



การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

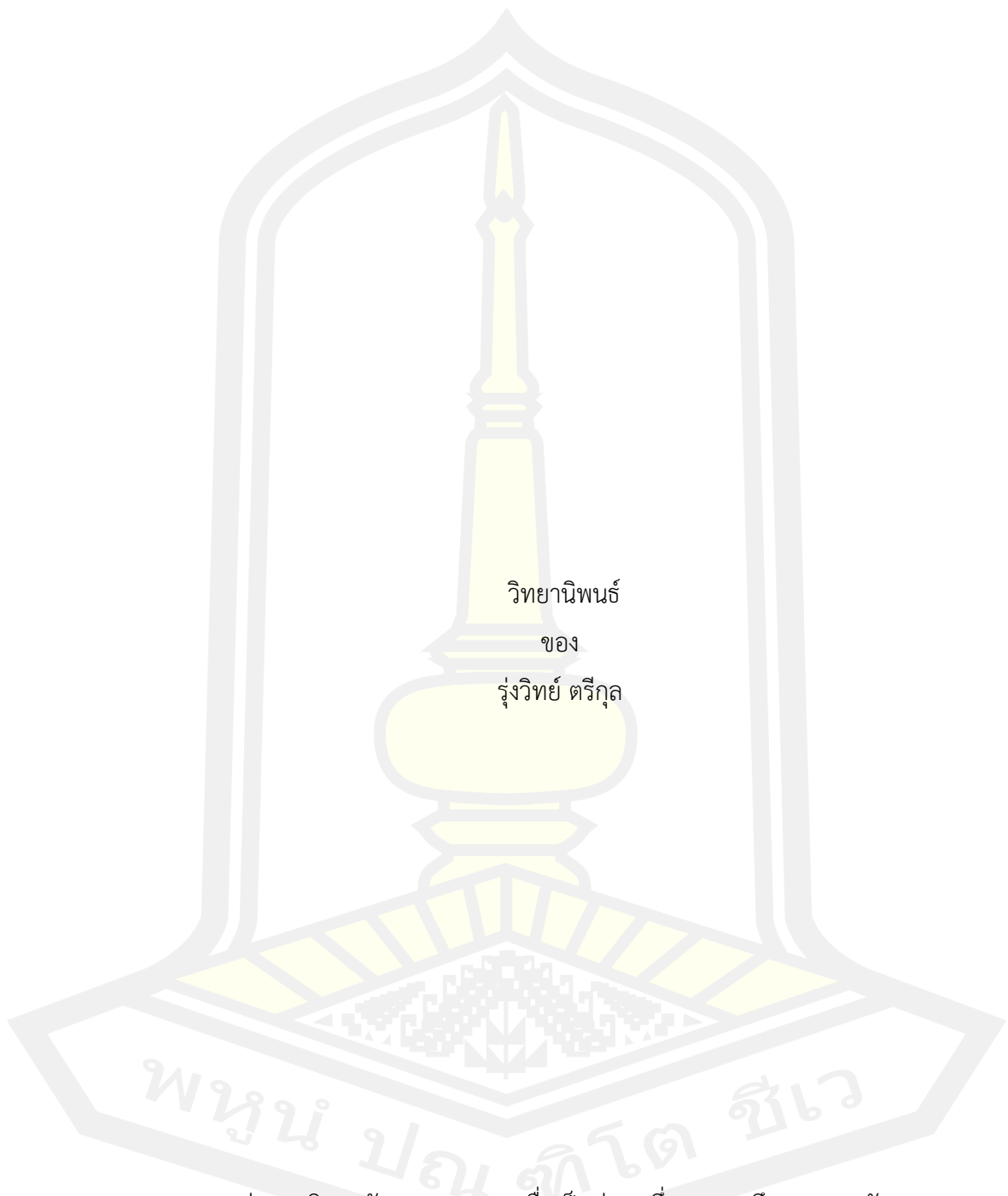
วิทยานิพนธ์
ของ
รุ่งวิทย์ ตรีกุล

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ธันวาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

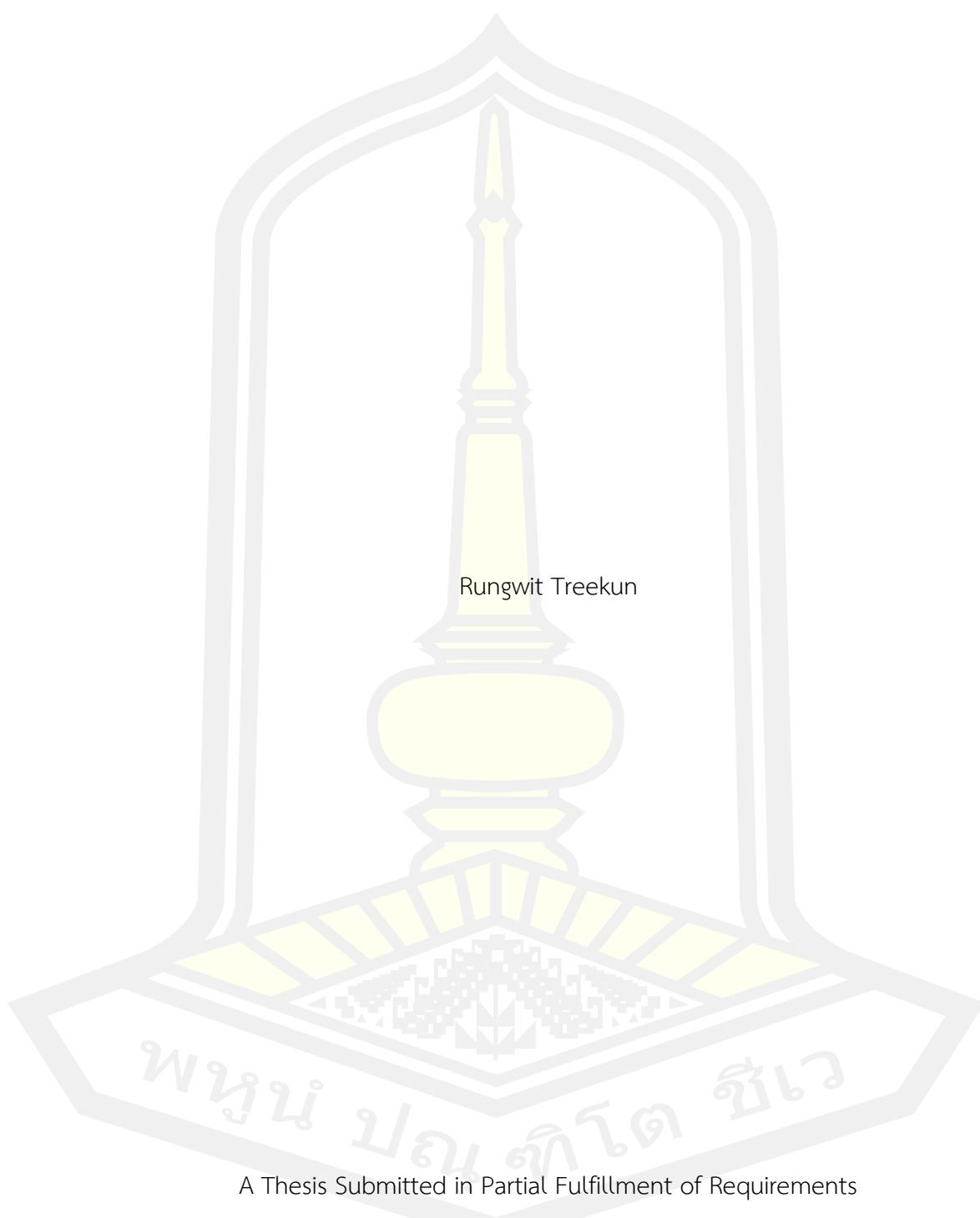


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ธันวาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Tourism Management of Roi-Et Province



Rungwit Treekun

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Tourism and Hotel Management)

December 2022

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์
เชี่ยวชาญ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร. จรินทร์ พิกะไพ)

.....กรรมการ

(ผศ. ดร. ลินจง โพขารี่)

.....กรรมการ

(ผศ. ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย)

.....กรรมการ

(ดร. โอษฐ์ญา บัวธรรม)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

.....
(ศ. ดร. ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด		
ผู้วิจัย	รุ่งวิทย์ ศรีกุล		
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. จรินทร์ พิกะพะ		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2565

บทคัดย่อ

การวิจัยผสมผสานครั้งนี้เพื่อ 1. เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด 4. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 5. เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งนี้ใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ พระสงฆ์ เจ้าหน้าทีภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบสะดวกกับนักท่องเที่ยว จำนวน 480 คน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1967) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ด้วยวิธีการสกัดองค์ประกอบหลัก และหมุนแกนองค์ประกอบตั้งฉากด้วยวิธีแวนริกซ์ (Varimax) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ 1. แหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด และ 2. แหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด แหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ 1. ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel) ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านป้ายบอกทางที่เป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ/หรือภาษาอื่น ๆ เพิ่ม เช่น ภาษาจีน ที่มีความชัดเจนและเป็นระยะ 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ในเมืองจึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ 3. ด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety) ควรมีการจัดอบรมด้านการบริการให้แก่เจ้าหน้าที่ เพื่อที่จะได้ให้บริการที่ดีย่อมมีมิตรไมตรี ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกต่อไป 4. ด้านการบริการอื่น ๆ (Service) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ในเมืองจึงทำให้ด้านการบริการอื่น ๆ มีเพียงพอ เช่น การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ 1. ด้านการท่องเที่ยว (Travel) ควรมีการพัฒนาป้ายบอกทางที่เป็น

ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ/หรือภาษาอื่น ๆ เพิ่ม เช่น ภาษาจีน ที่มีความชัดเจนและเป็นระยะ มีการเพิ่มระบบขนส่งสาธารณะให้บริการนักท่องเที่ยวในการมายังแหล่งท่องเที่ยว 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ควรมีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด และร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกประจำแหล่งท่องเที่ยว 3. ด้านบุคลากร (Personal) ควรมีมีคฤศก์ท้องถิ่นในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 4. ด้านรายการนำเที่ยว (Tour) ควรมีการประชาสัมพันธ์รายการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อเป็นการกระตุ้นการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว 5. เอกลักษณ์ (Unique) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องสถาปัตยกรรม ควรส่งเสริมด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับ ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 36-45 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,000-30,000 บาท และด้านความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านกระบวนการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำปัจจัยดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดต่อไป ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ยังไม่มีความสัมพันธ์กัน เพราะฉะนั้นควรมีการจัดตั้งหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบและแต่งตั้งคณะกรรมการในการดำเนินงาน เพื่อเป็นศูนย์ประสานงานในการพิจารณาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อกำหนดนโยบายและทิศทางการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดระยะยาวที่ชัดเจน และควรให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การปฏิบัติงาน การร่วมในผลประโยชน์ และร่วมในการประเมินผลติดตาม การจัดโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ : แหล่งท่องเที่ยวในเมือง, แหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง, การจัดการการท่องเที่ยว, การมีส่วนร่วมของชุมชน, การวิเคราะห์องค์ประกอบ, ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว, องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

TITLE	Tourism Management of Roi-Et Province		
AUTHOR	Rungwit Treekun		
ADVISORS	Charin Phakprapa , Ph.D.		
DEGREE	Doctor of Philosophy	MAJOR	Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2022

ABSTRACT

This combined research to : 1. To assess the potential of major tourist attractions of Roi-Et Province 2. To study the behavior of tourists visiting Roi-Et Province 3. To study the relationship between tourist attitudes towards tourism marketing factors of Roi-Et Province 4. To study the contribution of stakeholders to tourism management in Roi- Et Province 5. To determine the guidelines for tourism management in Roi-Et Province. It uses an interview method for providing important information, including monks, government officials, and stakeholders, by selecting samples in a convenient way with tourists. Using Taro Yamane's (1967) formula, the statistics used to analyze the data include percentage, average, standard deviation, and exploratory element analysis (EFA) by means of extracting the main elements and rotating the perpendicular element axis by varimax method and analyzing the data with content analysis. 3. In the field of personnel and safety (Personal and Safety), service training should be provided to the staff. In order to provide good service in a friendly manner. This makes the tourist impress and returns to Roi Et province for longer. 4. Other services (Service) Since the tourist attraction is located in the city, other services are sufficient, such as travel in and out, which is convenient for access to tourist attractions. Tourist attractions outside Roi Et province should be improved and developed in the following areas: 1. Travel should be developed in Thai, English and/or other languages such as Chinese with clarity and periodicity. Public transport has been added to serve tourists to visit tourist attractions. 2. Amenity should have a clean restaurant and toilets to meet the standards and add other amenities such as

pharmacies, convenience stores, etc. Cash machines and souvenir shops at tourist attractions 3. Personal personnel should have a local guide to guide the tourist attractions. Increase security in life and property 4. In terms of tour programs, there should be publicity of tourist tours in Roi-Et Province to stimulate awareness among tourists. 5. Unique because the tourist attraction is famous. It should promote the reputation of the tourist attraction to be known. In terms of tourist behavior visiting Roi-Et Province, the majority of tourists are males, aged between 36-45 years old, marital status, bachelor's degree, civil servant/state enterprise career. It earns 10,000-30,000 baht and the relationship between the attitudes of tourists towards the tourism marketing factors of Roi-Et Province. It was found that the tourism marketing factors that affect the decision to visit Roi-Et Province are price factors, distribution channel factors, process factors, personnel factors and product factors. Stakeholder participation in tourism management in Roi-Et Province It was found that there was no correlation. Therefore, the main body should be established to be responsible and appoint a committee to carry out the work. To be the coordination center for reviewing the Roi-Et Tourism Development Plan in order to formulate clear long-term tourism policies and directions in Roi-Et Province, and stakeholders should participate in the decision-making process. Performance Participation in benefits and participation in the evaluation, monitoring, organization of projects or activities of tourist attractions.

Keyword : Urban Attractions, Outside Attractions, Tourism Management, Community Involvement, Factor Analysis, Potential, Attraction Tourism Elements

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก บุคคลทั้งหลาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.จรินทร์ พิกประไพ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ ประธานกรรมการสอบป้องกันและคณะกรรมการสอบป้องกัน ประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย และอาจารย์ ดร.โอชัยญา บัชรธรรม อีกทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธเนศ ศรีสถิตย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุติมา ฮามคำไพ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ ตั้งภักดี และอาจารย์ ดร.ภัทรวิทย์ ธีรภักศิริ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ และควบคุมคุณภาพของวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำและความรู้อันมีค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัย

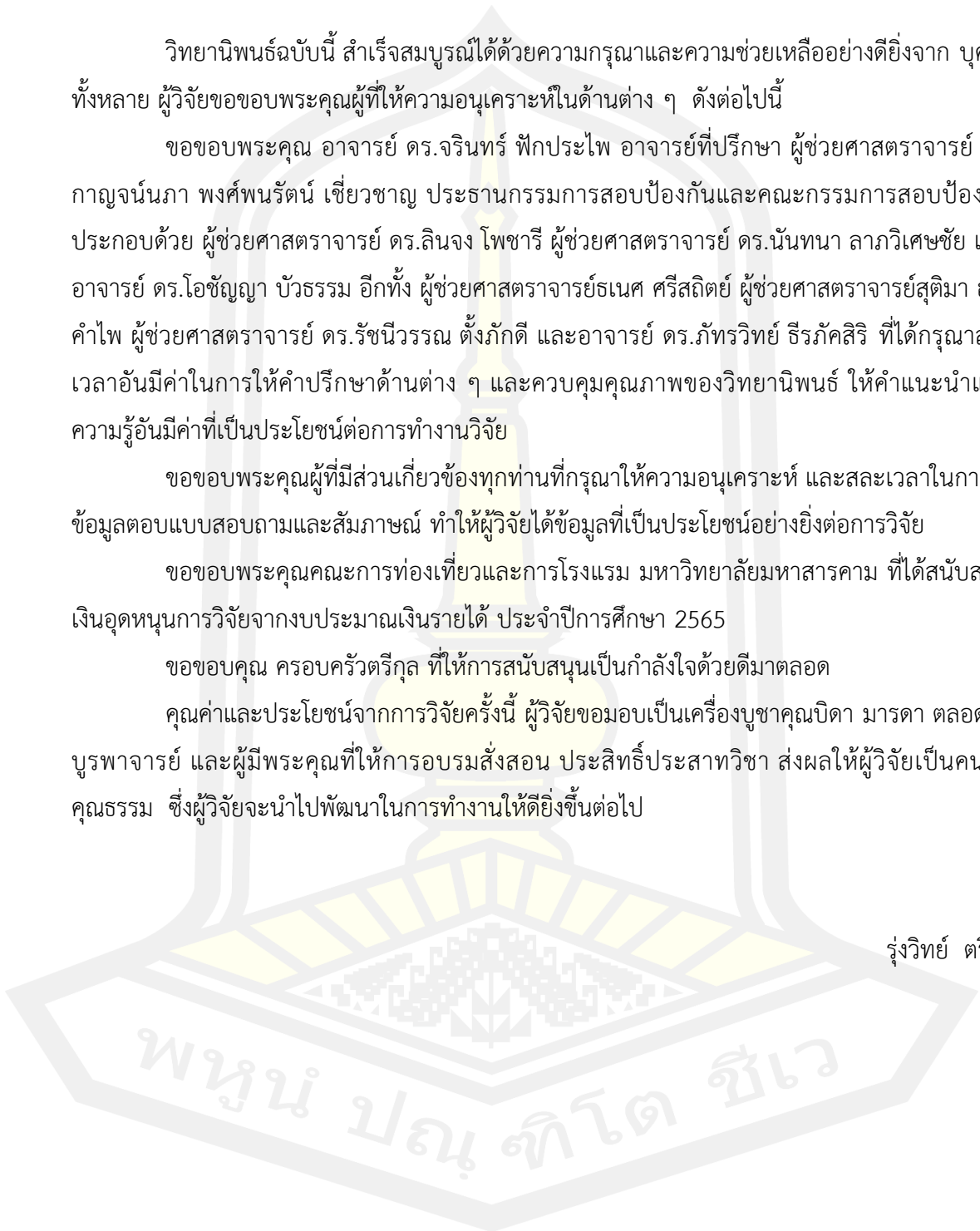
ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ และสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ได้สนับสนุนเงินอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีการศึกษา 2565

ขอขอบคุณ ครอบครัวตริกุล ที่ให้การสนับสนุนเป็นกำลังใจด้วยดีมาตลอด

คุณค่าและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ส่งผลให้ผู้วิจัยเป็นคนดีมีคุณธรรม ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปพัฒนาในการทำงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

รุ่งวิทย์ ตริกุล



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพประกอบ.....	ธ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
บริบทของจังหวัดร้อยเอ็ด สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	29
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	57
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	57
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	61
การสร้างเครื่องมือ	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
การจัดกระทำกับข้อมูล.....	65
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล	66
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	147
สรุปผล	147
อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	160
ข้อเสนอแนะ.....	174
บรรณานุกรม.....	176
ภาคผนวก.....	186
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	187
ภาคผนวก ข ตารางวิเคราะห์การประเมินความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือโดย ผู้ทรงคุณวุฒิ	194
ภาคผนวก ค เอกสารจริยธรรมวิจัยในมนุษย์	203
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ในการวิจัย	221
ภาคผนวก จ ตารางแสดงค่าผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	230
ภาคผนวก ฉ ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์จัดเก็บข้อมูล	274

สารบัญตาราง

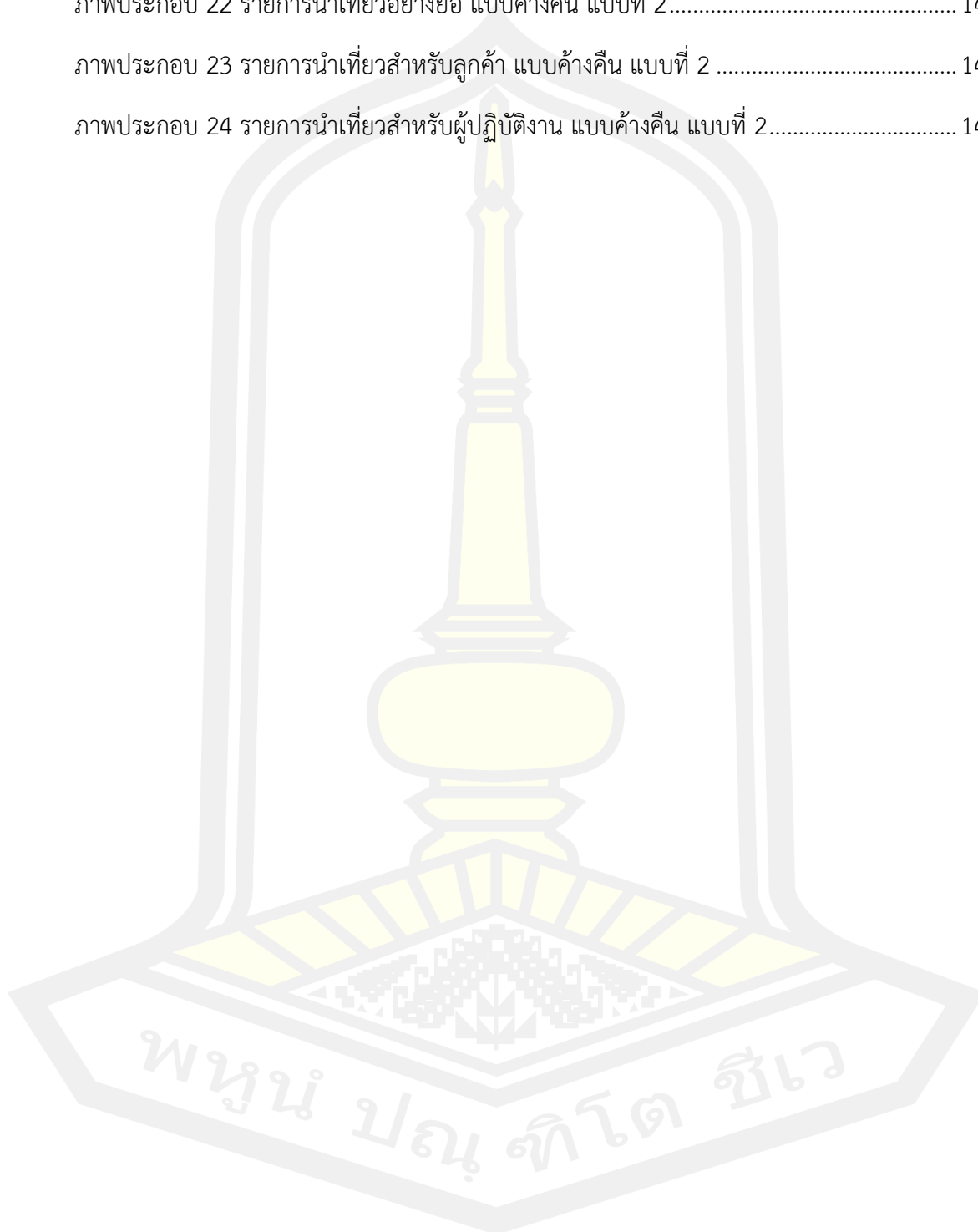
ตาราง 1 การกำหนดสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ.....	58
ตาราง 2 การประเมินศักยภาพของหอโหวด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม	68
ตาราง 3 การประเมินศักยภาพของบึงปลาญชัย จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม	72
ตาราง 4 การประเมินศักยภาพของพระมหาเจดีย์ชัยมงคล จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและ โดยรวม	76
ตาราง 5 การประเมินศักยภาพของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด จังหวัด ร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม	80
ตาราง 6 การประเมินศักยภาพของเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและ โดยรวม	84
ตาราง 7 รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง. 99	
ตาราง 8 การวิเคราะห์ SWOT Analysis การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด	100
ตาราง 9 รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด	102
ตาราง 10 การวิเคราะห์ SWOT Analysis การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด	104
ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	106
ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด	108
ตาราง 13 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาด ท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติค่า Chi - Square...	113
ตาราง 14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาด ท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติค่า Chi - Square	116
ตาราง 15 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวกับ ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด.....	119

ตาราง 16 การวิเคราะห์ SWOT Analysis กลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด	121
ตาราง 17 สรุปการยืนยันร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด โดยการนำไปสอบถามและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	124
ตาราง 18 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	154
ตาราง 19 สรุปการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด	159
ตาราง 20 ผลการหาค่าจำแนก และความเชื่อมั่นของ การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด รายข้อรายด้านและโดยรวม	231
ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร 24 ตัวแปรของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	233
ตาราง 22 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด.....	234
ตาราง 23 แสดงค่าความร่วมกัน Communalities ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	234
ตาราง 24 แสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละองค์ประกอบทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	235
ตาราง 25 แสดงค่า Rotation Component Matrix ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด.	236
ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร 24 ตัวแปร ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	238
ตาราง 27 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test ของแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	239
ตาราง 28 แสดงค่าความร่วมกัน Communalities ของแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด.	239
ตาราง 29 แสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละองค์ประกอบทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยของแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	240
ตาราง 30 แสดงค่า Rotation Component Matrix ของแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด	241

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวทางการดำเนินการวิจัย.....	7
ภาพประกอบ 2 ตราประจำจังหวัดร้อยเอ็ด.....	14
ภาพประกอบ 3 ต้นไม้ประจำจังหวัดร้อยเอ็ด.....	15
ภาพประกอบ 4 การประเมินศักยภาพหอโหวด จังหวัดร้อยเอ็ด.....	71
ภาพประกอบ 5 การประเมินศักยภาพบึงปลาชัย จังหวัดร้อยเอ็ด.....	75
ภาพประกอบ 6 การประเมินศักยภาพมหาเจดีย์ชัยมงคล จังหวัดร้อยเอ็ด.....	79
ภาพประกอบ 7 การประเมินศักยภาพศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด.....	83
ภาพประกอบ 8 การประเมินศักยภาพเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง จังหวัดร้อยเอ็ด.....	87
ภาพประกอบ 9 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด.....	89
ภาพประกอบ 10 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด.....	91
ภาพประกอบ 11 ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว.....	100
ภาพประกอบ 12 ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด.....	103
ภาพประกอบ 13 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบทัศนจร แบบที่ 1.....	129
ภาพประกอบ 14 รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า แบบทัศนจร แบบที่ 1.....	130
ภาพประกอบ 15 รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน แบบทัศนจร แบบที่ 1.....	130
ภาพประกอบ 16 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบทัศนจร แบบที่ 2.....	134
ภาพประกอบ 17 รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า แบบทัศนจร แบบที่ 2.....	134
ภาพประกอบ 18 รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน แบบทัศนจร แบบที่ 2.....	135
ภาพประกอบ 19 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบค้างคืน แบบที่ 1.....	139
ภาพประกอบ 20 รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า แบบค้างคืน แบบที่ 1.....	140

ภาพประกอบ 21 รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน แบบค้างคืน แบบที่ 1.....	140
ภาพประกอบ 22 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบค้างคืน แบบที่ 2.....	145
ภาพประกอบ 23 รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า แบบค้างคืน แบบที่ 2	145
ภาพประกอบ 24 รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน แบบค้างคืน แบบที่ 2.....	146



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการในกลุ่มอุตสาหกรรมแห่งไมตรี (Hospitality Industry) ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมมิตรไมตรีอื่น ๆ ได้ เช่น อุตสาหกรรมที่พัก โรงแรม อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมขนส่ง ยานพาหนะ อุตสาหกรรมสินค้าที่ระลึก อุตสาหกรรมบันเทิง จากรายงานการเดินทางท่องเที่ยวขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้รายงานถึงสภาพการเดินทางท่องเที่ยวของปี พ.ศ.2560 ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2559 ถึง 7% โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวมาจากยุโรปคิดเป็น 51% โชนเอเชียและแปซิฟิก 24% โชนอเมริกา 16% โชนแอฟริกา 5% และโชนตะวันออกกลาง 4% และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ.2573 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,800 ล้านคน (World Tourism Organization : 2018)

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกที่ได้กล่าวมา ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งการท่องเที่ยวไทยก็มีส่วนสำคัญในการช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเคลื่อนไหวไปในทางที่ดีขึ้น เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นการสร้างรายได้สูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองลงมาจากอุตสาหกรรมส่งออก ซึ่งรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นการลงทุนที่น้อยแต่คุ้มค่ามาก ในสภาพปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ให้กับประเทศและยังกระตุ้นเศรษฐกิจให้หมุนเวียนได้ดี และมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคอย่างทั่วถึง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว จึงได้จัดโครงการ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” เพื่อเป็นการกระตุ้นและรณรงค์ให้คนไทยเที่ยวภายในประเทศไทยมากขึ้น จากสถิติสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศไทย ปีงบประมาณ 2561 (ตุลาคม 2560 – กันยายน 2561) ในปีงบประมาณ 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 153.5 ล้านคน รายได้ 0.96 ล้านล้านบาท และในปีงบประมาณ 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 161.3 ล้านคน มีรายได้ 10.53 ล้านล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น 5% และจำนวนรายได้เพิ่มขึ้น 2% (รายงานประจำปี ททท.2561 : 32)

จากแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ถูกกำหนดให้เป็นวาระแห่งชาติและมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการแผนพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการกระตุ้นและฟื้นฟู

การท่องเที่ยวให้ยั่งยืน สร้างศักยภาพ ความพร้อมด้านต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว ซึ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้มุ่งเน้นและป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับการท่องเที่ยว ทั้งกระบวนการป้องกันและแก้ไขปัญหาให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และตามวิสัยทัศน์ที่ว่า สู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สู่ปี พ.ศ.2580 แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580)และให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนามาจัดทำแผนโดยส่งเสริมอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการ ลดบทบาทของอุตสาหกรรมหนักที่ส่วนใหญ่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างรายได้ และการกระจายรายได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี : 2560-2664)

ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องศึกษาและกำหนดทิศทางของการพัฒนาโดยการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในหลาย ๆ ด้านเพื่อที่จะกำหนดโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาประเทศในอนาคต เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันเบื้องต้นให้กับประเทศให้มีภูมิคุ้มกันที่แข็งแกร่งขึ้น ซึ่งการพัฒนาด้านต่าง ๆ นั้นจะต้องมีการร่วมมือหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องถือว่าเป็นการมุ่งพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา โดยมีการเชื่อมมิติของการพัฒนาด้านต่าง ๆ มาบูรณาการร่วมกัน ทั้งมิติด้านคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมือง ชุมชน เพื่อความพร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ในระดับที่แตกต่างกัน เช่น ระดับบุคคล ครอบครัว สังคม และประเทศ แต่ที่จะไม่ลืมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นดินแดนแห่งอารยธรรมบนพื้นที่กว้างใหญ่ถึง 1 ใน 3 ของประเทศ หรือมีพื้นที่ 108,854.30 ตารางกิโลเมตร ประกอบไปด้วย 20 จังหวัด คือ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุดรธานี และอุบลราชธานี โดยปัจจุบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือกำลังได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจากภาครัฐบาลในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เป็นศูนย์กลางความเจริญด้านอุตสาหกรรม เทคโนโลยี และการท่องเที่ยว เนื่องจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีอาณาเขตกว้างขวาง มีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและนำศึกษากระจายอยู่ทั่วไปตามจังหวัดต่าง ๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) และมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทางชนบทธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์และแหล่งธรรมชาติ

จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 512 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 8,299 ตารางกิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นแบบที่ราบสูง แบบที่ราบลูกคลื่น บริเวณตอนล่างของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่ง

แม่น้ำมูล และมีบริเวณที่ราบต่ำอันกว้างที่เรียกว่า พ่งกุลาร้องไห้ ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัด ร้อยเอ็ดเป็นแบบฝนเมืองร้อน จะมีฝนตกชุกระหว่างเดือนมิถุนายนถึงตุลาคม และอากาศร้อนแห้งแล้ง ระหว่างเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม การคมนาคมมาจังหวัดร้อยเอ็ดสามารถมาได้โดยทางรถยนต์ รถโดยสารประจำทาง และทางเครื่องบิน จังหวัดร้อยเอ็ดมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ประเภทวัฒนธรรมและวิถีชีวิต อาทิเช่น หอโหวด บึงพลาญชัย พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง เป็นต้น แหล่งธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตกถ้ำโสดา โดยจังหวัดร้อยเอ็ดได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่ได้รับ ความสนใจจากผู้ที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 5 อันดับแรก คือ 1.หอโหวด 2.บึงพลาญชัย 3.พระมหาเจดีย์ชัยมงคล 4.ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด และ 5.เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (จังหวัดร้อยเอ็ด, ทำการสืบค้นเมื่อเดือนกันยายน 2564) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 แหล่งท่องเที่ยวนี้ของจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นหลัก เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด และนอกจากนี้ จังหวัดร้อยเอ็ดนับว่าเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานที่มีทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาจังหวัดด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การบริการ การค้า การผลิต และการลงทุน เพื่อที่จะให้เป็นจุดศูนย์กลางในด้านศูนย์กลางการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน เป็นเมืองที่น่าอยู่ ของทุกคน และผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคนอกการเกษตรของจังหวัดให้เพิ่มขึ้น (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, 2561) เพื่อเป็นการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวไปสู่ภูมิภาคท้องถิ่นในจังหวัดร้อยเอ็ดต่อไป

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด โดยมุ่งเน้นที่บริบทจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำไปสู่การสร้างการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่เหมาะสม เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริง และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดพร้อมนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด
4. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

5. เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ความสำคัญของการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด เช่น จังหวัดร้อยเอ็ด สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด เป็นต้น รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ

- ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป
- พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
- ปัจจัยด้านการตลาด ที่สามารถนำไปสร้างกลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ประจำแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดร้อยเอ็ด เข้าใจถึงบทบาทและระดับของการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ดีในอนาคต

3. จังหวัดร้อยเอ็ดสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ และเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดด้านการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ Buhalis (2002) ได้แก่ 1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2.การเข้าถึง (Accessibility) 3.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4.รายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages) 5.กิจกรรม (Activities) และ 6.การให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

2. แนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของซันนันท เปี่ยนติ (2542) และผลการวิจัยของอรรธรณ เกิดจันทร์ (2557) ซึ่งมีแนวทางการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

กับ 1.ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ 2.สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้แก่ ลักษณะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว 3.วัตถุประสงค์การเดินทาง 4.ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ได้แก่ โอกาส ระยะเวลา 5.ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ 6.ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการ ข้อมูล ทางเลือกการเดินทาง การจองการบริการ ความรู้สึกหลังการใช้บริการ และ 7.ความถี่ในการท่องเที่ยว

3. แนวคิดด้านการตลาดท่องเที่ยว ที่ปัจจุบันมีการพัฒนาปัจจัยด้านการตลาดจาก 4 ด้าน (4Ps) มาเป็น 7 ด้าน (7Ps) ตามแนวคิดด้านการตลาดสำหรับการบริการของ เลิฟลี่คและเวิร์ทซ์ (2550) และสอดคล้องกับแนวทางการวิจัยของ อายด์และมาเจ็ด (2555) คือ 1.ด้านราคา (Price) 2.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 3.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 4.ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) 5.ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 6.ด้านกระบวนการ (Process) และ 7.ด้านบุคคล (People)

4. แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยประยุกต์จากแนวคิดการมีส่วนร่วมของ (Cohen & Uphoff. 1980) ประกอบด้วย 1.การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) 2.การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) 3.การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) 4.การมีส่วนร่วมในการประเมิน (Evaluation)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากที่สุด 5 แห่ง คือ 1.หอโหวด 2.บึงพลาญชัย 3.พระมหาเจดีย์ชัยมงคล 4.ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด และ 5.เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (จังหวัดร้อยเอ็ด, ทำการสืบค้นเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ.2564)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด อ้างอิงจำนวนประชากรตามกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) จำนวน 921,335 คน โดยกำหนดขึ้นด้วยการใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน และใช้การแจกแบบสอบถามเก็บข้อมูลแบบสะดวก

2.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญภาครัฐ และภาคเอกชน ประกอบด้วย

1. ตัวแทนจากผู้นำชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนเจ้าอาวาส, ผู้ใหญ่บ้าน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

2. ตัวแทนจากภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบด้วย ตัวแทนท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

3. ตัวแทนจากชาวบ้าน ประกอบด้วย ผู้จำหน่ายสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

4. ตัวแทนจากนักวิชาการ ประกอบด้วย อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว ในสถานศึกษาที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

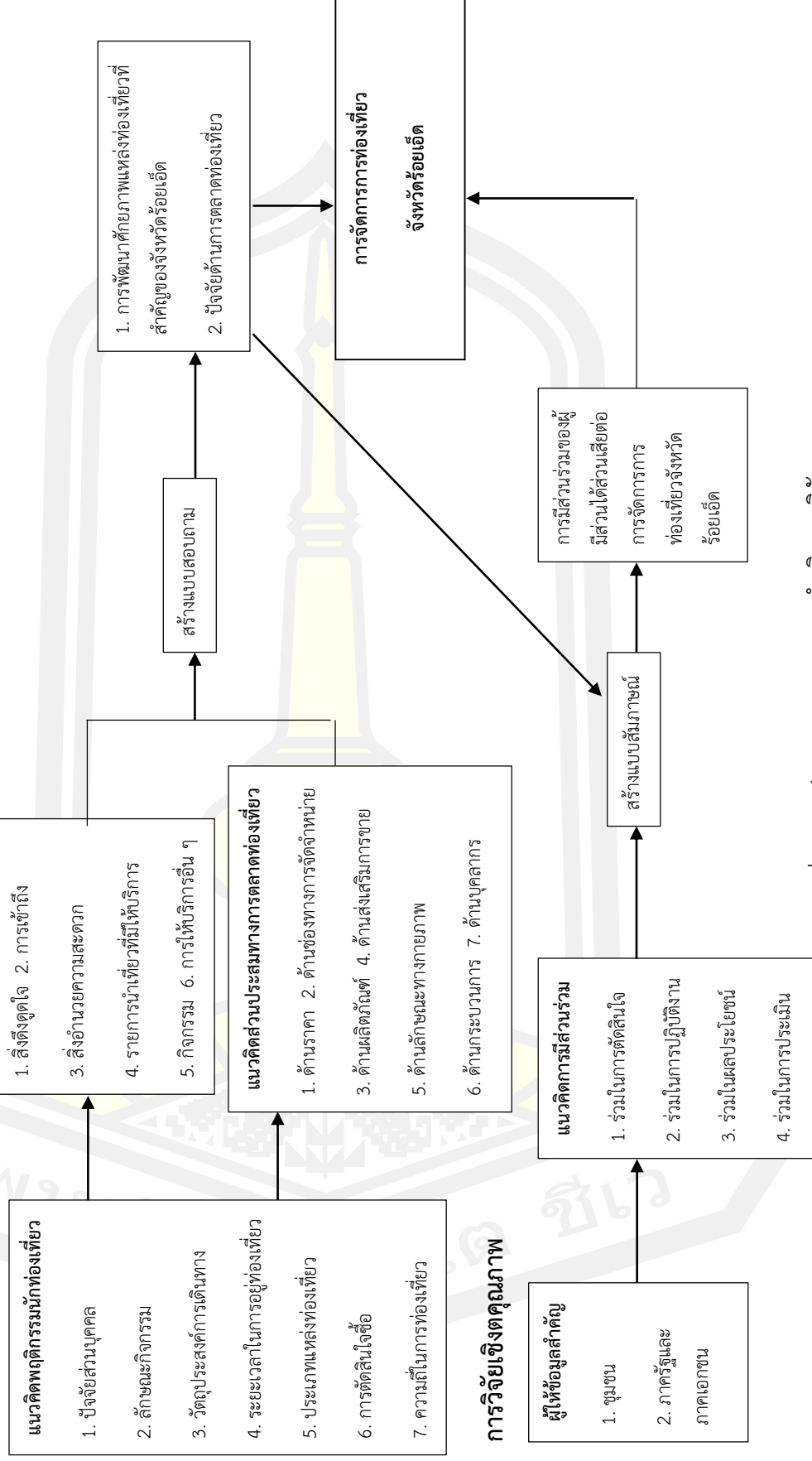
การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A (Buhalis, 2000) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก รายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ กิจกรรม และการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว มาประยุกต์ใช้ แนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของซันนัท เปเลียนตี (2542) และผลการวิจัยของอรรธรณ เกิดจันทร์ (2557) ซึ่งมีแนวทางการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ 1.ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ 2.สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้แก่ ลักษณะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว 3.วัตถุประสงค์การเดินทาง 4.ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ได้แก่ โอกาส ระยะเวลา 5.ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ 6.ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการ ข้อมูลทางเลือกการเดินทาง การจองบริการ ความรู้สึกหลังการใช้บริการ และ 7.ความถี่ในการท่องเที่ยว แนวคิดด้านการตลาดท่องเที่ยว ใช้แนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน (7Ps) ตามแนวคิดด้านการตลาดสำหรับการบริการของ เลิฟลือคและเวิร์ทซ์ (2550) และสอดคล้องกับแนวทางการวิจัยของ อายด์และมาเจ็ต (2555) คือ 1.ด้านราคา (Price) 2.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 3.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 4.ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) 5.ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 6.ด้านกระบวนการ (Process) และ 7.ด้านบุคคล (People)

การวิจัยเชิงคุณภาพ แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยประยุกต์จากแนวคิดการมีส่วนร่วมของ (Cohen & Uphoff. 1980) ประกอบด้วย 1.การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) 2.การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) 3.การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) 4.การมีส่วนร่วมในการประเมิน (Evaluation)

4. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2564 – เดือนเมษายน 2565

การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวทางการดำเนินการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด (Roi-Et Province Tourism Management) การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีความสอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวความคิด โดยมีการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและบริบทที่แท้จริงของจังหวัดร้อยเอ็ด การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดจึงจำเป็นต้องมีการวางนโยบาย การวางแผนที่ชัดเจนและสอดคล้องกันทุกระดับ

2. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (Tourism Element)

องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกัน และสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การนำเที่ยวที่มีให้บริการ กิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behaviors)

การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ที่สามารถสังเกตได้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยว ในการมาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด

4. ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing Factors)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ ในรูปแบบของ 7Ps ได้แก่ 1.ด้านราคา (Price) 2.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 3.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 4.ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) 5.ด้านพนักงานให้บริการ (People) 6.ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 7.ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

5. การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation)

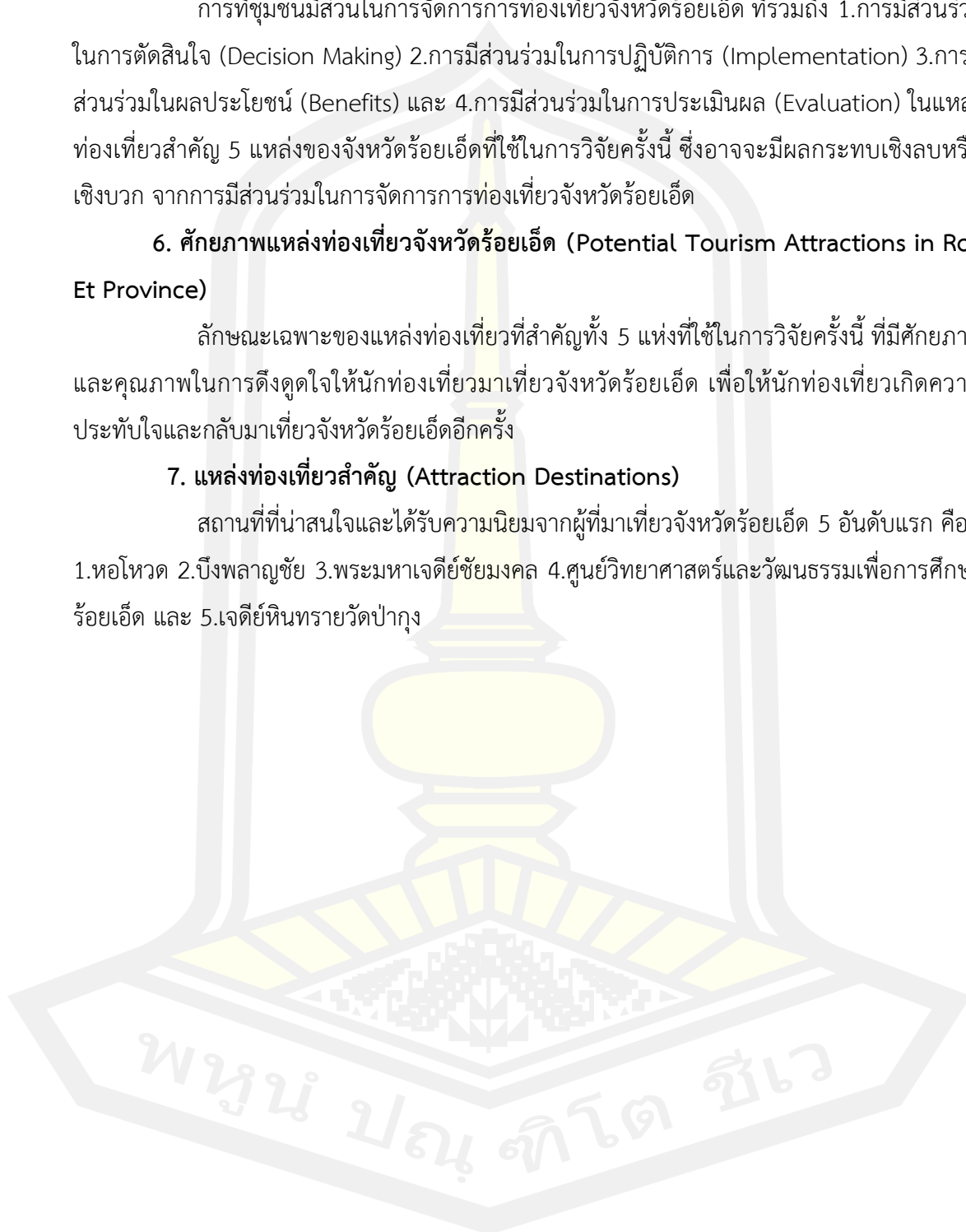
การที่ชุมชนมีส่วนในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ที่รวมถึง 1.การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) 2.การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) 3.การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) และ 4.การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 5 แหล่งของจังหวัดร้อยเอ็ดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบเชิงลบหรือเชิงบวก จากการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

6. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด (Potential Tourism Attractions in Roi-Et Province)

ลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั้ง 5 แห่งที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ที่มีศักยภาพและคุณภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกครั้ง

7. แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (Attraction Destinations)

สถานที่ที่น่าสนใจและได้รับความนิยมจากผู้ที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 5 อันดับแรก คือ 1.หอโหวด 2.บึงพลาญชัย 3.พระมหาเจดีย์ชัยมงคล 4.ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด และ 5.เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

1. บริบทของจังหวัดร้อยเอ็ด สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บริบทของจังหวัดร้อยเอ็ด สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

1. บริบทของจังหวัดร้อยเอ็ด

ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดร้อยเอ็ด จัดอยู่ในกลุ่มอีสานกลาง ภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มพันธมิตร “ร้อยแก่นสารสินธุ์” อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 512 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งสิ้น 8,299.46 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,187,156 ไร่ มีเขตแดนติดต่อกับจังหวัดอื่นดังนี้

- ทิศเหนือและตะวันตกเฉียงเหนือ จรดจังหวัดกาฬสินธุ์
- ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ จรดจังหวัดมุกดาหาร
- ทิศตะวันออก จรดจังหวัดยโสธร
- ทิศตะวันออกเฉียงใต้ จรด จังหวัดศรีสะเกษ
- ทิศใต้ จรดจังหวัดสุรินทร์
- ทิศตะวันตก จรดจังหวัดมหาสารคาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จังหวัดร้อยเอ็ดมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,310,259 คน แยกเป็นชาย 654,508 คน หญิง 655,751 คน โดยอำเภอที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดได้แก่ อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จำนวนประชากร 118,789 คน รองลงมาได้แก่ อำเภอเสลภูมิ จำนวน 108,063 คน สำหรับอำเภอที่มีความ

หนาแน่นของประชากรมากที่สุด คือ อำเภोजังหาร โดยมีอัตราความหนาแน่น 295 คนต่อตารางกิโลเมตร รองลงมาได้แก่ อำเภอเมืองร้อยเอ็ด มีอัตราความหนาแน่น 240 คนต่อตารางกิโลเมตร โดยที่อัตราความหนาแน่นของจังหวัดอยู่ที่ระดับ 158 คนต่อตารางกิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดร้อยเอ็ด) จังหวัดร้อยเอ็ดมีประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. **กลุ่มภาษาไทย-ลาว** เป็นคนกลุ่มหลักในจังหวัดร้อยเอ็ด แบ่งย่อยเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1.ชาวไทยอีสานเดิม คนกลุ่มนี้มีภาษาไทยที่เป็นเอกลักษณ์เรียกว่า “สำเนียงร้อยเอ็ด” โดยที่ไม่พบสำเนียงแบบนี้ที่อื่นนอกจากจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นกลุ่มภาษาเดียวในภาคอีสานที่จังหวัดอื่นไม่มี สันนิษฐานว่าเป็นชนพื้นเมืองร้อยเอ็ดในรุ่นแรกที่เข้ามาอาศัยไม่ต่ำกว่า 500 ปี จนวิวัฒนาการมีภาษาและสำเนียงของตน ทางประเทศลาวได้กำหนดภาษาลาวไว้ 6 สำเนียง โดยสำเนียงร้อยเอ็ดนี้ทางประเทศลาวได้จัดให้เป็นภาษาลาวตะวันตก มีเฉพาะในจังหวัดร้อยเอ็ดเท่านั้นและไม่พบการพูดสำเนียงนี้ในที่อื่น ๆ รวมถึงประเทศลาว แต่ทั้งนี้และทั้งนั้น ภาษาลาวจัดอยู่ตระกูลภาษาขร้า-ไท เช่นเดียวกับภาษาไทยทุกสำเนียง แต่ที่ถูกเรียกเป็นภาษาลาวเพราะทางการลาวใช้สำเนียงเวียงจันทน์เป็นภาษากลางในการจำแนก จึงทำให้สำเนียงร้อยเอ็ดถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มลูกของภาษาลาว เนื่องจากมีความใกล้เคียงกับภาษาเวียงจันทน์มากกว่าทางกรุงเทพมหานคร 2. ชาวไทยอีสานใหม่ เป็นกลุ่มชาวไทยอีสานที่โยกย้ายกันในยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์เป็นต้นมา ไม่ว่าจะเป็นยุคสงครามหรือการเมือง คนไทยอีสานในกลุ่มนี้ไม่ได้ใช้สำเนียงร้อยเอ็ด แต่ใช้ภาษาอีสานที่มีในอีสานเหนือ, อีสานกลาง รวมถึงสำเนียงลาวใต้ที่พบในแขวงจำปาศักดิ์, แขวงอัตตะปือ อีกทั้งมีการพบสำเนียงลาวเวียงจันทน์ที่โยกย้ายเข้ามาช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์

2. **กลุ่มภาษาเขมร** เป็นคนพื้นเมืองร้อยเอ็ด แต่มีบรรพบุรุษเชื้อสายเขมร อยู่ในอำเภอสวรรณภูมิ และอำเภอเกษตรวิสัย กลุ่มคนเหล่านี้มีภาษาใกล้เคียงกับชาวเขมรในอีสานใต้ หรือที่เรียกกันว่าภาษา เขมรสูง แยกเป็นอีกสำเนียงหนึ่งในตระกูลภาษาเขมร โดยคนกัมพูชาฟังไม่ค่อยเข้าใจ แต่ชาวเขมรสูงในประเทศไทยสามารถฟังภาษาเขมรในกัมพูชาแตกฉาน

3. **กลุ่มภาษาส่วย-กูย** เป็นคนที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีเชื้อสายเป็นชาวส่วยหรือกูย อยู่บริเวณอำเภอสวรรณภูมิ, อำเภอปทุมรัตน์ และอำเภอโพนทราย ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ ภาษา กูยจัดอยู่ในตระกูลภาษาออสโตร-เอเชียติก เช่นเดียวกับกลุ่มภาษามอญ-เขมร แต่ชาวกูยแยกสายออกมาเป็นเวลานานมากจึงทำให้มีภาษาใหม่ ปัจจุบันภาษากูยถูกแยกย่อยเป็นอีกกลุ่มภาษาคือกลุ่มภาษากะตู ภาษาเยอกูย

4. **กลุ่มไทหรือผู้ไท** เป็นกลุ่มที่ตั้งถิ่นฐานในเขตอำเภอเมยวดี, อำเภอหนองพอก ซึ่งติดต่อกับจังหวัดกาฬสินธุ์, ยโสธร และมุกดาหาร คนกลุ่มนี้เข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ยาวจนมาถึงสมัยรัชกาลที่ 5 โดยในปัจจุบันคือแขวงหัวพัน, แขวงเชียงขวาง, แขวงพงสาลี รวมถึงดินแดนสิบสองจุไท หรือในปัจจุบันคือจังหวัดเดียนเบียนฟูในประเทศเวียดนาม พูดภาษาผู้ไท และเรียกตนเองว่าไทหน้าหน้า เช่น ไทดำ นอกจากนี้ภาษาใกล้เคียงมากกับชาวไทพวน โดย "พวน" คือชื่อเมือง

5. **กลุ่มไทญ้อ** เป็นกลุ่มที่มีเชื้อสายมาจากแขวงคำมวน ประเทศลาว อาศัยอยู่ในเขตอำเภอโพธิ์ชัยภาษาไทญ้อจัดอยู่ในกลุ่มภาษาไทตะวันตกเฉียงใต้ ในประเทศไทยมีจำนวนกว่า 50,000 คน ถึงแม้ในอดีตจะมาจากฝั่งประเทศลาว แต่ชาติพันธุ์ไทญ้อไม่ได้ถูกนับรวมกับกลุ่มภาษาลาวทั้ง 6 สำเนียงจากการที่ ภาษาไทญ้อใกล้เคียงกับภาษาภูไท, ผู้ไท, พวน, ลาวโซ่ง และไทดำ

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มคนอพยพเข้ามาอาศัยในจังหวัดร้อยเอ็ดในภายหลัง ได้แก่ กลุ่มชาวจีน, ชาวเวียดนาม, แวก

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดร้อยเอ็ด โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 120-160 เมตร มีภูเขาทางตอนเหนือซึ่งติดต่อกับเทือกเขาภูพาน บริเวณตอนกลางของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่น บริเวณตอนล่างมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำมูลและสาขา ได้แก่ ลำน้ำชี ลำน้ำพลับพลา ลำน้ำเตา เป็นต้น บริเวณที่ราบต่ำอันกว้างขวาง เรียกว่าทุ่งกุลาร้องไห้ มีพื้นที่ประมาณ 80,000 ไร่ มีลักษณะเป็นที่ราบแอ่งกระทะ

ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดร้อยเอ็ดได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ สภาพภูมิอากาศอยู่ในประเภทฝนเมืองร้อน ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,196.8 ลูกบาศก์มิลลิเมตร ฝนตกชุกในเดือนมิถุนายนถึงตุลาคม อากาศร้อนแห้งแล้งในเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม

ลักษณะประเพณีและวัฒนธรรมประจำปี

จังหวัดร้อยเอ็ดมีขนบธรรมเนียมประเพณีประจำแต่ละเดือน 12 เดือน ที่เกี่ยวเนื่องกับหลักพระพุทธศาสนา ความเชื่อและการดำรงชีวิต ซึ่งชาวอีสานหรือชาวร้อยเอ็ดเองถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาแต่สมัยโบราณ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาวอีสานอย่างแท้จริงที่เรียกว่า “ฮีตสิบสอง คองสิบสี่” คำว่า “ฮีต” หมายถึง จารีต การปฏิบัติสืบทอดกันมาจนกลายเป็นประเพณี “สิบสอง” หมายถึง ประเพณีที่ปฏิบัติตามเดือนทางจันทรคติทั้งสิบสองเดือน ส่วนคำว่า “คองสิบสี่” หมายถึง บทบัญญัติทางสังคมของชาวอีสานให้ยึดถือปฏิบัติต่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยใช้เป็นคำบอกเล่าขานสืบทอดกันมา แต่ยังไม่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ประเพณี “ฮีตสิบสอง” มีดังนี้

เดือนอ้าย บุญเข้ากรรม

เดือนยี่	บุญคุณลาน
เดือนสาม	บุญข้าวจี
เดือนสี่	บุญพะเหวด
เดือนห้า	บุญฮุดสร่ง
เดือนหก	บุญบั้งไฟ
เดือนเจ็ด	บุญซำฮะ
เดือนแปด	บุญเข้าพรรษา
เดือนเก้า	บุญข้าวประดับดิน
เดือนสิบ	บุญข้าวสาก
เดือนสิบเอ็ด	บุญออกพรรษา
เดือนสิบสอง	บุญกฐิน

ประเพณีที่เด่นของจังหวัดร้อยเอ็ดและมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมมากที่สุดจะมี 2 ประเพณี คือ ประเพณีบุญพะเหวด โดยจะจัดขึ้นในเสาร์แรกของเดือนมีนาคมของทุกปี บริเวณที่จัดงาน ณ ลานสาเกต หน้าบึงพลาญชัย และอีกประเพณีคือประเพณีสมมน้ำ คั้นเพ็ง เส็งประทีป หรือ ประเพณีลอยกระทง จัดขึ้นในวันลอยกระทงของทุกปี สถานที่จัดงาน ณ บึงพลาญชัย

การปกครองส่วนภูมิภาค

แบ่งออกเป็น 20 อำเภอ 192 ตำบล 2,446 หมู่บ้าน

1. อำเภอเมืองร้อยเอ็ด
2. อำเภอเกษตรวิสัย
3. อำเภอปทุมรัตน์
4. อำเภอจตุรพักตรพิมาน
5. อำเภอธวัชบุรี
6. อำเภอพนมไพร
7. อำเภอโพนทอง
8. อำเภอโพธิ์ชัย
9. อำเภอหนองพอก
10. อำเภอเสลภูมิ
11. อำเภอสว่างแดนดิน
12. อำเภอเมืองสรวง
13. อำเภอโพนทราย
14. อำเภออาจสามารถ

15. อำเภอเมยวดี
16. อำเภอศรีสมเด็จ
17. อำเภอจังหาร
18. อำเภอเชียงขวัญ
19. อำเภอหนองฮี
20. อำเภอทุ่งเขาหลวง

ตราประจำจังหวัด



ที่มา : จังหวัดร้อยเอ็ด (2564)

ภาพประกอบ 2 ตราประจำจังหวัดร้อยเอ็ด

ตราประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบด้วย สัญลักษณ์รูปปิงพลาญชัย ศาลหลักเมือง พระมหาเจดีย์ศรีชัยมงคล ตัวเลข 101 และรวงข้าวหอมมะลิ

ความหมาย :

- พลาญชัย เป็นปิงน้ำใสสะอาดตั้งอยู่กลางเมือง บ่งบอกว่าประชาชนชาวจังหวัดร้อยเอ็ด มีน้ำใจโอบอ้อมอารี รักความสงบและมีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย รวมทั้งเป็นแหล่งอาหารที่มีความอุดมสมบูรณ์
- ศาลหลักเมือง เป็นที่เคารพสักการะและเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวร้อยเอ็ด
- พระมหาเจดีย์ชัยมงคล บ่งบอกถึงความเป็นเมืองแห่งพระพุทธศาสนาที่เจริญรุ่งเรือง
- ตัวเลข 101 แสดงถึง ความเป็นเมืองใหญ่ในอดีตที่ชื่อสาเกตนคร
- รวงข้าวหอมมะลิ เป็นผลิตผลทางการเกษตรชั้นเลิศที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกจากทุ่งกุลาร้องไห้ จังหวัดร้อยเอ็ด

คำขวัญประจำจังหวัด

สิบเอ็ดประตูเมืองงาม เรืองนามพระสูงใหญ่ ผ้าไหมสาเกต บุญผะเหวดประเพณี
มหาเจดีย์ชัยมงคล งามน่ายลบึงพลาญชัย เขตกว้างไกลทุ่งกุลา โลกลือชาข้าวหอมมะลิ

ต้นไม้ประจำจังหวัดร้อยเอ็ด

ต้นกระบก



ที่มา : จังหวัดร้อยเอ็ด (2564)

ภาพประกอบ 3 ต้นไม้ประจำจังหวัดร้อยเอ็ด

ชื่อพันธุ์ไม้

ต้นกระบก

ชื่อสามัญ

Kayu

ชื่อวิทยาศาสตร์

Irvingia malayana Oliv. Ex A. Benn.

วงศ์

SIMAROUBACEAE

ชื่ออื่น

กระบก กะบก จะบก ตระบก (เหนือ), จำเาะ (เขมร), ชะอัง (ซอง-ตราด), บก
หมากบก (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ), มะมื่น มื่น (เหนือ), มะลีน หมักลีน
(สุโขทัย, นครราชสีมา), หลักกาย (ส่วย-สุรินทร์)

ลักษณะทั่วไป

ต้นกระบกเป็นไม้ยืนต้นขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ สูง 10-30 เมตร ผลัดใบ เปลือกสีเทาอ่อนปนน้ำตาลค่อนข้างเรียบ เรือนยอดเป็นพุ่มแน่นทึบ ใบเป็นใบเดี่ยวเรียงสลับ แผ่นใบรูปมนแกมขอบขนานถึงรูปหอก ผิวใบเกลี้ยง โคนใบมน ปลายใบพู่ถึงแหลม ดอกขนาดเล็ก สีขาวปนเขียวอ่อน ออกดอกช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม ผลทรงกลมรี เมื่อสุกสีเหลืองอมเขียว เมล็ดแข็ง เนื้อในมีรสมัน

ขยายพันธุ์ เพาะเมล็ด

สภาพที่เหมาะสม สภาพดินทุกชนิด กลางแจ้ง ต้องการน้ำและความชื้นปานกลาง
ถิ่นกำเนิด ตามป่าเบญจพรรณแล้งและป่าดิบ

วิสัยทัศน์/พันธกิจจังหวัดร้อยเอ็ด

แผนพัฒนาจังหวัดร้อยเอ็ด พ.ศ. 2561 – 2564 ฉบับปี พ.ศ. 2562 ได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 รวมทั้ง การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไป ปัญหาและความต้องการของประชาชน ตลอดจน การประเมินผลการพัฒนาที่ผ่านมา ศักยภาพการพัฒนาในปัจจุบัน และโอกาสในการพัฒนาในอนาคต ของจังหวัด โดยนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด ร้อยเอ็ด พ.ศ. 2561-2564 ฉบับปี พ.ศ. 2562 ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

1. เป้าหมายการพัฒนา

"เป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง ท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสานและเมืองสุขภาพ ในปี พ.ศ.2564"

2. พันธกิจ

1. ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรม เพิ่มศักยภาพการบริหารทรัพยากรและสินค้าการเกษตรให้เป็นเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัย

2. พัฒนาให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน เชื่อมโยงการบริการ สินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้ง วัฒนธรรมอีสาน ค่านิยม และประเพณีที่ดีงาม สามารถผสมผสานกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมสมัยใหม่ได้อย่างกลมกลืน

3. พัฒนาคนให้มีคุณภาพ สร้างโอกาส สร้างอาชีพ รายได้ ให้ภาคประชาสังคม และส่งเสริมให้มีการดำเนินชีวิตตามแนวทางหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยกย่องคุณภาพชีวิตให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ

4. อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพ

5. ความมั่นคงภายในและส่งเสริมการให้บริการภาครัฐอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

3. วัตถุประสงค์รวม

1. ข้าวหอมมะลิและผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิมูลค่าสูงและได้มาตรฐาน สามารถแข่งขัน

ได้

2. ประชาชนมีสุขภาวะที่ดี หลุดพ้นความยากจน พึ่งตนเองได้

4.ประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1. การยกระดับการท่องเที่ยว การบริการ การค้า และการลงทุน
2. การสร้างความสมดุลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้มีคุณภาพและยั่งยืน

5.แผนงานตามประเด็นการพัฒนา

ประเด็นการพัฒนาในการยกระดับการท่องเที่ยว การบริการ การค้า และการลงทุน

วัตถุประสงค์ของประเด็นการพัฒนา

1. เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การบริการ การค้า และการลงทุน
2. เศรษฐกิจดีและมีอัตราการขยายตัวมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคนอกการเกษตรของจังหวัดเพิ่มขึ้น

เป้าหมายและตัวชี้วัด

1. มูลค่าการค้าและการลงทุนเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 2 ต่อปี)
2. รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 5 ต่อปี)
3. อัตราการขยายตัวภาคบริการเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 2 ต่อปี)
4. รายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP เพิ่มขึ้น (ร้อยละ 10 ต่อปี)

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวและงานประเพณี วัฒนธรรมอีสานต่อเนื่องทั้งปี

2. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง และระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน

3. ส่งเสริมตลาดการค้า การลงทุน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และส่งเสริมการจัดบริการสุขภาพ (Medical Hub)

4. พัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนา SMEs เพื่อการค้าและส่งออก

ประเด็นการพัฒนาในการสร้างความสมดุลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มี

คุณภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของประเด็นการพัฒนา

1. เกษตรกรมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรเพียงพอตลอดทั้งปี
2. คำนึงความอุดมสมบูรณ์ สร้างความสมดุลแก่ระบบนิเวศน์ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

เป้าหมายและตัวชี้วัด

1. ร้อยละของหมู่บ้านมีน้ำใช้เพื่อการเกษตรเพียงพอตลอดทั้งปี (ร้อยละ 95 ต่อปี)

2. พื้นที่ป่าไม้เพิ่มขึ้น จำนวน 600 ไร่/ปี

3. ชยะมูลฝอยชุมชนและของเสียอันตรายชุมชนได้รับการจัดการอย่างถูกต้อง ร้อยละ

15

4. ครั้วเรือนมีการใช้พลังงานทดแทนเพิ่มขึ้นต่อปี ร้อยละ 0.5

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาแหล่งน้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพบริหารจัดการน้ำเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. พื้นที่ป่าไม้ให้อุดมสมบูรณ์และรักษาความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ต้นน้ำและ

ป่าชุมชน

3. บริหารจัดการแก้ไขปัญหาขยะอย่างเป็นระบบและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ให้มี

คุณภาพ

4. พัฒนาและใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

บึงพลาญชัย

เป็นส่วนหนึ่งของสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ร้อยเอ็ด ตั้งอยู่ใจกลางเมืองร้อยเอ็ด เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด บนพื้นที่ 120 ไร่ เกะกลางเป็นที่ตั้งศาลหลักเมืองสถานที่ศักดิ์สิทธิ์คู่บ้าน - คู่เมืองร้อยเอ็ด ภายในมีพระพุทธรูป อนุสาวรีย์พระยาสุนทรเทวกิจจารักษ์ (เจ้าเมืองร้อยเอ็ดคนแรก) อนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้า และอุทยานการเรียนรู้ทางธรรมชาติในบึงพลาญชัยมีปลานานาพันธุ์ และน้ำพุดนตรีแห่งเดียวในภาคอีสานที่สวยงามอลังการ รอบนอกจัดเป็นทางเดินวิ่ง และทางจักรยาน ด้านหน้ามีหอนาฬิกาที่เป็นเสียงโหวต-ดนตรีพื้นบ้าน มีลานสาเกตและเวทีกลางแจ้งจอ LCD ขนาดใหญ่ และมีประตูเมืองสาเกตุนครที่จำลองเป็นเข้าเมืองสี่ทิศของพระเวสสันดรในนครกัณฑ์ งานประเพณีบุญผะเหวดร้อยเอ็ด เป็นจุดถ่ายภาพที่สวยงาม

พระมหาเจดีย์ชัยมงคล

ตั้งอยู่อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ตั้งตระหง่านบนเขาในเทือกเขาภูพาน บนพื้นที่ 101 ไร่ เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่อลังการและสวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย หลวงปู่ศรีมหาวชิโรได้ดำริสร้างขึ้น เป็นเจดีย์ฐาน 8 เหลี่ยม รายล้อมด้วยเจดีย์องค์เล็ก 8 ทิศ องค์เจดีย์แบ่งเป็น 6 ชั้น แต่ละชั้นได้ตกแต่งลวดลายที่วิจิตร ของศิลปะยุคใหม่และยุคเก่าผสมผสานเป็นศิลปะร่วมสมัยที่หาดูได้ยาก ชั้น 3 มีองค์จำลองของเกจิอาจารย์ชื่อดังทั่วประเทศตรงกลาง หอโถงเป็นจุดรับพลังจากองค์พระธาตุ และพระบรมสารีริกธาตุที่บรรจุอยู่ที่ชั้น 6 มหัตถรร้อยอย่างยิ่ง เจดีย์ชัยมงคลเป็นเจดีย์ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ท่วมท้นด้วยชัยชนะหากได้มาสักการะกราบไหว้ขอพรจะประสบผลสำเร็จในหน้าที่การงานดังสมปรารถนา

ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด

แหล่งเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ตลอดชีวิต แห่งเดียวในภาคอีสาน ชมท้องฟ้าจำลอง การแสดงทางวิทยาศาสตร์ ดาราศาสตร์ที่มีความทันสมัย มีนวัตกรรมใหม่ให้ได้ชมเป็นศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาที่ได้มาตรฐานของประเทศ และภายในห้องโถงจัดเป็นศูนย์เรียนรู้ข้าวหอมมะลิโลก จัดแสดงนิทรรศการข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ นิทรรศการของพ่อหลวงที่ทรงพระราชทานให้กับชาวนา แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวนาในจังหวัดร้อยเอ็ด อีกด้วย

กุ๋กาสิงห์ เส้นทางขอมรุ่งเรืองในอดีต 800 ปี อำเภอกเกษตรวิสัย

กุ๋กาสิงห์ ตั้งอยู่ตำบลกุ๋กาสิงห์ อำเภอกเกษตรวิสัย เป็นปราสาท 3 หลัง ตั้งเรียงกันในแนวทิศเหนือใต้ ปราสาทประธานตั้งตรงกลางและใหญ่กว่า 2 หลัง ปราสาทและอาคารล้อมรอบด้วยกำแพงศิลาแลงสี่เหลี่ยมที่มี โคปุระ (ซุ้มประตู) ทั้ง 4 ด้าน ประตูเข้าได้จริงเฉพาะด้านทิศตะวันออก-ตะวันตก นอกเขตกำแพงมีคูน้ำล้อมรอบ พบร่องรอยการใช้เป็นที่ประดิษฐานศิวลึงค์ สัญลักษณ์แทนองค์พระศิวะ เทพเจ้าสูงสุดในศาสนาฮินดู ได้รับอิทธิพลจากศิลปะเขมรแบบบาปวน สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16 มีความโดดเด่นอยู่ที่ทับหลัง แกะสลักเป็นรูปพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ เป็นสถาปัตยกรรมลวดลายสวยงามและประณีต

อุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งแรกของภาคอีสาน สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเทศบาล เมืองร้อยเอ็ด เป็นส่วนหนึ่งของสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ร้อยเอ็ดเป็นสถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด หรืออุโมงค์ ปลาแห่งแรกของภาคอีสาน เป็นแหล่งเรียนรู้ปลาน้ำจืดนานาชนิดที่หาดูได้ยาก นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์นิทรรศการเทียนพรรษาของจังหวัดร้อยเอ็ดจัดแสดงให้ชมอีกด้วย

วัดบูรพาภิราม

แสดงพันธุ์สัตว์น้ำเทศบาล เมืองร้อยเอ็ด เป็นส่วนหนึ่งของสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ร้อยเอ็ดเป็นสถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด หรืออุโมงค์ ปลาแห่งแรกของภาคอีสาน เป็นแหล่งเรียนรู้ปลาน้ำจืดนานาชนิดที่หาดูได้ยาก นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์นิทรรศการเทียนพรรษาของจังหวัดร้อยเอ็ดจัดแสดงให้ชมอีกด้วย

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติร้อยเอ็ด พิพิธภัณฑ์เมืองแห่งแรกของไทย

ตั้งอยู่ที่ถนนเพลินจิต เขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด เป็นสถานที่รวบรวมข้อมูลวัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถาน โบราณวัตถุ อายุ 800 - 1,500 ปี ที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด อาทิ เครื่องประดับ (ตุ้มหู) ทองคำ เศียรนาค และใบไม้ทองคำซึ่งใช้ในพิธีกรรมวางศิลาฤกษ์กุ๋กาสิงห์ พระโพธิสัตว์ด้านการแพทย์กุ๋โปนระขัง ทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์-กุ๋กาสิงห์ ระฆังหิน (ยุคหินใหญ่

3,000 ปี) คั่นฉ่อง-กระจกโบราณ และการจัดแสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวร้อยเอ็ดในอดีต-ปัจจุบัน

บึงเกลือ (ทะเลอีสาน) อำเภอเสลภูมิ

ตั้งอยู่ตำบลบึงเกลือ อำเภอเสลภูมิ เป็นบึงน้ำจืดขนาดใหญ่ เนื้อที่ 7,500 ไร่ ได้รับฉายา “ทะเลน้ำจืดอีสาน” ริมบึงมีหาดทรายสะอาดสวยงาม บรรยากาศคล้ายกับทะเลจริง มี banana boat สิ่งอำนวยความสะดวกบริการแก่นักท่องเที่ยว

เจดีย์หินทราย วัดป่ากุง (บรมพุทโธร้อยเอ็ด) 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลก องค์จำลองแห่งเดียวของไทย

ตั้งอยู่ที่วัดป่ากุง ตำบลศรีสมเด็จ อำเภอศรีสมเด็จ เป็นเจดีย์หินทรายสร้างเลียนแบบเจดีย์บุโรพุทโธ (Burabudar) ที่เกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลก โดยพระเทพวิสุทธิมงคล (หลวงปู่ศรี มหาวิโร) สร้างด้วยหินธรรมชาติทั้งหลัง เป็นบุโรพุทโธเจดีย์หินทรายแห่งแรกของไทย มีภาพแกะสลักที่สวยงาม วิจิตร พิศดาร น่าชมมาก ภายนอกเป็นพุทธประวัติ และพระเวสสันดรชาดก ซึ่งตรงกับงานประเพณีบุญผะเหวดร้อยเอ็ด

ทุ่งกุลาร้องไห้

เป็นทุ่งกว้างใหญ่สองล้านไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดยโสธร และจังหวัดศรีสะเกษ เป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูงของประเทศ ในอดีตกัณฑ์การ แห้งแล้ง ปัจจุบันเป็นทุ่งสวยงามน่าสัมผัสธรรมชาติในวิถีชีวิตของชาวนาในช่วงเดือนกรกฎาคม - เดือนกันยายน ทุ่งกุลาร้องไห้จะเขียวขจีไปด้วยต้นข้าว และในช่วงเดือนตุลาคม - เดือนพฤศจิกายน จะพบกับทุ่งข้าวรวงทองเหลืองอร่าม สวยงามมากและอบอวลด้วยกลิ่นหอมของข้าวหอมมะลิ เหมาะสำหรับการจัดกิจกรรมเดิน-วิ่ง หรือปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพในบริเวณทุ่งกุลามีแหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอม ได้แก่ กู่กาสิงห์ กู่พระโกนา หมู่บ้านท่องเที่ยว กู่พนระฆัง เมืองบัว เป็นต้น

กู่พระโกนา ตำบลสระคู อำเภอสุวรรณภูมิ

จัดอยู่ในศิลปะขอมแบบบาปวน อายุราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 เป็นปราสาทอิฐ 3 หลัง ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกัน เรียงกันในแนวทิศเหนือใต้ มีกำแพงศิลาแลง ซุ้มประตูทางเข้าหรือโคปุระอยู่ทั้ง 4 ทิศ ปรากฏองค์กลางก่อเป็นชั้นๆ แต่ละชั้นมีซุ้มพระพุทธรูปประดับอยู่ 4 ทิศ ยังคงมีส่วนประกอบทางสถาปัตยกรรมเหลืออยู่ ได้แก่ หน้าบันสลักร่องราวรามายณะทับหลังเหนือกรอบประตูด้านหน้าสลักเป็นภาพ พระนารายณ์บรรทมสินธุ์ และรูปเทวดานั่งชันเข่าอยู่เหนือหน้าบัน

กูกระโดน

ตั้งอยู่ที่วัดธาตุ ตำบลเกษตรวิสัย อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด โบราณสถานก่อสร้างด้วย ศิลาแลง หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีมุขยื่นออกมาทางด้านหน้า ทางเข้าด้านหน้าเพียงด้านเดียว ด้านทิศตะวันตกทำเป็นประตูหลอก มีทับหลังตกอยู่บริเวณโบราณสถาน 2 ชั้น เป็นภาพเล่าเรื่อง ชั้นหนึ่งเป็นภาพบุคคลหลายคน ทางขวาสุดของภาพสลักเป็นภาพวานร มอบสิ่งของกับสตรี สันนิษฐานว่าเป็นภาพเล่าเรื่องรามเกียรติ์ ตอน “หนุมานถวายแหวน” ส่วนทับหลังอีกชั้นสลักเป็นรูปสตรียืนแบกสิ่งของ ซึ่งอาจเป็นคานหรือ คันศรอยู่ในซุ้มเรือนแก้ว มีรูปบุคคลขนาดเล็กกว่า นั่งแสดงความเคารพอยู่ด้านข้าง ซึ่งยังไม่อาจสันนิษฐานได้ว่าเป็นภาพสลักจากเรื่องใด เมื่อพิจารณารูปแบบของทับหลัง โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายของบุคคล จัดอยู่ในศิลปะเขมรแบบบาปวนตอนปลายอายุราวพุทธศตวรรษที่ 17

สินค้า OTOP

- 1.สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด สินค้า OTOP ศาลากลางจังหวัด
2. OTOP-CITY องค์การบริหารส่วนจังหวัดร้อยเอ็ด

ของที่ระลึก

1. ข้าวหอมมะลิ

สินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ของจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นสินค้าหลักที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้เป็นข้าวหอมมะลิกุณภาพสูง มีความหอมมากถึง 2 เท่า (2AP) เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปว่าข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้เป็นข้าวที่หอม ยาว ขาว นุ่ม และอร่อย ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จากกลุ่มสหภาพยุโรป (EU) มีจำหน่ายทั้งข้าวขาว ข้าวกล้องข้าวไรซ์เบอร์รี่บรรจุถุงตั้งแต่ขนาด 0.5 - 5 กก. ปัจจุบันมีการนำข้าวหอมมะลิไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ๆ อาทิ แป้งข้าวหอมมะลิ เครื่องสำอางค์ เป็นต้น

2. ผ้าลายสาเกต

ลายคำเภา หมายถึง ความซื่อสัตย์ การค้าหรือพยุงไว้

ลายกองเอี้ย หมายถึง การเอื้ออำนาจกัน

ลายนาคน้อย หมายถึง น้ำ ความอุดมสมบูรณ์

ลายโคม หมายถึง ความแสงสว่าง

ลายหมากจับ หมายถึง ความติดตราตรึงใจ (หมากจับ เป็นพืชชนิดหนึ่ง ที่ตัดฝักแล้วดึงออกยากมาก มีสีม่วงหรือชมพู)

3. โหวต

เป็นเครื่องดนตรีประจำจังหวัดร้อยเอ็ดประเภทเป่า ในอดีตโหวตประเภทหางใช้แกว่งเล่นในฤดูฝนเกิดเสียงดังคล้ายสนุน มีการนำมาประยุกต์ปรับแต่งเสียงตามโน้ตสากล ใช้เป่าเป็นเพลงอันไพเราะ ปัจจุบันโหวตเป็นเครื่องดนตรีประกอบการแสดง

2. สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561 : 2) ได้รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดในปี พ.ศ. 2561 ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ในแต่ละไตรมาสในรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2561 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ไตรมาส 1 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เนื่องจากอยู่ในช่วงเทศกาลปีใหม่และตรุษจีน โดยแหล่งท่องเที่ยวที่คนส่วนใหญ่นิยมไปกันมาก ได้แก่ พระมหาเจดีย์ชัยมงคล บึงพลาญชัย และศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา

ไตรมาส 2 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดีมากกว่าไตรมาส 1 เนื่องจากมีเทศกาลวันหยุดยาว คือ วันสงกรานต์ และวันหยุดอื่น ๆ ได้แก่ วันแรงงานแห่งชาติ วันจักรี วันฉัตรมงคล วันวิสาขบูชา และวันพีชมงคล

ไตรมาส 3 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างเจียบเหงา เนื่องจากเป็นช่วงฤดูฝน อีกทั้งไม่มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

ไตรมาส 4 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดีมากกว่าไตรมาส 3 เนื่องจากเป็นช่วงเข้าสู่ฤดูหนาวใกล้สิ้นปี อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น เช่น งานลอยกระทง งานปีใหม่

1. แนวทางการพัฒนาเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

- ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการดึงดูดนักท่องเที่ยวส่งเสริมอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี และงานประจำปี
- ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

จากแนวทางการพัฒนาเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวมีเป้าประสงค์ 3 ประการ ซึ่งประเด็นดังกล่าวจะดำเนินการเพียงในส่วนภาครัฐ จึงทำให้ไม่บรรลุเป้าประสงค์ จะต้องอาศัยภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ตัดสินใจต่อการพัฒนา และทำให้ประชาชนในชุมชนบริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและตระหนักในผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อร่วมกัน

ของชุมชน (Responsible Tourism) และพัฒนาสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดร้อยเอ็ด (กองวิชาการและแผนงานเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด. 2561 : 32)

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดที่น่าสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ ด้านผสมกัน

Burkart and Medlik (1981) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจ (attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ (amenity)

McIntosh and Goeldner (1986) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติ ปัจจัยขั้นพื้นฐาน ระบบขนส่ง การต้อนรับด้วยไมตรีจิต และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม

Dickman (1996) ได้เสนอว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พักรับรอง (Accommodation) และกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) นอกจากนี้ Dickman (1996) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

Hassan & Iankova (2012). กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม โดยที่สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเป็นที่พอใจ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสนับสนุนที่พร้อมใช้งานตลอดเวลาที่จัดให้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ (Buhalis, 2000) สรุปไว้ว่า การที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย ประทับใจจนทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยจึงทำให้นักท่องเที่ยวอยู่ท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่นานกว่าปกติ เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหารเพียงพอ เป็นต้น

ราณี อิศัยกุล (2547) กล่าวว่า การจัดการด้านการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยว จะช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอและมีป้ายบอกเส้นทางและป้ายจราจรที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) สรุปองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวมีอย่างน้อย 3 องค์ประกอบ หรือ 3 A's คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสถานที่นั้นๆ นอกจากสิ่งดึงดูดใจแล้ว ภาพลักษณ์และค่าเข้าชมของทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมทรัพยากรท่องเที่ยววนั้น ๆ

2. เส้นทางขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่ใกล้เคียงต้องมีที่จอดรถ สถานีรถไฟ ท่าเรือ หรือท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกปลอดภัย

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าชมยังแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยววนั้น ให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากใช้เวลาท่องเที่ยวให้ยาวนานขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว คือ สรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่เป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยปกติทั่วไปสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยววนั้นรัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชน และถือเป็นผลพลอยได้ในการบริการแก่นักท่องเที่ยว

นัตยา ธนเกียรติ (2547) กล่าวว่า องค์ประกอบหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิมเป็นสำคัญ เนื่องจากจะต้องใช้ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานาน เมื่อเกิดผลกระทบใดขึ้นอาจจะกระจายไปในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ

1. ธรรมชาติ มีจุดเด่นคือทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งสามารถพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะเที่ยวชม

2. วิถีชีวิต จัดเป็นธรรมชาติประเภทหนึ่งของพื้นที่ มีจุดเด่น คือ วัฒนธรรมชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีพและวัฒนธรรมการเกษตร สามารถประยุกต์ให้เกิดการบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบการบริการที่พักในบ้านของชาวบ้าน

3. กระบวนการผลิต ปัจจัยดึงดูดหรือเสน่ห์ของเกษตรกรรม คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือการใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน ซึ่งสามารถสร้างให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และสร้างกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงรูปแบบการบริหารการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการดูงาน ทัศนศึกษา และการฝึกอบรม

4. การตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นผลผลิตการเกษตร ซึ่งอาจมีความเหมือนและแตกต่างจากพื้นที่อื่น ผลผลิตดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อการตลาดในรูปแบบการสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

สวอร์บรูค (1999) แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจที่เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่
2. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในขณะที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
3. สาธารณูปโภคและการขนส่งที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้
4. การต้อนรับอย่างมิตรไมตรี

Buhalis (2002) กล่าวว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการ (6A's) คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีในชุมชน เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคมขนส่ง และยานพาหนะ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกประโยชน์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องได้และจับต้องไม่ได้
4. รายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages) คือ รายการนำเที่ยวที่จัดไว้รอล่วงหน้าโดยผู้ประกอบการนำเที่ยว
5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
6. การให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) คือ การให้บริการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากการรวมตัวของอุตสาหกรรมอื่น ๆ หากจะจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนจะต้องจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ให้ยั่งยืนด้วย ซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ที่พัก (Accommodation) หมายถึงสถานที่ที่จัดไว้ให้เพื่อคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เข้าพัก พร้อมบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งปัจจุบันธุรกิจที่พักได้พัฒนาเรื่อยมา โดยมีรูปแบบและการจัดการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด มีการบริหารงานในระบบเครือข่ายทั้งในรูปแบบเครือข่ายของท้องถิ่นและเครือข่ายระหว่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาแบบธุรกิจที่พักแบบต่าง ๆ ยังเป็นแรงผลักดันให้มีการแข่งขันสูงขึ้นทั้งระบบมาตรฐานการบริการที่

สูงขึ้น และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่การบริหารจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2. การคมนาคมขนส่ง (Accessibility) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญเนื่องจากมีบทบาทในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลกซึ่งการคมนาคมขนส่งในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาให้สามารถตอบสนองต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ

3. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือมีความโดดเด่นและเป็นที่สนใจกว่าแหล่งอื่น ๆ

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึงสิ่งที่จัดขึ้นเพื่อเอื้อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว ระบบป้องกันความปลอดภัย

5. กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว (Activity) หมายถึง ผลิตรายการทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น โดยรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ จะแตกต่างกันไปตามประเภทของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การดูนก กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น การดำน้ำ

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว หมายถึง มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ 1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2. ด้านบริการการท่องเที่ยว และ 3. ด้านตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยความสัมพันธ์นี้จะเกิดเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวและเลือกใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม โดยทั่วไปองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจะไม่ใช่สินค้าที่ใช้แล้วหมดไป เพราะองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวนั้นจะเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยความพึงพอใจ โดยการวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวความคิดของ Buhalis (2002) ที่มี 6 ประการ (6A's) คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) (ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านตลาดการท่องเที่ยว)
2. การเข้าถึง (Accessibility) (ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านบริการการท่องเที่ยว)
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (ด้านบริการการท่องเที่ยว)
4. รายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages) (ด้านบริการการท่องเที่ยว และด้านตลาดการท่องเที่ยว)
5. กิจกรรม (Activities) (ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านบริการการท่องเที่ยว)

6. การให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) (ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านบริการการท่องเที่ยว)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” ในที่นี้แปลมาจาก พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งนักท่องเที่ยวก็เป็นผู้บริโภคกลุ่มหนึ่ง แต่สินค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นสินค้าด้านบริการ เพราะฉะนั้นความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จึงแปลว่า บุคคลผู้แสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวมีทรัพยากรเพื่อใช้แลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการ เช่น เงิน เวลา ความพยายาม เป็นต้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกตัดสินใจมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เกิดจากปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ปัจจัยภายในคือ กระบวนการทางจิตวิทยาหรือที่รู้จักกันในด้านการตลาดว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลโดยมีแรงจูงใจเป็นแรงผลักดันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้แบ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมการเดินทาง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มนักเดินทาง ซึ่งแบ่งรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ เนื่องจากเป็นวันหยุดที่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ได้แบบ 2 วัน 1 คืน หรือแบบไปเช้าเย็นกลับ
2. นักท่องเที่ยวแบบเทศกาล เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปตามเทศกาลต่าง ๆ
3. นักท่องเที่ยวแบบฤดูกาล เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในฤดูกาลต่าง ๆ ของประเทศไทย

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) สรุปลักษณะพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวและกระบวนการตัดสินใจซื้อ คือ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการ จำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการและให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ขวัญนุช อุทยาน (2557) กล่าวถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว และบุคคลอื่นสังเกตได้ถึงการกระทำที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของพฤติกรรมมี 7 ประการ ดังนี้

1. เป้าหมาย คือ วัตถุประสงค์และพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายของการกระทำ
2. ความพร้อม คือ การมีวุฒิภาวะและความสามารถในการกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ คือ เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้ทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย คือ เป็นการพิจารณาเส้นทาง เพื่อเลือกหาช่องทางที่จะสนองความต้องการก็ให้เป็นที่น่าสนใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจในการทำกิจกรรมตามที่ได้ตัดสินใจ และตอบสนองความต้องการ
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลของการกระทำหนึ่ง ๆ ซึ่งอาจได้ผลตามการคาดหวังหรือตรงข้ามกับการคาดหวังที่ตั้งไว้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นการกระทำลงไปและไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงต้องนำกลับมาวิเคราะห์เลือกหาวิธีการใหม่ เพื่อสนองความต้องการหรืออาจล้มเลิกความต้องการนั้น

ซึ่งสอดคล้องกับ (รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์, 2558) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนเดินทาง และหลังเดินทาง โดยมีอิทธิพลความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น

ชันันท์ เปลี่ยนดี (2542) ได้กล่าวว่า ในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสามารถใช้คำถามกลุ่มนี้ในการศึกษาพฤติกรรมได้ เช่น

1. ใครคือผู้ให้บริการ (Who) คำตอบที่ได้จะทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ การศึกษา
2. นักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการอะไร (What) คำตอบที่ได้จะทราบถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องช่องทางการท่องเที่ยว
3. ทำไมนักท่องเที่ยวจึงต้องใช้บริการ (Why) คำตอบที่ได้จะทราบถึงวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน เยี่ยมญาติ ประชุม
4. นักท่องเที่ยวจะใช้บริการเมื่อใด (When) คำตอบที่ได้จะทราบถึงช่วงเวลา โอกาส ในการไปท่องเที่ยวที่แน่นอน หรือไม่แน่นอนแล้วแต่ความสะดวก

5. นักท่องเที่ยวจะใช้บริการที่ใด (Where) คำตอบที่ได้จะทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวว่าเป็นประเภทใด

6. นักท่องเที่ยวซื้ออย่างไร (How) คำตอบที่ได้รับจะทราบถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย

6.1 การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการซื้อ คือ ความต้องการสถานที่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และประเภทกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

6.2 การค้นคว้าหาข้อมูล คือ การหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านเส้นทางการเดินทาง สถานที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ

6.3 การประเมินทางเลือก คือ เลือกที่จะไปเที่ยวที่ไหนและเลือกประเภทกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จะเดินทางไปเที่ยวด้วยตนเองหรือใช้บริการบริษัททัวร์ นอกจากนี้สามารถเลือกยานพาหนะ สถานที่พัก ได้อีกด้วย

6.4 การตัดสินใจซื้อ สามารถทำได้จากการจองที่พักล่วงหน้า หรือจองรายการนำเที่ยวล่วงหน้า

6.5. ความรู้สึกภายหลังการใช้บริการ คือ ความพึงพอใจ หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการไปเที่ยวว่ามีหรือไม่ อย่างไร

7. นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการบ่อยครั้งเพียงใดต่อการท่องเที่ยวประเภทนี้ (How Often) คำตอบที่ได้รับจะทราบถึงจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ระยะเวลาเฉลี่ยที่กัวัน

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายความว่า พฤติกรรมที่แสดงออกเฉพาะของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาในแต่ละสถานการณ์ต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเอง หากต้องการที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยว และเกิดความประทับใจแล้วกลับมาเที่ยวอีก ผู้ให้บริการต้องศึกษากระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว เช่น ความชอบของแต่ละบุคคล การทำงาน การใช้เวลาว่างในการมาเที่ยวช่วงที่มาเที่ยว เพื่อจะได้เตรียมตัวให้บริการในครั้งต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

อุตสาหกรรมบริการโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว จะมีความต่างจากอุตสาหกรรมจำพวกอุปโภค บริโภคโดยทั่วไป เพราะอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ผสมกันอยู่ อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่นำเสนอผ่าน

การบริการให้แก่ลูกค้าหรือตลาด เพราะฉะนั้นการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการเพื่อให้เกิดความประทับใจจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2546) ได้สรุปส่วนประสมทางการตลาดว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งส่วนใหญ่แต่ละบริษัทจะใช้เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีมูลค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถขายออกได้ โดยด้านผลิตภัณฑ์นี้จะมีการกำหนดกลยุทธ์ที่ต้องคำนึงถึงคือ 1.ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ 2.คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 3.การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงตำแหน่งของสินค้าที่แตกต่างกัน และมีคุณค่าต่อจิตใจของลูกค้า 4.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น 5.กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) คือ สิ่งที่แสดงถึงมูลค่าในรูปแบบเงินตรา หรืออาจหมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งจำเป็นต้องให้ได้มาเพื่อผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจในราคาและการปรับปรุงราคาเพื่อทำให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้าที่จะส่งมอบให้ลูกค้ามากกว่าราคาของสินค้า ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคาจะต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์ ต้นทุน ของสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และสถานการณ์การแข่งขัน

3. การจัดจำหน่าย (Place) คือ โครงสร้างของช่องทางประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด การจัดจำหน่ายมีด้วยกัน 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงมีผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าผู้บริโภคและการบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจเพื่อเตือนความทรงจำ เครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมการตลาดมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) คือ กิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยอุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องในการโฆษณา ดังนี้ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Create strategy) 2) กลยุทธ์การสื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) คือ กิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) 2) การจัดการหน่วยขาย (Sales Force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) คือ การส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยพนักงานขายและการให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 แบบ ดังนี้ 1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งผู้บริโภค (Consumer Promotion) 2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง 3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงาน (Sales Force Promotion)

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดที่เกี่ยวกับสินค้าหรือการบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริม ผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือในข้อนี้ประกอบด้วย 1) การขายทางโทรศัพท์ 2) การขายโดยใช้จดหมาย 3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก 4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

คอลเลอร์ และอาร์มสตรอง (2005) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรหลักในการที่จะใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีปัจจัยหลายประการที่เป็นตัวแปรในการควบคุมการตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ ฟิลลิป (2003) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายทางการตลาด ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือการมีสินค้าที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตามกลุ่มเป้าหมาย และสามารถขายสินค้าในราคาให้ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้ อีกทั้งเห็นถึงคุณค่าในการที่จะยอมจ่ายเงิน การจัดจำหน่ายของสินค้าก็ต้องสอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อเพื่อความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคโดยการสร้างความสนใจให้เกิดความชอบในตัวสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องซึ่งเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด

เลิฟล็อก และไรท์ (2007) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมธุรกิจจึงต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตนเอง หมายถึง ส่วนประกอบที่เป็นปัจจัยในการวางแผนการตลาดในสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้เลิฟล็อก และไรท์ (2007) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการได้ในรูปแบบของ 7Ps ดังนี้

1. สินค้า (Product Element) สินค้าการบริการเป็นหัวใจของการวางกลยุทธ์ หากสินค้าถูกออกแบบอย่างไม่เหมาะสมก็จะไม่สามารถสร้างคุณค่าที่เหมาะสมให้กับลูกค้า และไม่ว่าอีก 6 ด้านที่เหลือจะทำได้ดีก็ไม่ได้มีความหมายหากสินค้าไม่มีคุณค่ากับลูกค้า สินค้าการบริการมี 2 ส่วน คือ สินค้าและส่วนที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงมูลค่าเพิ่ม ซึ่งส่วนที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงมูลค่าเพิ่มนี้จะมีผลในการส่งเสริมให้ลูกค้าใช้สินค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นได้ทั้งทางกายภาพและทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรืออาจทำควบคู่กันไปทั้งสองทาง เช่น การทำธุรกรรมที่ธนาคารจะต้องประกอบด้วยช่องทางทางกายภาพ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคารให้คำแนะนำในการทำธุรกรรม

3. ราคา (Price) มูลค่าของสินค้า การนำเสนอราคาเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีความเหมาะสมต่อมูลค่าของสินค้า ราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมจะดึงดูดลูกค้า ทำให้การซื้อขายเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ในทางกลับกันหากราคาที่แพงกว่าความเหมาะสมจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าช้าลง

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion and Education) สิ่งที่ต้องการสื่อให้ลูกค้าทราบเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง การตลาดจะไม่สำเร็จได้หากขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับลูกค้า การสื่อสารข้อมูลที่ดีจะเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้าได้

5. กระบวนการ (Process) เป็นการให้บริการที่ต้องมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเนื่องจากกระบวนการที่ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ลูกค้าเสียเวลา ลูกค้าได้รับประสบการณ์การให้บริการที่ล่าช้า ทำให้เป็นการยากที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

6. สภาพลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนั้น จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากขึ้น จากการออกแบบตกแต่งสภาพแวดล้อมที่สวยงามสะอาด ดังนั้นหน่วยงานต้องทำการดูแลสภาพลักษณะทางกายภาพให้สวยงามอยู่เสมอ

7. บุคลากร (People) แม้ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการทำงาน แต่การให้บริการหลาย ๆ อย่างยังจำเป็นต้องมีการสื่อสารผ่านบุคคลของหน่วยงาน เริ่มตั้งแต่พนักงานต้อนรับ พนักงานขาย พนักงานผู้ให้บริการ ตลอดระยะเวลาที่ลูกค้าจะได้พบหน่วยงานในการให้บริการต้องทำการอบรมพนักงานให้มีความสามารถในการให้บริการได้อย่างเต็มที่ และรวมไปถึงความมุ่งมั่นในการให้บริการซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการให้บริการลูกค้า

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) กล่าวว่า ตลาดบริการการท่องเที่ยวมีส่วนประกอบเหมือนกับสินค้าทั่วไป คือ ผู้ผลิต และผู้ซื้อ แต่อาจมีรายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป ดังนี้

1. ผู้ผลิต ทำหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวหลายกลุ่ม เช่น
 - 1.1 ด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล
 - 1.2 ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร
 - 1.3 ด้านการนำเที่ยว เช่น บริษัททัวร์นำเที่ยวต่าง ๆ
 - 1.4 ด้านการขนส่ง เช่น รถทัวร์ รถไฟ อากาศยาน
 - 1.5 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น อุทยานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์
 - 1.6 ด้านสินค้าของที่ระลึก เช่น ของที่ระลึกจากชุมชนท้องถิ่น
2. สินค้า คือ กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ สำหรับการบริการท่องเที่ยวที่จะต้องอาศัยผู้ผลิตหลายภาคส่วนด้วยกันทั้งภายในและภายนอกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้บริโภคจึงจะสามารถได้รับสินค้าและบริการที่ครบถ้วน ซึ่งสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย
 - 2.1 สิ่งอำนวยความสะดวก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว
 - 2.1.1 โครงสร้างพื้นฐาน คือ ปัจจัยพื้นฐานทุกด้าน เช่น การคมนาคม การไฟฟ้า ประปา การติดต่อสื่อสาร ท่าอากาศยาน
 - 2.1.2 โครงสร้างพิเศษ คือ ปัจจัยที่เพิ่มความสะดวกสบายและมีให้เลือกซื้อหลากหลาย เช่น ที่พัก ศูนย์การค้า สถานบันเทิง ร้านอาหาร
 - 2.2 สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อ เช่น ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลประเพณีต่าง ๆ

3. ผู้ซื้อ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผู้ซื้อ 2 ประเภท ได้แก่

3.1 ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ซื้อรายบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายทั่วไป ที่สามารถตัดสินใจซื้อบริการและจัดการเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง หรือผ่านบริษัทนำเที่ยว

3.2 ผู้ซื้อประเภทองค์กร (Organizational Marketing) คือ กลุ่มผู้ซื้อที่ไม่ได้ซื้อบริการเพื่อตนเอง กลุ่มนี้มีสิทธิ์ในการตัดสินใจและจัดการซื้อให้บุคคลอื่น ได้แก่ กลุ่มผู้จัดประชุมสัมมนา กลุ่มจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงานหรือตัวแทนการขาย ผู้ซื้อกลุ่มนี้มีจำนวนไม่มาก แต่มีกำลังซื้อที่สูง เช่น โรงแรมเป็นผู้ผลิตห้องพักมีสถานที่สำหรับพักผ่อนแก่นักท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ที่เป็นผู้ซื้อ ถ้าบริษัททัวร์มีลูกค้าตลอดทั้งปี บริษัททัวร์ก็สามารถต่อรองการซื้อหรือขายได้สูงกว่าและมีสิทธิพิเศษได้มากกว่าบริษัททัวร์อื่น ๆ

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (2005) กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้มีปัจจัยเพิ่ม 3 ประการ ได้แก่ กระบวนการให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมาเหมาะสมสำหรับธุรกิจให้บริการนำมาใช้ จะต้องมีการเปลี่ยนปัจจัยต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสภาพตลาดที่แตกต่างกัน โดยที่องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่น่าเสนอให้แก่ตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค และต้องมีคุณค่า (Value) และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคคาดหวัง (Expected Product) หรือเกินคาดหวัง เพื่อให้เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่ตัวตนก็ได้ แต่ต้องประกอบไปด้วยสินค้า บริการ ความคิด องค์กร หรือบุคคล

2. ราคา (Price) คือ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงินที่เกิดขึ้นมาจากผลิตภัณฑ์ เป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการซื้อสินค้า หรือบริการ รวมถึงพยายามใช้ความคิด และพฤติกรรมจะต้องมีความพร้อมในราคาของสินค้า ดังนั้นราคาจึงเป็นตัวที่จะกำหนดในการเลือกซื้อสินค้า และมีอิทธิพลต่อความสามารถในการสร้างกำไรของผลิตภัณฑ์

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือกระบวนการในการที่จะนำสินค้าไปสู่ตลาดหรือถึงมือผู้บริโภค โดยพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งและองค์กรต่าง ๆ ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ หมายถึงโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และการบริการจากองค์กรไปยังตลาดหรือผู้บริโภค ให้เป็นที่พึงพอใจและเกิดความประทับใจของลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้บริโภคกับผู้ขาย เพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกันและพฤติกรรมที่ซื้อที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่นำไปเสนอขาย ซึ่งการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา เพื่อสร้างภาพจน์ที่ตีระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้เกิดการขายได้อย่างรวดเร็ว

4.2 การส่งเสริมการขาย เป็นการซื้อข่าวสารที่จะนำลูกค้าไปสู่ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าแก่ลูกค้า ประกอบด้วยเครื่องมือ เช่น คุปอง ส่วนลด การแจก แรแถม

4.3 การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่ เป็นการดำเนินการของบริษัทที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ขอบหลักเลื่องพนักงานขายหรือโฆษณา เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริการและผลิตภัณฑ์

4.4 การขายโดยพนักงาน คือ การอาศัยบุคคลในการเป็นผู้แจ้งข่าวสารเพื่อสร้างความนิยมชมชอบ ความเชื่อ การตัดสินใจ และปฏิกิริยาเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

4.5 การตลาดโดยตรง คือ การส่งข่าวสารสู่บุคคลอย่างรวดเร็วผ่านเครื่องมือในหลายรูปแบบ เช่น จดหมาย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์

5. พนักงานผู้ให้บริการ (People) คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่รวมถึงผู้บริโภค บุคลากรที่จำหน่ายหรือบุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย โดยบุคลากรที่ให้บริการนั้นจำเป็นต้องมีการคัดเลือก ให้การฝึกอบรม และมีสิ่งดึงดูดใจให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและมีความต่างจากคู่แข่ง

6. กระบวนการให้บริการ (Process) คือ ขั้นตอนการจัดจำหน่ายบริการและผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีความเร็ว ถูกต้องเป็นที่ประทับใจ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค โดยเป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการและผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ การแสดงให้เห็นคุณภาพลักษณะของการบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็น เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมขององค์กร การออกแบบตกแต่งองค์กร การแบ่งฝ่ายงานหรือแผนกขององค์กร รวมถึงอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่จะสามารถดึงดูดผู้บริโภค และเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าหรือภาพลักษณ์ที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ภาควิชาการบริการนั้นจะต้องมีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างออกไปจากสินค้าโดยทั่วไป เนื่องจากภาควิชาการบริการนั้นจะเน้นถึงบุคลากร เช่น เจ้าหน้าที่หรือพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนนี้เป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ส่วนประสมทางการตลาดของภาควิชาการบริการจึงประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ

1. ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ เพราะไม่มีตัวตน (Intangible Product) เช่น ความสะอาดสบาย ความรวดเร็ว ความสบายใจ เป็นต้น การบริการจะเน้นคุณภาพเหมือนสินค้าแต่คุณภาพของการบริการมาจากองค์ประกอบอื่น ๆ ประกอบกัน เช่น ความสวยงามของสถานที่ พนักงานมีอัธยาศัยดี ความรวดเร็วในการบริการ

2. ราคา (Price) ราคาเป็นตัวกำหนดรายได้ของกิจการ การตั้งราคาที่สูงนำมาซึ่งรายได้สูง การต่ำราคาที่ทำให้อำนาจการมีรายได้น้อยไปด้วย แต่อย่างไรก็ตามหากกิจการตั้งราคาที่สูงแต่การบริการได้ไม่ดีกว่าคู่แข่งอาจทำให้เสียลูกค้าได้ การตั้งราคาที่ต่ำกว่าอาจนำไปสู่การแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรง ทำให้ราคาสินค้าตกลงได้ ในมุมมองของลูกค้าราคาก็เป็นสิ่งสำคัญมากในการตัดสินใจซื้อบริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การบริการสามารถผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 แบบ คือ

3.1 การให้บริการผ่านหน้าร้าน

3.2 การให้บริการถึงบ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน

3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ผ่านทางการให้ข้อมูล เพื่อสร้างทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมการซื้อ (Behavior) หรือหมายถึงเครื่องมือที่ใช้เพื่อการแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจ

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการเสนอขายโดยไม่ใช้บุคคล การโฆษณาจะเกี่ยวกับความคิด (Idea) สินค้า (Goods) บริการ (Service)

4.1.1 การโฆษณาต่อชุมชน (Public Presentation) การโฆษณารูปแบบนี้จะต้องให้ข้อมูลที่มีความถูกต้องเนื่องจากต้องติดต่อคนจำนวนมาก

4.1.2 การเผยแพร่ข่าวสาร (Pervasiveness) การโฆษณารูปแบบนี้ผู้ขายจะเป็นผู้เสนอข้อมูลซ้ำ ๆ เพื่อให้ผู้ซื้อยอมรับและเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่ง

4.1.3 การแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง (Amplified Expressiveness) การโฆษณารูปแบบนี้จะแสดงออกทางรูปภาพ เสียง สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท

4.1.4 ความไม่เกี่ยวกับคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ (Impersonality) การโฆษณารูปแบบนี้เป็นการให้ข้อมูลกับคนจำนวนมากแบบไม่เจาะจงกับคนใดคนหนึ่ง

4.2 การขายโดยให้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงแบบเผชิญหน้า ระหว่างผู้ขาย และผู้ซื้อ โดยที่พนักงานขายควรมีคุณสมบัติต่อไปนี้

4.2.1 การเผชิญหน้าระหว่างบุคคล (Personal Confrontation) การให้พนักงานขายสังเกตลักษณะและความต้องการของลูกค้าอย่างใกล้ชิดและสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายได้ทันที เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อ

4.2.2 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี (Cultivation) การให้พนักงานขายสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า

4.2.3 การตอบสนอง (Response) การให้พนักงานขายทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่ามีเงื่อนไข โดยจะต้องยอมรับหรือปฏิเสธ ทำให้ผู้ขายรู้ผลการเสนอขายได้ทันที

4.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของ ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติที่เด่นคือ

4.3.1 เป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) การส่งเสริมการขายทำให้เกิดความตั้งใจและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์

4.3.2 เป็นสิ่งกระตุ้น (Incentive) เป็นการจัดสิ่งที่มีคุณค่าพิเศษที่จะมอบให้ผู้ซื้อ

4.3.3 เป็นการชักจูง (Invitation) เป็นการจูงใจให้เกิดการซื้อ หรือใช้ความพยายามในระยะเวลาที่กำหนด

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคลที่ไม่มีการจ่ายเงินจากองค์กรที่ได้รับผลประโยชน์ ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสาร เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพพจน์ที่ดี

4.5 การตลาด (Direct Marketing) วิธีการที่ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงและสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตอบกลับ

5. พนักงาน (People) ประกอบด้วย บุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ ซึ่งรวมตั้งแต่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมด มีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจ หน้าที่ความรับผิดชอบของคนทุกระดับ ดังนั้นผู้บริหารควรบริหารพนักงานส่วนหน้าและส่วนหลัง และบริหารให้พนักงานมีประสิทธิภาพ ดังนี้

5.1 กำหนดงานอย่างชัดเจน ผู้บริหารต้องกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบระหว่างพนักงานส่วนหน้าและพนักงานส่วนหลังอย่างชัดเจน เช่น การติดต่อลูกค้า หากพบว่าลูกค้าหายไปนานไม่มาใช้บริการ ควรเป็นหน้าที่ใครที่จะต้องติดต่อกลับไปหาลูกค้า ซึ่งการแบ่งหน้าที่ชัดเจนเป็นสิ่งที่ต้องทำเป็นสิ่งแรก ทั้งนี้ความชัดเจนและความยากง่าย ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ โครงสร้างองค์กร และความซับซ้อนของฐานลูกค้า และต้องมีการทบทวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

5.2 การสร้างกระบวนการทำงานที่สั้น กระชับและมีประสิทธิภาพ การกำหนดบทบาทการทำงาน ย่อมทำให้บทบาทและหน้าที่ของพนักงานที่แบ่งไว้มีความชัดเจนมากขึ้น กระบวนการการทำงานที่เหมาะสมจะช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างไม่สับสน และทำให้การบริการมีคุณภาพ ทั้งนี้ผู้บริหารจะต้องปรับกระบวนการให้บริการโดยอาจเปลี่ยนทุก 3 เดือน 6 เดือน หรือทุกปี ตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปและตามสถานการณ์การแข่งขัน

5.3 เน้นการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน การดำเนินการใด ๆ ที่มีผลต่อพนักงานทั้งสองส่วนต้องมีตัวแทนจากทุกฝ่าย เข้าร่วมประชุมเพื่อทราบประเด็นความเห็น ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ข้อดีข้อเสียของการดำเนินการนั้น หลังจากนั้นต้องมีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนได้รับทราบ แต่สิ่งที่พบคือ ธุรกิจไม่ค่อยใส่ใจในเรื่องนี้ทำให้พบปัญหาในการให้บริการที่พนักงานรับข้อมูลไม่เท่ากัน สิ่งหนึ่งที่ธุรกิจควรลงทุน คือ พัฒนาระบบข้อมูลอินเทอร์เน็ต เพื่อให้พนักงานทุกคนรับทราบข้อมูลที่ตรงกัน

5.4 ส่งเสริมกิจกรรมร่วมกัน การสร้างกิจกรรมร่วมกันเป็นปัจจัยให้พนักงานทั้งสองส่วนทำงานร่วมกันได้ดี เนื่องจากกำแพงความเป็นฝ่ายเป็นแผนกได้พังลง ผู้บริหารควรสร้างกิจกรรม เช่น การอบรมร่วมกัน การนำปัญหาการให้บริการลูกค้ามาหาสาเหตุร่วมกัน และหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน ทำให้ทั้งสองส่วนมีโอกาสเรียนรู้งานร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้าใจมากขึ้น

5.5 การสลับเปลี่ยนงานกันทำ หากการส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกันแล้ว ปัญหาการประสานงานของพนักงานยังเกิดอยู่ ผู้บริหารควรดำเนินการให้พนักงานทั้งสองส่วนสลับเปลี่ยนการทำงานกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจงานในแต่ละส่วนมากขึ้น

6. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกด้านเพราะต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไป จะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ อาคารของธุรกิจ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ แบบฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพการให้บริการ หรือเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ

Stanton & Futrell (1987) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง แผนในการปฏิบัติงานที่องค์กรได้กำหนดขึ้น เพื่อให้ให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรได้ปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดขึ้นมา

จากการศึกษาความหมายส่วนประสมทางการตลาด สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในสร้างความสมดุลของระบบทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดได้พัฒนามาจากส่วนประสมทางการตลาดที่มีปัจจัย 4 ด้าน (4Ps) พัฒนาเป็นปัจจัย 7 ด้าน (7Ps) เพื่อใช้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถสร้างความสมดุลทางการตลาดโดย 7Ps ประกอบด้วย 1.ด้านราคา 2.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3.ด้านผลิตภัณฑ์ 4.ด้านส่งเสริมการขายและโปรโมชั่น 5.ด้านกระบวนการ 6.ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7.ด้านบุคลากร โดยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps นี้ เป็นสิ่งที่ใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน โดยที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องใช้กระตุ้นและใช้เป็นแนวทางการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจและมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มี

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

ความสำคัญและความเป็นมา

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งถือเป็นรัฐธรรมนูญ ฉบับประชาชน นั้น ได้มีการเพิ่มเติมหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจระดับต่าง ๆ ของรัฐให้เด่นชัด และย้ำไว้เป็นพิเศษในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม (สภาร่างรัฐธรรมนูญ. 2540: 85) การมีส่วนร่วมของประชาชนตามรัฐธรรมนูญมีความสำคัญ คือ

1) ข้อบัญญัติในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนมีอยู่ในหลาย ๆ ส่วน เช่น ในหมวดที่ 3 ที่ว่าด้วยสิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย ได้บัญญัติเกี่ยวกับสิทธิของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม ในมาตราที่ 46, 59 และ 60 ดังนี้

(1) มาตรา 46 บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่น ย่อมมีสิทธิอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ

(2) มาตรา 59 บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูล คำชี้แจงและเหตุผลจากหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการท้องถิ่น ก่อนการอนุญาตหรือการดำเนินโครงการ

หรือกิจกรรมใดที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพและสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นที่เกี่ยวกับตนหรือชุมชนท้องถิ่น และมีสิทธิแสดงความคิดเห็นของตนในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ ตามกระบวนการรับฟังความเห็นของประชาชนที่กฎหมายบัญญัติ

(3) มาตรา 60 บุคคลย่อมมีสิทธิ มีส่วนร่วม ในกระบวนการพิจารณาเจ้าหน้าที่ของรัฐในการปฏิบัติราชการทางปกครองอันมีผล หรืออาจมีผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของตน ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

2) หมวด 4 ที่ว่าด้วยหน้าที่ของชนชาวไทย ได้กำหนดหน้าที่ของบุคคลในมาตรา 69 ให้มีหน้าที่ป้องกันประเทศ รับราชการทหาร เสียภาษีอากรช่วยเหลือราชการ รับการศึกษา อบรม พินิจปกป้องและสืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาติภูมิปัญญาท้องถิ่น และอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

3) หมวด 5 เกี่ยวกับนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ ในมาตราที่ 79 ว่ารัฐต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสงวนบำรุงรักษาและใช้ประโยชน์นั้นจากทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพอย่างสมดุล รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมบำรุงรักษาคุ่มครองคุณภาพสิ่งแวดล้อม ตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดจนควบคุม และกำจัดภาวะมลพิษที่มีผลต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน

สรุปได้ว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างแท้จริง

โกวิท พวงงาม (2546) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการบริหารงานของรัฐ ตามพระราชบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ซึ่งรัฐบาลต้องถือปฏิบัติ สามารถสรุปมาตราสำคัญ ๆ ที่เกี่ยวกับการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเป็นต้นว่า

มาตรา 43 บัญญัติเกี่ยวกับ “การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองท้องถิ่นในการจัดการศึกษาอบรมของรัฐ”

มาตรา 46 บัญญัติเกี่ยวกับ “การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดบำรุงรักษาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม”

มาตรา 52 บัญญัติเกี่ยวกับ “การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองท้องถิ่นในการบริการทางสาธารณสุข”

มาตรา 56 บัญญัติเกี่ยวกับ “สิทธิของบุคคลที่จะมีส่วนร่วมกับรัฐและชุมชนในการบำรุงรักษาและการได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งคุณภาพสิ่งแวดล้อม”

มาตรา 59 บัญญัติเกี่ยวกับ “สิทธิของบุคคลที่จะได้รับข้อมูลและคำชี้แจงจากหน่วยราชการหรือหน่วยงานของรัฐก่อนการอนุญาตหรือการดำเนินโครงการที่กระทบต่อชุมชนท้องถิ่น”

มาตรา 78 บัญญัติเกี่ยวกับ “การกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเอง รวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น”

มาตรา 79 บัญญัติเกี่ยวกับ “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบำรุงรักษาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและคุ้มครองคุณภาพสิ่งแวดล้อม”

มาตรา 282 ถึง มาตรา 290 บัญญัติเกี่ยวกับ “การปกครองท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองท้องถิ่น ซึ่งเป็นการวางแนวทางการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองท้องถิ่นทุกประการ ทั้งในการกำหนดนโยบายการปกครอง การบริหารงานบุคคล การเงิน การคลัง และการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งให้อำนาจหน้าที่เพิ่มขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีความเป็นอิสระตามหลักแห่งการปกครองตนเอง โดยเฉพาะการให้มีกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญที่วางรากฐาน และเป็นแนวทางการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น”

ความจำเป็นในการเร่งกระตุ้นให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม

ความจำเป็นในการเร่งกระตุ้นให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาต่าง ๆ ได้กำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งได้ปรับเปลี่ยนแนวการพัฒนาโดยหันมายึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 และยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม

ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มีทั้งหมด 10 ยุทธศาสตร์ โดยมี 6 ยุทธศาสตร์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และอีก 4 ยุทธศาสตร์ที่เป็นปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

1. การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
2. การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
3. การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
4. การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
5. การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่ง
6. การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมา

ภิบาลในสังคมไทย

7. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
8. การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
9. การพัฒนาภาค เมือง และพื้นฐานเศรษฐกิจ
10. ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้ทราบว่า ภาครัฐบาลต้องกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเป็นกระบวนการและต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายที่การพึ่งพาตนเองได้ด้วยตัวของประชาชนในชุมชนนั้น ๆ องค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นจะต้องมีองค์ประกอบ 3 ประการที่สำคัญ คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ ระบบการทำงานที่เอื้ออำนวย และตัวแทนประชาชน

ความหมายของการมีส่วนร่วม

คำจำกัดความตอนหนึ่งของการมีส่วนร่วมที่ได้ถูกพัฒนาโดย United Nations ซึ่งได้ถูกคิดขึ้นโดยกลุ่มของผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการแต่งตั้งเพื่อหารือเกี่ยวกับระดับการดำเนินการของชุมชนในการวางแผนประชากร พวกเขาได้นิยามการมีส่วนร่วมว่าเป็น “การสร้างโอกาสเพื่อให้สมาชิกทั้งหมดของชุมชนและสังคมที่ใหญ่ขึ้นที่จะนำไปสู่และมีอิทธิพลต่อกระบวนการพัฒนาและเพื่อแบ่งปันอย่างเท่าเทียมกันในผลลัพธ์ของการพัฒนา” (Midgley, 1986 : 24) คำจำกัดความของ The International Planned Parenthood Federation (Mark, 2011 : 21) คือ

ขั้นตอนการศึกษาและเสริมสร้างศักยภาพในตัวบุคคลและหุ้นส่วนกับผู้ที่สามารถให้ความช่วยเหลือพวกเขา ด้านการระบุปัญหาและความต้องการและความรับผิดชอบในตัวเองเพิ่มขึ้นในการวางแผน จัดการ ควบคุม และประเมินการกระทำของกลุ่มที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าเป็นสิ่งจำเป็น

วิธีการเชิงชุมชน (Community Approach) มีจุดประสงค์หลักเพื่อที่จะทำอย่างไรที่จะกระจายผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนให้ได้มากที่สุด และต้องก่อให้เกิดการสนับสนุนจากคนในชุมชนด้วย การท่องเที่ยวจะมีศักยภาพทางสังคมและเศรษฐกิจมากถ้ามีการปรับแผนการท่องเที่ยวจากลักษณะเชิงธุรกิจอย่างเดียวไปสู่ลักษณะการเปิดกว้างสู่ชุมชนมากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเน้นใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเป็นจุดขาย การจัดการแหล่งทรัพยากรจึงเป็นเป้าหมายเพื่อสมบัติของชุมชนและคนรุ่นต่อไป ดังนั้นการศึกษานี้จึงเกี่ยวข้องกับชุมชนทั้งทางด้านนิเวศวิทยา มนุษย์ และธุรกิจ โดยได้ให้หลักการศึกษาไว้ 4 อย่าง คือ

1. สิ่งแวดล้อมและการเข้าถึง เนื่องจากการท่องเที่ยวเน้นเกี่ยวข้องอยู่บนพื้นฐานของแหล่งธรรมชาติ และหนทางที่จะน่านักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

2. ธุรกิจและเศรษฐกิจ ทำให้การท่องเที่ยวอยู่ได้

3. สังคมและวัฒนธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นย่อมเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะเรื่องของวัฒนธรรมที่จะต้องรักษาไว้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ดังนั้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวย่อมมีความสำคัญเช่นกัน

4. การจัดการ เป็นสิ่งที่บอกว่าควรทำอย่างไรในอนาคตต่อไปวิธีการเชิงนิเวศวิทยา (Ecological Approach) กล่าวคือ ระบบนิเวศ (Ecosystem) คือพื้นที่ธรรมชาติที่ประกอบด้วยสิ่งมีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิตที่มีปฏิสัมพันธ์ในการผลิตและแลกเปลี่ยนสารระหว่างซึ่งกันและกัน

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2537, น.17) ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการ ควบคุมการใช้ การกระจายทรัพยากร และปัจจัยการผลิตในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพตามความจำเป็นอย่าง สมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคม ซึ่งในการมีส่วนร่วมนั้นประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดวิถีชีวิตของตนอย่างเป็นตัวของตัวเอง

อรพินท์ ศรีวิเชียร (2552) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) คือ การสื่อสารสองทางซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ การร่วม ดำเนินการ และการรับผลประโยชน์ โดยองค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับแผนงานหรือโครงการ พัฒนาต่าง ๆ ต้องมีการให้ข้อมูลต่อสาธารณชนอย่างตรงไปตรงมาและเปิดเผย เปิดโอกาสให้ ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นตอบกลับมาเพื่อนำไปประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมต้องมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย มีกิจกรรมเป้าหมายและมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการหรือ ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะเริ่มจากกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ในการมี ส่วนร่วม จากนั้นจะนำไปสู่การกำหนดวิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มที่มีส่วนได้เสีย

อรัญญ์ กักพล (2551) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ประชาชน เข้าไปร่วมกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนร่วมอย่างแท้จริง ทั้งนี้ ต้องอยู่บนพื้นฐานของการที่ประชาชนจะต้องมีอิสระในทางความคิด มีความรู้ ความสามารถในการ กระทำและมีความเต็มใจที่จะเข้าไปร่วมกิจกรรมนั้น ๆ โดยที่การมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมี ลักษณะการเข้าร่วมอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นจนถึงที่สุด กล่าวคือ เริ่มตั้งแต่การเกิดจิตสำนึกในตนเอง และถือเป็นภาระหน้าที่ของตน ร่วมคิดร่วมกันวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมกันติดตามประเมินผลร่วม รับผลประโยชน์

สุลาพร สุขชี (2554) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งประชาชนในที่นี้ หมายถึง คนในชุมชนท้องถิ่น ไว้ดังนี้

1. การพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมช่วยเหลือโดยสมัครใจ โดยที่ประชาชนต่อโครงการใด โครงการหนึ่งของโครงการสาธารณะต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการพัฒนาชาติ แต่ไม่ได้หวังว่าจะให้ ประชาชนเปลี่ยนแปลงโครงการ หรือเนื้อหาของโครงการ
2. การให้ประชาชนในชนบทรู้สึกตื่นตัว เพื่อที่จะรับทราบถึงการรับความช่วยเหลือ และตอบสนองต่อโครงการพัฒนา ขณะเดียวกันก็สนับสนุนความคิดริเริ่มของคนในท้องถิ่น

3. การให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการดำเนินโครงการ และร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนา นอกจากนี้ยังรวมกับความพยายามที่จะประเมินผลโครงการนั้น ๆ ด้วย

4. การที่ประชาชนมีทั้งสิทธิและหน้าที่ในการเข้าร่วมในการแก้ปัญหาของสุขภาพของตนเอง มีความรับผิดชอบที่จะสำรวจตรวจสอบความจำเป็นเรื่องสุขภาพอนามัย การระดมทรัพยากรท้องถิ่น และเสนอแนะแนวทางแก้ไขใหม่

5. จะต้องเป็นกระบวนการดำเนินงานอย่างเข้มแข็ง ซึ่งหมายถึงบุคคลหรือกลุ่มที่มีส่วนร่วมนั้นได้จะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่ม ได้มุ่งใช้ความพยายาม ตลอดจนความเป็นตัวของตัวเองที่จะดำเนินงานตามความคิด

6. ความพยายามโดยได้มาซึ่งกระบวนการจัดการที่จะเพิ่มความสามารถในการจัดการทรัพยากรและควบคุมระเบียบในสถาบันต่าง ๆ ในสภาพสังคมนั้น

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553) กล่าวว่า แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่เน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังและต้องเป็นการขับเคลื่อนโดยชุมชนอย่างแท้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดการเปลี่ยนแปลงและเติบโตไปในทิศทางที่ชุมชนพึงพอใจ

เกื้อกูล ปุฒิผาม (2557) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ การร่วมมือหาทางเลือกที่เหมาะสมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ในการนี้รวมถึงการร่วมในการตัดสินใจ การร่วมในการดำเนินการ การร่วมในการรับผลประโยชน์ และการร่วมในการประเมินผล

จากความหมายของการมีส่วนร่วมข้างบนผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่ประชาชนภายในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความคิดร่วมปฏิบัติร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผลด้วยกัน อย่างมีอิสระเสรี โดยใช้ความชำนาญร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ของประชาชนในชุมชนเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมืออันดีระหว่างหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและชุมชน เพื่อที่ส่งผลให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ที่ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนการมีส่วนร่วม

อรรถัย กิกพล (2549) กล่าวว่า การที่ประชาชนเข้าไปร่วมกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวมอย่างแท้จริงนั้น ประชาชนต้องมีอิสระในทางความคิด ความรู้ความสามารถในการกระทำ และมีความเต็มใจที่จะเข้าร่วมต่อกิจกรรมนั้น ๆ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีลักษณะหรือขั้นตอนการเข้าร่วมอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุด ดังนี้

1. เริ่มจากการสร้างจิตสำนึกในตนเอง และถือเป็นภาระหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือชุมชนที่ตนเองอยู่

2. ร่วมคิดด้วยกันว่าอะไรที่เป็นปัญหาของชุมชน มีปัญหาและสาเหตุอย่างไรแล้ว จัดลำดับความสำคัญก่อนหลังของปัญหานั้น ๆ

3. ร่วมกันวางแผนการดำเนินงานว่าจะจัดกิจกรรมหรือโครงการอะไร จะแบ่งงานกันอย่างไรใช้งบประมาณมากน้อยเพียงใด จะจัดหางบประมาณมาจากไหน และใครจะเป็นคนดูแล

4. ร่วมดำเนินการ ประชาชนจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจ เต็มกำลัง ความรู้ ความสามารถของตน

5. ร่วมกันติดตามประเมินผล ตลอดเวลาที่ทำงานร่วมกัน ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการตรวจสอบถึงปัญหาอุปสรรค และร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อให้งานดังกล่าวสำเร็จตามวัตถุประสงค์

6. ร่วมรับผลประโยชน์ ประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชนแล้วย่อมที่จะได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน อาจจะไม่จำเป็นที่จะต้องอยู่ในรูปของเงิน สิ่งของวัตถุ แต่อาจเป็นความสุข ความพอใจในสภาพที่ดีขึ้น

จิตติอลิษา ใจเพียร (2556) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาถึงกระบวนการมีส่วนร่วมสามารถแบ่งกระบวนการมีส่วนร่วมเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1.การมีส่วนร่วมในการวางแผน 2.การปฏิบัติการหรือการดำเนินการ 3.การจัดสรรผลประโยชน์ร่วมกัน และ 4.การติดตามประเมินผลกิจกรรมหรือโครงการที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งผลจากการประเมินในขั้นตอนสุดท้าย สามารถนำกลับไปพิจารณาในขั้นตอนของการวางแผนระยะต่อไป เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาที่พบหรือนำผลที่ดีอยู่แล้วไปพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป

รูปแบบการมีส่วนร่วม

องค์การอนามัยโลกนำเสนอรูปแบบการมีส่วนร่วมที่สมบูรณ์มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผน ประชาชนจะต้องวิเคราะห์สิ่งที่เป็นปัญหา จัดลำดับสิ่งสำคัญ ตั้งเป้าหมายการใช้ทรัพยากร กำหนดรูปแบบการติดตามประเมินผล และการตัดสินใจ

2. การดำเนินกิจกรรม ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารและการจัดสรรงบประมาณ

3. การใช้ประโยชน์ คนในชุมชนต้องสามารถนำเอากิจกรรมใหม่ ๆ มาทำให้เกิดประโยชน์ในพื้นที่ ซึ่งการเพิ่มระดับการพึ่งตนเอง และการควบคุมทางสังคม

4. การได้รับประโยชน์ ประชาชนจะต้องมีการแบ่งผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน ไม่มีการลำเอียงกับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

สุลาพร สุขชี (2554) ได้แยกขั้นตอนที่ประชาชนควรมีส่วนร่วมไว้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการค้นปัญหาและสาเหตุของปัญหาของชาวชนบท

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติตาม

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

อารีย์ นัยพินิจ และฐิรัชญา มณีเนตร (2555) กล่าวถึงรูปแบบในการมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่นมาก ซึ่งจะบ่งบอกถึงลักษณะการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนตามรูปแบบต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิด โดยการเสนอความคิดเห็นร่วมกับชุมชนหรือเทศบาล เพื่อหาวิธีการจัดการท่องเที่ยว ตลอดจนการเสนอแนะแนวทางวิธีการ และการวางแผนในการอนุรักษ์ และปรับปรุงพัฒนาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน โดยการมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินการท่องเที่ยวร่วมวางแผนการใช้ประโยชน์ทรัพยากรดิน น้ำ ป่าไม้ ในพื้นที่

3. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำแผน/โครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยว

4. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานตามแผน โดยมีการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งการร่วมบูรณะ ซ่อมแซม และร่วมกิจกรรมรณรงค์รักษาความสะอาด ความสวยงาม และความเป็นระเบียบเรียบร้อยในชุมชน

5. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล โดยมีการติดตามหรือประสานงานให้ส่วนราชการหรือองค์กรต่าง ๆ เร่งดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวตามแผนงานต่อไป และการให้ความสนใจติดตามสถานการณ์สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม

6. การมีส่วนร่วมในการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารในการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตนจากสื่อต่าง ๆ ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายติดประกาศ ป้ายโฆษณา

7. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการได้รับผลประโยชน์ตอบแทน โดยการมีส่วนร่วมของสถานศึกษาในท้องถิ่น การลงทุนประกอบกิจการร้านค้า การจำหน่ายสินค้า การเข้าร่วมกิจกรรมงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ และได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยว

ระดับการมีส่วนร่วม

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552 : 94) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นนั้นเป็นเทคนิคที่สำคัญในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างการยอมรับและยึดมั่นในหลักการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับท้องถิ่น ต้องร่วมกันสร้างกลไกที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในการจัดการ

การท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาประกอบด้วย

1. ร่วมกันวางแผน โดยร่วมกันคิดวางแผนการจัดเตรียมความพร้อมและสิ่ง
2. อำนวย

ความสะดวกในชุมชน ร่วมประชุม เสนอแนะและให้ความเห็นต่อแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมกันบริหารจัดการและแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ ร่วมกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ อย่างได้มาตรฐานและร่วมจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อป้องกันความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว

3. ร่วมปฏิบัติตามแผน ประชาชนในท้องถิ่นต้องร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ที่วางไว้ตามแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนที่วางไว้

4. ร่วมกันใช้ประโยชน์ ประชาชนในท้องถิ่นมีสิทธิ์ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่น ด้วยความตระหนักและห่วงแหน จึงต้องแบ่งปันผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและทั่วถึง เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ อันจะกระตุ้นให้กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน

5. ร่วมติดตามและประเมินผล ซึ่งเป็นการตรวจสอบและควบคุมให้การดำเนินงาน บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้หากพบปัญหาหรืออุปสรรคก็สามารถแก้ไขได้ทันที่ ซึ่งขั้นตอนนี้อาจพบการใหม่ ๆ ที่เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไปได้

6. ร่วมบำรุงรักษา เมื่อมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว จะต้องร่วมกันบำรุงรักษา เพื่อให้คงอยู่ในสภาพสมบูรณ์ สามารถรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่อไป

Pretty (1995) แบ่งระดับการมีส่วนร่วมออกเป็น 7 ระดับ

1. การมีส่วนร่วมแบบถูกควบคุมซึ่งไร้อำนาจ (Manipulative Participation) การมีส่วนร่วมเพียงแค่การปรากฏตัว เช่น การได้รับการแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการโครงการแต่ไม่มีอำนาจใด ๆ

2. การมีส่วนร่วมแบบนิ่งเฉย (Passive Participation) ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้การตัดสินใจของหน่วยงานหรือองค์กร ข้อมูลอยู่ที่ผู้เชี่ยวชาญภายนอก อำนาจและการควบคุมอยู่ที่บุคคลภายนอกพื้นที่

3. การมีส่วนร่วมในการให้คำปรึกษา (Participation by Consultation) ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้คำปรึกษาหรือตอบคำถามและให้ข้อมูลต่าง ๆ แต่ไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ

4. การมีส่วนร่วมโดยมีสิ่งแลกเปลี่ยน (Participation for Material Incentive) ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการสนับสนุนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น แรงงาน หรือการให้พื้นที่ที่ได้รับสิ่งตอบแทน เช่น เงิน อาหาร เป็นต้น

5. การมีส่วนร่วมตามหน้าที่ (Function Participation) เมื่อหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกต้องการให้ประชาชนมีส่วนร่วมเพื่อให้การดำเนินงานทำได้ง่าย ประหยัดมากขึ้น ประชาชนอาจมีส่วนร่วมโดยการรวมกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า แต่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากนัก

6. การมีส่วนร่วมแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Participation) ประชาชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ การพัฒนาแผนปฏิบัติงาน และก่อตั้งหรือทำให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มในท้องถิ่นหรือสถาบัน เป็นการมีส่วนร่วมตามสิทธิไม่ใช่แต่เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยร่วมกันตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ถือว่ามีส่วนร่วมทั้งในเชิงโครงสร้างการบริหารและการปฏิบัติ

7. การดำเนินการด้วยตนเอง (Self-mobilization) ประชาชนเป็นผู้ริเริ่มโครงการอย่างอิสระ โดยประสานงานผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อขอคำแนะนำหรือความช่วยเหลือที่จำเป็น ประชาชนยังคงเป็นผู้ดูแลและตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ

ลักษณะการมีส่วนร่วม

ประชุม สุวดี (2551) กล่าวถึงลักษณะเงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของบุคคลเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. เป็นบุคคลที่จะต้องมีความสามารถที่จะเข้าร่วม คือ จะต้องเป็นผู้มีศักยภาพที่จะเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จะต้องมีความสามารถในการค้นหาความต้องการ วางแผนการบริหารจัดการ การบริการองค์กรตลอดจนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

2. เป็นบุคคลที่มีความพร้อมที่จะเข้ามามีส่วนร่วม คือ ผู้นั้นจะต้องมีสภาพทางเศรษฐกิจวัฒนธรรม และกายภาพที่เปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมได้

3. เป็นบุคคลที่มีความประสงค์จะเข้าร่วม คือ เป็นผู้ที่มีความเต็มใจสมัครใจที่จะเข้าร่วมเล็งเห็นผลประโยชน์ของการเข้าร่วม จะต้องไม่เป็นการบังคับหรือผลักดันให้เข้าร่วม โดยตนเองไม่ประสงค์จะเข้าร่วม

4. เป็นบุคคลที่ต้องมีความเป็นไปได้ที่จะเข้าร่วม คือ เป็นผู้ที่มีโอกาสที่จะเข้าร่วมซึ่งถือว่าเป็นการกระจายอำนาจให้กับบุคคลในการตัดสินใจ และกำหนดกิจกรรมที่ตนเองต้องการในระดับที่เหมาะสม บุคคลจะต้องมีโอกาสและมีความเป็นไปได้ที่จะจัดการด้วยตนเองสำหรับลักษณะการมีส่วนร่วมของบุคคลโดยทั่วไปแล้ว ยังมีปัจจัยอีกหลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม อาชีพ และรายได้

สุลาพร สุขชี (2554 : 11) แบ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประชาชนเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ประชาชนในชุมชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นขั้นพื้นฐานของชุมชน
2. ประชาชนเป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน
3. ประชาชนเป็นผู้มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้าและการบริการให้สมบูรณ์
4. ประชาชนเป็นผู้ได้รับความพึงพอใจ และเกิดแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

เพชรศรี นนทศิริ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ชุมชนบ้านหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์ ชุมชนบ้านใหม่ร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก และชุมชนบ้านแม่พูล จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำเนินการแบบกระจายอำนาจ ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ด้านการมีส่วนร่วม คนในชุมชนมีส่วนร่วมทั้งในการจัดตั้ง วางแผนและดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม พบแนวโน้มของการรวมอำนาจการตัดสินใจของผู้นำกลุ่ม ซึ่งเป็นสาเหตุของความขัดแย้งระหว่างสมาชิกในบางกลุ่ม นอกจากนี้ ภูมิหลังการก่อตั้งองค์กรพี่เลี้ยงและภาวะความเป็นผู้นำของผู้นำกลุ่ม มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความสำเร็จของกลุ่ม

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนยังมีความขัดแย้งระหว่างสมาชิก ผลมาจากการมีอำนาจตัดสินใจของผู้นำ แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนที่พบ คือ การร่วมในการตัดสินใจ การร่วมในการดำเนินงาน และการร่วมในการรับผลประโยชน์

สุญาพร สัตตระกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2556) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง แนวทางการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลสองแพรก จังหวัดพังงา พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ร้านอาหารที่ไม่เพียงพอ และสถานที่

ท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมถึงโรงแรมที่พัก ห้องสุขา เป็นต้น

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนขนาดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

มัทนี คำสำราญ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก หากจำแนกระดับความคิดเห็นตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ชาวมุสลิมที่มีความแตกต่างกันด้านเพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนชาวมุสลิมที่มีอายุสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา

พิมพ์ลักษณ์ พงศกรรังศิลป์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไครมีศักยภาพทางการจัดการใน 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ศักยภาพทางการบริการและการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ศักยภาพทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและศักยภาพทางการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวตลอดจนการรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งตัวผู้นำชุมชนที่มีการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชน ได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโฆเซิต ไชยประสิทธิ์และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า ที่พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญทรัพยากรธรรมชาติและ การมีส่วนร่วมของชุมชน แต่ในขณะเดียวกันทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ มีความเปราะบางต่อการได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นศักยภาพที่มีความสำคัญในการร่วมดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

ธรรมจักร เล็กบรรจง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยรวมอยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลโดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นพำนักที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน และส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

เพ็ญภา เพ็งประไพ (2558) ที่ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่มาเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการขาย

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยที่สำคัญในการทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

อัจจิมา หนูคง, ไพบุลย์ ดวงจันทร์, ฉันทัส ทองช่วย, และมณฑนา นวลเจริญ. (2559) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง การจัดการพิพิธภัณฑสถานอย่างสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่า หากพิพิธภัณฑสถานบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่ดีต่องานของตน จะทำให้เกิดคุณภาพการบริการเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวและอาจส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวอีกครั้งต่อไป

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่ดีต่องานแล้ว จะทำให้การบริการเกิดคุณภาพคุณภาพการบริการเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีกครั้งต่อไป

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ, ทรงวิทย์ เจริญกิจธนลาภ และธารณี นวสนธิ (2560) ได้ศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนอโยธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา พบว่า การท่องเที่ยวตามข้อมูลพื้นฐานของชุมชนอโยธยามีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวมีศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีกระบวนการศึกษาการมีส่วนร่วม 5 องค์ประกอบ คือ ด้านความภาคภูมิใจต่อชุมชนและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ประชาชนมีความภาคภูมิใจในแหล่งท่องเที่ยวเพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดเศรษฐกิจที่มั่นคงภายในชุมชนประชาชนทุกคนจึงมีหน้าที่สอดส่องดูแลความเรียบร้อยในชุมชน

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ศักยภาพที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว คือ ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

รจิต คงหาญ (2560) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการธุรกิจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงอายุ เขตอันดามัน พบว่า ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านสถานที่

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่น้อยที่สุด

ปรีดี ปลื้มสำราญกิจ และฟ้า วิไลขำ (2561) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง พิพิธภัณฑสถานแห่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 พบว่า บุคลากรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานในศตวรรษที่ 21 เพราะบุคลากรสามารถสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวได้

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า บุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนา หากจังหวัดร้อยเอ็ดมีการพัฒนาด้านบุคลากรในการให้บริการด้วยมิตรไมตรีจะทำให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวร้อยเอ็ดอีกครั้ง

ศิริรักษ์ ยาวีราข และคณะ (2561) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่สายป่าเมี่ยง ตำบลโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเป็นมิตร ซึ่งถือเป็นจุดสำคัญของการขาย

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นจุดขายที่สำคัญที่เป็นปัจจัยในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว

กนิษฐา เกิดฤทธิ (2561) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าและบริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนด้านการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด

บุรดา ปัญญารักษ์ และรัชพงศ์ วงศาโรจน์ (2561) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเงินประเพณืท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวเงินประเพณืท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีสถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้ความปลอดภัยในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐวัฒน์ พระงาม (2562) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าในถนนคนเดินจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าในถนนคนเดินจังหวัดพิษณุโลก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์ (2562) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง อิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งพบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวมากกว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะฉะนั้นเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างศักยภาพการท่องเที่ยว

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องถือเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

วีรยา เจริญสุข (2562) ซึ่งได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ศุภพล จันเพชร (2564) ซึ่งได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางยังมีความลำบาก เนื่องจากรถโดยสารสาธารณะยังมีจำนวนไม่เพียงพอ และรอบการให้บริการยังคงน้อยไป รวมไปถึงสภาพการจราจรไม่คล่องตัวทำให้ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมากเกินไป

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความยากลำบาก เนื่องจากรถโดยสารสาธารณะมีจำนวนไม่เพียงพอ และรอบการให้บริการยังคงมีน้อย

ดาวเดือน อินเดชะ, พิมพ์พิศา จันทรมณี และภูติส เหลืองพั่ง (2565) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านใช้วิธีการติดต่อสำรองที่พักในการหาท่องเที่ยวโดยระบบออนไลน์ หรือผ่านทาง social network รองลงมา ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อมาพักผ่อน หลีกหนีความจำเจในชีวิต เยี่ยมญาติ/เพื่อน หรือท่องเที่ยวตามเทศกาลต่าง ๆ เวลาในการมาท่องเที่ยว คือ วันหยุด ลาพักร้อน หยุดเทศกาล ท่านเดินทางมาเที่ยวกับแฟน เพื่อน ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมา ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีผลในทุกด้าน อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทาง social network มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มี

วัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน หลีกหนีความจำเจในชีวิต เยี่ยมญาติ/เพื่อน ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว คือ ช่วงวันหยุด ลาพักร้อน หยุดเทศกาล และมาท่องเที่ยวกับแฟน เพื่อน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยว คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Enoch (1996) ที่ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง เนื้อหาของแพ็คเกจทัวร์ พบว่า นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่พึงพอใจกับรายการนำเที่ยวเพราะรายการนำเที่ยวส่วนใหญ่จะขายเป็นแบบแพ็คเกจเหมารวมทุกรายการ

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า รายการนำเที่ยวส่วนใหญ่ที่ทางบริษัทขายเป็นแบบแพ็คเกจเหมารวมทุกรายการ สร้างความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวบางส่วน

Pike (2008) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง การตลาดปลายทาง: แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้พบว่า คุณลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว คือ การผสมผสานระหว่างประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และการนำเสนอทรัพยากรที่ไม่สามารถจับต้องได้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสามารถในการเขียนรายการนำเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบริษัทนำเที่ยวก็ควรจัดรายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม เมื่อนักท่องเที่ยวอ่านรายการนำเที่ยวแล้วให้เกิดการรับรู้ข้อมูลบางส่วนถึงแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การเขียนรายการนำเที่ยวควรเขียนในเชิงที่นักท่องเที่ยวได้เกิดการรับรู้ข้อมูลบางส่วนเกี่ยวกับสถานที่ที่จะไปเที่ยว

Radisic & Bercec (2010) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง การตลาดการขายเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โรงแรม ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โรงแรมมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่หลากหลายครบครัน ห้องพักรวมมีความสะอาด รวมถึงที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี และผลิตภัณฑ์ของโรงแรมควรมีการปรับปรุงเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักอย่างเต็มที่ การที่โรงแรมจะสามารถประสบความสำเร็จได้นอกจากการทำตลาดภายนอก เช่น การส่งเสริมการขาย โปรโมชันต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลการประกอบการ ทั้งนี้ควรมีการทำการตลาดภายในด้วยเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าพัก เช่น การปรับปรุงผลิตภัณฑ์สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความรู้สึกระทึกใจ และตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักได้ดีที่สุด เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการประยุกต์ให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้เข้าพัก

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความรู้สึกประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อนั้น คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และควรมีการส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น เพื่อที่จะให้บรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้

Ayed & Majed (2012) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศจอร์แดน มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความพึงพอใจกับส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศจอร์แดน ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านสถานที่ (Place) มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ตามลำดับ

Kaur (2014) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง บทบาทและประสิทธิผลของการบริการทางการตลาดในการท่องเที่ยว กรณีศึกษาในประเทศอินเดีย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการ เนื่องจากการส่งเสริมการขายทำให้เกิดการรับรู้และความประทับใจในการมาท่องเที่ยว

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

Alshboul, K (2016) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง การประเมินการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวรอบสถานที่ที่ถูกเสนอขึ้นเป็นมรดกโลกในเมือง Jerash ประเทศจอร์แดน พบว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนท้องถิ่นของ Jerash สนับสนุนการท่องเที่ยวและพวกเขาคิดว่าการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลทางด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับและพัฒนาชุมชนเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการริเริ่มการท่องเที่ยวชุมชนเป็นหนึ่งในทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาความยากจนและการว่างงาน

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล เป็นกระบวนการในการพัฒนาการท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการยกระดับพัฒนาชุมชนเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) คือ เป็นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยเลือกใช้รูปแบบกลยุทธ์ของขั้นตอนการวิจัยแบบผสมด้วยวิธี Sequential exploratory strategy (Cresswell, Clark, Gutmann and Hanson, 2003) เพราะเป็นวิธีที่เหมาะสมในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนและศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัย (Schindler and Burkholder, 2014) และการวิจัยที่มีการศึกษาหลายระยะ โดยให้ผลการวิจัยที่มีลักษณะผสมผสาน (Ivankova, 2014) ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดการกระทำกับข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. นักท่องเที่ยวทั่วไปที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการทำวิจัยนี้ อ้างอิงจากจำนวนนักท่องเที่ยวจากการเก็บสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) ที่มีผู้มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 921,335 คน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 5 แห่ง ประกอบด้วย หอโหวด บึงพลาญชัย พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และให้ความยินยอมในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 480 คน ผู้วิจัยกำหนดค่ากลุ่มตัวอย่างโดย

คำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1967 : 886) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ดังสูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

กำหนดให้ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ ขนาดประชากร
 e คือ ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดเป็น 0.05

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 เลือกพื้นที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้เกณฑ์การเลือกพื้นที่ดังกล่าว จากแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย หอโหวด บึงปลาญชัย พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (จังหวัดร้อยเอ็ด, ทำการสืบค้นเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ.2564)

ทั้งนี้ ได้ทำการกำหนดสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย ตามการเลือกพื้นที่ในการวิจัยข้างต้น ในการศึกษาครั้งนี้ให้ความสำคัญกับสถานที่ทั้ง 5 แห่งแบบเท่าเทียม จึงกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 การกำหนดสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

ลำดับที่	แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	หอโหวด	96
2	บึงปลาญชัย	96
3	พระมหาเจดีย์ชัยมงคล	96
4	ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด	96
5	เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง	96
รวม		480

ขั้นที่ 2 เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบแบบสะดวก (Convenience sampling)
คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเข้าศึกษา (Inclusion criteria) โดยกลุ่มตัวอย่าง
จะได้รับการคัดเลือกดำเนินการตามหลักการวิจัย (พงษ์เดช สารการ, 2565)

1. มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป
2. สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
3. ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมโครงการวิจัย
4. มีสติสัมปชัญญะสมบูรณ์
5. ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion criteria)

1. เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ
 - 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สะดวก ไม่สบายใจ เครียด อึดอัดหรือ ไม่ยินยอม เข้าร่วมใน
การโครงการวิจัย
 - 1.2 ไม่สามารถทำตามกระบวนการทั้งหมดของการวิจัยได้
 - 1.3 ต้องการยกเลิกการเข้าร่วมวิจัยระหว่างดำเนินการ
 - 1.4 มีภาวะเจ็บป่วยกะทันหัน
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย

ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยดำเนินการเลือกด้วยตนเอง เพื่อที่จะได้ข้อมูล
เชิงลึกและตรงประเด็นจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย

 1. ผู้นำชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนเจ้าอาวาส, ผู้ใหญ่บ้าน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล
 2. ตัวแทนภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบด้วย ตัวแทนท่องเที่ยวและกีฬา
จังหวัด และนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวร้อยเอ็ด
 3. ชาวบ้าน ประกอบด้วย ผู้จำหน่ายสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
 4. นักวิชาการ ประกอบด้วย อาจารย์ด้านการท่องเที่ยวในสถาบันการศึกษาที่อยู่ใน
ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposeful Selection) ซึ่งเป็นการเลือกแบบไม่มีโครงสร้างที่เคร่งครัด มีขั้นตอนและวิธีการ
ดำเนินการที่ไม่ซับซ้อน จุดมุ่งหมายหลักของการเลือกตัวอย่างแบบนี้ไม่ใช่เพื่อให้ได้กลุ่มที่เป็นตัวแทน

แต่เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมที่สุดเท่าที่จะได้ สำหรับแนวคิด จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา (ชาย โพธิ์สิตา, 2550) กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมีลักษณะเป็น “Information-rich case” คือ มีข้อมูลให้ศึกษาในระดับลึกได้มาก และสะท้อนความเป็นจริงได้ดีที่สุด จะมีความหมายต่อจุดมุ่งหมายหลักของการศึกษาค้างนี้ เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษามาก

เกณฑ์คัดเข้าของกลุ่มตัวอย่าง

คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเข้าศึกษา (Inclusion criteria) โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับการคัดเลือกดำเนินการตามหลักการวิจัย (พงษ์เดช สารการ, 2565)

1. มีอายุตั้งแต่ 20–70 ปี
2. สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
3. ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมโครงการวิจัย
4. มีสติสัมปชัญญะสมบูรณ์
5. ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion criteria)

เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สะดวก ไม่สบายใจ เครียด อึดอัดหรือ ไม่ยินยอม เข้าร่วมในการโครงการวิจัย
2. ไม่สามารถทำตามกระบวนการทั้งหมดของการวิจัยได้
3. ต้องการยกเลิกการเข้าร่วมวิจัยระหว่างดำเนินการ
4. มีภาวะเจ็บป่วยกะทันหัน
5. ย้ายบ้านออกจากพื้นที่การวิจัยในระหว่างดำเนินการวิจัย

วิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง (Approach to participant)

กระบวนการขอความยินยอม (Informed consent process)

1. ติดต่อหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่เพื่อแจ้งถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย และการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้
2. ติดต่อกลุ่มตัวอย่างโดยตรงในพื้นที่ดำเนินการ
3. ผู้วิจัยได้ยื่นขอหนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการวิจัย และการสนทนากลุ่มกับคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4. กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วม ในงานวิจัยจะได้รับการอธิบายอย่างละเอียดในการเข้าร่วมโครงการวิจัย การขอความยินยอม การรวบรวมข้อมูลและการเสนอข้อมูลจะกระทำอย่างเคารพ ศักดิ์ศรี และความเป็นมนุษย์ของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยมีกระบวนการขอความยินยอม (Informed consent process) ดังนี้

4.1 การให้ข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย (Information Sheet for Research Participant)

4.2 หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย (Informed Consent Form)

5. เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างได้ซักถาม และให้เวลาในการตัดสินใจอย่างพอเพียง ให้เวลาปรึกษาญาติพี่น้อง ครอบครัว เมื่อกลุ่มตัวอย่างสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย ผู้วิจัย/ ผู้ช่วยวิจัยจึงจะขอให้ลงนามในเอกสารแสดงความยินยอม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสังเกตการณ์เพื่อประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Observation) และแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้สำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดและแบบสอบถามปลายเปิด โดยผู้วิจัยอ้างอิงและประยุกต์แบบสอบถามให้เข้ากับงานวิจัยครั้งนี้ โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน มีทั้งหมด 6 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดและให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ตามทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 6W 1H เช่น ลักษณะกิจกรรม วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

เป็นต้น มีทั้งหมด 10 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดและให้เลือกตอบ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด โดยประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีระดับเปรียบเทียบ (Comparison level theory) ของ Latour and Peat (1979) และแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6A ของ Buhalis

(2000) มีทั้งหมด 24 ข้อ และเป็นข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะแสดงถึงระดับความคิดเห็น ตามช่วงคะแนน ดังนี้

กำหนดการให้คะแนน		ระดับความคิดเห็น
หมายเลข 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
หมายเลข 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
หมายเลข 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
หมายเลข 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
หมายเลข 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีระดับเปรียบเทียบ (Comparison level theory) ของ Latour and Peat (1979) และแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของเลิฟล็อกและเวิร์ทซ์ (2550) มีทั้งหมด 7 ข้อ และเป็นข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะแสดงถึงระดับความคิดเห็น ตามช่วงคะแนน ดังนี้

กำหนดการให้คะแนน		ระดับความคิดเห็น
หมายเลข 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
หมายเลข 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
หมายเลข 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
หมายเลข 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
หมายเลข 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 เป็นข้อคำถามปลายเปิด ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเชิงปริมาณ (เชิงคุณภาพ) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง สัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบด้วย 1) ผู้นำชุมชน 2) เจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน 3) ชาวบ้าน และ 4) นักวิชาการ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen & Uphoff (1980) มีทั้งหมด 4 ข้อ คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมิน นอกจากนี้มีข้อคำถามเพิ่มเติมด้านแผนและนโยบายในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดหรือไม่ ด้านปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด และข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา วารสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วม เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสังเกตการณ์ เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

3.2. กำหนดโครงสร้างแบบสังเกตการณ์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ตามความมุ่งหมาย สมมติฐานและขอบเขตการวิจัย

3.3. นำร่างแบบสังเกตการณ์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย และนำกลับมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4. ปรับปรุงแก้ไขร่างแบบสังเกตการณ์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity)

3.5. ปรับปรุงแก้ไขร่างแบบสังเกตการณ์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ควบคุมวิทยานิพนธ์

ตรวจสอบเครื่องมือ

1. การตรวจสอบเครื่องมือและทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามดังกล่าวให้อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความสามารถที่มีความเชี่ยวชาญด้านสถิติ จำนวน 5 ท่าน ได้ตรวจสอบข้อมูล โดยการทดสอบความตรง (Test of Validity) ด้วย IOC (สุวิมล ติรภานนท์. 2557) การตรวจสอบความตรงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการตรวจสอบโดยอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหาตรวจสอบคำถาม โดยการแสดงความเห็นเป็นรายข้อ การตรวจสอบและประเมินคุณภาพของแบบสอบถามกับผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจงจำนวน 5 ท่าน

เมื่อได้ความเห็นมาแล้ว ใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้

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

เมื่อ IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item - Objective Congruence) มีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง +1

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

เกณฑ์กำหนดค่าของข้อมูล ดังนี้

ค่า $IOC \geq 0.5$ หมายความว่า คำถามข้อนั้นจะวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ดำเนินการวิจัยต่อไปได้ทันที

ค่า $IOC \leq 0.5$ หมายความว่า คำถามข้อนั้นจะวัดไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมควรปรับปรุงแก้ไขเสียใหม่

รวมเป็น 5 ท่าน โดยได้ทำการตรวจสอบ แก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้มีความสมบูรณ์ในคำผิด สำนวน และรูปแบบรวมทั้งความหมายให้เป็นแนวทางเดียวกัน

2. แบบสอบถามที่ได้ ไปทำการศึกษาสำรวจ (Pilot Study) กับประชาชนในบริเวณ โดยรอบแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยว จำนวน 5 แหล่ง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถาม รวมถึงวิธีการเก็บข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา Cronbach's Alpha Coefficient เท่ากับ 0.91

3. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงคุณภาพของเครื่องมืออีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่พบจากการตอบของกลุ่มนักท่องเที่ยว

4. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 480 คน

2. ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

โดยที่แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ตอน จำนวน 47 ข้อ และจะใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 15 นาที ต่อชุดต่อคน คนละ 1 ชุด

การจัดกระทำกับข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลที่รวบรวมมาได้ออกเป็น ส่วน ๆ ตามลักษณะและประเภทของข้อมูล ที่ได้มาจากการค้นคว้ารวบรวมเอกสาร ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการสร้างข้อสรุป

การวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาจากการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมาแล้ว ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นส่วนหนึ่งของเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อศึกษาค่าความสัมพันธ์ของโครงสร้างของตัวแปร โดยสามารถลดตัวแปรให้อยู่ในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวนั้นมีทฤษฎีที่อ้างอิงในการสร้างคำถาม เพราะฉะนั้นวิธีการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีการเน้นองค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis: PCA) เพื่อลดจำนวนตัวแปรให้เหลือบางตัวที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) และค่าความแปรปรวนร่วมกัน (Communality) และการหาจำนวนองค์ประกอบที่สามารถใช้แทนกันได้ และการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) โดยวิธี Varimax เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระต่อกันและสะดวกต่อการแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ตัดสินการคัดเลือกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบต้องมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ .30 ขึ้นไป และมีค่าไอเกนมากกว่าหรือเท่ากับ 1 (Kline, 2016)
3. ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square Test) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดต่อการตลาดท่องเที่ยว
4. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด โดยการนำข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จากคำถามปลายเปิด และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์ประเด็นร่วม (ชยันต์ วรรณะภูติ, 2544) แล้วทำการสรุปปัจจัยและองค์ประกอบร่วมที่เกี่ยวข้องมาจัดทำข้อมูลเพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เสนอต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สหประชากรมรดกโลกจังหวัดร้อยเอ็ดต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ศึกษาได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

N	แทน	กลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
%	แทน	ร้อยละ
EFA	แทน	การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ
KMO	แทน	ค่าที่ใช้ตรวจสอบความเหมาะสมในการใช้เทคนิค
Eigen Value	แทน	ค่าที่บ่งบอกความสามารถขององค์ประกอบว่าจะอธิบายความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างได้มากน้อยเพียงใด
Varimax	แทน	การหมุนแกนแบบตั้งฉาก
Orthogonal	แทน	เป็นวิธีการหมุนแกนที่ตัวแปรแต่ละตัวเป็นอิสระจากกัน
Bartlett's Test	แทน	สถิติที่ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแสดงผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้
 - 1.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด
 - 1.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
 - 1.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
 - 2.1 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
3. นำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด

1.1 หอโหวด

ตาราง 2 การประเมินศักยภาพของหอโหวด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1.ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.30	0.53	มาก
2.ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.08	0.45	มาก
3.ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	4.21	0.46	มาก
4.ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.40	0.53	มาก
รวม	4.25	0.49	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

ด้านการเข้าถึง			
1.การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	4.02	0.41	มาก
2.มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	3.07	0.33	ปานกลาง
3.ถนนมีสภาพดี	4.20	0.54	มาก
4.มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	3.02	0.29	
รวม	3.58	0.39	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	4.03	0.31	มาก
2.มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	4.05	0.30	มาก
3.มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	4.00	0.38	มาก
4.มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	3.93	0.33	มาก
รวม	4.00	0.33	มาก
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ			
1.รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.33	0.50	ปานกลาง
2.อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.30	0.46	ปานกลาง
3.การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.28	0.45	ปานกลาง
4.มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	3.09	0.33	ปานกลาง
รวม	3.25	0.44	ปานกลาง
ด้านกิจกรรม			
1.มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม	4.01	0.40	มาก
2.มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน	3.06	0.32	ปานกลาง
3.กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	4.39	0.53	มาก
4.มีความหลากหลายของกิจกรรม	3.03	0.23	ปานกลาง
รวม	3.62	0.37	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว			
1.มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่	3.11	0.35	ปานกลาง
2.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต	4.47	0.61	มาก
3.ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	2.96	0.29	ปานกลาง
4.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ	3.03	0.23	ปานกลาง
รวม	3.39	0.37	ปานกลาง
โดยรวม	3.68	0.40	มาก

จากตาราง 2 พบว่า การประเมินศักยภาพของหอโหวด จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.25$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.40$) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.30$) ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.21$) รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=4.00$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ ($\bar{X}=4.05$) มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ ($\bar{X}=4.03$) มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ($\bar{X}=4.00$) และด้านกิจกรรม ($\bar{X}=3.62$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.38$) มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม ($\bar{X}=4.01$) มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน ($\bar{X}=3.06$)

จากการประเมินศักยภาพหอโหวดมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

1. ข้อดี ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม
2. ข้อเสีย ประกอบด้วย ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ และด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อดีและข้อเสียข้างต้น สามารถจัดกลุ่มปัจจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของหอโหวด จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

- 1) กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Pleasured Potential = P) เป็นกลุ่มปัจจัยที่นำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวหอโหวดได้

2) กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) จึงควรมีการปรับปรุงศักยภาพให้ดีขึ้น

3) กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) จึงควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น รายละเอียดตามภาพประกอบ 4



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, เว็บไซต์ (2565)

ภาพประกอบ 4 การประเมินศักยภาพหอโหวด จังหวัดร้อยเอ็ด

1.2 บึงพลาญชัย

ตาราง 3 การประเมินศักยภาพของบึงพลาญชัย จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งแวดล้อม			
1.ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.69	0.53	มากที่สุด
2.ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.92	0.64	มาก
3.ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.72	0.61	มาก
4.ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.70	0.53	มากที่สุด
รวม	4.26	0.58	มาก
ด้านการเข้าถึง			
1.การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	4.33	0.50	มาก
2.มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	3.11	0.54	ปานกลาง
3.ถนนมีสภาพดี	4.16	0.47	มาก
4.มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	3.06	0.41	ปานกลาง
รวม	3.67	0.48	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	4.19	0.42	มาก
2.มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	4.19	0.39	มาก
3.มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	4.13	0.49	มาก
4.มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	3.23	0.49	ปานกลาง
รวม	3.94	0.45	มาก

ตาราง 3 (ต่อ)

ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ			
1.รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.19	0.53	ปานกลาง
2.อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.17	0.47	ปานกลาง
3.การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.20	0.57	ปานกลาง
4.มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	3.10	0.34	ปานกลาง
รวม	3.17	0.48	ปานกลาง
ด้านกิจกรรม			
1.มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม	3.78	0.55	มาก
2.มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน	3.08	3.13	ปานกลาง
3.กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	3.96	0.29	มาก
4.มีความหลากหลายของกิจกรรม	3.25	0.46	ปานกลาง
รวม	3.52	0.40	มาก
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว			
1.มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่	2.99	0.55	ปานกลาง
2.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต	3.15	0.46	ปานกลาง
3.ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	3.08	0.47	ปานกลาง
4.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ	3.13	0.46	ปานกลาง
รวม	3.09	0.49	ปานกลาง
โดยรวม	3.61	0.48	มาก

จากตาราง 3 พบว่าการประเมินศักยภาพของบึงพลาญชัย จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.26$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.70$) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.69$) ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

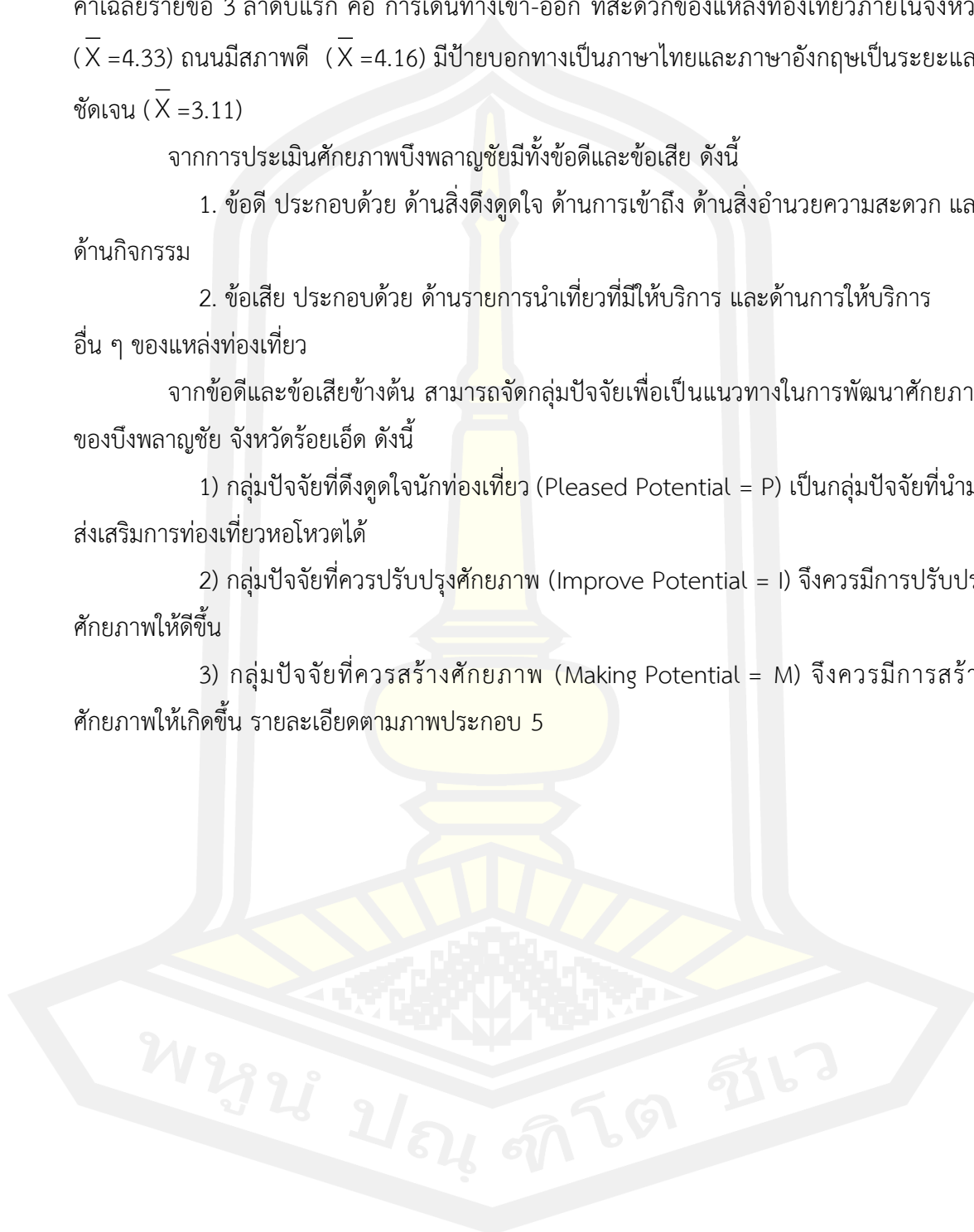
($\bar{X}=3.92$) รองลงมาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=3.94$) และด้านการเข้าถึง ($\bar{X}=3.67$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ($\bar{X}=4.33$) ถนนมีสภาพดี ($\bar{X}=4.16$) มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน ($\bar{X}=3.11$)

จากการประเมินศักยภาพบึงพลานุชัยมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

1. ข้อดี ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม
2. ข้อเสีย ประกอบด้วย ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ และด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อดีและข้อเสียข้างต้น สามารถจัดกลุ่มปัจจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของบึงพลานุชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

- 1) กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Pleasured Potential = P) เป็นกลุ่มปัจจัยที่นำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ได้
- 2) กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) จึงควรมีการปรับปรุงศักยภาพให้ดีขึ้น
- 3) กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) จึงควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น รายละเอียดตามภาพประกอบ 5





สิ่งดึงดูดใจ

- ความมีชื่อเสียงและความโดดเด่น
- การเดินทางเข้า-ออก และถนนมีสภาพดี
- มีโรงแรม ร้านอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวก
- มีการประชาสัมพันธ์ และมีกิจกรรมสร้างความประทับใจ

สิ่งที่ควรปรับปรุงศักยภาพ

- ป้ายบอกทาง
- ระบบขนส่งสาธารณะ
- ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- ความหลากหลายของกิจกรรม

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ

- ไม่มีรายการนำเที่ยว ไม่มีอัตราค่าบริการนำเที่ยว ไม่มีรายละเอียดในรายการนำเที่ยว และไม่มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์
- ไม่มีมัคคุเทศก์ในการนำชม ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการแบบมีมิตรไมตรี
- ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอ

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดร้อยเอ็ด, เว็บไซต์ (2565)

ภาพประกอบ 5 การประเมินศักยภาพบึงพลาญชัย จังหวัดร้อยเอ็ด

1.3 พระมหาเจดีย์ชัยมงคล

ตาราง 4 การประเมินศักยภาพของพระมหาเจดีย์ชัยมงคล จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1.ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.52	0.54	มากที่สุด
2.ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.69	0.64	มาก
3.ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.55	0.63	มาก
4.ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.49	0.54	มาก
รวม	4.06	0.59	มาก
ด้านการเข้าถึง			
1.การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	3.98	0.38	มาก
2.มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	3.04	0.56	ปานกลาง
3.ถนนมีสภาพดี	3.96	0.48	มาก
4.มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	3.13	0.42	ปานกลาง
รวม	3.53	0.46	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	3.52	0.54	มาก
2.มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	3.52	0.54	มาก
3.มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	3.44	0.54	ปานกลาง
4.มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	3.11	0.32	ปานกลาง
รวม	3.40	0.49	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ			
1.รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.10	0.37	ปานกลาง
2.อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.14	0.34	ปานกลาง
3.การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.15	0.35	ปานกลาง
4.มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	3.06	0.24	ปานกลาง
รวม	3.11	0.33	ปานกลาง
ด้านกิจกรรม			
1.มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.13	0.39	ปานกลาง
2.มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน	3.04	0.29	ปานกลาง
3.กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	3.96	0.29	มาก
4.มีความหลากหลายของกิจกรรม	3.09	0.39	ปานกลาง
รวม	3.31	0.34	ปานกลาง
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว			
1.มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่	3.00	0.41	ปานกลาง
2.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต	3.04	0.35	ปานกลาง
3.ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	3.10	0.40	ปานกลาง
4.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ	3.61	0.32	มาก
รวม	3.19	0.37	ปานกลาง
โดยรวม	3.43	0.43	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่าการประเมินศักยภาพของพระมหาเจดีย์ชัยมงคล จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.03$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.52$) ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.49$) และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.69$) รองลงมา ด้านการเข้าถึง ($\bar{X}=3.50$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ($\bar{X}=3.98$) รองลงมา คือ ถนนมีสภาพดี ($\bar{X}=3.96$) มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ ($\bar{X}=3.13$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=3.38$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมีค่าเท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ และมีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ ($\bar{X}=3.52$) มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ($\bar{X}=3.44$)

จากการประเมินศักยภาพพระมหาเจดีย์ชัยมงคลมีข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

1. ข้อดี ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ
2. ข้อเสีย ประกอบด้วย ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ ด้านกิจกรรม และด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อดีและข้อเสียข้างต้น สามารถจัดกลุ่มปัจจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของพระมหาเจดีย์ชัยมงคล จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

- 1) กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Pleasant Potential = P) เป็นกลุ่มปัจจัยที่นำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวให้หวัดได้
- 2) กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) จึงควรมีการปรับปรุงศักยภาพให้ดีขึ้น
- 3) กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) จึงควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น รายละเอียดตามภาพประกอบ 6



สิ่งดึงดูดใจ

- มีชื่อเสียงและมีความโดดเด่น
- มีความสะอาดและมีความปลอดภัย

สิ่งที่ควรปรับปรุง
ศักยภาพ

- การเดินทางเข้า-ออก และถนน
- กิจกรรมสร้างความประทับใจ

สิ่งที่ควรสร้าง
ศักยภาพ

- ไม่มีป้ายบอกทาง และไม่มีระบบขนส่งสาธารณะ
- ไม่มีโรงแรม ไม่มีร้านอาหาร ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
- ไม่มีรายการนำเที่ยว ไม่มีอัตราค่าบริการนำเที่ยว ไม่มีรายละเอียดในการนำเที่ยว และไม่มีการบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์
- ไม่มีการประชาสัมพันธ์
- ไม่มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และไม่มีหลากหลายกิจกรรม
- ไม่มีมัคคุเทศก์ในการนำชม ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการแบบมิตรไมตรี
- ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอ

ที่มา : พระมหาเจดีย์ชัยมงคล, เว็บไซต์ (2564)

ภาพประกอบ 6 การประเมินศักยภาพมหาเจดีย์ชัยมงคล จังหวัดร้อยเอ็ด

1.4 ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด

ตาราง 5 การประเมินศักยภาพของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1.ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.05	0.49	มาก
2.ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.65	0.56	มาก
3.ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.90	0.61	มาก
4.ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.34	0.56	มาก
รวม	3.99	0.56	มาก
ด้านการเข้าถึง			
1.การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	4.07	0.44	มาก
2.มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	3.01	0.34	ปานกลาง
3.ถนนมีสภาพดี	4.07	0.39	มาก
4.มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	3.04	0.32	มาก
รวม	3.55	0.37	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	3.29	0.46	ปานกลาง
2.มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	3.31	0.47	ปานกลาง
3.มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	3.22	0.44	ปานกลาง
4.มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	3.09	0.33	ปานกลาง
รวม	3.23	0.43	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ			
1.รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.24	0.50	ปานกลาง
2.อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.26	0.51	ปานกลาง
3.การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.23	0.49	ปานกลาง
4.มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	3.01	0.27	ปานกลาง
รวม	3.19	0.44	ปานกลาง
ด้านกิจกรรม			
1.มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.19	0.42	ปานกลาง
2.มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน	2.94	0.32	ปานกลาง
3.กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	4.15	0.50	มาก
4.มีความหลากหลายของกิจกรรม	2.96	0.29	มาก
รวม	3.31	0.38	ปานกลาง
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว			
1.มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่	3.58	0.57	มาก
2.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต	3.79	0.60	มาก
3.ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	3.45	0.61	ปานกลาง
4.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ	3.39	0.60	ปานกลาง
รวม	3.55	0.60	มาก
โดยรวม	3.47	0.46	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่าการประเมินศักยภาพของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.99$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.34$) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

($\bar{X} = 4.05$) ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.90$) ด้านรองลงมามีค่าเท่ากัน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมีเท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด และถนนมีสภาพดี ($\bar{X} = 4.07$) มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ ($\bar{X} = 3.04$) และด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.55$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต ($\bar{X} = 3.79$) มีการให้บริการมีคุณศัพท์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่ ($\bar{X} = 3.58$) และที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน ($\bar{X} = 3.45$)

จากการประเมินศักยภาพศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ดมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

1. ข้อดี ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง และด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
2. ข้อเสีย ประกอบด้วย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ และด้านกิจกรรม

จากข้อดีและข้อเสียข้างต้น สามารถจัดกลุ่มปัจจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

- 1) กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Pleasured Potential = P) เป็นกลุ่มปัจจัยที่นำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวห่อเหี่ยวได้
- 2) กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) จึงควรมีการปรับปรุงศักยภาพให้ดีขึ้น
- 3) กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) จึงควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น รายละเอียดตามภาพประกอบ 7

พหุ ประสิทธิภาพ



ที่มา : ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด, เว็บไซต์ (2563)

ภาพประกอบ 7 การประเมินศักยภาพทุนยวียาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด

1.5 เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง

ตาราง 6 การประเมินศักยภาพของเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1.ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.21	0.52	มาก
2.ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.59	0.59	มาก
3.ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.39	0.57	ปานกลาง
4.ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.27	0.47	มาก
รวม	3.87	0.54	มาก
ด้านการเข้าถึง			
1.การเดินทางเข้า-ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	3.18	0.44	ปานกลาง
2.มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	3.00	0.36	ปานกลาง
3.ถนนมีสภาพดี	3.10	0.51	ปานกลาง
4.มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	2.99	0.40	ปานกลาง
รวม	3.07	0.43	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	3.06	0.41	ปานกลาง
2.มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	3.04	0.41	ปานกลาง
3.มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	3.01	0.42	ปานกลาง
4.มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	2.99	0.41	ปานกลาง
รวม	3.03	0.41	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ประเด็นที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ			
1.รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.15	0.35	ปานกลาง
2.อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.15	0.41	ปานกลาง
3.การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.16	0.42	ปานกลาง
4.มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	3.02	0.41	ปานกลาง
รวม	3.12	0.40	ปานกลาง
ด้านกิจกรรม			
1.มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.02	0.40	ปานกลาง
2.มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน	2.99	0.40	ปานกลาง
3.กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	4.02	0.50	มาก
4.มีความหลากหลายของกิจกรรม	3.02	0.41	ปานกลาง
รวม	3.26	0.43	ปานกลาง
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว			
1.มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่	2.91	0.40	ปานกลาง
2.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต	3.04	0.41	ปานกลาง
3.ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	3.07	0.41	ปานกลาง
4.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ	3.02	0.40	ปานกลาง
รวม	3.01	0.41	ปานกลาง
โดยรวม	3.23	0.44	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่าการประเมินศักยภาพของเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.87$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.27$) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.21$) ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมา ได้แก่ ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.26$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาเท่ากัน 2 ข้อ คือ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม และมีความหลากหลายของกิจกรรม ($\bar{X} = 3.02$) และด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ ($\bar{X} = 3.12$) โดยมีค่าเฉลี่ยรายข้อ 3 ลำดับแรก คือ การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.16$) รองลงมาเท่ากัน 2 ข้อ คือ รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม และอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.15$)

จากการประเมินศักยภาพเจดีย์หินทรายวัดป่ากุงมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

1. ข้อดี ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ
2. ข้อเสีย ประกอบด้วย ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ ด้านกิจกรรม และด้านกิจกรรม

จากข้อดีและข้อเสียข้างต้น สามารถจัดกลุ่มปัจจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

- 1) กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Pleased Potential = P) เป็นกลุ่มปัจจัยที่นำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวให้หวัดได้
- 2) กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) จึงควรมีการปรับปรุงศักยภาพให้ดีขึ้น
- 3) กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) จึงควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น รายละเอียดตามภาพประกอบ 8



ที่มา : สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด, เว็บไซต์ (2564)

ภาพประกอบ 8 การประเมินศักยภาพเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง จังหวัดร้อยเอ็ด

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดทั้ง 5 แหล่ง ผู้วิจัยสามารถสรุปแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดออกเป็น 2 กลุ่มหลัก โดยพิจารณาความสอดคล้องกันของ PIM คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด จะมี PIM ที่เท่า ๆ กัน ประกอบด้วย หอโหวด และบึงพลาญชัย

2. แหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด จะมี M ที่มากกว่า P ประกอบด้วย พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ดังนี้

1) กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว (Pleasant Potential = P) ซึ่งสามารถนำมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดได้ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียง, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว, ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว, การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด, ถนนมีสภาพดี, มีโรงแรมที่พักโดยรอบเพียงพอ, มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด, มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก, มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

2) กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) ควรมีการปรับปรุงศักยภาพ ประกอบด้วย ป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, ระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ, กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน, ความหลากหลายของกิจกรรม และเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี

3) กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) ควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น ประกอบด้วย ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด, ไม่มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมี, ไม่มีการให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวอย่างเหมาะสม, ไม่มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ไม่มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม, ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอและความรู้สึกปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ รายละเอียดตามภาพประกอบ 9



สิ่งดึงดูดใจ

- มีชื่อเสียงและมีความโดดเด่น
- มีความสะอาดและมีความปลอดภัย
- มีการเดินทางเข้า-ออก และถนนมีสภาพดี
- มีโรงแรม มีร้านอาหาร มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก

สิ่งที่ควรปรับปรุง
ศักยภาพ

- ป้ายบอกทางและระบบขนส่งสาธารณะ
- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และความหลากหลายของกิจกรรม
- เจ้าหน้าที่ให้บริการแบบมิตร

สิ่งที่ควรสร้าง
ศักยภาพ

- ไม่มีรายการนำเที่ยว ไม่มีอัตราค่าบริการนำเที่ยว ไม่มีการให้รายละเอียดในรายการนำเที่ยว และไม่มีบริการนำเที่ยวแบบออนไลน์
- ไม่มีมัคคุเทศก์ในการนำชม และไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
- ไม่มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, เว็บไซต์ (2565) และ สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดร้อยเอ็ด, เว็บไซต์ (2565)

ภาพประกอบ 9 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ดังนี้

1) กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Pleasant Potential = P) ซึ่งสามารถนำมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดได้ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

2) กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) ควรมีการปรับปรุงศักยภาพ ประกอบด้วย การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด, ถนนมีสภาพดี และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

3) กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) ควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น ประกอบด้วย ไม่มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะ, ไม่มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก, ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด, ไม่มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด, ไม่มีการให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยว, ไม่มีรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ไม่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ, ไม่มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน, ไม่มีหลากหลายของกิจกรรม, ไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม, ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี, ไม่มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการรายละเอียดตาม

ภาพประกอบ 10



ที่มา : พระมหาเจดีย์ชัยมงคล, เว็บไซต์ (2564), ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด, เว็บไซต์ (2563) และสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด, เว็บไซต์ (2564)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด จากกลุ่มตัวอย่าง 192 ดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปร 24 ตัว ดังตาราง 21 (ภาคผนวก จ)

จากตาราง 21 พบว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.49$) และลำดับที่ 3 เท่ากัน 2 ข้อ คือการเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด และถนนมีสภาพดี ($\bar{X} = 4.18$) ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน ($\bar{X} = 3.02$)

2. นำข้อมูลตัวอย่างมาตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser-Meyer-Olkin ; KMO) และค่า Bartlett's Test พบว่า ค่า KMO = 0.791 ค่า Bartlett's Test มีการแจกแจงโดยประมาณ Chi-Square = 3399.590 ได้ค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ในแบบสอบถามทั้ง 24 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ Factor Analysis ได้ดังตาราง 22 (ภาคผนวก จ)

3. การหาค่าร่วมกัน (Communalities) เมื่อค่าความร่วมกันเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหนึ่งกับอีกตัวแปรอื่น ๆ ที่เหลือทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ของตัวแปร ($0 < \text{communality} < 1$) ถ้าค่า $\text{communality} = 0$ แสดงว่าองค์ประกอบหรือตัวแปรนั้น ๆ สามารถอธิบายค่าความผันแปรของตัวแปรได้ทั้งหมด พบว่าค่า Extraction Communality มากกว่า 0.05

โดยตัวแปรที่มีค่า Extraction Communality น้อยที่สุด คือตัวแปรชื่อ มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ เท่ากับ 0.515 ซึ่งยังไม่ต่ำมากที่จะตัดออก ส่วนตัวแปรที่มีค่า Extraction Communality มากที่สุด คือ ตัวแปรชื่อ มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ เท่ากับ 0.892 ดังตาราง 23 (ภาคผนวก จ)

4. การหาค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) จากการวิเคราะห์สามารถจำแนกตัวแปร (Variable) เป็นองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ โดยทุกองค์ประกอบมีค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า 1 ร้อยละความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 72.165 และเมื่อใช้วิธีการหมุนแกนแบบอโรโธนอลด้วยวิธีวารีแมกซ์ (Varimax) พบว่าค่า Factor Loading เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับค่า Factor Loading ก่อนการหมุนแกน ดังตาราง 24 (ภาคผนวก จ)

1. โดยอาศัยการกำหนดว่า ต้องมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5 จะสกัดได้ 6 องค์ประกอบ รวมทั้งหมด 24 ตัวแปร

2. Initial Eigenvalues ค่าความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้ โดยองค์ประกอบทั้งหมด พบว่า องค์ประกอบที่ 1 มีความแปรปรวนมากที่สุดเท่ากับ 31.379% องค์ประกอบที่ 2 มีความแปรปรวนเท่ากับ 11.686% องค์ประกอบที่ 3 มีความแปรปรวนเท่ากับ 10.858% องค์ประกอบที่ 4 มีความแปรปรวนเท่ากับ 8.040% องค์ประกอบที่ 5 มีความแปรปรวนเท่ากับ 5.200% และองค์ประกอบที่ 6 มีความแปรปรวนเท่ากับ 5.002%

3. การหมุนแกนองค์ประกอบ โดยผู้วิจัยเลือกวิธีหมุนแกนองค์ประกอบแบบออโรกอนอลด้วยวิธีวารีแมกซ์ (Varimax) พบว่าค่า Factor Loading เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับค่า Factor Loading ก่อนการหมุนแกน ดังตาราง 25 (ภาคผนวก จ)

จากตาราง 30 โดยอาศัยการกำหนดว่าต้องมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5 จะสกัดได้ 6 องค์ประกอบ รวม 24 ตัวแปร โดยอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรทุกตัวได้ร้อยละ 72.165 โดยแต่ละองค์ประกอบมีตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 10 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการ, มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, มีรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน, มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน, มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่, รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม, การให้รายละเอียดความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม, มีความหลากหลายในกิจกรรม และอัตราค่าบริการการการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม ทั้ง 10 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 23.907

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต, มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 12.374

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, มีร้านอาหาร และห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.605

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 2 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 9.675

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ ถนนมีสภาพดี, การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.647

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้ง 2 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.956

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด หลังการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยได้ตัดองค์ประกอบที่ 4 และองค์ประกอบที่ 6 ออกไปเนื่องจากในองค์ประกอบทั้ง 2 นี้ มีรายการกลุ่มย่อยขององค์ประกอบละ 2 ตัวแปร ซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎีการจัดองค์ประกอบที่ต้องมีรายด้านย่อย 3 ตัวขึ้นไป (ยูทส์ ไกรวรรณ, 2557) และเมื่อจัดองค์ประกอบใหม่ จะเหลือองค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบ รวม 19 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 10 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการ, มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, มีรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน, มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน, มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่, รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม, การให้รายละเอียดความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม, มีความหลากหลายในกิจกรรม และอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม ทั้ง 10 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 23.907 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 1 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel)

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, มีร้านอาหาร และห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.605 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 2 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต, มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 12.374 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 3 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety)

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ ถนนมีสภาพดี, การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด และความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.647 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 4 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านการบริการอื่น ๆ (Services)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด จากกลุ่มตัวอย่าง 288 คน ดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปร 24 ตัว ดังตาราง 26 (ภาคผนวก จ)

จากตาราง 26 พบว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.26$) และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.04$) ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ($\bar{X} = 2.99$)

2. นำข้อมูลตัวอย่างมาตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser-Meyer-Olkin ; KMO) และค่า Bartlett's Test พบว่า ค่า KMO = 0.758 ค่า Bartlett's Test มีการแจกแจงโดยประมาณ Chi-Square = 4863.848 ได้ค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ในแบบสอบถามทั้ง 24 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ Factor Analysis ได้ดังตาราง 27 (ภาคผนวก จ)

3. การหาค่าร่วมกัน (Communalities) เมื่อค่าความร่วมกันเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหนึ่งกับอีกตัวแปรอื่น ๆ ที่เหลือทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ของตัวแปร ($0 < \text{communality} < 1$) ถ้าค่า communality = 0 แสดงว่าองค์ประกอบหรือตัวแปรนั้น ๆ สามารถอธิบายค่าความผันแปรของตัวแปรได้ทั้งหมด พบว่าค่า Extraction Communality มากกว่า 0.05 โดยตัวแปรที่มีค่า Extraction Communality น้อยที่สุด คือตัวแปรชื่อ มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก เท่ากับ 0.508 ซึ่งยังไม่ต่ำมากที่จะตัดออก ส่วนตัวแปรที่มีค่า Extraction Communality มากที่สุด คือ ตัวแปรชื่อ มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม เท่ากับ 0.915 ดังตาราง 28 (ภาคผนวก จ)

4. การหาค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) จากการวิเคราะห์สามารถจำแนกตัวแปร (Variable) เป็นองค์ประกอบ 7 องค์ประกอบ โดยทุกองค์ประกอบมีค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า 1 ร้อยละความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 73.206 และเมื่อใช้วิธีการหมุนแกนแบบอโรโกลด้วยวิธีวาริแมกซ์ (Varimax) พบว่าค่า Factor Loading เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับค่า Factor Loading ก่อนการหมุนแกน ดังตาราง 29 (ภาคผนวก จ)

1. โดยอาศัยการกำหนดว่า ต้องมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5 จะสกัดได้ 7 องค์ประกอบ รวมทั้งหมด 24 ตัวแปร

2. Initial Eigenvalues ค่าความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดยองค์ประกอบทั้งหมด พบว่า องค์ประกอบที่ 1 มีความแปรปรวนมากที่สุดเท่ากับ 29.566% องค์ประกอบที่ 2 มีความแปรปรวนเท่ากับ 11.248% องค์ประกอบที่ 3 มีความแปรปรวนเท่ากับ 8.810% องค์ประกอบที่ 4 มีความแปรปรวนเท่ากับ 8.013% องค์ประกอบที่ 5 มีความแปรปรวนเท่ากับ 5.857% องค์ประกอบที่ 6 มีความแปรปรวนเท่ากับ 5.210% และองค์ประกอบที่ 7 มีความแปรปรวนเท่ากับ 4.501%

3. การหมุนแกนองค์ประกอบ โดยผู้วิจัยเลือกวิธีหมุนแกนองค์ประกอบแบบอโรโกลด้วยวิธีวาริแมกซ์ (Varimax) พบว่าค่า Factor Loading เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับค่า Factor Loading ก่อนการหมุนแกน ดังตาราง 30 (ภาคผนวก จ)

จากตาราง 30 โดยอาศัยการกำหนดว่าต้องมีค่า Factor Loading มากกว่า 0.5 จะสกัดได้ 7 องค์ประกอบ รวม 24 ตัวแปร โดยอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรทุกตัวได้ร้อยละ 73.206 โดยแต่ละองค์ประกอบมีตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีความหลากหลายในกิจกรรม, มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน, มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ และมีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์ ทั้ง 5 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 14.278

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ, มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด และมีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ทั้ง 4 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 13.373

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม, การให้รายละเอียด

ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม และรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 12.575

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต, มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่ และที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.611

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 4 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.667

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด และถนนมีสภาพดี ทั้ง 2 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 7.488

องค์ประกอบที่ 7 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ทั้ง 2 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.214

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด หลังการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยได้ตัดองค์ประกอบที่ 6 และองค์ประกอบที่ 7 ออกไปเนื่องจากในองค์ประกอบทั้ง 2 นี้ มีรายการกลุ่มย่อยขององค์ประกอบละ 2 ตัวแปร ซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎีการจัดองค์ประกอบที่ต้องมีรายด้านย่อย 3 ตัวขึ้นไป (ยุทธิ ไกรวรรณ, 2557) และเมื่อจัดองค์ประกอบใหม่ จะเหลือองค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบ รวม 19 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีความหลากหลายในกิจกรรม, มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน, มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ และมีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์ ทั้ง 5 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 14.278 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 1 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (Travel)

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ, มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด และมีร้านจำหน่ายสินค้า

ของที่ระลึก ทั้ง 4 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 13.373 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 2 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต, มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่ และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.611 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 3 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านบุคลากร (Personal)

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม, การให้รายละเอียดความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม และรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 12.575 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 4 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านรายการนำเที่ยว (Tour)

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่า Factor Loading ดังนี้ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 4 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.667 โดยตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 5 ว่าเป็นองค์ประกอบด้านเอกลักษณ์ (Unique)

สรุป จากผลการศึกษาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถแบ่งลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดออกเป็น 2 กลุ่ม คือ แหล่งท่องเที่ยวในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ดและแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด โดยสามารถสร้างรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดแยกตามลักษณะ ได้ดังนี้

1) ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้เป็น “TAPS MODEL”

พหุ ประสิทธิภาพ

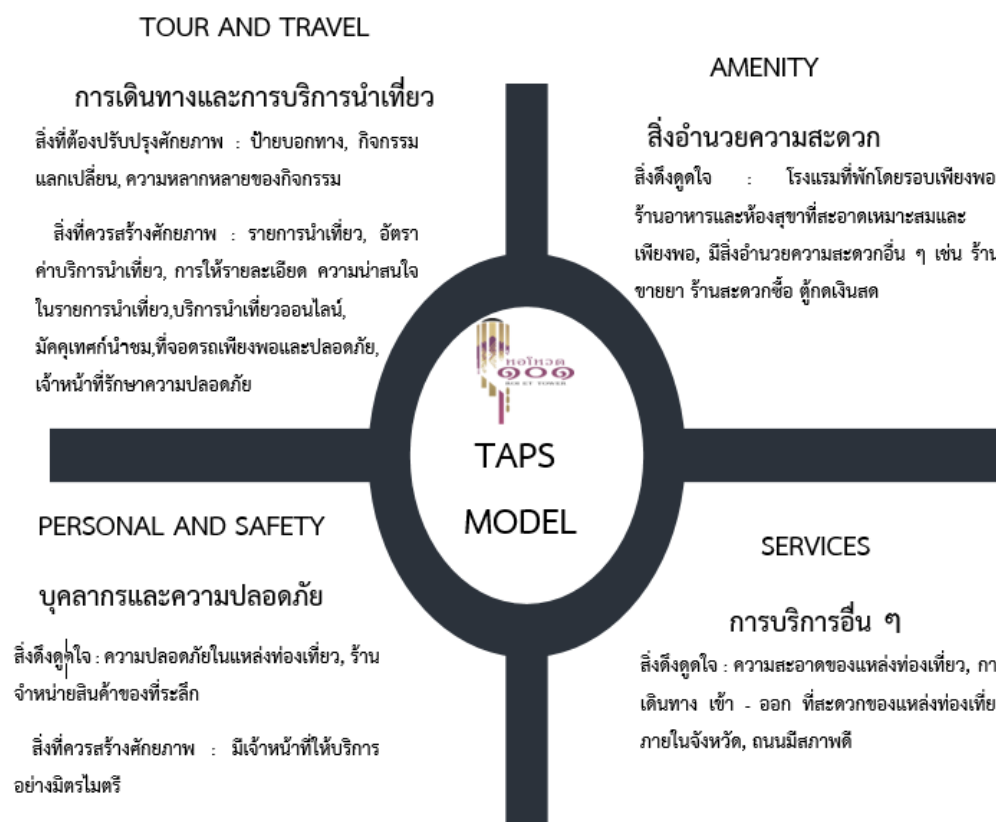
ตาราง 7 รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

รูปแบบการจัดการฯ	รายละเอียดของรูปแบบฯ
T (Tour and Travel) การเดินทางและการบริการนำเที่ยว	สิ่งที่ต้องปรับปรุงศักยภาพ : ป้ายบอกทาง, กิจกรรมแลกเปลี่ยน, ความหลากหลายของกิจกรรม สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : รายการนำเที่ยว, อัตราค่าบริการนำเที่ยว, การให้รายละเอียด ความน่าสนใจในรายการนำเที่ยว, บริการนำเที่ยวออนไลน์, มัคคุเทศก์นำชม, ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย, เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
A (Amenity) สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งดึงดูดใจ : โรงแรมที่พักโดยรอบเพียงพอ, ร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด
P (Personal and Safety) บุคลากรและความปลอดภัย	สิ่งดึงดูดใจ : ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว, ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี
S (Services) การบริการอื่น ๆ	สิ่งดึงดูดใจ : ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด, ถนนมีสภาพดี

ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ตามแนวทางของ “TAPS MODEL” ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

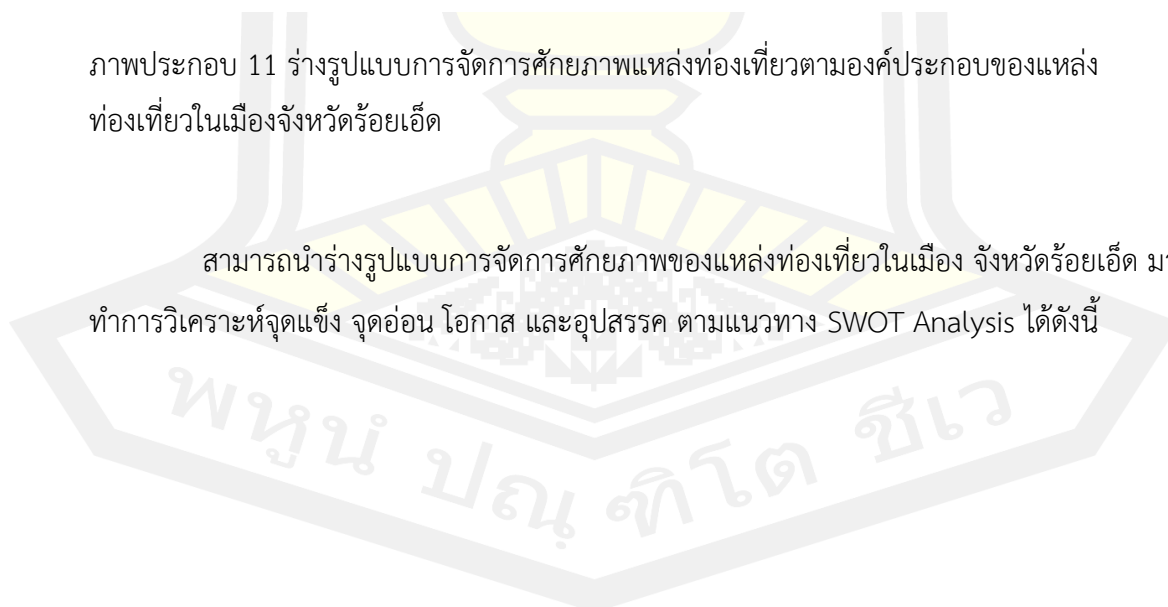
1. องค์ประกอบด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel)
2. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
3. องค์ประกอบด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety)
4. องค์ประกอบด้านการบริการอื่น ๆ (Services)

1. ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวใน
เมืองจังหวัดร้อยเอ็ด



ภาพประกอบ 11 ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

สามารถนำร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด มาทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตามแนวทาง SWOT Analysis ได้ดังนี้



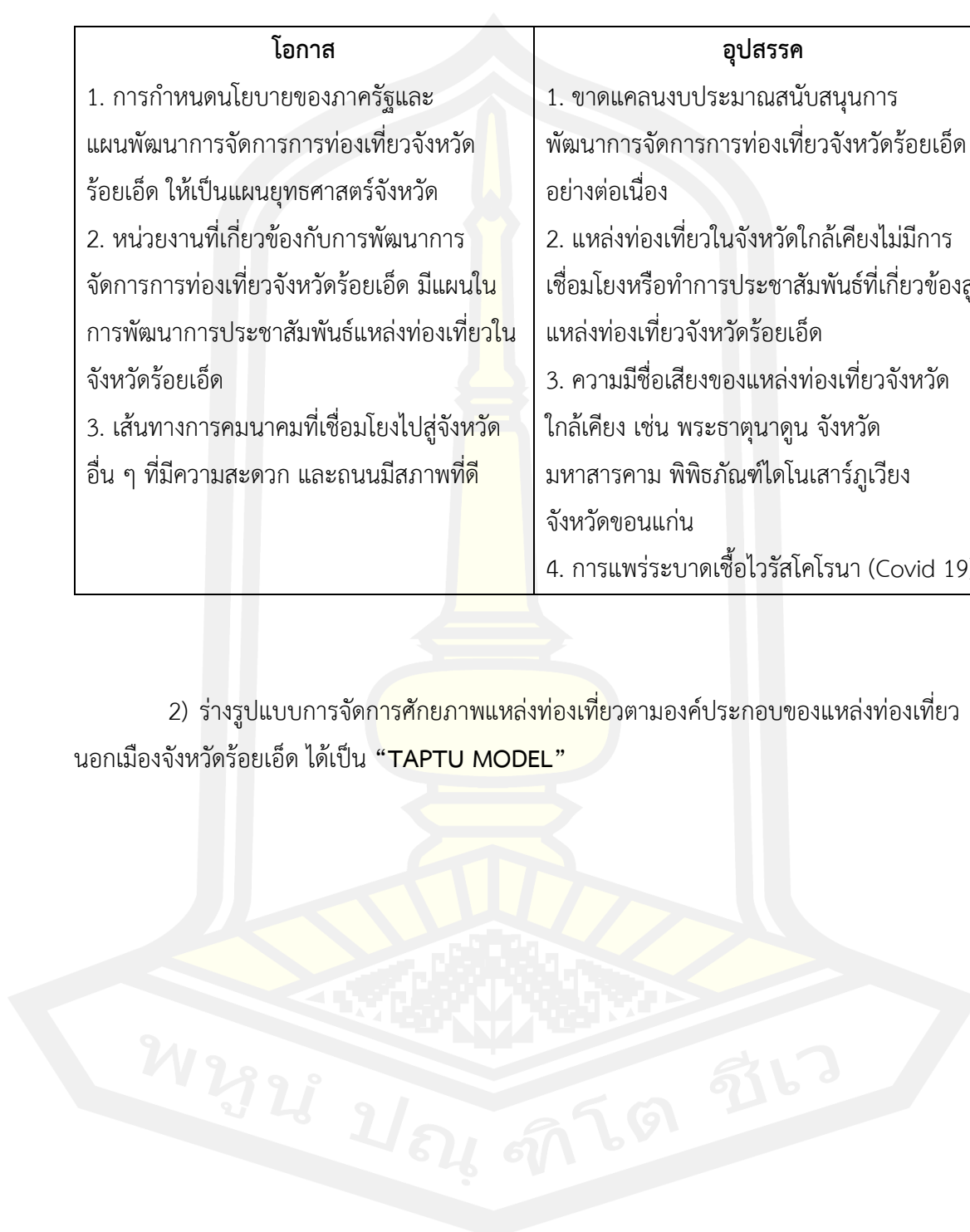
ตาราง 8 การวิเคราะห์ SWOT Analysis การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. โรงแรมมีมาตรฐานและเพียงพอต่อความต้องการ 2. ร้านอาหารหลากหลายทั้งอาหารพื้นเมือง อาหารตามยุคสมัย ที่มีมาตรฐานและเพียงพอ 3. ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวสะอาด 4. แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในตัวเมือง จึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด คอยให้บริการ 5. แหล่งท่องเที่ยวอยู่ใจกลางตัวเมือง นักท่องเที่ยวจึงรู้สึกมีความปลอดภัยเมื่อมาเที่ยว 6. ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ประจำอยู่แหล่งท่องเที่ยว 7. การรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ได้รับการจัดการเป็นอย่างดี 8. การเดินทางเข้า-ออกที่สะดวก 9. ถนนมีสภาพดี 10. ป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน 11. กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน เช่น ลานจัดกิจกรรมการจัดแสดงสินค้าพื้นเมือง 12. กิจกรรมท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น ไหว้พระทำบุญ ปั่นจักรยานน้ำ ชมความงามของเมืองร้อยเอ็ด 13. เจ้าหน้าที่ประจำสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นมิตรไมตรี	1. จังหวัดร้อยเอ็ดไม่มีการนำเสนอรายการนำเที่ยวหรือแผนการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือก 2. การกำหนดอัตราค่าบริการยังเป็นไปอย่างจำกัด 3. ขาดศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (Tourism Information Centre) 4. การเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ยังขาดประสิทธิภาพ เช่น ไม่มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์ 5. ขาดการส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 6. สถานที่จอดรถไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอ อาจเกิดปัญหาความปลอดภัยได้ 7. ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำแหล่งท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกในการเข้ามาเที่ยวชมยังแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 8 (ต่อ)

โอกาส	อุปสรรค
1. การกำหนดนโยบายของภาครัฐและแผนพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ให้เป็นแผนยุทธศาสตร์จังหวัด 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด มีแผนในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด 3. เส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงไปสู่จังหวัดอื่น ๆ ที่มีความสะดวก และถนนมีสภาพที่ดี	1. ขาดแคลนงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างต่อเนื่อง 2. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงไม่มีการเชื่อมโยงหรือทำการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องสู่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 3. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง เช่น พระธาตุนาดูน จังหวัดมหาสารคาม พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูเวียง จังหวัดขอนแก่น 4. การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid 19)

2) ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้เป็น “TAPTU MODEL”



ตาราง 9 รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

รูปแบบการจัดการฯ	รายละเอียดของรูปแบบฯ
T (Travel) การท่องเที่ยว	สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีป้ายบอกทาง, ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะ, ไม่มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ไม่มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้, ไม่มีความหลากหลายของกิจกรรม
A (Amenity) สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีโรงแรมที่พักโดยรอบ, ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด, ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
P (Personal) บุคลากร	สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม, ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี, ไม่มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน, ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการ
T (Tour) การนำเที่ยว	สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด, ไม่มีอัตราค่าบริการนำเที่ยว, ไม่มีการให้รายละเอียด ความน่าสนใจ ในรายการนำเที่ยว
U (Unique) ความเป็นเอกลักษณ์	สิ่งที่ดึงดูดใจ : ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว, ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

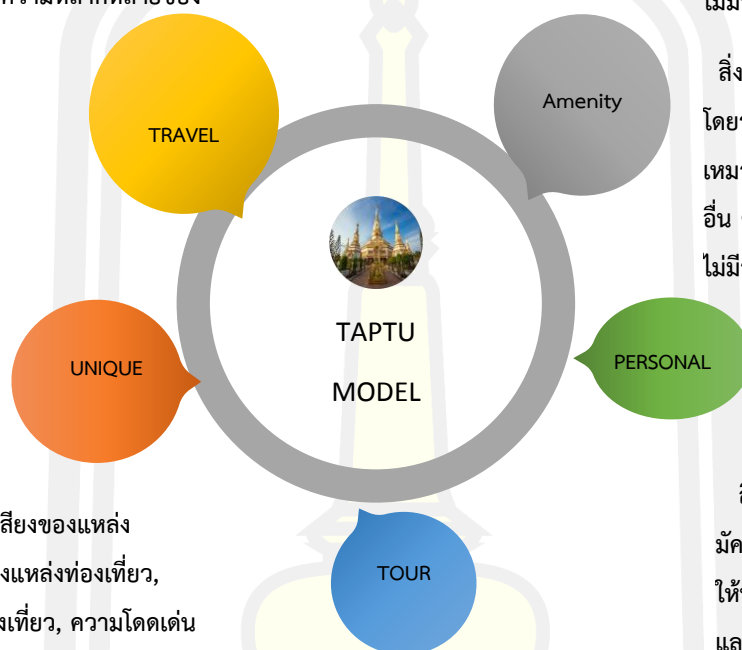
ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ตามแนวทางของ “TAPTU MODEL” ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านการเดินทาง (Tour)
2. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
3. องค์ประกอบด้านบุคลากร (Personal)
4. องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (Travel)
5. องค์ประกอบด้านความเป็นเอกลักษณ์ (Unique)

2. ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัด

ร้อยเอ็ด

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีป้ายบอกทาง,
ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะ, ไม่มีบริการรายการ
นำเที่ยวแบบออนไลน์, ไม่มีกิจกรรม
แลกเปลี่ยนเรียนรู้, ไม่มีความหลากหลายของ
กิจกรรม



สิ่งดึงดูดใจ : ความมีชื่อเสียงของแหล่ง
ท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว,
ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว, ความโดดเด่น
และมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีรายการนำเที่ยวใน
จังหวัดร้อยเอ็ด, ไม่มีอัตราค่าบริการนำเที่ยว, ไม่มีการ
ให้รายละเอียด ความน่าสนใจ ในรายการนำเที่ยว

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีโรงแรมที่พัก
โดยรอบ, ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาด
เหมาะสมและเพียงพอ, ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก
อื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด,
ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีโรงแรมที่พัก
โดยรอบ, ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาด
เหมาะสมและเพียงพอ, ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก
อื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด,
ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ : ไม่มีการให้บริการ
มัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม, ไม่มีเจ้าหน้าที่
ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี, ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ
และปลอดภัยต่อทรัพย์สิน, ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษา
ความปลอดภัยคอยให้บริการ

ภาพประกอบ 13 ร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

สามารถนำร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
มาทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตามแนวทาง SWOT Analysis ได้ ดังนี้

ตาราง 10 การวิเคราะห์ SWOT Analysis การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. พระมหาเจดีย์ชัยมงคล และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีโดยเฉพาะประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2. แหล่งท่องเที่ยวมีการรักษาความสะอาด เรียบร้อยเป็นอย่างดี 3. นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความปลอดภัยเมื่อมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว 4. ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	1. ป้ายบอกทางที่เป็นภาษาไทยไม่ชัดเจนและไม่เพียงพอ และยังขาดป้ายบอกทางที่เป็นภาษาต่างประเทศ 2. ระบบขนส่งสาธารณะไม่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 3. การบริการด้านรายการนำเที่ยว เป็นไปอย่างจำกัด และไม่มีการจัดทำเพื่อเผยแพร่อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะปัจจุบันที่มีความนิยมเผยแพร่แบบออนไลน์ทางโซเชียล 4. ขาดศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (Tourism Information Centre) ที่จะให้รายละเอียดเพื่อสร้างความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว และการนำเสนอความหลากหลายของกิจกรรมในการมาเที่ยว 5. สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบไม่เพียงพอ เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน ห้องสุขาที่ถูกละเลย ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด เป็นต้น 6. ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกไม่ได้รับการพัฒนาให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้า 7. ขาดการส่งเสริมการบริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม 8. ชุมชนไม่ได้รับการอบรมการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 9. ขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ประจำแหล่งท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกในการเข้ามาเที่ยวชมยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ด้านการจอดรถ การดูแลทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

โอกาส	อุปสรรค
1. การกำหนดนโยบายของภาครัฐและแผนพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ให้เป็นแผนยุทธศาสตร์จังหวัด 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 3. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourism) เช่น การไหว้พระทำบุญ การท่องเที่ยวชุมชน	1. ขาดแคลนงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด อย่างต่อเนื่อง 2. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงไม่มีการเชื่อมโยงหรือทำการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องสู่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 3. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง เช่น พระธาตุนาดูน จังหวัดมหาสารคาม พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูเวียง จังหวัดขอนแก่น 4. การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid 19) 5. ความนิยมการท่องเที่ยวของกลุ่มวัยรุ่นและคนหนุ่มสาว ยังไม่นิยมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourism)

จากสมมติฐานการวิจัย แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว (Pleasured Potential = P)
2. กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I)
3. กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M)



2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

2.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	254	52.92
1.2 หญิง	226	47.08
รวม	480	100.00
2. อายุ		
2.1 15 – 25 ปี	82	17.10
2.2 26 – 35 ปี	143	29.80
2.3 36 – 45 ปี	155	32.30
2.4 46 – 55 ปี	66	13.80
2.5 56 ปีขึ้นไป	34	7.00
รวม	480	100.00
3. สถานภาพ		
1.1 โสด	223	46.50
1.2 สมรส	243	50.60
1.3 หย่าร้าง/หม้าย	14	2.90
รวม	480	100.00
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
4.1 ประถมศึกษา/มัธยมศึกษา	54	11.25
4.2 ปวช./ปวส./อนุปริญญา	41	8.54
4.3ปริญญาตรี	323	67.29
4.4 สูงกว่าปริญญาตรี	62	12.92
รวม	480	100.00

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
5.1 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	127	26.50
5.2 พนักงานราชการ/ลูกจ้าง	108	22.50
5.3 พนักงานบริษัทเอกชน	104	21.70
5.4 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	55	11.50
5.5 เกษตรกร	20	4.00
5.6 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	66	13.80
รวม	480	100.00
6. รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน		
6.1 น้อยกว่า 10,000 บาท	89	18.50
6.2 10,000 – 30,000 บาท	237	49.40
6.3 30,001 – 50,000 บาท	118	24.60
6.4 50,001 บาทขึ้นไป	36	7.50
รวม	480	100.00

จากตาราง 11 จากการศึกษาจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลสรุปได้ว่า

1. เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 52.92 และเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 47.08

2. อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 อายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 อายุระหว่าง 46 – 55 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

3. สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 50.60 มีสถานภาพโสด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 และมีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

4. ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาประถมศึกษา/มัธยมศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 8.54 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 67.29 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 12.92

5. อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีอาชีพพนักงานราชการ/ลูกจ้าง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และมีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80

6. รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 รายได้ต่อเดือนปัจจุบันระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 49.40 รายได้ต่อเดือนปัจจุบันระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 และรายได้ต่อเดือนปัจจุบัน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

2.2 ลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยว		
1.1 ไหว้พระ	192	40.00
1.2 ปั่นจักรยานน้ำ/ให้อาหารปลา	75	15.60
1.3 เริงสุภาพ	21	4.40
1.4 ชมนิทรรศการ/ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับท้องฟ้าจำลอง/ ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด	192	40.00
รวม	480	100.00

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน		
2.1 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	378	78.80
2.2 เพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง	59	12.30
2.3 เพื่อศึกษาหาความรู้	20	4.10
2.4 เพื่อประชุมสัมมนา	23	4.80
2.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-
รวม	480	100.00
4. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ		
4.1 ทางธรรมชาติ	107	22.30
4.2 ประวัติศาสตร์	131	27.30
4.3 ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี	104	21.70
4.4 บันเทิงเร้าใจ	138	28.70
รวม	480	100.00
5. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการ		
5.1 ตัวท่านเอง	211	44.00
5.2 ครอบครัว	101	21.00
5.3 แฟน/เพื่อน	139	29.00
5.4 บริษัทนำเที่ยว	29	6.00
รวม	480	100.00
6. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่าน		
6.1 ไม่เคยมา	132	27.50
6.2 1 ครั้ง	94	19.60
6.3 2 ครั้ง	100	20.80
6.4 3 ครั้งขึ้นไป	154	32.10
รวม	480	100.00

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน		
7.1 รถโดยสารสาธารณะ	5	1.00
7.2 รถยนต์ส่วนบุคคล	400	83.30
7.3 รถตู้เช่าเหมา	33	6.90
7.4 รถจักรยานยนต์	42	8.80
รวม	480	100.00
8. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน		
8.1 วันจันทร์ – ศุกร์	45	9.40
8.2 วันเสาร์ – อาทิตย์	388	80.80
8.3 วันหยุดนักขัตฤกษ์	47	9.80
รวม	480	100.00
9. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่าน		
9.1 ต่ำกว่า 1,500 บาท	148	30.80
9.2 1,501 – 3,000 บาท	173	36.00
9.3 3,001 – 4,000 บาท	139	29.00
9.4 มากกว่า 4,000 บาท	20	4.20
รวม	480	100.00
10. ถ้ามีโอกาสท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกหรือไม่		
10.1 กลับมา	435	90.63
10.2 ไม่กลับมา	4	0.83
10.3 ไม่แน่ใจ	41	8.54
รวม	480	100.00

จากตาราง 12 จากการศึกษาจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

1. ลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยวปั่นจักรยานน้ำ/ให้อาหารปลา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 ลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยวออกกำลังกาย จำนวน

21 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยวชมนิทรรศการ/ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับท้องฟ้าจำลอง/ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 78.80 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านเพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10 และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านเพื่อประชุมสัมมนา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80

3. ระยะเวลาที่ท่านอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ดในการมาเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาที่ท่านอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ดในการมาเที่ยวแต่ละครั้งระยะเวลา 1 วัน จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 70.20 มีระยะเวลาที่ท่านอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ดในการมาเที่ยวแต่ละครั้งระยะเวลา 2 วัน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 มีระยะเวลาที่ท่านอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ดในการมาเที่ยวแต่ละครั้งระยะเวลา 3 วัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และมีระยะเวลาที่ท่านอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ดในการมาเที่ยวแต่ละครั้งระยะเวลา 4 วัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

4. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจทางธรรมชาติ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจทางประวัติศาสตร์ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 และประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจทางบันเทิงเรีงใจ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70

5. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการด้วยตัวท่านเอง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการด้วยครอบครัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการด้วยแฟน/เพื่อน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และมีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการด้วยบริษัทนำเที่ยว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

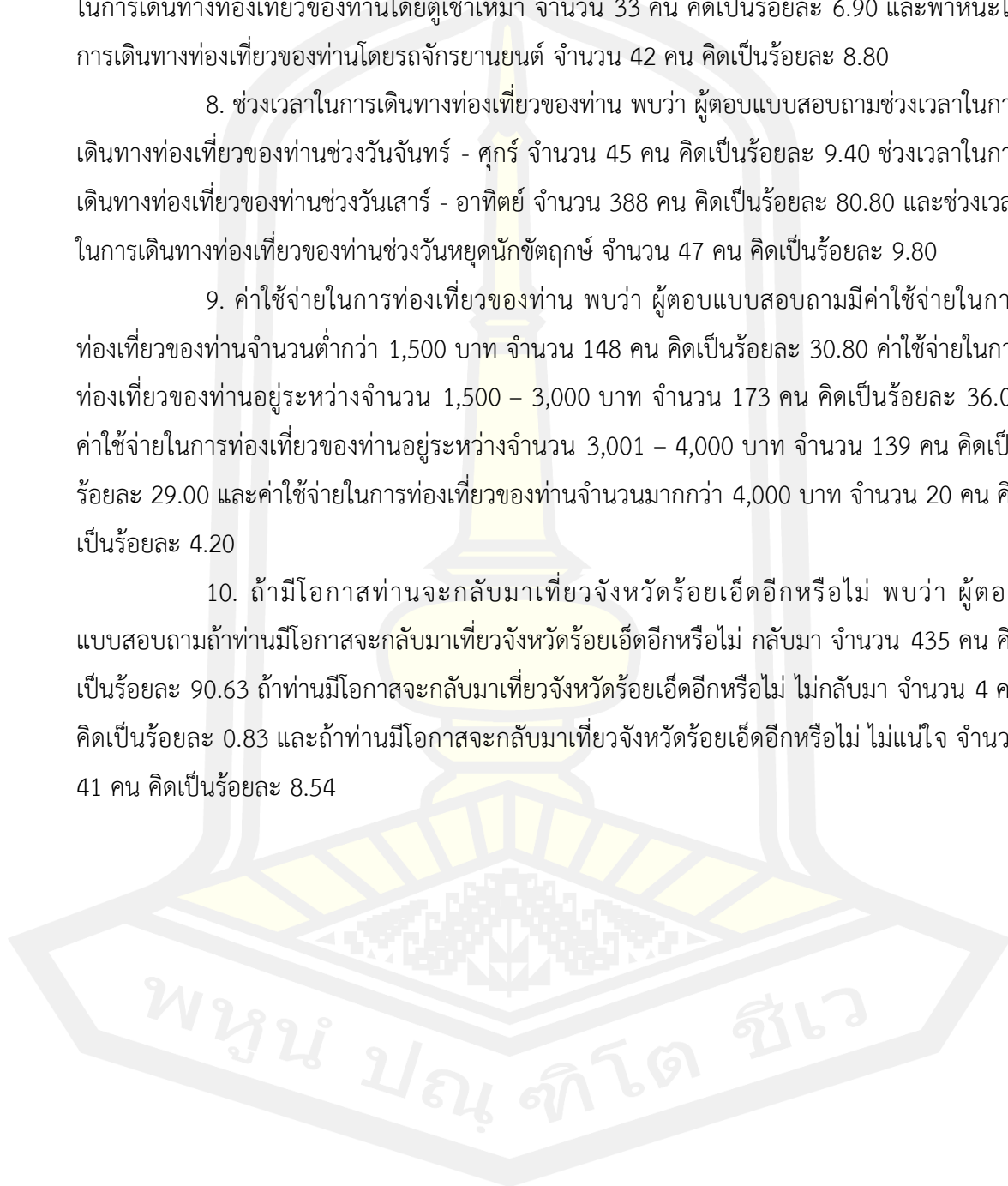
6. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่าน ไม่เคยมา จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่านมา 1 ครั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่านมา 2 ครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่านมา 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10

7. พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านโดยรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 83.30 พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านโดยตู้เช่าเหมา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 และพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านโดยรถจักรยานยนต์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80

8. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 80.80 และช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80

9. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่านจำนวนต่ำกว่า 1,500 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่านอยู่ระหว่างจำนวน 1,500 – 3,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่านอยู่ระหว่างจำนวน 3,001 – 4,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่านจำนวนมากกว่า 4,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

10. ถ้ามีโอกาสท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกหรือไม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามถ้าท่านมีโอกาสจะกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกหรือไม่ กลับมา จำนวน 435 คน คิดเป็นร้อยละ 90.63 ถ้าท่านมีโอกาสจะกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกหรือไม่ ไม่กลับมา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 และถ้าท่านมีโอกาสจะกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกหรือไม่ ไม่แน่ใจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 8.54



3. ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

ตาราง 13 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติค่า Chi - Square

ด้านของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว/ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว	ด้านราคา		ด้านช่องทางจำหน่าย		ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านส่งเสริมการขาย		ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านกระบวนการ		ด้านบุคลากร	
	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.
ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว	53.618	0.001*	48.765	0.004*	37.026	0.000*	42.336	0.000*	16.944	0.911	57.076	0.000*	57.010	0.031*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	17.385	0.136	13.733	0.318	15.289	0.018*	10.004	0.124	16.298	0.178	15.050	0.239	32.247	0.021*
ด้านบุคลากรและความปลอดภัย	130.307	0.000*	135.34	0.000*	45.574	0.000*	32.336	0.000*	10.654	0.559	135.316	0.000*	153.657	0.000*
ด้านการบริการ อื่น ๆ	22.013	0.037*	30.222	0.003*	8.095	0.231	7.774	0.255	13.230	0.353	20.221	0.063	25.376	0.115

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

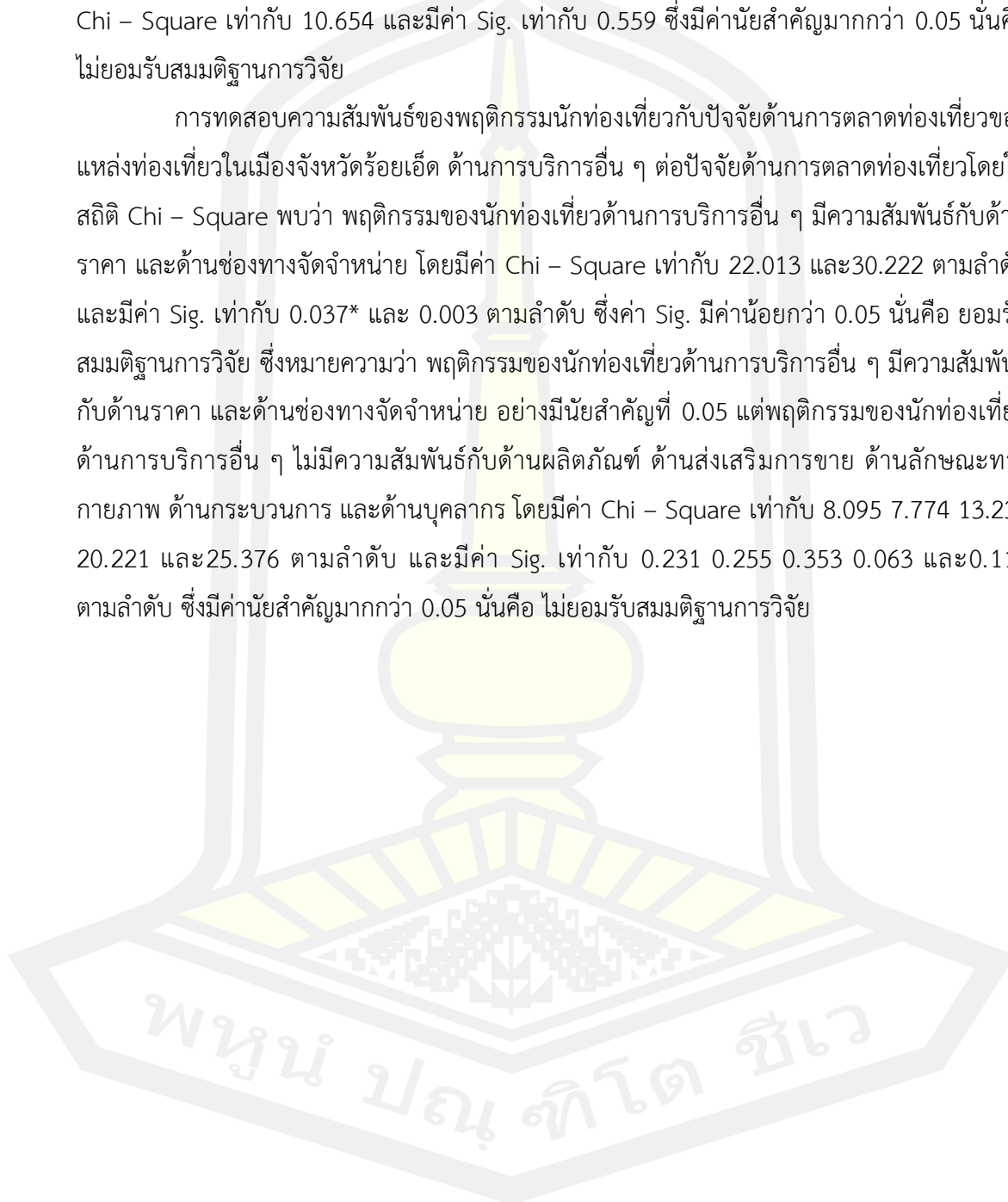
จากตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 53.618 48.765 37.026 42.336 57.076 และ 57.010 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 0.004 0.000 0.000 0.000 และ 0.031 ตามลำดับ ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่า Chi – Square ที่ 16.944 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.911 ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 15.289 และ 32.247 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.018 และ 0.021 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 17.385 13.733 10.004 16.298 และ 15.050 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.136 0.318 0.124 0.178 และ 0.239 ตามลำดับ ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากรและความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 130.307 135.342 45.574 32.336 135.316 และ 153.657 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ทุกด้าน ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้าน

บุคลากรและความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากรและความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 10.654 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.559 ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวโดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับด้านราคา และด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 22.013 และ 30.222 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.037* และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับด้านราคา และด้านช่องทางจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการบริการอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 8.095 7.774 13.230 20.221 และ 25.376 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.231 0.255 0.353 0.063 และ 0.115 ตามลำดับ ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย



ตาราง 14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติค่า Chi - Square

ด้านของพฤติกรรม นักท่องเที่ยว/ปัจจัยด้าน การตลาดท่องเที่ยว	ด้านราคา		ด้านช่องทางจัดจำหน่าย		ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านส่งเสริมการขาย		ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านกระบวนการ		ด้านบุคลากร	
	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.
ด้านการท่องเที่ยว	169.512	0.000*	157.882	0.000*	48.586	0.002*	46.715	0.004*	58.329	0.000*	171.318	0.000*	204.332	0.000*
ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก	28.063	0.005*	24.680	0.016*	12.536	0.404	13.130	0.360	10.605	0.563	29.350	0.003*	28.934	0.004*
ด้านบุคลากร	35.133	0.000*	24.775	0.016*	26.947	0.008*	17.556	0.130	18.766	0.094	35.245	0.000*	41.538	0.000*
ด้านรายการนำเที่ยว	37.263	0.022*	25.992	0.252	44.225	0.003*	31.816	0.081	37.803	0.019*	49.066	0.001*	50.800	0.000*
ด้านเอกลักษณ์	27.083	0.041*	26.712	0.045*	23.604	0.099	32.457	0.009*	21.476	0.161	29.216	0.023*	25.679	0.059

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 169.512 157.882 48.586 46.715 58.329 171.318 และ 204.332 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ทุกด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 28.063 24.680 29.350 และ 28.934 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 0.016 0.003 และ 0.004 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 12.536 13.130 และ 10.605 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.404 0.360 และ 0.563 ตามลำดับ ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 35.133 24.775 26.957 35.245 และ 41.538 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 0.016 0.008 0.000 และ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรม

ของนักท่องเที่ยวด้านบุคลิกภาพไม่มีความสัมพันธ์กับด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 17.556 และ 18.766 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.130 และ 0.094 ตามลำดับ ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านรายการนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลิกภาพ โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 37.263 44.225 37.803 49.066 และ 50.800 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 0.003 0.019 0.001 และ 0.000 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานการวิจัยซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านรายการนำเที่ยวมีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านรายการนำเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 25.992 และ 31.816 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.252 และ 0.081 ตามลำดับ ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Chi – Square พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านเอกลักษณ์มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 27.083 26.712 32.457 และ 29.216 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.041 0.045 0.009 และ 0.023 ซึ่งค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานการวิจัยซึ่งหมายความว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านเอกลักษณ์มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านเอกลักษณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลิกภาพ โดยมีค่า Chi – Square เท่ากับ 23.604 21.478 และ 25.679 ตามลำดับ และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.099 0.161 และ 0.059 ตามลำดับ ซึ่งมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

จากสมมติฐานการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวเป็นจริง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสังเคราะห์ความสัมพันธ์ได้ ดังนี้

ตาราง 15 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว/ ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว	ด้านราคา	ด้านช่องทาง จัดจำหน่าย	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านส่งเสริม การขาย	ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ด้าน กระบวนการ	ด้านบุคลากร
แหล่งท่องเที่ยวในเมือง							
ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (T)	✓	✓	✓	✓		✓	✓
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (A)			✓				✓
ด้านบุคลากรและความปลอดภัย (P)	✓	✓	✓	✓		✓	✓
ด้านการบริการอื่น ๆ (S)	✓	✓					
แหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง							
ด้านการท่องเที่ยว (T)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (A)	✓	✓				✓	✓
ด้านบุคลากร (P)	✓	✓	✓			✓	✓
ด้านรายการนำเที่ยว (T)	✓		✓		✓	✓	✓
ด้านเอกลักษณ์ (U)	✓	✓		✓		✓	
รวมความถี่	8	7	6	4	2	7	7

จากตาราง 15 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว จะเห็นว่ามียปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวที่สามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านกระบวนการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านราคา การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยวอันหมายถึงจังหวัดที่ยังมีค่าครองชีพไม่สูง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจึงไม่สูงตามไปด้วย การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดจะมีค่าใช้จ่ายประมาณไม่เกิน 3,000.- บาท ซึ่งเป็นตัวเลขที่จูงใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในฐานะเมืองเศรษฐกิจอยู่แล้ว ทำให้จังหวัดร้อยเอ็ดทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น กลยุทธ์การส่งเสริมช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดจึงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจของจังหวัดร้อยเอ็ด

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด นักท่องเที่ยวค่อนข้างมีอิสระในการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด คือ ตัดสินใจมาเที่ยวด้วยตนเอง การนำกลยุทธ์ด้านกระบวนการมาใช้รณรงค์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในลักษณะการท่องเที่ยวแบบอิสระ และกำลังเป็นที่นิยม ก็เป็นกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

กลยุทธ์ด้านบุคลากร การมีมิตรไมตรีของคนจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถนำมาเป็นกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยว ในการแสดงให้เห็นถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของชาวร้อยเอ็ด ไม่ว่าจะเป็น ชุมชนหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว การมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว นับเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ที่ควรนำมาสร้างกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด โดยการชูจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ออกสู่สายตานักท่องเที่ยว

ทั้งนี้จะต้องมีการประชาสัมพันธ์กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจจะมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ที่จะนำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดและสามารถกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว

สามารถนำผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยว มาทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตามแนวทาง SWOT Analysis ได้ดังนี้

ตาราง 16 การวิเคราะห์ SWOT Analysis กลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. การมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับจังหวัดขอนแก่น ที่ถือว่าเป็นเมืองทางการท่องเที่ยว (กลยุทธ์ด้านราคา) 2. นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจมาเที่ยวด้วยตัวเอง (กลยุทธ์ด้านกระบวนการ) 3. บุคลากรประจำแหล่งท่องเที่ยวในเมืองมีการให้บริการด้วยมิตรไมตรี (กลยุทธ์ด้านบุคลากร) 4. แหล่งท่องเที่ยวมีรูปแบบสถาปัตยกรรมการสร้างที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป (กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์)	1. การประชาสัมพันธ์ที่น้อยเกินไปและรูปแบบที่ไม่หลากหลาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในวงแคบ (กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย) 2. บุคลากรประจำแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในฐานะที่เป็นชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว (กลยุทธ์ด้านบุคลากร)
โอกาส	อุปสรรค
1. ปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์มีหลายรูปแบบ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น จึงสร้างโอกาสในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม 2. แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นนักท่องเที่ยวแบบนักท่องเที่ยวอิสระมากขึ้น 3. มีนโยบายพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นมากขึ้น	1. งบประมาณสนับสนุนการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด มีการนำไปใช้ที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวอย่างแท้จริง 2. นโยบายด้านการท่องเที่ยวจะขึ้นตรงกับผู้ว่าราชการจังหวัด เมื่อมีการเปลี่ยนผู้ว่าราชการจังหวัด นโยบายก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย ทำให้ขาดการต่อเนื่องในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด 3. ทักษะการเรียนรู้ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบางกลุ่มยังไม่รองรับกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป เช่น ความคิดสร้างสรรค์ทางโซเชียล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

4. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย

1. ผู้นำชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนเจ้าอาวาส, ผู้ใหญ่บ้าน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล
2. ภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบด้วย ตัวแทนท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวร้อยเอ็ด
3. ชาวบ้าน ประกอบด้วย ผู้จำหน่ายสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
4. นักวิชาการ ประกอบด้วย อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว ในสถานศึกษาที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก มีดังต่อไปนี้

1. ผู้นำชุมชน

ไม่มีการจัดสรรงบประมาณด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ มีเพียงนโยบายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ชุมชน ส่วนใหญ่จะสนับสนุนด้านบุคลากร และจิตอาสาในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว หากมีระบบการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่ดี จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดและแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวยังจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดร้อยเอ็ด และสามารถกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ด้วย โดยส่วนใหญ่หน่วยงานจะมีส่วนร่วมในการปฏิบัติเป็นหลัก ไม่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ไม่มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และไม่มีส่วนร่วมในการประเมินผลการจัดโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดนั้น จะเป็นเรื่องของการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับทางชุมชน และขาดการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนต่อเนื่องไปสู่ตัวนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด และปัญหาที่สำคัญจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid 19) ส่วนแนวทางข้อเสนอแนะ ควรมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่การรับรู้แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นระยะ ๆ

การนำเสนอ รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้นำชุมชนเห็นด้วยร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเมืองและนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด พร้อมเสนอแนะให้รับดำเนินการสร้างศักยภาพโดยด่วน เพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว และเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

2. ภาครัฐและภาคเอกชน

มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีการจัดกิจกรรม โครงการอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การทำงานแบบ บูรณาาร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน ประชาสัมพันธ์ด้านการรับรู้ของ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด

การนำเสนอ รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภาครัฐและ ภาคเอกชน เห็นด้วยกับร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเมืองและนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด แต่ติดในส่วนของนโยบายการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวและงบประมาณ สนับสนุนที่ไม่ต่อเนื่อง มีการเปลี่ยนหมวดงบประมาณ

3. ชาวบ้าน

สนับสนุนด้านบุคลากรเป็นหลัก เป็นแรงงานในการจัดกิจกรรม โครงการต่าง ๆ เนื่องจากเป็นเพียงผู้จำหน่ายสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวจึงไม่มีงบประมาณสนับสนุน การจัดการการท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ไม่ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐเหมือนในอดีต อาจเป็น เพราะการเปลี่ยนแปลงหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลจึงทำให้นโยบายเปลี่ยน แต่ถ้ามีการจัดการการท่องเที่ยวที่ดีและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะเป็นประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดร้อยเอ็ด และจะได้ประโยชน์สูงสุดจากการพัฒนาจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวไม่มี กระบวนการในการมีส่วนร่วมกับทางภาครัฐ เนื่องจากขาดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้รับรู้แต่ ละช่วงของเวลา มีการจัดโครงการ หรือกิจกรรมใดบ้าง ปัญหาต่อมา คือ ไม่ทราบว่าจะเกิดความขัดแย้ง ภายในของภาครัฐหรือไม่ จึงทำให้การพัฒนาจัดการการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่อง เพราะฉะนั้นแล้วไม่ว่า จะภาครัฐเองก็ดีหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องก็ดี ควรมีการพัฒนาจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดให้ ดีกว่านี้ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะและ ต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะเดินทางมาเที่ยวยังจังหวัดร้อยเอ็ด

การนำเสนอ รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ชาวบ้านเห็นด้วย กับร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเมืองและนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด และ ต้องการให้ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ รับผิดชอบการจัดการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น เป็นป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเป็นระยะ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกประจำแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4. นักวิชาการ

จังหวัดร้อยเอ็ดมีการจัดสรรงบประมาณในการจัดการการท่องเที่ยว แต่ยังไม่ เพียงพอเท่าที่ควร ด้านบุคลากรในด้านการท่องเที่ยวไม่เพียงพอและไม่ตรงสายด้านการท่องเที่ยว กระบวนการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ยังไม่ดีเท่าที่ควร การจัดการการท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งหากมีกระบวนการและขั้นตอนที่ดี จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดอีกด้วย สำหรับปัญหาและอุปสรรค คือ การสื่อสารจากภาครัฐไปสู่ภาคเอกชน องค์กรภาคีที่เกี่ยวข้อง และประชาชน ที่ไม่ชัดเจน ไม่สม่ำเสมอขาดความต่อเนื่อง บุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอและไม่ตรงสายงาน ข้อเสนอแนะ ควรมีหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ตรงสายงานเข้ามาปฏิบัติงานให้เพียงพอ

การนำเสนอ รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักวิชาการเห็นด้วยกับร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเมืองและนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด และเสนอให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นหลักในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการสร้างรายได้ให้จังหวัดและกระจายรายได้สู่ชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่และเพื่อเป็นการยืนยันร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด โดยการนำไปสอบถามและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ แหล่งท่องเที่ยว ได้ผลดังนี้

ตาราง 17 สรุปการยืนยันร่างรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด โดยการนำไปสอบถามและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคิดเห็น	ข้อเสนอแนะ
1. ผู้นำชุมชน	เห็นด้วย	ควรมีการดำเนินการสร้างศักยภาพอย่างเร่งด่วน เพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นการสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป
2. ภาครัฐและภาคเอกชน	เห็นด้วย	ควรมีนโยบายการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวและมีการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรแล้ว
3. ชาวบ้าน	เห็นด้วย	ภาครัฐควรจัดให้มีหน่วยงานระดับท้องถิ่นที่รับผิดชอบโดยตรงในการดำเนินการจัดการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเป็นระยะ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกประจำแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
4. นักวิชาการ	เห็นด้วย	ควรมีศูนย์ประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

สรุป จากผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ยังไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านแผน/นโยบาย ในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

มีแผนและนโยบายส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดระดับหน่วยงาน แต่ไม่ถึงระดับท้องถิ่น เช่น การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยการจัดอบรมการนำชมสถานที่ แต่ในระดับท้องถิ่นขาดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง

ด้านการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

หากมีการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นระบบที่ดี แหล่งท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์สูงสุด และสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ในอนาคต

ด้านปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

การสื่อสารด้านแผนและด้านนโยบายจากภาครัฐสู่ท้องถิ่นที่ไม่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไม่กว้างขวางและต่อเนื่อง

ด้านข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปอย่างต่อเนื่อง และควรมีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยตรงเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์การมีส่วนร่วมในการประเมิน การจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

ควรให้ผู้นำชุมชนหรือประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมิน การจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด ให้ครบทุกขั้นตอน ไม่เพียงให้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเท่านั้น

แนวทางในการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ควรจัดตั้งหน่วยงานหลักหรือผู้รับผิดชอบหลักและผู้รับผิดชอบรองขึ้น เพื่อเป็นศูนย์ประสานงานด้านการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด การเป็นศูนย์กลางจัดสรรงบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด อีกทั้งการสนับสนุนด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับสายงาน ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

5. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด

การกำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นขั้นตอนการสังเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด สังเคราะห์ผลสรุป ความสำคัญระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจในศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อปัจจัย ด้านการตลาดท่องเที่ยว และสังเคราะห์ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการ จัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำไปสู่การจัดการรายการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีความ เหมาะสมและน่าสนใจ ดังนี้

จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ด้าน จุดอ่อนที่พบร่วมกันของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด คือ ไม่มีการจัดการด้าน การวางแผนนำเที่ยวและการจัดการด้านรายการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวคิด เกี่ยวกับการจัดทำรายการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดแบบทัศนจร และการท่องเที่ยวแบบค้างคืน

ขั้นตอนในการเตรียมการจัดทำรายการนำเที่ยวแบบทัศนจร เส้นทางที่ 1

1. ขั้นการเตรียมเส้นทาง

1) กำหนดเส้นทางและจุดท่องเที่ยว ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด – พระมหาเจดีย์ชัย มงคล – ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด – เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง -หอโหวด ร้อยเอ็ด – บึงพลาญชัยร้อยเอ็ด – ท่าอากาศยานจังหวัดร้อยเอ็ด

2) กำหนดจุดแวะพัก และรับประทานอาหาร ร้านอาหาร (ซุ้มอาหารจงเจริญ) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

3) กำหนดยานพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

2. ขั้นเตรียมรายการ

1) บุคลากรที่เกี่ยวข้อง

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดการท่องเที่ยว และฝ่ายการเงิน (ผู้ประกอบการนำเที่ยวใน จังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายยานพาหนะ (ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในจังหวัดร้อยเอ็ด)

2) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวตามเส้นทาง เป็นรายการนำเที่ยวแบบทัศนจร คือ การท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับเป็นเวลา 1 วัน

3) กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว ชมแหล่งท่องเที่ยว ไหว้พระทำบุญ ชมนิทรรศการเกี่ยวกับท้องฟ้าจำลอง ปันจักรยาน้ำ พักผ่อนหย่อนใจ ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด ซื้อสินค้าของที่ระลึก

4) กำหนดสถานที่รับประทานอาหารและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
ร้านอาหาร (ซุ้มอาหารจังหวัง) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

5) กำหนดพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

6) กำหนดราคาค่าใช้จ่ายตลอดรายการ

รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณี 2 - 4 คน)

ค่าใช้จ่ายคงที่ ประกอบด้วย

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	2,500 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	4,500 บาท

คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (4,500/2) **2,250 บาท**

รถตู้ (กรณี 5 – 10 คน) ประกอบด้วย

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	2,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท

รวม 4,000 บาท

คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (4,000/5) **800 บาท**

รถมินิบัส (กรณี 11 – 25 คน)

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	6,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท

รวม 8,000 บาท

คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (8,000/11) **730 บาท**

รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 26 – 35 คน)

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	12,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท

ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	14,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (14,000/26)	540 บาท
ค่าใช้จ่ายผันแปร ประกอบด้วย	
ค่าเข้าชมศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม	
เพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด	20 บาท
ค่าเข้าชมหอโหวด	50 บาท
ค่าอาหารว่าง 2 มื้อ	80 บาท
ค่าอาหารกลางวันคนละ	150 บาท
รวม	300 บาท

สรุปค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละรูปแบบของยานพาหนะ

รถยนต์ส่วนบุคคล

ราคาต้นทุนต่อคน	$2,250 + 300 =$	2,550 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		3,060 บาท

รถตู้

ราคาต้นทุนต่อคน	$800 + 300 =$	1,100 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		1,320 บาท

รถมินิบัส

ราคาต้นทุนต่อคน	$730 + 300 =$	1,030 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		1,236 บาท

รถโค้ชปรับอากาศ

ราคาต้นทุนต่อคน	$540 + 300 =$	840 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		1,080 บาท

7) ขั้นตอนเงื่อนไขของค่าใช้จ่ายตามรายการ

เงื่อนไขการจอร์รายการนำเที่ยว

1. ชำระเงินมัดจำการจองที่ระบุในรายการนำเที่ยว 20% และชำระจำนวนเงินที่เหลือก่อนวันเดินทาง 15 วัน

2. การยกเลิกการจองเป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุในท้ายรายการนำเที่ยวที่ทำการ

จอง

3. ขอสงวนสิทธิ์ยืนยันที่นั่งสำหรับผู้ชำระค่าจองมาแล้วเท่านั้น

4. กรุณาศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการบริการก่อนทำการจองรายการนำเที่ยว

5. หากท่านไม่ได้ชำระเงินตามวันเวลาที่ระบุ ทางบริษัทขอยกเลิกสัญญาการจอง

การยกเลิกการจองรายการนำเที่ยว

1. หากท่านได้ชำระค่ามัดจำรายการนำเที่ยวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่เกิดเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถเดินทางได้ ทางบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินมัดจำให้แก่ท่านได้ เนื่องจากทางบริษัทได้ทำการจองยานพาหนะ ค่าเข้าชมสถานที่ และมัคคุเทศก์ ไว้เรียบร้อยแล้ว

2. รายการนำเที่ยวทุกรายการเป็นแบบเหมาจ่าย เมื่อท่านได้ชำระเงินเต็มจำนวนแล้ว หากเกิดเหตุสุดวิสัยไม่สามารถเดินทางได้ ท่านสามารถขอเลื่อนวันเดินทางได้อย่างน้อย 5 วัน ก่อนวันที่ท่านไปออกทัวร์ หากท่านแจ้งน้อยกว่านั้นแล้วทางบริษัทไม่สามารถดำเนินการเลื่อนวันได้ โดยท่านสามารถเลื่อนวันเดินทางออกไปได้นานที่สุด 60 วัน ทั้งนี้ก่อนการชำระเงินท่านจะต้องตรวจสอบการจองรายการนำเที่ยวของท่านให้แน่ใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

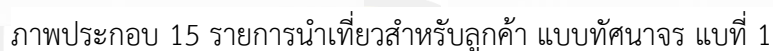
3. การยกเลิกการจองล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน ก่อนการเดินทาง ทางบริษัทหักค่ามัดจำ 10%

3 ขั้นตอนกำหนดการ กำหนดการเดินทางที่บริษัทจัดขึ้นให้กับลูกค้า คือ รายการนำเที่ยว ที่ประกอบด้วยรายละเอียดของการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ที่มี 3 รูปแบบ คือ

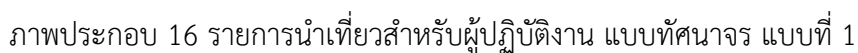
1. รายการนำเที่ยวอย่างย่อ (Summary Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวที่เขียนเฉพาะจุดสำคัญ ๆ โดยมากจะเน้นเส้นทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเท่านั้น จะไม่ระบุรายละเอียดอื่น โดยการเขียนรายการนำเที่ยวชนิดนี้ใช้เพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะเป็นแผ่นพับ โบรชัวร์ ที่ต้องการแนะนำบอกกล่าวและชักชวนให้มาซื้อสินค้า



ภาพประกอบ 14 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบทัศนอาจร แบบที่ 1



3. รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน (Operating Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวสำหรับผู้ดำเนินงาน โดยในรายการนั้นจะระบุรายละเอียดของงาน รายชื่อ และหมายเลขโทรศัพท์ที่จะต้องติดต่อประสานงานในการนำเที่ยว



ขั้นตอนในการเตรียมการจัดทำรายการนำเที่ยวแบบทัศนจาร เส้นทางที่ 2

1. ขั้นการเตรียมเส้นทาง

1) กำหนดเส้นทางและจุดท่องเที่ยว ลานสานเกตนคร – บึงปลาญชัย – เจดีย์หินทรายวัดป่ากง – หอโหวดร้อยเอ็ด -พระมหาเจดีย์ชัยมงคล – ลานสาเกตนคร

2) กำหนดจุดแวะพัก และรับประทานอาหาร ร้านอาหาร (ดำกระเทย) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

3) กำหนดยานพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

2. ขั้นเตรียมรายการ

1) บุคลากรที่เกี่ยวข้อง

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดการท่องเที่ยว และฝ่ายการเงิน (ผู้ประกอบการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายยานพาหนะ (ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในจังหวัดร้อยเอ็ด)

2) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวตามเส้นทาง เป็นรายการนำเที่ยวแบบทัศนจาร คือ การท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับเป็นเวลา 1 วัน

3) กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว ชมแหล่งท่องเที่ยว ไหว้พระทำบุญ ปั่นจักรยานน้ำ พักผ่อนหย่อนใจ ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด ซื้อสินค้าของที่ระลึก

4) กำหนดสถานที่รับประทานอาหารและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร (ร้านดำกระเทย) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

5) กำหนดพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

6) กำหนดราคาค่าใช้จ่ายตลอดรายการ

รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณี 2 - 4 คน)

ค่าใช้จ่ายคงที่ ประกอบด้วย

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ 2,500 บาท

ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว 1,000 บาท

ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ 1,000 บาท

รวม 4,500 บาท

คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (4,500/2)	2,250 บาท
รถตู้ (กรณี 5 – 10 คน) ประกอบด้วย	
ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	2,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	4,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (4,000/5)	800 บาท
รถมินิบัส (กรณี 11 – 25 คน)	
ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	6,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	8,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (8,000/11)	730 บาท
รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 26 – 35 คน)	
ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	12,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	14,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (14,000/26)	540 บาท
ค่าใช้จ่ายผันแปร ประกอบด้วย	
ค่าเข้าชมหอโหวด	50 บาท
ค่าอาหารว่าง 2 มื้อ	80 บาท
ค่าอาหารกลางวันคนละ	150 บาท
รวม	280 บาท
สรุปค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละรูปแบบของยานพาหนะ	
รถยนต์ส่วนบุคคล	
ราคาต้นทุนต่อคน	$2,250 + 280 =$ 2,530 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)	3,040 บาท
รถตู้	
ราคาต้นทุนต่อคน	$800 + 280 =$ 1,080 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)	1,300 บาท

รถมินิบัส

ราคาต้นทุนต่อคน $730 + 280 =$ 1,010 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 1,220 บาท

รถโค้ชปรับอากาศ

ราคาต้นทุนต่อคน $540 + 280 =$ 820 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 990 บาท

7) ขั้นตอนเงื่อนไขของค่าใช้จ่ายตามรายการ

เงื่อนไขการจอร์รายการนำเที่ยว

1. ชำระเงินค่ามัดจำการจอร์ที่ระบุในรายการนำเที่ยว 20% และชำระจำนวนเงินที่เหลือก่อนวันเดินทาง 15 วัน

2. การยกเลิกการจอร์เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุในท้ายรายการนำเที่ยวที่ทำการจอร์

3. ขอสงวนสิทธิ์ยืนยันที่นั่งสำหรับผู้ชำระค่าจอร์มาแล้วเท่านั้น

4. กรุณาศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการบริการก่อนทำการจอร์รายการนำเที่ยว

5. หากท่านไม่ได้ชำระเงินตามวันเวลาที่ระบุ ทางบริษัทขอยกเลิกสัญญาการจอร์

การยกเลิกการจอร์รายการนำเที่ยว

1. หากท่านได้ชำระค่ามัดจำรายการนำเที่ยวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่เกิดเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถเดินทางได้ ทางบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินมัดจำให้แก่ท่านได้ เนื่องจากทางบริษัทได้ทำการจองยานพาหนะ ค่าเข้าชมสถานที่ และมัคคุเทศก์ ไว้เรียบร้อยแล้ว

2. รายการนำเที่ยวทุกรายการเป็นแบบเหมาจ่าย เมื่อท่านได้ชำระเงินเต็มจำนวนแล้ว หากเกิดเหตุสุดวิสัยไม่สามารถเดินทางได้ ท่านสามารถขอเลื่อนวันเดินทางได้อย่างน้อย 5 วัน ก่อนวันที่ท่านไปออกทัวร์ หากท่านแจ้งน้อยกว่านั้นแล้วทางบริษัทไม่สามารถดำเนินการเลื่อนวันได้ โดยท่านสามารถเลื่อนวันเดินทางออกไปได้นานที่สุด 60 วัน ทั้งนี้ก่อนการชำระเงินท่านจะต้องตรวจสอบการจอร์รายการนำเที่ยวของท่านให้แน่ใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3. การยกเลิกการจอร์ล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน ก่อนการเดินทาง ทางบริษัทหักค่ามัดจำ 10%

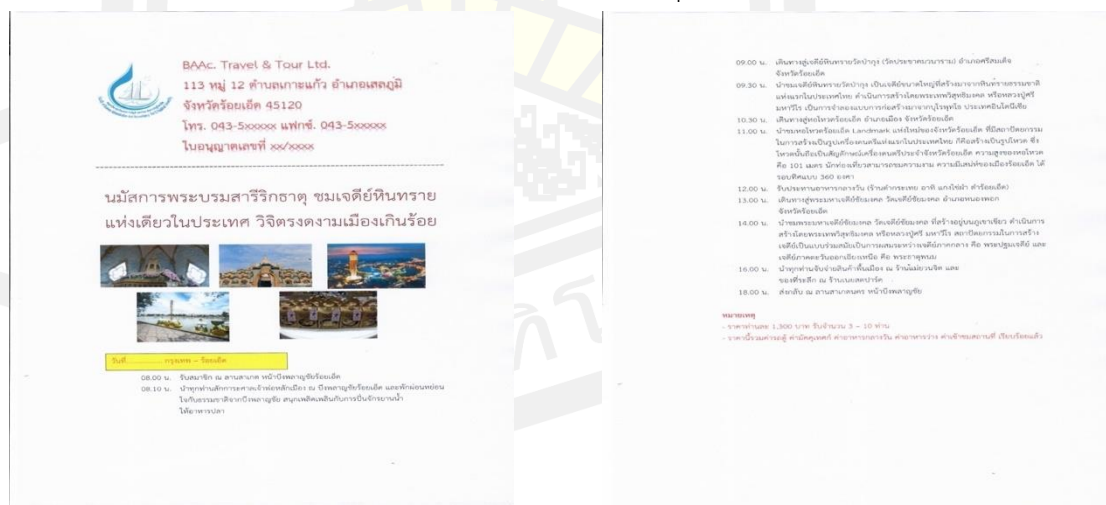
3 ขั้นตอนกำหนดการ กำหนดการเดินทางที่บริษัทจัดขึ้นให้กับลูกค้า คือ รายการนำเที่ยวที่ประกอบด้วยรายละเอียดของการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ที่มี 3 รูปแบบ คือ

1. รายการนำเที่ยวอย่างย่อ (Summary Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวที่เขียนเฉพาะจุดสำคัญ ๆ โดยมากจะเน้นเส้นทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเท่านั้น จะไม่ระบุรายละเอียดอื่น โดยการเขียนรายการนำเที่ยวชนิดนี้ใช้เพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะเป็นแผ่นพับ โบรชัวร์ ที่ต้องการแนะนำบอกกล่าวและชักชวนให้มาซื้อสินค้า



ภาพประกอบ 17 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบทัศนจร แบบที่ 2

2. รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า (Detailed Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า โดยที่ในรายการนำเที่ยวจะมีข้อมูลอย่างละเอียดเพียงพอที่จะทำให้ทราบถึงกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดว่าเป็นอย่างไร ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง



ภาพประกอบ 18 รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า แบบทัศนจร แบบที่ 2

3. รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน (Operating Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวสำหรับผู้ดำเนินงาน โดยในรายการนั้นจะระบุรายละเอียดของงาน รายชื่อ และหมายเลขโทรศัพท์ที่ต้องติดต่อประสานงานในการนำเที่ยว

BAAC Travel & Tour Ltd.
113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสถียร
จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxxx
ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

ชื่อลูกค้า : คุณ..... โทรศัพท์ : ด้าฮัน
จำนวนลูกค้า : คน ชื่อทีมงาน : xx/xxxx
พชร : หมายเลขโทรศัพท์ :

วันที่.....	กิจกรรม	ติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์
08.00 น.	รับลูกค้าที่ลานสากนคร ทหารเรือวัด	ติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์ 082xxxxxx
09.30 น.	เจดีย์หินทรายวัดป่ากุงติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์ 081xxxxxx	
11.00 น.	หอโหวดติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์ 043xxxxxx	
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน ร้านค้าเกาะแก้ว	ติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์ 043xxxxxx
14.00 น.	วัดเจติยหินทรายติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์ 084xxxxxx	
16.00 น.	ร้านแมกวันติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์ 088xxxxxx	
18.00 น.	ร้านเบสตาปาร์ค ติดต่อคุณ.....	โทรศัพท์ 0435xxxxx	

ส่งกลับลานสากนคร

ปilotทุกการเดินทางและโชคดี

ภาพประกอบ 19 รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน แบบทัศนจร แบบที่ 2

ขั้นตอนในการเตรียมการจัดทำรายการนำเที่ยวแบบค้างคืน เส้นทางที่ 1

1. ขั้นเตรียมเส้นทาง

1) กำหนดเส้นทางและจุดท่องเที่ยว ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด – พระมหาเจดีย์ชัยมงคล – ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด – กู่กาสิงห์ - หอโหวดร้อยเอ็ด – บึงพลาญชัยร้อยเอ็ด – โรงแรม - เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง - ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด

2) กำหนดจุดแวะพัก และรับประทานอาหาร ร้านอาหาร (ซุ้มอาหารจงเจริญ) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

3) กำหนดยานพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

2. ขั้นเตรียมรายการ

1) บุคลากรที่เกี่ยวข้อง

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดการท่องเที่ยว และฝ่ายการเงิน (ผู้ประกอบการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายยานพาหนะ (ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในจังหวัดร้อยเอ็ด)

2) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวตามเส้นทาง เป็นรายการนำเที่ยวแบบทัศนจาร คือ การท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับเป็นเวลา 1 วัน

3) กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว ชมแหล่งท่องเที่ยว ไหว้พระทำบุญ ชมนิทรรศการเกี่ยวกับท้องฟ้าจำลอง ปั่นจักรยานน้ำ พักผ่อนหย่อนใจ ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด ซื้อสินค้าของที่ระลึก

4) กำหนดสถานที่รับประทานอาหารและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร (ซุ้มอาหารจงเจริญ) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

5) กำหนดพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

6) กำหนดราคาค่าใช้จ่ายตลอดรายการ

รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณี 2 - 4 คน)

ค่าใช้จ่ายคงที่ ประกอบด้วย

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	3,500 บาท
--	-----------

ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
-----------------------	-----------

ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
--------------------------------	-----------

รวม	5,500 บาท
------------	------------------

คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (5,500/2)	2,750 บาท
----------------------------------	------------------

รถตู้ (กรณี 5 – 10 คน) ประกอบด้วย

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	3,000 บาท
--	-----------

ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
-----------------------	-----------

ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
--------------------------------	-----------

รวม	5,000 บาท
------------	------------------

คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (5,000/5)	1,000 บาท
----------------------------------	------------------

รถมินิบัส (กรณี 11 – 25 คน)

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	8,000 บาท
--	-----------

ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
-----------------------	-----------

ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
--------------------------------	-----------

รวม	10,000 บาท
------------	-------------------

คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (10,000/11)	910 บาท
รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 26 – 35 คน)	
ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	14,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	16,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (16,000/26)	620 บาท
ค่าใช้จ่ายผันแปร ประกอบด้วย	
ค่าเข้าชมศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม	
เพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด	20 บาท
ค่าเข้าชมหอโหวด	50 บาท
ค่าอาหารว่าง 3 มื้อ	120 บาท
ค่าอาหารกลางวันคนละ	300 บาท
ค่าโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว (พัก 2 ท่าน)	400 บาท
รวม พักโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว	890 บาท
* หากพักท่านเดียว เพิ่ม 400 บาท	
ค่าโรงแรม ระดับ 5 ดาว (พัก 2 ท่าน)	450 บาท
รวม พักโรงแรม ระดับ 5 ดาว	940 บาท
* หากพักท่านเดียว เพิ่ม 450 บาท	
สรุปค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละรูปแบบของยานพาหนะ	
รถยนต์ส่วนบุคคล	
ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว	
ราคาต้นทุนต่อคน $2,750 + 890 =$	3,640 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)	4,370 บาท
ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว	
ราคาต้นทุนต่อคน $2,750 + 940 =$	3,690 บาท
ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)	4,430 บาท

รถตู้

ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน	$1,000 + 890 =$	1,890 บาท
-----------------	-----------------	-----------

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		2,270 บาท
--------------------------------------	--	-----------

ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน	$1,000 + 940 =$	1,940 บาท
-----------------	-----------------	-----------

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		2,330 บาท
--------------------------------------	--	-----------

รถมินิบัส

ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน	$910 + 890 =$	1,800 บาท
-----------------	---------------	-----------

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		2,160 บาท
--------------------------------------	--	-----------

ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน	$910 + 940 =$	3,690 บาท
-----------------	---------------	-----------

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		4,430 บาท
--------------------------------------	--	-----------

รถโค้ชปรับอากาศ

ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน	$620 + 890 =$	1,510 บาท
-----------------	---------------	-----------

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		1,820 บาท
--------------------------------------	--	-----------

ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน	$620 + 940 =$	1,560 บาท
-----------------	---------------	-----------

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%)		1,880 บาท
--------------------------------------	--	-----------

7) ขั้นตอนเงื่อนไขของค่าใช้จ่ายตามรายการ

เงื่อนไขการจอร์รายการนำเที่ยว

1. ชำระเงินค่ามัดจำการจองที่ระบุในรายการนำเที่ยว 20% และชำระจำนวนเงินที่เหลือก่อนวันเดินทาง 15 วัน

2. การยกเลิกการจองเป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุในท้ายรายการนำเที่ยวที่ทำการจอง

3. ขอสงวนสิทธิ์ยืนยันที่นั่งสำหรับผู้ชำระค่าจองมาแล้วเท่านั้น

4. กรุณาศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการบริการก่อนทำการจอร์รายการนำเที่ยว

5. หากท่านไม่ได้ชำระเงินตามวันเวลาที่ระบุ ทางบริษัทขอยกเลิกสัญญาการจอง

การยกเลิกการจองรายการนำเที่ยว

1. หากท่านได้ชำระค่ามัดจำรายการนำเที่ยวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่เกิดเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถเดินทางได้ ทางบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินมัดจำให้แก่ท่านได้ เนื่องจากทางบริษัทได้ทำการจองยานพาหนะ ค่าเข้าชมสถานที่ และมีค่าที่พักไว้เรียบร้อยแล้ว

2. รายการนำเที่ยวทุกรายการเป็นแบบเหมาจ่าย เมื่อท่านได้ชำระเงินเต็มจำนวนแล้ว หากเกิดเหตุสุดวิสัยไม่สามารถเดินทางได้ ท่านสามารถขอเลื่อนวันเดินทางได้อย่างน้อย 5 วัน ก่อนวันที่ท่านไปออกทัวร์ หากท่านแจ้งน้อยกว่านั้นแล้วทางบริษัทไม่สามารถดำเนินการเลื่อนวันได้ โดยท่านสามารถเลื่อนวันเดินทางออกไปได้นานที่สุด 60 วัน ทั้งนี้ก่อนการชำระเงินท่านจะต้องตรวจสอบการจองรายการนำเที่ยวของท่านให้แน่ใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3. การยกเลิกการจองล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน ก่อนการเดินทาง ทางบริษัทหักค่ามัดจำ 10%

3 ขั้นตอนกำหนดการ กำหนดการเดินทางที่บริษัทจัดขึ้นให้กับลูกค้า คือ รายการนำเที่ยวที่ประกอบด้วยรายละเอียดของการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ที่มี 3 รูปแบบ คือ

1. รายการนำเที่ยวอย่างย่อ (Summary Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวที่เขียนเฉพาะจุดสำคัญ ๆ โดยมากจะเน้นเส้นทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเท่านั้น จะไม่ระบุรายละเอียดอื่น โดยการเขียนรายการนำเที่ยวชนิดนี้ใช้เพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะเป็นแผ่นพับ โบรชัวร์ ที่ต้องการแนะนำบอกกล่าวและชักชวนให้มาซื้อสินค้า



ภาพประกอบ 20 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบค้างคืน แบบที่ 1

2. รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า (Detailed Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า โดยที่ในรายการนำเที่ยวจะมีข้อมูลอย่างละเอียดเพียงพอที่จะทำให้ทราบถึงกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดว่าเป็นอย่างไร ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง

BAAc Travel & Tour Ltd.
113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ
จังหวัดร้อยเอ็ด 45120
โทร. 043-5xxxxx แฟกซ์ 043-5xxxxx
ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

**นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ชมเจดีย์หินทราย
แห่งเดียวในประเทศไทย วิจารณ์งามเมืองร้อยเอ็ด**

รายละเอียดกิจกรรม - Inside the tour

08.00 น. รับลูกค้าที่ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด
08.10 น. เดินทางสู่พระธาตุพนม
09.00 น. เข้าชมพระธาตุพนม และ วัดโพธิ์ชัย และ วัดป่ากุง (ชมพระพุทธรูปปางนาคปรก)
09.10 น. เข้าชมพระธาตุพนม และ วัดโพธิ์ชัย และ วัดป่ากุง (ชมพระพุทธรูปปางนาคปรก)
09.20 น. เข้าชมพระธาตุพนม และ วัดโพธิ์ชัย และ วัดป่ากุง (ชมพระพุทธรูปปางนาคปรก)

รายการค่าบริการ

รายการค่าบริการ	ราคา
ค่าเช่ารถ (รถตู้ปรับอากาศ 2 คัน)	2,270
ค่าที่พัก (เตียงเดี่ยว 1 ห้อง)	400

หมายเหตุ

- ราคาไม่รวมค่าบัตรโดยสารอากาศยาน
- ราคาไม่รวมค่ารถตู้ ค่าค่าน้ำมัน ค่าอาหารกลางวัน ค่าอาหารว่าง ค่าอาหารเย็น ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าโรงแรม ค่ารถแท็กซี่ ค่ารถรับส่งสนามบิน ค่ารถรับส่ง
- รับจำนวน 3 - 10 ท่าน

ภาพประกอบ 21 รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า แบบค้างคืน แบบที่ 1

3. รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน (Operating Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวสำหรับผู้ดำเนินงาน โดยในรายการนั้นจะระบุรายละเอียดของงาน รายชื่อ และหมายเลขโทรศัพท์ที่จะต้องติดต่อประสานงานในการนำเที่ยว

BAAc Travel & Tour Ltd.
113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ
จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx
ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

ชื่อลูกค้า : คุณ..... โทร : 043-xxxxx
จำนวนลูกค้า : คน
พาส : หมายเลขโทรศัพท์.....

วันแรก วันที่.....

08.00 น. รับลูกค้าที่ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 082xxxxxxx
09.00 น. เดินทางสู่พระธาตุพนม ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 083xxxxxxx
11.00 น. ชมวัดโพธิ์ชัย และ วัดป่ากุง (ชมพระพุทธรูปปางนาคปรก) ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxxx
12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ที่ร้านอาหาร..... โทรศัพท์ 043xxxxxxx
14.00 น. เดินทางสู่พระธาตุพนม ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 088xxxxxxx
15.00 น. ชมพระธาตุพนม ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxxx
16.00 น. ชมพระธาตุพนม ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 081xxxxxxx

วันที่สอง วันที่.....

10.30 น. เดินทางสู่พระธาตุพนม ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 087xxxxxxx
12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ที่ร้านอาหาร..... โทรศัพท์ 043xxxxxxx
13.00 น. ชมวัดโพธิ์ชัย และ วัดป่ากุง (ชมพระพุทธรูปปางนาคปรก) ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxxx
15.00 น. ชมพระธาตุพนม ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 085xxxxxxx
17.30 น. ชมพระธาตุพนม ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 089xxxxxxx

ปลอดภัยทุกการเดินทางและชีวิต

ภาพประกอบ 22 รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน แบบค้างคืน แบบที่ 1

ขั้นตอนในการเตรียมการจัดทำรายการนำเที่ยวแบบค้างคืน เส้นทางที่ 2

1. ขั้นการเตรียมเส้นทาง

1) กำหนดเส้นทางและจุดท่องเที่ยว ลานสาเกต – บึงพลาญชัย – กู่กาสิงห์ - พระมหาเจดีย์ชัยมงคล – หอโหวด – โรงแรม - เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง – ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด - ลานสาเกต

2) กำหนดจุดแวะพัก และรับประทานอาหารพื้นบ้าน (เทศบาลตำบลกู่กาสิงห์) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

3) กำหนดยานพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

2. ขั้นเตรียมรายการ

1) บุคลากรที่เกี่ยวข้อง

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดการท่องเที่ยว และฝ่ายการเงิน (ผู้ประกอบการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด)

- ฝ่ายยานพาหนะ (ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในจังหวัดร้อยเอ็ด)

2) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวตามเส้นทาง เป็นรายการนำเที่ยวแบบทัศนอาจร คือ การท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับเป็นเวลา 1 วัน

3) กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว ชมแหล่งท่องเที่ยว ไหว้พระทำบุญ ชมนิทรรศการเกี่ยวกับท้องฟ้าจำลอง ปั่นจักรยานน้ำ พักผ่อนหย่อนใจ ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด ซื้อสินค้าของที่ระลึก

4) กำหนดสถานที่รับประทานอาหารและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร (ซุ้มอาหารจงเจริญ) – ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก (ร้านเนยสดปาร์ค)

5) กำหนดพาหนะ รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณีไม่เกิน 4 คน) รถตู้ (กรณี 4 – 10 คน) รถมินิบัส (กรณี 10 – 25 คน) รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 25 – 35 คน)

6) กำหนดราคาค่าใช้จ่ายตลอดรายการ

รถยนต์ส่วนบุคคล (กรณี 2 - 4 คน)

ค่าใช้จ่ายคงที่ ประกอบด้วย

ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	3,500 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท

ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	5,500 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (5,500/2)	2,750 บาท
รถตู้ (กรณี 5 – 10 คน) ประกอบด้วย	
ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	3,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	5,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (5,000/5)	1,000 บาท
รถมินิบัส (กรณี 11 – 25 คน)	
ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	8,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	10,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (10,000/11)	910 บาท
รถโค้ชปรับอากาศ (กรณี 26 – 35 คน)	
ค่ายานพาหนะเหมารวมค่าน้ำมันและพนักงานขับรถ	14,000 บาท
ค่ามัคคุเทศก์นำเที่ยว	1,000 บาท
ค่าดำเนินการและค่าบริการอื่น ๆ	1,000 บาท
รวม	16,000 บาท
คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อคน (16,000/26)	620 บาท
ค่าใช้จ่ายผันแปร ประกอบด้วย	
ค่าเข้าชมศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม	
เพื่อการศึกษาวิจัย	20 บาท
ค่าเข้าชมหอโหวด	50 บาท
ค่าอาหารว่าง 3 มื้อ	120 บาท
ค่าอาหารกลางวันคนละ	300 บาท
ค่าโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว (พัก 2 ท่าน)	400 บาท
รวม พักโรงแรม ระดับ 3-4 ดาว	890 บาท

* หากพักท่านเดียว เพิ่ม 400 บาท

ค่าโรงแรม ระดับ 5 ดาว (พัก 2 ท่าน) 450 บาท

รวม พักโรงแรม ระดับ 5 ดาว 940 บาท

* หากพักท่านเดียว เพิ่ม 450 บาท

สรุปค่าใช้จ่ายต่อคนในแต่ละรูปแบบของยานพาหนะ

รถยนต์ส่วนบุคคล

ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $2,750 + 890 =$ 3,640 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 4,370 บาท

ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $2,750 + 940 =$ 3,690 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 4,430 บาท

รถตู้

ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $1,000 + 890 =$ 1,890 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 2,270 บาท

ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $1,000 + 940 =$ 1,940 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 2,330 บาท

รถมินิบัส

ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $910 + 890 =$ 1,800 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 2,160 บาท

ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $910 + 940 =$ 3,690 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 4,430 บาท

รถโค้ชปรับอากาศ

ราคาพักโรงแรมระดับ 3-4 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $620 + 890 =$ 1,510 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 1,820 บาท

ราคาพักโรงแรมระดับ 5 ดาว

ราคาต้นทุนต่อคน $620 + 940 =$ 1,560 บาท

ราคาขายต่อคนไม่เกิน (คิดกำไรที่ 20%) 1,880 บาท

หมายเหตุ

โรงแรมระดับ 3 ดาว คือ The Rice Hotel

โรงแรมระดับ 4 ดาว คือ Petcharat Garden Hotel

โรงแรมระดับ 5 ดาว คือ 101 Hotel

7) ขั้นตอนเงื่อนไขของค่าใช้จ่ายตามรายการ

เงื่อนไขการจอร์รายการนำเที่ยว

1. ชำระเงินค่ามัดจำการจองที่ระบุในรายการนำเที่ยว 20% และชำระจำนวนเงินที่เหลือก่อนวันเดินทาง 15 วัน

2. การยกเลิกการจองเป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุในท้ายรายการนำเที่ยวที่ทำการจอง

3. ขอสงวนสิทธิ์ยืนยันที่นั่งสำหรับผู้ชำระค่าจองมาแล้วเท่านั้น

4. กรุณาศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการบริการก่อนทำการจอร์รายการนำเที่ยว

5. หากท่านไม่ได้ชำระเงินตามวันเวลาที่ระบุ ทางบริษัทขอยกเลิกสัญญาการจอง

การยกเลิกการจอร์รายการนำเที่ยว

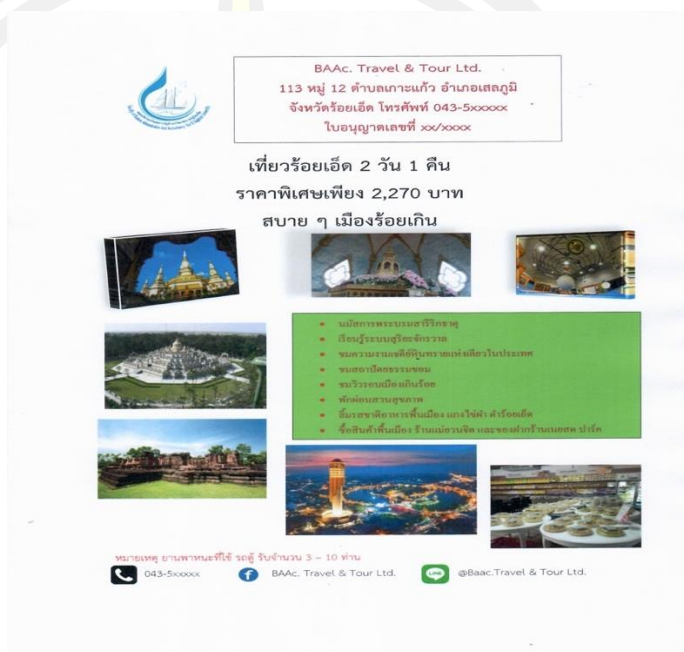
1. หากท่านได้ชำระค่ามัดจำรายการนำเที่ยวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่เกิดเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถเดินทางได้ ทางบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินมัดจำให้แก่ท่านได้ เนื่องจากทางบริษัทได้ทำการจองยานพาหนะ ค่าเข้าชมสถานที่ และมีคฤศค์ ไว้เรียบร้อยแล้ว

2. รายการนำเที่ยวทุกรายการเป็นแบบเหมาจ่าย เมื่อท่านได้ชำระเงินเต็มจำนวนแล้ว หากเกิดเหตุสุดวิสัยไม่สามารถเดินทางได้ ท่านสามารถขอเลื่อนวันเดินทางได้อย่างน้อย 5 วัน ก่อนวันที่ท่านไปออกทัวร์ หากท่านแจ้งน้อยกว่านั้นแล้วทางบริษัทไม่สามารถดำเนินการเลื่อนวันได้ โดยท่านสามารถเลื่อนวันเดินทางออกไปได้นานที่สุด 60 วัน ทั้งนี้ก่อนการชำระเงินท่านจะต้องตรวจสอบการจอร์รายการนำเที่ยวของท่านให้แน่ใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3. การยกเลิกการจอร์ล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน ก่อนการเดินทาง ทางบริษัทหักค่ามัดจำ 10%

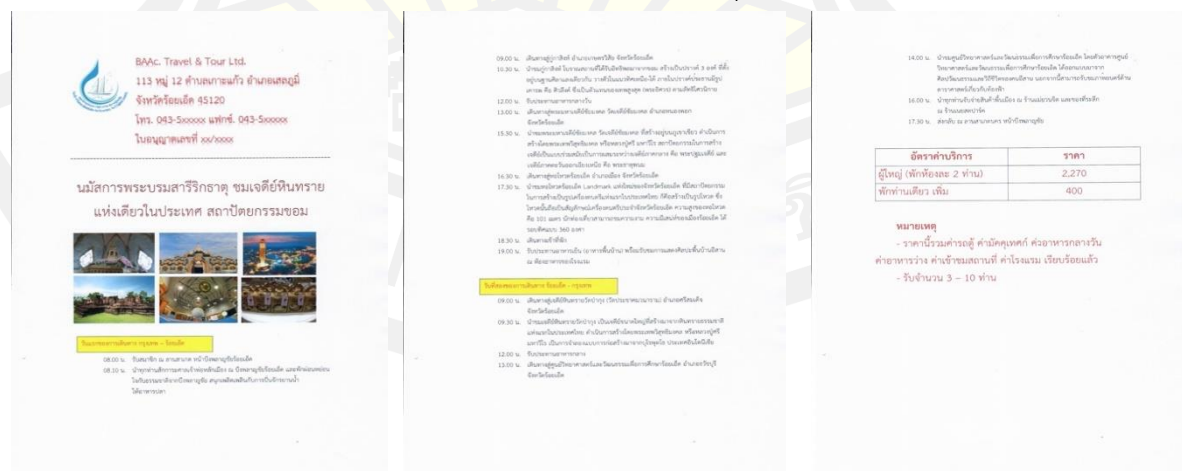
3 ขั้นตอนกำหนดการ กำหนดการเดินทางที่บริษัทจัดขึ้นให้กับลูกค้า คือ รายการนำเที่ยว ที่ประกอบด้วยรายละเอียดของการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ที่มี 3 รูปแบบ คือ

1. รายการนำเที่ยวอย่างย่อ (Summary Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวที่เขียนเฉพาะจุดสำคัญ ๆ โดยมากจะเน้นเส้นทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเท่านั้น จะไม่ระบุรายละเอียดอื่น โดยการเขียนรายการนำเที่ยวชนิดนี้ใช้เพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะเป็นแผ่นพับ โบรชัวร์ ที่ต้องการแนะนำบอกกล่าวและชักชวนให้มาซื้อสินค้า



ภาพประกอบ 23 รายการนำเที่ยวอย่างย่อ แบบค้ำคั้น แบบที่ 2

2. รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า (Detailed Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า โดยที่ในรายการนำเที่ยวจะมีข้อมูลอย่างละเอียดเพียงพอที่จะทำให้ทราบถึงกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดว่าเป็นอย่างไร ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง



ภาพประกอบ 24 รายการนำเที่ยวสำหรับลูกค้า แบบค้ำคั้น แบบที่ 2

3. รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน (Operating Itinerary) เป็นรายการนำเที่ยวสำหรับผู้ดำเนินงาน โดยในรายการนั้นจะระบุรายละเอียดของงาน รายชื่อ และหมายเลขโทรศัพท์ที่ต้องติดต่อประสานงานในการนำเที่ยว

BAAC Travel & Tour Ltd.
113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสถียร
จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx
ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

ชื่อลูกค้า : คุณ..... โทรศัพท์ : ตัวบ้าน.....
จำนวนลูกค้า : คน ชื่อแฟ้มงาน : xx/xxxx
พชร : หมายเลขโทรศัพท์.....

วันแรก วันที่.....

08.00 น. รับลูกค้าที่ลานสาธนาคร หน้าหอไรศ
ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 082xxxxxx
10.30 น. ปราสาทภูเกาสังห์ ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx
12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน เทศบาลตำบลภูเกาสังห์
ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx
15.30 น. วัดเจติยชัยมงคล ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 088xxxxxx
17.30 น. หอไรศติดต่อภัตตาคารบ้านไร่..... โทรศัพท์ 043xxxxxx
18.30 น. โรงแรมเพชรรัตน การ์เด็น ติดต่อรื้ออพัก คุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx
ติดต่อการแสดศิลปะพื้นบ้านอีสาน คุณ..... โทรศัพท์ 081xxxxxx

วันที่สอง วันที่.....

09.30 น. เจติยชัยมงคล ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx
12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ร้านภัตตาคารเพย
ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx
14.00 น. ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด
ติดต่อภัตตาคารบ้านไร่..... โทรศัพท์ 0435xxxxx
16.00 น. ร้านแม่วันจิต ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx
ร้านเบยสตรปาร์ค ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx
17.30 น. ส่งกลับลานสาธนาคร

ปลอดภัยทุกการเดินทางและโชคดี

ภาพประกอบ 25 รายการนำเที่ยวสำหรับผู้ปฏิบัติงาน แบบค้ำคั้น แบบที่ 2

สรุป การกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เนื่องจากจังหวัดร้อยเอ็ดมีลักษณะแหล่งท่องเที่ยว 2 แบบ คือ แหล่งท่องเที่ยวในเมืองและแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด และแหล่งท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบนี้อยู่ไม่ไกลกันมาก จึงสามารถทำรายการนำเที่ยวได้ 2 รูปแบบ คือ 1) แบบทัศนจาร และ 2) รายการนำเที่ยวแบบค้ำคั้น ตามที่ได้เสนอข้างต้น โดยมีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงและน่าจะสมารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งทางผู้วิจัยจะได้ทำการเสนอผลการวิจัยแก่ผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องของจังหวัดร้อยเอ็ดต่อไป

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เรื่องการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) เป็นการประยุกต์การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงกว้าง และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก มีรายละเอียดดังนี้

สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด ในการศึกษาครั้งนี้สามารถวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวได้ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ หอโหวด และบึงพลาญชัย จังหวัดร้อยเอ็ด

1.1.1 การวิเคราะห์เชิงสำรวจด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มในเมืองในความคิดเห็นนักท่องเที่ยวตามรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว (Pleasured Potential = P) เป็นตัวแปรที่มีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียง, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว, ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว, การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด, ถนนมีสภาพดี, มีโรงแรมที่พักโดยรอบเพียงพอ, มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด, มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก, มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

2. กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) เป็นตัวแปรที่มีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 ประกอบด้วย ป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, ระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ, กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน, ความหลากหลายของกิจกรรม และเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี

3. กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) เป็นตัวแปรที่มีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 2.50 ประกอบด้วย ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม, ไม่มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสมไม่มีการให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม, ไม่มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ไม่มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม, ไม่มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีตัวแปรร้อยละค่อนข้างมาก จึงนำตัวแปรดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อลดจำนวนตัวแปรลง และเลือกตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน แล้วนำมาจัดกลุ่มใหม่อีกรอบ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis)

1.1.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดร้อยเอ็ด และถนนมีสภาพดี ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ที่จอดรถเพียงพอและมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน องค์ประกอบเชิงสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีองค์ประกอบ 4 ด้าน มีตัวแปรทั้งหมด 19 ตัวแปร โดยองค์ประกอบที่ 1 ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel) มีความแปรปรวนมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 23.907 ประกอบด้วย 10 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีความแปรปรวนร้อยละ 11.605 มีตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 3

ด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety) มีความแปรปรวนร้อยละ 12.374 มีตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร และองค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริการอื่น ๆ (Service) มีความแปรปรวน 8.647 มีตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร สามารถสรุปเป็นรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้เป็น “TAPS MODEL” ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel)
2. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

3. องค์ประกอบด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety)

4. องค์ประกอบด้านการบริการอื่น ๆ (Service)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำตัวแปรที่ได้มาแยกตามรูปแบบ P.I.M. ได้ดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว (Pleasured Potential = P) ซึ่งสามารถนำมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดได้ ประกอบด้วย มีความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว, มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก, มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด, มีความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, มีการเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด และมีถนนสภาพดี

2. กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) ควรมีการปรับปรุงศักยภาพ ประกอบด้วย ป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน, ความหลากหลายของกิจกรรม และเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี

3. กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) ควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้นประกอบด้วย รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม, อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม, การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม, บริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, การให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม, ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน, และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ

1.2 การวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (วัดประชาคมวนาราม) จังหวัดร้อยเอ็ด

1.2.1 การวิเคราะห์เชิงสำรวจด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

1. กลุ่มปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว (Pleasured Potential = P) เป็นตัวแปรที่มีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

2. กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) เป็นตัวแปรที่มีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 ประกอบด้วย การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด, ถนนมีสภาพดี และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

3. กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) เป็นตัวแปรที่มีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 2.50 ประกอบด้วย ไม่มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นระยะและชัดเจน, ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะ, ไม่มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก, ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดที่เหมาะสม, ไม่มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดที่เหมาะสม, ไม่มีการให้รายละเอียดความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวที่เหมาะสม, ไม่มีรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ไม่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เหมาะสม, ไม่มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน, ไม่มีความหลากหลายของกิจกรรม, ไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม, ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี, ไม่มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ

จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีตัวแปรย่อยที่ค่อนข้างมาก จึงนำตัวแปรดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อลดจำนวนตัวแปรลง และเลือกตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน แล้วนำมาจัดกลุ่มใหม่อีกรอบ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis)

1.2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน องค์ประกอบเชิงสำรวจแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีองค์ประกอบ 5 ด้าน มีตัวแปรทั้งหมด 19 ตัวแปร โดยองค์ประกอบที่ 1 ด้านการท่องเที่ยว (Travel) มีความแปรปรวนมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 14.278 มีตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีความแปรปรวนร้อยละ 13.373 มีตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 3 ด้านบุคลากร (Personal) มีความแปรปรวนร้อยละ 11.611 มีตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 4 ด้านรายการนำเที่ยว (Tour) มีความแปรปรวนร้อยละ 12.575 มีตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร และองค์ประกอบที่ 5 ด้านเอกลักษณ์ (Unique) มีความแปรปรวนเท่ากับ 8.667

มีตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปร สามารถสรุปเป็นรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้เป็น “TAPTU MODEL” ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (Travel)
2. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
3. องค์ประกอบด้านบุคลากร (Personal)
4. องค์ประกอบด้านการเดินทาง (Tour)
5. องค์ประกอบด้านความเป็นเอกลักษณ์ (Unique)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำตัวแปรที่ได้มาแยกตามรูปแบบ P.I.M. ได้ดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว (Pleased Potential = P) ซึ่งสามารถนำมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดได้ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว, และความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

2. กลุ่มปัจจัยที่ควรปรับปรุงศักยภาพ (Improve Potential = I) ควรมีการปรับปรุงศักยภาพ ไม่มี

3. กลุ่มปัจจัยที่ควรสร้างศักยภาพ (Making Potential = M) ควรมีการสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้น ประกอบด้วย ไม่มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน, ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ, ไม่มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์, ไม่มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน, ไม่มีความหลากหลายของกิจกรรม, ไม่มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ, ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ, ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด, ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก, ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด, ไม่มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดที่เหมาะสม และไม่มีการให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวที่เหมาะสม

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

2.1 จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล สรุปผลได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ปัจจุบันระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท

2.2 จำแนกตามลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด มีกิจกรรมท่องเที่ยว คือ มาเพื่อไหว้พระและเพื่อชมนิทรรศการ/ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับท้องฟ้าจำลอง/ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด รองลงมาเพื่อปั่นจักรยานน้ำ/ให้อาหารปลา และเชิงสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง และเพื่อประชุมสัมมนา ใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยวแต่ละครั้งส่วนใหญ่เป็นเวลา 1 วัน รองลงมา 2 วัน ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทบันเทิงใจ รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีขั้นตอนการตัดสินใจ คือ ด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง รองลงมาแฟน/เพื่อน ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด นักท่องเที่ยวเคยมาจังหวัดร้อยเอ็ด 3 ครั้งขึ้นไป รองลงมาไม่เคยมาเที่ยวร้อยเอ็ด ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล รองลงมารถจักรยานยนต์ มาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในช่วงวันเสาร์ - วันอาทิตย์ รองลงมาวันหยุดนักขัตฤกษ์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ระหว่าง 1,501 – 3,000 บาท รองลงมาต่ำกว่า และมีโอกาสจะกลับมาเที่ยวร้อยเอ็ดอีก รองลงมาไม่แน่ใจ

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด สรุปได้ดังนี้

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด สรุปได้ดังนี้

3.1.1. ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านลักษณะทางกายภาพ

3.1.2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

3.1.3. ด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากรและความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านลักษณะทางกายภาพ

3.1.4. ด้านการบริการอื่น ๆ (Services) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการบริการอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับด้านด้านราคา และด้านช่องทางจัดจำหน่าย แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการบริการอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด สรุปได้ดังนี้

3.2.1 ด้านการท่องเที่ยว (Travel) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

3.2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ

3.2.3 ด้านบุคลากร (Personal) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ

3.2.4 ด้านรายการนำเที่ยว (Tour) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านรายการนำเที่ยว มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านรายการนำเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย

3.2.5 ด้านเอกลักษณ์ (Unique) จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านเอกลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านเอกลักษณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสรุปเป็นตารางความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ตาราง 18 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
ทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว/ ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว	ด้านราคา	ด้านช่องทางจัด จำหน่าย	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านส่งเสริมการขาย	ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ด้านกระบวนการ	ด้านบุคลากร
แหล่งท่องเที่ยวในเมือง							
ด้านการเดินทางและการบริการนักท่องเที่ยว (T)	✓	✓	✓	✓		✓	✓
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (A)			✓				✓
ด้านบุคลากรและความปลอดภัย (P)	✓	✓	✓	✓		✓	✓
ด้านการบริการอื่น ๆ (S)	✓	✓					
แหล่งท่องเที่ยวชนนอกเมือง							
ด้านการท่องเที่ยว (T)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (A)	✓	✓				✓	✓
ด้านบุคลากร (P)	✓	✓	✓			✓	✓
ด้านรายการนำเที่ยว (T)	✓		✓		✓	✓	✓
ด้านเอกลักษณ์ (U)	✓	✓		✓		✓	
รวมความได้	8	7	6	4	2	7	7

จากตาราง 18 สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านกระบวนการ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดต่อไป

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย

1. ผู้นำชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนเจ้าอาวาส, ผู้ใหญ่บ้าน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

2. ภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบด้วย ตัวแทนท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

3. ชาวบ้าน ประกอบด้วย ผู้จำหน่ายสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

4. นักวิชาการ ประกอบด้วย อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว ในสถานศึกษาที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด

สามารถสรุปได้ ดังนี้

ด้านแผน/นโยบาย ในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

จังหวัดร้อยเอ็ดมีแผนและนโยบายส่งเสริมพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด ในระดับจังหวัด แต่แผนและนโยบายดังกล่าวไม่กระจายลงสู่ระดับท้องถิ่น

ด้านการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ยังขาดการพัฒนาไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นระบบ

ด้านปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

ไม่มีการประสานงานเพื่อนำแผนและนโยบายจากภาครัฐสู่ท้องถิ่น และการท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด ยังมีจุดอ่อนด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่จะเป็นศูนย์กลางในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างหน่วยงานระดับจังหวัดและหน่วยงานระดับท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และการพัฒนาบุคลากรด้านการจัดการการท่องเที่ยว

ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมิน การจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

ผู้นำชุมชนและชาวบ้านควรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งการเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมิน การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

5. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด สรุปผลได้ดังนี้

5.1 แนวทางการจัดการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด จากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด

จากผลการศึกษา การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสร้างรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดได้ 2 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ได้เป็น **“TAPS MODEL”** ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel)
2. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
3. องค์ประกอบด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety)
4. องค์ประกอบด้านการบริการอื่น ๆ (Services)

โดยสามารถวิเคราะห์ SWOT Analysis ได้จุดแข็งและจุดอ่อน ดังนี้

ด้านจุดแข็ง สรุปได้ คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ห้องสุขา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด และร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก มีการคมนาคมที่สะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายเนื่องจากตั้งอยู่ใจกลางเมือง กิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีความหลากหลายน่าสนใจ

ด้านจุดอ่อน สรุปได้ คือ ขาดจุดบริการด้านข้อมูลข่าวสาร (Tourism Information) ขาดบริการด้านการนำเที่ยว การประชาสัมพันธ์ที่ไม่หลากหลาย ที่จอดรถไม่เหมาะสมเพียงพอ เพราะจอดริมถนนอาจเกิดความเสียหายได้

2. รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้เป็น **“TAPTU MODEL”** ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านการเดินทาง (Tour)
2. องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
3. องค์ประกอบด้านบุคลากร (Personal)
4. องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (Travel)
5. องค์ประกอบด้านความเป็นเอกลักษณ์ (Unique)

โดยสามารถวิเคราะห์ SWOT Analysis ได้จุดแข็งและจุดอ่อน ดังนี้

ด้านจุดแข็ง สรุปได้ คือ ความมีชื่อเสียง ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยว และความสะอาดประจำแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดเรียบร้อย

ด้านจุดอ่อน สรุปได้ คือ ขาดจุดบริการด้านข้อมูลข่าวสาร (Tourism Information) ขาดบริการด้านการนำเที่ยว ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ห้องสุขา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด และร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ขาดป้ายบอกทางภาษาไทย และภาษาอังกฤษที่ชัดเจน ขาดระบบการขนส่งสาธารณะที่เข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว และขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในการดูแลทรัพย์สิน

5.2 แนวทางการจัดการกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

จากผลการศึกษา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว สามารถสรุปปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด ได้เป็น 5 กลยุทธ์ คือ

1. กลยุทธ์ด้านราคา การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูง
2. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จังหวัดร้อยเอ็ดควรมีกลยุทธ์การส่งเสริมช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น
3. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดสามารถจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการท่องเที่ยวแบบอิสระได้
4. กลยุทธ์ด้านบุคลากร จังหวัดร้อยเอ็ดมีบุคลากรที่แสดงถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
5. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ จังหวัดร้อยเอ็ดมีความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

โดยมีจุดแข็ง และจุดอ่อน ด้านกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

จุดแข็ง สรุปได้ คือ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านกระบวนการ กลยุทธ์ด้านบุคลากร (แหล่งท่องเที่ยวในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด) และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

จุดอ่อน สรุปได้ คือ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านบุคลากร (แหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด)

5.3 แนวทางการจัดการความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ยังไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านแผน/นโยบาย ในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

จังหวัดร้อยเอ็ดควรมีการกระจายแผนและนโยบายส่งเสริมการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ลงสู่ระดับท้องถิ่น

ด้านการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ควรมีการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่เป็นระบบเชื่อมโยงการทำงานร่วมในระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น

ด้านปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

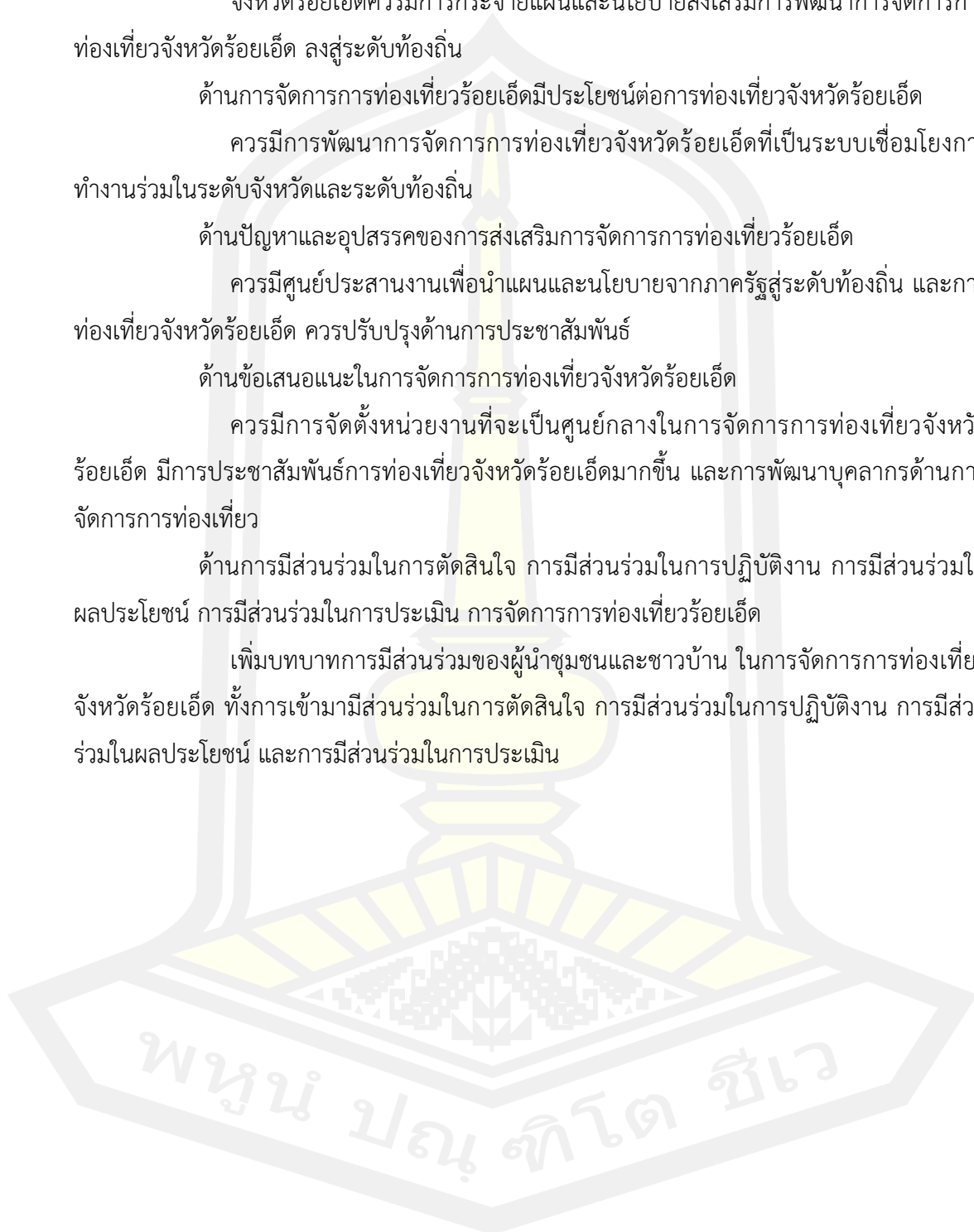
ควรมีสวนย์ประสานงานเพื่อนำแผนและนโยบายจากภาครัฐสู่ระดับท้องถิ่น และการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ควรปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่จะเป็นศูนย์กลางในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมากขึ้น และการพัฒนาบุคลากรด้านการจัดการการท่องเที่ยว

ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมิน การจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

เพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและชาวบ้าน ในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งการเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมิน



5.4 กำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ด้วยแนวทางการจัดการด้านการวางแผนนำเที่ยวและการจัดการด้านรายการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

จากผลการศึกษาดำเนินการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวสามารถสรุปรายการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ดังนี้

ตาราง 19 สรุปรายการนำเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

รูปแบบรายการนำเที่ยว	จุดรับ – ส่ง นักท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว	ราคา	หมายเหตุ
ทัศนจาร รายการที่ 1	ทำอากาศยาน	ทำอากาศยานร้อยเอ็ด – พระมหาเจดีย์ชัยมงคล – ศูนย์วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด – เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง - หอโหวดร้อยเอ็ด – บึงปลาญชัยร้อยเอ็ด – ทำอากาศยานจังหวัดร้อยเอ็ด	1,130	ไม่รวมราคาบัตรโดยสาร
ทัศนจาร รายการที่ 2	ลานสาเกตนคร	ลานสาเกตนคร – บึงปลาญชัย – เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง – หอโหวดร้อยเอ็ด - พระมหาเจดีย์ชัยมงคล – ลานสาเกตนคร	1,130	-
แบบค้างคืน รายการที่ 1	ทำอากาศยาน	ทำอากาศยานร้อยเอ็ด – พระมหาเจดีย์ชัยมงคล – ศูนย์วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด – กู่กาสิงห์ - หอโหวดร้อยเอ็ด – บึงปลาญชัยร้อยเอ็ด – โรงแรม – เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง - ทำอากาศยานร้อยเอ็ด	2,270	ไม่รวมราคาบัตรโดยสาร
แบบค้างคืน รายการที่ 2	ลานสาเกตนคร	ลานสาเกต – บึงปลาญชัย – กู่กาสิงห์ - พระมหาเจดีย์ชัยมงคล – หอโหวด – โรงแรม - เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง – ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด – ลานสาเกต	2,270	-

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

จากการสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แบบสำรวจและแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ใช้แนวความคิดของ Buhalis (2002) ที่มี 6 ประการ (6A's) คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. การเข้าถึง (Accessibility) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4. รายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages) 5. กิจกรรม (Activities) 6. การให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีตัวแปรย่อยที่ค่อนข้างมาก จึงนำตัวแปรดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis) ซึ่งสอดคล้องกับกฎของ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (2564) เพื่อลดจำนวนตัวแปรลง และเลือกตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน แล้วนำมาจัดกลุ่มใหม่อีกรอบ ซึ่งทำให้เห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองร้อยเอ็ดมีองค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยว (Tour and Travel) พบว่า มีศักยภาพ 2 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งที่ควรปรับปรุงศักยภาพ และด้านสิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ ดังนี้

สิ่งที่ควรปรับปรุงศักยภาพ

ป้ายบอกทางมีไม่เพียงพอ จึงควรมีการเพิ่มจำนวนป้ายบอกทางให้มากขึ้น และควรมีจำนวนป้ายบอกทางโดยเริ่มจากเขตรอยต่อเข้าจังหวัดร้อยเอ็ดและเป็นระยะ ๆ ต่อเนื่อง ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการป้ายบอกทางตั้งแต่เข้าเขตจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อป้องกันการหลงทาง

กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเฉพาะช่วงเวลา จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเป็นประจำทุกสัปดาห์ เช่น ตลาดนัดเข้าบ้านในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว หรือจัดให้มีถนนคนเดินประจำทุกวันเสาร์ - วันอาทิตย์

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เด่นชัดประจำแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด เช่น บึงพลาญชัย นักท่องเที่ยวมาเพื่อเชิงสุขภาพและพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนหอโหวด ชมรูปแบบสถาปัตยกรรมที่ดูแปลกตา และชมทิวทัศน์ของเมืองร้อยเอ็ด ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าไม่มีความหลากหลายของกิจกรรมจึงควรมีการเพิ่มกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การจัดแสดงดนตรีบริเวณสาเกตหน้าหอโหวด เทศกาลอาหารประจำท้องถิ่น เทศกาลอาหารนานาชาติ หรือการแสดงดนตรีในสวนบริเวณบึงพลาญชัย

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ

รายการนำเที่ยว อัตราค่าบริการนำเที่ยว การให้รายละเอียดที่น่าสนใจในรายการนำเที่ยว บริการนำเที่ยวแบบออนไลน์ พบว่า จังหวัดร้อยเอ็ดยังไม่เคยปรากฏตัวแปรดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับการให้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว ว่า หากมีรายการนำเที่ยว อัตราค่าบริการนำเที่ยว และการให้รายละเอียดที่น่าสนใจในรายการนำเที่ยว ที่สามารถดูแบบออนไลน์ได้ จะมีผลต่อการตัดสินใจการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในระดับหนึ่ง

มัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม พบว่า หอโหวดยังขาดมัคคุเทศก์หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวที่ให้ความเห็นว่า หากมีการจัดมัคคุเทศก์หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมจะสามารถเพิ่มคุณค่าและเป็นตัวเลือกให้นักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชมหอโหวดได้เป็นอย่างดี

ด้านความปลอดภัย ปัจจุบันสถานที่จอดรถของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหอโหวดและบึงพลาญชัย เป็นการจอดแบบริมถนนจึงสร้างความรู้สึกริษที่ไม่ปลอดภัยต่อทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้เสนอว่า ควรมีควมมีลานจอดรถที่กว้างขวาง เหมาะสมที่สามารถจอดรถได้หลายขนาด และควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำลานจอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

หากจังหวัดร้อยเอ็ดมีการปรับปรุงศักยภาพและสร้างศักยภาพตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จะสามารถเพิ่มศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับราณี อิลิชัยกุล (2547) ที่กล่าวไว้ว่า หากมีรายการนำเที่ยวที่มีข้อมูลประกอบไม่ว่าจะเป็นค่าบริการนำเที่ยว ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว แบบออนไลน์ และมีการจัดการด้านการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่จอดรถอย่างปลอดภัยเพียงพอ มีป้ายจราจรและป้ายบอกเส้นทางที่แสดงให้เห็นเด่นชัดและเป็นระยะ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

องค์ประกอบที่ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) พบว่า มีศักยภาพ 1 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จากการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในเมืองมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอเริ่มตั้งแต่ระดับ 3 – 5 ดาว เช่น โรงแรมเดอะไรซ์ (3 ดาว) โรงแรมเพชรรัตน์ การ์เด้น (4 ดาว), โรงแรม 101 โฮเทล (5 ดาว) เป็นต้น หาก

นักท่องเที่ยวต้องการพักค้างคืนในจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถหาที่พักได้สะดวกสบาย ด้านร้านอาหาร มีร้านอาหารชั้นนำอยู่รอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ร้านคำกระเทียม, ร้านโอชิเน่ และร้านอาหารพื้นเมือง อีกทั้งมีห้องน้ำสาธารณะ เช่น ห้องน้ำสาธารณะที่บึงพลาญชัย และที่หอโหวด ที่สะอาดถูกสุขอนามัยเป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้บริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า มีศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ซึ่งสอดคล้องกับ Hassan & Iankova (2012) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม โดยที่สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเป็นที่พอใจ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสนับสนุนที่พร้อมใช้งานตลอดเวลาที่จัดให้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ (Buhalis, 2000) สรุปไว้ว่า การที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย ประทับใจจนทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยจึงทำให้นักท่องเที่ยวอยู่ท่องเที่ยวได้ในระยะเวลายาวนานกว่าปกติ เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหารเพียงพอ เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 3 ด้านบุคลากรและความปลอดภัย (Personal and Safety) พบว่า มีศักยภาพ 2 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านสิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ ดังนี้

สิ่งดึงดูดใจ

ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวตั้งอยู่ใจกลางเมืองและใกล้เคียงสถานีตำรวจ จึงทำให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี และนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกปลอดภัยในการมาเที่ยว

ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกที่เพียงพอต่อการให้บริการ เช่น ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าพื้นเมือง เช่น ร้านแม่ยวนจิต ร้านจำหน่ายอาหารพื้นเมือง เช่น ร้านนกน้อย และร้านจำหน่ายสินค้าที่บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดร้อยเอ็ดที่อยู่ในหอโหวด

สิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ

จากการสอบถามนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าเจ้าหน้าที่ยังขาดการให้บริการด้วยมิตรไมตรี เช่น เจ้าหน้าที่สนใจในการเล่นโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าดูแลนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงให้คำแนะนำว่า ควรมีการจัดอบรมด้านการบริการให้กับเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถดูแลและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ด้านบุคลากรและความปลอดภัย มีจุดเด่นในด้านความปลอดภัย และควรสร้างศักยภาพด้านบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ซึ่งสอดคล้องกับปรีดี ปลื้มสำราญกิจ และฟ้า วิไลขำ (2561) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง พิพิธภัณฑสถาน: แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 พบว่า บุคลากรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานในศตวรรษที่ 21 เพราะบุคลากรสามารถสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวได้

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริการอื่น ๆ (Services) พบว่า มีศักยภาพ 1 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ จากการวิจัย พบว่า บึงพลาญชัยและหอโหวดร้อยเอ็ด มีระบบการจัดการความสะอาดที่ดีจากเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด เช่น มีการจัดเก็บทุกเช้า มีจุดทิ้งขยะที่พอเพียง เมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดจึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงถนนที่มีสภาพดี การเดินทาง เข้า - ออก ที่สะดวกหลายเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านการบริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีศักยภาพในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ซึ่งสอดคล้องกับBuhalis (2000) กล่าวไว้ว่า การบริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากการบริการขั้นพื้นฐานแล้ว ภาครัฐจะต้องเป็นผู้บริหารจัดการและพัฒนาให้แก่ประชาชนของตนและยังเป็นผลพลอยได้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย เช่น การเดินทางที่สะดวก ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. แหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด มีตัวแปรย่อยที่ค่อนข้างมาก จึงนำตัวแปรดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis) ซึ่งสอดคล้องกับณัฏฐพงษ์ ฉายแสงประทีป (2564) เพื่อลดจำนวนตัวแปรลง และเลือกตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์ใกล้เคียงกัน แล้วนำมาจัดกลุ่มใหม่อีกรอบ ซึ่งทำให้เห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองร้อยเอ็ดมีองค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านการท่องเที่ยว (Travel) พบว่า มีศักยภาพ 1 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ คือ ป้ายบอกทางส่วนใหญ่มีสภาพค่อนข้างเก่าและตัวอักษรไม่ชัดเจน มีไม่เพียงพอ จึงควรมีการปรับปรุงให้เห็นเด่นชัดเป็นระยะและเพิ่มภาษาอังกฤษ หรือภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน และควรมีจำนวนป้ายบอกทางโดยเริ่มจากเขตรอบต่อเข้าจังหวัดร้อยเอ็ดและเป็นระยะ ๆ ต่อเนื่อง ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการให้ปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีความชัดเจนมากขึ้น และบอกระยะทางเป็นระยะเพื่อป้องกันการหลงทาง พร้อมกันนี้ควรจัดให้มีระบบขนส่งสาธารณะจากสถานีขนส่งโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือรถรางบริการรับ - ส่ง จากลานจอดรถไปยังแหล่งท่องเที่ยว

รายการนำเที่ยว อัตราค่าบริการนำเที่ยว การให้รายละเอียดที่น่าสนใจในรายการนำเที่ยว บริการนำเที่ยวแบบออนไลน์ พบว่า จังหวัดร้อยเอ็ดยังไม่เคยปรากฏตัวแปรดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับการให้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว ว่า หากมีรายการนำเที่ยว อัตราค่าบริการนำเที่ยว และการให้รายละเอียดที่น่าสนใจในรายการนำเที่ยว ที่สามารถดูแบบออนไลน์ได้ จะมีผลต่อการตัดสินใจการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในระดับหนึ่ง

กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนและความหลากหลายของกิจกรรม พบว่า มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน เฉพาะเทศกาล เช่น เวียนเทียนในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ส่วนกิจกรรมที่จัดก็มีความหลากหลาย เช่น พระมหาเจดีย์ชัยมงคล และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพื่อไหว้พระทำบุญ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ส่วนศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด มินิทรศการเกี่ยวกับระบบสุริยจักรวาล และชมวิดิทัศน์เกี่ยวกับระบบสุริยจักรวาล เพราะฉะนั้นควรจัดให้มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งเรียนรู้ในชุมชน การสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ของชุมชน ที่จะสามารถให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชน จัดให้มีถนนคนเดินประจำวันศุกร์ – วันเสาร์ การแสดงศิลปะพื้นบ้าน เทศกาลอาหารประจำท้องถิ่น เป็นต้น

หากจังหวัดร้อยเอ็ดมีการสร้างศักยภาพตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จะสามารถเพิ่มศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับคัชพล จันเพชร (2564) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางยังมีความลำบากเนื่องจากรถโดยสารสาธารณะยังมีจำนวนไม่เพียงพอ และรอบการให้บริการยังคงน้อยไป รวมไปถึงสภาพการจราจรไม่คล่องตัวทำให้ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมากเกินไป

องค์ประกอบที่ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) พบว่า มีศักยภาพ 1 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ คือ บริเวณโดยรอบไม่มีโรงแรมที่พัก ควรสร้างโรงแรม หรือสถานที่พักโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว หรือรวมกลุ่มประชาชนในการสร้างที่พักแบบโฮมสเตย์ เป็นต้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในการเที่ยวร้านอาหารโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนไม่เพียงพอ ควรจัดหาร้านอาหารชั้นนำ และร้านอาหารพื้นบ้าน ในการรองรับนักท่องเที่ยว และห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมมีไม่เพียงพอ จัดห้องสุขาที่สะอาดและถูกสุขอนามัยให้เพียงพอเพิ่มเติม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการในการมาเที่ยว

ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด ประจำแหล่งท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นควรจัดให้มีร้านสะดวกซื้อ ร้านขายยา และตู้กดเงินสดประจำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ควรจัดให้มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกประจำแหล่งท่องเที่ยวไว้คอยบริการให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

หากมีการสร้างศักยภาพตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จะสามารถเพิ่มศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับสุญาพร สัตตะกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2556) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง แนวทางการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลสองแพรก จังหวัดพังงา พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ร้านอาหารที่ไม่เพียงพอและสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมถึงโรงแรมที่พัก ห้องสุขา เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 3 ด้านบุคลากร (Personal) พบว่า มีศักยภาพ 1 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่ง ที่ควรสร้างศักยภาพ คือ ไม่มีมีคหุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม ควรจัดให้มีมีคหุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี ควรจัดอบรมด้านการบริการที่ดี หรือด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ให้กับเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ดูแลนักท่องเที่ยว ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยมิตรไมตรีที่ดี ที่ใจตรง ไม่เพียงพอและไม่ปลอดภัยต่อทรัพย์สิน พร้อมทั้งขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการ ควรจัดให้มีลานจอดรถที่เพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการและเดินตรวจสอบ ดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ เพื่อเพิ่มความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

หากมีการจัดการสร้างศักยภาพตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จะสามารถเพิ่มศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับอัจจิมา หนูคง, ไพบูลย์ ดวงจันทร์, ฉันทัส ทองช่วย และมันทนา นวลเจริญ. (2559) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่อง การจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่า หากพิพิธภัณฑ์พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่ดีต่องานของตน จะทำให้เกิดคุณภาพการบริการเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวและอาจส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวอีกในครั้งต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการนำเที่ยว (Tour) พบว่า มีศักยภาพ 1 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งที่ควรสร้างศักยภาพ คือ ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด ไม่มีอัตราค่าบริการนำเที่ยว และไม่มีการให้รายละเอียดที่น่าสนใจในรายการนำเที่ยว ควรจัดให้มีรายการนำเที่ยว อัตราค่าบริการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด และให้รายละเอียดที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถบริหารงบประมาณในการมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด และเพื่อช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวใน

จังหวัดร้อยเอ็ด ในการอำนวยความสะดวกด้านการบริการนำเที่ยว ซึ่งตรงตามคำแนะนำของนักท่องเที่ยว ที่ว่า หากมีรายการนำเที่ยว พร้อมรายละเอียดความน่าสนใจ และอัตราค่าบริการ ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ก่อน จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเพิ่มมากขึ้น

จังหวัดร้อยเอ็ด หากมีการสร้างศักยภาพดังที่กล่าวมา จะช่วยเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับ Enoch (1996) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง เนื้อหาของแพ็คเกจทัวร์ พบว่า นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่พึงพอใจกับรายการนำเที่ยวเพราะรายการนำเที่ยวส่วนใหญ่จะขายเป็นแบบแพ็คเกจเหมารวมทุกรายการ

องค์ประกอบที่ 5 ด้านความเป็นเอกลักษณ์ (Unique) พบว่า มีศักยภาพ 1 รูปแบบ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ คือ เรื่องของความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ในงานวิจัยนี้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักเป็นอย่างดี ความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ในงานวิจัยนี้มีความโดดเด่นในเรื่องรูปแบบสถาปัตยกรรมในการสร้าง จึงถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยว 2 ใน 3 แห่ง ที่ใช้ในงานวิจัย อยู่ในพื้นที่บริเวณวัด และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวเชิงทำบุญ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกปลอดภัย

ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว มีระบบการจัดการความสะดวกที่ดีจากองค์การบริหารส่วนตำบลที่เข้ามาดูแลจัดการ เช่น มีเจ้าหน้าที่เข้ามาบริการจัดเก็บทุกเช้า มีจุดทิ้งขยะที่ชัดเจน เมื่อแหล่งท่องเที่ยวสะดวกจึงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า มีศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ซึ่งสอดคล้องกับศิริรักษ์ ยาวีราช และคณะ (2561) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่สายป่าเมี่ยง ตำบลโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเป็นมิตร ซึ่งถือเป็นจุดสำคัญของการขาย

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามแนวคิดของซันนัท เปลีเยนตี (2542) และผลการวิจัยของอรรธรณ เกิดจันทร์ (2557) ซึ่งมีแนวทางการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ 1.ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ 2. สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้แก่ ลักษณะ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว 3.วัตถุประสงค์การเดินทาง 4. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ได้แก่ โอกาส ระยะเวลา 5. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ 6. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการ ข้อมูล ทางเลือกการเดินทาง การจองการบริการ ความรู้สึกหลังการใช้บริการ และ 7. ความถี่ในการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีทั้งเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 26 – 45 ปี สถานภาพมีทั้งผู้ที่สมรสและผู้ที่โสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานของรัฐ(ทั้งบรรจุเป็นพนักงานและสถานะเป็นลูกจ้างชั่วคราว) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด คือ กลุ่มวัยทำงานที่มีอาชีพอยู่ในหน่วยงานของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจที่มั่นคง และมีอิสระในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยว จึงถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมีลักษณะการทำกิจกรรมที่ตรงตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน คือ มาไหว้พระที่พระมหาเจดีย์ชัยมงคล และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง, มาชมนิทรรศการและสารคดีเกี่ยวกับท้องฟ้าจำลองที่ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด หรือการมาพักผ่อนหย่อนใจที่บึงพลาญชัยและชมความงามเมืองร้อยเอ็ดบนหอโหวด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่นักท่องเที่ยวรู้ว่ามีมาทำกิจกรรมอะไรบ้างที่แหล่งท่องเที่ยวไหนในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่ร้อยเอ็ดเป็นเวลา 1 วัน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดร้อยเอ็ดสามารถที่จะเที่ยวครบได้ภายใน 1 วัน จึงไม่จำเป็นต้องพักค้างคืน แต่อาจจะใช้เวลาในการเดินทางเกือบตลอดทั้งวันเพื่อเที่ยวให้ครบ แต่หากนักท่องเที่ยวจะเลือกเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดแบบค้างคืน จะทำให้มีเวลาว่างในจังหวัดร้อยเอ็ดมากเกินไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะเที่ยวให้เสร็จภายในเวลา 1 วัน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เห็นว่าจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นได้ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์(แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา) ได้แก่ พระมหาเจดีย์ชัยมงคล เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง แหล่งท่องเที่ยวทางบันเทิงเรีงใจ(พักผ่อนหย่อนใจ) ได้แก่ บึงพลาญชัย หอโหวด และศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด

จากข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มวัยทำงานจึงมีอิสระในการตัดสินใจที่จะมาเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดแล้วมีแนวโน้มให้เห็นว่ามีโอกาสกลับมาเที่ยวซ้ำ ในขณะที่เดียวกันก็ยิ่งปรากฏเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ก็มาเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดด้วยเหมือนกัน เพราะฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเล็งเห็นโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในการดึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือสามารถชักจูงนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ให้มาเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

โดยการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดนั้นส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เพราะสะดวกในการเดินทางเนื่องจากไม่มีรถโดยสารสาธารณะบริการ เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวอยู่ในกลุ่มวัยทำงานที่สามารถมีรถยนต์ส่วนบุคคลในการใช้งาน และเป็นปกติที่กลุ่มวัยทำงานใช้เวลาวันเสาร์ - อาทิตย์ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่จังหวัดร้อยเอ็ดที่ไม่แน่นอน อยู่ช่วงระหว่าง 1,500 – 4,000 บาท ทั้งนี้ความไม่แน่นอนของค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับระยะทางในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวมาจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวนผู้ร่วมเดินทาง มีอาหาร และการซื้อสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น แต่ถือว่าค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับการไปเที่ยวจังหวัดท่องเที่ยว

อื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ซึ่งสอดคล้องกับดาวเดือน อินตะชะ, พิมพ์พิศา จันทรมณี และภูติส เหลืองพั่ง (2565) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง พบว่า ลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อมาพักผ่อน หลีกหนีความจำเจในชีวิต เยี่ยมญาติ/เพื่อน หรือท่องเที่ยวตามเทศกาลต่าง ๆ เวลาในการมาท่องเที่ยว คือ วันหยุด ลาพักร้อน หยุดเทศกาล ท่านเดินทางมาเที่ยวกับแฟน เพื่อน

3. ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

การวิจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านการตลาดท่องเที่ยว ที่ปัจจุบันมีการพัฒนาปัจจัยด้านการตลาดจาก 4 ด้าน (4Ps) มาเป็น 7 ด้าน (7Ps) ตามแนวคิดด้านการตลาดสำหรับการบริการของ เลิฟลีสคและเวิร์ทซ์ (2550) และสอดคล้องกับแนวทางการวิจัยของ อายด์และมาเจ็ด (2555) คือ 1.ด้านราคา (Price) 2.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 3.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 4.ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) 5.ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) 6.ด้านกระบวนการ (Process) และ 7.ด้านบุคคล (People)

จากผลการวิจัยปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่ามีความคิดเห็นปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่ม 1 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ตามแนวคิดการตลาดของเลิฟลีสคและเวิร์ทซ์ (2550) อยู่ 2 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดให้การยอมรับในการมีชื่อเสียงและความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด เช่น หอโหวดที่มีสถาปัตยกรรมเป็นรูปเครื่องดนตรีประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งไม่เคยปรากฏสถาปัตยกรรมการสร้างที่ไหนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาก่อน เจดีย์หินทรายวัดป่าภู่ง เป็นเจดีย์ที่สร้างจากหินทรายที่จำลองการสร้างมาจากบุโรพุทโธ ประเทศ

อินโดนีเซีย บึงพลาญชัย ที่ถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดร้อยเอ็ด พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ที่มีสถาปัตยกรรมการสร้างร่วมสมัยระหว่างภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ พระปฐมเจดีย์ และพระธาตุพนม

กลุ่ม 2 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ตามแนวคิดการตลาดของเลฟล็อกและเวิร์ทซ์ (2550) อยู่ 5 ด้าน คือ ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านบุคลากร (People) สามารถอภิปรายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดไม่มีปัญหาด้านราคาหรือค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว และส่วนใหญ่มาเที่ยวร้อยเอ็ดด้วยวัตถุประสงค์ส่วนตัว เช่น มาไหว้พระทำบุญ มาพักผ่อนหย่อนใจ ไม่ได้มาเที่ยวร้อยเอ็ดเพราะเห็นสื่อโฆษณาจังหวัดร้อยเอ็ด ยกเว้นหอโหวดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพราะเห็นการประชาสัมพันธ์ของหอโหวดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของจังหวัดร้อยเอ็ด การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดนั้นยังไม่มีเคยมีการทำการส่งเสริมการขายและไม่ปรากฏปัจจัยกระบวนการมาก่อน จึงเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว และเมื่อนำความสัมพันธ์ดังกล่าวมารวมกันทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเมืองและแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ทำให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งอภิปรายได้ดังนี้

กลยุทธ์ด้านราคา การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยวอันหมายถึงจังหวัดที่ยังมีค่าครองชีพไม่สูง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจึงไม่สูงตามไปด้วย ซึ่งตรงกับผลงานวิจัยที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดจะมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 3,000.- บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่จูงใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในฐานะเมืองเศรษฐกิจอยู่แล้ว ทำให้จังหวัดร้อยเอ็ดทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น กลยุทธ์การส่งเสริมช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดจึงเป็น

กลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจของจังหวัดร้อยเอ็ด

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดนักท่องเที่ยวค่อนข้างมีอิสระในการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด คือ ตัดสินใจมาเที่ยวด้วยตนเอง การนำกลยุทธ์ด้านกระบวนการมาใช้รณรงค์การท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในลักษณะการท่องเที่ยวแบบอิสระและกำลังเป็นที่นิยม สอดคล้องงานวิจัยของบุรดา ปัญญารักษ์ และรักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ (2561) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร พบว่า

นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีสถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้ความปลอดภัยในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ก็เป็นกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

กลยุทธ์ด้านบุคลากร การมีมิตรไมตรีของคนจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถนำมาเป็นกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยว ในการแสดงให้เห็นถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของชาวร้อยเอ็ด ไม่ว่าจะเป็นชุมชน หรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยพบว่าบุคลากรประจำแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเป็นมิตรไมตรีกับนักท่องเที่ยว แต่บุคลากรประจำแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยังไม่มีความเป็นมิตรไมตรี

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับเรื่องความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว การมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความงดงามและมีความค่าของรูปแบบสถาปัตยกรรม เช่น เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง หอโหวด เป็นต้น นับเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ที่ควรนำมาสร้างกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด โดยการชูจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวออกสู่สายตานักท่องเที่ยว

ทั้งนี้จะต้องมีการประชาสัมพันธ์กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจจะมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ที่จะนำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดและสามารถกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็ง ได้แก่ กลยุทธ์ด้านราคา เนื่องจากการมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดมีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับจังหวัดขอนแก่น ที่ถือว่าเป็นเมืองทางการท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านกระบวนการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจมาเที่ยวด้วยตัวเอง กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีรูปแบบสถาปัตยกรรมการสร้างที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

กลยุทธ์ที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่น้อยเกินไปและรูปแบบที่ไม่หลากหลาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดในวงแคบ กลยุทธ์ด้านบุคลากร เนื่องจากบุคลากรประจำแหล่งท่องเที่ยว ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในฐานะที่เป็นชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดร้อยเอ็ดสามารถนำกลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็งมากำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด และพัฒนากลยุทธ์ที่เป็นจุดอ่อนให้เกิดขึ้น จะกลายเป็นกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีประสิทธิภาพได้

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรยา เจริญสุข (2562) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด

สมุทรสงคราม พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaur (2014) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง บทบาทและประสิทธิผลของการบริการทางการตลาดในการท่องเที่ยว กรณีศึกษาในประเทศ อินเดีย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการ เนื่องจากการส่งเสริมการขายทำให้เกิดการรับรู้และความประทับใจในการมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย กนิษฐา เกิดฤทธิ (2561) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการ ส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด และณัฐวัฒน์ พระงาม (2562) ได้ ศึกษางานวิจัย เรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าในถนนคนเดินจังหวัดพิษณุโลก พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าในถนนคนเดินจังหวัดพิษณุโลก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจิต คงหาญ (2560) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ คุณภาพบริการธุรกิจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงอายุ เขตอันทามัน พบว่า ผู้สูงอายุ ชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัย ด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านสถานที่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน สอดคล้องกับกนิษฐา เกิดฤทธิ (2561) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญ ในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้าน องค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายเป็น ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด และวีรยา เจริญสุข (2562) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้ เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา นอกจากนี้ยังสอดคล้องเพ็ญภา เพ็งประไพ (2558) ที่ได้ศึกษา งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่มาร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของ

เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

4. การมีส่วนร่วมของชุมชน

การวิจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Cohen & Uphoff (1980) ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) และการมีส่วนร่วมในการประเมิน (Evaluation) โดยการอภิปรายผลผู้วิจัยอภิปรายตามความคิดเห็นของด้านผู้นำชุมชน ภาครัฐและภาคเอกชน ชาวบ้าน และนักวิชาการ

จากผลการวิจัย พบว่า

1. ด้านผู้นำชุมชน ภาครัฐควรมีงบประมาณสนับสนุน การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ เพื่อจะได้นำงบประมาณดังกล่าวไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป หากมีระบบการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดที่ดี จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาเที่ยวร้อยเอ็ดได้มาเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวร้อยเอ็ดแล้วกลับมาเที่ยวซ้ำอีก นอกจากนี้เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดแล้ว จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดและกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่อีกด้วย ภาครัฐควรเชิญผู้นำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการประเมิน ไม่ใช่ให้ทางชุมชนมีส่วนร่วมเฉพาะการปฏิบัติงานเท่านั้น ภาครัฐควรมีการสื่อสารกับทางผู้นำชุมชนหรือชุมชนเป็นระยะ ๆ และต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดให้เดินหน้าไปควบคู่กันได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นการกระตุ้นการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

จากทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านผู้นำ พบว่า ด้านผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการเท่านั้น

2. ภาครัฐและภาคเอกชน มีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด มีโครงการ หรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีบุคลากรที่ตรงสายด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด และพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สื่อสารกับองค์กรภาคีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ภาครัฐและภาคเอกชน พบว่า มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพียงด้านเดียว คือ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวและจังหวัดร้อยเอ็ดเชิงลึก ภาครัฐมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และตัดสินใจเรื่องงบประมาณค่าใช้จ่ายในโครงการต่าง ๆ

3. ชาวบ้าน ให้ข้อคิดเห็นว่า ภาครัฐควรสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยว นอกจากนี้ภาครัฐควรเชิญชาวบ้านให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดโครงการหรือกิจกรรม ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นจนถึงกระบวนการสุดท้าย เพื่อให้ชาวบ้านได้รู้สึกว่ามีคุณค่าต่อการจัดโครงการหรือกิจกรรม ไม่ใช่ให้ชาวบ้านเป็นฝ่ายปฏิบัติด้านเดียว ภาครัฐควรมีการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่ดีและต่อเนื่องให้กับชาวบ้าน เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสู่ชาวบ้านและแหล่งท่องเที่ยว

ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการปฏิบัติเท่านั้น โดยชาวบ้านให้ข้อคิดเห็นว่าอยากเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการประเมิน เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดร้อยเอ็ด

4. นักวิชาการ มองว่า จังหวัดร้อยเอ็ดมีงบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด แต่ยังไม่เพียงพอและต่อเนื่อง เพราะฉะนั้นภาครัฐควรมีการสนับสนุนงบประมาณดังกล่าวเพื่อที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต และควรมีบุคลากรที่ตรงสายด้านการท่องเที่ยวเข้ามาดูแลการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด หากมีกระบวนการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดที่ดี จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดได้และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดพร้อมทั้งกระจายรายได้ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย ภาครัฐควรมีการสื่อสารที่ชัดเจน ไปสู่ภาคเอกชน องค์กรภาคีที่เกี่ยวข้อง และประชาชนยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อจะได้ร่วมกันพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดไปพร้อม ๆ กันและยั่งยืนต่อไปได้

นักวิชาการ มีความคิดเห็นถึงบทบาทของนักวิชาการเอง ว่ามีบทบาทน้อยมากในกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด รวมไปถึงการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งในจังหวัดร้อยเอ็ดมีสถาบันการศึกษาที่สอนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น แขนงวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด แขนงวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เป็นต้น

สรุปความสัมพันธ์ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่มีความสัมพันธ์กัน จังหวัดร้อยเอ็ดควรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในชุมชนเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวมากกว่านี้

ซึ่งสอดคล้องเพชรศรี นนท์ศิริ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ชุมชนบ้านหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์ ชุมชนบ้านใหม่ร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก และชุมชนบ้านแม่พูล จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการ

สัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำเนินการแบบกระจายอำนาจ ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ด้านการมีส่วนร่วม คนในชุมชนมีส่วนร่วมทั้งในการจัดตั้ง วางแผนและดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม พบแนวโน้มของการรวมอำนาจการตัดสินใจของผู้นำกลุ่ม ซึ่งเป็นสาเหตุของความขัดแย้งระหว่างสมาชิกในบางกลุ่ม นอกจากนี้ ภูมิหลังการก่อตั้งองค์กรพี่เลี้ยงและภาวะความเป็นผู้นำของผู้นำกลุ่ม มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความสำเร็จของกลุ่มนอกจากนี้ Alshboul, K. (2016) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง การประเมินการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวรอบสถานที่ที่ถูกเสนอขึ้นเป็นมรดกโลกในเมือง Jerash ประเทศจอร์แดน พบว่า ผู้อยู่อาศัยในชุมชนท้องถิ่นของ Jerash สนับสนุนการท่องเที่ยวและพวกเขาคิดว่าการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลทางด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับและพัฒนาชุมชนเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการริเริ่มการท่องเที่ยวชุมชนเป็นหนึ่งในทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาความยากจนและการว่างงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ร่วมถึงองค์กรภาคที่เกี่ยวข้อง ต้องกำหนดนโยบายวิสัยทัศน์ เป้าหมายให้ชัดเจน ซึ่งจะเป็กลไกที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในด้านการจัดการการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักที่จะผลักดันให้มีการกำหนดแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ไม่ว่าจะเป็นแผนระยะสั้นหรือระยะยาวเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน

1.2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับปรุงพัฒนา หรือสร้างองค์ประกอบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

1.3 ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีจุดบริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ติดต่อสอบถามข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีในจังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ควรมีมัคคุเทศก์อาชีพ ยูนัคคุเทศก์ หรือปราชญ์ชาวบ้าน ในการนำชมและบรรยายให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

1.4 ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ควรให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารและห้องน้ำที่สะอาดเพียงพอ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ต้องมีให้ครบถ้วน เนื่องจากจะเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากด้วย

1.5 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดบางแห่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีแรงดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เกี่ยวกับศาสนา และชื่อเสียง เช่น พระมหาเจดีย์ชัยมงคล และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง ซึ่งมีความงดงามและศักดิ์สิทธิ์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวสถานที่แห่งนี้

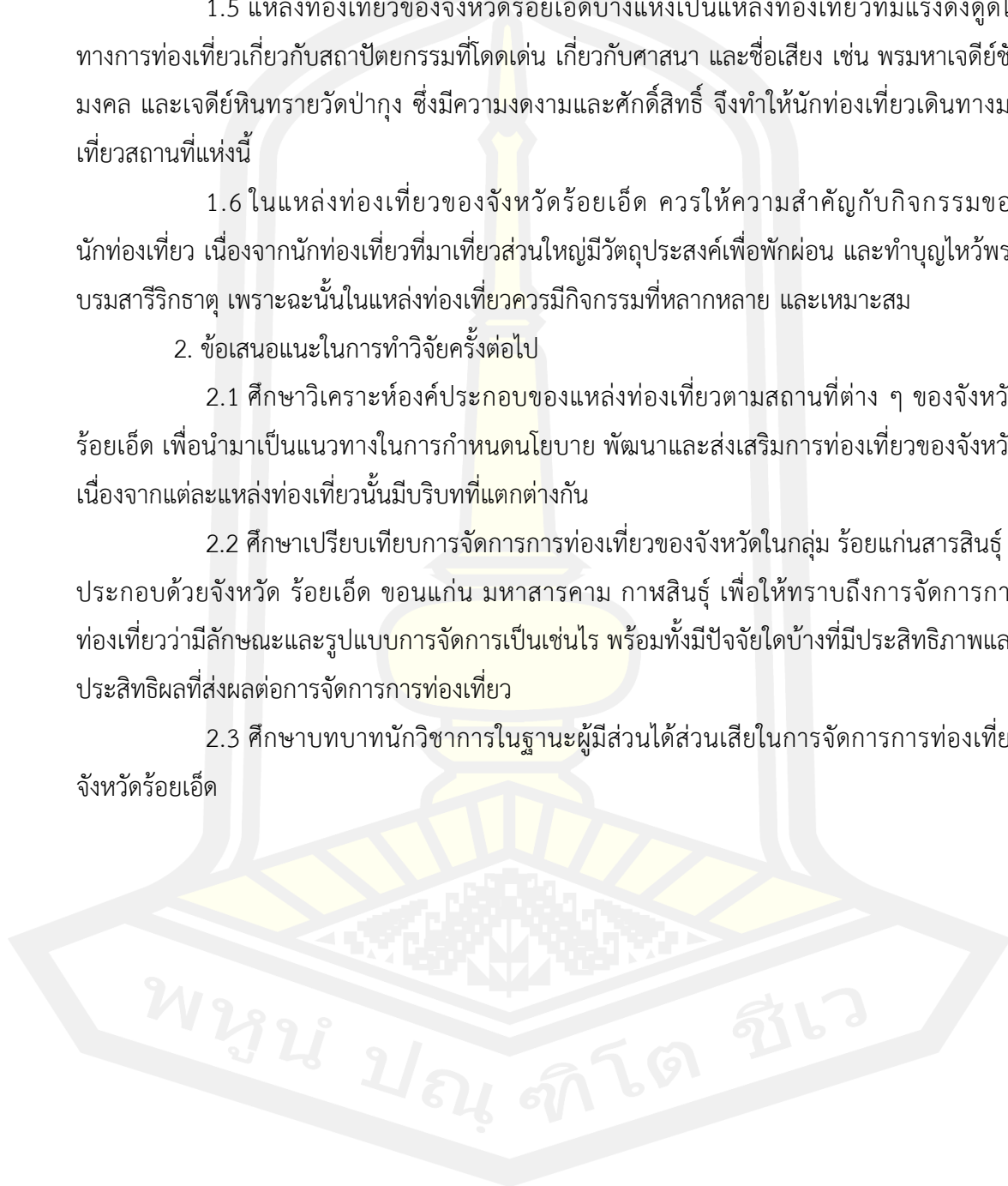
1.6 ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน และทำบุญไหว้พระบรมสารีริกธาตุ เพราะฉะนั้นในแหล่งท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมที่หลากหลาย และเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

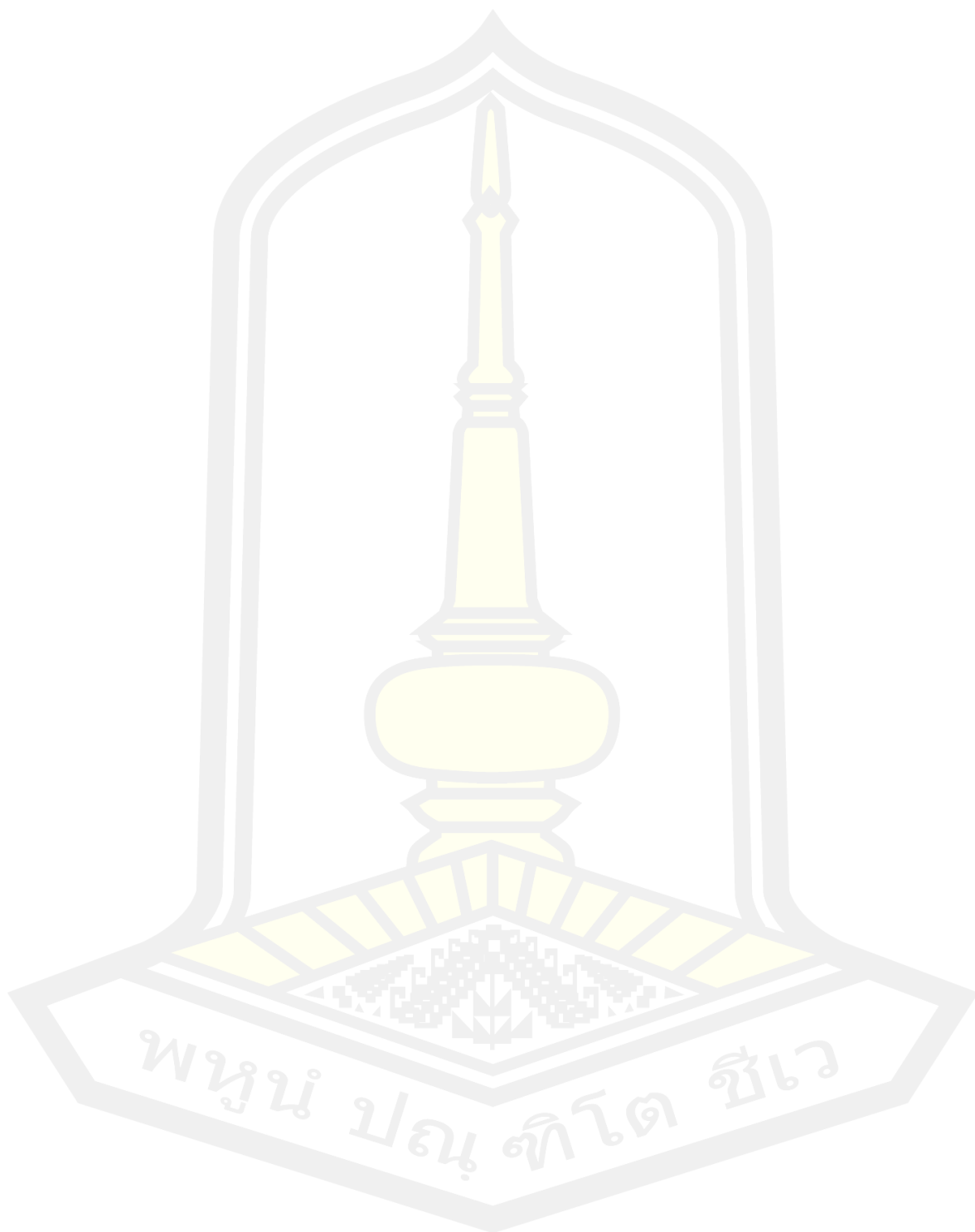
2.1 ศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เนื่องจากแต่ละแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีบริบทที่แตกต่างกัน

2.2 ศึกษาเปรียบเทียบการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในกลุ่ม ร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่ประกอบด้วยจังหวัด ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ เพื่อให้ทราบถึงการจัดการการท่องเที่ยวว่ามีลักษณะและรูปแบบการจัดการเป็นเช่นไร พร้อมทั้งมีปัจจัยใดบ้างที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.3 ศึกษาบทบาทนักวิชาการในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด



บรรณานุกรม



พูน ปณ จิต ชีเว

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ แสนชมพู. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแม่น้ำตกแก๊ซัน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 3(3), 74-83.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). รายงานวิจัยทัศนคติการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2559. กรุงเทพฯ. กองวิชาการและแผนงานเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด. (2550). ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร. กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). คู่มือแนวทางการจัดการที่พักสัมผัสชนบท (Bann Phak) สถิติข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กองสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- . (2565). หอโหวด101. ได้จาก <http://www.tatcontactcenter.com>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2565].
- เกื้อกุล ปุฒิต. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ศูนย์แม่ริม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- โกวิท พวงงาม. (2546). การปกครองท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- คัชพล จันเพชร. (2564). การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. 10 (2), 11-24.
- จริญญา ณ พิกุล และวรัชต์ มัธยมบุรุษ. (2556). การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. ใน.....(บรรณาธิการ) เอกสารประกอบการประชุมพะเยาวิจัย ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยพะเยา, 12-13 มกราคม 2555
- จามร วังศรีแก้ว. (2553). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จำลอง โพธิ์บุญ. (2554). การบริหารโครงการสิ่งแวดล้อม. คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและบริการ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

- จิราภรณ์ ศรีคำ. การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาการจัดการศึกษาของโรงเรียนวรวิทย์
ระดับประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาการบริหารการศึกษามหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจษฎา หล้าคำ. (2549). ภูมิปัญญาและการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรป่าไม้.
กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านหนองเสม็ด ตำบลกระหาด อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยว. จาก<https://touristbehaviour.wordpress.com>
[สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2563].
- ชัชพันธ์ เปี้ยนดี. (2542). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนิสิต/นักศึกษาในเขต
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2544). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มแม่น้ำวาว. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์.
เชียงใหม่: โครงการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.
- ฐิตอลีนา ใจเพียร. (2556). การมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเหมืองง่า อำเภอเมือง
ลำพูน จังหวัดลำพูน : ภายใต้งบประมาณการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น. วารสารสังคมศาสตร์
นิติรัฐศาสตร์. 4(1), 25-38.
- ณัฐวัฒน์ พระงาม. (2562). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดสินค้าในถนนคนเดินจังหวัดพิษณุโลก.
วารสารการวิจัยการบริหารพัฒนา. 9(1), 1-11.
- ณัฏฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2564). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดพระธาตุพนม
รวมหาวิหาร จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- ณรงวิทย์ แสนทอง. (2551). การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดาวเดือน อินตะชะ, พิมพ์พิศา จันทรมณี และภูติส เหล็งพิ้ง. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด
ลำปาง. วารสารมหาจุฬานาครทรรณ. 9(6), 173-187.
- เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด. (2550). ร้อยเอ็ด. กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

- . บทบาทขององค์กรปกครองท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. นนทบุรี: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น.
- ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ, ทรงวิทย์ เจริญกิจฉนลาภ และธารณี นวสันธิ์. (2560). การมีส่วนร่วมของชุมชนของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม*, 5(2), 8-16.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2546). *การจัดการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชนา.
- ธรรมจักร เล็กบรรจง. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัตยา ธนพลเกียรติ. (2547). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิคม จารุมณี. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิตา ชัชกุล. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). *การจัดการธุรกิจน้ำเขียว*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- . (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- . (2548). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- . (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- . (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เพรินซ์ข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับ ลิซซิง.
- บุรดา ปัญญารักษ์ และรักษ์พงศ์ วงศาโรจน์. (2561). ภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 5(2), 125-150.
- ประชุม สุวัठी. (2551). *การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2546). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ไฟว์แอนด์ไฟว์.

- ปรีดี ปลื้มสำราญกิจ และฟ้า วิไลขำ. (2561). พิพิธภัณฑ: แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. *วารสารห้องสมุด*, 62(1), 43-67.
- ปรียารัตน์ ยอแซฟ. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยววัดบาดน้ำคลอง พลัดพลี อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ป้อมศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. (2558). ปัจจัยที่กำหนดในการเลือกที่พัก รวมถึงวัดระดับความพึงพอใจของผู้เข้าพักที่มีต่อการบริการของสงขลาพาเลซ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- พงษ์เดช สารการ. (2565). หลักการทางชีวสถิติและแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล: STATA 15, มหาวิทยาลัยขอนแก่น : ขอนแก่น.
- พรสวรรค์ บุญสถิต อรจิรา สันติวราคม และสุทธิชัย ทองเขาอ่อน. (2563). โพสต์เทล: เทรนด์ใหม่ของ ธุรกิจโรงแรมในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(1), 301-317.
- พระมหาเจดีย์ชัยมงคล. (2564). รูปภาพพระมหาเจดีย์ชัยมงคล. ได้จาก <http://facebook.com/JDchaimongkol/photos>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2565].
- พระมหาบุญพิเชษฐ์ จันทรเมือง. (2553). การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะรัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรรัตน์ แสงมณีวรรณ. (2554). การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านท่าป่าวเปา ตำบลท่าปาดุก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งสัจย์. (2553). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินต์ติ้ง เฮาส์.
- พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา. *วารสารวิชาการ*, 7(3), 650-665.
- เพชรศรี นนทศิริ. (2556). รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 8(2), 47-66.
- เพ็ญญา เฟื่องประไพ. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาสกรณ อักกะโชติกุล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมรายวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มัทนี คำสำราญ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิม

ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร อัล-ฮิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี. 6(12)ม 11-15.

เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2553). การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม: ประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และราชการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บุ๊คพอยท์.

ยุทธิ์ ไกรวรรณ. (2557). วิเคราะห์สถิติหลายตัวแปร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รจิต คงหาญ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการธุรกิจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงอายุ เขตอันดามัน. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 11(ฉบับพิเศษ), 18-30.

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.

ราณี อีสัยกุล. (2547). การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เกษตรศาสตร์.

รัตนา พุ่มไพศาล. (2544). ผลของการใช้แนวคิดการทำงานแบบร่วมมือในการดำเนินงานการศึกษา นอกระบบโรงเรียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุฏฐบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ละเอียด ศิลาน้อย และสุภาวดี สุทธิรักษ์. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10(2), 47-59.

วรรณวิชา สัจธรรม. (2559). กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำโบราณบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2538). สารพัฒนาชนบทไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิธาน จินากักดี. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารคณะพลศึกษา. 15(2), 23-34.

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). ผลกระทบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

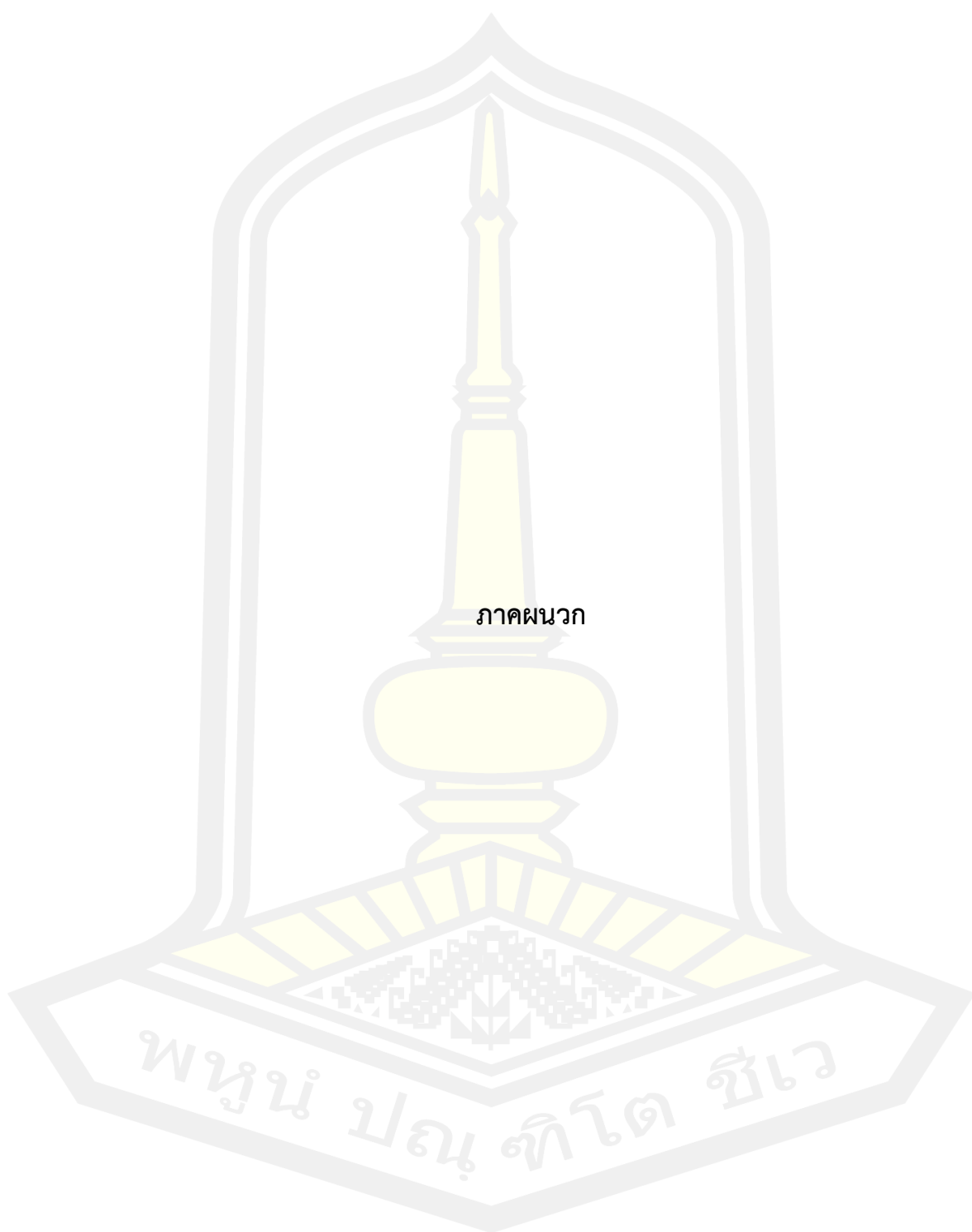
วีรยา เจริญสุข. (2562). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารนวัตกรรมการบริการและการจัดการ, 7(1), 39-47.

- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และปิยะ พรธรรมชาติ. (2559). รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของ จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารสมาคม นักวิจัย*, 21(3), 167-181.
- ศิริกานดา ชูชื่น. (2554). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเทศบาล เมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริรักษ์ ยาวีราข, ชรัญญา สุวรรณเสรีรักษ์, เก็จวลี ศรีจันทร์, ศุภวัชร อินผาง และรุจิรา สุขมณี. (2561). แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่สายป่าเมี่ยง ตำบลโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัด เชียงใหม่. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 19(2), 126-135.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด. (2563). *รูปภาพศูนย์วิทยาศาสตร์และ วัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด*. ได้จาก <http://facebook.com/101sci/photos>. [สืบค้น เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2565].
- สภาร่างรัฐธรรมนูญ. (2540). *ประชาชนได้อะไรจาก(ร่าง)รัฐธรรมนูญใหม่*. กรุงเทพมหานคร.
- สมคิด บางโม. (2552). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สราวรรณ เรื่องกัลปวงศ์ และอรอนพ เรื่องกัลปวงศ์. (2559). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 12(3), 113-132.
- สากล สถิตวิทยานนท์. (2542). *ภูมิศาสตร์ชนบท*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด. (2561). *วิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์*. ได้จาก http://www.roiet.most.go.th/ewt_news.php?nid=403. [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2565].
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2546). กระบวนการเรียนรู้. *วารสารวิชาการ*, 6(3), 17-21.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดร้อยเอ็ด. (2564). *เที่ยววิถีไทย*. ได้จาก <http://roiet.prd.go.th/th/content/category/detail/id/234/iid/62536>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2565].
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *คู่มือการพัฒนาและประเมิน คุณภาพแหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร.

- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดร้อยเอ็ด. (2564). *แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว*. ได้จาก <http://www.roietlcal.go.th>. [สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2565].
- สุญาพร สัณตระกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล. (2556). แนวทางการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลสองแพรก จังหวัดพังงา, *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 14(3), 156-171.
- สุดาพร กุณทลกุล. (2552). หลักการตลาดสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนันทา จันทวารา. (2545). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดคูเดื่อ อำเภอ เมือง จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สุรัชย์ ชนะบุรณ์. (2550). *ศักยภาพและการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเชียงเหียน ตำบลเขวาสินรินทร์ จังหวัดมหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุภาพร คำภิระ. (2554). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์ หมู่บ้านสันติสุข ขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควร อำเภอปาง จังหวัดพะเยา*. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุลาพร สุขชี. (2554). *การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุวคนธ์ สมไพรพิทักษ์. (2554). *ผลกระทบของคุณภาพการบริหารการท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุภาพ ประภาสสวัสดิ์. (2554). *ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์. (2562). อิทธิพลของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 8(2), 180-191.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อัจจิมา หนูคง, ไพบุลย์ ดวงจันทร์, ฉันทัส ทองช่วย, และมัทนา นวลเจริญ. (2559). การจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต.
- วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 10(2), 179-197.
- อรทัย ก๊กผล. (2549). การบริหารจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์กรปกครองท้องถิ่น. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- . (2551). หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.
- อรพินท์ ศรีวิเชียร. (2552). การรับรู้เรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนและจัดทำผังเมืองรวม. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาการผังเมืองมหาบัณฑิต สาขาผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรวรรณ เกิดจันทร์. (2557). การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Alshboul, K. (2016). *Assessing local community involvement in tourism development around a proposed world heritage site in Jerash, Jordan*. University of Waterloo, Canada.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- . Strategic use of information in the tourism industry. *Tourism Management*. Essex : pearson Education.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Education.
- Enoch, Y. (1996). Contents of tour packages: *Annals Tourism Research*, 23(3), 559-616.
- Hassan, A. and Iankova, K. (2012). Strategies and challenges of tourist facilities management on the world heritage site: Case of the maritime greenwich. *London Tourism Analysis*, 17(6), 775-789
- Kline, R. B. (2016). *Methodology in the social sciences. Principles and practice of structural equation modeling*. 4thed. Guilford Press.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2005). *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism* (Vol. 2). Upper Saddle River: Prentice Hall.

- Lovelock, C. and Wright, L. (2007). *Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lutz, Sarah Lela. (2007). Growing hope: perspectives on development in a southern appalachian county. *Masters Abstracts International*. 45(05), 123-139.
- Mancini, M. (1990). *Conducting Tours : A practical guide*. Ohio: South-Western.
- Mark, K. (2011). *Community participation in tourism: a case study from Tai O, Hong Kong*. University of Hong Kong. Available from: <http://hdl.handle.net/10722/141954> [accessed 13 June 2020].
- McGrady, Timothy J. (2007). Gilakas'la: A sustainable tourism strategy for the da'Naxda'xw/ awaetlala first nation. *Masters Abstracts International*. 45(04), 36-58.
- McIntosh, R.W. and C.R. Goeldner. (1986). *Tourism-Principle Practise Philosophies*. 5thed. New York: John Wiley & Sons.
- Midgley, J. (1986). *Community participation, social development, and the state/ James Midgley with Anthony Hall, Margaret Hardiman, and Dhanpaul Narine*. New York : Methuen.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Burlington MA: Butterworth-Heinmann.
- Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247-1263.
- Radisic, B. B., Perisic, M., & Berecic, J. (2010). *Marketing in Selling the Hotel Product*. Master's thesis University of Rejeka.
- Stanton, William J. Futrel, Charles. (1987). *Fundamentals of Marketing*. 8th Ed. New York: McGraw – Hill.
- Sukhdeep Kaur. (2014). *Role and Effectiveness of Marketing Services in Tourism*. Alcide De Gasperi University of Euro regional Economy JOZEFOW. Poland.
- United Nations Conference on Environment & Development. (1992). *AGENDA21*. Rio de Janeiro.
- Walker J. R. (2008). *Introduction to Hospitality*. 5thed. Singapore: Prentice Hall.
- WTO (World Tourism Organization). (1993). *Sustainable Tourism Development*. USA.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*. 2nd ed. New York: Harper and Row.



ภาคผนวก

พหุบัน ปณฺ ฑิต ชีเว

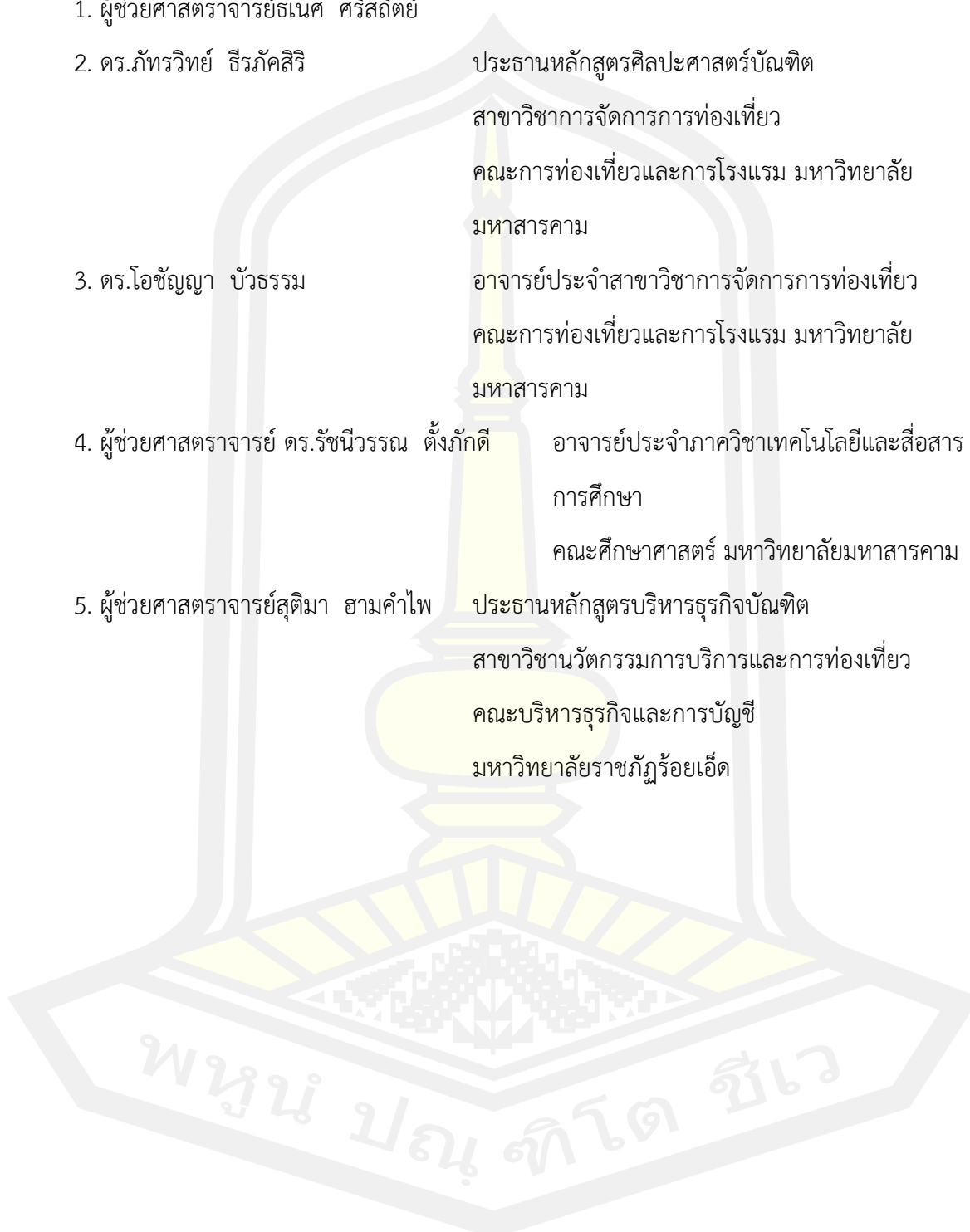


ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ประกอบด้วย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธเนศ ศรีสถิตย์
2. ดร.ภัทรวิทย์ ธีรภักศิริ
 - ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
 - สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
 - คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย
 - มหาสารคาม
3. ดร.โอชัยญา บัวธรรม
 - อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
 - คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย
 - มหาสารคาม
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิวรรณ ตั้งภักดี
 - อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสาร
 - การศึกษา
 - คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุติมา ฮามคำไพ
 - ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 - สาขาวิชานวัตกรรมการบริการและการท่องเที่ยว
 - คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
 - มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด



ที่ อว 0605.17(3)/324



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

14 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนศ ศรีสถิตย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะจึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 02354 4153 เป็นผู้ดำเนินการและได้แนบบแบบสอบถามตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

โทรศัพท์ 0 4397 0763



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม สำนักบัณฑิตศึกษา โทร.4083

ที่...อว.0605.17(3)/ 925 วันที่ 14 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขออนุมัติขอความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.โอชัญญา บัวธรรม

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะจึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 02354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ และได้แนบบแบบสอบถามมาพร้อมนี้ จำนวน 1 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ที่ อว 0605.17(3)/ 328



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

14 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุติมา ฮามคำไพ (คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสนิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะจึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อนิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 02354 4153 เป็นผู้ ดำเนินการ และได้แนบบแบบสอบถามตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

โทรศัพท์ 0 4397 0763



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม สำนักบัณฑิตศึกษา โทร.4083

ที่ อว.0605.17(3) ๖26

วันที่ 14 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ภัทรวิทย์ สิริภักศิริ

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะจึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 02354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ และได้แนบบแบบสอบถามมาพร้อมนี้ จำนวน 1 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม สำนักงานเขตพื้นที่ศึกษา โทร.4083

ที่...อว.0605.17(3)/227

วันที่ 14 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิวรรณ ตั้งภักดี (คณะศึกษาศาสตร์)

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ศรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งนี้ คณะได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านงานวิจัยเป็นอย่างดี

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานศึกษาวิจัยลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะจึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจเนื้อหาแบบสอบถาม เพื่อนิสิตจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้นายรุ่งวิทย์ ศรีกุล หมายเลขติดต่อ 08-02354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ และได้แนบบแบบสอบถามมาพร้อมนี้ จำนวน 1 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)
คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม

บุญ พิทักษ์



ภาคผนวก ข

ตารางวิเคราะห์การประเมินความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหาเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ตารางสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
 แบบสำรวจทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (สำหรับผู้วิจัยสำรวจ)
 แหล่งท่องเที่ยว.....วัน/เวลาที่
 สำรวจ.....

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)							
1. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)							
1. การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ถนนมีสภาพดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)							
1. มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages)							
1. รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ความรู้ และความสะดวกที่ได้จากรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
ด้านกิจกรรม (Activities)							
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. มีความหลากหลายของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)							
1. มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
4. มีบริการขนส่งสาธารณะและเส้นทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (สำหรับนักท่องเที่ยว)
เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1. เพศ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. อายุ	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
3. สถานภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. ระดับการศึกษาสูงสุด	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. อาชีพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
2. พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
3. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่าน	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)							
1. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)							
1. การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่ง ท่องเที่ยว	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
2. มีป้ายบอกทางเป็นระยะและชัดเจน	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3. ถนนมีสภาพดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)							
1. มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและ เพียงพอ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages)							
1. รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ความรู้ และความสะดวกที่ได้จากรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
4. มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านกิจกรรม (Activities)							
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. มีความหลากหลายของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)							
1. มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
4. มีบริการขนส่งสาธารณะและเส้นทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 4 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1. ด้านราคา (Price) ราคาค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แหล่งท่องเที่ยวมีบริการจองตั๋วล่วงหน้า, ความถี่ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, มีการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัด	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. ด้านกระบวนการ (Process) ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7. ด้านบุคลากร (People) ในแหล่งท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้สอบถามข้อมูล	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
แบบสัมภาษณ์ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1. ท่านคิดว่าการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมินการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีอะไรบ้าง	+1	0	+1	+1	+1	0.80	ใช้ได้
4. ท่านมีข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่					ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3	4	5		
1. หน่วยงานของท่านมีแผน/นโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร้อยละใด	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
2. ท่านคิดว่าการจัดการการท่องเที่ยวร้อยละใดมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยละใด	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. ท่านมีข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยละใดบ้าง	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้





ภาคผนวก ค
เอกสารจริยธรรมวิจัยในมนุษย์



บันทึกข้อความ

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
เลขที่หนังสือรับ 3419
วันที่ 28 ธ.ค. 2564
เวลา 19.58 น.

ส่วนราชการ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 1758

ที่ อว 0605.1(9)/ ๕๔๐๖

วันที่ 23 ธันวาคม 2564

เรื่อง ขอส่งหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

เรียน คณะบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตามที่นิสิตในสังกัดของท่านได้ยื่นโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน จำนวน 1 เรื่อง ดังนี้

1. การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด : Tourism Management of Roi-Et Province.
(No.376/64)

บัดนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ครั้งที่ 12/2564 เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2564 ได้พิจารณาโครงการวิจัยข้างต้นบนพื้นฐานด้านจริยธรรมการวิจัยในคนแล้ว พร้อมทั้งมีมติอนุมัติรับรองโครงการวิจัยแบบเร่งรัด (Expedited Review) ตามเอกสารใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนที่ส่งมาพร้อมกันนี้ ทั้งนี้หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการต่อไป

(นางฉวีวรรณ อรรถเศรษฐ์)

เลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

น คณะบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

- ☒ เพื่อโปรดทราบ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ ขอส่งหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน
☒ เพื่อโปรดพิจารณา..... โดยวิทยากร ตรีคุณ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา
☒ เห็นควรมอบ..... รองคณบดีฝ่ายวิจัย ฝ่ายวิจัยเชิงชุมชน ศึกษารูปแบบและดำเนินการต่อไป

28 ธ.ค. 64

29 ธ.ค. 2564

29 ธ.ค. 2564

☐ ทราบ

☒ ตามเสนอ

☐ อนุญาต

☐ อนุมัติ

☐ อื่น (ศาสตราจารย์ ดร. หงษ์สุวรรณ)

คณะบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 392-376/2564

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Tourism Management of Roi-Et Province.

ผู้วิจัย : นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สถานที่ทำการวิจัย : จังหวัดร้อยเอ็ด

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 16 ธันวาคม 2564

วันหมดอายุ : 15 ธันวาคม 2565

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงการงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

กฤษณ์ สว่างจิตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษักรหญิงราตรี สว่างจิตร์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารแนะนำอาสาสมัคร ใบยินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณาถ้ามี) แบบสัมภาษณ์ และ หรือ แบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามเท่านั้น และส่งสำเนาเอกสารดังกล่าวให้กับผู้เข้าร่วมวิจัยจริงรายแรกมาที่คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใดๆ ต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ภายในระยะเวลา 5 วันทำการ
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน อย่างน้อย 60 วัน
6. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* รายชื่อของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (ชื่อและตำแหน่ง) ที่เข้าร่วมประชุม ณ วันที่พิจารณารับรองโครงการวิจัย (หากร้องขอล่วงหน้า)



แบบสอบถามความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....นามสกุล.....อายุ.....ปี
บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ข้าพเจ้าได้อ่านคำชี้แจงและรับฟังคำอธิบายจากนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยข้อความที่อธิบายประกอบไปด้วยรายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย รายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติ ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่านและรับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากผู้ทำวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ข้าพเจ้ามีสิทธิ์ที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ที่ข้าพเจ้าปรารถนา โดยไม่เสียสิทธิใด ๆ หรือมีผลกระทบใด ๆ ต่อความเป็นอยู่ หรืออาชีพของข้าพเจ้าในอนาคต โครงการวิจัยนี้อาสาสมัครไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น และไม่มีค่าตอบแทนใด ๆ ตอบแทน

ผู้วิจัยได้รับรองว่าจะไม่ระบุชื่อ นามสกุล และเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ โดยผลการวิจัยในครั้งนี้จะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะกระทำต่อเมื่อข้าพเจ้าให้คำยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษร

ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ และข้าพเจ้าสามารถถอนตัวจากการทำโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใด ๆ ในการสัมภาษณ์หรือตอบแบบสอบถามตามหัวข้อข้างต้น ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัครและแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร
(.....)

ลงชื่อ.....พยาน
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล)



แบบยินยอมให้ทำการวิจัยสำหรับอาสาสมัครอายุ 7-18 ปี

ข้าพเจ้า (นาย /นาง /นางสาว).....นามสกุล.....อายุ.....ปี เกี่ยวข้อง
เป็นบิดา/มารดา/ผู้ปกครองของ (ต.ญ./ต.ช./นาย/นางสาว).....นามสกุล.....อายุ.....ปี

ขอแสดงความยินยอมให้เด็กในปกครองของข้าพเจ้าเข้าร่วมการวิจัย ในโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยข้อความที่อธิบายประกอบไปด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย รายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติ ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่านและรับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากผู้วิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ข้าพเจ้าและเด็กในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้า ได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาและวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย รายละเอียดขั้นตอนต่างๆ ที่จะต้องปฏิบัติหรือได้รับการปฏิบัติ ความเสี่ยง/อันตราย และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการวิจัยเรื่องนี้ ข้าพเจ้าได้อ่านรายละเอียดในแบบชี้แจงสำหรับอาสาสมัครหรือผู้ส่วนร่วมในการวิจัยโดยตลอด และได้รับคำอธิบายจากผู้วิจัย จนเข้าใจเป็นอย่างดีแล้ว

ตลอดจนการรับรองจากผู้วิจัยที่จะเก็บรักษาข้อมูลของเด็กในปกครองของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ และจะไม่ระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนตัวเป็นรายบุคคลต่อสาธารณชน โดยผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ข้าพเจ้าจึงสมัครใจให้เด็กในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้าเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ ภายใต้เงื่อนไขที่ระบุไว้ในแบบชี้แจงอาสาสมัคร โดยข้าพเจ้ายินยอมให้เด็กในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้า เข้าร่วมในการวิจัย และเด็กในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้าสมัครใจเข้าร่วมการวิจัยนี้ ภายใต้เงื่อนไขที่ระบุไว้ในแบบชี้แจงอาสาสมัคร ตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด”

ข้าพเจ้ามีสิทธิให้ผู้ที่อยู่ในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้าหรือเป็นความประสงค์ของผู้ที่อยู่ในปกครอง/ในความดูแล ถอนตัวออกจากกรวิจัยเมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล ซึ่งการถอนตัวออกจากกรวิจัยนั้น จะไม่มีผลกระทบในทางใดๆ ต่อผู้ที่อยู่ในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้าและตัวข้าพเจ้าทั้งสิ้น ผู้วิจัยได้รับรองว่าจะไม่ระบุชื่อ นามสกุล และเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ โดยผลการวิจัยในครั้งนี้จะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะกระทำได้อีกเมื่อข้าพเจ้าให้คำยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษร

ข้าพเจ้าได้รับคำรับรองว่า ผู้วิจัยจะปฏิบัติต่อผู้ที่อยู่ในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้า ตามข้อมูลที่ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และข้อมูลใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่อยู่ในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้า ผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลจากการวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น ไม่มีข้อมูลใดในการรายงานที่จะนำไปสู่การระบุตัวผู้ที่อยู่ในปกครอง/ในความดูแลของข้าพเจ้าและตัวข้าพเจ้า

หากข้าพเจ้าและผู้ที่อยู่ในความปกครองของข้าพเจ้ามีข้อข้องใจเกี่ยวกับขั้นตอนของการวิจัย ข้าพเจ้าสามารถติดต่อกับนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขโทรศัพท์ 08-2354-4153 ซึ่งเป็นผู้วิจัยได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้าพเจ้าและผู้ที่อยู่ในปกครองของข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในแบบคำชี้แจงอาสาสมัคร และแบบยินยอมนี้โดยตลอดแล้ว จึงลงลายมือชื่อไว้



ECMSU01-06.02

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงชื่อ.....ผู้ปกครอง

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงชื่อ.....ผู้ให้ข้อมูลและขอความยินยอม

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

หมายเหตุในกรณีที่ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยอายุระหว่าง 7-18 ปี ต้องลงนามให้ความยินยอมร่วมกับบิดา/มารดาหรือผู้ปกครอง (Assent)



แบบสำรวจทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (สำหรับผู้วิจัยสำรวจ)

แหล่งท่องเที่ยว.....วัน/เวลาที่สำรวจ.....

หัวข้อ	มี	ไม่มี	สภาพและปัญหา
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)			
1. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว			
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว			
3. ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว			
4. ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว			
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)			
1. การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด			
2. มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน			
3. ถนนมีสภาพดี			
4. มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)			
1. มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ			
2. มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ			
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด			
4. มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก			
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages)			
1. รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม			
2. อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม			
3. การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม			
4. มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์			
ด้านกิจกรรม (Activities)			
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม			
2. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน			
3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว			
4. มีความหลากหลายของกิจกรรม			
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)			
1. มีการให้บริการมีจุดเช็คท์ห้องดินในการนำชมสถานที่			
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต			
3. ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน			
4. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ			



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (สำหรับนักท่องเที่ยว)

เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจง : 1 แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

2. การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ ข้อมูลในการวิจัย กรุณา
 2.1. กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยมีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบ
 แบบสอบถามตามความเป็นจริง

3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับและการนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปการวิจัย โปรดแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามฉบับนี้

() ต้องการ

5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามฉบับนี้ โปรดติดต่อ

ข้าพเจ้านายรุ่งวิทย์ ตริกุล คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัด
 มหาสารคาม 44000 หมายเลขโทรศัพท์ 08-2354-4153 และ E-mail : rungwit.baac@ru.ac.th

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามและขอความ
 กรุณาส่งแบบสอบถามกลับภายใน 15 วัน ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้



นายรุ่งวิทย์ ตริกุล

นิสิตปริญญาเอก คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล (ลักษณะประชากร)

คำชี้แจง : โปรดกรอกข้อความในช่องว่างหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านตามสภาพความเป็นจริง

1. เพศ
() ชาย () หญิง
2. อายุ
() 15 - 25 ปี () 26 - 35 ปี () 36 - 45 ปี
() 46 - 55 ปี () 55 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ
() โสด () สมรส () หย่าร้าง/หม้าย
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
() ประถมศึกษา/มัธยมศึกษา () ปวช./ปวส./อนุปริญญา
() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พนักงานราชการ/ลูกจ้าง
() พนักงานบริษัทเอกชน () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
() เกษตรกร () นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
() อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน
() น้อยกว่า 10,000 บาท () 10,000 - 30,000 บาท
() 30,001 - 50,000 บาท () 50,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

1. ลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยว
() ไหว้พระ () ปั่นจักรยานน้ำ/ให้อาหารปลา
() ออกกำลังกาย () ชมนิทรรศการ/ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับห้องฟ้าจำลอง
2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน
() เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ () เพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง
() เพื่อศึกษาหาความรู้ () เพื่อประชุมสัมมนา
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
3. ระยะเวลาที่ท่านอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ดในการมาเที่ยวแต่ละครั้ง
() 1 วัน () 2 วัน () 3 วัน () 4 วัน
4. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ
() ทางธรรมชาติ () ประวัติศาสตร์
() ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี () บันเทิงเชิงใจ



5. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการ

- () ตัวท่านเอง () ครอบครัว
() แฟน/เพื่อน () บริษัท/นายจ้าง

6. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่าน

- () ไม่เคยมา () 1 ครั้ง
() 2 ครั้ง () 3 ครั้งขึ้นไป

7. พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

- () รถโดยสารสาธารณะ () รถยนต์ส่วนบุคคล
() รถตู้เช่าเหมา () รถจักรยานยนต์

8. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน

- () วันจันทร์ - ศุกร์ () วันเสาร์ - อาทิตย์ () วันหยุดนักขัตฤกษ์

9. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่าน

- () ต่ำกว่า 1,500 บาท () 1,501 - 3,000 บาท
() 3,001 - 4,000 บาท () มากกว่า 4,000 บาท

10. ถ้ามีโอกาสท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกหรือไม่

- () กลับมา () ไม่กลับมา () ไม่แน่ใจ



ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่านตามความเหมาะสม

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)					
1. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)					
1. การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด					
2. มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน					
3. ถนนมีสภาพดี					
4. มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ					

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)					
1. มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ					
2. มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ					
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด					
4. มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก					
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages)					
1. รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม					
2. อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม					
3. การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม					
4. มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์					
ด้านกิจกรรม (Activities)					
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม					
2. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน					
3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่ นักท่องเที่ยว					
4. มีความหลากหลายของกิจกรรม					
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)					
1. มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่					
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต					
3. ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน					
4. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ					



มจร. ๙๖

ตอนที่ 4 แบบสอบความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่านตามความเหมาะสม

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านราคา (Price) ราคาค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แหล่งท่องเที่ยวมีบริการจองตั๋วล่วงหน้า, ความดีในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว					
3. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, มีการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัด					
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว					
6. ด้านกระบวนการ (Process) ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว					
7. ด้านบุคลากร (People) ในแหล่งท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้สอบถามข้อมูล					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (สำหรับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว)

เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจง : ข้อมูลต่าง ๆ ในแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นการศึกษาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์หารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

การมีส่วนร่วมของชุมชน

1. ท่านคิดว่าการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นอย่างไร
2. ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมินการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดอย่างไร
3. ปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีอะไรบ้าง
4. ท่านมีข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างไรบ้าง



พูน ปณ จิต ชีเว

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว)
เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจง : ข้อมูลต่าง ๆ ในแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นการศึกษาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์หารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

1. หน่วยงานของท่านมีแผน/นโยบายในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดอย่างไร
 - 1.1 สนับสนุนด้านงบประมาณ
 - 1.2 สนับสนุนด้านบุคลากร
2. ท่านคิดว่าจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างไร
3. ปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีอะไรบ้าง
4. ท่านมีข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างไรบ้าง



ศูนย์ ปณ จิตโต ขง

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (สำหรับสัมภาษณ์)
(สำหรับการตอบแบบสัมภาษณ์ ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป)

เรียนผู้ร่วมการสัมภาษณ์

เนื่องด้วยข้าพเจ้านายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” Tourism Management of Roi-Et Province โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความน่าสนใจและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด กับปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด
4. เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ท่านเป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านในการสัมภาษณ์ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที ณ ศาลากลางบ้านของแหล่งท่องเที่ยว ในวัน.....เดือน.....พ.ศ..... ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ผู้วิจัยจะมีการบันทึกภาพและบันทึกเสียง เพื่อความถูกต้องของเนื้อหา ผู้วิจัยจะใช้รหัสแทนชื่อและนามสกุลจริงของท่าน และจะทำลายเมื่อการศึกษาครั้งนี้สิ้นสุดภายใน 3 เดือน ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จึงจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ท่านแต่ประการใด หากผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องแสดงภาพถ่ายที่มีรูปของท่าน ผู้วิจัยจะระมัดระวังไม่ให้เห็นภาพใบหน้าของท่าน และจะใช้แสดงเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะไม่มีการระบุชื่อและนามสกุลจริง ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยครั้งนี้ ทั้งนี้อาสาสมัครจะไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น และอาสาสมัครจะไม่ได้รับค่าตอบแทนในการเข้าร่วมโครงการวิจัยครั้งนี้

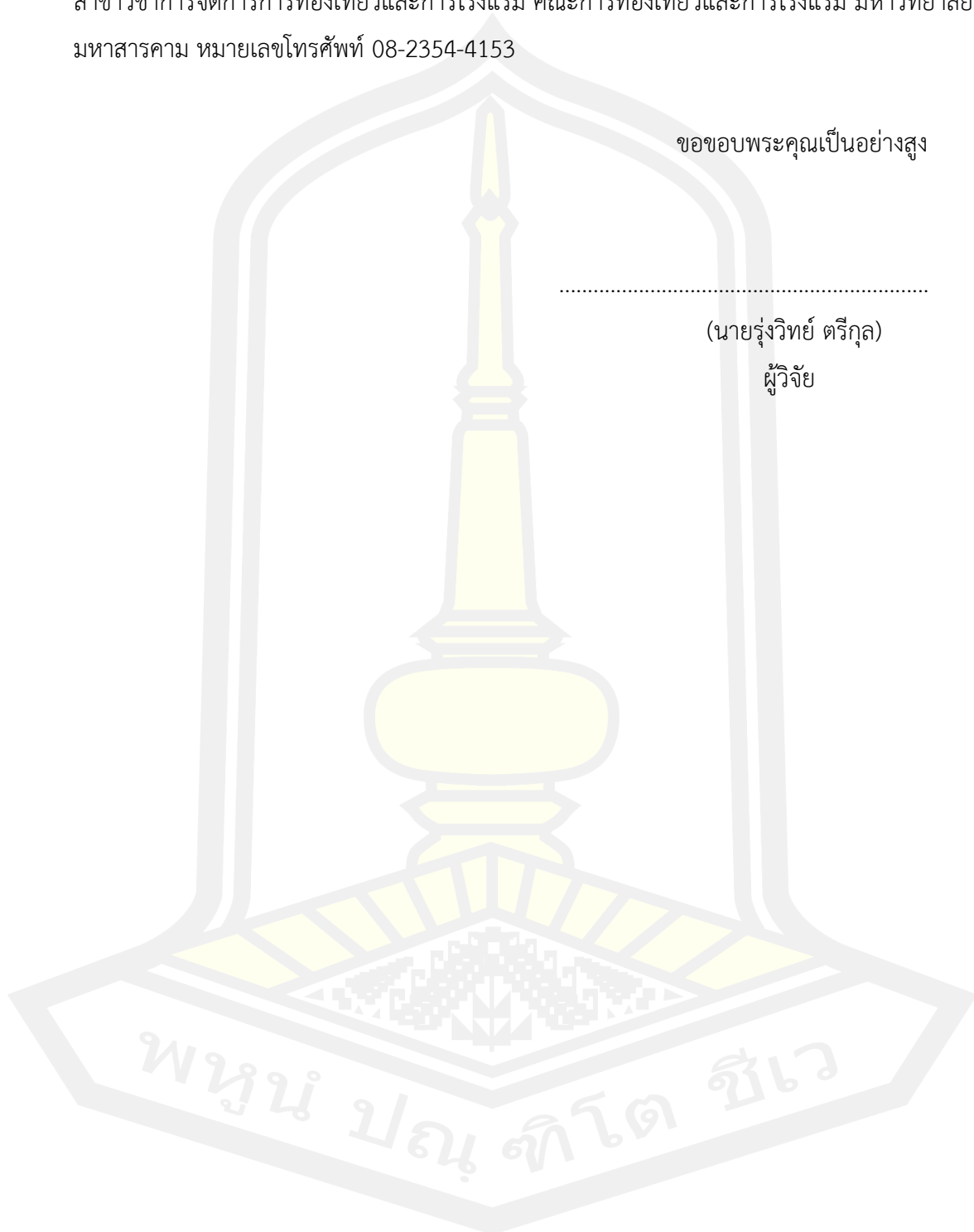
หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ ท่านสามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” หมายเลขโทรศัพท์ 04-3754-416 หมายเลขภายใน 1755

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตปริญญาเอก
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม หมายเลขโทรศัพท์ 08-2354-4153

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

.....
(นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล)

ผู้วิจัย



แบบสอบถามความยินยอมให้ทำการวิจัยจากอาสาสมัคร
(สำหรับอาสาสมัครอายุ 18 ปีขึ้นไป)

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....นามสกุล.....อายุ.....
 ปี บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ข้าพเจ้าได้อ่านคำชี้แจงและรับฟังคำอธิบายจากนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล เกี่ยวกับการเป็นอาสาสมัครในโครงการวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” โดยข้อความที่อธิบายประกอบไปด้วย รายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย รายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติ ประโยชน์ที่ข้าพเจ้าจะได้รับจากการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไขหากเกิดอันตราย โดยได้อ่านและรับฟังคำอธิบายข้อความในเอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์โดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและการตอบข้อสงสัยจากผู้ทำวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ข้าพเจ้ามีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ที่ข้าพเจ้าปรารถนา โดยไม่เสียสิทธิใด ๆ หรือมีผลกระทบใด ๆ ต่อความเป็นอยู่ หรืออาชีพของข้าพเจ้าในอนาคต โครงการวิจัยนี้อาสาสมัครไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น และไม่มีค่าตอบแทนใด ๆ ตอบแทน

ผู้วิจัยได้รับรองว่าจะไม่ระบุชื่อ นามสกุล และเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของข้าพเจ้าไว้เป็นความลับ โดยผลการวิจัยในครั้งนี้จะนำเสนอในลักษณะภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะกระทำต่อเมื่อข้าพเจ้าให้คำยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษร

ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ และข้าพเจ้าสามารถถอนตัวจากการทำโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ ถ้าข้าพเจ้าปรารถนา โดยจะไม่มีผลกระทบและไม่เสียสิทธิใด ๆ ในการสัมภาษณ์หรือตอบแบบสอบถามตามหัวข้อข้างต้น ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงอาสาสมัครและแบบแสดงความยินยอมนี้โดยตลอดแล้วจึงลงลายมือชื่อไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....อาสาสมัคร

(.....)

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ขอความยินยอม

(นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล)



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (สำหรับนักท่องเที่ยว)
เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจง : 1 แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ
- ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดจำนวน 10 ข้อ
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 24 ข้อ
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ
- ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

2. การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับและการนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

4. หากท่านต้องการรับรายงานสรุปการวิจัย โปรดแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามฉบับนี้ () ต้องการ

5. หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามฉบับนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้านายรุ่งวิทย์ ตรีกุล คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000 หมายเลขโทรศัพท์ 08-2354-4153 และ E-mail : rungwit.baac@reru.ac.th

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามและขอความกรุณาส่งแบบสอบถามกลับภายใน 15 วัน ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล

นิสิตปริญญาเอก คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล (ลักษณะประชากร)

คำชี้แจง : โปรดกรอกข้อความในช่องว่างหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านตามสภาพความเป็นจริง

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 15 - 25 ปี () 26 - 35 ปี () 36 - 45 ปี
() 46 - 55 ปี () 56 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส () หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ประถมศึกษา/มัธยมศึกษา () ปวช./ปวส./อนุปริญญา
()ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พนักงานราชการ/ลูกจ้าง
() พนักงานบริษัทเอกชน () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
() เกษตรกร () นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน

() น้อยกว่า 10,000 บาท () 10,000 - 30,000 บาท
() 30,001 - 50,000 บาท () 50,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

1. ลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยว

() ไหว้พระ () ปั่นจักรยานน้ำ/ให้อาหารปลา
() ออกกำลังกาย () ชมนิทรรศการ/ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับท้องฟ้าจำลอง/
ชมความงามเมืองร้อยเอ็ด

2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

() เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ () เพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง
() เพื่อศึกษาหาความรู้ () เพื่อประชุมสัมมนา
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ระยะเวลาที่ท่านอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ดในการมาเที่ยวแต่ละครั้ง

() 1 วัน () 2 วัน () 3 วัน () 4 วัน

4. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ

() ทางธรรมชาติ () ประวัติศาสตร์

() ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี () บันเทิงเร้าใจ

5. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อบริการ

() ตัวท่านเอง () ครอบครัว

() แฟน/เพื่อน () บริษัทนำเที่ยว

6. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดของท่าน

() ไม่เคยมา () 1 ครั้ง

() 2 ครั้ง () 3 ครั้งขึ้นไป

7. พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน

() รถโดยสารสาธารณะ () รถยนต์ส่วนบุคคล

() รถตู้เช่าเหมา () รถจักรยานยนต์

8. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน

() วันจันทร์ - ศุกร์ () วันเสาร์ - อาทิตย์ () วันหยุดนักขัตฤกษ์

9. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของท่าน

() ต่ำกว่า 1,500 บาท () 1,501 - 3,000 บาท

() 3,001 - 4,000 บาท () มากกว่า 4,000 บาท

10. ถ้ามีโอกาสท่านจะกลับมาเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอีกหรือไม่

() กลับมา () ไม่กลับมา () ไม่แน่ใจ

พหุ ประเด็น วิจัย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่านตามความเหมาะสม

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)					
1. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)					
1. การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด					
2. มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน					
3. ถนนมีสภาพดี					
4. มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)					
1. มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ					
2. มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ					
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด					
4. มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก					
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ (Available Packages)					
1. รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม					
2. อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม					
3. การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม					
4. มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์					

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านกิจกรรม (Activities)					
1. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม					
2. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน					
3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว					
4. มีความหลากหลายของกิจกรรม					
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)					
1. มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่					
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต					
3. ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน					
4. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่านตามความเหมาะสม 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4=เห็นด้วยมาก, 3= เห็นด้วยปานกลาง, 4 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านราคา (Price) ราคาค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แหล่งท่องเที่ยวมีบริการจองตั๋วล่วงหน้า, ความถี่ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว					
3. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, มีการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัด					
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว					
6. ด้านกระบวนการ (Process) ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว					
7. ด้านบุคลากร (People) ในแหล่งท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้สอบถามข้อมูล					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

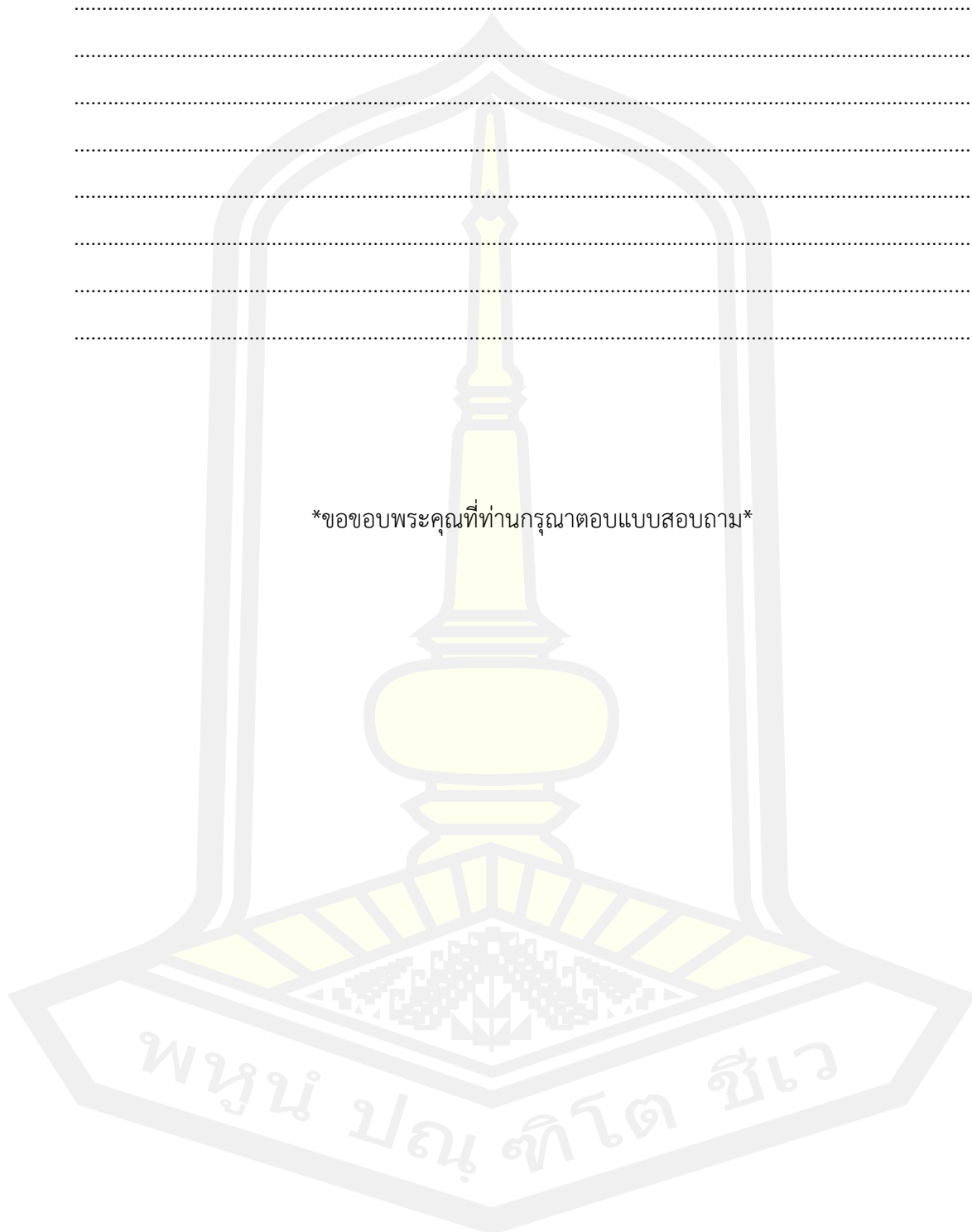
.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (สำหรับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว)

เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

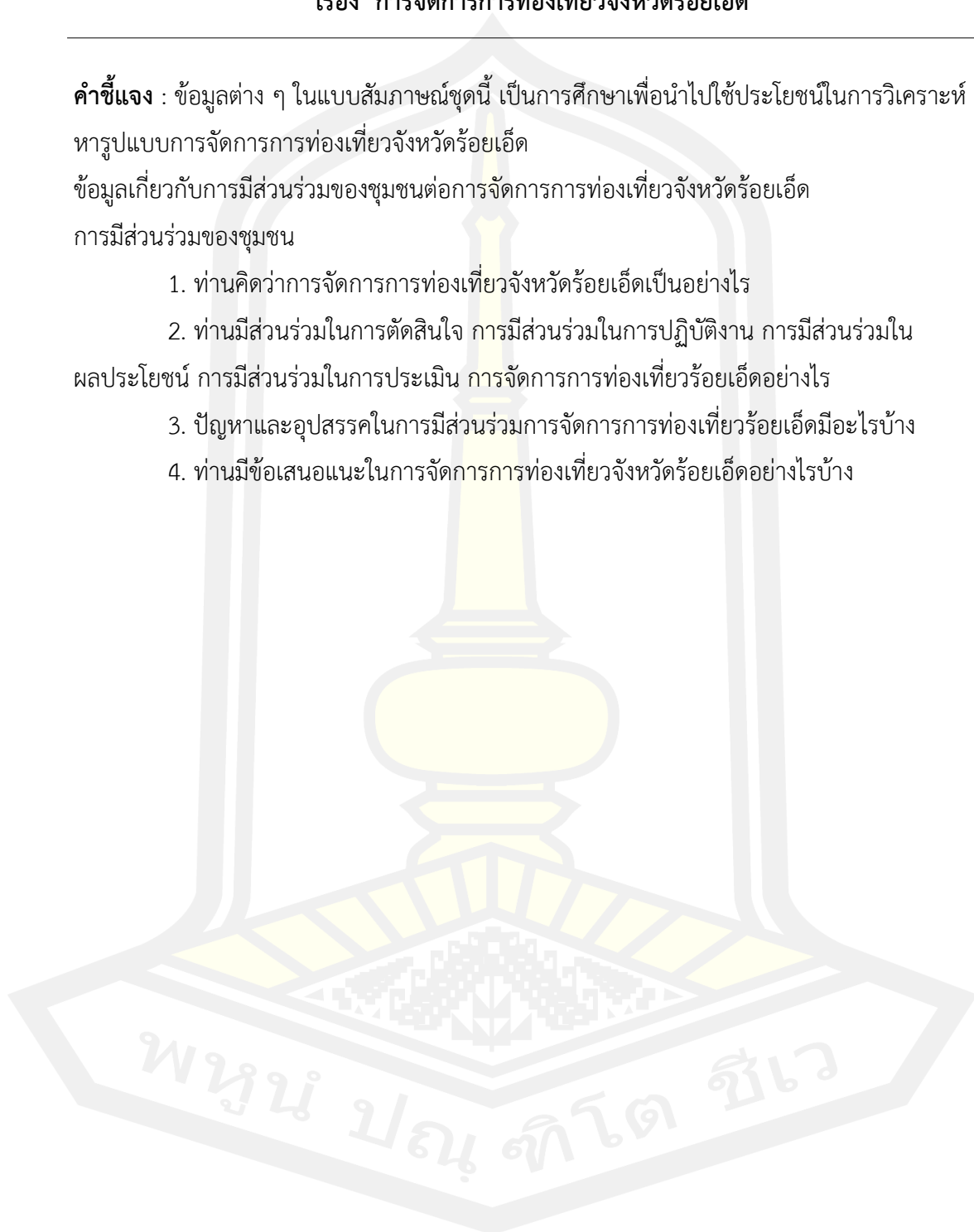
คำชี้แจง : ข้อมูลต่าง ๆ ในแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นการศึกษาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์

หารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

การมีส่วนร่วมของชุมชน

1. ท่านคิดว่าการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นอย่างไร
2. ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมิน การจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดอย่างไร
3. ปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีอะไรบ้าง
4. ท่านมีข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างไรบ้าง

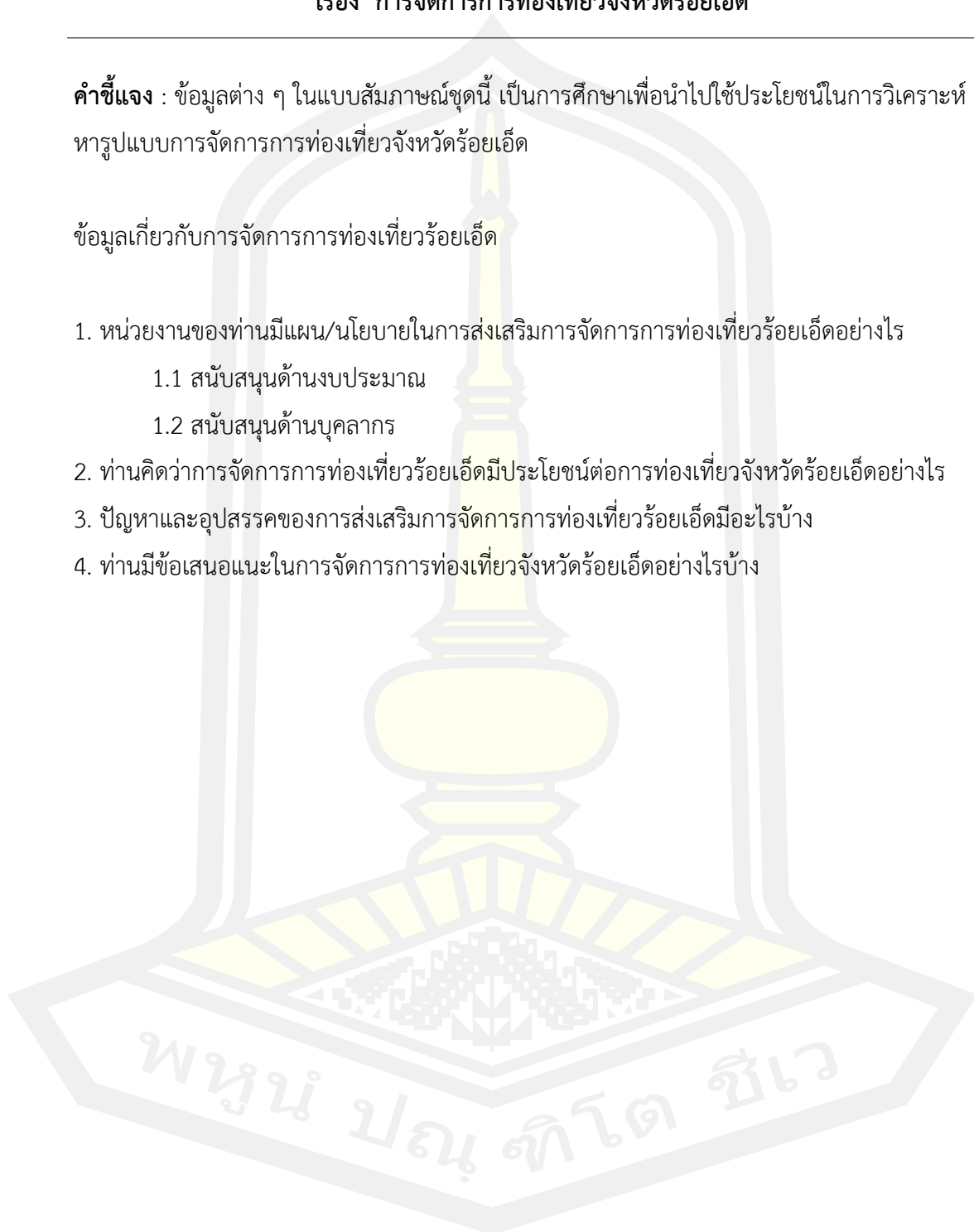


แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว)
เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

คำชี้แจง : ข้อมูลต่าง ๆ ในแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นการศึกษาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์หารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

1. หน่วยงานของท่านมีแผน/นโยบายในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดอย่างไร
 - 1.1 สนับสนุนด้านงบประมาณ
 - 1.2 สนับสนุนด้านบุคลากร
2. ท่านคิดว่าการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างไร
3. ปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวร้อยเอ็ดมีอะไรบ้าง
4. ท่านมีข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอย่างไรบ้าง





ภาคผนวก จ

ตารางแสดงค่าผลการวิเคราะห์ข้อมูล

พูน ปณ จิต ชีเว

ตาราง 20 ผลการหาค่าจำแนก และความเชื่อมั่นของ การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด รายข้อ
รายด้านและโดยรวม

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ค่าอำนาจจำแนก (r)
คำถามข้อ 1	.29
คำถามข้อ 2	.48
คำถามข้อ 3	.46
คำถามข้อ 4	.54
ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน	.90
ด้านการเข้าถึง	
คำถามข้อ 1	.70
คำถามข้อ 2	.61
คำถามข้อ 3	.52
คำถามข้อ 4	.44
ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน	.90
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	
คำถามข้อ 1	.53
คำถามข้อ 2	.37
คำถามข้อ 3	.64
คำถามข้อ 4	.76
ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน	.90
ด้านรายการนำเที่ยวที่มีให้บริการ	
คำถามข้อ 1	.78
คำถามข้อ 2	.64
คำถามข้อ 3	.73
คำถามข้อ 4	.74
ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน	.90

ตาราง 20 (ต่อ)

ด้านกิจกรรม	ค่าอำนาจจำแนก (r)
คำถามข้อ 1	.70
คำถามข้อ 2	.70
คำถามข้อ 3	.65
คำถามข้อ 4	.78
ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน	.93
ด้านการให้บริการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว	
คำถามข้อ 1	.76
คำถามข้อ 2	.61
คำถามข้อ 3	.52
คำถามข้อ 4	.59
ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน	.90
ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	
คำถามข้อ 1	-.17
คำถามข้อ 2	-.24
คำถามข้อ 3	.07
คำถามข้อ 4	-.05
คำถามข้อ 5	.28
คำถามข้อ 6	-.13
คำถามข้อ 7	-.11
ค่าความเชื่อมั่นรายด้าน	.91
โดยรวม	.91

ค่าความเชื่อมั่น .91

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร 24 ตัวแปรของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ลำดับที่	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.
1	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.49	0.56
2	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.56
3	ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.96	0.59
4	ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.55	0.55
5	การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	4.18	0.48
6	มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	3.09	0.45
7	ถนนมีสภาพดี	4.18	0.50
8	มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	3.04	0.35
9	มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	4.11	0.37
10	มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	4.12	0.36
11	มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้กดเงินสด	4.06	0.44
12	มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	3.58	0.55
13	รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.26	0.52
14	อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.23	0.47
15	การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.24	0.52
16	มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	3.10	0.33
17	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม	3.90	0.49
18	มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน	3.07	0.32
19	กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว	4.17	0.48
20	มีความหลากหลายของกิจกรรม	3.14	0.38
21	มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม	3.05	0.47
22	เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี	3.81	0.86
23	ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	3.02	0.40
24	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ	3.08	0.37

ตาราง 22 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling and Adequacy.		.791
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3399.590
	df	276
	Sig.	.000

ตาราง 23 แสดงค่าความร่วมกัน Communalities ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ค่าความร่วมกัน	Initial	Extraction
A1	1.000	.796
A2	1.000	.645
A3	1.000	.754
A4	1.000	.803
A5	1.000	.653
A6	1.000	.740
A7	1.000	.612
A8	1.000	.515
A9	1.000	.892
A10	1.000	.829
A11	1.000	.654
A12	1.000	.683
A13	1.000	.881
A14	1.000	.833
A15	1.000	.856
A16	1.000	.748
A17	1.000	.665
A18	1.000	.647
A19	1.000	.670
A20	1.000	.598
A21	1.000	.660

ตาราง 23 (ต่อ)

ค่าความร่วมกัน	Initial	Extraction
A22	1.000	.790
A23	1.000	.624
A24	1.000	.773

ตาราง 24 แสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละองค์ประกอบทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยว
ในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
7.531	31.379	31.379	7.531	31.379	31.379	5.738	23.907	23.907
2.805	11.686	43.064	2.805	11.686	43.064	2.970	12.374	36.282
2.606	10.858	53.922	2.606	10.858	53.922	2.785	11.605	47.887
1.930	8.040	61.962	1.930	8.040	61.962	2.322	9.675	57.562
1.248	5.200	67.163	1.248	5.200	67.163	2.075	8.647	66.209
1.201	5.002	72.165	1.201	5.002	72.165	1.430	5.956	72.165
.918	3.826	75.991						
.908	3.782	79.773						
.688	2.866	82.640						
.580	2.417	85.057						
.526	2.192	87.249						
.490	2.041	89.290						
.429	1.786	91.076						
.385	1.604	92.680						
.325	1.355	94.034						
.298	1.243	95.277						
.260	1.082	96.359						
.208	.868	97.226						

ตาราง 24 (ต่อ)

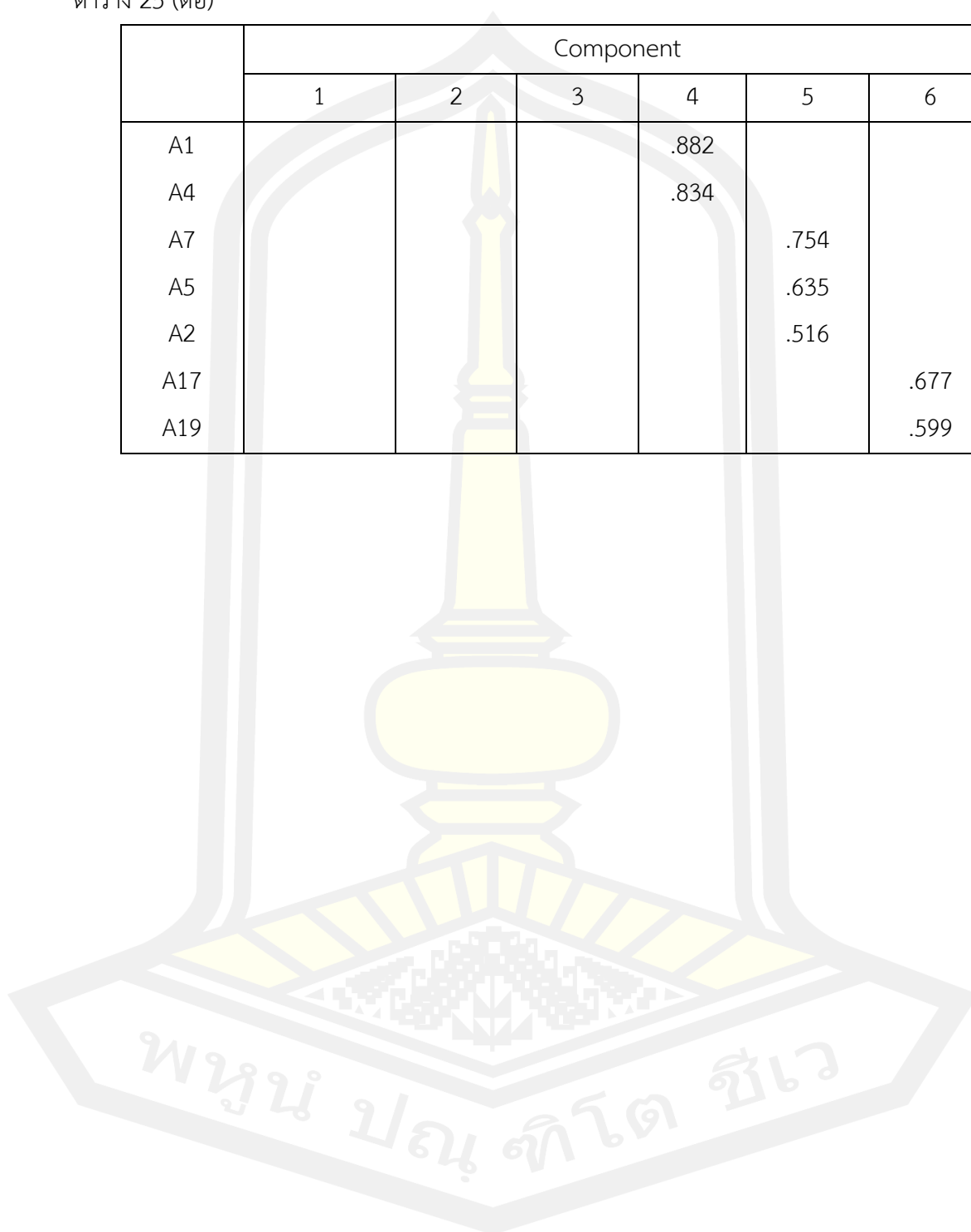
Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
.202	.844	98.070						
.159	.662	98.732						
.129	.536	99.268						
.086	.360	99.628						
.056	.234	99.862						
.033	.138	100.00						

ตาราง 25 แสดงค่า Rotation Component Matrix ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

	Component					
	1	2	3	4	5	6
A24	.810					
A6	.805					
A16	.801					
A23	.751					
A18	.747					
A21	.684					
A13	.669					
A15	.658					
A10	.629					
A14	.569					
A8						
A22		.797				
A12		.769				
A3		.737				
A9			.913			
A10			.900			
A11			.747			

ตาราง 25 (ต่อ)

	Component					
	1	2	3	4	5	6
A1				.882		
A4				.834		
A7					.754	
A5					.635	
A2					.516	
A17						.677
A19						.599



ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของตัวแปร 24 ตัวแปร ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ลำดับที่	ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.
1	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.26	0.55
2	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.64	0.60
3	ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.61	0.64
4	ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.37	0.53
5	การเดินทางเข้า - ออก ที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด	3.74	0.58
6	มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน	3.02	0.43
7	ถนนมีสภาพดี	3.71	0.63
8	มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ	3.05	0.32
9	มีโรงแรม ที่พักโดยรอบที่เพียงพอ	3.29	0.48
10	มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ	3.29	0.47
11	มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อตู้กดเงินสด	3.22	0.44
12	มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	3.07	0.28
13	รายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.16	0.41
14	อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม	3.18	0.43
15	การให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3.18	0.43
16	มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์	3.03	0.26
17	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหมาะสม	3.11	0.35
18	มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน	2.99	0.28
19	กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว	4.04	0.45
20	มีความหลากหลายของกิจกรรม	3.02	0.29
21	มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม	3.16	0.55
22	เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี	3.29	0.56
23	ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	3.21	0.49
24	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยบริการ	3.34	0.53

ตาราง 27 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

KMO and Bartlett's Test			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling and Adequacy.			.758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		4863.848
	df		276
	Sig.		.000

ตาราง 28 แสดงค่าความร่วมกัน Communalities ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ค่าความร่วมกัน	Initial	Extraction
A1	1.000	.746
A2	1.000	.680
A3	1.000	.688
A4	1.000	.709
A5	1.000	.846
A6	1.000	.642
A7	1.000	.671
A8	1.000	.666
A9	1.000	.897
A10	1.000	.905
A11	1.000	.820
A12	1.000	.508
A13	1.000	.891
A14	1.000	.915
A15	1.000	.835
A16	1.000	.716
A17	1.000	.598
A18	1.000	.728
A19	1.000	.524
A20	1.000	.839
A21	1.000	.720

ตาราง 28 (ต่อ)

ค่าความร่วมกัน	Initial	Extraction
A22	1.000	.793
A23	1.000	.703
A24	1.000	.528

ตาราง 29 แสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละองค์ประกอบทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยว
นอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
7.096	29.566	29.566	7.096	29.566	29.566	3.427	14.278	14.278
2.700	11.248	40.815	2.700	11.248	40.815	3.209	13.373	27.651
2.114	8.810	49.625	2.114	8.810	49.625	3.018	12.575	40.226
1.923	8.013	57.638	1.923	8.013	57.638	2.787	11.611	51.837
1.406	5.857	63.495	1.406	5.857	63.495	2.080	8.667	60.504
1.250	5.210	68.705	1.250	5.210	68.705	1.797	7.488	67.992
1.080	4.501	73.206	1.080	4.501	73.206	1.251	5.214	73.206
.976	4.066	77.271						
.858	3.575	80.846						
.821	3.420	84.266						
.691	2.878	87.144						
.496	2.068	89.212						
.445	1.856	91.068						
.398	1.660	92.728						
.344	1.435	94.163						
.295	1.229	95.393						
.252	1.050	96.443						
.203	.847	97.289						

ตาราง 29 (ต่อ)

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
.180	.751	98.041						
.153	.636	98.677						
.126	.525	99.202						
.087	.362	99.564						
.063	.261	99.825						
.042	.175	100.00						

ตาราง 30 แสดงค่า Rotation Component Matrix ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
A20	.863						
A18	.788						
A6	.709						
A8	.696						
A16	.675						
A10		.925					
A9		.907					
A11		.852					
A12		.596					
A14			.914				
A15			.856				
A13			.836				
A17							
A22				.818			
A21				.799			
A23				.660			

ตาราง 30 (ต่อ)

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
A1					.821		
A4					.788		
A2					.611		
A3					.527		
A5						.807	
A7						.693	
A24							.705
A19							-.565

ตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	53.618 ^a	26	.001
Likelihood Ratio	64.932	26	.000
Linear-by-Linear Association	0.092	1	.762
N of Valid Cases	480		

a. 33 cells (78.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .13.

ตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	48.765 ^a	26	.004
Likelihood Ratio	60.664	26	.000
Linear-by-Linear Association	.170	1	.680
N of Valid Cases	480		

a. 33 cells (78.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

ตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	37.026 ^a	13	.000
Likelihood Ratio	46.753	13	.000
Linear-by-Linear Association	1.150	1	.283
N of Valid Cases	480		

a. 18 cells (64.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .48.

ตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว(ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	42.336 ^a	13	.000
Likelihood Ratio	47.220	13	.000
Linear-by-Linear Association	10.078	1	.002
N of Valid Cases	480		

a. 20 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.

ตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	16.944 ^a	26	.911
Likelihood Ratio	22.711	26	.649
Linear-by-Linear Association	6.643	1	.010
N of Valid Cases	480		

a. 34 cells (81.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว(ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	57.076 ^a	26	.000
Likelihood Ratio	68.806	26	.000
Linear-by-Linear Association	.007	1	.935
N of Valid Cases	480		

a. 33 cells (78.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการเดินทางและการบริการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว(ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	57.010 ^a	39	.031
Likelihood Ratio	69.424	39	.002
Linear-by-Linear Association	.022	1	.882
N of Valid Cases	480		

a. 18 cells (64.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .48.

ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	17.385 ^a	12	.136
Likelihood Ratio	20.322	12	.061
Linear-by-Linear Association	6.497	1	.011
N of Valid Cases	480		

a. 16 cells (76.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

ตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	13.733 ^a	12	.318
Likelihood Ratio	16.785	12	.158
Linear-by-Linear Association	5.380	1	.20
N of Valid Cases	480		

a. 15 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14

ตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	15.289 ^a	6	.018
Likelihood Ratio	18.474	6	.005
Linear-by-Linear Association	5.115	1	.024
N of Valid Cases	480		

a. 9 cells (64.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .96.

ตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	10.004 ^a	6	.124
Likelihood Ratio	9.338	6	.155
Linear-by-Linear Association	2.605	1	.107
N of Valid Cases	480		

a. 10 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50

ตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	16.298 ^a	12	.178
Likelihood Ratio	20.463	12	.059
Linear-by-Linear Association	4.108	1	.043
N of Valid Cases	480		

a. 16 cells (76.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	15.050 ^a	12	.239
Likelihood Ratio	18.257	12	.108
Linear-by-Linear Association	4.731	1	.030
N of Valid Cases	480		

a. 16 cells (76.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .16.

ตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	32.247 ^a	18	.021
Likelihood Ratio	23.323	18	.178
Linear-by-Linear Association	5.204	1	.023
N of Valid Cases	480		

a. 23 cells (82%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

ตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	130.307 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	164.889	12	.000
Linear-by-Linear Association	94.232	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 18 cells (38.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	135.342 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	162.368	12	.000
Linear-by-Linear Association	100.339	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 9 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

ตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	45.574 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	49.222	6	.000
Linear-by-Linear Association	25.406	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 2 cells (14.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .96.

ตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	32.336 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	41.880	6	.000
Linear-by-Linear Association	19.849	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 4 cells (28.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50.

ตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อการท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	10.654 ^a	12	.559
Likelihood Ratio	10.963	12	.532
Linear-by-Linear Association	2.141	1	.143
N of Valid Cases	480		

a. 10 cells (47.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	135.316 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	166.148	12	.000
Linear-by-Linear Association	96.695	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 9 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .16.

ตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรและความปลอดภัยต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	153.657 ^a	18	.000
Likelihood Ratio	175.707	18	.000
Linear-by-Linear Association	100.926	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 16 cells (57.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	22.013 ^a	12	.037
Likelihood Ratio	20.188	12	.064
Linear-by-Linear Association	.786	1	.375
N of Valid Cases	480		

a. 10 cells (47.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .13.

ตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	30.222 ^a	12	.003
Likelihood Ratio	22.950	12	.028
Linear-by-Linear Association	1.709	1	.191
N of Valid Cases	480		

a. 10 cells (47.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

ตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	8.095 ^a	6	.231
Likelihood Ratio	8.668	6	.193
Linear-by-Linear Association	1.319	1	.251
N of Valid Cases	480		

a. 4 cells (28.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .48.

ตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	7.774 ^a	6	.255
Likelihood Ratio	7.947	6	.242
Linear-by-Linear Association	.178	1	.673
N of Valid Cases	480		

a. 5 cells (35.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .25.

ตาราง 56 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	13.230 ^a	12	.353
Likelihood Ratio	16.097	12	.187
Linear-by-Linear Association	5.099	1	.024
N of Valid Cases	480		

a. 11 cells (52.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 57 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	20.221 ^a	12	.063
Likelihood Ratio	21.972	12	.038
Linear-by-Linear Association	.299	1	.585
N of Valid Cases	480		

a. 10 cells (47.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการบริการอื่น ๆ ต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	25.376 ^a	18	.115
Likelihood Ratio	24.896	18	.128
Linear-by-Linear Association	.306	1	.580
N of Valid Cases	480		

a. 17 cells (60.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว
(ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	169.512 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	150.393	24	.000
Linear-by-Linear Association	21.189	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 31 cells (79.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตาราง 60 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	157.882 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	143.209	24	.000
Linear-by-Linear Association	17.145	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 30 cells (76.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

ตาราง 61 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	45.586 ^a	24	.002
Likelihood Ratio	43.028	24	.010
Linear-by-Linear Association	2.501	1	.114
N of Valid Cases	480		

a. 32 cells (82.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

ตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	46.715 ^a	24	.004
Likelihood Ratio	38.641	24	.030
Linear-by-Linear Association	2.555	1	.110
N of Valid Cases	480		

a. 29 cells (74.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 63 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	58.329 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	44.443	24	.007
Linear-by-Linear Association	1.326	1	.250
N of Valid Cases	480		

a. 31 cells (79.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	171.318 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	158.026	24	.000
Linear-by-Linear Association	25.122	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 30 cells (76.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

ตาราง 65 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	204.332 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	176.434	24	.000
Linear-by-Linear Association	28.152	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 30 cells (76.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตาราง 66 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	28.063 ^a	12	.005
Likelihood Ratio	28.211	12	.005
Linear-by-Linear Association	.112	1	.738
N of Valid Cases	480		

a. 14 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

ตาราง 67 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	24.680 ^a	12	.016
Likelihood Ratio	27.254	12	.007
Linear-by-Linear Association	.246	1	.620
N of Valid Cases	480		

a. 14 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตาราง 68 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	12.536 ^a	12	.404
Likelihood Ratio	16.702	12	.161
Linear-by-Linear Association	4.219	1	.040
N of Valid Cases	480		

a. 13 cells (61.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

ตาราง 69 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	13.130 ^a	12	.360
Likelihood Ratio	13.367	12	.343
Linear-by-Linear Association	7.550	1	.006
N of Valid Cases	480		

a. 15 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

ตาราง 70 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการตลาดท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	10.605 ^a	12	.563
Likelihood Ratio	13.686	12	.321
Linear-by-Linear Association	1.057	1	.304
N of Valid Cases	480		

a. 13 cells (61.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .13.

ตาราง 71 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการตลาดท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	29.350 ^a	12	.003
Likelihood Ratio	24.035	12	.020
Linear-by-Linear Association	.485	1	.486
N of Valid Cases	480		

a. 14 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

ตาราง 72 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	28.934 ^a	12	.004
Likelihood Ratio	24.718	12	.016
Linear-by-Linear Association	.094	1	.759
N of Valid Cases	480		

a. 14 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

ตาราง 73 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว
(ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	35.133 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	36.130	12	.000
Linear-by-Linear Association	2.996	1	.083
N of Valid Cases	480		

a. 15 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตาราง 74 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	24.775 ^a	12	.016
Likelihood Ratio	27.422	12	.007
Linear-by-Linear Association	1.138	1	.286
N of Valid Cases	480		

a. 15 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

ตาราง 75 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	26.947 ^a	12	.008
Likelihood Ratio	30.864	12	.002
Linear-by-Linear Association	14.248	1	.000
N of Valid Cases	480		

a. 16 cells (76.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

ตาราง 76 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	17.556 ^a	12	.130
Likelihood Ratio	10.335	12	.587
Linear-by-Linear Association	.043	1	.835
N of Valid Cases	480		

a. 16 cells (76.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 77 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	18.766 ^a	12	.094
Likelihood Ratio	22.600	12	.031
Linear-by-Linear Association	8.847	1	.003
N of Valid Cases	480		

a. 16 cells (76.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตาราง 78 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	35.245 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	36.256	12	.000
Linear-by-Linear Association	1.976	1	.160
N of Valid Cases	480		

a. 15 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

ตาราง 79 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านบุคลากรต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	41.538 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	42.241	12	.000
Linear-by-Linear Association	3.080	1	.079
N of Valid Cases	480		

a. 15 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตาราง 80 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	37.263 ^a	22	.022
Likelihood Ratio	27.559	22	.191
Linear-by-Linear Association	3.503	1	.061
N of Valid Cases	480		

a. 32 cells (88.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตาราง 81 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	25.992 ^a	22	.252
Likelihood Ratio	20.891	22	.527
Linear-by-Linear Association	2.279	1	.131
N of Valid Cases	480		

a. 31 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

ตาราง 82 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	44.225 ^a	22	.003
Likelihood Ratio	43.264	22	.004
Linear-by-Linear Association	10.126	1	.001
N of Valid Cases	480		

a. 31 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

ตาราง 83 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	31.816 ^a	22	.081
Likelihood Ratio	29.458	22	.132
Linear-by-Linear Association	3.655	1	.056
N of Valid Cases	480		

a. 33 cells (91.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

ตาราง 84 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	37.803 ^a	22	.019
Likelihood Ratio	34.783	22	.041
Linear-by-Linear Association	6.482	1	.011
N of Valid Cases	480		

a. 31 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตาราง 85 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	49.066 ^a	22	.001
Likelihood Ratio	29.828	22	.123
Linear-by-Linear Association	2.208	1	.137
N of Valid Cases	480		

a. 31 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

ตาราง 86 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านรายการนำเที่ยวต่อปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	50.800 ^a	22	.000
Likelihood Ratio	32.969	22	.062
Linear-by-Linear Association	.300	1	.584
N of Valid Cases	480		

a. 31 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตาราง 87 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาด
ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว
(ด้านราคา)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	27.083 ^a	16	.041
Likelihood Ratio	32.172	16	.009
Linear-by-Linear Association	1.755	1	.185
N of Valid Cases	480		

a. 14 cells (51.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .38.

ตาราง 88 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	26.712 ^a	16	.045
Likelihood Ratio	31.573	16	.011
Linear-by-Linear Association	1.513	1	.219
N of Valid Cases	480		

a. 14 cells (86.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

ตาราง 89 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านผลิตภัณฑ์)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	23.604 ^a	16	.099
Likelihood Ratio	26.446	16	.048
Linear-by-Linear Association	1.251	1	.263
N of Valid Cases	480		

a. 12 cells (44.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .52.

ตาราง 90 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านส่งเสริมการขาย)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	32.457 ^a	16	.009
Likelihood Ratio	31.121	16	.013
Linear-by-Linear Association	7.149	1	.007
N of Valid Cases	480		

a. 15 cells (55.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

ตาราง 91 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านลักษณะทางกายภาพ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	21.476 ^a	16	.161
Likelihood Ratio	25.370	16	.064
Linear-by-Linear Association	.732	1	.392
N of Valid Cases	480		

a. 13 cells (48.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .31.

ตาราง 92 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านกระบวนการ)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	29.216 ^a	16	.023
Likelihood Ratio	35.580	16	.003
Linear-by-Linear Association	1.313	1	.252
N of Valid Cases	480		

a. 13 cells (48.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

ตาราง 93 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเอกลักษณ์ต่อปัจจัยการตลาดท่องเที่ยว (ด้านบุคลากร)

Chi-Square Test

	Value	df	Asymp.Sig.(2-sided)
Pearson Chi-square	25.679 ^a	16	.059
Likelihood Ratio	27.776	16	.034
Linear-by-Linear Association	2.101	1	.147
N of Valid Cases	480		

a. 13 cells (48.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .28.



ภาคผนวก ฉ

ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์จัดเก็บข้อมูล

พูนัน ปณ จิตโต ชีเว



ที่ อว 0605.17(3)/358

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

นมัสการ พระทศขิต สุเมโธ วัดประชาคมวนาราม

ด้วย นายรุ่งวิทย์ ศรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะจึงขออนุญาตท่านสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 8 กันยายน 2565 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป ณ ศาลาการเปรียญ วัดประชาคมวนาราม ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ศรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงนมัสการเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต ทางคณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากพระคุณท่าน และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

ที่ อว 0605.17(3)/359



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้ใหญ่บ้านศรีสมเด็จ

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 8 กันยายน 2565 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป ณ ศาลาการเปรียญวัดประชาคมวนาราม ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

ที่ อว 0605.17(3)/ 360



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน นายกเทศบาลศรีสมเด็จ

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 8 กันยายน 2565 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป ณ ศาลาการเปรียญ
วัดประชาคมวนาราม ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ
ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

ที่ อว 0605.17(3)/361



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัย

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ศรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง "การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด" ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 7 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมศูนย์
วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ศรีกุล หมายเลขติดต่อ
08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปรุม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083



ที่ อว 0605.17(3) 362

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

นมัสการ เจ้าอาวาสวัดเจติยชัยมงคล

ด้วย นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง "การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด" ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะจึงขออนุญาตท่านสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 8 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ศาลาการเปรียญ วัดเจติยชัยมงคล ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงนมัสการเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต ทางคณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากพระคุณท่าน และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083



ที่ อว 0605.17(3)/ 363

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้ใหญ่บ้านบ้านท่าสะอาด

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ศรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง "การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด" ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 8 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ศาลาการเปรียญ
วัดเจติยชัยมงคล ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ศรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ
ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

ที่ อว 0605.17(3)/๖๔



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

๓๐ สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลผาน้ำย้อย

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 8 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ศาลาการเปรียญ
วัดเจติยชัยมงคล ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ
ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

ที่ อว 0605.17(3)/ 765



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน นายกเทศมนตรีเมืองร้อยเอ็ด

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ศรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 9 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุม
เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ศรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ
ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปรุ้ม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

ที่ อว 0605.17(3)/ 366



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวร้อยเอ็ด

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 9 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุม
เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ
ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083



ที่ อว 0605.17(3)/ 367

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

๑๐ สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย
เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 9 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุม
เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ
ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐุม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083



ที่ อว 0605.17(3)/ 368

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้จัดการบริษัทอินทราชาติ ทัวร์

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ศรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 9 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ศรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

ที่ อว 0605.17(3)/ 369



คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

30 สิงหาคม 2565

เรื่อง ขออนุญาตสัมภาษณ์และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย

เรียน ผู้จัดการบริษัทสายสบาย ทัวร์

ด้วยนายรุ่งวิทย์ ตรีกุล นิสิตระดับปริญญาเอก รหัสประจำตัวนิสิต 61011060011 สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งมีนิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์
ในหัวข้อเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด” ทั้งนี้ คาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็น
ประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
หน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะฯ จึงขออนุญาตสัมภาษณ์
และลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามวิจัย ในวันที่ 9 กันยายน 2565 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุม
เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด ทั้งนี้ มอบหมายให้ นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล หมายเลขติดต่อ 08 2354 4153 เป็นผู้ดำเนินการ
ในครั้งนี้

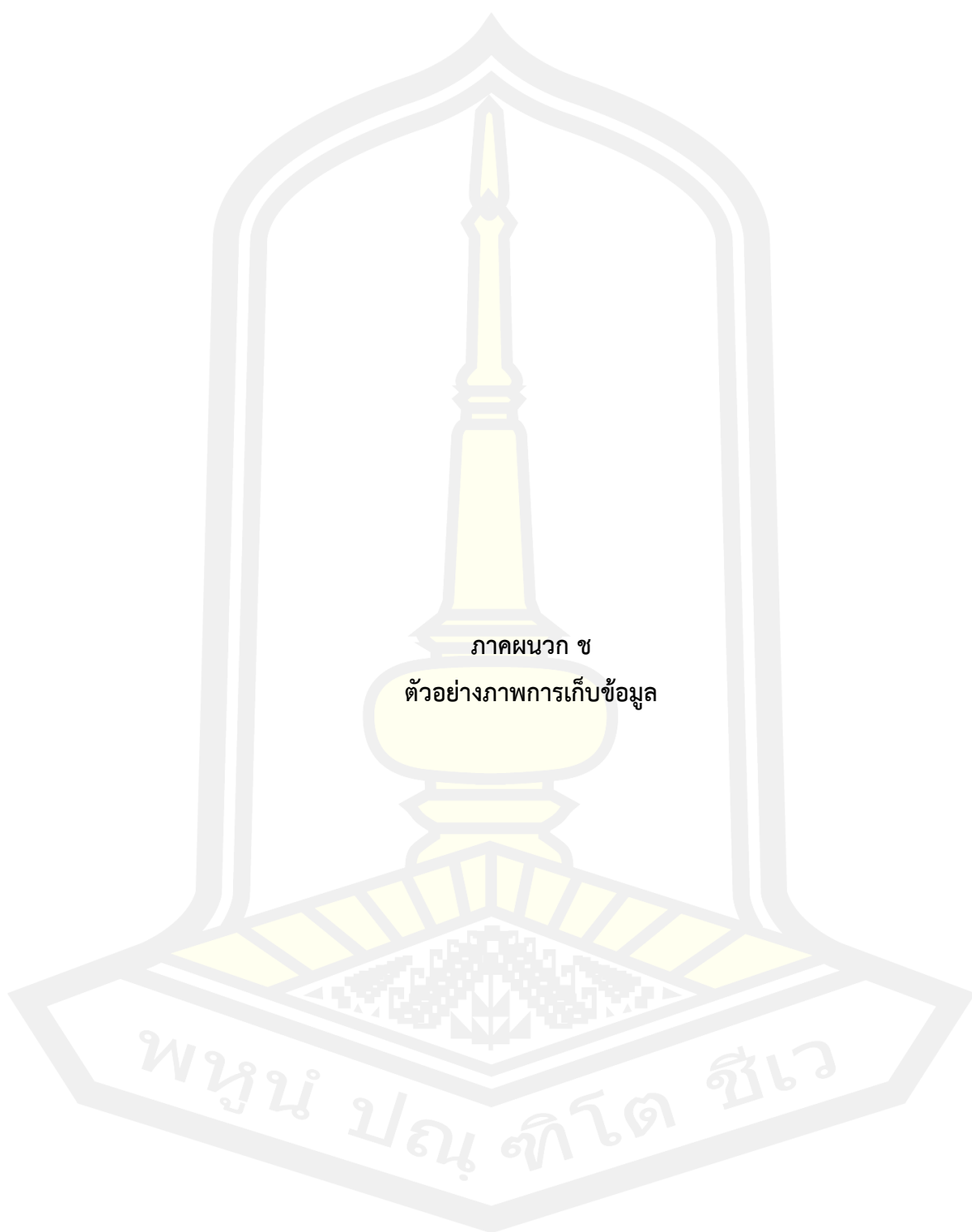
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักบัณฑิตศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์ 0 4375 4333 ต่อ 4083

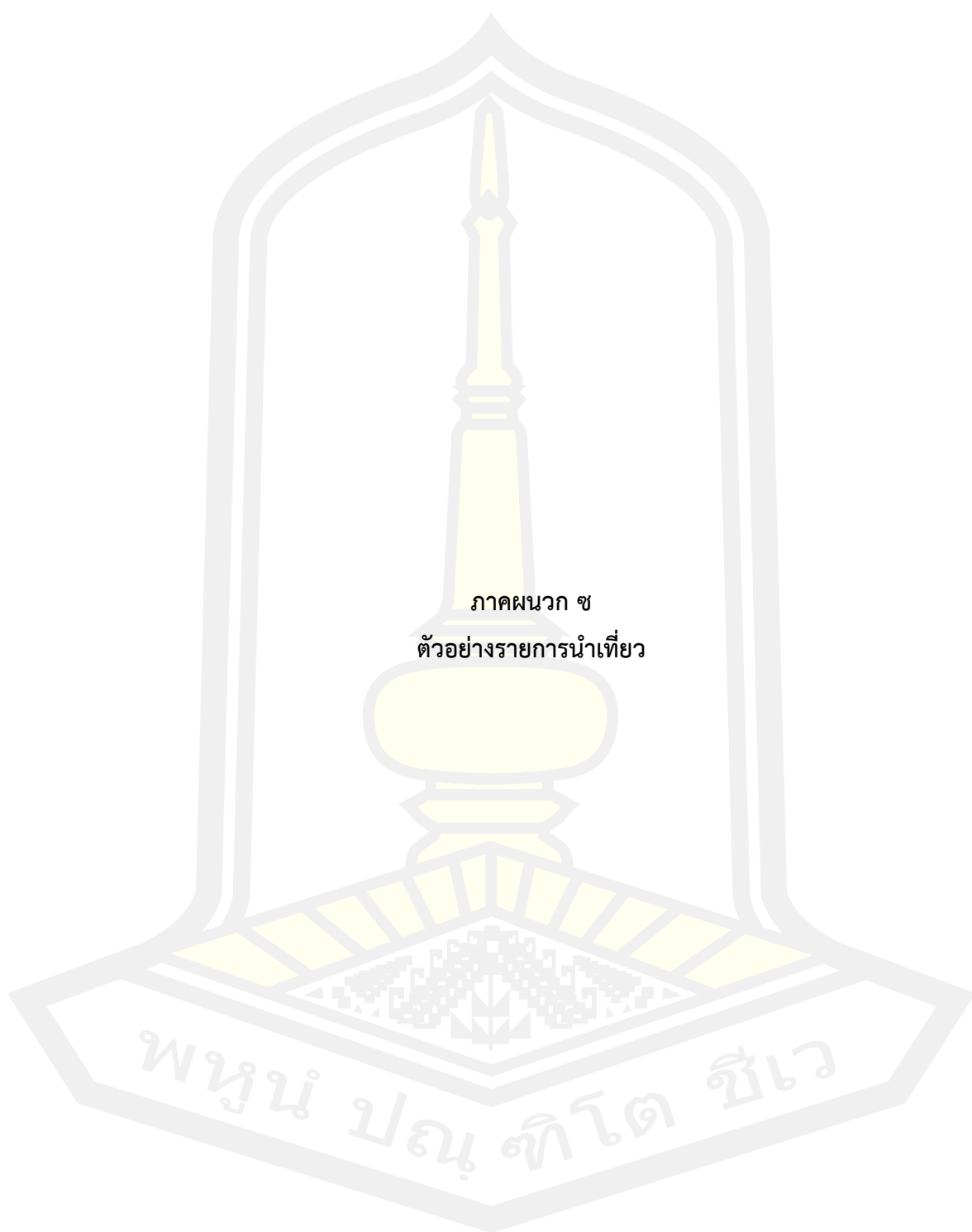












ภาคผนวก ซ
ตัวอย่างรายการนำเที่ยว

พหุบัณฑิตยสถาน

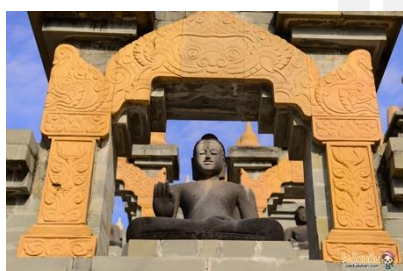


BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

ร้อยเอ็ด One Day Trip ราคาพิเศษเพียง 1,300 บาท เดินทางมาได้ทุกวัน



- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศไทย
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเกินร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมืองอีสาน คำร้อยเอ็ด แกงไข่ผำ
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ชวนจิต
- ☐ ซื้อของฝาก ร้านเนยสด ปาร์ค
- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศไทย
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเกินร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมืองอีสาน คำร้อยเอ็ด แกงไข่ผำ
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ชวนจิต
- ☐ ซื้อของฝาก ร้านเนยสด ปาร์ค

หมายเหตุ : ราคานี้ไม่รวมค่าบัตรโดยสารอากาศยาน ยานพาหนะที่ใช้รถตู้ รับตั้งแต่ 3 - 10 ท่าน
บิน ดอนเมือง - ร้อยเอ็ด FDxxxx (06:45) บิน ร้อยเอ็ด - ดอนเมือง FDxxxx (18:25)

 43-5xxxxx

 AAc. Travel & Tour Ltd.

 @Baac.Travel & Tour Ltd.



BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ
จังหวัดร้อยเอ็ด 45120

โทร. 043-5xxxxx แฟกซ์. 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ชมเจดีย์หิน
ทรายแห่งเดียวในประเทศไทย เรียนรู้จักรวาล



พูน ปณ จิต ชีวะ

วันที่..... กรุงเทพฯ – ร้อยเอ็ด (FDxxx 06:45) & ร้อยเอ็ด - กรุงเทพฯ (FDxxx 18:25)

- 08.00 น. รับนักท่องเที่ยวที่ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด
- 08.10 น. เดินทางสู่พระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดเจดีย์ชัยมงคล อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด
- 09.00 น. นำชมพระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดเจดีย์ชัยมงคล ที่สร้างอยู่บนภูเขาเขียว ดำเนินการ
สร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรี มหาวิโร สถาปติกรรมในการสร้าง
เจดีย์เป็นแบบร่วมสมัยเป็นการผสมระหว่างเจดีย์ภาคกลาง คือ พระปฐมเจดีย์ และ
เจดีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ พระธาตุพนม
- 10.00 น. เดินทางสู่ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด อำเภอรวัชบุรี
จังหวัดร้อยเอ็ด
- 11.00 น. นำชมศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด โดยตัวอาคารศูนย์
วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด ได้ออกแบบมาจาก
ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนอีสาน นอกจากนี้สามารถรับชมภาพยนตร์ด้าน
ดาราศาสตร์เกี่ยวกับท้องฟ้า
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน (อาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไข่ม้วน ตำร้อยเอ็ด)
- 13.00 น. เดินทางสู่เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (วัดประชาคมวนาราม) อำเภอสว่างแดนดินจังหวัดร้อยเอ็ด
- 13.30 น. นำชมเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่ที่สร้างมาจากหินทรายธรรมชาติ
แห่งแรกในประเทศไทย ดำเนินการสร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรี
มหาวิโร เป็นการจำลองแบบการก่อสร้างมาจากบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย
- 14.30 น. เดินทางสู่หอโหวดร้อยเอ็ด อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
- 15.00 น. นำชมหอโหวดร้อยเอ็ด Landmark แห่งใหม่ของจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีสถาปัตยกรรม
ในการสร้างเป็นรูปเครื่องดนตรีแห่งแรกในประเทศไทย ก็คือสร้างเป็นรูปโหวด ซึ่ง
โหวดนั้นถือเป็นสัญลักษณ์เครื่องดนตรีประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ความสูงของหอโหวด
คือ 101 เมตร นักท่องเที่ยวสามารถชมความงาม ความมีเสน่ห์ของเมืองร้อยเอ็ด ได้
รอบทิศแบบ 360 องศา
- 16.00 น. นำทุกท่านสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ณ บึงพลาญชัยร้อยเอ็ด และพักผ่อนหย่อน
ใจกับธรรมชาติจากบึงพลาญชัย สนุกเพลิดเพลินกับการปั่นจักรยานน้ำ
ให้อาหารปลา
- 16.30 น. นำทุกท่านละลายทรัพย์สินค้าพื้นเมือง ร้านแม่่วนจิต และสินค้าของที่ระลึก
ณ ร้านเนยสดปาร์ค
- 17.30 น. เดินทางสู่ท่าอากาศยานจังหวัดร้อยเอ็ด ส่งทุกท่านกลับด้วยความประทับใจ

หมายเหตุ

- ราคาท่านละ 1,320 บาท รับจำนวน 3 – 10 ท่าน
- ราคานี้ไม่รวมค่าบัตรโดยสารอากาศยาน
- ราคานี้รวมค่ารถตู้ ค่ามัคคุเทศก์ ค่าอาหารกลางวัน ค่าอาหารว่าง ค่าเข้าชมสถานที่ เรียบร้อยแล้ว



BAAC. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

ชื่อลูกค้า : คุณ.....

ไกด์ : ต้าอ้วน

จำนวนลูกค้า : คน

ชื่อพนักงาน : xx/xxxx

พชร : หมายเลขโทรศัพท์.....

วันที่.....

08.00 น.

รับลูกค้าที่ทำอากาศยานร้อยเอ็ด

ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 082xxxxxx

09.00 น.

วัดเจติยชัยมงคล ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 081xxxxxx

11.00 น.

ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด

ติดต่อบัตรเข้าชมที่คุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

12.00 น.

รับประทานอาหารกลางวัน ชุ่มจงเจริญ

ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

13.30 น.

เจติยหินทรายวัดป่ากุง ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 081xxxxxx

15.30 น.

หอโหวดติดต่อบัตรเข้าชมที่คุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

16.30 น.

ร้านแม่ย่านจิต ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

ร้านเนยสดปาร์ค ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

17.30 น.

ส่งกลับทำอากาศยานร้อยเอ็ด

ปลอดภัยทุกการเดินทางและโชคดี



BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

ร้อยเอ็ด One Day Trip ราคาพิเศษเพียง 1,300 บาท เดินทางมาได้ทุกวัน



- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศ
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเกนร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมืองอีสาน แกงไข่ม้วน ตำร้อยเอ็ด
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ชวนจิต
- ☐ ซื้อของฝาก ร้านเนยสด ปาร์ค
- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศ
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเกนร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมืองอีสาน แกงไข่ม้วน ตำร้อยเอ็ด
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ชวนจิต
- ☐ ซื้อของฝาก ร้านเนยสด ปาร์ค

หมายเหตุ ยานพาหนะที่ใช้รถตู้ รับตั้งแต่ 3 – 10 ท่าน ราคานี้รวมค่าอาหารกลางวัน ค่าอาหารว่าง
ค่าเข้าชมสถานที่เรียบร้อยแล้ว



043-5xxxxx



BAAc. Travel & Tour Ltd.



@Baac.Travel & Tour Ltd.



BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด 45120

โทร. 043-5xxxxx แฟกซ์. 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ชมเจดีย์หิน

ทรายแห่งเดียวในประเทศ วิจิตรงดงาม



วันที่..... กรุงเทพฯ – ร้อยเอ็ด

- 08.00 น. รับสมาชิก ณ ลานสาเกต หน้าบึงพลาญชัยร้อยเอ็ด
- 08.10 น. นำทุกท่านสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ณ บึงพลาญชัยร้อยเอ็ด และพักผ่อนหย่อนใจกับธรรมชาติจากบึงพลาญชัย สนุกเพลิดเพลินกับการปั่นจักรยานน้ำให้อาหารปลา
- 09.00 น. เดินทางสู่เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (วัดประชาคมวนาราม) อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด
- 09.30 น. นำชมเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่ที่สร้างมาจากหินทรายธรรมชาติแห่งแรกในประเทศไทย ดำเนินการสร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรีมหาวิโร เป็นการจำลองแบบการก่อสร้างมาจากบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย
- 10.30 น. เดินทางสู่หอโหวดร้อยเอ็ด อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
- 11.00 น. นำชมหอโหวดร้อยเอ็ด Landmark แห่งใหม่ของจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีสถาปัตยกรรมในการสร้างเป็นรูปเครื่องดนตรีแห่งแรกในประเทศไทย ก็คือสร้างเป็นรูปโหวด ซึ่งโหวดนั้นถือเป็นสัญลักษณ์เครื่องดนตรีประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ความสูงของหอโหวดคือ 101 เมตร นักท่องเที่ยวสามารถชมความงาม ความมีเสน่ห์ของเมืองร้อยเอ็ด ได้รอบทิศแบบ 360 องศา
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน (ร้านตำกระเทียม อาทิ แกงไข่ม้วน ตำร้อยเอ็ด)
- 13.00 น. เดินทางสู่พระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด
- 14.00 น. นำชมพระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดเจดีย์ชัยมงคล ที่สร้างอยู่บนภูเขาเขียว ดำเนินการสร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรีมหาวิโร สถาปัตยกรรมในการสร้างเจดีย์เป็นแบบร่วมสมัยเป็นการผสมระหว่างเจดีย์ภาคกลาง คือ พระปฐมเจดีย์ และเจดีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ พระธาตุนม
- 16.00 น. นำทุกท่านจับจ่ายสินค้าพื้นเมือง ณ ร้านแม่ชวนจิต และของที่ระลึก ณ ร้านเนยสดปาร์ค
- 18.00 น. ส่งกลับ ณ ลานสาเกตนคร หน้าบึงพลาญชัย

หมายเหตุ

- ราคาท่านละ 1,300 บาท รับจำนวน 3 – 10 ท่าน
- ราคานี้รวมค่ารถตู้ ค่ามัคคุเทศก์ ค่าอาหารกลางวัน ค่าอาหารว่าง ค่าเข้าชมสถานที่

เรียบร้อยแล้ว



BAAC. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

ชื่อลูกค้า : คุณ.....

ไกด์ : ต้าอ้วน

จำนวนลูกค้า : คน

ชื่อแฟ้มงาน : xx/xxxx

พชร : หมายเลขโทรศัพท์.....

วันที่.....

08.00 น. รับลูกค้าที่ลานสาเกตนคร หน้าหอโหวด

ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 082xxxxxx

09.30 น. เจดีย์หินทรายวัดป่ากุงติดต่อคุณ.....โทรศัพท์ 081xxxxxx

11.00 น. หอโหวดติดต่อบัตรเข้าชมที่คุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ร้านตำกระเทียม

ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

14.00 น. วัดเจดีย์ชัยมงคล ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 084xxxxxx

16.00 น. ร้านแม่ย่านาง ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 088xxxxxx

ร้านเนยสดปาร์ค ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

18.00 น. ส่งกลับลานสาเกตนคร

ปลอดภัยทุกการเดินทางและโชคดี



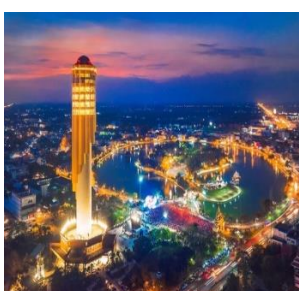
BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

เที่ยวร้อยเอ็ด 2 วัน 1 คืน

ราคาพิเศษเพียง 2,270 บาท สายมูห้ามพลาด



- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศไทย
- ☐ ชมสถาปัตยกรรมขอม
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเกินร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมืองอีสาน แกงไข่ม้า ตำร้อยเอ็ด
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ชวนจิต และซื้อของฝาก ร้านเนยสด ปาร์ค
- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศไทย
- ☐ ชมสถาปัตยกรรมขอม
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเกินร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมืองอีสาน แกงไข่ม้า ตำร้อยเอ็ด
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ชวนจิต และซื้อของฝาก ร้านเนยสด ปาร์ค

หมายเหตุ : ราคาไม่รวมค่าบัตรโดยสารอากาศยาน ยานพาหนะที่ใช้รถตู้ รับตั้งแต่ 3 – 10 ท่าน

บิน ดอนเมือง - ร้อยเอ็ด FDxxxx (06:45) บิน ร้อยเอ็ด - ดอนเมือง FDxxxx (18:25)



043-5xxxxx



BAAc. Travel & Tour Ltd.



@Baac.Travel & Tour Ltd.



BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสถภูมิ
จังหวัดร้อยเอ็ด 45120

โทร. 043-5xxxxx แฟกซ์. 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ชมเจดีย์หิน
ทรายแห่งเดียวในประเทศไทย วิจิตรงดงาม



วันแรกของการเดินทาง กรุงเทพฯ – ร้อยเอ็ด (FDxxx 06:45)

- 08.00 น. รับสมาชิกที่ท่าอากาศยานร้อยเอ็ด
- 08.10 น. เดินทางสู่พระมหาเจดีย์ชัยมงคล
- 09.00 น. นำชมพระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดเจดีย์ชัยมงคล ที่สร้างอยู่บนภูเขาเขียว ดำเนินการสร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรี มหาวิโร สถาปติยกรรมในการสร้างเจดีย์เป็นแบบร่วมสมัยเป็นการผสมระหว่างเจดีย์ภาคกลาง คือ พระปฐมเจดีย์ และเจดีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ พระธาตุพนม
- 10.00 น. เดินทางสู่ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
- 11.00 น. นำชมศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด โดยตัวอาคารศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด ได้ออกแบบมาจากศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนอีสาน นอกจากนี้สามารถรับชมภาพยนตร์ด้านดาราศาสตร์เกี่ยวกับท้องฟ้า
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน (อาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไข่ม้วน ตำร้อยเอ็ด)
- 13.00 น. เดินทางสู่ภูเก้าสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด
- 14.00 น. นำชมภูเก้าสิงห์ โบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลมาจากขอม สร้างเป็นปราสาท 3 องค์ ที่ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกัน วางตัวในแนวทิศเหนือ-ใต้ ภายในปราสาทประธานมีรูปเคารพ คือ ศิวลึงค์ ซึ่งเป็นตัวแทนของเทพสูงสุด (พระอิศวร) ตามลัทธิไศวนิกาย
- 15.00 น. เดินทางเข้าที่พัก
- 18.00 น. รับประทานอาหารเย็น (อาหารพื้นบ้าน) พร้อมรับชมการแสดงศิลปะพื้นบ้านอีสาน ณ ห้องอาหารของโรงแรม

วันที่สองของการเดินทาง ร้อยเอ็ด – กรุงเทพฯ (FDxxxx 18:25)

- 09.00 น. นำทุกท่านสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ณ บึงพลาญชัยร้อยเอ็ด และพักผ่อนหย่อนใจกับธรรมชาติจากบึงพลาญชัย สนุกเพลิดเพลินกับการปั่นจักรยานน้ำให้อาหารปลา
- 10.00 น. เดินทางสู่เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (วัดประชาคมวนาราม) อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด
- 10..30 น. นำชมเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่ที่สร้างมาจากหินทรายธรรมชาติแห่งแรกในประเทศไทย ดำเนินการสร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรีมหาวิโร เป็นการจำลองแบบการก่อสร้างมาจากบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลาง
- 13.00 น. นำชมหอโหวดร้อยเอ็ด Landmark แห่งใหม่ของจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีสถาปัตยกรรมในการสร้างเป็นรูปเครื่องดนตรีแห่งแรกในประเทศไทย ก็คือสร้างเป็นรูปโหวด ซึ่งโหวดนั้นถือเป็นสัญลักษณ์เครื่องดนตรีประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ความสูงของหอโหวดคือ 101 เมตร นักท่องเที่ยวสามารถชมความงาม ความมีเสน่ห์ของเมืองร้อยเอ็ด ได้รอบทิศแบบ 360 องศา
- 15.00 น. นำทุกท่านจับจ่ายสินค้าพื้นเมือง ณ ร้านแม่ชวนจิต และของที่ระลึก ณ ร้านเนยสดปาร์ค
- 17.30 น. ส่งกลับท่าอากาศยานร้อยเอ็ด

อัตราค่าบริการ	ราคา
ผู้ใหญ่ (พักห้องละ 2 ท่าน)	2,270
พักท่านเดียว เพิ่ม	400

หมายเหตุ

- ราคานี้ไม่รวมค่าบัตรโดยสารอากาศยาน
- ราคานี้รวมค่ารถตู้ ค่ามัคคุเทศก์ ค่าอาหารกลางวัน ค่าอาหารว่าง ค่าอาหารเย็น ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าโรงแรม ค่าการแสดงศิลปะพื้นบ้านอีสาน เรียบร้อยแล้ว
- รับจำนวน 3 – 10 ท่าน



BAAC. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

ชื่อลูกค้า : คุณ.....

ไกด์ : ต้าอ้วน

จำนวนลูกค้า : คน

ชื่อแฟ้มงาน : xx/xxxx

พชร : หมายเลขโทรศัพท์.....

วันแรก วันที่.....

08.00 น. รับลูกค้าที่ทำอากาศยาน ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 082xxxxxxx

09.00 น. วัดเจดีย์ชัยมงคล ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 083xxxxxx

11.00 น. ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด
ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ชุ่มจงเจริญ
ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

14.00 น. ปราสาทกู่กาสิงห์ ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 088xxxxxxx

15.00 น. โรงแรมเพชรรัตน์ การ์เด็น ติดต่อห้องพัก คุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

18.00 น. ติดต่อการแสดงศิลปะพื้นบ้านอีสาน คุณ..... โทรศัพท์ 081xxxxxxx

วันที่สอง วันที่.....

10.30 น. เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 087xxxxxxx

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ร้านตำกระเทียม
ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

13.00 น. หอโหวดติดต่อบัตรเข้าชมที่คุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

15.00 น. ร้านแม่ยวนจิต ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 085xxxxxxx

ร้านเนยสด ปาร์ค ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 089xxxxxxx

17.30 น. ส่งกลับทำอากาศยานร้อยเอ็ด

ปลอดภัยทุกการเดินทางและโชคดี



BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

เที่ยวร้อยเอ็ด 2 วัน 1 คืน

ราคาพิเศษเพียง 2,270 บาท

สบาย ๆ เมืองร้อยเอ็ด



- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศไทย
- ☐ ชมสถาปัตยกรรมขอม
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเก็นร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมือง แกงไข่ตำ ตำร้อยเอ็ด
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ขวนจิต และของฝากร้านเนยสด ปาร์ค
- ☐ นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ
- ☐ เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล
- ☐ ชมความงามเจดีย์หินทรายแห่งเดียวในประเทศไทย
- ☐ ชมสถาปัตยกรรมขอม
- ☐ ชมวิวรอบเมืองเก็นร้อย
- ☐ พักผ่อนสวนสุขภาพ
- ☐ ลิ้มรสอาหารพื้นเมือง แกงไข่ตำ ตำร้อยเอ็ด
- ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้านแม่ขวนจิต และของฝากร้านเนยสด ปาร์ค

หมายเหตุ ยานพาหนะที่ใช้ รถตู้ รับจำนวน 3 – 10 ท่าน



043-5xxxxx



BAAc. Travel & Tour Ltd.



@Baac.Travel & Tour Ltd.



BAAc. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ
จังหวัดร้อยเอ็ด 45120

โทร. 043-5xxxxx แฟกซ์. 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

นมัสการพระบรมสารีริกธาตุ ชมเจดีย์หิน

ทรายแห่งเดียวในประเทศ สถาปัตยกรรม



วันแรกของการเดินทาง กรุงเทพฯ - ร้อยเอ็ด

- 08.00 น. รับสมาชิก ณ ลานสาเกต หน้าบึงพลาญชัยร้อยเอ็ด
- 08.10 น. นำทุกท่านสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ณ บึงพลาญชัยร้อยเอ็ด และพักผ่อนหย่อนใจกับธรรมชาติจากบึงพลาญชัย สนุกเพลิดเพลินกับการปั่นจักรยานน้ำให้อาหารปลา
- 09.00 น. เดินทางสู่ภูเก้าสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด
- 10.30 น. นำชมภูเก้าสิงห์ โบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลมาจากขอม สร้างเป็นปราสาท 3 องค์ ที่ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกัน วางตัวในแนวทิศเหนือ-ใต้ ภายในปราสาทประธานมีรูปเคารพ คือ ศิวลึงค์ ซึ่งเป็นตัวแทนของเทพสูงสุด (พระอิศวร) ตามลัทธิไศวนิกาย
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. เดินทางสู่พระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด
- 15.30 น. นำชมพระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดเจดีย์ชัยมงคล ที่สร้างอยู่บนภูเขาเขียว ดำเนินการสร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรี มหาวิโร สถาปตยกรรมในการสร้างเจดีย์เป็นแบบร่วมสมัยเป็นการผสมระหว่างเจดีย์ภาคกลาง คือ พระปฐมเจดีย์ และเจดีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ พระธาตุพนม
- 16.30 น. เดินทางสู่หอโหวดร้อยเอ็ด อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
- 17.30 น. นำชมหอโหวดร้อยเอ็ด Landmark แห่งใหม่ของจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีสถาปัตยกรรมในการสร้างเป็นรูปเครื่องดนตรีแห่งแรกในประเทศไทย ก็คือสร้างเป็นรูปโหวด ซึ่งโหวดนั้นถือเป็นสัญลักษณ์เครื่องดนตรีประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ความสูงของหอโหวดคือ 101 เมตร นักท่องเที่ยวสามารถชมความงาม ความมีเสน่ห์ของเมืองร้อยเอ็ด ได้รอบทิศแบบ 360 องศา
- 18.30 น. เดินทางเข้าที่พัก
- 19.00 น. รับประทานอาหารเย็น (อาหารพื้นบ้าน) พร้อมรับชมการแสดงศิลปะพื้นบ้านอีสาน ณ ห้องอาหารของโรงแรม

วันที่สองของการเดินทาง ร้อยเอ็ด - กรุงเทพฯ

- 09.00 น. เดินทางสู่เจดีย์หินทรายวัดป่ากุง (วัดประชาคมวนาราม) อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด
- 09.30 น. นำชมเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่ที่สร้างมาจากหินทรายธรรมชาติ แห่งแรกในประเทศไทย ดำเนินการสร้างโดยพระเทพวิสุทธิมงคล หรือหลวงปู่ศรี มหาวิโร เป็นการจำลองแบบการก่อสร้างมาจากบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลาง
- 13.00 น. เดินทางสู่ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
- 14.00 น. นำชมศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด โดยตัวอาคารศูนย์ วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด ได้ออกแบบมาจาก ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนอีสาน นอกจากนี้สามารถรับชมภาพยนตร์ด้าน ดาราศาสตร์เกี่ยวกับท้องฟ้า
- 16.00 น. นำทุกท่านจับจ่ายสินค้าพื้นเมือง ณ ร้านแม่ยวนจิต และของที่ระลึก ณ ร้านเนยสดปาร์ค
- 17.30 น. ส่งกลับ ณ ลานสาเกตนคร หน้าบึงปลาญชัย

อัตราค่าบริการ	ราคา
ผู้ใหญ่ (พักห้องละ 2 ท่าน)	2,270
พักท่านเดียว เพิ่ม	400

หมายเหตุ

- ราคานี้รวมค่ารถตู้ ค่ามัคคุเทศก์ ค่าอาหารกลางวัน ค่าอาหารว่าง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าโรงแรม เรียบร้อยแล้ว
- รับจำนวน 3 – 10 ท่าน



BAAC. Travel & Tour Ltd.

113 หมู่ 12 ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ

จังหวัดร้อยเอ็ด โทรศัพท์ 043-5xxxxx

ใบอนุญาตเลขที่ xx/xxxx

ชื่อลูกค้า : คุณ.....

ไกด์ : ต้าอ้วน

จำนวนลูกค้า : คน

ชื่อแฟ้มงาน : xx/xxxx

พชร : หมายเลขโทรศัพท์.....

วันแรก วันที่.....

08.00 น. รับลูกค้าที่ลานสาเกตนคร หน้าหอโหวด

ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 082xxxxxx

10.30 น. ปราสาทกู่กาสิงห์ ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน เทศบาลตำบลกู่กาสิงห์

ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

15.30 น. วัดเจติยชัยมงคล ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 088xxxxxx

17.30 น. หอโหวดติดต่อบัตรเข้าชมที่คุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

18.30 น. โรงแรมเพชรรัตน์ การ์เด็น ติดต่อห้องพัก คุณ..... โทรศัพท์ 043xxxxxx

ติดต่อการแสดงศิลปะพื้นบ้านอีสาน คุณ..... โทรศัพท์ 081xxxxxx

วันที่สอง วันที่.....

09.30 น. เจติยหินทรายวัดป่ากุง ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ร้านตำกระเทียม

ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

14.00 น. ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด

ติดต่อบัตรเข้าชมที่คุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

16.00 น. ร้านแม่ยวนจิต ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

ร้านเนยสดปาร์ค ติดต่อคุณ..... โทรศัพท์ 0435xxxxx

17.30 น. ส่งกลับลานสาเกตนคร

ปลอดภัยทุกการเดินทางและโชคดี

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายรุ่งวิทย์ ตรีกุล
วันเกิด	วันที่ 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2527
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 30/2 ถนนเปรมประชาราษฎร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด รหัสไปรษณีย์ 45000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาวินัยการบริการและการท่องเที่ยว คณะ บริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด รหัสไปรษณีย์ 45120
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2548 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2558 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2565 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พูน ปณ จิต ชีวะ