

การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี

จตุรงค์ ศรีวงษ์วรรณะ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างจำแนกได้ดังนี้ 1) เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 10 ธุรกิจ ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง 2) ประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 7 คน ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงและ 3) นักวิจัยภายใต้แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 8 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยเอกสารการวิจัยต่างๆ และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (The Informal Conversation Interview สติติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยจะพิจารณาเนื้อหาออกมาประเด็นหลัก หรือ แบบแผนหลัก

ผลการวิจัยพบว่า

1. การท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีนั้นมีคุณลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางบุญของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ใน 5 อัตลักษณ์ด้วยกัน อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม อัตลักษณ์ด้านจิตรกรรม อัตลักษณ์ด้านประติมากรรม อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ด้านประเพณีและกิจกรรมทางศาสนา สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

2. ศึกษาภาพด้านการตลาดนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว เช่น

1) การที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีก็เนื่องจากเห็นว่า จังหวัดมีสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีสถาปัตยกรรมเรื่องพระพุทธศาสนาสถานที่สวยงาม

2) ศักยภาพด้านราคาของกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีนั้น เป็นที่พึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว

3) สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ การเดินทางมีความสะดวกสบาย (ถนน ป้ายบอกทาง) สถานที่ท่องเที่ยว มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและมีความปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยว มีการจัดพื้นที่ที่มีความเหมาะสมสวยงาม

3. ในส่วนของการขนส่งนักท่องเที่ยวนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการขนส่งนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยวทั้งในส่วนของยานพาหนะ ค่าใช้จ่าย ความปลอดภัย และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

4. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมี 3 ประเด็นหลักๆ คือ 1) แนวทางการพัฒนาบุคลากรในด้านการบริการ, 2) แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการทำงานองค์กรรวม และ 3) แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านความพึงพอใจในการทำงาน

คำสำคัญ: นโยบาย การพัฒนาบุคลากร ธุรกิจที่พัก

Policy Development of Sustainable Creative Tourism for UbonRatchathani Province

Jaturong Sriwongwanna

Abstract

This research aims to study the factors of Tourism Industry and to present the way of policy development of sustainable creative tourism for UbonRatchathani Province. The samples consisted of 1) 10 owners of business which related to Tourism Industry using purposive random sampling, 2) 7 peoples who involved in the developing of Tourism policy in UbonRatchathani Province using purposive sampling, and 3) 8 researchers who involved in research plan called “Policy Development of Sustainable Creative Tourism for UbonRatchathani Province”. The research instrument weredocumentary and interviews. The statistics used was content analysis.

The result of the study found that

1. Tourism industry in UbonRatchathani Province has 5 identities including, architectural identity, historical identity, traditional identity, sculptural identity, and painting identity.
2. The potential of marketing mix is more important to attract tourists and they decide whether or not to visit because of tourist attraction, price of tourist activities, tourist facilities, and transportation.
3. The factors that effect types of logistic transportation, including quality of vehicles, expenses, security, and convenient device.
4. The way to developing human resource in Tourism industry in 3 categories, including the way to developing human resource in term of services, the way to developing human resource in overall, and the way to developing human resource in term job satisfaction.

Keyword: Policy, Human Resource Development, Lodging Business

คำนำ

ในการวิเคราะห์บริบทของประเทศไทยผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้มีการร่วมมือกันในด้านเศรษฐกิจมากขึ้นมีความเป็นไปได้ที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางทางการเงินและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอาเซียน ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีการเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในประเทศไทยนั้นมีอัตราเพิ่มมากขึ้น 7.5% ต่อปี ซึ่งหากพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวในอาเซียน จะเห็นได้ว่าไทยถือว่าเป็นตลาดที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเลยทีเดียว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

หากมองในมุมมองของการพัฒนาแล้วถือว่าเป็นโอกาสอันดีที่จะช่วยยกระดับคุณภาพหรือเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหมือนโอกาส โดย สุวัตร สิทธิหล่อ (2558) ได้กล่าวว่า การที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งอาเซียนได้จำเป็นต้อง 1) ยกระดับมาตรฐานบุคลากรให้มีมาตรฐานเดียวกันหรือสูงกว่าคู่แข่งในประเทศอาเซียน 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีอัตลักษณ์เพื่อสร้างความแตกต่างและให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น 3) มีการพัฒนาในทางระบบการขนส่ง โลจิสติกส์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และ 4) ต้องมีการตัดสินใจบนฐานของความเข้าใจสภาพแวดล้อมที่ตนแข่งขันอยู่สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จมากขึ้น

แต่การเพิ่มหรือขยายตัวทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้จะไม่เกิดประโยชน์เลยหากเราไม่มีการวางแผนให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการที่จะดำรงรักษาการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเราจำเป็นต้องมีการพัฒนาทางด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยว การตลาด การท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ข้อมูลของการท่องเที่ยว และการต้อนรับอย่างมีไมตรีจิตร รวมไปถึงการพัฒนาชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจากการพัฒนาทางการท่องเที่ยวและการมาเยี่ยมเยือนของนักท่องเที่ยวนั้นอาจนำมาซึ่งผลกระทบทางการท่องเที่ยวทั้งทางด้านบวกและลบที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้

นอกจากนี้ การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดอุบลราชธานีให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืนนั้น จุดเริ่มต้นจะต้องมาจากการวางแผนนโยบายในแง่มุมต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เช่น กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน โลจิสติกส์ เป็นต้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายให้สอดคล้องกับทิศทางและศักยภาพของชุมชน ดังที่ กรมประชาสัมพันธ์ (2559) ได้กล่าวว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นจุดขาย ดังนั้นนโยบายต่างๆ ก็ควรที่จะต้องสอดคล้องกับชุมชน เป็นต้น

ดังนั้น บทความวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นในการให้ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำเสนอแผนนโยบายให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร

จากการค้นคว้างานของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540), วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2540) และ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) พิจารณาได้องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ผู้ประกอบการของ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจคมนาคมขนส่ง ดังนั้น ประชากรกลุ่มเป้าหมายคือผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจดังกล่าว โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี อาทิ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เทศบาลนครอุบลราชธานี องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการที่มีผลงานด้านการวิจัยทางการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key informant) ได้แก่ เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 10 ธุรกิจ คือ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจคมนาคมขนส่ง ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive random sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 10 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key informant) ได้แก่ ประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) สำนักงานจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวประจำจังหวัด หอการค้าจังหวัด ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive random sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ นักวิจัยภายใต้แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้

สำหรับเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้สำหรับกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) แนวทางก็คือ การศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา ผลงานวิจัยประเภทต่างๆ ข้อมูลจากการค้นคว้าสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้จากเว็บอินเทอร์เน็ต ตลอดจนผลการสังเคราะห์การวิจัยจากโครงการวิจัย เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้แบบบูรณาการในทางวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี

2. การดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการในรูปแบบการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (The Informal Conversation Interview) โดยได้มีการดำเนินการสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และ การสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบโครงสร้างที่จะสัมภาษณ์ไว้กว้างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแผนการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอหนังสืออนุญาตเก็บข้อมูลการวิจัยจากมหาวิทยาลัยถึงกลุ่มเป้าหมาย

3.2 ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา ผลงานวิจัยประเภทต่างๆ ข้อมูลจากการค้นคว้าสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ตลอดจนผลการวิจัยจากโครงการวิจัยย่อย

3.3. ผู้วิจัยดำเนินการการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งนี้ในการสังเคราะห์ข้อมูลในแผนงานวิจัยเพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายนั้น ผู้วิจัยดำเนินการสังเคราะห์ผลการวิจัยจากโครงการวิจัยย่อย และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง แล้วนำมาสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary research) การสัมภาษณ์ ในกลุ่มที่อย่างที 1, 2 และ 3 โดยมีวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และพิจารณาเนื้อหาออกมาประเด็นหลัก (Major themes) หรือ แบบแผนหลัก (Major pattern) (เบญญา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติงส์, 2552)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์และศึกษาองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งจากการศึกษางานของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540), วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2540) และ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) นั้นมีองค์ประกอบหลักๆ ได้แก่ อุปสงค์การท่องเที่ยว และอุปทานการท่องเที่ยว จากการรวบรวมข้อมูลสามารถแสดงผลวิจัยได้ดังนี้

1. ศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว

จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีนั้นมีคุณลักษณะพิเศษของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางบุญของธุรกิจนาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ใน 5 อัตลักษณ์ด้วยกัน 1. อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม เช่น อุโบสถ เจดีย์ วิหาร กำแพง 2. อัตลักษณ์ด้านจิตรกรรม โดยเฉพาะจิตรกรรมฝาผนังภายในวัด 3. อัตลักษณ์ด้านประติมากรรม อาทิ พระพุทธรูปภายในวัด 4. อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ และ 5. อัตลักษณ์ด้านประเพณีและกิจกรรมทางศาสนา เช่น ประเพณีและกิจกรรมทางศาสนาของไทยมีเอกลักษณ์ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2553) นั้น ได้กำหนดกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันออกเป็น 8 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภาคเหนือตอนบน 2) กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ 4) กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง 5) กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตแม่น้ำภาคกลาง 6) กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach 7) กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast และ 8) กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร แสดงให้เห็นว่าจังหวัดอุบลราชธานีเองนั้นก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มที่น่าสนใจตามข้อมูลดังกล่าว

นอกจากนี้ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าชุมชน/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/จังหวัดควรกำหนดกลยุทธ์ดังนี้กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาทักษะและศักยภาพในการสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวกลยุทธ์ที่ 3 การจัดหาสถานที่เพื่อจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ (นาร่อง) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พะยอม ธรรมบุตร (2549) ที่ได้กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ บริการที่พัก-ที่รับรอง โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ก็จัดเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง เป็นสิ่งสำคัญในการยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2. สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าสารสนเทศต่างๆ โปรแกรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น จัดได้ว่า

เป็นหลักการตลาดรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ ดังนั้นจึงมีหลักการดังนี้

1) ด้านการออกแบบหน้าจอแอปพลิเคชัน ควรจะมีปุ่มการทำงานมีความเหมาะสมใช้งานง่าย ชื่อเมนูสื่อความหมาย เข้าใจง่าย และความเหมาะสมของตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน

2) ด้านข้อมูลเนื้อหา ควรมีรายละเอียดเพียงพอต่อการท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงจากของเนื้อหาไปยังอีกหน้าหนึ่ง มีและมีการอัปเดตข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

3) ด้านระบบและการเข้าถึงข้อมูล สามารถใช้งานได้อย่างสม่ำเสมอ ลำดับขั้นตอนการเข้าใช้งานมีความกระชับ ไม่ยุ่งยากและการเข้าถึงข้อมูลเนื้อหา มีความรวดเร็วและแม่นยำ มีส่วนลำดับสุดท้ายคือ การแสดงแผนที่และพิกัด

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าสารสนเทศหรือโปรแกรมต่างๆ นั้น ควรมีภาพประกอบสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากกว่านี้ เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวเห็นรูปภาพจะช่วยให้การตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) และ พะยอม ธรรมบุตร (2549ก) ได้ที่กล่าวว่า ข้อมูลสารสนเทศถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในโลกธุรกิจยุคปัจจุบัน ที่การแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับความถูกต้องและแม่นยำของข้อมูล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องจัดเตรียมข้อมูลของการท่องเที่ยวให้พร้อม ทั้งด้านของระบบฐานข้อมูล และข้อมูลที่จะใช้เผยแพร่ เช่น คู่มือท่องเที่ยว วิดีโอแนะนำ แผ่นพับ เป็นต้น

3. ศักยภาพด้านการตลาด

จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นถึงส่วนประสมด้านการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และสถานที่ท่องเที่ยว ของจังหวัดอุบลราชธานีนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแล้ว การที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีก็เนื่องจากเห็นว่า จังหวัดมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพดีเยี่ยมเรื่องพระพุทธศาสนาสถานที่สวยงาม มีประวัติความเป็นมาน่าสนใจ มีเกจิอาจารย์ชื่อดัง

วัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์

2) ปัจจัยด้านการตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคา จากข้อค้นพบ แสดงให้เห็นว่าศักยภาพด้านราคาของกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีนั้น เป็นที่พึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น ราคาสินค้า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการนำเที่ยว ราคาเข้าชมสถานที่ต่างๆ นั้น มีความสมเหตุสมผล

3) ปัจจัยด้านการตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจากข้อค้นพบแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีความสะดวกสบาย (ถนนป้ายบอกทาง) สถานที่ท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและมีความปลอดภัยสถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดพื้นที่ที่มีความเหมาะสมสวยงาม

4) ปัจจัยด้านการตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดจากข้อค้นพบแสดงให้เห็นถึงช่องทางการตลาดที่เป็นส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้จักและมาเที่ยวนั้นมีหลากหลายช่องทาง แต่ช่องทางที่มีประสิทธิภาพได้แก่การโฆษณาทางสื่อออนไลน์ การโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณาทางโทรทัศน์ มี

จากผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542), วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2546) และ หลุยส์ มินะพันธ์ (2551) ที่ได้กล่าวว่าการตลาดคือการสนองความต้องการของลูกค้า หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ อุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งอุปสงค์การท่องเที่ยวนี้ หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการมีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากอุปสงค์ของการท่องเที่ยวนั้นก็จะมีแตกต่างกันไปตามลักษณะของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ก็จำเป็นต้องคำนึงถึงความแตกต่างดังกล่าว โดยจะทำให้เราสามารถทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของจำนวน หรือ รูปแบบนักท่องเที่ยว

ที่เดินทางเข้าในพื้นที่ ซึ่งมีปัจจัยมาจากการเปลี่ยนแปลงราคา การประชาสัมพันธ์ การแข่งขัน การพัฒนาคุณภาพหรือการเพิ่มจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่รองรับนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยการปรับเปลี่ยนทางอุปสงค์อื่นๆ (Demand Shifters)

4. ศักยภาพด้านการขนส่ง

จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นปัจจัยที่นำมาใช้ในการตรวจสอบหาเส้นทางที่ดีที่สุดในการขนส่งนักท่องเที่ยว คือ ความเสี่ยง ราคา และความสะดวกสบาย นอกจากนี้ จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งนักท่องเที่ยว อาทิ อทิตยา บัวศรี และ สุพาดา สิริกุดตา (2558), ธันยา พรหมบุรณย์ และ นฤมล กิมภากรณ์ (2558), สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2553) และ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง (2555) สังเคราะห์ข้อมูลได้ว่า การขนส่งนักท่องเที่ยวทั้งในส่วนของยานพาหนะ ค่าใช้จ่าย ความปลอดภัย และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เหล่านี้ เป็นปัจจัยส่งผลต่อรูปแบบการขนส่งนักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าระยะทางขนส่งจะสั้นกว่า แต่หากปัจจัยเหล่านี้ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็จะไม่เลือกที่จะเดินทางไปเส้นทางนั้น

5. ศักยภาพด้านบุคลากร

จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาพำนักในจังหวัดอุบลราชธานีนั้น มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก และ ความพึงพอใจด้านราคา นอกจากนี้ ระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาพำนักในจังหวัดอุบลราชธานีต่อการใช้บริการที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งหากจำแนกเป็นด้าน พบว่า มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุดในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านลักษณะห้องพัก ในระดับมาก มี และ ความพึงพอใจด้านราคา ในระดับมาก

นอกจากนี้ จากการการอภิปรายกลุ่มและดำเนินสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการสังเคราะห์ข้อมูล จะสามารถแบ่งประเด็นหลัก (Major theme) ได้ 3 ประเด็นหลักๆ คือ 1) แนวทางการพัฒนาบุคลากรในด้านการบริการ, 2) แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการทำางานองค์กรรวม และ 3) แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านความพึงพอใจในการทำงาน

ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) และ พะยอม ธรรมบุตร (2549ก) ได้ที่กล่าวว่า ต้องมีการพัฒนาบุคลากรโดยเน้นการพัฒนาทั้งทางด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทักษะ เพื่อให้ความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และยังเป็น การช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพที่สูงขึ้นทัดเทียมหรือมากกว่าเพื่อนบ้าน หรือแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นศักยภาพขององค์ประกอบต่างๆ ของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นที่มาถึงแนวทางในการปฏิบัติเพื่อสร้าง ศักยภาพให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดอุบลราชธานีให้มีความเข้มแข็ง โดยมีแนวทางเพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้นำเสนอในบทความวิจัยครั้งนี้ มีความ สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินตามนโยบายด้านกาท่องเที่ยวของประเทศ ที่จะมุ่งเน้น เป้าหมายดังนี้

1. ประกาศให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย
2. ใช้สื่อ Social Media เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วและเข้าถึงมากยิ่งขึ้น
3. มุ่งตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ
4. ปรับระบบการให้บริการและอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น
5. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวและกระจายเชื่อมโยง เมืองหลักเมืองรอง
6. สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวด้วยเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ท้องถิ่น เจ้าบ้านน้อย
7. ร่วมมือกับภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน (MRA)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมีดังต่อไปนี้

1. นโยบายด้านการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการพัฒนาในด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการท่องเที่ยวมากขึ้นนอกจากนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์

ให้กับชุมชนต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมว่า ควรยึดหลักการในการดำเนินงาน 3 ประการ คือหลักความยั่งยืนหลักการไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่มีอยู่เดิมของชุมชนและหลักการเตรียมความพร้อมของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์เองก็เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาชุมชนนั้น ซึ่งควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนต่างๆ ใช้แนวคิดการจัดการสินค้าและผลิตภัณฑ์ตัวเดิมที่เป็นอยู่ก้าวสู่สินค้าใหม่ด้วยประสบการณ์ใหม่โดยปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยภายในให้เกิดความพร้อมในด้านผลิตภัณฑ์โดยอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานีสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุบลราชธานีและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ที่มีเกี่ยวข้องกับตำนานความเป็นมาของชุมชนให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตามโดยอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานีและสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี

3. นอกจากนี้แล้วควรมีการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยภายนอกโดยใช้หลักการ 3P ประกอบด้วยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยว (Policy) และการกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Programs) ในรูปปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นมาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวโดยอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี

4. ในส่วนของเส้นทางการท่องเที่ยวนั้นควรมีการคิดค้นหาเส้นทางใหม่ๆ เช่น เส้นทางบุญของธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องนำเอาอัตลักษณ์ที่มีความเด่นในแต่ละด้านไปพัฒนา ซึ่งอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานีนั้น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้ แต่อย่างไรก็ตามจำเป็นต้องมีการพัฒนามาตรฐานในหลายเรื่องด้วยกัน เช่น โปรแกรมนำเที่ยวที่หลากหลาย มัคคุเทศก์ที่มีศักยภาพ ความปลอดภัยและสะดวกสบาย ช่องทางการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

5. การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นที่รู้จักและโดดเด่นจากมุมมองของนักท่องเที่ยว จึงได้มีข้อเสนอแนะให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบการพัฒนาต่างๆ ก็จะแตกต่างกันออกไป

6. ข้อเสนอแนะในส่วนของการขนส่งนักท่องเที่ยว สำหรับผู้ประกอบการ รถโดยสารสาธารณะ ควรปรับปรุงประเด็นที่ผู้ให้บริการมีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับสูง เช่น รถโดยสารสองแถว (รถสาย) เรื่องความล่าช้า ใช้เวลาเดินทางนาน รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง เรื่องเสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ รถตุ๊กตุ๊ก เรื่องเสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ รถแท็กซี่ เรื่องราคาแพง ไม่คุ้มค่า รถบัส (อุบลราชธานี-พิบูลมังสาหาร) เรื่องที่นั่งไม่พอ รอบไม่พอ เต็มเร็ว ความล่าช้า ใช้เวลาเดินทางนาน เสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ รถตู้ (อุบลราชธานี-ช่องเม็ก) เรื่องเสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ รถโดยสารสองแถว (พิบูลมังสาหาร-ช่องเม็ก) เรื่องเสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ รถทัวร์ระหว่างประเทศ (อุบลราชธานี-ปากเซ) เรื่องที่นั่งไม่พอ รอบไม่พอ เต็มเร็ว รถตู้ด่านวังเต่า (ช่องเม็ก-ปากเซ) เสียชีวิตหรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ

นอกจากนี้ ทางจังหวัดเองควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้อง เช่น ถนน 4 ช่องทาง, ความสว่างของเส้นทาง, ป้ายสัญญาณ และป้ายบอกทางสถานที่ท่องเที่ยว, ห้องสุขาภิบาลและร้านอาหารตามเส้นทางท่องเที่ยว, จุดแวะพักบริการสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวที่มีระยะไกล เป็นต้น

7. การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจที่พักนั้น มีดังนี้

1. เพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพของบุคลากรในธุรกิจที่พักนั้น ผู้ประกอบการในธุรกิจที่พักต้องคำนึงถึง การยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน

2. นอกจากนี้ในการดำเนินการให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ข้อเสนอสำหรับผู้บริหารก็คือควรมีนโยบายการฝึกอบรมเพื่อให้บุคลากรมีทักษะความสามารถในการทำงานในสายงานที่มีความใกล้เคียงกันให้มีความหลากหลายมากขึ้น

3. ยกระดับทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศโดยให้ความสำคัญกับภาษาต่างประเทศที่ต้องมีการฝึกอบรมและเรียนรู้แล้วควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของชาวจีนและชาวยุโรปให้มากขึ้นด้วยเพราะจะช่วยให้บุคลากรเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

4. จากข้อเสนอแนะต่างๆ ธุรกิจที่พักจะไม่มีการยกระดับมาตรฐานการให้บริการได้เลยหากขาดซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพ ข้อเสนอแนะนี้จะเชื่อมโยงกับการสร้าง

ความร่วมมือกับแหล่งผลิตแรงงานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น มหาวิทยาลัย โดยในจังหวัดอุบลราชธานีนั้น มีมหาวิทยาลัยอยู่หลายแห่งด้วยกันมีหลักสูตรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและโรงแรม ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักจำเป็นต้องมีการติดต่อประสานงานกับสถาบันการศึกษาที่มีการดำเนินการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อ 1) แจ้งความจำนงค์ถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ทางสถานประกอบการต้องการจากการผลิตแรงงาน 2) ให้ได้แรงงานที่มีต้นทุนต่ำและมีความจงรักภักดีกับองค์กร เช่น จากนักศึกษาฝึกงานและแรงงานในพื้นที่

5. เพื่อที่จะเสนอแนะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศหรือโปรแกรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นได้จากปัญหาในการใช้งานนั้น ซึ่งก็คือพื้นที่ที่ยังไม่รองรับสัญญาณของโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะทำให้ไม่สะดวกในการใช้งาน และระบบเป็นเว็บแอปพลิเคชันสามารถรองรับ โมบายเบราร์เซอร์ได้บางตัวเท่านั้น จึงเป็นข้อเสนอที่ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งจะต้องมีการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กระทรวง ICT กับการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้มีโครงการ อาทิ โครงการพัฒนา e-commerce platform และโครงการพัฒนา Application ต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์ (2559). การท่องเที่ยวอุบลราชธานีสู่อาเซียน, [ออนไลน์] สืบค้นได้ที่ http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=6033&filename=index (วันที่ค้นข้อมูล9 กรกฎาคม 2559).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554). สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ปี 2553. [ออนไลน์] สืบค้นได้ที่<http://www.etatjournal.com/web/dtat-journal/2011/2011-apr-jun/319situaion-travel-2010> (วันที่ค้นข้อมูล9 กันยายน 2558).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540). สรุปคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านกายภาพ. กรุงเทพฯ: กองวางแผนโครงการ ททท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฉล่องศรี พิลสมพงษ์ (2542). การวางแผนการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธัญญา พรหมบุรุษย์ และ นฤมล กิมภากรณ์ (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย: เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน, วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ 10, ฉบับที่ 1, หน้า 71 – 87.
- พะยอม ธรรมบุตร (2549ก). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พะยอม ธรรมบุตร (2549ข). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เบญญา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติง (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ: การจัดการข้อมูล การตีความ และการหาความหมาย. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2546). การวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตบัณฑิตธรรม.

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2540). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, **นักบริหาร**, 17 (เมษายน – มิถุนายน): 57-62.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540). รายงานขั้นสุดท้าย **การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ**. กรุงเทพฯ: กองบริการที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สุวัตร สิทธิหล่อ (2558). **ท่องเที่ยวไทยก้าวไกลอาเซียน, วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**, ปีที่ 10, ฉบับที่ 2.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง (2555). **คู่มือ กระบวนการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดระนองออนไลน์**. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2559. จาก https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjn3q_eh7DSAhUHkZQKHfwdDncQFgg2MAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.ranong.go.th%2Fwpmqa%2Fpdf%2Ftravel.doc&usq=AFQjCNHE_MNX0WRw8SolpG15iuYqiuux3Q&bvm=bv.148073327,d.gDo

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2553). **ยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

หญทัย มีนะพันธ์ (2551). **ทฤษฎีอุปสงค์**. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อติตยา บัวศรี และ สุพาดา สิริกุดตา (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี, **วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ**, ปีที่ 6, ฉบับที่ 1, หน้าที่ 114 – 123.