

การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม และการค้าการลงทุนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

Study of tourism potential and services linked to agriculture, industry and trade, investment Of The Upper North-Eastern Provincial Cluster 1

สุเมธ แก่นมณี¹ สริญญา ลัทธพิริยสุวรรณ² และวัลย์จรรยา วิระกุล³

Sumeth Kaenmanee¹, Sarinya Latteerasuwan² and Wanjanya Wirakul³

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น¹ สถาบันวิจัยยุทธศาสตร์และประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น²
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ³

Faculty of Economics, Khon Kaen University¹ Research Institute of Strategy and Coordination for Northeastern Development,
Khon Kaen University² Bachelor of Business Administration (Accounting), Faculty of Business Administration, North Eastern University³

Corresponding author, E-mail : sukaen@kku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการ ที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) สถิติที่ใช้คือ Factor Analysis และวิเคราะห์โดยแผนภูมิเรดาร์ พบว่า กลุ่มจังหวัด มีศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.842 รองลงมาคือ ศักยภาพด้านการตลาดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.824 ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.793 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.791 และด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.790 ตามลำดับ ข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ดังนั้น กลุ่มจังหวัดควรมีโครงการที่พัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้ง 5 องค์ประกอบ ซึ่งเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม รองลงมาคือ ด้านการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการตลาด และด้านการรองรับการท่องเที่ยวตามลำดับ

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวและบริการ ; กลุ่มจังหวัด ; การเชื่อมโยง



ABSTRACT

The objectives of this research to study the potential of tourism and services inked to agriculture, industry, trade, investment and guidelines for the development of major tourism projects in The Upper North-Eastern Provincial Cluster 1. Researchers used quantitative research. The samples used Stratified Random Sampling 400 samples by questionnaires. The statistics used in the research were Factor Analysis and analyzed by Radar Chart. The research found that the province has the most tourism support potential with the component weight equal to 0.842 followed by the marketing potential with the component weight equal to 0.824, the tourism attractiveness has the element weight equal to 0.793, tourism management has the element weight equal to 0.791 and the welding side link the tourism industry with the element weight equal to 0.790 respectively. Suggestions for making tourism projects that are important to the cluster have high potential for tourism. Therefore, the cluster should have a project that develops tourism potential to complete all 5 elements which are ordered from importance. The least is the direct and indirect tourism industry linkage, followed by the administrative aspect. Inside the tourist attraction The attractiveness of tourism, marketing and tourism support respectively.

Keywords : Tourism and Services ; Provincial Cluster ; Linked

บทนำ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย จังหวัด อุดรธานี เลย หนองบัวลำภู หนองคาย และ บึงกาฬ โดยมีจังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบริหารของกลุ่มจังหวัด กำหนดวิสัยทัศน์ของกลุ่มจังหวัดในปี 2561-2564 เป็น “ศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ และการเกษตรปลอดภัย ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง” [1] ซึ่งมีแนวคิดในการพัฒนาโดยใช้ความต้องการของภาคเอกชนในพื้นที่ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด

ศักยภาพที่โดดเด่นของแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดพบว่า จังหวัดอุดรธานี เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน อุตสาหกรรมและบริการ มีศักยภาพด้านการเกษตร ได้แก่ ข้าวและอ้อย และด้านโลจิสติกส์ จังหวัดเลย มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรการค้าชายแดน และด้านการเกษตร ได้แก่ ยางพารา อ้อย มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ จังหวัดหนองบัวลำภู มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และด้านการเกษตร ได้แก่ ข้าว จังหวัดหนองคาย มีจุดเด่นด้านการค้าชายแดน การค้าการลงทุน การท่องเที่ยว และด้านการเกษตร และจังหวัดบึงกาฬเป็นศูนย์กลางยางพาราของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมี

จุดเด่นในด้านการค้าชายแดน และการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดมีศักยภาพเฉพาะพื้นที่ที่หลากหลายที่แตกต่างกัน แต่มีด้านการท่องเที่ยวและการบริการ ที่ทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดได้ให้ความสำคัญเป็นจุดเด่นในการพัฒนามาร่วมกัน

จากข้อมูลทางสถิติของกลุ่มจังหวัด ปี 2561 รายได้จากการท่องเที่ยว มีมูลค่าเท่ากับ 22,463 ล้านบาท [2] มีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการของแต่ละจังหวัดพบว่า มีการกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และมีสัดส่วนแตกต่างกันสูงมาก คือ อุดรธานี มีสัดส่วนร้อยละ 48 หนองคาย ร้อยละ 25 เลยร้อยละ 20 บึงกาฬ ร้อยละ 5 และหนองบัวลำภู ร้อยละ 2 ของรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด นอกจากนี้ จากการกำหนดวิสัยทัศน์ของกลุ่มจังหวัด ที่ให้ความสำคัญในเรื่อง ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ แต่ยังไม่มีการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและบริการกับสาขาการผลิตอื่น ๆ มากเท่าที่ควร

การขับเคลื่อนกลุ่มจังหวัดไปสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ ของอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงหากการพัฒนาให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน จะสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมการค้าและการลงทุน เป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้

ประกอบการ นักลงทุน และประชาชนในพื้นที่ ทำให้เกิดรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการ ที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม และการค้าการลงทุนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 เพื่อเสนอแนะแนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัด และสร้างรายได้ ตลอดจนยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการ ที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม การค้าการลงทุน ของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และข้อมูลการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ 1) ศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 4) ศักยภาพด้านการตลาด และ 5) ศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วยจังหวัด อุดรธานี เลย หนองบัวลำภู หนองคาย และบึงกาฬ

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยว บริการ การเกษตร อุตสาหกรรม การค้าการลงทุน ตามสาขาของการผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม และการค้าการลงทุนของ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 เป็นการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยเป็นข้อมูลจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวและบริการ การเกษตร อุตสาหกรรม และการค้าการลงทุน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลักทางด้านการท่องเที่ยวและบริการภายในกลุ่มจังหวัด ปี พ.ศ. 2559 โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 76,669 ราย The Office of SMEs Promotion.[3]

ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลักทางด้านการท่องเที่ยวและบริการภายในกลุ่มจังหวัดจำนวน 400 คนซึ่งคำนวณโดยวิธีจำนวนประชากรผู้ประกอบการ (Finite Population) ของ Yamane โดยแบ่งสัดส่วนตามขนาดของจังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี 160 ชุด จังหวัดเลย 60 ชุด จังหวัดหนองบัวลำภู 70 ชุด จังหวัดหนองคาย 72 ชุด จังหวัดบึงกาฬ 38 ชุด

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในแต่ละจังหวัดใช้หลักการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) กำหนดแบ่งตามขนาดอุตสาหกรรม ในอัตราส่วน 90:5:5 ตามขนาดของอุตสาหกรรมเล็ก กลาง ใหญ่ ตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละจังหวัด

จังหวัด	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จัดเก็บแบบสอตามขนาดอุตสาหกรรม (ราย)			
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
อุดรธานี	158	1	1	160
เลย	58	1	1	60
หนองบัวลำภู	68	1	1	70
หนองคาย	70	1	1	72
บึงกาฬ	36	1	1	38
รวม	390	5	5	400



เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม การค้าการลงทุนของกลุ่มจังหวัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ศาสนา ตำแหน่งในสถานประกอบการ ระยะเวลาในการเปิดกิจการ เงินลงทุนเริ่มแรก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 9 ข้อ

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจได้แก่ ประเภทของธุรกิจหลัก ประเภทของธุรกิจรอง การสนับสนุนการท่องเที่ยวของธุรกิจผลกระทบทางด้านบวกจากการท่องเที่ยว ความต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ความคิดเห็นกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ลักษณะแบบสอบถามเป็นปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 7 ข้อ และ ปลายเปิด (Open Ended Questions) จำนวน 4 ข้อ

ข้อมูลการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยการประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

ศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการตลาด

ศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

ลักษณะแบบสอบถามเป็นปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 103 ข้อ ซึ่งเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ได้แก่

ระดับความคิดเห็น ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ

น้อยที่สุด กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

น้อย กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

ปานกลาง กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน

มาก กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน

มากที่สุด กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าความคิดเห็น กำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนน 0	= มีความคิดเห็นไม่สามารถระบุได้
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.49	= มีความคิดเห็นน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.50 - 2.49	= มีความคิดเห็นน้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.50 - 3.49	= มีความคิดเห็นปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.50 - 4.49	= มีความคิดเห็นมาก
คะแนนเฉลี่ย 4.50 - 5.00	= มีความคิดเห็นมากที่สุด

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นใช้วิธีการคำนวณตามค่ามัธยฐาน (Median) = $(n+1)/2$ ทำให้มีการกระจายของข้อมูลมากกว่าวิธีการคำนวณจากค่าพิสัย

โดยองค์ประกอบเกิดจากการรวบรวมขึ้นจากคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นำมาประมวลผลและจัดหมวดหมู่ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด

การวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม เป็นการแสดงค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีครอนบาค ซึ่งทำการทดสอบจากแบบสอบถามจำนวนตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.94 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่น่าเชื่อถือได้ดีและสามารถใช้ในงานวิจัยได้อย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการ ที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม และการค้าการลงทุนของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 1 เป็นการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งจัดเก็บข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้หลักการสุ่มเลือกจำนวนตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทำการบันทึกตามแบบฟอร์มการบันทึกข้อมูลในโปรแกรม Microsoft Office Excel แล้วนำข้อมูลบันทึกดังกล่าว ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for The Social Science) และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตรอุตสาหกรรม การค้าการลงทุนของกลุ่มจังหวัดซึ่งการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธี Principal-Component Analysis (PC) และใช้วิธีหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Varimax Orthogonal Rotation สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกตัวแปรจะพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) ต่าง ๆ ว่าตัวแปรใดมีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ได้จัดตัวแปรไว้ในองค์ประกอบนั้น และพิจารณาชื่อองค์ประกอบว่ามีความสอดคล้องกับแบบสอบถาม หากไม่สอดคล้องให้ปรับเปลี่ยนชื่อใหม่

การวิเคราะห์แผนภูมิเรดาร์ โดยการนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาทำการวิเคราะห์แผนภูมิเรดาร์ มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 4) ศักยภาพด้านการตลาด และ 5) ศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อมเสนอแนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัด โดยการนำผลที่ได้ในส่วนที่ 2 ลงพื้นที่สัมภาษณ์หน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนด้วยวิธีการจัดประชุมกลุ่มย่อยในแต่ละจังหวัด จังหวัดละ 30 คน แล้วนำผลที่ได้จากการจัดประชุมวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ออกมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ผลการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

ศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวพบว่าศักยภาพการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านกายภาพ มีศักยภาพการดึงดูดใจมากกว่าศักยภาพการดึงดูดใจด้านศิลปวัฒนธรรม (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.793 และ 0.748) และเมื่อพิจารณาศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวในมุมมองผู้ประกอบการทั้ง 2 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านศิลปวัฒนธรรมพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านความโดดเด่นทางศิลปวัฒนธรรม และภาษาในท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านความเป็นเอกลักษณ์และ แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านทัศนียภาพที่สวยงาม ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม 3 อันดับแรก

ศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านศิลปวัฒนธรรม	0.748
แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านความโดดเด่นทางศิลปวัฒนธรรม และภาษาในท้องถิ่น	0.748
แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านความเป็นเอกลักษณ์	0.738
แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านทัศนียภาพที่สวยงาม	0.738

1.2 ด้านกายภาพพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านกายภาพ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านความพร้อมทางด้านระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวตามลำดับ



ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการดึงดูดใจการท่องเที่ยว
ด้านกายภาพ 3 อันดับแรก

ศักยภาพการดึงดูดใจการท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ด้านกายภาพ	0.793
แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจ ท่องเที่ยวด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	0.793
แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจ การท่องเที่ยวด้านความพร้อมทางด้านระบบ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน	0.770
แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการดึงดูดใจ ท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว	0.678

ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.842) มีศักยภาพสูงกว่าศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวของบุคคลหรือชุมชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.808 และ 0.712 ตามลำดับ) และเมื่อพิจารณาศักยภาพด้านการรับรองการท่องเที่ยวในมุมมองผู้ประกอบการทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

1.3 ด้านการรองรับการท่องเที่ยวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีร้านอาหารที่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีศักยภาพการรองรับในส่วนของที่พักร และแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการรองรับการท่องเที่ยวโดยมีธุรกิจนำเที่ยวตามลำดับ

จากผลการประเมินศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการรองรับของธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ที่เพียงพอกับนักท่องเที่ยว สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวของ
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก

ศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	0.842
ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของท่าเรือร้านอาหารที่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	0.842
ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีจำนวนของโรงแรม รีสอร์ทที่เพียงพอ กับจำนวนนักท่องเที่ยว	0.759
แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการรองรับการท่องเที่ยวโดยมีธุรกิจนำเที่ยว	0.665

1.4 ด้านการรองรับการท่องเที่ยวของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความพร้อมของระบบไฟฟ้า สาธารณะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมของระบบประปา ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และความพร้อมของระบบถนนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนเพียงพอกับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

จากผลการประเมินศักยภาพดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีความพร้อมในด้านระบบไฟฟ้า สาธารณะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวของ
สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน 3 อันดับแรก

ศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	0.808
ความพร้อมของระบบไฟฟ้าสาธารณะในบริเวณ แหล่งท่องเที่ยว	0.808
ความพร้อมของระบบประปาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	0.799
ความพร้อมของระบบถนนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	0.794

1.5 การรองรับการท่องเที่ยวของบุคคลหรือชุมชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวของบุคคลหรือชุมชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความพร้อมบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษาสำหรับบริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ ความพร้อมของชุมชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีสำนักงานหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้บริการนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

จากผลการประเมินศักยภาพดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวของ
สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน 3 อันดับแรก

ศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
บุคคลหรือชุมชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	0.712
ความพร้อมบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษาสำหรับบริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ	0.712
ความพร้อมของชุมชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	0.618
มีสำนักงานหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้บริการนักท่องเที่ยว	0.567

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบมีความคิดเห็นว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภคมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสูงที่สุด (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.791) รองลงมาคือ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการแสวงหาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.788 และ 0.605 ตามลำดับ) และเมื่อพิจารณาถึงศักยภาพ

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองผู้ประกอบการ ทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสาธารณูปโภคพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภค เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ระบบน้ำประปาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการที่ดี ระบบถนนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการที่ดีของระบบไฟฟ้าสาธารณะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสาธารณูปโภค 3 อันดับแรก

ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านสาธารณูปโภค	0.791
ระบบน้ำประปาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการจัดการที่ดีในระดับใด	0.791
ระบบถนนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการจัดการที่ดีในระดับใด	0.773
การบริหารจัดการระบบไฟฟ้าสาธารณะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดมีการจัดการที่ดีในระดับใด	0.765

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มจังหวัดมีการจัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โครงการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนหรือประปาหรือไฟฟ้า เป็นต้น มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นย่อยอื่นๆ กลุ่มจังหวัดมีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผนสร้างกำลังคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น และมีการจัดทำแผนพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เช่น โครงการบำบัดน้ำเสีย โครงการจัดเก็บขยะ เป็นต้น ตามลำดับ



ตารางที่ 8 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 3 อันดับแรก

ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	0.605
มีการจัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โครงการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนหรือประปาหรือไฟฟ้า	0.605
มีการจัดทำแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว เช่น แผนสร้างกำลังคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	0.586
มีการจัดทำแผนพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เช่น โครงการบำบัดน้ำเสีย โครงการจัดเก็บขยะ	0.573

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการแสวงหาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการแสวงหาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มจังหวัดฯ มีการสำรวจและค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ การพัฒนาพื้นที่รกร้างให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาวิถีชีวิตของประชาชนให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการแสวงหาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 3 อันดับแรก

ศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านการแสวงหาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่	0.788
ในกลุ่มจังหวัดมีการพัฒนาพื้นที่รกร้างให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่	0.780
ในกลุ่มจังหวัดมีการสำรวจและค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ	0.788
ในกลุ่มจังหวัดมีการพัฒนาวิถีชีวิตของประชาชนให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่	0.767

ศักยภาพด้านการตลาดผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า การตลาดด้านบุคคลมีศักยภาพมากที่สุด (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.824) รองลงมาคือ ศักยภาพการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.787) ศักยภาพการตลาดด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.732) ศักยภาพการตลาดด้านสินค้า (แหล่งท่องเที่ยว) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.719) ตามลำดับ ส่วนศักยภาพด้านการตลาดที่มีผลการประเมินศักยภาพต่ำที่สุด คือ ศักยภาพการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.669) และเมื่อพิจารณาศักยภาพด้านการตลาดในมุมมองผู้ประกอบการทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

ด้านสินค้า (แหล่งท่องเที่ยว) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดด้านสินค้า (แหล่งท่องเที่ยว) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ มีร้านอาหารใกล้กับบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อน และแหล่งท่องเที่ยวอยู่ใกล้กับ ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัดด้านสินค้า (แหล่งท่องเที่ยว) 3 อันดับแรก

ศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านสินค้า (แหล่งท่องเที่ยว)	0.719
มีร้านอาหารใกล้กับบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	0.719
มีพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อน	0.690
แหล่งท่องเที่ยวอยู่ใกล้กับ ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท	0.674

ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาของอาหารเครื่องดื่ม ที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพเป็นประเด็นที่มีศักยภาพการตลาดด้านราคา ราคาของสินค้าของฝากที่ระลึกที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาของที่พัก โรงแรม รีสอร์ท มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด
ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)3 อันดับแรก

ศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย)	0.732
ราคาของอาหารหรือเครื่องดื่ม มีความเหมาะสม กับคุณภาพ	0.732
ราคาของที่พักร้านอาหาร รีสอร์ท มีความเหมาะสม กับคุณภาพ	0.709
ราคาของสินค้าของที่ระลึก มีความเหมาะสม กับคุณภาพ	0.701

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกสำหรับการติดต่อหรือจอง แพคเกจทัวร์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ความสะดวกสำหรับการติดต่อหรือจอง ร้านอาหาร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และความสะดวกสำหรับการติดต่อหรือจอง ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3 อันดับแรก

ศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	0.787
ความสะดวกสำหรับการติดต่อหรือจอง แพคเกจ ทัวร์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	0.787
ความสะดวกสำหรับการติดต่อหรือจอง ร้าน อาหาร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	0.771
ความสะดวกสำหรับการติดต่อหรือจอง ที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	0.766

ด้านการส่งเสริมการขายพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการจัดโปรโมชั่นในการมาเที่ยว เช่น มา 4 จ่าย 3 มีการจัดโปรโมชั่น ลดราคา ในช่วงนอกฤดู

ท่องเที่ยว และ มีการจัดบูธด้านการท่องเที่ยวในงานนิทรรศการต่าง ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3 อันดับแรก

ศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.669
มีการจัดโปรโมชั่นในการมาเที่ยว เช่น มา 4 จ่าย 3	0.669
มีการจัดโปรโมชั่นลดราคา ในช่วงนอกฤดู ท่องเที่ยว	0.662
มีการจัดบูธด้านการท่องเที่ยวในงานนิทรรศการ ต่าง ๆ	0.641

ด้านบุคคล แบ่งการประเมินเป็น 4 ประเด็นหลัก คือ ศักยภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น ศักยภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาคเอกชน ศักยภาพของนักท่องเที่ยว และศักยภาพของชุมชนหรือคนในชุมชน ผลการประเมินพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดด้านบุคคล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ศักยภาพของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด ศักยภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาคเอกชน และศักยภาพของชุมชนหรือคนในชุมชนตามลำดับ

เมื่อพิจารณาประเด็นศักยภาพการตลาดด้านบุคคลทั้ง 4 ประเด็นมาวิเคราะห์ในมุมมองผู้ประกอบการได้ผลการประเมินดังนี้

ศักยภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น จำนวนของเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่นที่คอยให้บริการแหล่งท่องเที่ยวความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น ตามลำดับ

ศักยภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาคเอกชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาค



เอกชน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่เอกชน จำนวนของเจ้าหน้าที่เอกชนที่คอยให้บริการแหล่งท่องเที่ยว และความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่เอกชน ตามลำดับ

ศักยภาพของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของนักท่องเที่ยว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การรักษามารยาทของนักท่องเที่ยว และการรักษาความสะอาดของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

ศักยภาพของชุมชนหรือคนในชุมชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของชุมชนหรือคนในชุมชน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ชุมชนหรือคนในชุมชนมีส่วนร่วมในพื้นที่ต่อแหล่งท่องเที่ยว ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหรือคนในชุมชน และอสังหาริมทรัพย์ของชุมชนหรือคนในชุมชน ความเป็นสุภาพชนของชุมชนหรือคนในชุมชนที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด
ด้านบุคคล 3 อันดับแรก

ศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
ด้านบุคคล	0.824
1) พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น	0.693
ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น	0.693
จำนวนของเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่นที่คอยให้บริการแหล่งท่องเที่ยว	0.661
ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ภาครัฐท้องถิ่น	0.660
2) พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาคเอกชน	0.806
ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและความพร้อมในการให้บริการของเจ้าหน้าที่เอกชน	0.806

ศักยภาพการตลาดของกลุ่มจังหวัด	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
จำนวนของเจ้าหน้าที่เอกชนที่คอยให้บริการแหล่งท่องเที่ยว	0.800
ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่เอกชน	0.784
3) นักท่องเที่ยว	0.824
การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว	0.824
การรักษามารยาทของนักท่องเที่ยว	0.811
ความเป็นสุภาพชนของนักท่องเที่ยว	0.799
4) ชุมชนหรือคนในชุมชน	0.698
ความมีส่วนร่วมในพื้นที่ต่อแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหรือคนในชุมชน	0.698
ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหรือคนในชุมชน	0.695
ความเป็นสุภาพชนของชุมชนหรือคนในชุมชน	0.690
อสังหาริมทรัพย์ของชุมชนหรือคนในชุมชน	0.690

ศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง และโดยอ้อมพบว่ากลุ่มจังหวัดศักยภาพด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.790) ซึ่งมีศักยภาพสูงกว่าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.766) และเมื่อพิจารณาศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อมในมุมมองผู้ประกอบการ ดังนี้

ศักยภาพอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความพร้อมของธุรกิจขนส่งที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความพร้อมของธุรกิจธนาคารที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความพร้อมของธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวโดยตรง 3 อันดับแรก

ศักยภาพการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยตรงและโดยอ้อม	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง	0.766
ความพร้อมของธุรกิจขนส่งที่สนับสนุน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	0.766
ความพร้อมของธุรกิจธนาคารที่สนับสนุน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	0.717
ความพร้อมของธุรกิจงานเที่ยวและมัลติเพล็กซ์ที่ สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	0.713

ศักยภาพอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อมพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอ้อม เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความพร้อมของธุรกิจผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความพร้อมของธุรกิจเกษตรที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความพร้อมของธุรกิจบริการสุขภาพที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตามลำดับ

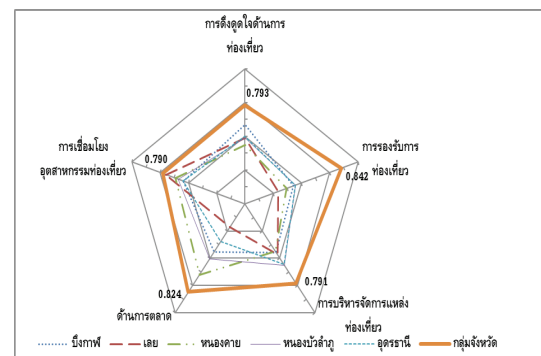
ตารางที่ 16 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวโดยอ้อม 3 อันดับแรก

ศักยภาพการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยตรงและโดยอ้อม	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยอ้อม	0.790
ความพร้อมของธุรกิจผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่ สนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	0.790
ความพร้อมของธุรกิจเกษตรที่สนับสนุน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	0.754
ความพร้อมด้านการบริการสุขภาพที่สนับสนุน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	0.747

2. ผลการวิเคราะห์แผนภูมิเรดาร์เป็นการนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพด้านการรองรับการ

ท่องเที่ยว 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 4) ศักยภาพด้านการตลาด และ 5) ศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อมมีผลที่ได้ดังต่อไปนี้

จากภาพผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด พบว่า กลุ่มจังหวัด มีศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.842 รองลงมาคือ ศักยภาพด้านการตลาดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.824 ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.793 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.791 และด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.790 ตามลำดับ



ภาพที่ 1 ผลการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

3. เสนอแนะแนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จากผลการศึกษากลุ่มจังหวัดมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และมีความโดดเด่นในศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ศักยภาพทางด้านการตลาด ศักยภาพด้านความดึงดูดใจในการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม ตามลำดับ ซึ่งในด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม มีศักยภาพในการท่องเที่ยวต่ำกว่าศักยภาพการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ จากมุมมองผู้ประกอบการ ดังนั้น กลุ่มจังหวัดควรมีโครงการที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



เที่ยวโดยตรงและโดยอ้อมเพื่อสร้างสมดุลในศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้ง 5 องค์ประกอบ ซึ่งเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม รองลงมาคือด้านการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการตลาด และด้านการรองรับการท่องเที่ยวตามลำดับ โดยมีข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดทำโครงการดังนี้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม แบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงได้แก่ การเตรียมความพร้อมของธุรกิจธนาคาร ร้านค้าปลีก ที่พักบริการอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และธุรกิจขนส่ง ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยอ้อมได้แก่ ความพร้อมของธุรกิจเกษตร ธุรกิจการก่อสร้างธุรกิจประมง ความพร้อมของธุรกิจบริการ ธุรกิจผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค การบริการสุขภาพ และสาขาทางการศึกษา ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางด้านการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ การจัดการระบบอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ระบบขนส่งมวลชน มีความเพียงพอและทั่วถึงต่อนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการการกำจัดของเสียในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่มีความละเอียดอ่อนในทางธรรมชาติ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวอาจจะไม่เหมาะสม ในทางกลับกัน การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

การจัดทำแผนเพื่อการพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
การติดตามผลการดำเนินงานของแผนอย่างมีระบบ
การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบบูรณาการจากหลายภาคส่วน

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ได้แก่

ส่งเสริมให้เกิดตลาดน้ำริมน้ำโขงในจังหวัดที่มีพื้นที่ริมน้ำโขง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าและเป็นการเพิ่มความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาชมวิถีชีวิตชุมชนที่อาศัยอยู่ริมโขง จังหวัดเลย และจังหวัดหนองบัวลำภู เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการส่งเสริมให้มีแหล่งที่พักคนชรา ถาวรหรือชั่วคราว และสถานพักฟื้นสำหรับผู้ป่วย ที่มีมาตรฐาน เพราะเป็นเมืองที่เงียบสงบ มีทรัพยากร ธรรมชาติอุดมสมบูรณ์

การจัดงานลอยกระทงในทุกจังหวัดให้มีความโดดเด่นตามเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด จัดงานแข่งเรือระดับกลุ่มจังหวัด โดยการจัดงานแข่งเรือให้แต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดเวียนกันเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน จัดงานเทศกาลให้มีช่วงระยะเวลาให้เหลื่อมกันและมีการประชาสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างจังหวัด เพื่อความเชื่อมโยงในทางด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ไปท่องเที่ยวต่อเนื่องในจังหวัดใกล้เคียง จัดให้มีสวนสามฤดู โดยการแบ่งพื้นที่พืชพันธุ์ที่ออกดอกในฤดูหนาว ฤดูร้อน และมีความสวยงามในฤดูฝน และพืชในน้ำ จัดให้มีการแข่งขันหมู่บ้านการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดที่มีลักษณะคล้ายกัน ขอความร่วมมือกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ทำกิจกรรมเพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยว แนวทางพัฒนาด้านศักยภาพด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

การดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีทัศนียภาพสวยงาม การมีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมร่วมกันและสร้างความโดดเด่นภายใต้เอกลักษณ์ของกลุ่มจังหวัด

การส่งเสริมวิถีชีวิตของชุมชนที่มีความน่าสนใจและสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้

การดึงดูดใจการท่องเที่ยวด้านกายภาพ ได้แก่ การเสริมความปลอดภัยภายในแหล่งท่องเที่ยวทุกฤดูกาล เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ในฤดูฝนมีความอันตราย การให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยวในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ

การส่งเสริมความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การสรรหาและสร้างความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดในการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 5 ประเด็น ได้แก่

ด้านสินค้า (ในแหล่งท่องเที่ยว) ได้แก่

การมีสินค้าของฝากและของที่ระลึกหลากหลาย มีคุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย ความสมเหตุสมผลของราคา บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจ ความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ที่เกิดจากในแหล่งท่องเที่ยวหลัก สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว มีพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อน มีระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยวทั้งในและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว มีร้านอาหารใกล้กับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด ไม่ไกลราคา มีอัธยาศัยแนะนำประโยชน์ในการมาท่องเที่ยวได้ มีป้ายประชาสัมพันธ์ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน แหล่งท่องเที่ยวอยู่ใกล้กับที่พัก ซึ่งที่พักมีความสะอาด เดินทางสะดวกปลอดภัย บริหารจัดการความสะอาด เช่น มีที่ทิ้งขยะเปียก ขยะแห้ง หรือให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาความสะอาดร่วมกันกับนักท่องเที่ยวโดยนำขยะของตนทิ้งถึงขยะให้ถูกประเภท หรือนำขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยวสร้างขึ้นออกจากแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจ การเปิดโอกาสให้กลุ่มจำหน่ายสินค้า OTOP ท่องถิ่นมีค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย ต่ำกว่า ผู้ที่จำหน่ายสินค้า OTOP จากนอกแหล่งท่องเที่ยว

ด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) ได้แก่ การค้าภายในหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกำกับติดตามควบคุมราคาสินค้าในแหล่งท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ ที่พัก และสินค้าของที่ระลึก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการข้อมูลติดต่อ จองที่พัก แพ็คเกจทัวร์ ผ่านทางโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต

คุณภาพของเครื่องมือในการให้บริการเครือข่ายและการครอบคลุมการให้บริการของเครือข่ายโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอยู่ห่างไกล มีการสาธิตภาพสินค้า ที่พัก แหล่งที่อยู่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่เกินจริง ผู้ให้บริการมีความเข้าใจในการพูด การเขียนภาษาต่างประเทศของนักท่องเที่ยวดี ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในและโดยเฉพาะนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อ และงานนิทรรศการต่าง ๆ กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงและการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทั่วไป ขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในแต่ละงาน และบางแหล่ง

ท่องเที่ยวที่ประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งปี ที่สามารถมาเที่ยวได้ทั้งปี ทั้งเชิงรุกและเชิงรับทั้งภาษาไทยและภาษาของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการ

มีข้อมูลเพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลายเพื่อการตัดสินใจ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มาด้วยตนเองมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น การบริการทางข้อมูลและการตลาดต้นทางตามเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เป็นต้นนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เช่น sina.weibo.com ที่เป็นสังคมออนไลน์แบบ ไมโครบล็อกที่ชาวจีนนิยม หรือว่า tripadvice.com ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หาข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวการลตรคาร้านอาหารหรือร้านค้าที่ร่วมรายการ เมื่อนักท่องเที่ยวแต่งชุดพื้นเมือง

ด้านบุคคล ได้แก่

การมีจิตใจที่เอื้อต่อการให้บริการกับนักท่องเที่ยว ความเป็นกลางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างตรงไปตรงมาโดยไม่เอื้อต่อนักธุรกิจกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ให้บริการข้อมูลที่ถูกต้องโดยคำนึงถึงข้อจำกัดของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านค่าใช้จ่าย เวลา อายุ และสุขภาพ แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเด็นดังนี้

ด้านการรองรับการท่องเที่ยวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การมีโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวควรสร้างบรรยากาศในพื้นที่ให้เอื้อต่อการท่องเที่ยว เช่น การลดมลพิษทางเสียง ทางอากาศ ความสะอาด ความขัดแย้ง อาชญากรรมมีน้อย เป็นต้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีเสน่ห์พิเศษ

ด้านการรองรับการท่องเที่ยวของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนระบบถนนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสะดวก ขนส่งมวลชนยังเข้าไม่ถึงทำให้การเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยรถโดยสารส่งเสริมความพร้อมในการรักษาความปลอดภัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว การบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ทันสมัย การสนับสนุนให้เกิดอารยสถาปัตย์ในชุมชนและแหล่ง



ห้องเที่ยว มีจุดให้บริการทางด้านสุขอนามัยของนักท่องเที่ยว เช่น ที่ล้างมือ ห้องน้ำ ชะยะ การรณรงค์ไม่ใช้ถุงพลาสติกในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น สถานที่จอดรถ แสงสว่างในแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานโดยคำนึงถึงภาวะโลกร้อนเช่น หลอดไฟแบบประหยัดไฟและใช้แหล่งพลังงานจากแสงอาทิตย์ รณรงค์ให้ร้านค้าบริเวณนั้นลดการใช้ถุงพลาสติก แก้วพลาสติก โฟมใส่อาหาร และลดราคาให้กับนักท่องเที่ยวที่นำภาชนะมาซื้อ เครื่องดื่ม หรืออาหาร เพื่อสร้างจุดขายในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสูง

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ผลการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและบริการที่เชื่อมโยง กับสาขาการเกษตรอุตสาหกรรมและการค้าการลงทุน พบว่า กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.842 รองลงมาคือ ศักยภาพด้านการตลาดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.824 ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.793 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.791 และด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.790 ตามลำดับ

แนวทางในการจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และมีความโดดเด่นในศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ศักยภาพทางด้านการตลาด ศักยภาพด้านความดึงดูดใจในการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม ดังนั้น กลุ่มจังหวัดควรมีโครงการที่พัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้ง 5 องค์ประกอบ ซึ่งเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม รองลงมาคือ ด้านการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการตลาด และด้านการรองรับการท่องเที่ยว ตามลำดับ

กลุ่มจังหวัดมีความโดดเด่นในการเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อประตูสู่อาเซียน ที่สามารถเชื่อมโยงกับ สปป.ลาว โดยผ่าน

จุดผ่านแดนถาวรจังหวัดเลย หนองคาย และบึงกาฬ ตลอดจนยังสามารถใช้เส้นทางหมายเลข 8 เข้าสู่ประเทศเวียดนามตอนเหนือ และเขตปกครองพิเศษซีจัวงของประเทศจีนตอนใต้ [4] อีกทั้งการเดินทางไปยังกลุ่มจังหวัดนี้สามารถเดินทางได้ทางรถยนต์ รถไฟ และท่าอากาศยานนานาชาติ ตลอดจนกลุ่มจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอารยธรรมและประวัติศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม และการส่งเสริมและสนับสนุนการปฏิรูปประเทศจากรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khittasangka, M, et al.[5] ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน พบว่าแนวทางการบริหารจัดการการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน การจัดการการบริการด้านที่พักแรม และการจัดการการบริการด้านอาหาร และการพัฒนาการท่องเที่ยวและระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ความพร้อมของชุมชนในการแสดงศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงพึงพิงปัจจัยภายนอกที่เป็นองค์การสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษา กลุ่มจังหวัดมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และมีความโดดเด่นในศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านการตลาด ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และด้านการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน ต้องได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากหน่วยงานราชการและเอกชน ถึงจะสามารถขับเคลื่อนโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 เกิดการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม การค้าและการลงทุน สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ นักลงทุน และประชาชนในพื้นที่ ทำให้เกิดรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสาขาการเกษตร อุตสาหกรรม และการค้าการลงทุนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ควรศึกษาศักยภาพด้านการเกษตรที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบคุณมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สนับสนุนเงินทุนอุดหนุนการวิจัยสำหรับกลุ่มวิจัยการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนการร่วมอย่างยั่งยืนในการรวมตัวกลุ่มประชาคมอาเซียนในครั้งนี้ และได้รับการส่งเสริมจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

- [1] The Office of Strategy Management : Upper North-Eastern Provincial Cluster 1. (2018). **Development Plan for the Upper North-Eastern Provincial Cluster 1, 4 years (2018 - 2021)**. Retrieved March 10, 2019, from www.Osmnortheast-n1.moi.go.th/ud/images/stories/ladawan2/a%206.pdf.
- [2] Ministry of Tourism and Sports. (2019). **Tourism statistics in Thailand, 2018**. Retrieved March 10, 2019, from https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=509&filename=index.
- [3] The Office of SMEs Promotion. (2019). **Number of SMEs**. Retrieved March 10, 2019, from http://www.data-sme.com/sme_situation.php?p=1.
- [4] Regional Operation Center of North East. (2015). **The link between tourism and services with the agriculture, industry, trade, investment And related production fields Of the upper northeastern provinces Cluster 1**. Final Report : Khon Kaen University.
- [5] Khittasangka, M, et al.(2016). **The Study of Managerial Potentiality on Cultural Tourism in Upper Northern Thailand: Cases of Chiangrai, Chiangmai and Mae Hong Son Provinces**. International College of Mekong Region. Chiang Rai Rajabhat University.

