11.00
ทุนมนุษย์	2	4.50
ทุนความสัมพันธ์	3	6.00
ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้	3	6.00
เศรษฐกิจสร้างสรรค์	2	4.50
การศึกษา	2	4.50
การสร้างสรรคผลงาน	5	11.00
การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา	1	2.00

การส่งเสริมความรู้	2	4.50
เทคโนโลยีและนวัตกรรม	3	6.00
การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	1	2.00
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 50 พบว่า ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างน่าสนใจ โดยปัจจัยที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด สะท้อนถึง ความตระหนักร่วมกันถึงอนาคตของการท่องเที่ยวที่ต้องตั้งอยู่บนฐานของความยั่งยืน (ร้อยละ 13.00) ประเด็นนี้มีได้เป็นเพียงกระแส แต่ยังรากลึกในความเข้าใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้ปฏิบัติงาน ว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวในระยะยาวนั้น จำเป็นต้องควบคู่ไปกับการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป รองลงมาในลำดับความสำคัญ คือ การส่งเสริมทุนทางปัญญา (ร้อยละ 11.00) ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาบุคลากร แต่ยังรวมถึงการสร้างองค์ความรู้ การเรียนรู้ และการถ่ายทอดประสบการณ์ ซึ่งเปรียบเสมือนชุมทรัพย์ทางปัญญาที่จะขับเคลื่อนนวัตกรรมและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จากนั้น ปัจจัยที่โดดเด่นขึ้นมาคือ การส่งเสริมให้มีการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow) (ร้อยละ 9.00) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและทันท่วงที เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถตัดสินใจและดำเนินงานได้อย่างราบรื่น ในลำดับถัดมา ปัจจัยที่ได้รับการพิจารณาในสัดส่วนที่เท่ากัน ได้แก่ การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ และการส่งเสริมวัฒนธรรมที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ (ร้อยละ 6.00 เท่ากัน) ซึ่งบ่งชี้ว่า เครือข่ายความร่วมมือ ความไว้วางใจ และคุณค่าทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างเสน่ห์และดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ก็ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนเดียวกัน (ร้อยละ 6.00) ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทที่ไม่อาจปฏิเสธได้ของเทคโนโลยีในการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว การจัดการ และการเข้าถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญรองลงมา แต่ยังคงได้รับการพิจารณา ได้แก่ การส่งเสริมให้มีการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow) (ร้อยละ 4.50 เท่ากัน) ซึ่งเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการจัดการระบบการเดินทาง การขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ ขณะที่ปัจจัย การส่งเสริมทุนมนุษย์ การส่งเสริมการพัฒนาบนแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมการศึกษา และการส่งเสริมให้มีการส่งเสริมความรู้ ก็ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนเดียวกัน (ร้อยละ 4.50 เท่ากัน) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของการพัฒนาบุคลากร การสร้างมูลค่าเพิ่มจากความคิดสร้างสรรค์ การยกระดับองค์ความรู้ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และในท้ายที่สุด ปัจจัยที่ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมการส่งต่อทางการเงิน (Financial flow) การส่งเสริมการใช้สินทรัพย์ทางปัญญา และการส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม (ร้อยละ 2.0 เท่ากัน) ซึ่งอาจตีความได้ว่า ปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญในเชิงสนับสนุนหรือเป็นผลลัพธ์ที่ตามมาจากการพัฒนาในปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ ดังนั้นแล้ว ลำดับความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึง วิสัยทัศน์ร่วมกันของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในภูมิภาค ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน องค์ความรู้ ความสัมพันธ์ คุณค่าทางวัฒนธรรม

เทคโนโลยี และระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นเสาหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคต

4.11.3 ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตารางที่ 51 ดังนี้

ตารางที่ 54 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	จำนวนครั้งที่กล่าวถึง	ร้อยละ	กลุ่มที่กล่าวถึง
1. องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งต่อทางกายภาพ การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร การส่งต่อทางการเงิน การพัฒนาสาธารณูปโภค และการส่งเสริมพัฒนาด้านความยั่งยืน	7	15.90	ผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา/ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง, ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่
2. องค์ประกอบของส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา ประกอบด้วย การส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ การส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้	9	20.45	ตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง, ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่, และตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียง

			ท่องเที่ยว
3. องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ประกอบด้วย ส่งเสริมด้านการศึกษา ส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสนับสนุนการ ท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริม พัฒนาการสั่งสมความรู้ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ส่งเสริมพัฒนาด้านความรู้	11	25.00	ผู้บริหารสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา/ ตัวแทนนักวิชาการด้าน การท่องเที่ยว/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ผู้ประกอบการด้าน ธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจ นำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง, ตัวแทนภาคประชาชน ทั่วไปในพื้นที่, และ ตัวแทนภาคประชาชน ในพื้นที่ใกล้เคียง ท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบของการส่งเสริมการนํานโยบาย ไปสู่การปฏิบัติประกอบด้วย การส่งเสริมการ ทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย การส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากรนโยบาย ส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร ส่งเสริม พัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นํานโยบายไปปฏิบัติ	8	18.18	ผู้บริหารสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา/ ตัวแทนนักวิชาการด้าน การท่องเที่ยว/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ตัวแทนภาคประชาชน ทั่วไปในพื้นที่, และ ตัวแทนภาคประชาชน ในพื้นที่ใกล้เคียง ท่องเที่ยว
5. องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการ ท่องเที่ยวประกอบด้วย การเสริมสร้างความ เข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมปัจจัยพื้นฐาน ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่งเสริมการ ยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว	9	20.45	ผู้บริหารสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา/กลุ่ม ตัวแทนสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา/ ตัวแทนนักวิชาการด้าน การท่องเที่ยว/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ผู้ประกอบการด้าน ธุรกิจ ของที่ระลึก,ธุรกิจ นำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง,

			ตัวแทนภาคประชาชน ทั่วไปในพื้นที่, และ ตัวแทนภาคประชาชน ในพื้นที่ใกล้เคียง ท่องเที่ยว
รวม	44	100	

จากตารางที่ 51 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กล่าวถึงมากที่สุด คือ องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้รับการเน้นย้ำอย่างหนักแน่นจากหลากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีสัดส่วนการกล่าวถึงสูงถึง (ร้อยละ 25.00) กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้อย่างเด่นชัด ได้แก่ ผู้บริหารและตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค รวมถึงนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ผู้ซึ่งมีบทบาทในการนำเสนอองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาที่ทันสมัยนอกจากนี้ เสียงสะท้อนจากตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น ผู้ซึ่งเข้าใจบริบทและศักยภาพของพื้นที่เป็นอย่างดี ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในหลากหลายแขนง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง ต่างก็เห็นพ้องถึงความสำคัญของการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยิ่งไปกว่านั้น แม้แต่เสียงจากภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ และตัวแทนภาคประชาชนที่อาศัยอยู่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ก็ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้อย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบย่อยภายใต้การส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถูกกล่าวถึง พบว่ามีความหลากหลายและครอบคลุมมิติที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมด้านการศึกษา ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาบุคลากรและสร้างองค์ความรู้ใหม่ การส่งเสริมการสร้างสรรคผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่น่าสนใจและดึงดูด การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์มาสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและน่าจดจำ การส่งเสริมพัฒนาการส่งเสริมความรู้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและสร้างความแปลกใหม่ และ การส่งเสริมพัฒนาด้านความรู้ ในภาพรวม การที่หลากหลายภาคส่วนให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเหล่านี้อย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึง ความเชื่อมั่นร่วมกันว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น มีศักยภาพอย่างยิ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างความแตกต่าง และนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดยการผสมผสานเอาความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน จะสามารถยกระดับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยให้มีความโดดเด่นและสามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับประเทศและนานาชาติ

ในลำดับถัดมา ปัจจัยที่ได้รับการพิจารณาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา (ร้อยละ 21.90) ซึ่งบ่งชี้ว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังคงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในหลากหลายมิติ เมื่อเจาะลึกลงไปในรายละเอียดขององค์ประกอบย่อยภายใต้การส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา พบว่าครอบคลุมมิติที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ ซึ่งหมายถึงการพัฒนาความรู้ ทักษะ และศักยภาพของบุคลากรในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างระบบ ระเบียบปฏิบัติ และโครงสร้างพื้นฐานทางองค์ความรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และการพัฒนา การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ ซึ่งเน้นการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือ และความไว้วางใจระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ เช่น โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และงานศิลปหัตถกรรม และการส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ เช่น ภาษา ประเพณี วิถีชีวิต และองค์ความรู้ท้องถิ่น การที่องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญาได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่สูงเช่นนี้ สะท้อนให้เห็นถึง ความเชื่อมั่นว่า การลงทุนในการพัฒนาศักยภาพของ "คน" และการเสริมสร้าง "ฐานความรู้" ในทุกมิติ จะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและยั่งยืน การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง และการตระหนักถึงคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรม จะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างมั่นคง

องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว เป็นอีกประเด็นสำคัญที่ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่น่าสนใจ (ร้อยละ 20.10) โดยกลุ่มตัวอย่างได้เน้นย้ำถึง 3 องค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด คือ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว, การส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, การส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว การที่องค์ประกอบทั้งสามนี้ได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่สูง สะท้อนให้เห็นถึง ความเข้าใจว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการและการพัฒนาที่สมดุลในทุกด้าน การมีแหล่งท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง มีปัจจัยพื้นฐานที่พร้อมรองรับ และสามารถมอบประสบการณ์ที่ยอดเยียมให้กับนักท่องเที่ยว จะเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

จากผลการศึกษาเชิงคุณภาพ ยังปรากฏความสำคัญของ องค์ประกอบของการส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่น่าสนใจ (ร้อยละ 17.10) ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำว่า แม้จะมีนโยบายที่ดีเพียงใด หากไม่ได้รับการขับเคลื่อนและนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด องค์ประกอบที่ได้รับการเน้นย้ำ ได้แก่ การส่งเสริมการทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย, การส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากร นโยบาย, การส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กรและ การส่งเสริมพัฒนาลักษณะหน่วยงานที่น่านโยบายไปปฏิบัติ และการที่องค์ประกอบเหล่านี้ได้รับการพิจารณาในสัดส่วนที่สูง สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริงนั้น มิได้ขึ้นอยู่กับ

เพียงการมีนโยบายที่ดีเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ มีการจัดการทรัพยากรที่เหมาะสม มีการสื่อสารที่ราบรื่น และมีหน่วยงานที่พร้อมขับเคลื่อนนโยบายไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ การให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเหล่านี้ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการแปลงวิสัยทัศน์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยและองค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการกล่าวถึงในสัดส่วนที่น่าสนใจ (ร้อยละ 15.90) ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำว่า การมีระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตและการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาค เมื่อพิจารณาในรายละเอียด องค์ประกอบที่ได้รับการเน้นย้ำ ได้แก่ การส่งต่อทางกายภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว สินค้า และบริการต่างๆ ภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีความสำคัญในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันทั่วถึงแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ การส่งต่อทางการเงิน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินที่สะดวกและปลอดภัย การพัฒนาสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา และการสื่อสาร และการส่งเสริมพัฒนาด้านความยั่งยืน ซึ่งหมายถึงการจัดการโลจิสติกส์โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว การที่องค์ประกอบเหล่านี้ได้รับการพิจารณาในสัดส่วนที่มีอาก่มองข้าม สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจว่า การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและคำนึงถึงความยั่งยืน จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสะดวกสบาย ความพึงพอใจ และประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้น ระบบโลจิสติกส์ที่ดีจะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ลดต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ในระยะยาว ตามลำดับ

4.11.4 ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตารางที่ 52 ดังนี้

ตารางที่ 55 แสดงผลการวิเคราะห์จำนวนครั้งที่กล่าวถึงและร้อยละการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย	จำนวนครั้งที่กล่าวถึง	ร้อยละ	กลุ่มที่กล่าวถึง
1. การพัฒนาส่งเสริมด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้บุคลากรทุกภาค	18	40.90	ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยว

ส่วนได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนใส่ใจและตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนที่อยู่บริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งตนเองบริหารจัดการตนเองได้ส่งเสริมสนับสนุนประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง			และกีฬากลุ่มจังหวัด ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1/ ตัวแทน นักวิชาการด้านการ ท่องเที่ยว/ตัวแทน นักวิชาการด้าน วัฒนธรรม/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ตัวแทน ผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่ม/ธุรกิจนำ เที่ยว (บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง/ ตัวแทนภาค ประชาชนทั่วไปใน พื้นที่
2. การพัฒนาส่งเสริมด้านปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความปลอดภัย สุขอนามัยตลอดเส้นทาง การท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่ดีเลิศ สนับสนุนสิ่งที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก น้ำประปา การเดินทางมีความพร้อม	11	25.00	ตัวแทนผู้บริหาร สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬากลุ่มจังหวัด ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1/ตัวแทน นักวิชาการด้านการ ท่องเที่ยว/ตัวแทน นักวิชาการด้าน วัฒนธรรม/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ตัวแทนภาค ประชาชนทั่วไปใน

			พื้นที่
3. การพัฒนาส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการ ท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความหมาย มากกว่าแค่การพักผ่อนหรือสนุกสนานส่งเสริมให้มีการ นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความประทับใจในแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจอง ที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับ ประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจากกิจกรรม ท่องเที่ยว	15	35.90	ตัวแทนผู้บริหาร สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬา กลุ่มจังหวัด ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1/ตัวแทน นักวิชาการด้าน วัฒนธรรม/ตัวแทน นักการเมืองท้องถิ่น/ ธุรกิจนำเที่ยว (บริษัท ทัวร์) และธุรกิจ ขนส่ง/ตัวแทนภาค ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียง แหล่งท่องเที่ยว
รวม	44	100.00	

จากตารางที่ 52 ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้เผยให้เห็นถึงลำดับความสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างชัดเจน โดยประเด็นที่ได้รับการเน้นย้ำมากที่สุด สะท้อนถึง ความมุ่งมั่นในการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.90) ประเด็นนี้มิได้มองข้ามความสำคัญของการสร้างความตระหนักและความใส่ใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของบุคลากรทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ยิ่งไปกว่านั้น การเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนที่อยู่รายรอบแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งพาตนเองและบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองนั้น ถูกมองว่าเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นเจ้าของโดยแท้จริง ในลำดับรองลงมา กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว (ร้อยละ 35.90) ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการที่จะยกระดับการท่องเที่ยวให้เหนือกว่าเพียงแค่การพักผ่อนหย่อนใจ การสร้างความหมายและความผูกพันที่ลึกซึ้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความประทับใจและความสะดวกสบาย เช่น ระบบการชำระเงินแบบไร้สัมผัส และการจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ควบคู่ไปกับการมอบประสบการณ์อันทรงคุณค่าและน่าจดจำผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะสามารถสร้างความประทับใจและความทรงจำที่ดีให้กับผู้มาเยือนได้อย่างแท้จริง และในลำดับสุดท้าย แต่ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่ง คือ การพัฒนาส่งเสริมด้าน

ปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ร้อยละ 25.00) ประเด็นนี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย สุขอนามัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบบริการที่เป็นเลิศและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการเดินทางและการพักผ่อน เช่น ที่พักที่มีคุณภาพ ระบบน้ำประปาที่เพียงพอ และการเดินทางที่สะดวกสบาย ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จะสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและกลับมาอีกครั้ง

การลำดับความสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างได้นำเสนอ สะท้อนให้เห็นถึง ความเข้าใจที่ลึกซึ้งถึงความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว การยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม การให้ความสำคัญกับทั้งสามประเด็นนี้อย่างสมดุล จะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืนและสามารถสร้างประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วนได้อย่างแท้จริง

4.11.5 สรุปผลการวิเคราะห์วิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

จากวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้นำผลการวิเคราะห์จากผลการศึกษาและการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และประเด็นคำถามตามแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จำนวน 44 คน สรุปประเด็นผลการวิเคราะห์ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืน (ร้อยละ 13.00) ส่งเสริมทุนทางปัญญา (ร้อยละ 11.00) ส่งเสริมให้มีการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow) (ร้อยละ 9.00) ส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ (ร้อยละ 6.00) ส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ (ร้อยละ 6.00) ส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม (ร้อยละ 6.00) ส่งเสริมให้มีการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow) (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมทุนมนุษย์ (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการพัฒนาบนแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการศึกษา (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมให้มีการส่งสมความรู้ (ร้อยละ 4.50) ส่งเสริมการส่งต่อทางการเงิน (Financial flow) (ร้อยละ 2.0) ส่งเสริมการใช้สินทรัพย์ทางปัญญา (ร้อยละ 2.0) และส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม (ร้อยละ 2.0) ตามลำดับ

ประเด็นที่ 2 องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

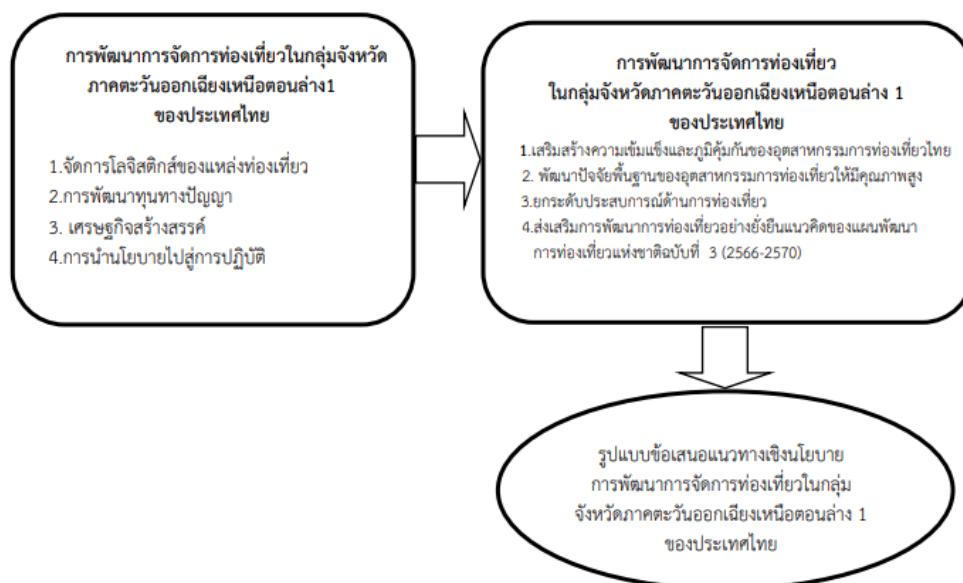
กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กล่าวถึงมากที่สุด คือ

องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ส่งเสริมด้านการศึกษา ส่งเสริมการสร้างสรรคผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมพัฒนาการสั่งสมความรู้ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งเสริมพัฒนาความรู้ (ร้อยละ 25.00) รองลงมาคือ องค์ประกอบของส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา ประกอบด้วย การส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ การส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (ร้อยละ 21.90) องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวประกอบด้วย การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว (ร้อยละ 20.10) องค์ประกอบของการส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติประกอบด้วย การส่งเสริมการทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย การส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากร นโยบายส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร ส่งเสริมพัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (ร้อยละ 17.10) และองค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งต่อทางกายภาพ การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร การส่งต่อทางการเงิน การพัฒนาสาธารณูปโภค และการส่งเสริมพัฒนาด้านความยั่งยืน (ร้อยละ 15.90) ตามลำดับ

ประเด็นที่ 3 ประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวถึงการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กล่าวถึงมากที่สุด คือ การพัฒนาส่งเสริมด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้บุคลากรทุกภาคส่วนได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนใส่ใจและตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนที่อยู่บริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งตนเอง บริหารจัดการตนเองได้ส่งเสริมสนับสนุนประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง (ร้อยละ 40.90) รองลงมา คือ การพัฒนาส่งเสริมการยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความหมายมากกว่าแค่การพักผ่อนหรือสนุกสนานส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจากกิจกรรมท่องเที่ยว (ร้อยละ 35.90) และการพัฒนาส่งเสริมด้านปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความปลอดภัย สุขอนามัย ตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่ดีเลิศ สนับสนุนสิ่งที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก น้ำประปา การเดินทางมีความพร้อม (ร้อยละ 25.00) ตามลำดับ



แผนภาพที่ 23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

จากแผนภาพที่ 22 ที่ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยอันซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยนั้น ข้อสรุปอันได้จากการศึกษาเชิงคุณภาพได้สอดคล้องและยืนยันกรอบแนวคิดที่นักวิจัยได้วางไว้สำหรับการวิจัยนี้อย่างลงตัว ด้วยความสอดคล้องดังกล่าว นักวิจัยจึงได้นำเอาผลลัพธ์จากการศึกษาเชิงคุณภาพนี้ มาผสานเข้ากับองค์ความรู้ที่ได้จากการทบทวนเอกสาร วรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างเป็นสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีของบรรดาตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และจากสมการโครงสร้างเชิงเส้นนักวิจัยจึงได้ ต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นสมการเชิงสมมติฐานที่จำลองรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย และจากผลการศึกษาที่ได้ประกอบกับโลกและปัจจัยต่างๆ ที่ขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในลำดับต่อไป นักวิจัยจะนำเสนอแนวทางเชิงนโยบาย ที่จะสามารถยกระดับและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้ก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบายพัฒนา การจัดการท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

4.12 ผลการสร้างข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัยในระยะที่ 1 (เชิงปริมาณ) ซึ่งมุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวในบริบทของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยในมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติการพัฒนาทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ข้อค้นพบนี้ได้รับการสนับสนุนจากผลการศึกษาในระยะที่ 2 (เชิงคุณภาพ) ซึ่งเน้นย้ำถึงความสอดคล้องกับแนวคิดของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ในประเด็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน การยกระดับประสบการณ์ และการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งแนวทางเหล่านี้มีศักยภาพในการนำไปสู่การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ด้วยข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสังเคราะห์เพื่อสร้างข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

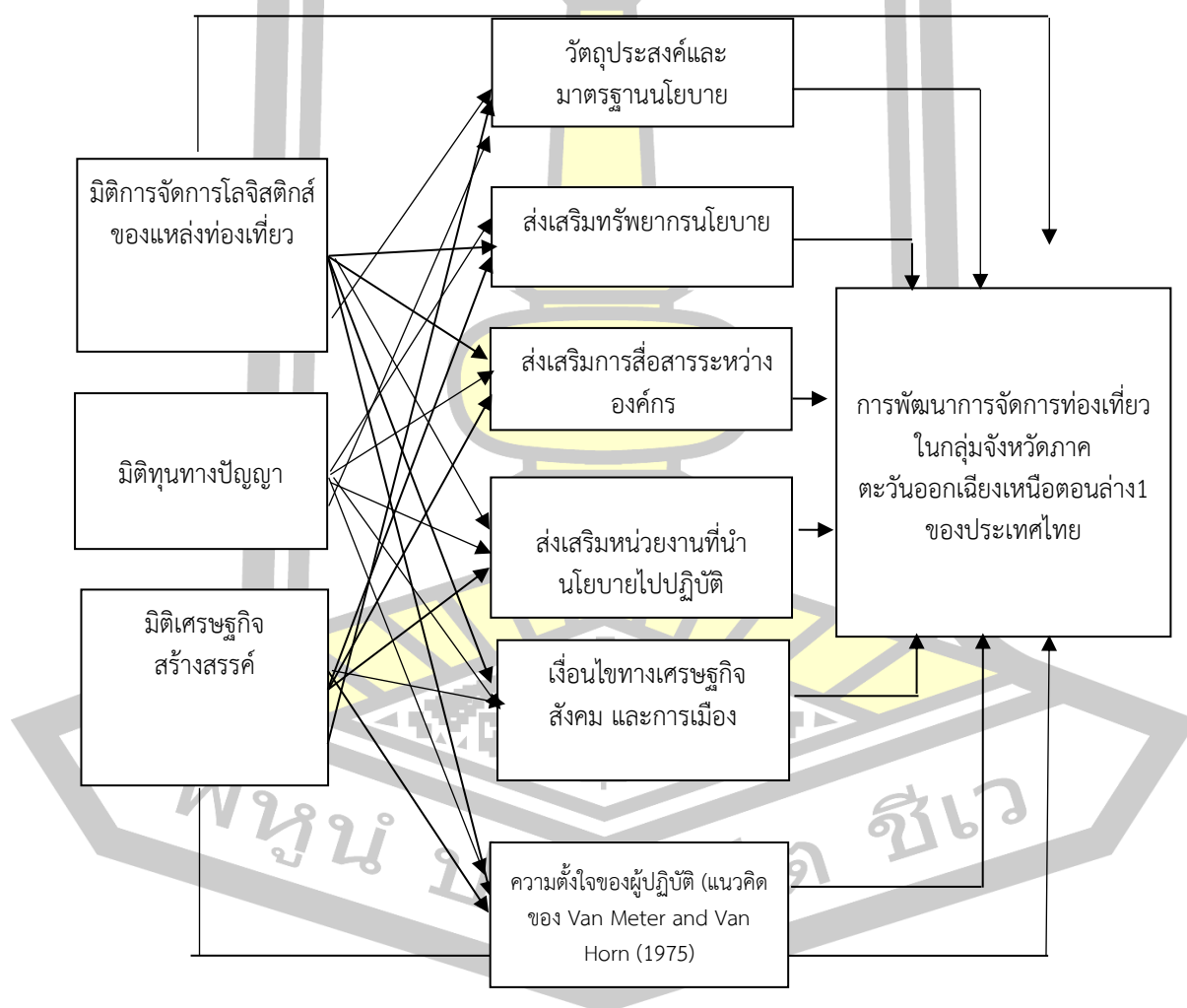
1. การสร้างแบบจำลองกรอบแนวคิด: ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์จากระยะที่ 1 มาใช้ในการสร้างแบบจำลอง (Model) ที่บูรณาการแนวทางการพัฒนาทั้งเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการ เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการพิจารณากำหนดแนวทางสำหรับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งเรียกว่า “รูปแบบพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์เผยให้เห็น

ว่า ปัจจัยภายนอก มิติการจัดการโลจิสติกส์ มิติทุนทางปัญญา และมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ในขณะที่ตัวแปรภายใน (Endogenous Variables) ซึ่งได้แก่ มิตินำนโยบายไปสู่ปฏิบัติ และการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเองนั้น เป็นปัจจัยที่ได้รับอิทธิพลหรือถูกอธิบายโดยตัวแปรอื่นๆ ในแบบจำลองนี้ โดยมิตินำนโยบายไปสู่ปฏิบัติทำหน้าที่เป็นทั้ง "ผลลัพธ์" ที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก และเป็น "ตัวกลาง" ในการส่งต่ออิทธิพลไปยังการพัฒนาการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาถึงผลการวิเคราะห์อิทธิพลในเชิงลึก พบว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรตามหลัก ได้รับ อิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากปัจจัยเชิงสาเหตุมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยมีค่าเท่ากับ 0.84 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมดและปราศจากอิทธิพลทางอ้อม ในส่วนของ มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรแทรก ได้รับ อิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จาก

ปัจจัยเชิงสาเหตุมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยมิติทุนทางปัญญา โดยมีค่าเท่ากับ 0.47 ซึ่งประกอบด้วยอิทธิพลทางตรง (0.22) และอิทธิพลทางอ้อม (0.25) นอกจากนี้ การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ยังได้รับ อิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากปัจจัยเชิงสาเหตุมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยมิติทุนทางปัญญา โดยมีค่าเท่ากับ 0.44 และ 0.83 ตามลำดับ ซึ่งประกอบด้วยอิทธิพลทางตรง (0.25 และ 0.33 ตามลำดับ) และอิทธิพลทางอ้อม (0.50 และ 0.33 ตามลำดับ) ข้อค้นพบเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงพลวัตและความสัมพันธ์เชิงซับซ้อนของปัจจัยต่างๆ ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในบริบทของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ดังนั้น “รูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” ผู้วิจัยจึงสรุปได้ตามผังโมเดลดังแผนภาพที่ 23



แผนภาพที่ 24 ผังโมเดลข้อเสนอ “รูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย”

จากแผนภาพที่ 23 ซึ่งเป็นผังมโนทัศน์ที่แสดงถึง “รูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” นั้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นรากฐานสำคัญในการสังเคราะห์และนำเสนอข้อเสนอเชิงนโยบายในประเด็น “การส่งเสริมและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” อันเป็นผลลัพธ์จากการวิเคราะห์เชิงลึก

1.2) ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ยังได้นำมาซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งภาคส่วนต่างๆ ได้ร่วมกันแสดงทรรศนะและเสนอแนะแนวทางการยกระดับสถานที่ท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ครอบคลุมและรอบด้าน โดยสามารถจำแนกออกเป็นแนวทางเชิงนโยบาย (Policy) และแนวทางเชิงปฏิบัติการ (Operational Guidelines) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวทางเชิงนโยบาย (Policy)

1) นโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพในหลากหลายมิติ ได้แก่

1.1) การส่งเสริมการส่งต่อทางกายภาพ (Physical Flow) อาทิ การปรับปรุงโครงข่ายการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวกและรวดเร็ว การพัฒนาพื้นที่จอดรถที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบการจราจรที่เอื้อต่อการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในภูมิภาค

1.2) การส่งเสริมการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) โดยการสนับสนุนให้มีศูนย์บริการการท่องเที่ยวและข้อมูลต่างๆ อย่างเพียงพอและเข้าถึงง่าย เช่น ป้ายบอกทาง แผนที่ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ทันสมัยและถูกต้อง ช่องทางการสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย รวมถึงการจัดให้มีไกด์และมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

1.3) การส่งเสริมการส่งต่อทางการเงิน (Financial Flow) เช่น การกำหนดนโยบายการเก็บค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและคุ้มค่า และการส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินที่สะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตรา การใช้บัตรเครดิต หรือระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

1.4) การส่งเสริมพัฒนาสาธารณูปโภค (Infrastructure Development) อาทิ การปรับปรุงเส้นทางการคมนาคมให้สะดวกและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น ที่พัก ห้องน้ำ สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต การจัดให้มีจุดพยาบาลและหน่วยแพทย์ฉุกเฉิน รวมถึงการมีเจ้าหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

1.5) การส่งเสริมพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Promotion): โดยการวางแผนการสืบทอดและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยว การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และการปลูกฝังค่านิยมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

2) นโยบายส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา (Intellectual Capital Development)

มุ่งเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถและศักยภาพในหลากหลายมิติ ได้แก่

2.1) การส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development): เช่น การสนับสนุนการถ่ายทอดความรู้จากปราชญ์ท้องถิ่นสู่เยาวชน การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบการบริการของเจ้าหน้าที่

2.2) การส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง (Structural Capital Development) อาทิ การพัฒนาระบบการจัดการด้านการท่องเที่ยว การบริหารงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการวางโครงสร้างการอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

2.3) การส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ (Relational Capital Development): เช่น การส่งเสริมการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2.4) การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Cultural Capital Development): อาทิ การพัฒนาและอนุรักษ์สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และพิธีกรรม และการสร้างความแตกต่างของมรดกทางวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัด

2.5) การส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Cultural Capital Development): เช่น การพัฒนาการแสดงศิลปะพื้นบ้าน และการส่งเสริมการสร้างเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว

3) นโยบายส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Development)

มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ผ่านความคิดสร้างสรรค์ในหลากหลายด้าน ได้แก่

3.1) การส่งเสริมด้านการศึกษา (Education Promotion): เช่น การส่งเสริมการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรม

3.2) การส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว (Creative Work Promotion): อาทิ การพัฒนาผลงานและกิจกรรมที่สร้างสรรค์ และการพัฒนาผลงานที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

3.3) การส่งเสริมการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Promotion): เช่น การส่งเสริมการปกป้องผลงานศิลปะและงานฝีมือ และการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงการซื้อสินค้าอัตลักษณ์

3.4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Promotion): เช่น การสนับสนุนศูนย์จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม และการอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

3.5) การส่งเสริมพัฒนาการสั่งสมความรู้ (Knowledge Accumulation Promotion): เช่น การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

3.6) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation Promotion): อาทิ การพัฒนาแอปพลิเคชันมือถือเพื่อการวางแผนการเดินทาง และการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และคุณภาพสูง

3.7) การส่งเสริมพัฒนาความรู้ (Knowledge Development Promotion): เช่น การจัดทำเอกสารข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และการเพิ่มหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

4) นโยบายส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy Implementation Promotion) มุ่งเน้นการสร้างกลไกและเงื่อนไขที่เอื้อต่อการดำเนินงานตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพในหลากหลายมิติ ได้แก่

4.1) การส่งเสริมการทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย (Policy Objectives and Standards Promotion) เช่น การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและการส่งเสริมมาตรฐานการให้บริการ

4.2) การส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากรนโยบาย (Policy Resource Management Promotion) อาทิ การจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอและการพัฒนาบุคลากร

4.3) การส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร (Inter-organizational Communication Promotion) เช่น การส่งเสริมความสอดคล้องกันของข้อมูล การบังคับใช้กฎระเบียบ และการสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานและวัตถุประสงค์นโยบาย

4.4) การส่งเสริมพัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementing Agency Characteristics Promotion): เช่น การส่งเสริมความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ การทำงานที่เป็นระบบ และการสื่อสารแบบเปิดเผย

4.5) การส่งเสริมพัฒนาปัจจัยเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี (Economic, Social, Political, and Technological Condition Promotion) โดยการพิจารณาผลกระทบของปัจจัยภายนอกต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

4.6) การส่งเสริมพัฒนาความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementer Intention Promotion) เช่น การสร้างความเข้าใจ การยอมรับ และการมีทิศทางที่ชัดเจนในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

5) นโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว (Tourism Management Development Promotion) มุ่งเน้นการยกระดับการบริหารจัดการในภาพรวมในหลากหลายมิติ ได้แก่:

5.1) การส่งเสริมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว (Strengthening Destination Competitiveness) เช่น การสร้างความตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการพึ่งพาตนเองของชุมชน และการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน

5.2) การส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Enhancing Tourism Infrastructure) เช่น การสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยและสุขอนามัย การส่งเสริมบริการที่เป็นเลิศ และการสนับสนุนสิ่งจำเป็นต่อการท่องเที่ยว

5.3) การส่งเสริมการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว (Elevating Tourist Experience) เช่น การสร้างความหมายที่ลึกซึ้ง การนำเทคโนโลยีมาใช้ และการมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่า

ดังนั้น ข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จึงปรากฏข้อค้นพบดังแผนภาพที่ 225

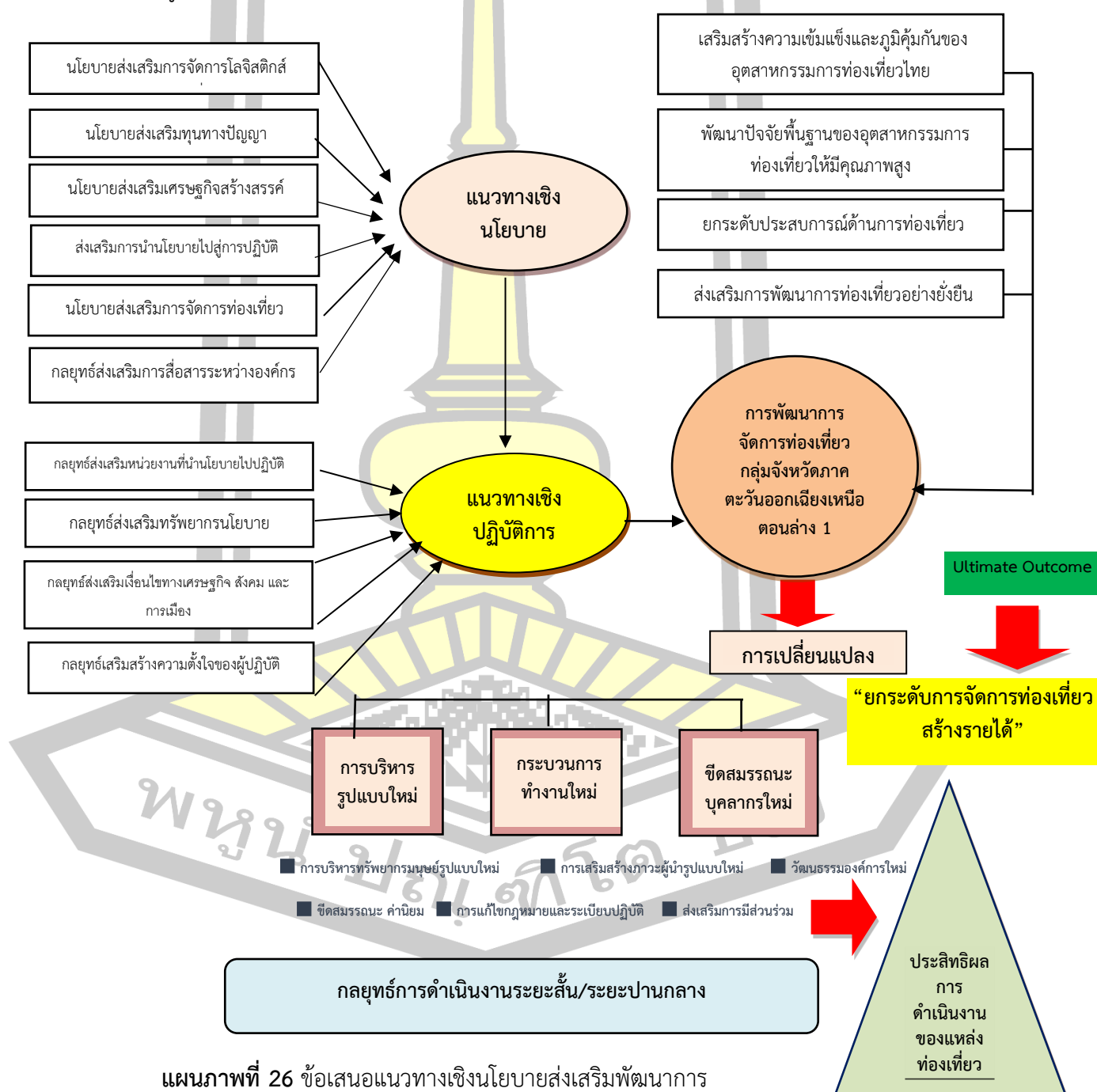
ยุทธศาสตร์ : แนวทางเชิงนโยบาย (Policy)
1.นโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว - ส่งเสริมการส่งต่อทางกายภาพ - ส่งเสริมการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร - ส่งเสริมการส่งต่อทางการเงิน - ส่งเสริมพัฒนาสาธารณูปโภค - ส่งเสริมพัฒนาด้านความยั่งยืน 2.นโยบายส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา - ส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ - ส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง - ส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ - ส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ - ส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ 3.นโยบายส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - ส่งเสริมด้านการศึกษา - ส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว - ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญา - ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - ส่งเสริมพัฒนาการสั่งสมความรู้ - ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม - ส่งเสริมพัฒนาความรู้ 4.นโยบายส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ - ส่งเสริมการทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย - ส่งเสริมด้านการจัดการทรัพยากรนโยบาย - ส่งเสริมด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร - ส่งเสริมพัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ - ส่งเสริมพัฒนาปัจจัยเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี - ส่งเสริมพัฒนาความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ 5.นโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว - ส่งเสริมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว - ส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - ส่งเสริมการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว

การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว
ในกลุ่มจังหวัดภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1
ของประเทศไทย

แผนภาพที่ 25 แนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย (ดาครินทร์พัชร สุธรรมดี, 2568)

2) ข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบาย (Policy) ทั้งหมดและนำมาเขียนเป็นแผนภาพรูปแบบได้ดังนี้



แผนภาพที่ 26 ข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการ

จากแผนภาพที่ 25 อธิบายได้ว่า ข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การภาครัฐ คือ ความกินดี อยู่ดี มีสุข ของประชาชน โดยอาศัยกระบวนการการกำหนดนโยบายในรูปแบบยุทธศาสตร์การทำงานที่เรียกว่า แนวทางเชิงนโยบาย (Policy) และขับเคลื่อนด้วยกระบวนการกลยุทธ์ที่เรียกว่า แนวทางเชิงปฏิบัติการ (Implementation) เริ่มต้นโดยป้อนข้อมูลเข้าสู่ระบบ (Input) ด้วยการส่งเสริมการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวมากำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ คือ พัฒนาระบบการส่งต่อทางกายภาพ พัฒนาระบบการส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร พัฒนาการส่งต่อทางการเงิน ส่งเสริมพัฒนาสาธารณูปโภค และส่งเสริมพัฒนาด้านความยั่งยืน นโยบายส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญาโดยกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมพัฒนาทุนมนุษย์ ส่งเสริมทุนเชิงโครงสร้าง ส่งเสริมทุนความสัมพันธ์ ส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และส่งเสริมทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ นโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมด้านการศึกษา ส่งเสริมการสร้างสรรคผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมพัฒนาการส่งสมความรู้ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และนโยบายส่งเสริมพัฒนาด้านความรู้ ส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ คือ ส่งเสริมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยกำหนดกลยุทธ์เพื่อผลักดันการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ดังนี้ กลยุทธ์ส่งเสริมทรัพยากรนโยบายกลยุทธ์ส่งเสริมการสื่อสารระหว่างองค์กร กลยุทธ์ส่งเสริมหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ กลยุทธ์ส่งเสริมเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และกลยุทธ์เสริมสร้างความตั้งใจของผู้ปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานมุ่งไปสู่ผลลัพธ์ (Output) ที่พึงประสงค์ คือ ประสิทธิภาพผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมุ่งไปสู่เป้าหมายขององค์การภาครัฐซึ่งเป็นตัวชี้วัดผลสำเร็จระดับประเทศ (Ultimate Outcome) คือ “ยกระดับการจัดการท่องเที่ยว สร้างรายได้” ความกินดี อยู่ดี มีสุข ของประชาชนต่อไป

3) การยืนยันรูปแบบข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

เพื่อเป็นรากฐานในการกำหนดข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการสำหรับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ผลจากการวิจัยในระยะที่ 1 เพื่อสร้างแบบจำลอง อันเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการพิจารณาดังกล่าว โดยได้ บูรณาการแนวทางการพัฒนาทั้งในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการเข้าด้วยกันและนำเสนอในรูปของ “ผังมโนทัศน์ข้อเสนอรูปแบบพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความเหมาะสมของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ยืนยันรูปแบบด้วยกระบวนการตรวจสอบจาก

ผู้เชี่ยวชาญ (Expertise Verified) โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดของ สัญญา เคนาภูมิ (2557: 45) ในการสร้างแนวทางการพัฒนา ทั้งนี้ ได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จำนวน 32 ท่าน เข้าร่วมในการประเมินผล ตรวจสอบและยืนยันรูปแบบพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าว เครื่องมือสำคัญที่ใช้ในกระบวนการยืนยันรูปแบบนี้คือ แบบสอบถามตามเทคนิคเดลฟาย (The Delphi Technique) ซึ่งเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่มุ่งเน้นการ รวบรวมและสังเคราะห์ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบและวนซ้ำ จนกระทั่งได้ข้อสรุปที่มีความสอดคล้องกัน จากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ (สุวิมล ว่องวานิช. 2548: 24) โดยเกณฑ์ในการพิจารณาผลจะอ้างอิงจากค่ามัธยฐานฐานนิยม หรือพิสัยระหว่างควอไทล์ หรือค่า IR (Interquartile Range) ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย (Delphi Technique) อย่างเป็นขั้นตอน โดยมีการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งสิ้น 3 รอบ ซึ่งเป็น แบบสอบถามปลายปิดในลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ เกณฑ์การประเมินจะถูกแบ่งออกเป็น 3 กรณีที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างรอบด้านและครอบคลุม ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินของผู้เชี่ยวชาญไว้ใน ตารางที่ 53

ตารางที่ 56 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตรวจสอบ	ระดับการยอมรับ
1. ค่ามัธยฐาน (Median : Md)	ไม่ต่ำกว่า 3.50
2. ค่าสัมบูรณ์ของผลต่างระหว่างค่ามัธยฐานและฐานนิยม (Md-Mo)	ไม่เกิน 1.00
3. ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range : IR)	ไม่เกิน 1.50

ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงคะแนน และแปลความหมายระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยได้กำหนดช่วงคะแนน และความหมายไว้ ดังนี้ (Best. 1970 : 325 ; อ้างถึงใน ศุภกร ประทุมถิ่น. 2551 : 94)

1. ค่ามัธยฐาน (Median : Md) การแปลความหมายของค่ามัธยฐาน (Best. 1970 : 325 ; อ้างถึงใน ศุภกร ประทุมถิ่น. 2551 : 94)

- 4.50 ขึ้นไป หมายถึง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับข้อความนั้นมากที่สุด
- 3.50 - 4.49 หมายถึง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับข้อความนั้นมาก
- 2.50 - 3.49 หมายถึง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับข้อความนั้นปานกลาง
- 1.50 - 2.49 หมายถึง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับข้อความนั้นน้อย
- ต่ำกว่า 1.50 หมายถึง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

2. ค่าฐานนิยม (Mode : Mo)

- 2.1 โดยการเลือกจากความถี่สูงสุดของระดับคะแนนเท่ากันในแต่ละข้อความ
- 2.2 ระดับความถี่สูงสุดหลายค่าเท่ากัน จะถือเอาค่ากลางระหว่างคะแนนนั้น

3. ค่าสัมบูรณ์ของผลต่างระหว่างค่ามัธยฐานกับค่าฐานนิยม ($|Md-Mo|$) เป็นค่าที่แสดงความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งกำหนดว่าต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.00 จึงจะถือว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

4. ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range : IR) เป็นค่าที่ใช้พิจารณาความกระจายของความคิดเห็น หากข้อความใดมีค่าพิสัยกว้างแสดงว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นแตกต่างกันมาก และถ้าข้อความใดมีค่าพิสัยแคบจะแสดงถึงความสอดคล้องกันของความคิดเห็น ซึ่งอาจนำข้อความนั้นมาเป็นข้อสรุปของการวิจัยได้ (ศิริพร ลวณะสกล, 2552)

การแปลความหมายของค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์มีค่ามากกว่า 1.50 ขึ้นไป หมายถึง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อข้อความนั้นไม่สอดคล้องกัน

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 หมายถึง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

ผลการยืนยันรูปแบบข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ด้วยวิธีการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ (Expertise Verified) ตามเทคนิคเดลฟาย (The Delphi Technique) โดยผู้เชี่ยวชาญได้ลงความเห็นสรุปผลประเมินเกี่ยวกับรูปแบบข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 57 ผลการยืนยันรูปแบบข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

(n=32)

รายการประเมิน	Md	Mo	($ Md-Mo $)	IR	ระดับ ความ คิดเห็น	ทิศทาง
1. ส่งเสริมการจัดการโลจิสติกส์	4.13	4.25	-0.12	0.34	มาก	สอดคล้อง
2. ส่งเสริมทุนทางปัญญา	4.40	4.40	0.00	0.40	มาก	สอดคล้อง
3. ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	4.00	4.00	0.00	0.25	มาก	สอดคล้อง
4. ส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	4.27	4.64	-0.37	0.64	มาก	สอดคล้อง
5. ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยว	4.40	4.40	0.00	0.40	มาก	สอดคล้อง
6. พัฒนาทุนมนุษย์	4.13	4.00	0.13	0.66	มาก	สอดคล้อง
7. พัฒนาระบบการสร้างความสัมพันธ์	4.14	4.00	0.14	0.43	มาก	สอดคล้อง
8. พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์	4.00	4.00	0.00	0.17	มาก	สอดคล้อง

9. พัฒนาประสิทธิภาพการบังคับบัญชา	4.00	4.25	-0.25	0.38	มาก	สอดคล้อง
10. พัฒนาระบบวัฒนธรรมแบ่งงานกันทำ	2.50	2.50	0.00	0.25	ปานกลาง	สอดคล้อง
11. การทำงานเป็นทีม	2.14	2.00	0.14	0.54	น้อย	สอดคล้อง
12. เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรม	4.21	4.00	0.21	0.82	มาก	สอดคล้อง
13. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม	4.25	4.25	0.00	0.25	มาก	สอดคล้อง
14. ยกระดับประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว	4.29	4.14	0.15	0.43	มาก	สอดคล้อง
15. ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	2.60	3.40	-0.80	1.40	ปานกลาง	สอดคล้อง
รวม	3.94	3.94	0.00	0.21	มาก	สอดคล้อง

จากข้อมูลที่ปรากฏในตารางที่ 54 ผลการประเมินจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้ชี้ให้เห็นถึง การยอมรับอย่างมีนัยสำคัญต่อรูปแบบข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยภาพรวมรูปแบบดังกล่าวได้รับการประเมินว่ามีความเหมาะสมอยู่ใน ระดับมาก (ค่ามัธยฐาน (Md) = 3.94, ค่าสัมบูรณ์ของผลต่างระหว่างค่ามัธยฐานและฐานนิยม ($|Md-Mo|$) = 0.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IR) = 0.21) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในจำนวนถึงจำนวน 15 ด้าน โดยมีความคิดเห็นว่าเป็นข้อความที่เหมาะสมในระดับมาก 12 ด้าน ตามลำดับ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ค่าสัมบูรณ์ของผลต่างระหว่างค่ามัธยฐานและฐานนิยม ($|Md-Mo|$) มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้สำหรับการยอมรับความสอดคล้องของความคิดเห็น (ไม่เกิน 1.00) ข้อเท็จจริงนี้ ยืนยันถึงความเป็นเอกฉันท์ในความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ในแต่ละด้านที่ได้รับการพิจารณาด้วยเหตุนี้ จึงกล่าวได้ว่ารูปแบบข้อเสนอแนะทางเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนั้น เป็นที่ยอมรับและได้รับการเห็นพ้องต้องกันจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นสัญญาณที่สำคัญในการนำไปสู่การปฏิบัติจริงและการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย” เป็นการวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ซึ่งผสมรวมทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในพื้นที่ศึกษา อันได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอสรุป อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.2 สรุปผลการวิจัย

5.3 อภิปรายผล

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.4.2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย
- 2) เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย
- 3) เพื่อเสนอแนวทางเชิงนโยบายพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

5.2 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาตามสถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) รวมถึงผลการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยนำเสนอการสรุปผลการศึกษา ดังนี้

5.2.1 สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.8 และ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสัดส่วนร้อยละ 25.9 ในส่วนของอาชีพหลักนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.1 เมื่อพิจารณาถึงรายได้ พบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 300,001 บาทต่อปีขึ้นไป มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 สำหรับ ประสิทธิภาพการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางไปยังจังหวัด นครราชสีมา โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 74.1 และในประเด็นของบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 นั้น กลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยว) และ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว มีสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 14.8

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึง มุมมองของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมิติต่าง ๆ ของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว โดย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ มิติด้านความยั่งยืน ในระดับมาก (SB: $\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.598), มิติด้านการส่งต่อทางการเงิน ในระดับมาก (FT: $\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.597) และ มิติด้านการส่ง ต่อทางกายภาพ ในระดับมาก (PT: $\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.598) ในขณะที่ การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร ได้รับความสำคัญในระดับปานกลาง (IT: $\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.412) เช่นเดียวกับ สาธารณูปโภค (UT: $\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.408)

ข้อมูลเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา พบว่า โดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับมิติด้านทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ อยู่ในระดับปานกลาง (IC: $\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.549) ในขณะที่มิติด้านทุนมนุษย์ (HC: $\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.491), มิติด้านทุนความสัมพันธ์ (RC: $\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.545), มิติด้านทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (TC: $\bar{X} = 3.02$, S.D. = 0.549) และ มิติด้านทุนเชิงโครงสร้าง (SC: $\bar{X} = 2.93$, S.D. = 0.543) ก็ได้รับความสำคัญในระดับปานกลาง เช่นกัน

ข้อมูลเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า โดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความรู้ ในระดับมากที่สุด (KL: $\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.396) รองลงมาคือ มิติการสร้างสรรคผลงาน ในระดับมาก (CR: $\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.562) และมิติ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในระดับมาก (TAI: $\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.523) ในขณะที่มิติการศึกษา (ED: $\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.510), มิติการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (UIP: $\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.472), มิติ วัฒนธรรม (CU: $\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.656) และมิติการส่งเสริมความรู้ (KA: $\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.559) ได้รับความสำคัญในระดับปานกลาง

ข้อมูลเกี่ยวกับมิติการนํานโยบายไปปฏิบัติ

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับมิติการนํานโยบายไปสู่การปฏิบัติ พบว่า โดยภาพรวม ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญกับมิติด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ใน ระดับมาก (ESPC: $\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.594) และมิติด้านความตั้งใจของผู้นํานโยบายไปปฏิบัติ ใน ระดับมาก (IPI: $\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.495) ในขณะที่มิติด้านลักษณะหน่วยงานที่นํานโยบายไปปฏิบัติ (CAIP: $\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.627), มิติด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร (ค่าเฉลี่ย = 3.21, ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.598), มิติด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย (IOC: $\bar{X} = 3.21$, S.D. =

0.598) และมิติด้านทรัพยากรนโยบาย (PR: $\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.597) ได้รับความสำคัญในระดับปานกลาง

ข้อมูลเกี่ยวกับมิติการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับมิติการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในมิติการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับมาก (DET: $\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.422) มิติการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวในระดับมาก (ETE: $\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.605) มิติการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับมาก (PST: $\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.477) และ มิติการเสริมสร้างความเข้มแข็งในระดับมาก (ST: $\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.506) ตามลำดับ

5.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

งานวิจัยนี้มีการใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์อำนาจในการทำนายของตัวแปรต่างๆ ที่มีการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองการวัด (Measurement Model) และความถูกต้องของโครงสร้าง (Construct Validity) และเพื่อตรวจสอบอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และทั้งหมดระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นกลไกเชิงลึกที่ซ่อนอยู่ภายใต้ข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าแบบจำลองนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้สูงถึง 92.6% ซึ่งบ่งชี้ว่าปัจจัยที่นำมาพิจารณามีความสามารถในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีปัจจัยหลักสองประการที่มีอิทธิพลอย่างโดดเด่น

ปัจจัยแรก คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta=0.709$) แสดงให้เห็นว่าการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริงมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ยังมีการแปลงนโยบายไปสู่แผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรมมากเท่าใด ก็จะมีส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้นเท่านั้น

ปัจจัยที่สอง คือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta=0.257$) บ่งชี้ว่าความคิดสร้างสรรค์และการนำนวัตกรรมมาใช้ในภาคการท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับอิทธิพลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่าพลังขับเคลื่อนของการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริงนั้นสูงกว่าอิทธิพลของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถึง 2.76 เท่า ($0.709 / 0.257$) (จากตารางที่ 41) ในทางตรงกันข้าม ผลการวิเคราะห์ไม่พบอิทธิพลทางตรงที่มีนัยสำคัญของปัจจัย โลจิสติกส์การท่องเที่ยว และ ทุนทางปัญญา ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรง

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาความสัมพันธ์เบื้องต้นระหว่างตัวแปร (จากตารางที่ 40) พบว่าปัจจัยทุกตัวที่นำมาศึกษาล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = 0.700 - 0.780$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของระบบนิเวศของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ปัจจัยต่างๆ มีความเชื่อมโยงและเกื้อกูลซึ่งกันและกัน แม้ว่าบางปัจจัยอาจจะไม่

มีอิทธิพลทางตรงที่ชัดเจนในการวิเคราะห์สมการถดถอย แต่ก็มีความสัมพันธ์ร่วมกันและอาจส่งผลกระทบทางอ้อมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของการวัดในแต่ละมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า มิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมมีความเที่ยง ($\rho_c = 0.920$) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในระดับตัวชี้วัด พบว่า สาธารณูปโภคพื้นฐาน พบค่าสัมประสิทธิ์องค์ประกอบมาตรฐาน ($\lambda=0.61$) มีคะแนนต่ำที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบเชิงคุณภาพจากรายงานของนักท่องเที่ยวที่ระบุถึงปัญหาในการเข้าถึงที่จอดรถและจุดพยาบาลฉุกเฉิน สะท้อนให้เห็นว่าแม้ภาพรวมของโลจิสติกส์จะมีความน่าเชื่อถือในการวัด แต่ประเด็นด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานยังคงเป็นจุดที่ต้องได้รับการปรับปรุง สำหรับ มิติทุนทางปัญญา พบว่า เครือข่ายชุมชน มีความโดดเด่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์องค์ประกอบมาตรฐานที่สูงมาก ($\lambda=0.96$) บ่งชี้ว่าตัวชี้วัดนี้สามารถอธิบายองค์ประกอบของทุนทางปัญญาได้ดี อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทุนมนุษย์ ยังคงเป็นจุดอ่อนในมิตินี้ ค่าสัมประสิทธิ์องค์ประกอบมาตรฐาน ($\lambda=0.92$) แม้ว่าจะมีค่าสูงแต่ก็ยังต่ำกว่าตัวชี้วัดอื่นในมิติเดียวกัน ซึ่งอาจบ่งชี้ถึงความจำเป็นในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น ในส่วนของ มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า เทคโนโลยี แสดงศักยภาพที่โดดเด่นในการเป็นองค์ประกอบสำคัญ ค่าสัมประสิทธิ์องค์ประกอบมาตรฐาน ($\lambda=0.97$) อย่างไรก็ตามข้อจำกัดที่สำคัญของมิตินี้คือ การขาดการบูรณาการระหว่างการศึกษา กับภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งยังไม่ได้รับการสะท้อนออกมาในตัวชี้วัดอย่างชัดเจน ขาดการบูรณาการการศึกษา กับภูมิปัญญาท้องถิ่น

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์

จากการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย พบว่า ตัวแบบเริ่มต้นที่พัฒนาขึ้นยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($RMSEA=0.151$, $RMR=0.275$, $CFI=0.852$) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติการจัดการโลจิสติกส์ที่พบว่ามีความแปรปรวนที่อธิบายได้ต่ำ ($R^2=0.37$) และตัวบ่งชี้สาธารณูปโภคพื้นฐานมีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำ ซึ่งอาจบ่งชี้ว่าการวัดในมิตินี้ยังขาดองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริบทเฉพาะของพื้นที่ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับปรุงตัวแบบโดยพิจารณาจากความเป็นไปได้ทางทฤษฎีและอาศัยดัชนีปรับโมเดล (MI) ที่โปรแกรม Amos นำเสนอ การปรับปรุงนี้มีเป้าหมายเพื่อลดค่าไค-สแควร์และเพิ่มความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูล โดยหลักการคือการผ่อนปรนข้อจำกัดบางประการและอนุญาตให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรมีความสัมพันธ์กันได้ ผลจากการปรับปรุงตัวแบบ (ดังภาพที่ 45 ในรายงานวิจัย) พบว่าตัวแบบใหม่มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ไค-สแควร์/df = 1.154, $GFI = 0.973$, $RMSEA = 0.017$, $CFI = 0.999$, $RMR = 0.005$) ซึ่งบ่งชี้ว่าตัวแบบที่ปรับปรุงแล้วสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ได้อย่างเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การปรับปรุงตัวแบบที่สำคัญประกอบด้วย การเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนของตัวบ่งชี้ในมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ 2 คู่ ($MI=127.3$ และ 98.6) การปรับปรุงนี้

อาจสะท้อนถึงอิทธิพลร่วมของปัจจัยภายนอกที่ไม่ได้ถูกรวมอยู่ในตัวแบบเดิม ซึ่งส่งผลกระทบต่อตัวบ่งชี้หลายตัวในมิติการนำนโยบายไปปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน การเชื่อมโยงความคลาดเคลื่อนระหว่างมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับทุนทางปัญญา ($MI=85.4$) การปรับปรุงนี้สอดคล้องกับแนวคิดระบบนิเวศนวัตกรรมที่มองว่าความรู้และแนวคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์และส่งเสริมซึ่งกันและกัน การที่ความคลาดเคลื่อนของสองมิตินี้มีความสัมพันธ์กันอาจบ่งชี้ถึงปัจจัยร่วมบางประการที่ส่งผลต่อทั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนทางปัญญาในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยว การปรับปรุงความสัมพันธ์ข้ามมิติระหว่างโลจิสติกส์กับการนำนโยบายไปปฏิบัติ ($MI=76.2$) การปรับปรุงนี้ชี้ให้เห็นถึงกลไกการทำงานร่วมกันระหว่างโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์และการนำนโยบายภาครัฐไปสู่การปฏิบัติ การที่สองมิตินี้มีความสัมพันธ์กันบ่งบอกว่าประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์มีผลต่อการดำเนินงานตามนโยบาย และในทางกลับกัน นโยบายที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพก็ส่งผลต่อการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ซึ่งผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ภายหลังการปรับปรุงตัวแบบ ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกัน การพิจารณาถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างมิติต่างๆ เหล่านี้ รวมถึงการปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับบริบทและเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างพื้นฐานและนโยบาย จะเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคนี้

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุและการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุและการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยได้ทำการทดสอบสมมติฐานเชิงสาเหตุจำนวน 7 ประการ ผ่านการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งเป็นเครื่องมือทางสถิติที่ช่วยในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในลักษณะของเครือข่ายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผลการวิเคราะห์ SEM ที่ได้นั้น เผยให้เห็นถึงกลไกที่มีความซับซ้อนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องมีการตีความอย่างรอบด้าน ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นไปที่นัยสำคัญทางสถิติของความสัมพันธ์เท่านั้น แต่ยังต้องพิจารณาถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ศึกษาประกอบด้วย เพื่อให้เข้าใจถึงพลวัตและความหมายที่แท้จริงของอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ค้นพบ ดังนี้

สมมติฐาน H1: มิติการจัดการโลจิสติกส์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของมิติการจัดการโลจิสติกส์ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า มิติการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta=0.11$) แม้ว่าขนาดของอิทธิพลโดยตรงนี้จะค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาถึงค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ($R^2=0.97$) พบว่า มิติการจัดการโลจิสติกส์สามารถอธิบายความแปรปรวนของการนำนโยบายไปปฏิบัติได้สูงถึง 97% ซึ่งบ่งชี้ว่ามิติโลจิสติกส์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการกำหนดระดับของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิเคราะห์ยังเผยให้เห็นถึงอิทธิพลทางอ้อมของมิติการจัดการโลจิสติกส์ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติผ่านมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อม

($\beta = 0.29^{**}$) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสนับสนุนของระบบโลจิสติกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบขนส่งดิจิทัล ที่มีต่อกระบวนการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง ตัวอย่างเช่น การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มติดตามการขนส่งแบบเรียลไทม์ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้ถึง 11% ถึงแม้ว่าอิทธิพลทางตรงของมิติการจัดการโลจิสติกส์ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีขนาดค่อนข้างต่ำ แต่ด้วยนัยสำคัญทางสถิติและพลังในการอธิบายความแปรปรวนที่สูง รวมถึงอิทธิพลทางอ้อมที่มีนัยสำคัญผ่านมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์นี้จึงสนับสนุนและยอมรับสมมติฐาน H1 ที่ว่ามิติการจัดการโลจิสติกส์ส่งอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

สมมติฐาน H2: มิติทุนทางปัญญาส่งอิทธิพลทางตรงต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของมิติทุนทางปัญญาต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า มิติทุนทางปัญญาส่งอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta = 0.59^{**}$) ซึ่งบ่งชี้ว่าทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการขับเคลื่อนการนำนโยบายไปปฏิบัติในกลุ่มปัจจัยที่ทำการศึกษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของปราชญ์ชุมชนและเครือข่ายความรู้ท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการนำนโยบายไปปฏิบัติ ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ($R^2 = 0.97$) แสดงให้เห็นว่ามิติทุนทางปัญญาสามารถอธิบายความแปรปรวนของการนำนโยบายไปปฏิบัติได้ถึง 97% ซึ่งเน้นย้ำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นรากฐานสำคัญถึง 79% ของกระบวนการออกแบบนโยบายการจัดการท่องเที่ยว ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามยังสนับสนุน ข้อค้นพบนี้ โดย 85.4% ของผู้ตอบเห็นว่าการถ่ายทอดพิธีกรรมพื้นบ้านผ่านกิจกรรมถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดแนวทางของนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการบูรณาการความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าสู่กระบวนการนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยขนาดอิทธิพลที่สูงและนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์นี้จึงยืนยันการยอมรับสมมติฐาน H2 ที่ว่ามิติทุนทางปัญญาส่งอิทธิพลทางตรงต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

สมมติฐาน H3: มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta = 0.29^{**}$) ซึ่งบ่งชี้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการนำนโยบายไปปฏิบัติ แม้ว่าขนาดของอิทธิพลจะอยู่ในระดับปานกลาง การค้นพบนี้เน้นย้ำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญในการออกแบบนโยบายที่สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของพื้นที่ ตัวอย่างเช่น การผสมผสานงานหัตถกรรม OTOP เข้ากับแพลตฟอร์มดิจิทัล เป็นแนวทางที่แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ($R^2 = 0.97$) ชี้ให้เห็นว่ามิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถอธิบายความแปรปรวนของการนำนโยบายไปปฏิบัติได้ 29% เมื่อควบคุมอิทธิพลของปัจจัยอื่นๆ ในแบบจำลอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์มีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติตามนโยบาย อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ยังเผยให้เห็นถึงข้อจำกัดบางประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเด็นท้าทายในการบูรณาการหลักสูตรการศึกษากับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta = 0.14$) ซึ่งแม้จะมีข้อจำกัดดังกล่าว แต่ด้วยอิทธิพลทางตรงที่มีนัยสำคัญทางสถิติและบทบาทสำคัญในการออกแบบนโยบายเฉพาะพื้นที่ ผลการวิเคราะห์นี้จึงสนับสนุนและยอมรับสมมติฐาน H3 ที่ว่ามิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

สมมติฐาน H4: มิติการนำนโยบายไปปฏิบัติส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของมิติการนำนโยบายไปปฏิบัติส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า มิติการนำนโยบายไปปฏิบัติมีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta = 0.84^{**}$) ซึ่งบ่งชี้ว่ามิติการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องกับหลักการของทฤษฎี Policy Implementation Theory ที่เน้นความสำคัญของกระบวนการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ($R^2 = 0.96$) แสดงให้เห็นว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ถึง 96% ซึ่งเน้นย้ำว่าประสิทธิภาพในการแปลงนโยบายไปสู่แผนปฏิบัติการที่มีประสิทธิผลเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว ข้อมูลภาคสนามยังสนับสนุนข้อค้นพบนี้ โดยระบุว่า พื้นที่ที่มีระบบการติดตามนโยบายแบบไตรภาคี (ภาครัฐ-ชุมชน-ภาคเอกชน) มีอัตราการเติบโตทางการท่องเที่ยวสูงกว่าพื้นที่ทั่วไปถึง 18.7% ซึ่งเป็นประจักษ์พยานที่ชัดเจนถึงความสำคัญของการมีกลไกการนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยขนาดอิทธิพลที่สูง มีนัยสำคัญทางสถิติที่แข็งแกร่ง และการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์นี้จึงยืนยันอย่างชัดเจนถึงการยอมรับสมมติฐาน H4 ที่ว่ามิติการนำนโยบายไปปฏิบัติส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

สมมติฐาน H5: มิติการจัดการโลจิสติกส์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของมิติการจัดการโลจิสติกส์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า มิติการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta = 0.25^*$) ซึ่งบ่งชี้ว่ามิติการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลในระดับปานกลางต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ยังเผยให้เห็นถึงบทบาทสองระดับของมิติการจัดการโลจิสติกส์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว **ประการแรก** คืออิทธิพลทางตรง โดยการพัฒนาระบบขนส่งอัจฉริยะสามารถเพิ่มคะแนนการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ 25% **ประการที่สอง** คืออิทธิพลทางอ้อม โดยมิติการจัดการโลจิสติกส์มีบทบาทในการสนับสนุนการปฏิบัติตามนโยบายผ่านระบบติดตามดิจิทัล ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อม ($\beta = 0.19^*$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ($R^2 = 0.96$) ยืนยันถึงความสำคัญของมิติการจัดการโลจิสติกส์ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว แม้ว่าอิทธิพลทางตรงของโลจิสติกส์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจะไม่ใช่ว่าปัจจัยหลักเมื่อเทียบกับมิติอื่นๆ ซึ่งผลการวิเคราะห์นี้สนับสนุนและยอมรับสมมติฐาน H5 ที่ว่ามิติการจัดการโลจิสติกส์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า

การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ควรได้รับการส่งเสริมควบคู่ไปกับการดำเนินงานด้านอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐาน H6: มิติทุนทางปัญญาส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของมิติทุนทางปัญญาส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า มิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีอิทธิพลรวมสูงที่สุดเมื่อเทียบกับมิติอื่นๆ ($\beta=0.83^{**}$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า อิทธิพลของทุนทางปัญญาต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม ในส่วนของอิทธิพลทางตรง พบว่า การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการออกแบบบริการท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ($\beta=0.33^*$) นอกจากนี้ ทุนทางปัญญายังส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านการออกแบบนโยบายชุมชน โดยอาศัยเครือข่ายปราชญ์ท้องถิ่น ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมสูงถึง 0.50 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามยังสนับสนุนผลการวิเคราะห์นี้ โดย 76.3% ของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดแทรกและสืบทอดความรู้ท้องถิ่น มากกว่าการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเพียงอย่างเดียว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยขนาดอิทธิพลรวมที่สูง นัยสำคัญทางสถิติของทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม รวมถึงการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์นี้จึงสนับสนุนสมมติฐาน H6 ที่ว่ามิติทุนทางปัญญาส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

สมมติฐาน H7: มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.22^{**} และอิทธิพลทางอ้อมผ่านมิติการนโยบายนโยบายไปปฏิบัติเท่ากับ 0.25^{**} ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะ "ตัวเร่ง" ที่สำคัญในการพัฒนานวัตกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AR/VR ในพิพิธภัณฑ์ชุมชน เพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ($R^2 = 0.96$) บ่งชี้ว่า มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถอธิบายการเพิ่มขึ้นของมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวได้ถึง 47% ซึ่งเน้นย้ำถึงศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ยังชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนที่สำคัญ นั่นคือ การขาดการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ($\beta = 0.14$) ผลการวิเคราะห์นี้สนับสนุนและยอมรับสมมติฐาน H7 ที่ว่ามิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านนโยบาย พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมให้มีการจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรคและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา อันจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ภาพรวมผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้ได้ฉายภาพให้เห็นถึงกลไกเชิงลึกของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ผ่านการยืนยันสมมติฐานทั้ง 7 ประการอย่างเป็นระบบ โดยสมมติฐาน H1 ถึง H3 มุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจกลไกการขับเคลื่อนนโยบาย ซึ่งผลการวิเคราะห์บ่งชี้ว่า มิติทุนทางปัญญา (H2) เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ($\beta=0.59^{**}$, $p<0.01$) โดยมีเครือข่ายปราชญ์ชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำเนินงานตามนโยบาย ในขณะที่เดียวกัน มิติการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว (H1) แสดงบทบาทในลักษณะของการสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบาย แม้ว่าจะมีขนาดอิทธิพลทางตรงค่อนข้างต่ำ ($\beta=0.11^*$, $p<0.05$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของโครงสร้างพื้นฐานในการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนกระบวนการเชิงนโยบายให้มีประสิทธิภาพ ส่วนมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (H3) ทำหน้าที่เสมือน "ตัวเร่ง" ในกระบวนการขับเคลื่อนนโยบาย ($\beta=0.29^{**}$, $p<0.01$) โดยมีบทบาทสำคัญในการออกแบบบริการเชิงนวัตกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายและบริบทของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพในการปฏิบัติตามนโยบายการท่องเที่ยว

สำหรับสมมติฐาน H4 ถึง H7 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า มิติการนำนโยบายไปปฏิบัติ (H4) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุด ($\beta=0.84$, $p<0.01$) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลสูงกว่าปัจจัยอื่นๆ ถึง 3.8 เท่า กลไกที่น่าสนใจคือ มิติทุนทางปัญญา (H6) แสดงอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ($\beta=0.83^{**}$, $p<0.01$) โดย 60% ของอิทธิพลดังกล่าวเกิดจากการแปลงความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่แผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรมผ่านกระบวนการทางนโยบาย ในขณะที่มิติการจัดการโลจิสติกส์ (H5) แสดงบทบาทในสองลักษณะ ทั้งในรูปแบบของอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ($\beta=0.25^*$, $p<0.05$) และอิทธิพลทางอ้อมผ่านการสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบาย ($\beta=0.19^*$, $p<0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด "โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ" ที่เน้นว่าระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพสามารถเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงานตามนโยบายและส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวม

5.2.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ประเด็นที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืน ถือเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งที่ได้รับการเน้นย้ำจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายภาคส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา ได้ฉายภาพให้เห็นว่าหัวใจของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นอยู่ที่การส่งเสริมทุนทางปัญญา ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นทรัพยากรนามธรรมอันทรงคุณค่าต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ Jurczak (2008) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการองค์กรเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพของบุคลากร นอกจากนี้ กลุ่มตัวแทนจาก สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา ยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้าง ทุนความสัมพันธ์ ทุนวัฒนธรรม (ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวแบบครบวงจร ตั้งแต่ที่พัก การขนส่ง ไปจนถึงโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการของเสีย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักในการสร้างห่วงโซ่อุปทานการบริการการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและสามารถตอบสนองความต้องการของ

นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ในขณะที่เดียวกัน ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น และกลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (โรงแรม/ที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม) ต่างเห็นพ้องถึงความสำคัญของการ ขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสาร การเงิน และการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การกระจายบริการไปยังซัพพลายเออร์ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบริการขนส่งจัดเลี้ยง โรงแรม หรือบริการพักผ่อน ซึ่งเป็นการต่อยอดถึงความเชื่อมโยงและความร่วมมือที่จำเป็นในระบบนิเวศของการท่องเที่ยว สำหรับผู้ประกอบการด้านธุรกิจของที่ระลึก ได้เน้นย้ำถึงบทบาทของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวและความเป็นต้นแบบ ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มุ่งเน้นการศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด(ข้อมูลจาก ตารางที่ 49)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการบูรณาการจากทุกภาคส่วน โดยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืนเป็นแกนหลัก ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างทุนทางปัญญา ทุนความสัมพันธ์ ทุนวัฒนธรรม การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ประเด็นที่ 2 ผลการศึกษาขององค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการขององค์ประกอบที่หลากหลายและมีความเชื่อมโยงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาและกลุ่มตัวแทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญขององค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีได้จำกัดอยู่เพียงการสร้างสรรค์ผลงานเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมถึงการส่งเสริมด้านการศึกษา การใช้ทรัพยากรสินทรัพย์ทางปัญญา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการพัฒนาด้านความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทิปิตี ทิพวรรณ (2561) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ประกอบด้วยทั้งปัจจัยภายในและภายนอก รวมถึงองค์ประกอบด้านการศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน การใช้สินทรัพย์ทางปัญญา วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และด้านความรู้ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา ซึ่งครอบคลุมถึงการพัฒนาทุนมนุษย์ทั้งระบบ ทุนเชิงโครงสร้าง ทุนความสัมพันธ์ และทุนวัฒนธรรมทั้งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Edvinsson and Malone (1997) ที่ระบุว่าสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ในส่วนของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างได้ระบุถึงองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ขณะที่ องค์ประกอบของการส่งเสริมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ได้รับการระบุว่ามีความสำคัญเช่นกัน โดยประกอบด้วยการส่งเสริมการ

ทำงานตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย การจัดการทรัพยากรนโยบาย การสื่อสารระหว่างองค์กรและการพัฒนาลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ สำหรับกลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (โรงแรม/ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และของที่ระลึก) ได้เน้นย้ำถึง องค์ประกอบของการส่งเสริมพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การส่งต่อทางกายภาพ ข้อมูลข่าวสาร การเงิน การพัฒนาสาธารณูปโภค และความยั่งยืน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีความงดงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจและนำไปสู่การกลับมาเยือนและการบอกต่อในวงกว้าง

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบูรณาการและพัฒนาองค์ประกอบที่หลากหลาย ตั้งแต่การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาทุนทางปัญญา การจัดการแหล่งท่องเที่ยว การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และการจัดการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากสามารถดำเนินการได้ตามองค์ประกอบเหล่านี้แล้ว จะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจและกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคได้ในที่สุด

ประเด็นที่ 3 ประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย พบว่า การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มตัวแทนผู้บริหารสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา ตัวแทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา และตัวแทนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการ พัฒนาส่งเสริมด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว โดยมองว่าการสร้างความตระหนักและความใส่ใจในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของบุคลากรทุกภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน) การส่งเสริมให้ชุมชนในพื้นที่สามารถพึ่งพาและบริหารจัดการตนเองได้ และการสนับสนุนให้ประชาชนมีบทบาทในการเสนอแนะทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองนั้น เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ในขณะเดียวกัน ตัวแทนนักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (โรงแรม/ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจขนส่ง) ตัวแทนภาคประชาชนทั่วไปในพื้นที่ และกลุ่มตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว ต่างให้ความสำคัญกับการ พัฒนาส่งเสริมการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นให้แหล่งท่องเที่ยวมีความหมายที่ลึกซึ้งกว่าเพียงแค่การพักผ่อนหย่อนใจ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างความประทับใจ (เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์) และการมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังเห็นพ้องถึงความสำคัญของการ พัฒนาส่งเสริมด้านปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการสร้างความมั่นใจในความปลอดภัย สุขอนามัย ตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ และการสนับสนุนสิ่งจำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก น้ำประปา และการเดินทางที่มีความพร้อม ซึ่ง

สอดคล้องกับองค์ประกอบตามยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานให้มีคุณภาพสูง การยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า หัวใจสำคัญของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 นั้น มีอาคมองข้ามการผสมรวมของสามเสาหลักที่ค้ำจุนกันอย่างลงตัว

ประการแรก รากฐานอันแข็งแกร่งของการพัฒนานั้นอยู่ที่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการตอกย้ำอย่างหนักแน่นจากบรรดาผู้บริหารและตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวฯ รวมถึงนักวิชาการผู้ทรงภูมิในแวดวงการท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่า จุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นอยู่ที่การปลูกฝังความตระหนักและความใส่ใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ยิ่งไปกว่านั้น การส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถยืนหยัดและบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองได้ ควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญในการเสนอแนะทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองนั้น เปรียบเสมือนการสร้างภูมิคุ้มกันจากภายในให้กับการท่องเที่ยวในภูมิภาค

ประการต่อมา การที่จะดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงนั้น จำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่ การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการเน้นย้ำจากนักวิชาการด้านวัฒนธรรม นักการเมืองท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ตั้งแต่โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก ไปจนถึงธุรกิจนาเที่ยวและขนส่ง รวมถึงเสียงสะท้อนจากตัวแทนภาคประชาชนทั้งในและใกล้แหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่า การท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จมิได้จำกัดอยู่เพียงการพักผ่อนหรือความสนุกสนานชั่วคราว แต่ต้องสามารถสร้างความหมายที่ลึกซึ้งและตรึงตราใจ การนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความประทับใจในทุกสัมผัส ตั้งแต่ระบบการชำระเงินแบบไร้สัมผัส ไปจนถึงการจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์ ควบคู่ไปกับการมอบประสบการณ์อันทรงคุณค่าและน่าจดจำผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะสามารถสร้างความผูกพันและความทรงจำที่ดีให้กับผู้มาเยือนได้อย่างแท้จริง

และสุดท้าย สิ่งที่จะขาดเสียมิได้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างมั่นคงคือ การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเด็นนี้ได้รับการเห็นพ้องต้องกันจากทุกกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมในการศึกษา กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมองว่า การสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย สุขอนามัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ และการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการเดินทางและการพักผ่อน เช่น ที่พักที่มีคุณภาพ ระบบน้ำประปาที่เพียงพอ และการเดินทางที่สะดวกสบายนั้น เป็นรากฐานสำคัญที่ไม่อาจละเลยได้

ข้อค้นพบเหล่านี้ไม่ได้ขัดแย้งกับทิศทางการพัฒนาระดับชาติ หากแต่สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานให้มีคุณภาพสูง การยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการ

พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การดำเนินการตามแนวทางทั้งสามประการนี้อย่างบูรณาการและสอดคล้องกัน จะนำพาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างประโยชน์และความเจริญรุ่งเรืองให้กับทุกภาคส่วนในภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

ประสิทธิผลของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย นั้น ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว การยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาระดับชาติและหากสามารถดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสามารถสร้างประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วนในภูมิภาคได้ในที่สุด

5.2.4 สรุปผลการสร้างข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ข้อเสนอแนวทางเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย มุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์การภาครัฐ นั่นคือการยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน โดยอาศัยกระบวนการกำหนดนโยบายในรูปแบบยุทธศาสตร์การทำงาน และขับเคลื่อนด้วยกระบวนการเชิงปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรม แนวทางเชิงนโยบายนี้เริ่มต้นจากการพิจารณา ปัจจัยนำเข้า (Input) ที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การกำหนด ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาระบบการส่งต่อทางกายภาพ ข้อมูลข่าวสาร การเงิน สาธารณูปโภค และความยั่งยืน นอกจากนี้ ยังมี นโยบายส่งเสริมพัฒนาทุนทางปัญญา ซึ่งมี ยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ทุนเชิงโครงสร้าง ทุนความสัมพันธ์ ทุนวัฒนธรรมทั้งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ควบคู่ไปกับ นโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มียุทธศาสตร์ในการส่งเสริมด้านการศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึง นโยบายส่งเสริมพัฒนาด้านความรู้ เพื่อให้แนวทางเชิงนโยบายเหล่านี้สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องนำเอาตัวแบบไปกำหนดเป็น ประเด็นยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว จากนั้น จะถูกขับเคลื่อนด้วย กลยุทธ์เชิงปฏิบัติการ ที่หลากหลาย เช่น กลยุทธ์ส่งเสริมทรัพยากรนโยบาย กลยุทธ์ส่งเสริมการสื่อสารระหว่างองค์กร กลยุทธ์ส่งเสริมหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ กลยุทธ์ส่งเสริมเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และกลยุทธ์เสริมสร้างความตั้งใจของผู้ปฏิบัติ กระบวนการทั้งหมดนี้ มุ่งหวังให้เกิด ผลลัพธ์ (Output) ที่พึงประสงค์ นั่นคือ ประสิทธิภาพของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะนำไปสู่ เป้าหมายระดับประเทศ (Ultimate Outcome) ที่สำคัญยิ่ง นั่นคือ การยกระดับการจัดการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ และท้ายที่สุดคือ ความกินดี อยู่ดี มีสุข ของประชาชนในภูมิภาคอย่างยั่งยืน

5.3 อภิปรายผล

5.3.1 ผลการศึกษาเชิงปริมาณในส่วนสถิติเชิงบรรยาย

ในการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ครอบคลุมถึงประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ประสบการณ์การเดินทางไปยังจังหวัดต่างๆ และ บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ผลจากการสำรวจเผยให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 66.3 ในด้านช่วงอายุ กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.8 สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสัดส่วนสูงสุดที่ร้อยละ 25.9 และเมื่อพิจารณาถึงอาชีพหลัก ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.1 ในส่วนของรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 300,001 บาทต่อปีขึ้นไป มีจำนวน 136 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.2 เมื่อสอบถามถึงประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 74.1 และในประเด็นของบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย นั้น พบว่า กลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยว) และประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว มีสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 14.8 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้

ข้อมูลที่น่าสนใจคือ ร้อยละ 74.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามเคยเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งอาจสะท้อนถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ดังกล่าว สามารถขยายความได้ ดังนี้

การกระจุกตัวของการเดินทางท่องเที่ยว สัดส่วนที่สูงของผู้ที่เคยเดินทางมาয়งนครราชสีมา บ่งชี้ถึง การกระจุกตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดนี้เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มภูมิภาคเดียวกัน ปรากฏการณ์นี้อาจเป็นผลมาจากปัจจัยเชิงพื้นที่ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว หรือการเข้าถึงที่สะดวกกว่า ซึ่งทำให้จังหวัดนครราชสีมากลายเป็นจุดสนใจหลักสำหรับนักเดินทาง

อิทธิพลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว นครราชสีมาเป็นที่ตั้งของโบราณสถาน แหล่งโบราณคดี และสถานที่ทางวัฒนธรรมที่สำคัญหลายแห่ง ซึ่งอาจเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่นี้

นัยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางไปนครราชสีมา มีนัยสำคัญต่อการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค การทำความเข้าใจว่าลักษณะใดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ อาจนำไปสู่การพัฒนา และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในลักษณะเดียวกันในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ลดการพึ่งพิงจุดหมายปลายทางเดียว และกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างทั่วถึงในภูมิภาค

มิติการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระบบดิจิทัล (IT) ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ ($\bar{X} = 3.96$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มใน Global Digital Transformation Report 2024 ที่เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีในการขับเคลื่อน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม สาธารณูปโภคพื้นฐาน (UT) กลับมีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ ($\bar{X} = 3.17$) ข้อค้นพบนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Kaosa-ard และ Rerkyungkan (2018) ที่รายงานว่า โครงสร้างพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการพัฒนาแล้ว ซึ่งอาจบ่งชี้ถึงปัญหาการกระจายทรัพยากรที่ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการส่งเสริมและพัฒนา สาธารณูปโภคพื้นฐานที่เกี่ยวข้องในมิติการจัดการโลจิสติกส์อย่างครอบคลุม

นอกจากนี้ ผลการสำรวจยังชี้ให้เห็นว่าความเหลื่อมล้ำในการกระจายสาธารณูปโภคยังคงเป็น ปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข โดยมีข้อคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวรายหนึ่งที่สะท้อนถึงประเด็นนี้ว่า "ตามจุดการท่องเที่ยวต่างๆ สามารถใช้แอปพลิเคชันในการนำทางได้แค่ในบางจุด เนื่องจากบางจุด เป็นพื้นที่อับสัญญาณอินเทอร์เน็ต" ซึ่งแสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ สนับสนุนการท่องเที่ยวในบางพื้นที่

มิติทุนทางปัญญา ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ทุนความสัมพันธ์ (RC) ได้รับการรับรู้ใน ระดับสูงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.86$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการความรู้โดยใช้ เครือข่าย (Communal Knowledge Networks) ของ Nonaka และ Takeuchi (1995) ที่ชี้ให้เห็น ว่าการถ่ายทอดความรู้ผ่านกิจกรรมร่วมกันมีประสิทธิภาพมากกว่าการฝึกอบรมที่เป็นระบบ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังยืนยันข้อค้นพบก่อนหน้านี้ที่ทุนความสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.86$) ในบริบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในขณะที่ปัจจัยด้าน ทุนมนุษย์ (HC) มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 3.03 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongrawd และคณะ (2022) ที่ระบุถึงปัญหาเกี่ยวกับการ ฝึกอบรมบุคลากรในภาคอีสาน นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (76.3%) ให้ความสำคัญกับ กิจกรรมศิลปะพื้นบ้านมากกว่าการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.18$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ความต้องการประสบการณ์ที่มีส่วนร่วม

จากผลการศึกษา จึงควรมีการส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการ ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การพัฒนาความรู้ความสามารถ การฝึกอบรม การพัฒนาผู้บริหาร การพัฒนาอาชีพ และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้บุคลากรสามารถพัฒนาตนเองและองค์กรได้อย่างมี ประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมการทำงานได้

มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า เทคโนโลยีและนวัตกรรม (TAI) ได้รับการยอมรับในระดับสูง โดยมี ($\bar{X} = 3.97$) ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ UNWTO (2023) อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้าน การศึกษา (ED) กลับมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดที่ ($\bar{X} = 3.14$) ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ Prasert และ Boonchai (2021) ที่ศึกษาการบูรณาการวัฒนธรรมท้องถิ่นในหลักสูตรการศึกษาภาคเหนือและพบว่า การนำพิธีกรรมล้านนาและงานหัตถกรรมพื้นบ้านเข้ามาในหลักสูตรสามารถเพิ่มความตระหนักทาง วัฒนธรรมในนักศึกษาได้ถึง 67.3% ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของ ประเทศไทย ยังขาดกลไกการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบ ซึ่ง แตกต่างจากบริบทการวิจัยในภาคเหนือที่พบการบูรณาการวัฒนธรรมในหลักสูตรแล้ว ดังนั้น จึงควร ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมนโยบายด้านการศึกษา องค์กรความรู้ และนวัตกรรมใหม่ เพื่อนำไป ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งชี้ให้เห็นถึง โอกาสในการส่งเสริมการเชื่อมโยงองค์ความรู้สมัยใหม่กับการสืบสานและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

มิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเผยให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างระดับความเข้าใจในนโยบาย (IPI) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงถึง ($\bar{X} = 3.86$) กับระดับการปฏิบัติจริง (ESPC) ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าอย่างเห็นได้ชัดที่ ($\bar{X} = 3.12$) ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิด "ช่องว่างนโยบายกับการปฏิบัติ" (Policy-Practice Gap) ที่เสนอโดย Pressman และ Wildavsky (1984) จากการศึกษานโยบายสาธารณะในสหรัฐอเมริกา ซึ่งระบุว่าความล้มเหลวในการปฏิบัตินโยบายส่วนใหญ่มักมีสาเหตุมาจากความไม่สอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายของนโยบายกับบริบทของพื้นที่ ยิ่งไปกว่านั้น ผลการศึกษาปัจจุบันยังสนับสนุนข้อค้นพบจากงานวิจัยของ Thonglor และคณะ (2023) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคชาสมุนไพรในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเมืองมีผลกระทบอย่างมาก และยังสะท้อนถึงความท้าทายของบริบททางการเมืองในระดับท้องถิ่นต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยรวมแล้ว ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำว่า กระบวนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทาย ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาเชิงลึกในกระบวนการดังกล่าว ตั้งแต่ขั้นตอนการตีความวัตถุประสงค์ของนโยบาย การขยายความแนวทางการปฏิบัติ การวางกลไก การดำเนินงาน และการกำหนดแนวทางการประเมินผล เพื่อให้การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลลัพธ์ตามที่ตั้งไว้

มิตินำการพัฒนาการท่องเที่ยว: ผลการศึกษาเชิงปริมาณชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความยั่งยืน (PST) ได้รับการประเมินในระดับสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.00$) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ปี 2030 อย่างไรก็ตาม ปัจจัยพื้นฐาน (DFT) ซึ่งรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและระบบน้ำประปา ยังคงต้องการการพัฒนา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.54$) ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thabchumpon และคณะ (2021) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน เช่น ที่พักและระบบสาธารณูปโภค ให้สอดคล้องกับหลักการของ SDGs นอกจากนี้

ผลการศึกษานี้ยังสนับสนุนข้อค้นพบก่อนหน้านี้ ซึ่งระบุว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐาน (DFT = 3.54) นั้นต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติอื่นๆ ดังนั้น จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องมีนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสาธารณูปโภคให้มีมาตรฐานที่เพียงพอ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้น

5.3.2 ผลการศึกษาเชิงปริมาณในส่วนสถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระที่ศึกษา (มิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ) สามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) สูงถึง 0.926 ซึ่งหมายความว่าแบบจำลองนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวได้ถึง 92.6% ค่า R^2 ที่ได้นี้สูงกว่าผลการศึกษาของ Sukkird (2021, p.56) ที่ศึกษาเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือของประเทศไทย ($R^2 = 0.85$) ถึง 8.6% ความแตกต่างนี้อาจบ่งชี้ว่า แม้ภาคเหนือจะมีจุดแข็งด้านศิลปะและวัฒนธรรม แต่การบูรณาการเครือข่ายชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอาจยังไม่เข้มแข็งเท่ากับบริบทของภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยเชิงนโยบายและเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทที่โดดเด่นกว่า เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) พบว่า มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ($\beta = 0.709^{**}$, $p < 0.01$) มีอิทธิพลทางบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจุมพล (2552) ที่เน้นย้ำว่าทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation Theory) ซึ่งให้ความสำคัญกับการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริงนั้นเป็นหัวใจสำคัญของการบรรลุเป้าหมายนโยบาย ในทางตรงกันข้าม มิติการจัดการโลจิสติกส์ ($\beta = 0.027$, $p > 0.05$) และ มิติทุนทางปัญญา ($\beta = -0.012$, $p > 0.05$) ไม่พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ข้อค้นพบนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Chen และ Chang (2022) ที่ศึกษาเกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม ซึ่งพบว่ามิติโลจิสติกส์มีอิทธิพลสูง ($\beta = 0.58$) ความแตกต่างนี้อาจเนื่องมาจากความพร้อมของระบบขนส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานค่อนข้างต่ำ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.17$) ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่สูงกว่า

ผลการวิเคราะห์นี้บ่งชี้ว่า ระบบการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ยังไม่สมบูรณ์เพียงพอ ดังนั้น จึงควรมีการกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้บรรลุศักยภาพสูงสุด

การอภิปรายผลการศึกษิตตามสมมติฐาน ผู้วิจัยนำเสนอ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1): ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่า ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ ($\beta = 0.11$, $p < 0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen & Chang (2022) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวกับการดำเนินนโยบายในประเทศเวียดนาม และพบค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล ($\beta = 0.15$) ซึ่งมีขนาดใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบนี้มีความแตกต่างจากข้อเสนอของ Kaosa-ard & Rerkyungkan (2018) ที่รายงานว่าโครงสร้างพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีการพัฒนาแล้ว แต่ผลการวิจัยปัจจุบันชี้ให้เห็นถึงปัญหาการกระจายทรัพยากรที่ไม่เท่าเทียม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน ($\bar{X} = 3.17$) ซึ่งสะท้อนถึงปรากฏการณ์ "ความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่" ที่สอดคล้องกับรายงานของธนาคารโลก (World Bank, 2023) ที่ระบุว่าประเทศเวียดนามมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสูงกว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยถึง 2.3 เท่า และมุมมองจากทฤษฎี Bottleneck Effect ของ Porter (1990) สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ โดยการชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่อ่อนแอเพียงมิติเดียวในระบบ เช่น ปัญหาด้านที่จอดรถ อาจส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ประสิทธิภาพของระบบการจัดการท่องเที่ยวโดยรวม และจากผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลต่ำของมิติโลจิสติกส์ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ และปัญหาความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน รัฐบาลและ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อย่างเป็นรูปธรรมและเท่าเทียม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ ลงทุนในระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบขนส่ง ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อลดปัญหาคอขวดและยกระดับศักยภาพของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวม นอกจากนี้ ควรมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการกระจายทรัพยากรทางการบริหารให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีประสิทธิภาพและสามารถส่งเสริมการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนและทั่วถึง

สมมติฐานที่ 2 (H2): ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่า ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีขนาดอิทธิพลสูงสุดในบรรดาปัจจัยที่ศึกษา ($\beta = 0.59^{**}$, $p < 0.01$) ข้อค้นพบนี้สนับสนุนทฤษฎี "เครือข่ายความรู้ชุมชน" ของ Nonaka & Takeuchi (1995) ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการถ่ายทอดภูมิปัญญาและความรู้ผ่านปฏิสัมพันธ์และการปฏิบัติร่วมกันในชุมชน ดังตัวอย่างของการลงแขกเกี่ยวข้าว ซึ่งเป็นพิธีกรรมร่วมที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ แต่อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Nguyen et al. (2023) ในประเทศเวียดนาม ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านทุนมนุษย์ (HC) เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ($\beta = 0.45$) ความแตกต่างนี้อาจสะท้อนถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการจัดการความรู้ โดยบริบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อาจให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในบริบทชุมชน มากกว่าการฝึกอบรมเชิงระบบเพียงอย่างเดียว โดยผลการศึกษาของ Thongrawd et al. (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่าการฝึกอบรมบุคลากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังขาดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับค่าเฉลี่ยของทุนมนุษย์ (HC) ที่ค่อนข้างต่ำอยู่ที่ (3.03) และจากผลการศึกษาที่ยังชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลสูงของมิติทุนทางปัญญาต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของเครือข่ายความรู้ชุมชน หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ และขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยอาจมีนโยบายที่สนับสนุนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกิจกรรมและการปฏิบัติจริงในชุมชน ควบคู่ไปกับการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมที่ตอบสนองต่อความต้องการและบริบทของพื้นที่ การบูรณาการความรู้จากทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมถึงการเสริมสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ จะเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับทุนทางปัญญาและประสิทธิภาพในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 3 (H3): ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่า ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีขนาดอิทธิพลในระดับปานกลาง ($\beta = 0.29^{**}$, $p < 0.01$) ข้อค้นพบนี้บ่งชี้ว่าความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมมีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาจาก UNESCO (2022) พบว่า มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลสูงต่อการกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายด้านการท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชา ซึ่งอาจสะท้อนถึงความแตกต่างในระดับการบูรณาการและการให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทนโยบายการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ จากผล การศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลปานกลางของมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ และจากกรณีศึกษาของ UNESCO ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย โดยเฉพาะในระดับ ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการกำหนด นโยบายที่ชัดเจนและมุ่งเน้นในการส่งเสริมและบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ากับการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ซึ่งอาจรวมถึงการสนับสนุนการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์และบริการ ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยกระดับ ประสบการณ์การท่องเที่ยว และการสนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว การมีนโยบายที่เข้มแข็งและมีการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม จะช่วยให้ภูมิภาคสามารถใช้ประโยชน์จากศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการบรรลุเป้าหมาย ทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 4 (H4): ปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ปัจจัยมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีอิทธิพล ทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีขนาดอิทธิพลสูงสุด ในบรรดาปัจจัยที่ศึกษา ($\beta = 0.84^{**}$, $p < 0.01$) ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญอย่างยิ่งของการ แปรนโยบายจากระดับแนวคิดไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมในการขับเคลื่อนการพัฒนาการจัดการ ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ขนาดอิทธิพลที่สูงนี้ยัง สูงกว่าผลการวิจัยของ Sukkird (2021) ที่ศึกษานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือ ซึ่ง อาจเนื่องมาจากบริบทและกลไกการขับเคลื่อนนโยบายที่แตกต่างกัน โดยงานวิจัยของ Sukkird เน้น กลไกชุมชนเป็นฐานและมีข้อคำถามที่สะท้อนถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation Theory) ที่ให้ความสำคัญกับการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติจริง ดังที่ Pressman & Wildavsky (1984) ได้ศึกษาและเน้นย้ำถึงประเด็นการแปลงนโยบายจากนามธรรมสู่รูปธรรม และจากผล การศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลสูงสุดของการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติต่อการพัฒนาการจัดการ ท่องเที่ยว คือ หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกกับ การทำให้กระบวนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งอาจรวมถึง การสร้างความเข้าใจในนโยบายอย่างชัดเจนในทุกระดับปฏิบัติการ การพัฒนากลไกและแนวทางการ ปฏิบัติที่ชัดเจนและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในการดำเนินงานตามนโยบาย และการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ การให้ความสำคัญกับการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังจะเป็นปัจจัยสำคัญในการบรรลุ เป้าหมายการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้

สมมติฐานที่ 5 (H5): ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่า ปัจจัยมิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวผ่านมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.19^*$, $p < 0.05$) ข้อค้นพบนี้สนับสนุนทฤษฎี Two-Step Flow ของ Katz & Lazarsfeld (1955) ซึ่งเน้นย้ำถึงบทบาทของ "ตัวกลาง" ในการส่งผ่านอิทธิพลจากปัจจัยต้นทางไปสู่ผลลัพธ์ปลายทาง โดยชี้ว่าการไหลของข้อมูลหรือทรัพยากรจำเป็นต้องผ่านตัวกลางที่มีอิทธิพลก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมายหลัก ในบริบทนี้โลจิสติกส์ (เช่น ระบบขนส่งดิจิทัล) ทำหน้าที่เป็น "ตัวกลางเชิงโครงสร้าง" ที่ส่งเสริมการปฏิบัติตามนโยบาย และนโยบายที่ได้รับการสนับสนุนจากระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะถูกแปลงไปสู่แผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรม ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Chen et al. (2022) ที่พบอิทธิพลทางตรงของโลจิสติกส์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับสูง ($\beta = 0.58$) ซึ่งอาจเนื่องมาจากความแตกต่างในระดับการพัฒนาระบบขนส่งแบบครบวงจรของประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ ผลการศึกษายังขัดแย้งกับข้อเสนอของ Kaosa-ard & Rerkyungkan (2018) ที่ยืนยันว่าโครงสร้างพื้นฐานหลักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีการพัฒนาแล้ว แต่ผลการวิเคราะห์เชิงบรรยายก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาการกระจายตัวที่ไม่ทั่วถึง สาธารณูปโภคพื้นฐาน ($\bar{X} = 3.17$) และจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลทางอ้อมของโลจิสติกส์ผ่านนโยบายและความแตกต่างในระดับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์กับบริบทอื่นๆ หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวอย่างบูรณาการและครอบคลุม ตั้งแต่ระบบบริการการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยที่พัก การขนส่ง การท่องเที่ยว บาร์และร้านอาหาร หัตถกรรมการผลิตอาหาร การกำจัดของเสีย และโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง การขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานการบริการการท่องเที่ยวแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโดยทันที นโยบายที่ส่งเสริมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงได้ทั่วทั้งภูมิภาค จะเป็น "ตัวกลาง" สำคัญในการสนับสนุนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติและส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 6 (H6): ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ปัจจัยมิติทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีอิทธิพลรวมสูงสุดเมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลทางอ้อมผ่านมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ($\beta = 0.83^*$, $p < 0.01$) ข้อค้นพบนี้สนับสนุนทฤษฎี Relational Capital ของ Nahapiet & Ghoshal (1998) ซึ่งอธิบายว่า เครือข่ายความสัมพันธ์ (Networks) ความไว้วางใจ (Trust) และพันธสัญญาร่วม (Shared Commitment) เป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของการสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-creation) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพหรือพัฒนาการของการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม ข้อสรุปจากการศึกษาครั้งนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Nguyen et al. (2023) ในประเทศเวียดนาม ซึ่งอาจเนื่องมาจากบริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยพื้นที่ศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทยมี

ลักษณะเด่นของวัฒนธรรม "การช่วยเหลือเกื้อกูล" ซึ่งส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความรู้และการแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาระหว่างสมาชิกในชุมชน ในขณะที่ประเทศเวียดนาม องค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอาจเน้นไปที่ระบบราชการที่เข้มแข็งและการพัฒนาบุคลากรภาครัฐผ่านหลักสูตรฝึกอบรมมากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์ในระดับชุมชน สอดคล้องกับงานภาคสนามของ Thabchumpon et al. (2021) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของ "ปราชญ์ชุมชน" ในการออกแบบนโยบายที่สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของพื้นที่ ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนเท่านั้น และจากผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลสูงสุดของมิติทุนทางปัญญาต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในการส่งเสริมและสนับสนุนการเสริมสร้างทุนทางปัญญาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งอาจรวมถึงการ สนับสนุนและส่งเสริมบทบาทของปราชญ์ชุมชนในการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ การส่งเสริมความไว้วางใจและพันธสัญญาร่วมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว และการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน การให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างทุนทางปัญญาในมิติต่างๆ จะเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในภูมิภาคนี้

สมมติฐานที่ 7 (H7): ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ปัจจัยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวผ่านมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.38, p < 0.01$) ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับรายงานของ UNESCO (2022) เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศกัมพูชา ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านนโยบาย โดยเน้นการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมเป็นกลไกขับเคลื่อนหลัก ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับลักษณะของพื้นที่ศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ที่พบว่าวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแสดงศิลปะพื้นบ้าน และผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และการแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ไปสู่นโยบายการจัดการท่องเที่ยวผ่านกลไก "ชุมชนมีส่วนร่วม" เป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบนี้มีความแตกต่างจากแนวคิดของ Florida (2019) ที่ชี้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอาศัยทุนมนุษย์ (HC) และนวัตกรรมเทคโนโลยีเป็นหลัก ซึ่งอาจสะท้อนถึงบริบทและกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันระหว่างพื้นที่ศึกษาและแนวคิดของ Florida และจากผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลทางอ้อมของมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านนโยบายและความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างจริงจัง ซึ่งอาจรวมถึงการ สนับสนุนการศึกษาและการสร้างสรรค์ผลงานที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมการใช้สินทรัพย์ทางปัญญาและเทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่ม การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดและดำเนินงานตามนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการส่งเสริมการสั่งสมความรู้และ

นวัตกรรมในด้านการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การมีนโยบายที่บูรณาการมิติทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม จะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและมีความยั่งยืน

5.3.3 อภิปรายผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพในประเด็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืน ได้รับความเห็นด้วยมากที่สุดจากกลุ่มเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิทุกกลุ่ม (ร้อยละ 13.00) ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักและความเห็นพ้องต้องกันอย่างสูงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนต่อความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมในระยะยาว

ข้อค้นพบนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปุณยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล (2563) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้เสนอแผนยุทธศาสตร์ที่เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การตลาด และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chairuang (2015) และ Yonchayawong (2018) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเส้นทางอารยธรรมขอมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยทั้งสองงานวิจัยต่างชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายในภูมิภาคนี้ และเน้นย้ำถึงความสำคัญของการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนและจากความเห็นและความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้าสู่ทุกขั้นตอนของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งอาจรวมถึงการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่เน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น การสร้างรายได้ให้กับชุมชน และการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี, การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรองรับการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม, การสร้างความตระหนักและความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชน, และการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการพัฒนาเป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืน ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงเน้นย้ำถึงความสำคัญอย่างยิ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนความยั่งยืน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนและสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การดำเนินงานตามข้อเสนอแนะดังกล่าวจะเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว

ประเด็นที่ 2 องค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการศึกษาในประเด็นองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิทุกกลุ่มได้กล่าวถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยกล่าวถึงมากที่สุด คือการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มากที่สุด ประกอบด้วย การส่งเสริมด้านการศึกษา ส่งเสริมการสร้างสรรคผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรเส้นทางปัญญา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมพัฒนาการสั่งสมความรู้ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งเสริมพัฒนาความรู้ (ร้อยละ 25.00) องค์ประกอบที่ถูกกล่าวถึงภายใต้ประเด็นนี้ ได้แก่ การส่งเสริมด้านการศึกษา การสร้างสรรคผลงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรเส้นทางปัญญา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการพัฒนาความรู้ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการยอมรับว่าเป็นฐานคิดที่มีศักยภาพสูง ในการพัฒนาด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความน่าสนใจที่จะนำไปเป็นฐานคิดในการพัฒนาด้านต่างๆ ข้อค้นพบนี้มีความสอดคล้อง กับงานวิจัยของ สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และ มาริสา โกเศยะโยธิน (2019) ที่ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง พบว่าการนำอาหารมาเป็นจุดดึงดูดสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวและพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ได้ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรพร เฉลิมชิดและคณะ (2562) ที่ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งได้รับตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมด้านต่างๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก โปรแกรมนำเที่ยว ความตระหนัก และที่พัก และถึงแม้ว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะได้รับการสนับสนุนอย่างมาก แต่ข้อเสนอของ McKercher and Ho (2006) และ Butler (1996) ที่กล่าวถึงปัญหาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางเลือก ความแออัด และศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จำกัด ยังคงเป็นประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณาในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีข้อสังเกตจากงานที่ค้นพบ คือ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย อาจต้องพิจารณาถึงศักยภาพและข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ รวมถึงการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน และเพื่อให้การส่งเสริมพัฒนาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย มีประสิทธิภาพสูงสุด ควรมีแนวทางดังนี้ กำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาคการท่องเที่ยว โดยเน้นการบูรณาการวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดสร้างสรรค์, สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมด้านการออกแบบ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม, ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ ระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวร่วมกัน, พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น พื้นที่สร้างสรรค์ แหล่งเรียนรู้ และเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงประสบการณ์สร้างสรรค์, บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน เพื่อรักษาคุณภาพและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

ประเด็นที่ 3 ประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผลการศึกษาในประเด็นประสิทธิภาพการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายและผู้ทรงคุณวุฒิให้ความสำคัญกับการพัฒนาส่งเสริมด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด (ร้อยละ 40.90) โดยเน้นที่การสร้างความรู้และตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของทุกภาคส่วน การส่งเสริมให้ชุมชนพึ่งตนเองและมีบทบาทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า การเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งให้กับแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในภูมิภาคนี้ ข้อค้นพบนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิชนันท์ อ่อนรัตน์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งพบว่ากำหนดยุทธศาสตร์และการนำไปปฏิบัติที่การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ S. Wang et al. (2011) ที่เน้นความตระหนักในการอนุรักษ์วัฒนธรรม การให้ความรู้ และความร่วมมือของคนในท้องถิ่น เช่นเดียวกับแนวคิดของ Lewis (2001) และ Mitchell (2001) ที่สนับสนุนว่าการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของทรัพยากรของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว จากความเห็นของผู้มีส่วนได้เสียมีความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ หน่วยงานภาครัฐในระดับภูมิภาคควรให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งในระดับท้องถิ่น ซึ่งอาจมีแนวทางดังนี้ ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชน ในทุกขั้นตอนของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน และการประเมินผล คือ เสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผ่านการฝึกอบรม การให้ความรู้ และการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, สนับสนุนให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการให้องค์ความรู้ เครื่องมือ และทรัพยากรที่จำเป็น, สร้างกลไกการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเกิดประโยชน์สูงสุดและการบูรณาการยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการศึกษานี้ให้เห็นว่าการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย การดำเนินงานตามแนวทางที่เสนอแนะจะช่วยให้

การพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มีความเข้มแข็ง มั่นคง และสามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์และข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ สามารถสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย โดยแยกตามมิติที่ศึกษาได้ดังนี้

5.4.1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเชิงนโยบายและ เชิงปฏิบัติการสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว

มิติโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า มิติการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\beta=0.25, p<0.05$) อย่างไรก็ตาม มิติโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ($\beta=0.19, p<0.05$) โดยมีจุดแข็งที่สำคัญคือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ยังคงมีจุดอ่อนในด้านการกระจายทรัพยากรที่ไม่เท่าเทียม เพื่อให้การพัฒนามิติโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมได้อย่างยั่งยืน จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังนี้

1. **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ:** รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการลงทุนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเทคโนโลยีอัจฉริยะมาประยุกต์ใช้ เช่น ระบบขนส่งสาธารณะอัจฉริยะ และระบบติดตามการขนส่งแบบเรียลไทม์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเป็นกลไกสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยวให้บรรลุเป้าหมาย

2. **การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล:** ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ ตัวอย่างเช่น การพัฒนาและใช้งานแพลตฟอร์มการจองและการชำระเงินออนไลน์ ระบบนำทางอัจฉริยะ และแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลการเดินทางที่ครอบคลุม เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูลและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

3. **การยกระดับมาตรฐานปโภคพื้นฐาน:** รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานปโภคพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว เช่น ถนน ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และระบบสื่อสาร ให้มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยว

4. **การส่งเสริมความเชื่อมโยงเชิงระบบ:** ควรมีการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างระบบโลจิสติกส์กับการดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การขนส่งและการเข้าถึงทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่น ลดอุปสรรค และสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ

มิติทุนทางปัญญา

จากผลการศึกษาในประเด็นด้านทุนทางปัญญา พบว่า ทุนความสัมพันธ์ในชุมชน ($RC=0.96$) มีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อส่งเสริมและใช้ประโยชน์จากทุนทางปัญญาที่มีอยู่ในชุมชนอย่างยั่งยืน จึงมีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการดังนี้:

1. การพัฒนาระบบพี่เลี้ยงข้ามรุ่นและการสร้าง "ผู้บรรยายวัฒนธรรมท้องถิ่น": ควรมีการพัฒนาพี่เลี้ยงที่เชื่อมโยงระหว่างปราชญ์ชุมชนผู้ทรงภูมิปัญญากับเยาวชนในท้องถิ่น โดยการจัดทำหลักสูตรที่มุ่งเน้นการส่งเสริมศักยภาพให้เยาวชนเป็น "ผู้บรรยายวัฒนธรรมท้องถิ่น" (Local Culture Ambassador) ซึ่งกระบวนการนี้จะรวมถึงการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการแปลงภูมิปัญญาดังกล่าวไปสู่การพัฒนานโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2. การต่อยอดโครงการที่มีอยู่และการสร้างแรงจูงใจ ควรมีการพัฒนาและต่อยอดโครงการที่ประสบความสำเร็จ เช่น "โอท็อปนวัตกรรมวิถีถิ่นเล่าเรื่องชุมชน" ของกรมพัฒนาชุมชน โดยอาจมีการให้สิทธิพิเศษเพิ่มเติมแก่ผู้ที่ผ่านการอบรม เช่น ส่วนลดค่าธรรมเนียมการค้า เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการนำเสนอเรื่องราวและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3. การเสริมสร้างเครือข่ายปราชญ์ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนและส่งเสริมการรวมกลุ่มและการทำงานร่วมกันของปราชญ์ชุมชนและผู้มีความรู้ในท้องถิ่น เพื่อสร้างเครือข่ายที่เป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้และเป็นกลไกในการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

4. การบูรณาการภูมิปัญญาสู่การท่องเที่ยว ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และสร้างคุณค่า เช่น การออกแบบที่พัก อาหาร กิจกรรม และการแสดงทางวัฒนธรรม ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

5. การส่งเสริมการเรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญา ควรมีการจัดกิจกรรมและโครงการที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้แก่ คนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว เช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนา และการสาธิต

6. การสร้างฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมีการจัดทำระบบฐานข้อมูลที่เป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับการพัฒนาและการนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในภาคการท่องเที่ยว

มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เสนอให้มีการออกแบบและพัฒนาแผนที่ท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Trail) ที่บูรณาการเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์การรับชมศิลปะพื้นบ้านแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ผ่านการสแกน QR Code ณ จุดสนใจต่างๆ ตัวอย่างเช่น การนำเสนอพิธีบายศรี หรือกระบวนการทอผ้าไหม ซึ่งคาดว่าจะสามารถยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม ($ETE=3.94$) และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นถึง 30% (อ้างอิงจากค่าสัมประสิทธิ์ $\beta=0.47^{**}$).

1. **การส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม** สนับสนุนและผลักดันการนำความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และน่าดึงดูด

2. **การบูรณาการศิลปะและวัฒนธรรม** ส่งเสริมการผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ากับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความโดดเด่นและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

3. **การสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล** ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการสร้างสรรค์และนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เช่น การใช้ AR/VR สื่อดิจิทัล และแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ

4. **การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา** สร้างความตระหนักถึงความสำคัญและพัฒนากลไกการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

5. **การพิจารณาจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น** เสนอให้มีการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์กลางเพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับนวัตกรรม

มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

1. **เสริมสร้างระบบติดตามและประเมินผล:** พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุม โดยมีตัวชี้วัดที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้

2. **ส่งเสริมการมีส่วนร่วมแบบไตรภาคี** สร้างกลไกความร่วมมือและการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคชุมชน และภาคเอกชน ในกระบวนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและร่วมมือในการขับเคลื่อน

3. **ปรับปรุงการสื่อสารนโยบาย** พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารนโยบายการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเข้าใจและได้รับการสนับสนุน

4. **เสริมสร้างขีดความสามารถ** พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติในทุกระดับ เพื่อให้มีความรู้ ทักษะ และความเข้าใจในการดำเนินงานตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ

5. **สร้างความสอดคล้องของนโยบาย** ทบทวนและปรับปรุงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและบูรณาการกันในทุกระดับ เพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะเหล่านี้เป็นแนวทางเบื้องต้นที่ได้จากผลการวิจัย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปพิจารณาและปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ให้มีความยั่งยืนและสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ทุกภาคส่วน

5.4.2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผลการวิจัยนี้ เพื่อต่อยอดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

1) การวิจัยเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรม เพื่อให้เข้าใจบริบทที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น ควรศึกษาเปรียบเทียบโมเดลการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มจังหวัดภาคอีสานตอนล่างกับพื้นที่ที่มีบริบททางสังคมและวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน เช่น จังหวัดศรีสะเกษและร้อยเอ็ด เพื่อค้นหาปัจจัยเฉพาะพื้นที่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบายในแต่ละบริบท

2) บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในยุคดิจิทัล เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว การวิจัยครั้งต่อไปควรเน้นการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของแพลตฟอร์ม เช่น TikTok, ผู้สร้างเนื้อหา (Creator), และผู้มีอิทธิพลขนาดเล็ก (Micro-Influencer) ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์กลไกการทำงานของอัลกอริทึมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้

3) การพัฒนาดัชนีวัดความยั่งยืนเฉพาะพื้นที่: เพื่อให้การประเมินความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวสอดคล้องกับบริบทและวิถีชีวิตชุมชน ควรมีการออกแบบชุดตัวชี้วัดความยั่งยืน SDGs Plus ที่ปรับให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ เช่น ดัชนีความเข้มแข็งของเครือข่ายปราชญ์ท้องถิ่น และดัชนีการมีส่วนร่วมทางดิจิทัลของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

4) การศึกษาเชิงลึกด้านเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม: ควรมีการศึกษาเชิงลึกในด้านเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม โดยวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนในทุนวัฒนธรรมนามธรรม (เช่น การฟื้นฟูพิธีกรรมพื้นบ้าน) เปรียบเทียบกับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่แท้จริงของการอนุรักษ์และส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรม

5) การส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกลไกใหม่: เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการสืบทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นยังมีค่าเฉลี่ยต่ำ ซึ่งอาจนำไปสู่การสูญเสียภูมิปัญญาท้องถิ่น การวิจัยต่อไปอาจมุ่งเน้นการพัฒนากลไกการถ่ายทอดความรู้ที่น่าสนใจและเข้าถึงเยาวชนได้มากขึ้น เช่น การประยุกต์ใช้แนวคิด Gamification ในการสร้างแอปพลิเคชันเพื่อเรียนรู้ทักษะท้องถิ่น

6) การใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน: เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งเชิงปริมาณและเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของทุกภาคส่วน การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ที่รวมการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) เข้ากับระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic Approach)

บรรณานุกรม



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ : กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2563). **แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรี บริการท่องเที่ยว ประจำปี พ.ศ. 2555 – 2560**. แหล่งที่มา : <http://203.131.220.141/msi/wp-content/uploads/Tourism-and-Travel>. [10 มีนาคม 2563]. [ออนไลน์].

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **โครงการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น**. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2559 จาก www.mots.go.th/ewtnews.php?nid=5780.

_____. (2565). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2566-2570**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

_____. (2567). **รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Tourism Economic Review)**. แหล่งที่มา : http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559.pdf. [10 มีนาคม 2563]. [ออนไลน์].

_____. (2567). **ประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ 4/2560**. แหล่งที่มา : http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559.pdf. [27 กรกฎาคม 2560]. [ออนไลน์].

_____. (2567). **สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2566**. แหล่งที่มา : http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559.pdf. [27 กรกฎาคม 2560]. [ออนไลน์].

..... (2563). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ**. แหล่งที่มา : http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559.pdf. [๑๐ มีนาคม ๒๕๖๓]. [ออนไลน์].

_____. (2564). **แสดงรายได้จากนักท่องเที่ยว และอัตราการเปลี่ยนแปลง**. แหล่งที่มา <https://www.mots.go.th/news/category/655>. สถิติการท่องเที่ยวปี 2564. [ออนไลน์].

กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง. (2567). **ข้อมูลประชากร**. สืบค้นจาก <https://dashboard.anamai.moph.go.th/population/popworkingage/changwat?year=2023&cw=32>.

กระทรวงมหาดไทย. (2551). **มาตรการการส่งเสริมท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงมหาดไทย หน้า 4.

กฤษฎาภาณุจัน โดพิทักษ์ และ คุณอนันท์ นิรมล. (2561). **การพัฒนาส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง**. วารสารครุฑพิบูล, 6(2), 231-246.

กมลชนก สุทธิวาทีนฤพุฒิ และคณะ. (2547). **การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป/แมคกรอ-ฮิล.

กนก บุญศักดิ์. (2561). **อิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย**. วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาปีที่ 12(1), 10-28.

- กรกช ทรายและคณะ. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัยจังหวัดนครราชสีมา. วารสารรัชต์ภาคย์ ฉบับพิเศษ ครบรอบ 23 ปี น. 165.
- กฤติยา สมศิลาและกนกกานต์ แก้วนุช. (2558). ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ 1 ฉบับที่ 1. (มกราคม-เมษายน 2558) : 116.
- กรองจันทน์ จันทระพาหา. (2566). ชาวจีนอพยพใหม่ทางภาคใต้ของประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://thaiembassy.no/2020/12/24/ep03ยัมสยาม-สยามเมืองยิ้ม>.
- กาญจนา จันทระจิตและคณะ. (2567). การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวแล้วหรือยัง?. แหล่งที่มา <http://www.fpojourn.com/tag> สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2566. ออนไลน์.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). ความหมายของนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า หน้า 65.
- กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ. (2564). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน.วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(1), 76-91.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี. ปรินญาณิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- เกษรศิริ อรุณชัยพร. (2559). ทุนทางสังคม. วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง;5(2): 13-20.
- เกษรศิริ อรุณชัยพร. (2559). ทุนทางสังคม. วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (2016): กรกฎาคม-ธันวาคม 2559.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2562, จากเว็บไซต์ <http://tourismdan1.blogspot.com/>. [ออนไลน์].
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. Retrieved 7 มกราคม 2563, from <http://mots.go.th/>.
- คมพล สุวรรณภู และคณะ. (2555). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง. วารสารราชบัณฑิตยสถาน, 37 (4), 285-303.
- คมสัน สุริยะ. (2551). กรอบแนวคิดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2566, จาก: <http://www.tourismlogistics.com>.
- คเชนทร์ แดงรักษา. (2554). การนำนโยบายการถ่ายโอนภารกิจขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไปปฏิบัติ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี/เพชรบุรี.
- คัชพล จันเพชร และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2561). การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบานซากแก้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 10(1), หน้า 111-121.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2550). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน: กลยุทธ์สำหรับลดต้นทุนและเพิ่มกำไร. (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: หจก.ซี.วาย. ซิมเทม พรินติ้ง.

- จิราณูช โสภา. (2560). การพัฒนากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาชุมชนบ้านห้วยหินดำ อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต: กรุงเทพฯ.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). การวางแผนแลพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลดา บุญอยู่. (2556). ทูทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา บ้านเกาะพิทักษ์ตำบลบางน้ำจืด อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชล บุนนาค (2554). แนวคิดว่าด้วยการจัดการทรัพยากรร่วม : ประสบการณ์จากต่างประเทศและแนวคิดในประเทศไทย. นนทบุรี: สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (สปร.).
- ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข. (2550). แนวความคิดหาพิสัยของปีแอร์บุรีดิเยอ กับทฤษฎีทางมานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ฐิรชญา มณีเนตร. (2551). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นจาก การเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย. (รายงานการวิจัย). ทูลสนับสนุนงานวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ 2551 ขอนแก่น : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- . (2552). ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น: คลังนาวิทยา.
- ณัฐชยัญ บุญสด และ โสสิต แพงสร้อย. (2020). แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดสุรินทร์. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่ ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2564.
- ดำเกิง โททอง และคณะ. (2550). เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในประเทศไทย กัมพูชาลาว. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย หน้า 32.
- ดนัย เทียนพุฒ. (2547). การพัฒนามูลค่าทุนมนุษย์. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : โครงการ Human Capital.
- เดือนใจ จันทรหมื่น. (2562). การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. ค้นเมื่อ มกราคม 2567, สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun17/6114070096.pdf>.
- ถวิลวดี บุรีกุล และคณะ. (2566). ธรรมชาติในการพัฒนาคุณภาพสังคมด้วยศิลปะชุมชนละงู จังหวัดสตูล. สถาบันพระปกเกล้า.
- ทิปดี ทัทพรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. Veridian E-journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(1), 396-410.
- ธนิศ ไสรรัตน์. (2550). การประยุกต์โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ: วี-เซิร์ฟ โลจิสติกส์.
- ธนธรณ์ ทองหอม. (2554). การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.

- ธนาวดี ปิ่นประชาพันธ์. (2564). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ยใน พื้นที่เกาะลันตาจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นลพรรณ แสงสุริยัน. (2562). การศึกษาตัวแบบเชิงกลยุทธ์สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์กรณีศึกษางานออกแบบผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิชนันท์ อ่อนรัตน์. (2561). **นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานี**. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 4(2), 228-241.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- _____. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2538). ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาในการบริหารการพัฒนา. กรุงเทพฯ : สามเจริญพานิช.
- ปติพร ธรรมประศาสน์, และไพบุลย์ ผงวงศ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของกิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การประชุมทางวิชาการ ระดับชาติสาขาการบริหารธุรกิจและบัญชีครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปวีตร ชมภูทอง, ประภัสสร วิเศษประภา, ชุตีรัตน์ เจริญสุข, ณัฐวดี สว่าง งาม, และ เจนคณิต สุขสัมฤทธิ์. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิง เกษตรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 5(1), 36-52.
- ปวีรศ ทวีกาญจน์. (2566). การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด กรณีศึกษาเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การเมืองและการจัดการ) สาขาวิชาการเมืองและการจัดการ สำหรับนักบริหาร คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประกาศิต เจริญหิรัญ. (2555). การจัดการทุนมนุษย์ของธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ การขนส่งเพื่อสร้างความได้เปรียบทาง การแข่งขันในประเทศไทย. วารสารการบริหารปกครอง (มกราคม-มิถุนายน) ปีที่ 8 ฉบับที่ 1(2019).
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่21. (พิมพ์ครั้งที่1) กรุงเทพฯ: บริษัทไฟว์. แอนด์โพรฟิชั่นติง จำกัด.
- ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2547). **วาทกรรมทุนทางสังคม : กระบวนการสร้างแนวคิดและปฏิบัติการใน. บริบทการพัฒนาของไทย(พ.ศ. 2540-2546).** วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

ปแยร บูรดิเยอ. แปลโดย ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข. (2550). **เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์ = L'Economie des biens symboliques**. กรุงเทพฯ: คบไฟ.

บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล. (2563). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัด นครราชสีมา**. วารสารการวิจัยการบริการการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (พ.ศ. 2566-2570). **เอกสารประกอบแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13. แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13**

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด. (2566). **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (พ.ศ. 2566 -2570) ฉบับทบทวน 2569**.

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์) ระยะ 4 ปี พ.ศ. 2561 - 2564 (รอบใหม่) รอบปี พ.ศ.2561 ฉบับปรับปรุง

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (พ.ศ. 2566 – 2570). **แผนปฏิบัติการกองพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3**. สืบค้นจาก www.mots.go.th. กุมภาพันธ์ 2566. [ออนไลน์].

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551 ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 125 ตอนที่ 137ก หน้า 1. สืบค้นเมื่อ มีนาคม พ.ศ.2567. [ออนไลน์].

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551. **พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม**. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

พระครูปลัดสุวัฒนพรหมจริยคุณ (คำมาก). (2566). **นโยบายสาธารณะ : แนวคิดสู่การปฏิบัติ PUBLIC POLICY : CONCEPTS INTO ACTION**. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 1(2), 24-35.

พยอม วงศ์สารศรี. (2545). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ: สุภากรพิมพ์.

พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. กรุงเทพฯสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต).

พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. (2551). **โลจิสติกส์ขับเคลื่อนธุรกิจสมัยใหม่**. Logistics Digest, 4(40), 50-51.

พรณิภา อนุรักษ์กรกุลและ สุวิมล เสงี่ยมพัฒนา. (2566). **การศึกษาองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ของอุทยานธรณีสตูล**. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 16 ฉบับที่ 2.

พรชัยพร พงษ์อิมและ อรนนท์ กลั่นทปฺระ. (2565). **การนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของกรมการท่องเที่ยว**. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น ปีที่ 9 ฉบับที่ 4 เดือน เมษายน2566.

พวงแก้ว พรพิพัฒน์. (2553). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์: พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย**. วารสาร เศรษฐกิจและสังคม. ต.ค. – ธ.ค.: หน้า 6-12.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พัทธ์ธีรา จิระอุดมสารโรจน์. (2562). ความสัมพันธ์ทุนทางปัญญา กับ มูลค่าของกิจการตามราคาตลาด. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต/กรุงเทพฯ.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์สถาบันพัฒนาศาสตร์, 7(1): หน้า 1-69.
- พูนทรัพย์ สอนเมือง. (2544). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย.
- เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาวนก. (2564). องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของจังหวัดระนอง. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต/กรุงเทพฯ.
- แพรวภัทร ยอดแก้ว. (2564). รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกเชิงสร้างสรรค์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้งในจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- _____. (2565). การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอตีนจกของกลุ่มทอผ้าโพรงมะเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding) ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม วันที่ 8 กรกฎาคม 2565. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. หน้า 2851-2862. เข้าถึงได้จาก http://dept.npru.ac.th/conference14/data/files/14_NPRU_Full_Paper_Online_final.pdf.
- ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์. (2556). โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน: เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการจัดการ. ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ห่วงโซ่อุปทาน. เชียงใหม่. (ออนไลน์) ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2566, จาก <http://pairach.com/supplychaindictionary/>.
- พระครูโพธิสุวรรณคุณ. (2563). ทุนทางสังคม : แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนของชุมชนลาวโซ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารมหาจุฬานาครทรรค์, 6(3), 1197-1216.
- ภณสิทธิ์ อ้นยะ. (2561). แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามกรอบมาตรฐานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว.
- ภัทรกร จิรมหาโกคา. (2560). การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชาวอีสานล้านนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารกระแสวัฒนธรรม ปีที่ 18 ฉบับที่ 34 กรกฎาคม-ธันวาคม 2560.
- มนัส สุวรรณและคณะ. (2541). การจัดการการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2553). การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม: ประชาชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและราชการ. กรุงเทพมหานคร: บิ๊ค พอยท์.

- มณวิภา ยาเจริญ. (2023). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : ชุมชนลุ่มแม่น้ำวางตอนล่าง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 (2566): กรกฎาคม - กันยายน 2566.
- มธรา สอนศรี. (2559). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. กระแสวัฒนธรรม, 17(31), 41-55.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2526). หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลไทยอนุเคราะห์ไทย.
- ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ. (2550). บทบาทหน้าที่ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์. สืบค้นจาก <http://logistics.arch56.com/?p=168>. ออนไลน์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอักษรเจริญทัศน์ อจท.จำกัด.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2560). ประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ เรื่อง การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด. เล่ม 134 ตอนพิเศษ 281 ง ลงวันที่ 17 พฤศจิกายน 2560.
- รวีพร คูเจริญไพศาล. (2549). การกระจายช่องทางการตลาดและลอจิสติกส์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รามณรงค์ นิลกำแหง. (2564). การรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (2022): มกราคม-มิถุนายน 2022.
- รัชพร จันทรสว่าง. (2546). ความหมายของนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. ภาควิชารัฐศาสนศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รังสรรค์ สิงห์เลิศ. (2551). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร, ณภัทร ทิพย์ศรี. (2559). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่. Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University, 10(21), 79–91. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/56229>.
- ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). หลักการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2566, จาก <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0007.pdf>
- เรณู เหมือนจันทร์เชย. (2562). ทุนวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนชาติพันธุ์ไทยทรงดำในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2551). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท บพิธการพิมพ์ จำกัด.
- รวีวิทย์ อวิรุทธวรกุล. (2553). การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารเศรษฐกิจและสังคม, 47 (4), 19-24.

- วาสนา อัจฉาสิกรณ รัชฎากร วินิจกุล และพิษณุ บุญนิยม. (2563). **ทุนทางวัฒนธรรมกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีไผดำ บ้านวังน้ำ ตำบลวังยาง อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร**. วารสารพิบูล. 18 (2), 269-287.
- วรฤทธิ โรมรัตน์พันธ์. (2549). **ทุนทางสังคม**. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.).
- วรเดช จันทรศร. (2543). **การนำนโยบายไปปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สหยาบล็อกและการพิมพ์.
- วรพล เกิดแก้ว. (2565). **การนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองไปปฏิบัติในจังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์
- วารุณี มลีนทปัญญา,อุไรรัตน์ แยมชุตี และอรนุช โพธิ์ไพจิตร. (2563). **แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แบบมีส่วนร่วมชุมชน ตำบลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร**. วารสารวิชาการและการวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (2021): มกราคม - เมษายน 2564.
- วิไลวรรณ สว่างแก้ว. (2561). **อิทธิพลภาพลักษณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำ คลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ**. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันชัย พวงเงินและคณะ. (2560). **การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมยม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลกงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย**. สุโขทัย: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย : เทศบาลตำบลกงไกรลาศ อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย.
- วิชุดา มาชู และบพิดา โมราศิลป์. (2560). **การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทย.
- ศลิษา อีรานนท์ และ ประภาศิต โสภณจรัสกุล. (2559). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือก-ทางรอดของการท่องเที่ยวไทย**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี. 8(2), 206-215.
- ศุภชัย ยาวะประภา. (2546). **การบริหารงานบุคคลภาครัฐไทย : กระแสใหม่และสิ่งท้าทาย**. พิมพ์ครั้งที่1 กรุงเทพฯ : คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภฤกษ์ รวงผึ้งหลวงและ สิริพร ทัดทวี. (2566). **การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดน้ำกรณีศึกษา ตลาดน้ำขวัญ-เรียม เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร**. Issue Vol 18 No 2 (2566): วารสารวิชาการเทสตรี้ I-TECH
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). **ทุนความคิด**. เศรษฐกิจสร้างสรรค์, กรุงเทพมหานคร: ไวลาย.
- เศกสรรค์ ยงวนิชย์. (2541). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: ภาควิชาสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 – 2554**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554)**. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). **การท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : ไทย ยูเนียนกราฟิกส์.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). **รายงานขั้นสุดท้าย. การดำเนินการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ.
- สภาปฏิรูปแห่งชาติ. (2558). **วาระพัฒนาที่ 1 : การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว**. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาปฏิรูปแห่งชาติ. สำนักพิมพ์งาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย. (2547). **Supply Chain & Logistics : ทฤษฎีและตัวอย่างจริง**. พิมพ์ครั้งที่2. กรมส่งเสริมการส่งออก.
- สมภาร ศิโล. **การนำนโยบายสู่การปฏิบัติ**. วารสารวิชาการศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ สวิตต์ จันท์ธาดารัตน์ และซุลกิฟลี มาหะมะ. (2562). **การบริหารจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง**. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สรีตา พันธุ์เทียน,ทรงคุณ จันทจร,มารีสา โกเศยะโยธิน. (2019). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง**. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาปีที่ 9 ฉบับที่ 3 SUP (2017): ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 9 2017 VOL.9 (ฉบับพิเศษ เดือนกรกฎาคม).
- สนธยา พลศรี. (2547). **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สัมปดี สงวนพวก,ปิยะทิพย์ประดุงพรม และ กนก พานทอง. (2565). **ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์ด้วยสารสนเทศภูมิศาสตร์ ทางการท่องเที่ยวแบบวิถีถิ่น วิถีถิ่น ในจังหวัดชลบุรี**. Journal of Roi Kaensarn Academi ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (2023): มกราคม 2566
- สุรพงษ์ เวทพิสัย. (2559). **การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในตำบลร่มเย็น อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- สุวัฒน์ จูธารณ์ และจริญญา เจริญสุใส. (2552). **นักท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวรรณ คมมัน. (2546). **ทุนทางสังคม**. เอกสารสัมมนาวิชาการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคง. ของมนุษย์.
- แสงรวี เกตุสุวรรณ. (2563). **กรณีศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- สุภาภรณ์ ประสงค์พัน ครินทร์ ฐานันดรสุข และ สานนิตย์ เจริญบุญประเสริฐ. (2564). การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: การสำรวจข้อจำกัดทางการท่องเที่ยว กิจกรรมนันทนาการ และความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว. วารสารสังคมศาสตร์, 10 (1): 119-131.
- หยีฟาง แซ่ฟาง. (2021). การนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารศิลปการจัดการ, Volume 5, Issue 1, pp. 134-149.
- อภิสิทธิ์ ไส้ตู่โรกล, พยุร โมสิกรัตน์ และมาลินี วิกรานต์. (2552). รายงานการวิจัยเรื่องหีบห่อจากวัสดุธรรมชาติ : การศึกษางานออกแบบ. ศูนย์บรรณสารและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- อคิน รพีพัฒน์. (2547). การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษา นโยบายสาธารณสุข.
- อารีย์ นัยพินิจ และ จิรัชญา มณีเนตร. (2551). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านบุไทรโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น:ขอนแก่น.
- อุทิศ ทาหอม, พิชิต วันดี และสำราญ ธุระตา. (2558). ทูทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านตามา จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม. 11 (2), 44-59.
- อัษฎาวุฒิ ศรีทน และอุมารินทร์ ตูลารักษ์. (2564). ทูทางวัฒนธรรมในมิติการท่องเที่ยวชุมชนที่อธิบายผ่านเรื่องเล่า ตำนาน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ในวิถีชีวิตชุมชน. ศิลปศาสตร์ปริทัศน์, 16(2), 141-158.
- อัญริชา มั่นคง. (2560). บทบาทของทูทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชน กรณีศึกษาชุมชนในตำบลบ้านตุน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- อัครพงศ์ อ้นทอง. (2552). ความเป็นฤดูกาลของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อัจฉรพร เถลิ้มชิต,ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์,พรวดี รักษาศรี,ปิยะวรรณ ยางคำ. (2562). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. Journal of Roi Kaensarn Academi ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 (2023): มีนาคม 2566.
- Armaini AKHIRSON. (2025). Optimizing Logistics Systems for Sustainable Tourism Development. Journal of Distribution Science.
- Abhayawansa, S., & Guthrie, J. (2010). Intellectual capital and the capital market: a review and synthesis. Journal of Human Resource Costing & Accounting, 14(3), 196-226.
- Anh PHAN (1), Tra Thi Huong LE (2). (2024). Impact of Digital Financial Product

Distribution on Economic Growth: Empirical Study in Asian Countries. *Journal of Distribution Science* 23-3 (2025) 45-54.

Álvaro Lopes Dias, José Viana, Leandro Ferreira Pereira. (2024). **Barriers and policies affecting the implementation of sustainable tourism: the Portuguese experience.** *JOURNAL OF POLICY RESEARCH IN TOURISM, LEISURE AND EVENTS* <https://doi.org/10.1080/19407963.2024.231451>.

Barney, J. (1991). **Firm resources and sustained competitive advantage.** *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Buhalis, D. (2000). **Marketing the competitive destination of the future.** *Tourism Management*, 21(1), 97-116. doi: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3).

Bourdieu. (1986). **forms_of_capital.pdf** - Free download as PDF File (.pdf), Text File (.txt) or read online for free.

Bontis, N. (1996). **There's a price on your head: Managing intellectual capital strategically.** *Business Quarterly*, 60(4), 40-47.

_____. (1999). **Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field.** *International Journal of Technology Management*, 18(5-8), 433-462

_____. (2001). **Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital.** *International Journal of Management Reviews*, 3(1), 41-60

Bontis, N., Chua Chong Keow, W., & Richardson, S. (2000). **Intellectual capital and business performance in Malaysian industries.** *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.

Brayan, William D. A. and Throsby D., Ginsburgh V.A. & Throsby D., (2006). **Creativity and the Behaviour of Artists.** *Handbooks of the economics of art and culture*. vol. 1, North-Holland, 2006, p.508.

Butler, R. W. (1996). **The concept of carrying capacity for tourism destinations: dead or merely buried?.** *Progress in tourism and hospitality research*, 2(3-4), 283-293.

Chairuang, A. (2015). **Yutsatkanphatthanakanborihanchatkankanthongthiao yaeng ayangyuntam senthang æng arayatham khom naiphaktawan okchiangnuatonl ang** [Strategies for the Development of Sustainable Tourism Management along the Khmer Civilization Basin in the Lower

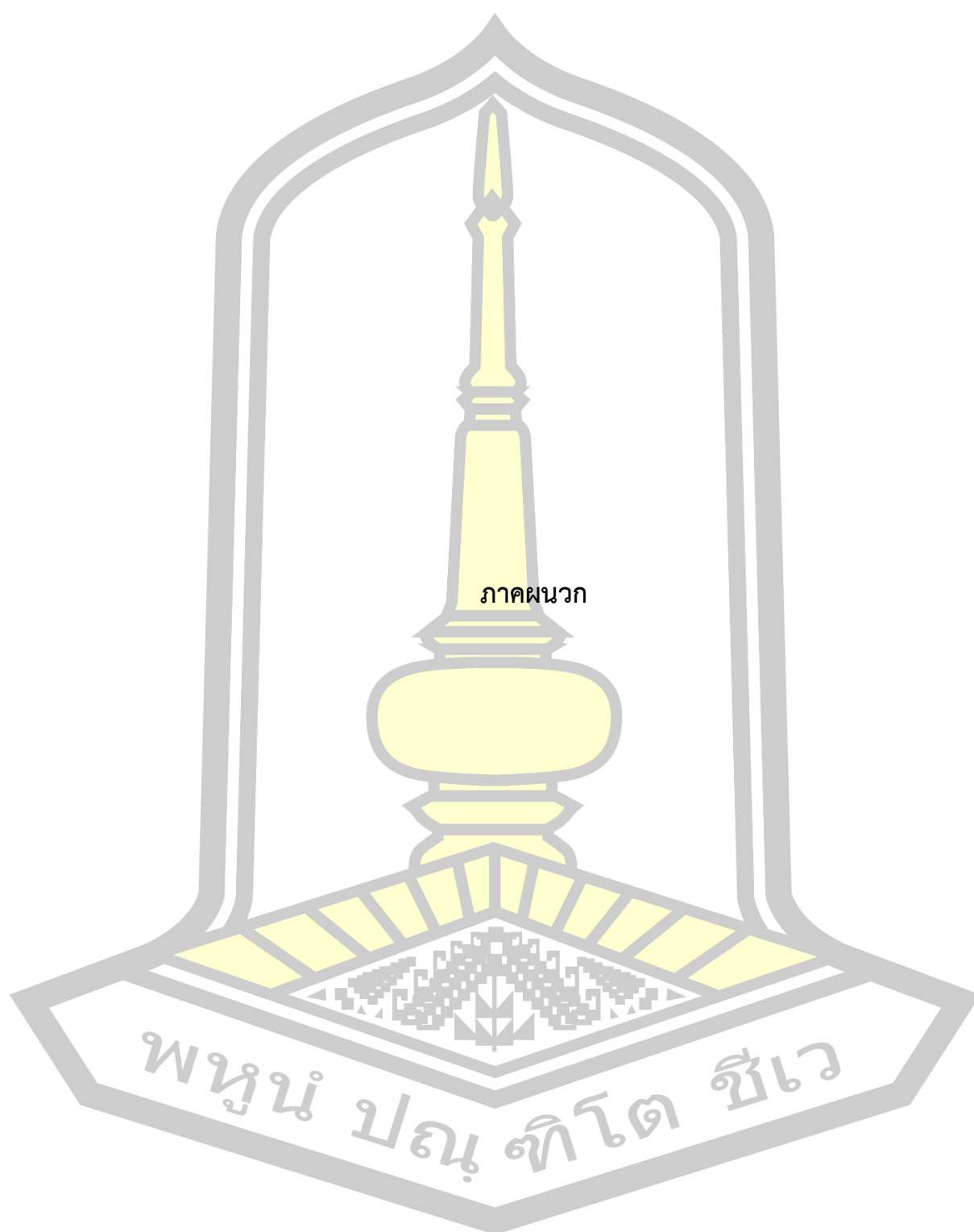
- Northeast]**. Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University under Royal Patronage, 9(1), 64-80.
- Collier, A. & Harraway, S. (1997). **Principles of Tourism**. Auckland: Longman.
- Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). **Geography of travel and tourism**. UK: Butterworth Heinemann.
- Coghlan, D. and Brannick, T. (2001). **Doing Action Research in Your Own Organization**. Sage, London.
- Cañibano, L., Garcia-Ayuso, M. and Sánchez, P. (2000). **Accounting for intangibles: a literature review**. Journal of Accounting Literature, Vol. 19 No. 1, pp. 102-130.
- Chen, L., & Chang, Y. (2022). **Logistics infrastructure and tourism development in Vietnam**. Journal of Southeast Asian Economics, 39(2), 112-130.
- Curado, C., Henriques, L. and Bontis, N. (2011). **Intellectual capital disclosure payback**. Management Decision, Vol. 49 No. 7, pp. 1080-1098.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). **Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention**. HarperCollins.
- David Throsby. (1999). **Cultural Capital**. Journal of Cultural Economics, Springer; The Association for Cultural Economics International, vol. 23(1), pages 3-12, March.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). **User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models**. Management Science, 35(8), 982-1003.
- David Easton,. (1953). **The Political System : An Inquiry in to the State of Political Science**. New York : Alfred A. Knopf. 963).
- Dickman, C.R. (1996). **Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna**. Australian Nature Conservation Agency, Canberra.
- Dinu, Ana-Maria. (2018). **The importance of transportation to tourism development**. In: Academic journal of economic studies 4 (4), S. 183 - 187.
- Dzenopoljac, V., Senic, V., Labben, T.G., Arici, H.E. and Koseoglu, M. (2025). **Intellectual capital in hospitality and tourism: a critical review and future research agenda**. International Hospitality Review, Vol. 39 No. 1, pp. 124-143. <https://doi.org/10.1108/IHR-02-2023-0010>
- Edvinsson, L. and Sullivan, P. (1996). **Developing a Model for Managing Intellectual Capital**. European Management Journal 14, 4: 356-364.

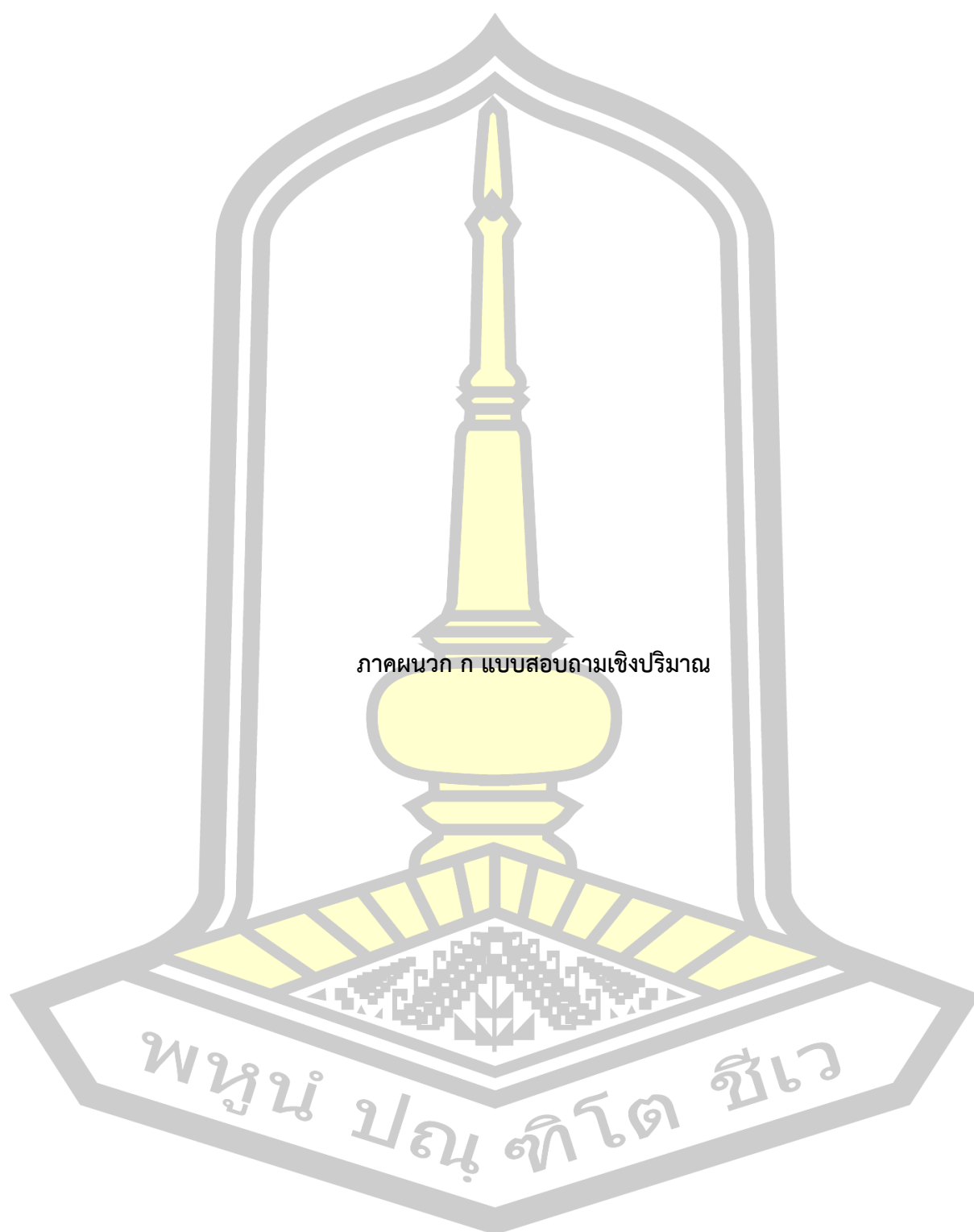
- Edvinsson, L., and Malone, M.S. (1997). **Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower.** Harper Business, New York.
- European Parliament, Luxembourg. (2002). **European Union Action in the Tourism Sector - improving support measures for sustainable tourism.** searched on November 22, 2019, retrieved from [http://www.nk-flDHDamdc; n cc /ncvcc?\(113 !alk 01 sillcncc background_literature/ stoal 03sum_en.pdf](http://www.nk-flDHDamdc; n cc /ncvcc?(113 !alk 01 sillcncc background_literature/ stoal 03sum_en.pdf)
- Florida, R. (2019). **The rise of the creative class.** Basic Books. Author, Richard Florida. Edition, illustrated. Publisher, Basic Books, 2019. ISBN, 1541617738, 9781541617735.
- Fahmi, F. Z., McCann, P., & Koster, S. (2017). **Creative economy policy in developing countries: the case of Indonesia.** Urban Studies, 54(6), 1367-1384.
- Greg Richardsa. (2019). **Tourism, an Underestimated Driving Force for the Creative Economy.** Revista Turismo em Análise - RTA | ISSN: 1984-4867.
- Hawkins. J. (2007). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เขามั่นคงจากความคิดกันอย่างไร.** แปลจาก The Creative Economy How people make money from idea . แปลโดย คุณากร วาณิชยวิรุฬห์. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- Hair, J. F. et al. (2014). **Multivariate data analysis** (7th ed. Pearson new International). Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Hardeep, C. & Purnima, B. (2013). **Examining Intellectual Capital and Competitive Advantage Relationship Role of Innovation and Organizational Learning.** International Journal of Bank Marketing. 33(3) :376 - 399.
- Hall. (1994). **Tourism and politics: Policy, power and place.** //Affiliation: Faculty of Communication University of Canberra, Belconnen, Canberra, Australia ISBN (Hardback): 978-0-471-94919-0
- Inkinen H. (2015). **Review of empirical research on intellectual capital and firm performance.** Journal of Intellectual Capital 16(3):518-565.
- Ira, Sharkansky. (1970). **The Political Science & Policy Analysis.** Chicago : Markham.
- James E. Anderson. (1994). **Public Policy – Making : Introduction.** 2nd. New York : Houghton. Mifflin Company. Bardach, Eugene.1980.
- January. (2008). **Intellectual Capital Measurement Methods.** Economics and Organization of Enterprise 1(1):37-45.
- Kaosa-ard, M., & Rerkyungkan, S. (2018). **Infrastructure development in Northeastern Thailand.** NIDA Press.

- Lewis, J. (2001). **Self-developed rural tourism: A method of sustainable tourism development.** In S. McCool & R. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*. Oxon, UK: CABI Publishing.
- Lumsdon. (1999). **Motivation and Personallity.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- Lumsdon, L., & Page, S. J. (2004). **Tourism and Transport: Issues and Agenda for the New Millennium.** London: Elsevier.
- Lipsky, M. (1980). **Street-level bureaucracy: Dilemmas of the individual in public services.** Russell Sage Foundation.
- Lucie SAMKOVÁa , Josef NAVRÁTILb. (2023). **SIGNIFICANCE OF THE PUBLIC TRANSPORT FOR TOURISM DEVELOPMENT IN DESTINATIONS.** DETUROPE – THE CENTRAL EUROPEAN JOURNAL OF REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM Vol. 15 Issue 1 2023 ISSN 1821-2506 158 Original scientific paper.
- Lombardi, R., Schimperna, F. and Marcello, R. (2021). **Human capital and smart tourism's development: primary evidence',** *Int. J. Digital Culture and Electronic Tourism*, Vol. 3, Nos. 3/4, pp.294–309.
- Mrnjavac, E. and Ivanovic, S. (2007). **Logistics and Logistics Processes in a Tourism Destination.** *Tourism and Hospitality Management*, 13, 531-546.
- Maccoby, E.E., & Martin, J. (1983). **Socialization in the context of the family: Parent-child interaction.** In P. H. Mussen Iseries (Ed.) & M.Hetherington. In P.H. mussen Iseries (Ed.) & M. Hetherington (Vol. Ed.), *Handbook of child psychology: Vol. 4. Socialization, personality, and social development* (4th ed., pp. 1-101). New York: Wiley.
- McIntosh R.W., & Goeldner, C.R. (1986). **Tourism principles, practices, philosophies.** New York: John Wiley & Son.
- Mingsarn Kaosa-ard. (2007). **Mekong tourism : blessings for all?.** Chiang Mai: Social Research Institute, Chiang Mai University.
- McKercher, B., & Ho, P. S. (2006). **Assessing the tourism potential of smaller cultural and heritage attractions.** *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), 473-488.
- Mitchell, R. (2001). **Community perspectives in sustainable tourism: Lessons from Peru.** In S. McCool & R. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*. Oxon, UK: CABI Publishing.
- Mrnjavac E. (2007). *Logistics and logistics processes in a tourism destination.* [Tourism and hospitality management](#), Vol. 13 No. 3, 2007.

- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). **Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage.** *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nguyen, T. H., Le, V. P., & Tran, Q. M. (2023). **Human capital in Vietnam's tourism sector.** Hanoi: National University Publishing.
- Niwash, M.N.K.; Cek, K.; Eyupoglu, S.Z. (2022). **Intellectual Capital and Competitive Advantage and the Mediation Effect of Innovation Quality and Speed, and Business Intelligence.** *Sustainability* 2022, 14, 3497.
<https://doi.org/10.3390/su14063497>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). **The knowledge-creating company.** Oxford University Press.
- Porter, M. E. (1990). **The competitive advantage of nations.** Free Press.
- Pressman, J. L., & Wildavsky, A. (1984). **Implementation: How great expectations in Washington are dashed in Oakland.** University of California Press.
- Pike, Steven D. (2008). **Destination Marketing : an integrated marketing communication approach.** Butterworth-Heinmann, Burlington, MA.
- Pizam, A. (2009). **The global financial crisis and its impact on the hospitality industry.** *International Journal of Hospitality Management*, 28, 301-310.
- Pressman, J., & Wildavsky, A. (1973). **Implementation: How Great Expectations in Washington Are Dashed in Oakland.** University of California Press.
- Putnam, Robert. (1993). **Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy.** Princeton : Princeton University.
- Putnam, R. D. (2000). **Bowling alone: The collapse and revival of American community.** Touchstone Books/Simon & Schuster.
<https://doi.org/10.1145/358916.361990>.
- Roos, J., Roos, G., Dragonett, N.C. and Edvinsson, L. (1997). **Intellectual Capital:Navigating the New Business Landscape, 1st edition.** New York University Press, New York, NY.
- Roos, G., & Roos, J. (1997). **Measuring your company's intellectual performance.** *Long Range Planning*, 30(3), 413-426.
- Ratapol Wudhikarn, (2024). **Evaluating the Intellectual Capital of Intensively Tourism-Dependent Countries Between, Prior, and During the COVID-19 Pandemic.** Submission received: 21 December 2023 / Revised: 30 January 2024 / Accepted: 6 February 2024 / Published: 10 February 2024.
- Schermerhorn, J. R. (2005). **Management (7th ed.).** New York: John Wiley & Sons.

- Sharabati, A., Jawad, S., & Bontis, N. (2010). **Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan.** *Management Decision*, 48(1), 105-131. <https://doi.org/10.1108/00251741011014481>.
- Suriya, K. (2008). **Conceptual Framework of Tourism Logistics.** Retrieved from www.tourismlogistics.com.
- Sukkind, P. (2021). **Policy implementation in northern Thailand tourism.** *Journal of Thai Studies*, 45(3), 44-59.
- Stewart, GB. (1991). **The Quest for Value: A Guide for Senior Managers.** New York, NY: Harper Business. has been cited by the following article.
- Sullivan, H.P. (1999). **Profiting from Intellectual Capital.** *Journal of Knowledge Management* 3, 2: 132-143.
- Stewart, T. A. (1997). **Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations.** Nicholas Brealey, London.
- _____. (2010). **Innate and Discretionary Accruals Quality and Corporate Governance.** *Accounting and Finance*, 50(1), 171-195.
- Siisiainen, Martti. (2000). **Two concepts of social capital: Bourdieu vs. Putnam.** Paper presented at ISTR Fourth International, Dublin, Ireland. Available at: <http://www.jhu.edu/~istr/conferences/dublin/workingpapers/siisiainen.pdf> [Date of access: December 1, 2004].
- Sveiby, K.E. (1997). **The New Organizational Wealth-Managing and Measuring Knowledge-based Assets.** 1st edition, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco, CA.
- Sarah Schönherr a, Mike Peters a, Kir Kuščer b. (2023). **(Sustainable tourism policies: From crisis-related awareness to agendas towards measures).** *Journal of Destination Marketing & Management* Volume 27, March 2023, 100762.
- Thomas R Dye,. (1984). **Understanding Public Policy.** (5th ed). Englewood Cliffs New Jersey : Prentice - Hall, Inc.
- UNESCO. (2022). **Sustainable tourism development in Cambodia.** UNESCO Publishing.
- Van Meter, S. Donald, and Van Horn. (1973). **The policy Implementation Progress : A Conceptual Framework.** *Administration & Society* 6, 4 (1975, February) :447. California Press.
- Vytautas Snieska1, Akvile Normantiene2. (2012). **DEVELOPMENT OF CREATIVE ECONOMY IN LITHUANIA.** *ECONOMICS AND MANAGEMENT*: 2012. 17 (4)







แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีพนธ์ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา รัฐศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลทาง วิชาการสำหรับศึกษาค้นคว้าและเพื่อประโยชน์สำหรับการวิจัยและขอรับรองว่าไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ตามความเห็น ของท่าน เพื่อจะนำไปวิเคราะห์ให้เป็นประโยชน์ดังที่กล่าว ข้อมูลที่ท่านตอบจะถือเป็นความลับและ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น สำหรับแบบสอบถาม ประกอบด้วย 6 ตอน ดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 วัดตัวแปรเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว
- ตอนที่ 3 วัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติทุนทางปัญญา
- ตอนที่ 4 วัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ตอนที่ 5 วัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ
- ตอนที่ 6 วัดตัวแปรเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว
- ตอนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถาม

ปลายเปิด

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้เป็นอย่างสูง

ดาครินทร์พัชร สุธรรมดี

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชารัฐศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

1

ของประเทศไทย

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐

1. ชาย

☐

2. หญิง

2. อายุ

☐

1. ต่ำกว่า 25 ปี

☐

2. 25 – 35 ปี

☐

3. 36 – 45 ปี

☐

4. 46 – 55 ปี

☐

5. สูงกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐

1. ประถมศึกษา

☐

2. มัธยมศึกษา

☐

3. ปวช./ปวส.

☐

4. ปริญญาตรี

☐

5. สูงกว่าปริญญาตรี

☐

6. อื่นๆ..(โปรด

ระบุ).....

4. อาชีพ

☐

1. รับจ้างทั่วไป/อิสระ

☐

2. เกษตรกร

☐

3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐

4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐

5. รับราชการ

☐

6. อื่นๆ..(โปรด

ระบุ).....

5. รายได้

☐

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท/ปี

☐

2. 15,000-50,000 บาท/ปี

☐

3. 50,001-100,000 บาท/ปี

☐

4. 100,001-300,000 บาท/ปี

☐

5. 300,001 บาท/ปี ขึ้นไป

6. จังหวัดที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐

1. นครราชสีมา

☐

2. ชัยภูมิ

☐

3. บุรีรัมย์

☐

4. สุรินทร์

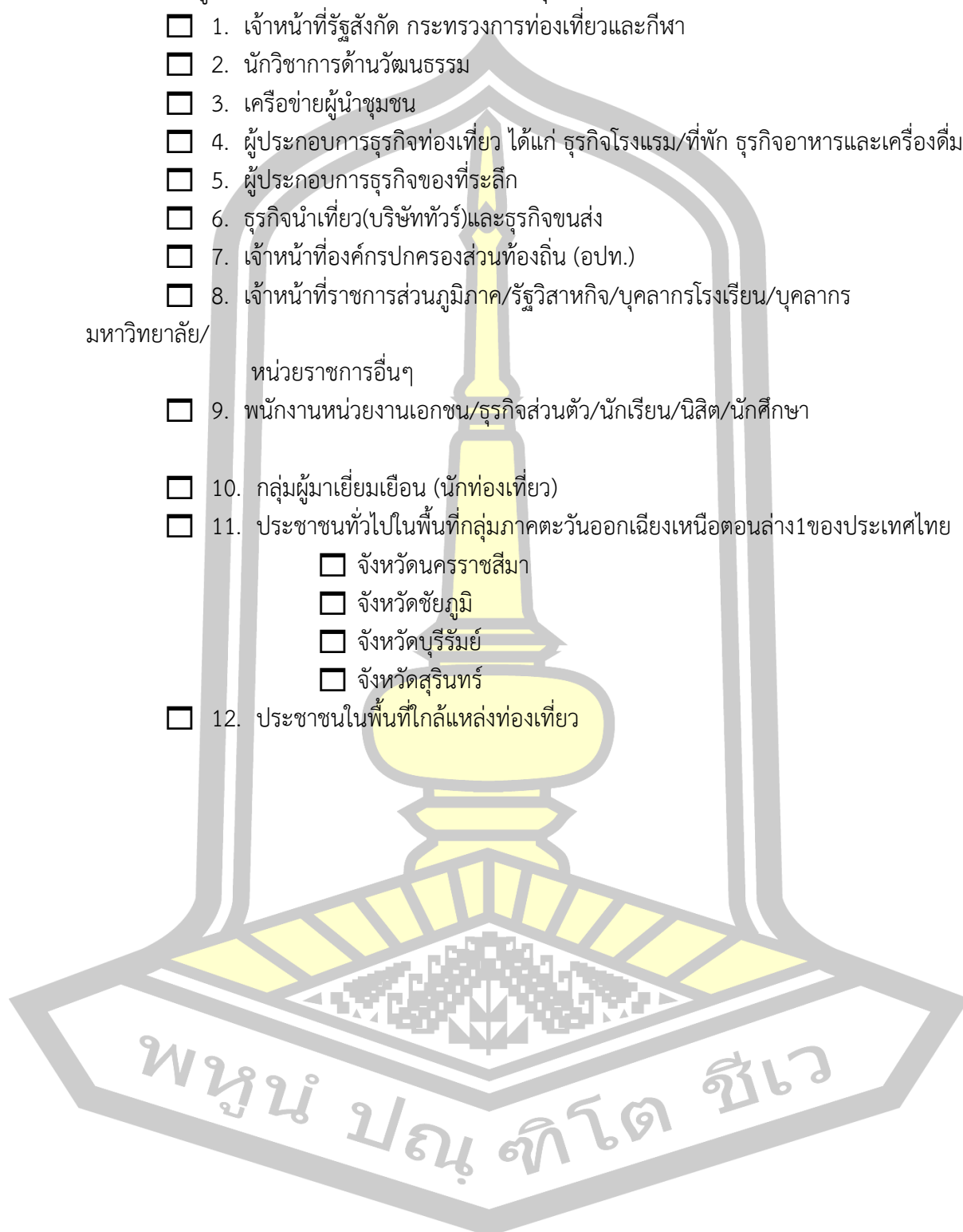
7. ความเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

- ☐ 1. เจ้าหน้าที่รัฐสังกัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ☐ 2. นักวิชาการด้านวัฒนธรรม
- ☐ 3. เครือข่ายผู้นำชุมชน
- ☐ 4. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- ☐ 5. ผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึก
- ☐ 6. ธุรกิจนำเที่ยว(บริษัททัวร์)และธุรกิจขนส่ง
- ☐ 7. เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)
- ☐ 8. เจ้าหน้าที่ราชการส่วนภูมิภาค/รัฐวิสาหกิจ/บุคลากรโรงเรียน/บุคลากร

มหาวิทยาลัย/

หน่วยราชการอื่นๆ

- ☐ 9. พนักงานหน่วยงานเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว/นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
- ☐ 10. กลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยว)
- ☐ 11. ประชาชนทั่วไปในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง1ของประเทศไทย
 - ☐ จังหวัดนครราชสีมา
 - ☐ จังหวัดชัยภูมิ
 - ☐ จังหวัดบุรีรัมย์
 - ☐ จังหวัดสุรินทร์
- ☐ 12. ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว



**ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่ม
จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย**

ตอนที่ 2 วัดตัวแปรเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = สำคัญในระดับมากที่สุด

4 = สำคัญในระดับมาก

3 = สำคัญในระดับปานกลาง

2 = สำคัญในระดับน้อย

1 = สำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตัวแปรเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ				
	5 สำคัญ มาก ที่สุด	4 สำคัญ มาก	3 สำคัญ ปาน กลาง	2 สำคัญ น้อย	1 สำคัญ น้อย ที่สุด
การส่งต่อทางกายภาพ : ท่านคิดว่าลักษณะทางกายภาพของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยในข้อใดมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
1) การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและรวดเร็ว					
2) สถานที่จอดรถที่เชื่อมโยงไปแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์					
3) สถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว					
4) ระบบการจราจรมีความสะดวกสามารถใช้เส้นทางเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว					
การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร : ท่านคิดว่าข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในข้อใดมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
5) ศูนย์บริการการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ อย่างเพียงพอ เช่น ป้ายบอกทาง แผนที่ เป็นต้น					

6) ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีความทันสมัยและถูกต้อง สืบค้นง่าย					
7) ช่องทางการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย สื่อออนไลน์ (เพจต่าง ๆ / แผ่นพับ)					
8) มีไกด์และมัคคุเทศก์ แนะนำข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว					
การส่งต่อทางการเงิน : ท่านคิดว่าการเข้าถึงแหล่งการเงินในข้อใดมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
9) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในพื้นที่นี้มีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับประสบการณ์ที่ได้รับ					
10) การเข้าถึงบริการทางการเงิน เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตรา การใช้บัตรเครดิต หรือการรับชำระค่าบริการแบบโอนจ่าย/QR Code เป็นต้น มีความสะดวก					
สาธารณูปโภค : ท่านคิดว่า สาธารณูปโภคในข้อใดมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
11) เส้นทางคมนาคมมีความสะดวกและเหมาะสมสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว					
12) มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ห้องน้ำ สัญญาณโทรศัพท์ สัญญาณ Internet เป็นต้น					
13) จุดพยาบาล/หน่วยแพทย์ฉุกเฉิน/การส่งต่อโรงพยาบาล มีเจ้าหน้าที่ให้บริการให้บริการมีเพียงพอสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น ตำรวจ อปพร. อาสาสมัครอื่นๆ					
ด้านความยั่งยืน : ท่านคิดว่า นโยบายด้านความยั่งยืนใดมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
14) มีการสืบทอด/ถ่ายทอดความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวจากรุ่นสู่รุ่น เกิดการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง					
15) การท่องเที่ยวในอนาคตควรคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานทางเลือก เป็นต้น					

ตอนที่ 3 วัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติทางปัญญา

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 = มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด 4 = มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
3 = มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง 2 = มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
1 = มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตัวแปรเกี่ยวกับมิติทางปัญญา	ระดับความสำคัญ				
	5 สำคัญ มาก ที่สุด	4 สำคัญ มาก	3 สำคัญ ปาน กลาง	2 สำคัญ น้อย	1 สำคัญ น้อย ที่สุด
ทุนมนุษย์: ท่านคิดว่าทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
1) กลุ่มจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีปราชญ์ด้านต่างๆที่ส่งต่อความรู้ด้านพิธีกรรมทางศาสนา/ประเพณี ด้านหัตถกรรม ด้านศิลปกรรม ให้ชุมชนแล้วนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว					
2) การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง					
3) ท่านมีความพึงพอใจกับการบริการของเจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยว					
ทุนเชิงโครงสร้าง: ท่านคิดว่าโครงสร้างระบบการบริหารงานภายในของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องข้อใด มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
4) ระบบการจัดการ ด้านการท่องเที่ยว การบริหารงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัด มีการวางโครงสร้างเหมาะสม					
5) การวางโครงสร้างการอำนวยความสะดวก อำนาจความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกเดินทางมา					
ทุนความสัมพันธ์: ท่านคิดว่าความสัมพันธ์ที่ดี ของการประสานความร่วมมือระหว่างบุคลากรที่					

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับทุกภาคส่วน ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
6) สถานที่ท่องเที่ยวที่มี ดารา อินฟลูเอนเซอร์ หรือคนที่มีชื่อเสียงของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจะทำให้สถานที่นั้นดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น					
7) มีการส่งเสริมระบบการทำงานร่วมกันเชิงบูรณาการ ระหว่าง ผู้มีส่วนได้เสียในการจัดการท่องเที่ยว					
8) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคีเครือข่าย เพื่อร่วมพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ : ท่านคิดว่า มรดกทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
9) สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑสถาน มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว					
10) มรดกทางวัฒนธรรมมีการรักษา ซ่อมแซมหรือดูแลเป็นอย่างดีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
11) มรดกทางวัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละจังหวัดเป็นจุดดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน					
ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้: ท่านคิดว่า ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
12) นอกเหนือจากโบราณสถานต่างๆ การแสดงศิลปะพื้นบ้าน มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่านไม่แพ้กัน					
13) การสร้างเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนช่วยในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น					



ตอนที่ 4 วัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 = มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด 4 = มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
3 = มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง 2 = มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
1 = มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตัวแปรเกี่ยวกับมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ระดับความสำคัญ				
	5 สำคัญ มาก ที่สุด	4 สำคัญ มาก	3 สำคัญ ปาน กลาง	2 สำคัญ น้อย	1 สำคัญ น้อย ที่สุด
การศึกษา: ท่านคิดว่าการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ก่อนท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
1) การหาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาก่อนมีความสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของท่าน					
2) การมีกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมในระหว่างเดินทางสร้างความน่าสนใจในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น					
3) ท่านมีความพึงพอใจกับการบริการของเจ้าหน้าที่ในสถานที่ท่องเที่ยว					
การสร้างสรรค์ผลงาน : ท่านคิดว่าความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
4) ผลงานที่สร้างสรรค์มีผลต่อการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยว					
5) กิจกรรมหรือบริการที่สร้างสรรค์ในระหว่างการท่องเที่ยวช่วยดึงดูดความสนใจ					
6) ผลงานที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว					
การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา: ท่านคิดว่า การสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้สินทรัพย์ทางปัญญาเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการทางเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ มีอิทธิพลต่อการ					

พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
7) การปกป้องผลงานศิลปปะและงานฝีมือ มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว					
8) ระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า อัตลักษณ์ของแต่ละที่เพื่อสะสมเป็นของที่ระลึก					
9) สินค้าที่มีลิขสิทธิ์จากศิลปินหรือช่างฝีมือท้องถิ่นมีราคาสูงแต่มีคุณค่าทางจิตใจมากกว่าสินค้าเลียนแบบ					
วัฒนธรรม: ท่านคิดว่า การนำรูปแบบวิธีการวัฒนธรรมในพื้นที่มาเสนอถ่ายทอดในรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่ามีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
10) แหล่งท่องเที่ยวมีศูนย์จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยว					
11) การอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นถือเป็นการสร้างรายได้และสืบทอดและส่งต่อวัฒนธรรมให้กับคนในท้องถิ่น					
การส่งสมความรู้ : ท่านคิดว่า การแลกเปลี่ยนความรู้เดิมและรับความรู้ใหม่จากคนในชุมชน มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
12) การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นมีความสำคัญ					
13) ท่านสนใจที่เรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นจากคนในชุมชน					
เทคโนโลยีและนวัตกรรม : ท่านคิดว่า การนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
14) เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว					
15) แอปพลิเคชันมือถือช่วยวางแผนการเดินทางให้สะดวกยิ่งขึ้น					
16) ผลิตภัณฑ์ในชุมชนเป็นที่ยอมรับ สร้างสินค้าให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีคุณภาพสูง					
ด้านความรู้ : ท่านคิดว่า การนำผลจากการศึกษามาถ่ายทอดและการฝึกอบรมที่นำมาสู่ความคิดใหม่ๆ มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย ในระดับใด					
17) แหล่งท่องเที่ยวควรมีเอกสารข้อมูลสถานที่					

ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาและนำมาถ่ายทอด ต่อได้					
18) แหล่งท่องเที่ยวควรเพิ่มหลักสูตรการฝึกอบรม หรือรูปแบบการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อการสร้าง ประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่					

ตอนที่ 5 วัดตัวแปรเกี่ยวกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

- 5 = มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด 4 = มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
3 = มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง 2 = มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
1 = มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตัวแปรเกี่ยวกับมิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด	4 เห็น ด้วย มาก	3 เห็น ด้วย ปาน กลาง	2 เห็น ด้วย น้อย	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย					
1) นโยบายการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีเป้าหมายที่ชัดเจน					
2) มาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว					
ด้านทรัพยากรนโยบาย					
3) แหล่งท่องเที่ยวได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอ					
4) บุคลากรที่ทำงานในแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการให้บริการดี					
ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร					
5) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ มีความสอดคล้องกัน					

6) มีการบังคับใช้กฎระเบียบด้านการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด					
7) มีการสื่อสารเกี่ยวกับมาตรฐานงานและวัตถุประสงค์นโยบาย เพื่อให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความรู้ความเข้าใจสอดคล้องกัน					
ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ					
8) เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นในการให้บริการดี					
9) หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่มีการทำงานที่เป็นระบบ มีเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
10) ระดับการสื่อสารในองค์การของแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นระบบเปิดเผยให้เกิดการรับรู้ และมีส่วนร่วม					
ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี					
11) สภาพเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลต่อการนำนโยบายสาธารณะด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ					
12) สถานการณ์ทางการเมืองมีผลต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม					
ด้านความตั้งใจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ					
13) ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว					
14) ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในทิศทางของการนำนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ					
15) ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติยอมรับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว					

ตอนที่ 6 วัดตัวแปรเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด

4 = มีความเห็นด้วยในระดับมาก

3 = มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง

2 = มีความเห็นด้วยในระดับน้อย

1 = มีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ตัวแปรเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว	ระดับความเห็นด้วย				
	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด	4 เห็น ด้วย มาก	3 เห็น ด้วย ปาน กลาง	2 เห็น ด้วย น้อย	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
การเสริมสร้างความเข้มแข็ง					
1) บุคลากรทุกภาคส่วนได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนใส่ใจและตระหนักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
2) ท่านเห็นว่าชุมชนที่อยู่บริเวณของแหล่งท่องเที่ยวสามารถพึ่งตนเอง บริหารจัดการตนเองได้					
3) ประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง					
การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว					
4) รับรู้ถึงความปลอดภัย สุขอนามัย ตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว					
5) ผู้ประกอบการแสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่ดีเลิศ					
6) สิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก น้ำประปา การเดินทางมีความพร้อม					
การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว					
7) แหล่งท่องเที่ยวมีความหมายมากกว่าแค่การพักผ่อนหรือสนุกสนาน					

8) มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระบบการจ่ายเงินแบบไร้สัมผัส การจองที่พักด้วยคอมพิวเตอร์					
9) ได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจากกิจกรรมท่องเที่ยว					
การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
10) เป็นการท่องเที่ยวที่ยังคงมีความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
11) ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้					
12) ท่านรับรู้ว่าคุณในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการ					

ตอนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา

คำชี้แจง ท่านมีข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยได้อย่างไร ท่านมองว่าอะไรคือจุดเด่นของการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

1) จุดเด่นของการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

.....

.....

2) การพัฒนาและการปรับปรุง

.....

.....

3) ปัญหาและอุปสรรค

.....

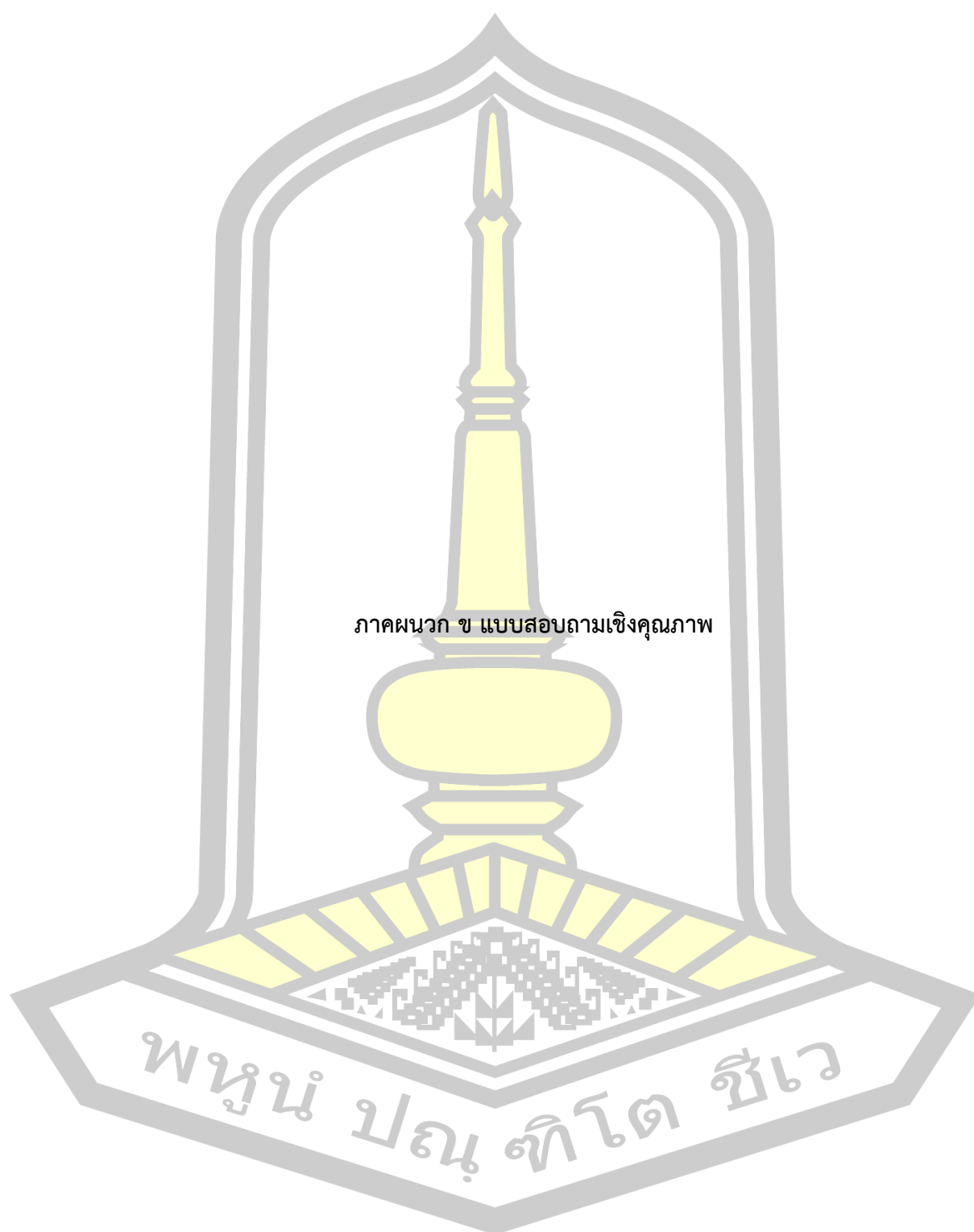
.....

4) ข้อเสนอแนะหรือแนวทาง

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้





แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

1 ของประเทศไทย

1. การตอบแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยจึงขอความกรุณาตอบให้ครบสมบูรณ์เพื่อให้การวิจัยมีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

2. คำตอบของท่านจะไม่ส่งผลกระทบต่อตำแหน่งหน้าที่การปฏิบัติงานของท่านและตัวท่านแต่อย่างใดผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ท่านตอบไว้เป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับมิติการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา มิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มิติการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการสัมภาษณ์นี้เป็นอย่างสูง

ดาครินทร์พัชร สุธรรมดี

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชารัฐศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นแนวคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....
หน่วยงาน.....วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ตอนที่ 1 : กลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์

- ☐ ภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารในสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา ตัวแทนในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา
นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านวัฒนธรรม/ตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่น
- ☐ ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว
(บริษัททัวร์) และธุรกิจขนส่ง
- ☐ ภาคประชาชน ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 : ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

คำชี้แจง ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นของท่านให้ตรงประเด็นมากที่สุด

1.ท่านคิดว่าองค์ประกอบของตัวชี้วัดประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทยประกอบด้วยอะไรบ้าง

1.1 มุมมองด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

.....

.....

1.2 มุมมองด้านพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง

.....

.....

1.3 มุมมองด้านการยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

1.4 มุมมองด้านการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแนวคิดของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-พ.ศ.2570)

2. ท่านคิดว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้างในมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มิติทุนทางปัญญา และมิติด้านนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

3. ท่านคิดว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้างในมิติการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

3.1 การส่งต่อทางกายภาพ (Physical flow)

3.2 การส่งต่อด้านข้อมูลข่าวสาร (Information flow)

3.3 การส่งต่อทางการเงิน (Financial flow)

3.4 สาธารณูปโภค (Facilitating infrastructure)

3.5 ความยั่งยืน (Sustainability)

4. ท่านคิดว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้างในมิติทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

4.1 ทุนมนุษย์

4.2 ทุนเชิงโครงสร้าง

4.3 ทุนความสัมพันธ์

4.4 ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (โบราณสถาน วัตถุ สิ่งประดิษฐ์)

4.5 ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม).....

5. ท่านคิดว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้างในมิตินำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

5.1 ด้านวัตถุประสงค์และมาตรฐานนโยบาย

5.2 ด้านทรัพยากรนโยบาย

5.3 ด้านการสื่อสารระหว่างองค์กร

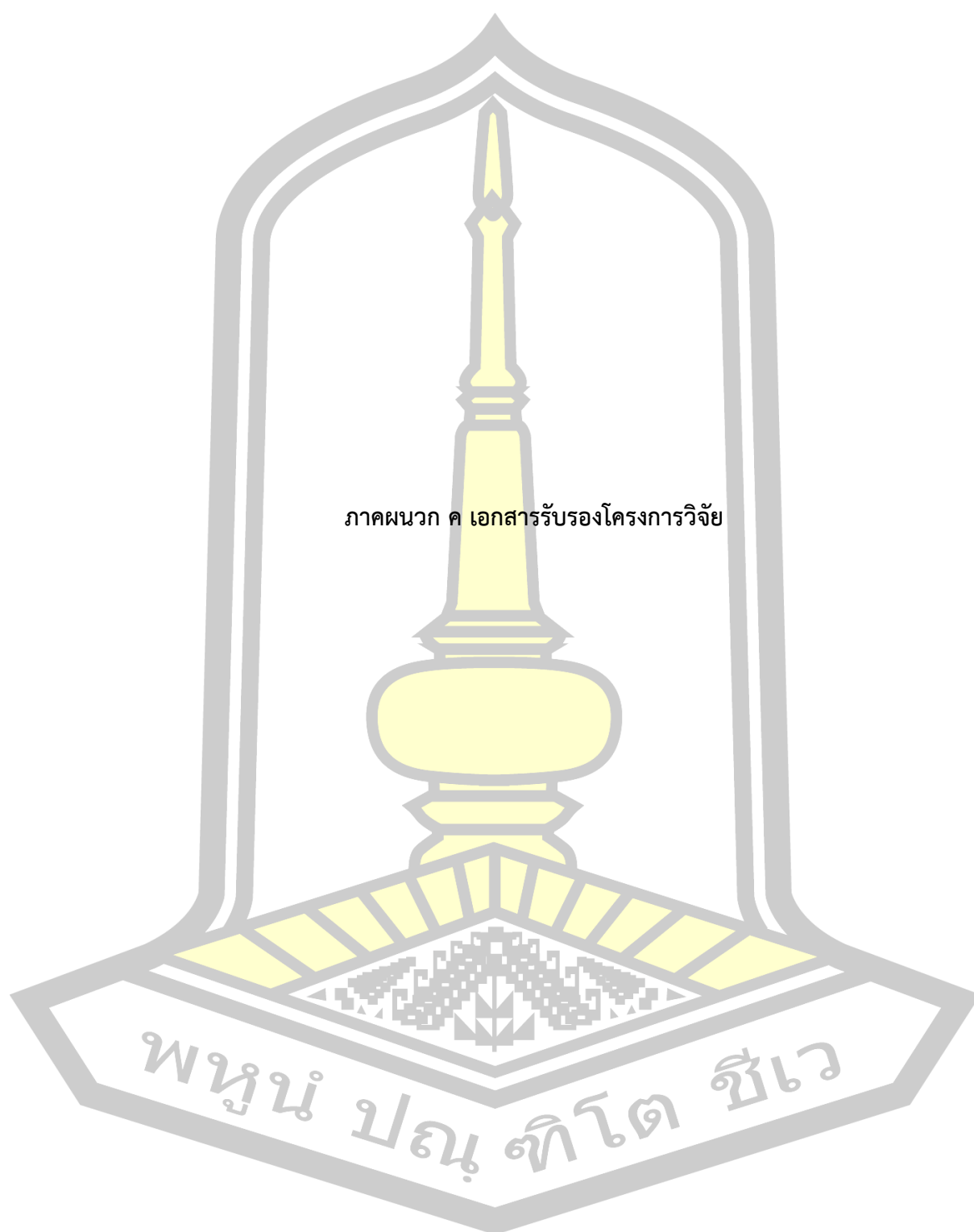
5.4 ด้านลักษณะหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

5.5 ด้านเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

5.6 ความตั้งใจของผู้ปฏิบัติ

พหุ ม ปณ จิ โต ชี เว

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาในการสัมภาษณ์นี้เป็นอย่างสูง



หนังสือรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 043-011/2568

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ของประเทศไทย

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Development of Tourism Management in the Lower Northeastern Provinces Cluster 1 of Thailand.

ผู้วิจัย : นางดาศรินทร์พัชร สุธรรมดี

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : วิทยาลัยการเมืองการปกครอง

สถานที่ทำการวิจัย : กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 23 มกราคม 2568 **วันหมดอายุ :** 22 มกราคม 2569

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงร่างงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

กตัญญู สว่างจิตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษียรหญิงราตรี สว่างจิตร์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)



MAHASARAKHAM UNIVERSITY ETHICS COMMITTEE FOR
RESEARCH INVOLVING HUMAN SUBJECTS

Certificate of Approval

Approval number: 043-011/2025

Title : Development of Tourism Management in the Lower Northeastern Provinces Cluster 1 of Thailand.

Principal Investigator : Mrs. Dasarinpat Suthamdee

Responsible Department : College of Politics and Governance

Research site : Group of provinces in the lower northeastern region 1 includes Nakhon Ratchasima Province, Chaiyaphum Province, Buriram Province. and Surin province

Review Method : Expedited Review

Date of Manufacture : 23 January 2025

Expire : 22 January 2026

This research application has been reviewed and approved by the Ethics Committee for Research Involving Human Subjects, Mahasarakham University, Thailand. Approval is dependent on local ethical approval having been received. Any subsequent changes to the consent form must be re-submitted to the Committee.

Ratree S.

(Assistant Professor Ratree Sawangjit)
Chairman

Approval is granted subject to the following conditions: (see back of this Certificate)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	ดาศรินทร์พัชร สุธรรมดี
วันเกิด	22 มีนาคม 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดอำนาจเจริญ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	281/9 หมู่ 3 ตำบลนาฝาย อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	อาจารย์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2543 มัธยมศึกษาตอนต้น วิทย-คณิต โรงเรียนอำนาจเจริญ พ.ศ. 2546 มัธยมศึกษาตอนปลาย สาขาวิชา/หลักสูตร วิทย-คณิต- สาธารณสุข โรงเรียนอำนาจเจริญ พ.ศ. 2550 ปริญญารัฐศาสตรบัณฑิต (ร.บ) สาขาวิชา การเมืองการ ปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2554 ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (ร.บ.ม.) สาขาวิชา การ บริหารงานท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ พ.ศ. 2567 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา รัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ทุนวิจัย	พ.ศ. 2566 การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ในจังหวัดชัยภูมิ

พูน ปณ ภิโต ชีเว