



รายงานการวิจัย

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว

อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

Guidelines to Develop Tourism Marketing : A Case Study

of Tourism Resources of Phu Luang District, Loei Province.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิทย์ นามบุญเรือง

M.B.A (Marketing) U.S.A.

๖๖  
๑๑๕.๑๓

เลขเรียกหนังสือ.....	๘๘๑ ๖
ศูนย์วิทยบริการ	๒
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	๑๖๓๘๒๒
เลขทะเบียน	
วันเดือนปี	๒๑ ส.ค. ๒๕๕๔

คณะวิทยาการจัดการ (สาขาวิชาการตลาด)

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนสนับสนุนการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีงบประมาณ ๒๕๕๓



1915000059

ชื่อโครงการ      แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง  
จังหวัดเลย  
ผู้วิจัย           ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิทย์ นามบุญเรือง  
สถาบัน           มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย  
ปีที่วิจัย         พ.ศ. 2553

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาตลาดการท่องเที่ยว ศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย พื้นที่ศึกษา คือ แหล่งท่องเที่ยวผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเยื้อง อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 192 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครชีและมอร์แกน เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือทั้งหมด 0.89 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แนวทางการสัมภาษณ์ แนวทางการประชุมระดมความคิดเห็น แนวทางการประชุมเชิงปฏิบัติการ สมุดบันทึกข้อมูลภาคสนาม และกล้องบันทึกภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้นำผล การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพไปใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว บุคลากรในสถานประกอบการมีปัญหาการสื่อสาร การพูดภาษาอังกฤษ ขาดความรู้ ความเข้าใจ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ปัญหาความสะดวกและความปลอดภัย ในการคมนาคมเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาการประชาสัมพันธ์อยู่ในวงแคบ และขาดการประสานงานเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว

2. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ได้แก่ ความต้องการพัฒนาบุคลากรด้านการพูดภาษาอังกฤษ ต้องการจะได้รับการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ต้องการให้แก้ปัญหาคือการสื่อสาร เช่น ป้ายบอกทิศทาง ระยะเวลาไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ต้องการ

ประชาสัมพันธ์ในวงกว้างยิ่งขึ้น ทั้งต้องการให้ประสานงานกับเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวและองค์กรเอกชน

3. แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เรียงจากความถี่มากไปน้อย ได้แก่

3.1 ควรพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการและเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง ให้มีความรู้ภาษาอังกฤษ จะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยว

3.2 ควรเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว

3.3 ควรปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ทั้งประสานงานกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง

3.4 ควรมีการสื่อสารบอกทิศทาง ไปยังแหล่งท่องเที่ยวและสถานงานกับองค์กรรัฐ, องค์กรเอกชนและประสานงานเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. การปฏิบัติการแก้ปัญหา และการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ได้แก่

4.1 ได้ให้การฝึกอบรมภาษาอังกฤษ แก่เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติและเจ้าหน้าที่สถานประกอบการ

4.2 ได้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทาง Internet

4.3 ได้ทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง เป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย

4.4 ได้ทำป้ายบอกระยะทางไปแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

**RESEARCH TITLE** : Guidelines for Tourism Marketing Development : A Case Study  
of Tourism Destination, Phu Luang District, Loei Province.

**RESEARCHER** : Asst. Prof. Suvit Namboonruang

**FACULTY** : Management Science (Marketing)

**INSTITUTE** : Rajabhat Loei University

**ACADEMIC YEAR** : 2010

### **ABSTRACT**

The objectives of this research were to study the problems, the needs and guidelines to develop tourism marketing of Phu Luang district, Loei province. The research sites included tourism resources in Pha Somdet, Pha Talin and Pha Yueng in Phu Luang district. A participatory action research, both quantitative and qualitative methods were used. The quantitative data were collected from 192 samples whose size was determined by the Krejcie and Morgan table. The instruments were 5-level rating scale questionnaires with the overall reliability value of 0.89. Percentage, mean and standard deviation were used to analyze the data. The instruments for qualitative research were semi-structured interview form, interview guides, brain storming guides, observation guides, workshop guides, field notes and camera. The qualitative data were descriptively analyzed. Results from quantitative and qualitative researches were used in participatory action research.

The results were as follows:

1. Tourism marketing problems included the following : tourism personnel could not communicate in English ; lack knowledge and understanding of cultures of tourists ; convenience and safety problems in transportation to tourism sites ; and lack of coordination among tourism network.

2. The needs to develop tourism marketing included the following : tourism personnel need to learn to speak English, to have more knowledge and information on various tourism related subjects ; needs to solve communication problems such as direction



signs and distance from place to place ; needs for wider public relations and better coordination among various tourism agencies.

3. As for guidelines to develop tourism marketing, listed in the high – low order of frequencies, the suggestions were as follows:

3.1 Personnel of tourism enterprises and of the three tourism sites should be given training in English speaking.

3.2 knowledge and understanding on tourism concerns and the cultures of tourists should be enhanced for tourism personnel.

3.3 Public relations and coordination should be improved, using various means.

3.4 Direction signs pointing to tourism sites, state offices and NGO groups should be clearly visible.

4. Actions to solve the problems and to develop tourism marketing in Phu Luang district, Loei province which have been taken were as follows :

4.1 English training for national park officials and tourism agency personnel has been undertaken.

4.2 Tourism public relations measures have been put via internet.

4.3 Brochures in tourism destinations, Pha Sadet, Pha Talin and Pha Yueng have been produced both in Thai and in English.

4.4 More information has been given to state officials, entrepreneurs and others capable of promoting tourism in the three tourism destinations in Phu Luang district, Loei province.

**Key words :** Tourism marketing development, natural environment.

## คำนำ

หัวข้อวิจัย แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอกุหลอง จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอกุหลอง จังหวัดเลย เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอกุหลอง จังหวัดเลย และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอกุหลอง จังหวัดเลย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามและการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างแนวทางการสัมภาษณ์ แนวทางการประชุม ระดมความคิดเห็นและแนวทางการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2553 ถึงเดือนธันวาคม 2553

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยว อำเภอกุหลอง จังหวัดเลยนี้ จะสามารถนำมาเป็นข้อมูลให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวและสำหรับนักวิจัยที่สนใจในการทำวิจัยใน ครั้งต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิทย์ นามบุญเรือง

ผู้วิจัย

มกราคม 2553

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดี เนื่องจากได้รับการส่งเสริมจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เขาว์ อินโย รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา และ ดร. สุพรรณิ ศรีปัญญากร ผู้อำนวยการวิจัย ฝ่ายวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่ได้ให้โอกาส ให้กำลังใจ และสนับสนุนงบประมาณ จากกองทุนวิจัยของมหาวิทยาลัย จึงใคร่ขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัย รู้สึกซาบซึ้งและประทับใจในความเอื้ออารีของรองศาสตราจารย์ วิจิต กฤษณะภูติ อดีตอาจารย์ภาควิชาฟิสิกส์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ให้การดูแลที่อบอุ่น และ รองศาสตราจารย์ วิไลวัจน์ กฤษณะภูติ อดีตอาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำที่ทรงคุณค่ายิ่งเกี่ยวกับการวิจัย จึงใคร่ ขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

อนึ่ง หากไม่ได้รับความร่วมมือร่วมใจในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ งานวิจัยนี้ก็ยากที่จะ สำเร็จลุล่วงลงได้ ผู้ที่มีพระคุณเหล่านี้ ได้แก่ พนักงาน และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เจ้าหน้าที่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่กรมทางหลวง ตลอดจนผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวที่คอยช่วยเหลือด้าน ข้อมูลต่าง ๆ จึงใคร่ขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่ให้การสนับสนุน งานวิจัยจากกองทุนวิจัยของมหาวิทยาลัย ที่ทำให้ผู้วิจัยประสบผลสำเร็จในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ไปด้วยดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิทย์ นามบุญเรือง

มกราคม 2553

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
คำถามการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ขอบเขตด้านตัวแปร	5
ขอบเขตด้านพื้นที่	5
เก็บรวบรวมข้อมูล	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาดการท่องเที่ยว	17
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	28
แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ	32
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม	35
บริบทของอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
กรอบแนวคิดในการวิจัย	50

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	51
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	51
การเลือกพื้นที่และเลือกผู้ให้ข้อมูล	52
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	52
วิธีการสร้างเครื่องมือ	53
ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	56
การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ	56
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	57
ข้อมูลพื้นฐาน	57
ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย	61
ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย	66
แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย	71
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย</b>	76
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	76
สรุปผลการวิจัย	76
การอภิปรายผล	78
ข้อเสนอแนะ	80
<b>บรรณานุกรม</b>	82
<b>ภาคผนวก</b>	
ประวัติผู้วิจัย	

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว	10
2	แสดงระดับการมีส่วนร่วมของประชาคม	31

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวจัดว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้จากการท่องเที่ยวได้นำรายได้มาสู่ประเทศชาติเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ในปี พ.ศ. 2503 ซึ่งเป็นปีที่ก่อตั้งการท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ทำให้สามารถนำรายได้มาสู่ประเทศ 86 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2546 มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 360,000 ล้านบาท (วิรุณาวรรจินดา, 2549) นอกจากการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศแล้ว การท่องเที่ยวยังสามารถเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม และมีผลด้านสังคมอีกด้วย ซึ่งจะมีผู้มาท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว ไม่ว่าจะด้านมัคคุเทศก์ ซึ่งต้องมีความสามารถสื่อสารด้านภาษาอังกฤษให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนทั้งเจ้าหน้าที่ป่าไม้และบุคคลที่เกี่ยวข้องก็ควรมีความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อีกด้วย ทั้งนี้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศให้มาเที่ยวมากขึ้นจะได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทย ประการสำคัญจะทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าและบริการเช่น การจัดจำหน่ายของที่ระลึกและบริการเป็นผู้ที่มีทักษะในการนำท่องเที่ยว

เพื่อยกระดับมาตรฐานธุรกิจท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล เป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเอื้อประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยให้มีการสอดคล้องกับแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยได้มีการศึกษาและได้กำหนดเป้าหมายระยะยาวในปี พ.ศ. 2555 ให้การท่องเที่ยวไทยมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล (World Class) ดังนั้น ในส่วนของการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวจึงมีแผนงานเพื่อนำไปดำเนินการตอบสนองเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการให้บริการในมาตรฐานสากลและมีการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและชุมชนอย่างสมบูรณ์ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2543)

นอกเหนือจากนั้นประเทศไทยได้มียุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2549 ได้มองเห็นความสามารถด้านการท่องเที่ยวของไทยมีรากฐานจากทรัพยากรพื้นฐาน (Basic Resources) มีแหล่งการท่องเที่ยวหลากหลาย สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม ศิลปวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่คอยตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศสอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) รัฐบาลต้องพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากล (World Class Destination) (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2543) โดยเฉพาะรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2552 ในช่วงระยะที่ผ่านมาปี 2552 เกิดเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจโลกและสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ โดยในช่วงเดือนเมษายน 2552 ส่งผลให้สถานะการท่องเที่ยวของประเทศชะลอตัวในช่วงไตรมาส 1 และ 2 อย่างไรก็ตาม จากนโยบายและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬาและรัฐบาลได้ส่งผลให้สถานการณ์ การท่องเที่ยวของประเทศพลิกฟื้นดีขึ้นไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ตามลำดับ ([http:// www.ryta.com/s/prg/775187](http://www.ryta.com/s/prg/775187))

โดยสรุปในปี 2552 รัฐบาลสามารถดำเนินการตามนโยบายและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เข้าสู่ภาวะปกติ โดยพิจารณาได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยตลอดปี 2552 มีจำนวนกว่า 14 ล้านคน ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี 2552 จำนวน 527,000 ล้านบาท ([www.ryta.com/s/prg/775187](http://www.ryta.com/s/prg/775187))

เป็นที่สังเกตว่า ประเทศไทยได้ประสบปัญหาทางการเมืองภายในประเทศ ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเหลือเพียง 14.2 ล้านคน ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งทางรัฐบาลได้ประกาศเชิงรุกกระตุ้นคนไทยเที่ยวในประเทศภายใต้สโลแกน “เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก” ตั้งเป้าหมายให้ได้จำนวน 87 ล้านคน และนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวภายในสโลแกน “Amazing Thailand Amazing Value” โดยตั้งเป้าให้ได้อย่างน้อย 14.8 ล้านคน และจะมีรายได้ไม่น้อยกว่า 531,000 ล้านบาท รวมรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ 938,700 ล้าน ([region1.prd.go.th/index.php](http://region1.prd.go.th/index.php)) ดังนั้น การกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการกระตุ้นธุรกิจท่องเที่ยวไทยเป็นการสร้างรายได้และการจ้างงานเป็นจำนวนมากให้กับประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2550 มีถึง 5.8 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการรวมของประเทศหรือคิดเป็นร้อยละ 5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขณะเดียวกันธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ รวมทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบทตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนี้ รายรับที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมายังไทยมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าในยามที่การส่งออกสินค้าของไทย มีแนวโน้มชะลอลงมากตามเศรษฐกิจโลก ([http://a\[ec.thai.org/2008/th/Econnews.php?id=169](http://a[ec.thai.org/2008/th/Econnews.php?id=169))

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในกลุ่มอีสานเหนือ (ตอนบน) ของประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลากหลายรูปแบบ เช่น มีศิลปวัฒนธรรมที่ดึงดูดที่มีคุณค่าที่ควรอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยว



ธรรมชาติและโบราณสถานที่มีมาช้านาน มีความแตกต่างไปจากภูมิภาคอื่นและถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละปีเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดเลย ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งของอีสานตอนบน ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีธรรมชาติสวยงามเป็นจุดขาย ดังคำขวัญของจังหวัดเลย “เมืองแห่งทะเลภูเขา สุดหนาวในสยาม” จังหวัดเลยตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 520 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 11,425,012 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7,140,633 ไร่ ทิศเหนือติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดเพชรบูรณ์ ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดหนองคาย จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองบัวลำภู ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดพิษณุโลก มีภูเขาล้อมรอบและมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งด้วยกัน โดยเฉพาะภูหลวงที่อยู่อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นอำเภอเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในจังหวัดเลย มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวเป็นต้นว่า ผาเตลิ่ง ผาเอียง และผาสมเด็จ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติสวยงาม และเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวสามารถสร้างประโยชน์แก่ชุมชนได้กล่าวคือ ประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนก็คือ ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้มแข็ง ให้แก่ชุมชน และสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศให้ความสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชนด้วย การบูรณาการกระบวนการผลิต บนฐานศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล โดยเน้นการผลิตเพื่อบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพสนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการและสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่ชุมชน ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองท้องถิ่นรวมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการตลาดและลักษณะในการประกอบอาชีพ (กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาประเทศตามรูปแบบพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554)

จากการสัมภาษณ์เบื้องต้นได้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ยังมีปัญหาเกี่ยวกับที่พัก ร้านอาหาร สาธารณูปโภค การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา ขาดการประสานงานกับเครือข่ายและอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจประสงค์จะวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

## 1.3 คำถามการวิจัย

1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภูหลวงคืออะไร
2. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นอย่างไร
3. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ควรจะเป็นอย่างไร

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. **ประโยชน์ด้านนโยบาย** ผลของการศึกษานี้สามารถทราบถึง ปัญหาตลาดการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอภูหลวงและสามารถทราบถึงความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ข้อมูลเหล่านี้สามารถกำหนดนโยบายอันเป็นแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว รวมทั้งกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวนำมาเป็นรูปธรรม เพื่อสนองความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น และเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจ ของชุมชนและเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม

2. **ประโยชน์ด้านวิชาการ** ผลจากการศึกษานี้สามารถได้ข้อมูลเป็นแนวทางการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวและนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนและการทำวิจัย ในครั้งต่อไป

3. **ประโยชน์ด้านปฏิบัติ** ผลจากการศึกษานี้จะได้นำมาปฏิบัติเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมอันดีงามของไทยแก่นักท่องเที่ยวทั้งนานาชาติและนานาชาติระดับโลก

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรประกอบด้วย กลุ่มคนในพื้นที่ ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ ตัวแทนการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวงระหว่างเดือน สิงหาคม 2553 - ธันวาคม 2553

- กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการ  
 ผาสมเด็จ 29 ราย ผาเตลีน 68 ราย และผาเอื้อง 95 ราย รวมทั้งหมด 192 ราย

#### 1.6 ขอบเขตด้านตัวแปร หรือประเด็นที่ศึกษา ได้แก่

1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
2. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
3. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

#### 1.7 ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

#### 1.8 เก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง สิงหาคม 2553 - ธันวาคม 2553

#### 1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing Problems) หมายถึง ข้อขัดข้องเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร การอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ และโฆษณา และการประสานงานเครือข่ายในเขตพื้นที่อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

2. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (Needs to Development of Tourism Marketing) หมายถึง ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร การอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ และโฆษณา การประสานงานเครือข่าย ในเขตพื้นที่อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

3. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (Guidelines for Tourism Marketing Development) หมายถึง ทิศทางการทำให้ตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ให้มีนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในทิศทางที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและพัฒนา เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
4. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม
6. บริบทของอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 1.1 ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ ดังนี้คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพ หรือ

สร้างรายได้

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) อ้างอิงมาจาก เมค อินทอช และ โกลดเนอร์ (Mc Intosh and Goeldner, 1984) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับ ธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยมด้วยไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

วิรุณา วรจินดา (2549) อ้างอิงมาจาก World Tourism Organization WTO (ม.ป.ป.) ได้บัญญัติคำว่า “Tourism” (การท่องเที่ยว) ไว้ว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามมีลักษณะ 3 ประการคือ

1. การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว คือ ไม่ใช่ไปตั้งรกรากอยู่ประจำ
2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ

3. เป็นการเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาหารายได้ แต่มาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงไปถึงพวกที่เข้ามาเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง เล่นกีฬา เพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม หรือเพื่อประชุมสัมมนา คำจำกัดความของ tourism ดังกล่าวข้างต้นแตกต่างไปจากความหมายที่พจนานุกรม Webster' Third New International Dictionary ที่ให้ไว้ เพราะนอกจากจะมีเรื่องของ “การท่องเที่ยว” และ “การเดินทาง” แล้วยังรวมถึง “การบริการ” ด้วย กล่าวคือ พจนานุกรมฉบับนี้ได้ให้ความหมายของคำว่า tourism ไว้ดังนี้

Tourism =

1. การท่องเที่ยว
2. การเดินทางเพื่อความสราญใจ
3. การบริหารธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

จากความหมายที่ยกมากล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า การจะดูว่าการเดินทางครั้งใดเป็นการท่องเที่ยว จะต้องดูที่จุดมุ่งหมายเป็นสำคัญคืออะไร เป็นอย่างไร เพราะโดยความหมายคำว่า Tourism แล้วหมายถึง การท่องเที่ยวโดยผู้ท่องเที่ยวไม่มุ่งหวังที่จะได้รับผลตอบแทน แต่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนอารมณ์ เพื่อทำนุบำรุงสุขภาพ และเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) เพราะหากไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้ดำเนินการท่องเที่ยวมักใช้คำว่า การท่องเที่ยวและการเดินทางปน ๆ กันไปบางที ก็ใช้คำว่า การท่องเที่ยวให้มีความหมายถึง ทั้งการเดินทางและการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Tourism Authority of Thailand ในสมัยหลังกิจกรรมการท่องเที่ยวได้เริ่มเปลี่ยนจาก Travel มาเป็น Tourism เพราะในปัจจุบันการคมนาคมขนส่งดีขึ้นมาก การเดินทางเป็นเรื่องเล็กน้อย เมื่อเทียบกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำที่แดนปลายทาง ด้วยเหตุนี้นับแต่คริสต์ศตวรรษที่ 17 เป็นมาถึงปัจจุบันคำว่า Tourism กับ Travel จึงมีความหมายเกือบเป็นอย่างเดียวกัน

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวจะมากลุ่มกับการบริโภคเสมอ ซึ่งการบริโภคในความหมายนี้ก็คือ ความสุขอันเกิดจากการได้เดินทางหรือสิ่งใดก็ตามที่ได้จากการเดินทางนั้น ๆ เช่น ความสุขอันเกิดจากการได้ชมความงามของธรรมชาติของสถานที่ที่ผ่านไป หรือความสุขอันเกิดจากการได้พบปะ

พุดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในระหว่างการเดินทาง หรือความสุขที่ได้จากการละทิ้งงานประจำมาพักผ่อน เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการเดินทางรูปแบบหนึ่งโดยสมัครใจ เพื่อการพักผ่อน โดยเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว มีการนัดหมายการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งด้านธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เด่นของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งแต่ละที่จะมีองค์ประกอบแตกต่างกันไป

## 1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีองค์ประกอบดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) อ้างอิงมาจาก Peter, 1969 ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 4 ประเภท ดังนี้คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional Attractions)

2) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ

3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions)

4) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attractions)

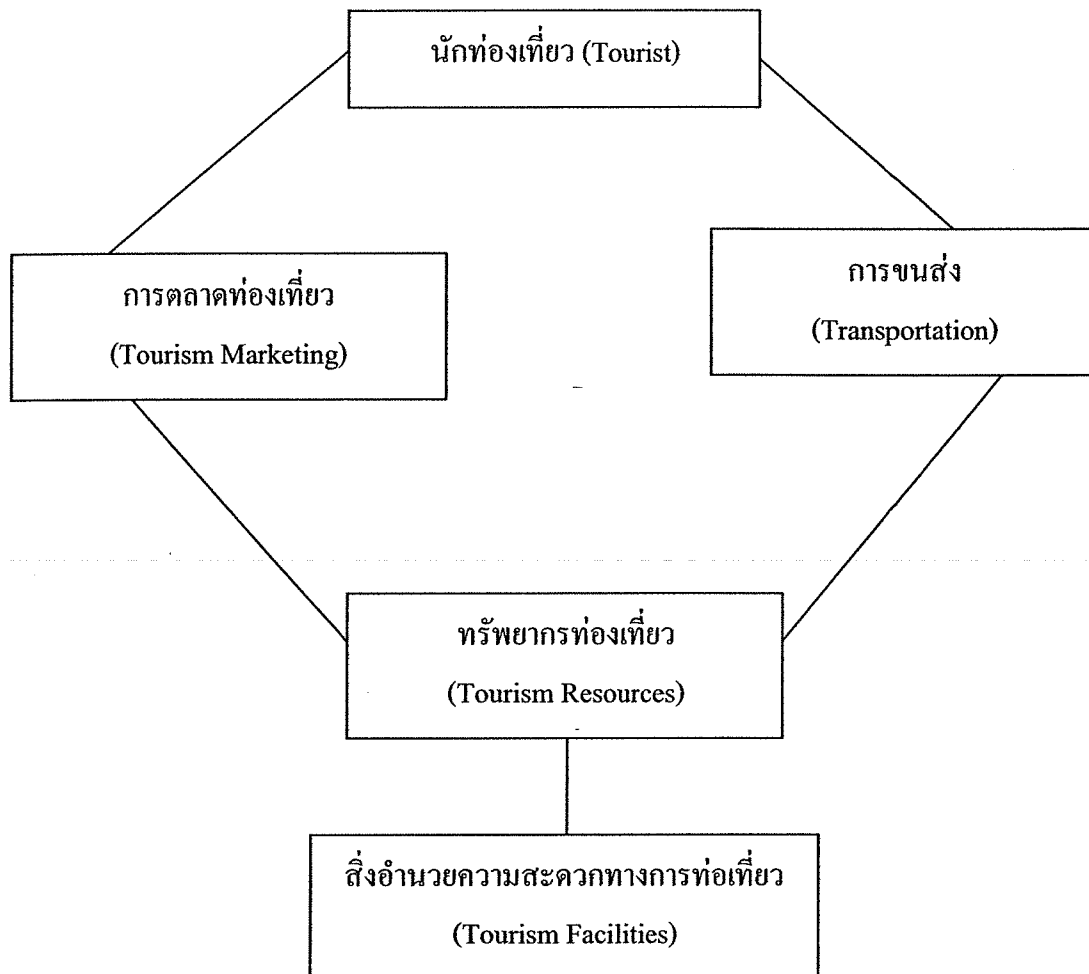
ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับของการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้รวมถึงส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

จากการกล่าวข้างต้น องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอก โดยมีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสียหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่าง ๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดี เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์การและกฎหมาย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร คือ



แผนภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)  
สามารถอธิบายองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนี้

นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวร ในราชอาณาจักรไทย

2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งมิได้ค้างคืน



4) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติมีที่พักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช้เป็นที่ประจำอยู่

5) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

การตลาดการท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งจะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนแล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริหารการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

1) การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริหารท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวนกระตุ้นเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของตน

การขนส่ง หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

- 1) การขนส่งทางรถยนต์
- 2) การขนส่งทางรถไฟ
- 3) การขนส่งทางเรือ
- 4) การขนส่งทางเครื่องบิน

ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้

เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท

1) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ และเกาะแก่ง เป็นต้น

2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนาสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน เป็นต้น

3) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิต ในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬาและงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการขนถ่าย กระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว และการต่อวีซ่า เป็นต้น

การให้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ (1) การขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว (2) บริการที่พักแรม (3) บริการอาหารและบันเทิง (4) บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (5) บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีบริการท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

(1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายใน

ความเป็นอยู่และส่งผลเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การศึกษา และการสาธารณสุข เป็นต้น

(2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สินและการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้น จี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

(3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริมหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น

#### หลักการจัดการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสมยิ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของ สังคมและสภาพแวดล้อมการกำหนดแนวทางมาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จ การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อยระหว่างองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละ องค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงพิจารณาสภาพแวดล้อมของ ระบบการท่องเที่ยวด้วย ระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกได้เป็น 3 ระบบ คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจน ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากร ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

2. การบริหารการท่องเที่ยว (Tourism Services) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรมรูปแบบ หรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อยมีองค์ประกอบอีกมากมายที่บทบาทและหน้าที่แตกต่างกันและมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอก ระบบเช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทาง สังคม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศป่าไม้ แหล่งน้ำ และดิน ตลอดจนการ

บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ทั้ง โดยตรงและทางอ้อม

จากที่กล่าวมาข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการจัดการ การท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากกระบวนการจัดการที่ดี แต่ใน พื้นที่อ่างเก็บน้ำบางแห่งนี้ยังไม่มีระบบการจัดการท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาระบบการ จัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

### 1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันได้มีรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างกันไป ดังนี้

#### 1) การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวของกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือน สม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่สุดอย่างยั่งยืนยาว

#### ลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการ ดังนี้คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่ง
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแห่ง
3. เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับ

ท่องเที่ยว

กับธรรมชาติและวัฒนธรรม

5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์

กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

### หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์, 2545)

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอคิ (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว
2. การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาวและเป็นการเพิ่มคุณภาพการท่องเที่ยวด้วย
3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรมจะช่วยขยายรากฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
6. เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว
7. การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา
8. เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุก ๆ ระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
9. ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง
10. การวิจัยและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

### ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล, 2545)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรม ซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยวและสามารถมอบประสบการณ์ันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว
2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึง การเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึง ความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

### ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ข้อมูลเชิงวิชาการ-ท่องเที่ยว, 2548) ได้คิดค้นนำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาจัดกิจกรรม จัดรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อขยายเส้นทาง การท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถานบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ สังคม หรือชุมชน ตามธรรมชาติ เพื่อชื่นชมและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม ปศุสัตว์จิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การดำน้ำ การศึกษาวิถีชีวิต เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนงและสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิต

ของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

#### 4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยมี 2 ประเภท คือ

4.1 การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing) เป็นการท่องเที่ยวที่ผนวกโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดหรือฟื้นฟูโรค เช่น การผ่าตัดเสริมความงาม

4.2 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และพักในโรงแรมหรือรีสอร์ทหรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานะนั้น ๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย บริการสுகนธบำบัด บริการอาบน้ำแร่ เป็นต้น

## 2. แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยว

### ความหมายของธุรกิจการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการ ซึ่งจัดว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ และเกี่ยวพันกับธุรกิจอื่น ๆ มากมาย ในปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวจัดว่าเป็นธุรกิจหลักที่นำรายได้สู่ประเทศในหลาย ๆ ประเทศด้วยกัน เช่น ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน หรือแม้แต่ในประเทศไทยเอง ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวได้นำรายได้หลักเข้าสู่ประเทศ อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่รัฐบาลให้การสนับสนุน ธุรกิจท่องเที่ยวต้องมีส่วนประกอบดังนี้

มีจุดสนใจ (Attraction) ที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจ ยกตัวอย่าง เช่น ทัชมาฮาล ในประเทศอินเดีย ปิรามิดในประเทศอียิปต์ ฯลฯ จุดสนใจนี้สามารถที่จะเป็นจุดสนใจที่เกิดขึ้นใหม่หรือเป็นจุดสนใจที่มีอยู่ดั้งเดิมแล้ว จุดสนใจที่มีความสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้หลายกรณี ยกตัวอย่างเช่น บั้งไฟพญานาค สุริยุปราคา หรือในบางกรณีอาจเป็นบุคคลก็ได้ เช่น หลวงพ่อคูณ อย่างไรก็ตามก็ดึงดูดใจดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับความสนใจของนักท่องเที่ยว

มีจุดหมาย (Destination) สถานที่ท่องเที่ยวควรเป็นจุดหมายหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ เช่น เป็นประเทศหรือเมือง หรือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ตัวอย่างเช่น ประเทศอังกฤษ เป็นประเทศที่บุคคลสนใจไปเรียนภาษาอังกฤษ บาห์มีมีชายหาดที่สวยงาม

สามารถเข้าถึงได้ (Accessibility) สถานที่ท่องเที่ยวต้องสามารถเข้าถึงได้ไม่ว่าจะเป็นทางใดก็ตาม การเข้าถึงได้ของนักท่องเที่ยวนี้อาจมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งหากนักท่องเที่ยวไม่สามารถจะเดินทางเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ก็นับว่าสถานที่ดังกล่าวยังไม่พร้อมที่จะดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ใจกลางป่าอะเมซอน ซึ่งไม่สามารถเดินทางไปถึงได้ หรือใต้ทะเลลึก

ความสำคัญของความสามารถเข้าถึงได้นี้เป็นส่วนสำคัญมากต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และมีส่วนที่ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเติบโตได้มากหรือน้อย การเดินทางสามารถใช้ทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งตราบใดที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงก็จัดอยู่ในส่วนธุรกิจท่องเที่ยว

สิ่งปลูกสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ธุรกิจท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยสิ่งปลูกสร้างพื้นฐานอันจะนำนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้ เช่น ถนน สนามบิน ท่าเรือ ฯลฯ สิ่งปลูกสร้างนี้อาจมีใช้สิ่งถาวร หรืออาจทำขึ้นชั่วคราว เช่น บ้านพักบนต้นไม้

ความสะดวกสบาย (Facilities) เป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะพิจารณาความต้องการเบื้องต้นของอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความปลอดภัย ควรจัดให้มีในแหล่งท่องเที่ยวและจะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง

จากปัจจัยของธุรกิจท่องเที่ยวดังกล่าว จะเห็นได้ว่าล้วนมีความสำคัญที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามปัจจัยดังกล่าวอาจไม่จำเป็นต้องมีครบทั้ง 5 ข้อในเบื้องต้น แต่หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปควรจะมีครบทั้ง 5 ข้อ

#### ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสามารถจัดแบ่งได้เป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. ธุรกิจที่เป็นธุรกิจโดยตรง (Tourism Industry) กล่าวคือเป็นธุรกิจที่จัดเพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ตัวแทนการท่องเที่ยว โรงแรม สนามบิน

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Related Industry) เป็นธุรกิจที่ให้บริการหรือขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ร้านอาหาร ร้านบริการล้าง-อัดรูป ร้านเสื้อผ้า ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจบริการที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่น ๆ และบุคคลจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของเศรษฐกิจได้

#### การตลาดและการท่องเที่ยว (Tourism and Marketing)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544) กล่าวว่า การตลาด (Marketing) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการวิจัยศักยภาพทางการตลาดของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาถึงขนาดลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม (Society-Economic Characteristics) ความชอบของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ เช่น อาหารการกิน ที่พักอาศัย ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว อำนวยาการซื้อ และอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับเรื่องของการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การโฆษณา (Advertisement) การส่งเสริมการทำหน้าที่ของสำนักงานต่างประเทศ (Maintenance of Overseas Offices) และการร่วมมือทางด้านการตลาดกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เป็นต้น



กชธมน วงศ์คำ (2552) อ้างอิงมาจาก จตุพร (2550) กล่าวว่า การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว คือ พยายามที่จะให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ใช้สิ่งอำนวยความสะดวก ทางการท่องเที่ยวและบริการในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

### การแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถดำเนินการได้โดยใช้เทคนิค STP (Segmenting , Targeting and Positioning) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์กันตามลำดับ ดังนี้

1) การแบ่งส่วนตลาด (Segmenting) เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีจำนวนมาก มีหลายวิธีที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เช่น แบ่งตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ โดยอาจแบ่งตามทวีป ภูมิภาค ประเทศ จังหวัด ฯลฯ ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีความต้องการและมีพฤติกรรมในการบริโภคที่แตกต่างกัน เช่น การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นตลาดยุโรป ตลาดเอเชีย เป็นต้น นอกจากนี้ อาจแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะประชากร โดยใช้เกณฑ์ด้านอายุ เพศ รายได้ การศึกษา ศาสนา ฯลฯ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเพศชายมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง หรืออาจใช้วิธีแบ่งส่วนตลาดทั้งสองลักษณะรวมกัน โดยเรียกว่าการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะภูมิประชากรก็ได้

2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) เป็นการเลือกตลาดเป้าหมายที่ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการ หรือมีคุณลักษณะที่เหมือนกัน เพื่อธุรกิจจะสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมายเหล่านี้ เช่น นักท่องเที่ยวที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือนักท่องเที่ยวที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เป็นต้น

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Positioning) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในสายตาของนักท่องเที่ยว บางครั้งนิยมใช้การกำหนดตราผลิตภัณฑ์ (Branding) เพื่อสร้างการรับรู้แก่การยอมรับของนักท่องเที่ยว มีหลายวิธีในการเลือกกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น กำหนดตามคุณลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ หรือกำหนดให้แตกต่างจากคู่แข่ง โดยเน้นการให้บริการที่แตกต่าง ทำเลที่ตั้ง การตกแต่งสถานที่ รวมทั้งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

จากเทคนิค STP ดังกล่าวจะทำให้ธุรกิจได้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายตามต้องการ ธุรกิจจึงสามารถเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมต่อไปได้ ตลาดการท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากการตลาดของสินค้าอื่น ๆ จึงมีการกำหนดส่วนประกอบทางการตลาดท่องเที่ยว

### องค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2544) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหรือส่วนประกอบทางการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่ผู้วางแผนทางการตลาดท่องเที่ยวใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ (4 Ps) และ ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ (นอกเหนือจาก 4 Ps) เพื่อให้วัตถุประสงค์ทางการตลาดประสบความสำเร็จ องค์ประกอบเหล่านี้ ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า บริการและแนวคิดที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวการบริหารของโรงแรม สินค้า OTOP เป็นต้น

2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับคุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมักจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว และตามอุปสงค์หรือพฤติกรรมการณ์การซื้อของนักท่องเที่ยว

3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการและวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปถึงนักท่องเที่ยว โดยธุรกิจอาจเลือกจำหน่ายเองหรือผ่านตัวแทนจำหน่าย (agent) ต่าง ๆ นอกจากนี้หลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจการบิน ธุรกิจเรือสำราญ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ฯลฯ นิยมใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในช่องทางจัดจำหน่าย เช่น ระบบสำรองผ่านคอมพิวเตอร์ (CRS) การจำหน่ายตั๋วโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-ticketing)

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ โดยนิยมใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการท่องเที่ยว หรือผ่านทางเว็บไซต์การท่องเที่ยว ปัจจุบันนิยมการตลาดที่เน้นการตลาดเพื่อสังคมและความยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

5) บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดีในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนับได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

6) สภาพทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคาร สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ฯลฯ รวมถึงการตกแต่งภายในและบรรยากาศ เช่น การออกแบบและตกแต่งโรงแรมให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมล้านนา เป็นต้น

7) กระบวนการซื้อ (Purchasing process) หมายถึง กระบวนการเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะศึกษาข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รายการนำเที่ยว ก่อนการตัดสินใจซื้อ แต่บางกลุ่มอาจไม่มีการวางแผนในเรื่องดังกล่าวมาก่อน เมื่อมีเวลาว่างก็เดินทางท่องเที่ยวเลย

8) การจัดองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การนำองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมารวมกันอย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายไปท่องเที่ยวยุโรป 5 ประเทศ 7 วัน การกำหนดราคามักจะรวมค่าใช้จ่ายหลักที่จำเป็นไว้แล้ว เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ค่าประกันภัย เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบแพคเกจทัวร์ได้เป็นอย่างดี

9) ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership) หมายถึง การทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิต ผู้ขาย ฯลฯ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น พันธมิตรกลุ่ม Stars Alliance นักท่องเที่ยวสามารถสะสมไมล์จากการเดินทางด้วยสายการบินที่เป็นพันธมิตรในกลุ่มเดียวกันได้ เป็นต้น ตามการใช้กลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องคำนึงถึงความสอดคล้อง และการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจได้ ปัจจัยภายนอกดังกล่าว ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ลักษณะประชากรศาสตร์ เทคโนโลยี ฤดูกาล ผู้จัดส่งวัตถุดิบ และตัวกลางในการจัดจำหน่าย ทั้งหมดนี้เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของความสำเร็จของการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาด้านการตลาดยังคงต้องดำเนินต่อไป เพื่อให้สอดคล้องและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคโลกาภิวัตน์

นอกจาก 9 Ps ข้างต้นแล้ว องค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีอีกหลายอย่างที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ เช่น ประชาชน การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน และการเมือง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ การตลาดท่องเที่ยว การเพิ่มหรือลดจำนวนนักท่องเที่ยว

### การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว

1. ประเภทการจัดนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวต้องมีนโยบายในการจัดนำเที่ยวว่าจะจัดนำเที่ยวประเภทใดบ้าง เช่น ประเภทรับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ หรือประเภทจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือเที่ยวต่างประเทศ

2. ภูมิภาค/จุดหมายปลายทาง มุ่งจัดภูมิภาค ยุโรป เอเชีย หรืออเมริกา เป็นต้น โดยเน้นหนักประเทศใดบ้าง ถ้าเป็นภายในประเทศมุ่งเน้นภาคหรือจังหวัดใดบ้าง

3. วัตถุประสงค์ ในการจัดนำเที่ยวแต่ละครั้งควรจะวางวัตถุประสงค์ของการจัดแต่ละครั้งว่ามีจุดมุ่งหมายที่จะให้นักท่องเที่ยวได้อะไรบ้าง เช่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้นว่า สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี สถานที่สวยงามตามธรรมชาติ หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ซื้อของ หรือเพื่อให้ได้มีโอกาสรองรับประทานอาหารประทังถิ่นนั้น ๆ หรือ เพื่อให้มีโอกาสได้ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น หรือเพื่อให้ได้มีโอกาสเล่นกีฬาฤดูหนาว หรือ ชมกีฬา เป็นต้น เพราะถ้าวางวัตถุประสงค์ในการจัดนำเที่ยวไว้แล้ว การจัดต้องสนองตอบวัตถุประสงค์ที่วางไว้

4. ช่วงเวลาของการจัด ในการจัดนำเที่ยวจะจัดกี่ครั้งในช่วงใดบ้าง ใช้ระยะเวลาที่วัน ต้องพิจารณาช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมของสถานที่ที่จะไป ประกอบกับเวลาว่างของนักท่องเที่ยว เช่น ช่วงปิดภาค หรือช่วงหยุดยาว 4 วัน เพราะถ้าจัดเวลาไม่สอดคล้องกันก็อาจจะขายไม่ได้ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวยุโรปนิยมมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนมีนาคม เพราะต้องการหลีกเลี่ยงจากอากาศที่หนาวเย็น และประเทศไทยอากาศไม่ร้อนมาก แต่ถ้าจะจัดให้นักท่องเที่ยวไทยไปชมดอกทิวลิปบานที่เนเธอร์แลนด์ ก็ต้องจัดในช่วงเดือน เมษายน ถึงต้นเดือน พฤษภาคม เพราะระยะนั้นเป็นช่วงที่ดอกทิวลิปบานและเป็นช่วงที่โรงเรียนปิดภาคฤดูร้อน ผู้ปกครองอาจมีเวลาพาบุตรหลานเที่ยว และเป็นช่วงฤดูร้อนที่คนไทยอยากหลบร้อนไปเที่ยวเมืองหนาว และช่วงนั้นยุโรปเป็นฤดูไม้ผลิ นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยมีมากเหมือนช่วงฤดูร้อน คือ ระหว่างเดือนกรกฎาคม และเดือนสิงหาคม ความสะดวกในการบริการของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือการไปดูพระอาทิตย์เที่ยงคืนที่ประเทศในแถบสแกนดิเนเวีย ต้องไปในช่วงปลายเดือนมิถุนายน ถึงเดือนสิงหาคม จึงจะเป็นพระอาทิตย์เที่ยงคืน นอกจากนี้จำนวนวันที่จะใช้ในการเดินทาง ต้องพิจารณาจากจำนวนจุดหมายปลายทางที่จะแวะ และสถานที่ที่จะเยี่ยมชมระยะทาง แต่อย่างไรก็ตาม การจัดไม่ควรใช้เวลานานเกิน 3 สัปดาห์ เพราะนักท่องเที่ยวจะมีปัญหาด้านอารมณ์ อันเนื่องมาจากการเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง และต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง

5. ความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าหวังจะได้รับบริการที่ต้องการ เช่น ความสนุก ซึ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวจะต้องอธิบายความหมายของคำว่า “สนุก” ได้ เพื่อจะจัดได้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า และเมื่อกลับจากการท่องเที่ยวผลที่จะคุ้มกับที่เสียเงินหรือไม่ สนุกในที่นี้ หมายถึง ได้รับบริการที่ดี, พักผ่อนเต็มที่, กินอาหารอร่อย, ซื้อของถูกใจ, เห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ, มีเพื่อนใหม่ และได้ความรู้ (ความบันเทิง)

6. ลูกค้าเป้าหมาย พิจารณาถึงบุคคลที่สามารถท่องเที่ยวได้เป็นบุคคลใด มีอาชีพอะไร ฐานะทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไร เพื่อจะได้จัดได้ถูกต้องตามงบประมาณของลูกค้า ซึ่งสามารถศึกษาได้จากผู้ที่เคยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้ทราบความต้องการทางด้านการท่องเที่ยว เช่น ต้องการสัมผัสธรรมชาติ อาบแดด สิ่งบันเทิงเรีงรมย์ เขียวชมสถานที่ เป็นสิ่งแปลกใหม่ ๆ ใหม่ ๆ หรือชื่อของ เป็นต้น

7. กิจกรรม จะจัดกิจกรรมเช่นไรให้สอดคล้องกับความสนใจของลูกค้า เพราะความแตกต่างกันของลูกค้า อาจต้องการประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะไปจุดหมายปลายทางเดียว และในขณะเดียวกันต้องจัดให้เหมาะสมกับวัยของลูกค้า

8. ปริมาณการจัดนำเที่ยว วางแผนกำหนดจำนวน โปรแกรมนำเที่ยวที่จะจัดแต่ละปี โดยแยกตามประเภทต่าง ๆ การจัดนำเที่ยวต้องมีการวางแผนประจำปี ถึงแม้บริษัทนำเที่ยวที่ดำเนินธุรกิจมานาน จะมีรายการนำเที่ยวเหมือนเดิมซ้ำทุกปี แต่ต้องมีการปรับปรุงบางรายการที่เห็นว่าไม่ชอบพอ โดยมีการแก้ไขรายการ อาจเพิ่มสถานที่เที่ยวใหม่ และเปลี่ยนแปลงกิจกรรมแมนซินี (Mancini, 1990) ได้เสนอแนะว่าก่อนจะวางแผนจัดนำเที่ยว ควรจะมีการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า โดยส่งแบบสอบถามให้ตอบก่อนสิ้นสุดการเดินทางแต่ละครั้ง เพื่อนำผลความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุง พัฒนาให้การจัดนำเที่ยวน่าสนใจตามความต้องการของลูกค้า เพราะลูกค้าแต่ละคน แต่ละกลุ่มมีความต้องการแตกต่างกัน เช่น กลุ่มคนสูงอายุที่อาจจะไม่ต้องการรายการที่แน่นจนเกินไป กลุ่มผู้หญิงที่อาจต้องการเวลาจับจ่ายซื้อของเพิ่มมากขึ้น และกลุ่มหนุ่มสาว ที่อาจต้องการกิจกรรมที่มีการผจญภัย เป็นต้น

การวางแผนจัดนำเที่ยวแต่ละครั้ง จะต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ (กชรมน วงศ์คำ, 2552 อ้างอิงมาจาก Reilly, 1991) กล่าวคือ

1) การกำหนดวัน ต้องคำนึงถึงระยะทาง จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวลูกค้าเป้าหมาย อากาศ เหตุการณ์สำคัญพิเศษ

2) ลูกค้าเป้าหมาย ถ้าลูกค้าอายุมากควรจัดการท่องเที่ยวระยะสั้น รายการไม่แน่น และ ไม่ควรให้นั่งรถนานทั้งวัน หรือเดินชมมาก ๆ ละคำนึงถึงอาหารที่เหมาะสมกับวัยด้วย ดังนั้น การจัดการต้องยืดหยุ่น

3) ระยะทางเป็นสิ่งสำคัญ เพราะถ้าระยะทางจากเมือง A ไปยังเมือง B ใช้เวลานานถึง 6 ชั่วโมง ควรพิจารณาว่าสมควรหรือไม่ เพราะถ้านั่งรถนานโดยไม่ได้แวะเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใด ๆ เลย ก็จะทำให้รายการน่าเบื่อ ควรคำนึงถึงเสมอว่าความอดทนของนักท่องเที่ยวมีขีดจำกัด ถ้าจัดการเดินทางให้นั่งรถตลอดวันจะทำให้เหนื่อย อาจเจ็บป่วยได้ง่าย หรืออาจหลับ ในขณะที่ร่วมกิจกรรมอื่น เช่น ชมการแสดง เพราะเหนื่อยจากการนั่งรถ ถ้าระยะทางไกลมาก จะทำให้

เสียเวลาเดินทาง และต้องใช้จำนวนวันเพิ่มมากขึ้นในการเดินทาง ดังนั้น ในการวางแผนในเรื่องของระยะทางในกรณีที่ระยะทางไกลมาก ถ้าจุดหมายปลายทางที่ไปไม่มีสิ่งที่น่าสนใจจริง ๆ ก็ไม่สมควรที่จะจัด เพราะไม่คุ้มกับการเดินทาง

4) ความบันเทิง ในกรณีที่การจัดท่องเที่ยวในครั้งนั้นตรงกับเทศกาลก็ควรให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในเทศกาลนั้น ๆ หรือถ้าไม่ตรงกับเทศกาลหรือเหตุการณ์พิเศษ ก็ควรจัดหากิจกรรมบันเทิงให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าชม เช่น คาบาเรต์ การแสดงพื้นบ้านบัลเลต์ หรือจัดล่องเรือที่ทะเลสาบ หรือแม่น้ำ พร้อมรับประทานอาหารค่ำ โดยอาจจะจัดเป็นแบบให้เลือก (optional tour) ก็ได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่าจะให้นักท่องเที่ยวนอกพักที่โรงแรมแต่หัวค่ำทุกคืน

5) การซื้อของ ต้องจัดเวลาให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสซื้อของบ้าง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไทยต้องมีของฝากญาติมิตร การจ้ดนำเที่ยวใช้เวลานาน 15 วัน ควรเปิดโอกาสให้เวลาซื้อของประมาณ 2-3 ชั่วโมง ปัจจุบันบริษัทนำเที่ยวไทย นิยมจัดท่องเที่ยวเพื่อการซื้อของให้สำหรับคนที่ชอบซื้อของ โดยมีนำเที่ยวบ้างแต่เวลาส่วนใหญ่จะให้กับการซื้อของ ซึ่งราคาจะรวมค่าเครื่องบิน โรงแรม และอาหารบางมื้อให้ ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจในการจับจ่ายซื้อของ

6) ทำเลที่ตั้งของโรงแรม ในการวางแผนต้องคำนึงถึงโรงแรมที่พัก ชนิดของโรงแรมว่า ระดับใด ส่วนมากบริษัทนำเที่ยวเลือกระดับของโรงแรมระหว่าง 3 ดาว – 5 ดาว และการเลือกโรงแรมบางครั้งคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง เพราะ โรงแรมที่อยู่นอกเมือง และถ้าอยู่ในใจกลางเมืองที่มีการจราจรหนาแน่น ต้องใช้เวลาเดินทางนาน ก็จะเป็นอุปสรรคของการเดินทาง ส่วนมากถ้าไม่มีจุดประสงค์ในเรื่องของให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้ซื้อของสะดวกแล้ว บริษัทนำเที่ยวมักจะจัดโรงแรมที่อยู่นอกเมือง เพื่อสะดวกในการเดินทางต่อไป เพราะประหยัด และไม่วุ่นวาย สามารถต่อรองเรื่องราคาและเงื่อนไขต่าง ๆ ได้

7) จุดแวะพัก ในต่างประเทศจะมีการจำกัดเวลาในการขับรถให้อยู่ในช่วงหนึ่ง เมื่อถึงกำหนดแล้วจะต้องหยุดรถเพื่อพัก ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้คนขับเหนื่อยล้าจนเกินไป ฉะนั้นคนขับรถจะรู้ว่าควรจะหยุดพักเมื่อใด และจุดใด ส่วนมาแล้วสถานที่ใช้หยุดพักนั้น มักจะเป็นสถานีเติมน้ำมัน หรือร้านอาหาร เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสพักผ่อน เข้าห้องน้ำ หรือรับประทานอาหารของว่าง และดื่มกาแฟ นอกจากนี้ บริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจะไม่ค่อยระบุอาหารกลางวันไว้ในรายการ อย่างไรก็ตามการหยุดแวะพักเพื่อรับประทานอาหารกลางวันก็เป็นสิ่งสำคัญ แต่จุดดีของการไม่ระบุอาหารกลางวันไว้ในรายการก็คือ คนขับสามารถยืดหยุ่นที่จะจอดให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารกลางวันได้ ในจุดที่เหมาะสมกับสถานการณ์และเวลา สำหรับในประเทศไทยส่วนใหญ่

การหยุดพักจะขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ส่วนใหญ่แล้วทุก 2-4 ชั่วโมง ควรจะได้มีการหยุดพักเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนอิริยาบถ หรือเข้าห้องน้ำ ถึงแม้บนรถจะมีห้องน้ำแล้วก็ตาม

8) ร้านอาหาร การพิจารณาเลือกร้านอาหาร ต้องคำนึงว่าร้านอาหารที่แพงที่สุด ไม่ใช่ว่าจะอร่อยหรือดีเสมอไป

9) การคิดราคา ต้องคำนึงถึงอัตราการแลกเปลี่ยนเงิน โดยเฉพาะบริษัทที่ใช้เครดิต ต้องเสี่ยงที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น ถ้าอัตราการแลกเปลี่ยนเงินสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทนำเที่ยวที่จะใช้เครดิตกับธุรกิจผลิตสินค้าบริการอื่น ๆ ได้ จะต้องเป็นบริษัทที่ติดต่อกันมานานจนเป็นที่เชื่อถือไว้วางใจกัน จึงจะได้เครดิต

การวางแผนจัดนำเที่ยว จะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ มาประกอบการพิจารณาจัด โปรแกรมนำเที่ยว (Fay, 1992) ดังนี้

1) ข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง ศึกษาจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจพอที่จะจัดรายการได้ 1 วัน หรือหลายวัน พิจารณาว่ามีสิ่งดึงดูดใจที่น่าสนใจอยู่ใกล้กับจุดหมายปลายทางหรือไม่ มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า หรือไม่ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ตรงกับความต้องการของบริษัทหรือไม่ นอกจากนี้ยังต้องศึกษาจุดหมายปลายทางนั้น ๆ ทั้งในด้านคุณภาพและราคาว่าเหมาะสมหรือไม่

2) ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก บริษัทนำเที่ยวควรศึกษาข้อมูล ต่อไปนี้

(1) ระดับของโรงแรม เพราะจะมีผลต่อการกำหนดราคา

(2) ชื่อโรงแรมที่มีภาพลักษณ์ดี เช่น โรงแรมในเครือข้ามชาติ เพราะเป็นที่รู้จักดี สามารถวางใจได้ในด้านคุณภาพ และบริการ สะดวกในการจองเพราะสามารถจองจากสาขาใดก็ได้ นอกจากนี้ราคาสามารถต่อรองกันได้ตามจำนวนนักท่องเที่ยว

(3) ชนิดของห้อง ส่วนใหญ่จะเป็นห้องคู่ ซึ่งอาจจะมี 1 เตียงใหญ่ เตียงเดี่ยว (bubble bed) หรือเตียงเล็ก 2 เตียง (twin bed) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับขนาดของเตียงนั้น นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมีปัญหาหรือเรียกร้องเตียงขนาดใหญ่ อาจเป็นเพราะขนาดรูปร่างของคนไทยไม่ใหญ่โตมากจนทำให้เกิดปัญหากับเตียงขนาดธรรมดา ซึ่งผิดกับนักท่องเที่ยวฝรั่ง เพราะบางครั้งต้องการเตียงใหญ่ 2 เตียงอยู่ในห้อง ทำให้บริษัทนำเที่ยวมีข้อจำกัดในการเลือกโรงแรมเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนมากโรงแรมในระดับ 4-5 ดาวเท่านั้น จึงจะมีห้องที่บรรจุเตียงใหญ่ 2 เตียง (Queen size หรือ King size) ไว้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า

(4) การบริการขนส่งกระเป๋า ต้องมีประสิทธิภาพสมกับราคาที่จะต้องจ่าย สำหรับการบริการ

(5) การอำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร อาหารส่วนใหญ่จะเป็นบุฟเฟต์ และถ้าเป็นอาหารเช้าแบบยุโรป (continental breakfast) จะรวมอยู่กับค่าห้อง แต่บางครั้งอาจต่อรองค่าห้องและอาหารเช้าแบบอเมริกัน บุฟเฟต์ได้ ส่วนอาหารกลางวันไม่ค่อยจัด เพราะนักท่องเที่ยวจะไม่เข้ามารับประทานอาหารในโรงแรม อาหารเย็นส่วนใหญ่จะใช้บริการในโรงแรม เฉพาะในวันแรกที่มาถึง และอาจจัดเป็นพิเศษสำหรับการเลี้ยงรับรองนักท่องเที่ยว

(6) ที่จอดรถภายในบริเวณของโรงแรม ต้องมีบริเวณพอสำหรับจอดรถไว้

- ค่าห้องสำหรับคนขับรถและผู้นำเที่ยว ส่วนใหญ่จะขอฟรี เพราะถ้าพัก 15-20 ห้อง จะได้ฟรี 1 ห้อง หรือ 1 ห้องต่อรถ 1 คน อย่างไรก็ตามการขอห้องฟรี เป็นเงื่อนไขในการต่อรองกันระหว่างบริษัทนำเที่ยวและโรงแรม

3) ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร ข้อมูลที่บริษัทนำเที่ยวควรได้ศึกษาเกี่ยวกับร้านอาหารมีดังนี้

(1) ระดับคุณภาพ ทั้งของอาหาร และบริการ

(2) ราคาอาหารต่อรอง ได้ตามจำนวนคน ซึ่งถ้าเป็นนักท่องเที่ยวไทย จะนิยมใช้บริการอาหารจีน อาหารไทย และอาหารท้องถิ่น ตามลำดับ

(3) รูปแบบของการบริการ ซึ่งอาจจะเป็น โต๊ะ บุฟเฟต์ บาร์ค็อกเทล ซึ่งเน้นการบริการส่งอาหารอย่างรวดเร็ว

(4) ชมการแสดง ในการจัดแต่ละครั้งจะจัดให้มีการรับประทานอาหารพร้อมชมการแสดงอย่างน้อย 1 ครั้ง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสุข สนุกเพลิดเพลิน ดังนั้น ถ้าร้านอาหารมีอาหารพร้อมการบันเทิงในราคาที่เหมาะสม บริษัทนำเที่ยวก็ควรพิจารณาใช้บริการของภัตตาคารร้านอาหารประเภทนั้น ๆ

(5) ที่จอดรถกว้างขวาง พอสำหรับรถ โค้ช

(6) อาหารฟรีสำหรับผู้นำเที่ยว คนขับ และผู้ติดตาม (ถ้ามี)

4) ข้อมูลเกี่ยวกับยานพาหนะ ถ้าเป็นเครื่องบิน รถไฟ เรือ ต้องทราบตารางเวลา และราคา สำหรับรถ โค้ช เน้นการบริการที่ปลอดภัยไว้ใจได้ อุปกรณ์ทันสมัย มีห้องน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

5) ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวควรได้ทราบถึงข้อมูล ดังต่อไปนี้

(1) ให้เข้าชมเป็นกลุ่มพิเศษ โดยเฉพาะหรือไม่

(2) เวลาการเข้าชมสถานที่ที่มีการเปิด-ปิด เป็นเวลาหรือไม่

(3) เสียค่าเข้าชมมากหรือน้อยเพียงใด

(4) มีร้านขายของที่ระลึกหรือไม่



(5) มีบริเวณนั่งพักผ่อน และมีห้องน้ำเพียงพอสำหรับจะนับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะถ้านักท่องเที่ยวนั่งรถมาไกล จำเป็นต้องเข้าห้องน้ำ

(6) มีบริการหรือไม่ และถ้ามีต้องศึกษาอีกว่าเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวหรือเปล่า ถ้าแหล่งท่องเที่ยวเปิดให้คนเข้าชมได้มากกว่า 4 ชั่วโมง คงจะต้องรับประทานอาหาร ณ แหล่งนั้น เพราะจะเป็นการไม่สะดวกที่จะต้องเดินทางออกไปรับประทานอาหารแล้วกลับมาอีก

(7) มีบริการมัคคุเทศก์ สำหรับบรรยายนำชมสถานที่หรือเปล่า

6) ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

ต้องแน่ใจว่าแหล่งท่องเที่ยวที่จะเข้าชมมีมัคคุเทศก์นำชมและบรรยายสิ่งที่น่าสนใจของสถานที่นั้น มัคคุเทศก์ต้องได้รับการฝึกอบรมมาเพียงพอ และมีความรู้ในสถานที่นั้นเป็นอย่างดี ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อของ ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อของ มีดังต่อไปนี้

(1) มีร้านค้าที่หลากหลายในแต่ละบริเวณขายของ นับตั้งแต่ขายของพื้นเมืองไปจนถึงศูนย์การค้า

(2) มีบริการอาหารหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือก ตั้งแต่บริการตัวเองจนถึงบริการถึงโต๊ะ

(3) ห้องน้ำสะอาด และมีที่ให้ลูกค้านั่งพักผ่อน

(4) มีกิจกรรมอื่น ๆ เช่น นิทรรศการ ภาพยนตร์ หรือ โบว์ลิ่ง เป็นต้น

เมื่อผู้วางแผนรวบรวมข้อมูลแต่ละจุดหมายปลายทางได้แล้ว และวิเคราะห์ธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในแง่ของคุณภาพบริการ, ราคา, ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและค่านิยม และเวลาที่จะใช้ในแต่ละจุดหมายปลายทาง จากนั้น พิจารณาเลือกใช้บริการของธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยวที่เห็นว่าเหมาะสม เรื่องราคาและข้อเสนอของบริษัท จากที่นั่นส่งให้ฝ่ายเขียนรายการ (ถ้าไม่ได้เขียนเอง) แต่ส่วนใหญ่คนวางแผนและคนเขียนควรจะเป็นคนคนเดียวกัน หลังจากเขียนรายการนำเที่ยวพร้อมอัตราค่าบริการ แล้วส่งให้เจ้าของบริษัท หรือผู้จัดการพิจารณา โดยพิจารณารายการและระยะทาง เส้นทาง และราคาว่าเหมาะสมหรือไม่ ก่อนที่จะพิมพ์เผยแพร่ต่อไป

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

#### ความหมายของการมีส่วนร่วม

เกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้หลายท่าน ดังนี้

ไพศาล สรรสรวิสุทธิ (2547) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ซึ่งการร่วมมือนี้ทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน ในความคิด การตัดสินใจ และกำหนดเป้าหมาย รับผิดชอบต่อผลการดำเนินการต่าง ๆ และมีความรู้สึกรู้ว่าตนเป็นเจ้าของกิจกรรมนั้น

จักรพงษ์ สงวนชม (2549) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับผิดชอบในการดำเนินการเรื่องต่าง ๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อันเป็นผลประโยชน์ร่วมกันของคนในชุมชน

สุเมธ พุทธนันท์เมธา (2549) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การดำเนินการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษาที่เปิดโอกาสให้บุคคลในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดมาร่วมทำในรูปแบบของคณะกรรมการเพื่อคอยให้คำแนะนำความคิดให้เป็นจุดเชื่อมโยง อันจะนำมาซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนและชุมชน ทั้งนี้ ทุกฝ่ายต้องสื่อสารแบบเปิดระดมความคิด เพราะชุมชนย่อมมีทรัพยากรอันทรงคุณค่าแอบแฝงอยู่ ถ้าครูหรือผู้บริหารใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์แล้ว ประโยชน์ก็จะตามมามากมาย เช่น การเกิดความรักสามัคคี ประสิทธิภาพงาน และเป็น การสร้างสรรค์ในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย ให้เกิดขึ้นในชุมชน

จากความหมายข้างต้นการมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนภายในชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงาน อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเสมอภาคทุกคนภายในชุมชน มีสิทธิที่เท่าเทียมกันในการที่จะเป็นการพัฒนาชุมชนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของคนภายในชุมชนนั้น

#### ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

ความสำคัญในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ นั้น จะมีความสมบูรณ์ได้ก็ต่ออาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนนั้น เพื่อการพัฒนาจะได้เกิดผลตรงตามความต้องการของชุมชนนั้น ซึ่งความสำคัญของการมีส่วนร่วม (เจษฎา หล้าคำ, 2549) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคล ที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคคลในการวิเคราะห์ปัญหาของชุมชนเอง และหาวิธีการแก้ไขอย่างเหมาะสม
2. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดพลังการต่อรอง เกิดการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างกลมกลืนกัน
3. เป็นการส่งเสริมบทบาทหน้าที่ด้านต่าง ๆ ให้กับชุมชน
4. ส่งเสริมให้ชุมชนทำกิจกรรมที่สัมพันธ์กับวิธีการพัฒนาตนเอง อันนำไปสู่กระบวนการกระจายอำนาจจากศูนย์กลางสู่ท้องถิ่นในอนาคต และเกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมของประเทศได้อย่างแท้จริง

เนื่องจากการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของกระบวนการเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง (ธีรพงษ์ แก้วหาวงษ์, 2543) ได้อธิบายถึงกระบวนการเสริมสร้างชุมชน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนว่ามีความสำคัญ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานและเป็นสิทธิมนุษยชน ดังนั้นการดำเนินการพัฒนาจึงควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม
2. การมีส่วนร่วมของประชาชนช่วยให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วยเหตุผล 4 ประการคือ
  - 2.1 การมีส่วนร่วมในการกำหนดความจำเป็นพื้นฐาน ช่วยให้กลุ่มที่ถูกกีดกันทางเศรษฐกิจ สังคม ได้มีโอกาสเสนอสิ่งที่ตนเองต้องการต่อผู้ที่จัดทำนโยบายการพัฒนา และมีโอกาสได้รับการพัฒนายกระดับฐานะให้สูงขึ้นพ้นจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ
  - 2.2 การมีส่วนร่วมของประชาชน ช่วยให้รัฐบาลสามารถระดมทรัพยากรภายในท้องถิ่น เช่น ความรู้ ทักษะบุคคล และแม้แต่ที่ดินและทุนที่ใช้ในโครงการพัฒนา
  - 2.3 การมีส่วนร่วมของประชาชน ช่วยปรับปรุงสินค้าและบริการ ตลอดจนการกระจายรายได้ให้ดีขึ้น และการมีชีวิตสาธารณะที่มีสุขภาพดี
  - 2.4 การมีส่วนร่วมของประชาชน ช่วยสนองความต้องการทางจิตวิทยาของประชาชน จากการที่ได้มีอิทธิพลในการตัดสินใจต่อเนื้อเรื่องที่มีผลกระทบต่อชีวิตและการทำงาน

#### ประโยชน์และผลกระทบในการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชน มีประโยชน์ต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยปรับปรุงคุณภาพของการตัดสินใจให้ดีขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยในการคาดเดาถึงปัญหา และจะพิจารณาถึงการแก้ปัญหาที่ดีกว่า

2. ช่วยลดค่าใช้จ่ายและความล่าช้า
3. เมื่อเกิดการมีส่วนร่วมที่ดีแล้ว สามารถนำผลไปปฏิบัติงานได้ง่ายกว่า
4. ส่งเสริมให้โครงการที่นำไปปฏิบัติยั่งยืน
5. หลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ารุนแรง
6. มุมมองว่ามีความเสี่ยงลดลง
7. เป็นการพัฒนาประชาสังคม โดยทำให้กลุ่มประชาสังคมกลับสู่การทำงานของ

กระบวนการ ซึ่งจากประโยชน์ของการมีส่วนร่วม

### ผลกระทบในการมีส่วนร่วม

ผู้ที่สามารถมีส่วนร่วมได้อาจเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบจากโครงการหรือการตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาจหมายถึง

1. บุคคล หรือกลุ่มคน ซึ่งมองว่าเขานั้นมีสิทธิและมีผลประโยชน์ที่ควรมีส่วนในกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบ
2. กลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบโดยตรงหรือโดยอ้อม
3. คนที่สามารถก่อให้เกิดผลกระทบ
4. ลูกจ้างหรือผู้รับบริการคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ใช้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนคือลูกจ้างผู้มีส่วนได้เสีย

### หลักการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

แนวทางหรือวิธีการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถดำเนินการได้ ดังนี้

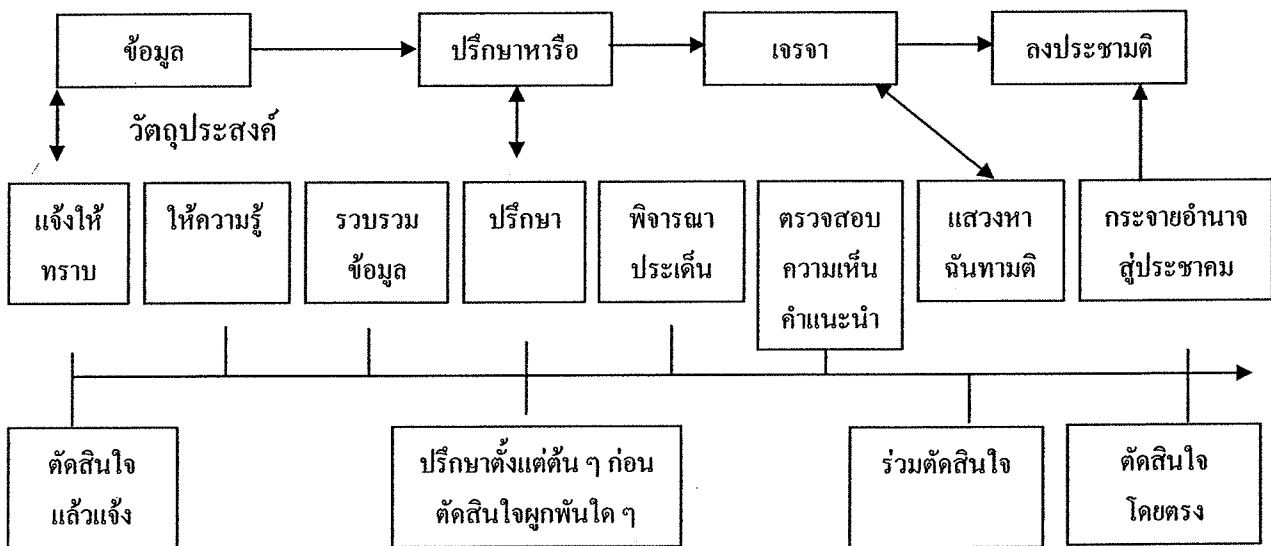
1. ให้ประชาคมหรือสาธารณะพิจารณากันเองว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ส่งข้อมูลโดยการออกไปให้ทราบ แล้วให้คนที่สนใจ
2. วิเคราะห์จากเอกสารที่ใช้ก่อนการตัดสินใจ โดยทบทวนเอกสารการตัดสินใจในอดีต เช่น รายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) หรือรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น และดูว่าใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่คล้ายคลึงกันในอดีต (ส่วนนี้หมายถึงในสหรัฐอเมริกา) สำหรับประเทศไทยอาจจะนำไปใช้ได้บ้างเท่านั้น เพราะกระบวนการมีส่วนร่วมของเรายังอยู่ในระหว่างการปรับปรุงกระบวนการมีส่วนร่วม
3. สอบถามคนอื่น ๆ ให้ผู้คนที่ต้องถิ่นช่วยพิจารณา สอบถามบุคคลอื่นว่าคนที่เขารู้จักนั้น มีใครอีกที่น่าจะจำเป็นที่เข้ามามีส่วนร่วมจากการที่เขาอาจจะ ก. อยู่ในตำแหน่ง (มีบทบาท

ในองค์กรที่มีผลกระทบหรือมีอิทธิพล) หรือ ข. เป็นที่ยอมรับนับถือ (มีอำนาจอยู่เบื้องหลัง) หรือ ค. ได้มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจในอดีตในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน

4. พิจารณานบนพื้นฐานของความรู้ของเจ้าหน้าที่ ใช้ความรู้ของกลุ่มหรือเจ้าหน้าที่ขององค์กรในเรื่องของประเด็นและชุมชนเพื่อที่จะพิจารณาหาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่น่าจะเป็นไปได้

**ระดับความเหมาะสมในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาคม**

ระดับการมีส่วนร่วมของประชาคม มีตั้งแต่น้อยที่สุด คือการให้ข้อมูล ไปจนถึงสูงสุด คือการลงประชามติดังแผนภาพ



ภาพประกอบ 2 แสดงระดับการมีส่วนร่วมของประชาคม

ที่มา : (ดัดแปลงจากสถาบันพระปกเกล้า: 2548)

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

มนุษย์มีความต้องการเป็นคุณสมบัติติดตัวมาตั้งแต่เริ่มอยู่ในครรภ์มารดา คือ ความต้องการ อาหาร อากาศ และความรักความเอาใจใส่ ซึ่งความต้องการนี้เป็นความปรารถนาของมนุษย์ที่จำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต หรือเพื่อรักษาสภาวะความสมดุลในการดำเนินชีวิต ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม (Kraegel et al, 1974)

อรรถวิภา ประเสริฐสุข (2551) อ้างอิงมาจาก ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการมีชีวิต การดำรงชีวิต วุฒิภาวะ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์การเรียนรู้แต่อย่างไรแต่เกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการทางด้านร่างกายของมนุษย์เราเป็นสำคัญเป็นแรงเบื้องต้นที่ร่างกายถูกกระตุ้นจากภายนอกและภายใน ได้แก่

1.1 ความต้องการอาหารเพื่อหล่อเลี้ยงชีวิต เพราะอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิต

1.2 ความต้องการน้ำเพื่อรักษาความสมดุลของร่างกาย เพราะร่างกายของมนุษย์เราเสียน้ำเนื่องจากอากาศร้อน การออกกำลังกาย การทำงานหนัก ทำให้เหงื่อออกจากร่างกาย

1.3 ความต้องการทางเพศ เป็นความต้องการที่เริ่มขึ้นเมื่อมนุษย์เราเข้าสู่วัยรุ่น และเป็นผู้ใหญ่ การแสดงออกถึงความต้องการทางเพศขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจ ทัศนคติ ขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคมนั้น

1.4 ความต้องการอุณหภูมิที่เหมาะสม คนเราจะดำรงชีวิตอยู่ได้ต้องอาศัยความสมดุลทางร่างกาย อุณหภูมิที่ไม่สูงเกินไปและไม่ต่ำเกินไปร่างกายจะทนได้

1.5 ความต้องการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด เพื่อให้เกิดความปลอดภัยร่างกาย จะพยายามสร้างภูมิคุ้มกันขึ้น

1.6 ความต้องการพักผ่อนหลับนอน เมื่อร่างกายเกิดความเหน็ดเหนื่อยจากการใช้พลังงาน การออกแรงทำงานของร่างกาย เพื่อผ่อนคลายให้ร่างกายได้มีโอกาสสะสมพลังงานใหม่และซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของร่างกาย

1.7 ความต้องการอากาศบริสุทธิ์ที่มีก๊าซออกซิเจนสำหรับการหายใจ

1.8 ความต้องการการขับถ่าย เป็นการขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย

2. ความต้องการทางจิตใจและสังคม (Psychological and Social Needs) เป็นความต้องการที่ค่อนข้างจะสลับซับซ้อนและเกิดขึ้นจากสภาพสังคมวัฒนธรรม การเรียนรู้และประสบการณ์ที่บุคคลได้รับและเป็นสมาชิกอยู่ ความต้องการทางจิตใจและสังคมนี้ยังแตกต่างกันไป

ตามแต่ละบุคคล แต่ละสังคม และฐานะทางสังคมของบุคคล รวมทั้งเวลาและโอกาสที่แตกต่างกัน ด้วย ลักษณะสำคัญของความต้องการทางจิตใจและสังคมมีดังนี้

2.1 ความต้องการที่เกิดจากสังคมเป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรม และกลายเป็น ลักษณะนิสัยประจำตัวของแต่ละคน สิ่งเหล่านี้แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม

2.2 ความต้องการทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ เราต้องมีประสบการณ์และการเรียนรู้มาก่อนจึงจะเข้าใจและเลือกกระทำได้

2.3 ความต้องการทางจิตใจและสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้แม้ในคนเดียว

2.4 ความต้องการทางจิตใจและสังคมจะมีมากขึ้น เมื่ออยู่รวมกลุ่มมากกว่า

อยู่คนเดียว

2.5 ความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมเป็นพฤติกรรมเปิดเผย โดยจะแสดงออก เมื่อมีสิ่งเร้า

2.6 ความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมเป็นสิ่งที่ไม่เห็น และมีลักษณะเป็นนามธรรมมากกว่ารูปธรรม

2.7 ความต้องการทางจิตใจและสังคม มีอิทธิพลที่จะผลักดันให้มนุษย์เราทำอะไรก็ได้ บางครั้งก็ปราศจากเหตุผลและคุณธรรม

### **ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์**

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow 's Hierarchy Of Needs Hierarchy Of Needs)

มีสาระสำคัญอันเป็นสมมติฐานอยู่ 3 ประการ คือ บุริณุชัฒ จงกณน (มปป.)

1. มนุษย์ทุกคนมีความต้องการอยู่ตลอดเวลาไม่มีสิ้นสุดถ้ายังมีชีวิตอยู่

2. ความต้องการที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม จะต้องเป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับตอบสนองจนเป็นที่พอใจ

3. ความต้องการของมนุษย์จะเป็นลำดับขั้นต่ำไปหาสูง เมื่อความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว ความต้องการลำดับสูงขึ้นไปก็จะตามมา ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นที่สุดต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยในชีวิต (Safety Needs ; Security Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการทางร่างกายตามสมควรแล้ว จะมีความต้องการถัดไป คือ

ความต้องการความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย มีสวัสดิภาพจากสิ่งแวดล้อมปราศจากการข่มขู่และความยุติธรรมต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belonging Needs ; Social Needs) ความต้องการขั้นนี้ หมายถึง ความต้องการรักคนอื่น ต้องการให้คนอื่นรัก ต้องการการยอมรับในกลุ่ม ในครอบครัว ในหมู่เพื่อนฝูง เป็นต้น

ขั้นที่ 4 ความต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียง (Self-Esthetics Needs) เป็นความต้องการที่จะให้ผู้อื่นชื่นชม นิยมยกย่อง ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า ประสบผลสำเร็จในสิ่งที่ได้กระทำไปและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ความต้องการทั้งหลายเหล่านี้ประกอบไปด้วย ความมั่นใจในตนเอง ด้านความรู้ความสามารถ และความสำคัญในตนเอง รวมทั้งความต้องการที่จะมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และอยากให้คนอื่นสรรเสริญยกย่องนับหน้าถือตา

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะบรรลุสิ่งปรารถนาสูงสุด (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดในชีวิตของมนุษย์ ซึ่งต้องการจะทำงานตามความใฝ่ฝันของตน ต้องการการทำงานเพื่ออุดมคติ และอุดมการณ์ของตนเอง เป็นต้น

**ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Modifies Needs Hierarchy Theory)** แอลเดอร์เฟอร์ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, (2535) อ้างอิงมาจาก Alderfer, 1972 ได้คิดทฤษฎีความต้องการที่เรียกว่า ทฤษฎีอีอาร์จี (ERG : Existence – Relatedness – Growth theory) โดยแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประการด้วยกัน คือ

1. ความต้องการมีชีวิตอยู่ (Existence Needs) เป็นความต้องการที่ตอบสนองเพื่อให้มีชีวิตอยู่ต่อไป ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพและความต้องการความปลอดภัย
2. ความต้องการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น (Relation Needs) เป็นความต้องการของมนุษย์ที่จะมีมิตรสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างอย่างมีความหมาย
3. ความต้องการเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) เป็นความต้องการสูงสุดรวมถึงความต้องการได้รับความยกย่องและความสำเร็จในชีวิต

**ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์ (Murray's Manifest Needs Theory)** ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, (2535) อ้างอิงมาจาก Murray, 1938 ได้อธิบายว่ามนุษย์มีความต้องการหลายอย่างในเวลาเดียวกัน และความต้องการที่เกี่ยวกับการทำงาน มีดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ หมายถึง ความต้องการที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
2. ความต้องการอิสระ เป็นความต้องการที่มีเป็นตัวของตัวเอง
3. ความต้องการมีมิตรสัมพันธ์ เป็นความต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น



โดยคำนึงถึงการยอมรับของเพื่อนร่วมงาน

4. ความต้องการมีอำนาจ เป็นความต้องการที่มีอิทธิพลเหนือคนอื่น และต้องการที่จะควบคุมคนอื่นให้อยู่ในอำนาจของตนเอง

**ทฤษฎีความต้องการความสำเร็จของแมคคลีแลนด์ (Mc Clelland's Achievement Motivation Theory)** ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, (2535) อ้างอิงมาจาก Mc Clelland, 1965 (unpaged) ได้กล่าวเน้นถึงความต้องการของมนุษย์เอาไว้ 3 ประการคือ

1. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Needs for Achievement) เป็นความต้องการมีผลงานและบรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนา

2. ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (Needs for Affiliation) เป็นความต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (Needs for Power) เป็นความต้องการมีอิทธิพลและครอบงำเหนือบุคคลอื่น

ในการวิจัยนี้ จะเน้นความต้องการการท่องเที่ยว อำเภอกุหลวง จังหวัดเลย

##### 5. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)

งามพิศ สัตย์สงวน (2538) ได้ให้ความหมายว่า เครือข่ายทางสังคม หมายถึง การเชื่อมโยงทั้งทางตรงและทางอ้อม ระหว่างปัจเจกชน ซึ่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายกับคนอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ทางสังคมต่อกัน นักมานุษยวิทยามักใช้เครือข่ายทางสังคมเป็นกรอบที่จะทำความเข้าใจความสัมพันธ์ทางสังคมและเป็นวิธีการที่มีประโยชน์เพื่อใช้ในการศึกษาการจัดองค์กรในเมือง มักประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่ไม่ใช่ญาติกัน การรวมเอาตัวเชื่อมระหว่างปัจเจกชนต่าง ๆ ที่แต่ละคนมีบางส่วนของชีวิตร่วมกับคน อื่น ๆ ในสถานการณ์แตกต่างกันไปจำนวนหนึ่ง

มโนภาพสำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้เปรียบเทียบเครือข่ายทางสังคม คือ ระดับของความหนาแน่นของเครือข่าย (Degree of Connectedness or Density) ในเครือข่ายแบบหนาแน่น ปัจเจกชนต่าง ๆ ที่เชื่อมโยกันมักรู้จักหรือเชื่อมโยกับคนอื่น ๆ ด้วย แต่ในเครือข่ายแบบเบาบางปัจเจกชนกับคนอื่น ๆ ที่มักไม่รู้จักกันและกัน มีการศึกษาเปรียบเทียบเครือข่ายแบบหนาแน่น และเปรียบเทียบโครงสร้างของเครือข่ายแบบหนาแน่นเพื่ออธิบายพฤติกรรมประเภทต่าง ๆ ของคน เครือข่ายทางสังคมในตอนแรกเริ่มถูกใช้เพื่อศึกษาครอบครัวในอังกฤษ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ครอบครัวในเมืองไม่ได้อยู่อย่างโดดเดี่ยวเหมือนที่คิดกัน แต่จะเกี่ยวข้องกับเครือข่ายแบบเบาบางหรือหนาแน่นก็ได้ ภายในความสัมพันธ์ทางสังคม ถ้าไม่มีเครือข่ายดังกล่าว ครอบครัวในเมืองก็จะอยู่ไม่ได้

ในกรอบเครือข่ายทางสังคม คนแต่ละคนที่ปัจเจกชนเชื่อมโยงด้วยไม่ได้มีความสัมพันธ์อย่างเดียว อาจจะเชื่อมโยงกับคนอื่น ๆ ในฐานะที่เป็นญาติ เป็นเพื่อนร่วมงานเป็นเพื่อนบ้าน และอื่น ๆ เมื่อมีสถานการณ์ใหม่ ๆ เกิดขึ้น ทำให้สังคมประเพณีเปลี่ยนแปลงไป และสิ่งหนึ่งที่เกิดตามมาคือ การที่คนในสังคมประเพณี เริ่มขยายลงไปมีความสัมพันธ์ทางสังคมกว้างขวางขึ้นกับกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่เครือญาติหรือในชุมชนท้องถิ่นของตน

ประหยัด จตุพรพิทักษ์กุล (2538 อ้างอิงมาจาก จอห์น ไนซ์บิตต์, ม.ป.ป.) ซึ่งมองเครือข่ายในรูปของความสัมพันธ์ที่มีอุดมการณ์ และเป้าหมายร่วมกัน โดยอธิบายว่า เป็นการติดต่อสัมพันธ์ที่สร้างความเชื่อมโยงกันขึ้นระหว่างบุคคลและกลุ่มคน ด้วยการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรระหว่างกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดการให้ได้ข้อมูลข่าวสารร่วมกัน และสร้างสรรค์แลกเปลี่ยนความรู้เกิดเป็นความรู้ใหม่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ การช่วยเหลือตนเองของกลุ่มและชุมชนต่าง ๆ ถ้ามองในแง่สถานภาพของเครือข่ายแล้ว เครือข่ายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการปฏิบัติทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นตรงกัน ด้วยอุดมการณ์เดียวกัน ส่วนสาเหตุที่มาของเครือข่ายนั้น มาจากความล้มเหลวของการจัดแบ่งอำนาจเป็นชั้น ๆ ภายใต้อำนาจรวมศูนย์ ในการแก้ไขปัญหาสังคม และลักษณะ โครงสร้างเครือข่าย ทุก ๆ จุดล้วนอยู่ศูนย์กลาง สมาชิกทุกคนต้องอยู่ในฐานะเสมอภาคเท่าเทียมกัน

เจน ยินดีรัมย์ (2534 อ้างอิงมาจาก ขนิษฐา กาญจนรังษีนันท์, ม.ป.ป.) ได้อธิบายไว้ว่า เครือข่ายคือ กลุ่มคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน ในลักษณะที่บุคคลหรือองค์กรสมาชิก ยังมีความเป็นอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตน การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลและองค์กรที่กระจัดกระจายได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ อีกทั้งให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อนที่ต่างก็มีความอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบฟุ้งฟิง เครือข่ายอาจจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชน อาจเกิดขึ้นแบบไม่เป็นทางการจากการทำกิจกรรมร่วมกันของบุคคล หรือ องค์กรที่สมัครใจ

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2543 อ้างอิงมาจาก กาญจนา แก้วเทพ, ม.ป.ป.) ได้ให้คำจำกัดความเรื่องเครือข่าย (Network) ไว้ว่า Network ในภาษาอังกฤษให้ภาพพจน์ที่ชัดเจนคือ “net” (ตาข่าย) ที่โยงใยถึงกันและพร้อมที่จะ “work” เมื่อต้องการใช้งาน ดังนั้น ความหมายของ “เครือข่าย” จึงหมายถึงรูปแบบหนึ่งของการประสานงานของบุคคลกลุ่มหรือองค์กรหลายองค์กรที่ต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงานและมีกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง บุคคล กลุ่มหรือองค์กรเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลาอันพอสมควรแล้ว อาจจะไม่ได้มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็จะต้องมีการวางรากฐานเอาไว้ (เปรียบเสมือนมีสายโทรศัพท์ต่อไว้)

เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหา ก็สามารถติดต่อไปได้

นอกจากนี้ เครือข่าย ยังหมายถึง การที่มีปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงานหรือสถาบันใด ๆ ได้ตกลงที่จะประสานเชื่อมโยงเข้าหากันรายได้ วัตถุประสงค์หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการนั้น ต้องมีการแสดงออกเป็นการลงมือ ทำกิจกรรมร่วมกัน (เอกสารประกอบการสัมมนาโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรเครือข่ายสตรีและสถาบันครอบครัวกระทรวงพัฒนาสังคมฯ, ม.ป.ป.)

จากคำนิยามของเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า เครือข่าย หมายถึง การทำงานหรือมีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่องของบุคคล กลุ่มชน ชุมชน องค์กร สถาบัน โดยมีวิธีการประสานงานกันในรูปแบบต่าง ๆ

วันทนีส์ วาสิกะสิน และคณะ (2538 อ้างอิงมาจาก เจ.บิวส์เซเวน, 1974) ได้จำแนกความหนาแน่นของเครือข่ายทางสังคมออกเป็น 3 โชน คือ

1. เครือข่ายหลัก (Intimate Network) ได้แก่ ครอบครัวญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งมีความใกล้ชิดมากที่สุด

2. เครือข่ายรอง (Effective Network) ประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ซึ่งบุคคลที่เป็นศูนย์กลางรู้จักคุ้นเคยน้อยกว่ากลุ่มแรก สามารถคาดหวังจากเครือข่ายนี้ได้น้อยกว่าเครือข่ายแบบแรก กลุ่มนี้มักได้แก่ญาติพี่น้องที่ห่างออกไป เพื่อนฝูง และคนที่รู้จักคุ้นเคยอื่น ๆ

3. เครือข่ายขยาย (Ego's Extended Network) ได้แก่ กลุ่มคนที่บุคคลผู้เป็นศูนย์กลางไม่รู้จักโดยตรง แต่สามารถติดต่อสัมพันธ์ด้วยได้ ถ้าต้องการโดยผ่านเครือข่ายใกล้ชิดอีกทีหนึ่ง

ขนิษฐา กาญจรัญสินนท์ (2542) ได้อธิบายไว้ว่า เครือข่าย คือ กลุ่มคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะที่บุคคลหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตนเอง การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลหรือองค์กรที่กระจัดกระจายได้ติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ อีกทั้งสมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์ฉันเพื่อนที่ต่างมีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพา เครือข่ายอาจตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชนอาจเกิดขึ้นแบบไม่เป็นทางการจากการทำกิจกรรมร่วมกันของบุคคล หรือองค์กรที่สมัครใจ

### ลักษณะของเครือข่าย อาจจำแนกได้ 3 ลักษณะ ประกอบด้วย

1. เครือข่ายความคิด เป็นเครือข่ายที่เน้นการทำงานด้วยความคิดหรือเทคนิคต่าง ๆ เครือข่ายเหล่านี้เป็นแหล่งผู้นำ ได้มีโอกาสเผยแพร่แนวคิด ซึ่งมักเป็นเครือข่ายของกลุ่มคนที่อยู่บนสถานภาพที่คล้ายคลึงกัน แต่อยู่ต่างถิ่นกันได้ รวมตัวกันสร้างเครือข่ายขึ้นเป็นเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์

2. เครือข่ายกิจกรรม เป็นเครือข่ายที่เน้นการช่วยเหลือร่วมมือกันในการทำกิจกรรม ส่วนมากเป็นเครือข่ายในชุมชนที่สมาชิกของเครือข่าย อาจเป็นเครือข่ายกันหรือมีสายสัมพันธ์เป็นครู เป็นลูกศิษย์กันหรืออาจอยู่ในกลุ่มกิจกรรมเดียวกัน ผู้นำทุกกรณีศึกษาจะมีเครือข่ายหรือกิจกรรมเฉพาะภายในชุมชนของตนเอง สมาชิกของเครือข่ายจะคอยช่วยเหลือหรือร่วมมือกันทำให้งานประสบความสำเร็จได้

3. เครือข่ายสนับสนุน กิจกรรมพัฒนาเพื่อการแก้ไขปัญหาของชุมชน นอกจากจะมีความคิดในการวิเคราะห์หาทางออกในการแก้ไขปัญหา มีการกระทำการแก้ปัญหา อาจจะมาจากการระดมทุนในหมู่บ้าน โดยเฉพาะการระดมทุนของสมาชิก เช่น กองทุนร้านค้า กลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิต ธนาคารข้าว หรือการทอดผ้าป่า อาจจะเป็นทุนมาจากภายนอก เช่น การบริจาค การช่วยเหลือของแหล่งทุนภายนอกหมู่บ้าน

องค์ประกอบของเครือข่าย เครือข่ายมีองค์ประกอบสำคัญๆ อย่างน้อย 7 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ (เอกสารประกอบการสัมมนาโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรเครือข่ายสตรีและสถาบันครอบครัว, ม.ป.ป.)

1. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common Perception) สมาชิกที่เข้าอยู่ในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้ร่วมกัน ถึงเหตุผลการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย อาทิ มีความต้องการช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่จะทำให้เครือข่ายมีความต่อเนื่อง

2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) เป็นการมองเห็นภาพจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม การรับรู้เข้าใจในทิศทางเดียวกันและการมีเป้าหมายที่จะไปด้วยกัน จะช่วยทำให้ขบวนการเคลื่อนไหวมีพลัง เกิดเอกภาพและช่วยบรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองความคิดที่แตกต่างกันลงไปได้

3. การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (Mutual Interests/Benefits) เครือข่ายเกิดจากการที่สมาชิกแต่ละคนต่างก็มีความต้องการของตนเอง แต่ความต้องการเหล่านั้น ไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ โดยหากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ความจำกัดนี้ทำให้เกิดการรวมตัวกันบนฐานของผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งผลประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงินด้วย อาทิ เกียรติยศ ชื่อเสียง การยอมรับ โอกาสในความก้าวหน้า ความสุข ความพึงพอใจ

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholder Participation) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่าย เป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย เพราะเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในเครือข่าย (All Stakeholder in Network) ย่อมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็ง ดังนั้น สถานะของสมาชิกในเครือข่ายจึงมีความเป็นไปในลักษณะของความเท่าเทียมกัน (Equal Status) ในฐานะ “หุ้นส่วน” (Partner)

5. การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) องค์ประกอบที่จะทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่องก็คือ การที่สมาชิกเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยที่จุดแข็งฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่าย มากกว่าการไม่สร้างเครือข่าย แต่ต่างคนต่างทำ

6. การพึ่งพิงอิงกัน (Interdependence) เนื่องจากธรรมชาติความจำกัดของสมาชิกในเครือข่ายทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน ฯลฯ สมาชิกของเครือข่ายจึงไม่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมบูรณ์ด้วยตัวเอง สมาชิกจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ระหว่างสมาชิกในเครือข่าย เพื่อให้เกิดการเสริมสร้าง ซึ่งกันและกัน จะทำให้สมาชิกเป็นหุ้นของเครือข่ายยึดโยงกันอย่าง แน่นหนา จำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนของแต่ละคนรู้สึก ว่า หากหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งออกไป จะทำให้เครือข่ายล้มลงไปได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคนจึงจำเป็นต้องดำรงอยู่ของเครือข่าย

7. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) หากสมาชิกในเครือข่ายไม่มีปฏิสัมพันธ์กันแล้ว ก็ไม่ต่างอะไรกับต่างคนต่างอยู่ ไม่มีทางที่จะเกิดความร่วมมือกัน ได้ และจะไม่เกิดความร่วมมืออย่างแท้จริง สมาชิกในเครือข่ายจะต้องทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ ระหว่างสมาชิกด้วยกัน เช่น มีการติดต่อผ่านทาง การเขียน หรือการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนา ร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งผลการปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Reciprocal Exchange) มิใช่การปฏิสัมพันธ์ฝ่ายเดียว (Unilateral Exchange) ยิ่งสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใด ก็ยิ่งจะเกิดความผูกพันภายในระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น ช่วยให้เกิดความเชื่อมโยงในระดับที่แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น (Highly Integrate)

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2543 อ้างอิงมาจาก นฤมล นิราทร, ม.ป.ป) ได้จำแนกกระบวนการสร้างเครือข่ายออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ขั้นตอนตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เป็นขั้นตอนผู้ปฏิบัติงาน หรือฝ่ายจัดการตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เพื่อที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งการพิจารณาองค์กรต่าง ๆ ที่เห็นว่าเหมาะสมเข้าเป็นเครือข่ายในการทำงาน คำถามสำคัญที่จะเกิดขึ้นในขั้นตอนนี้คือ

- จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับองค์กรใด
- จะได้รับประโยชน์หรือสละประโยชน์ในด้านใดบ้าง ในการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย
- ระยะเวลาในการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายจะนานเท่าใด
- คำตอบสำหรับคำถามบางคำถามเหล่านี้ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อระยะเวลา

ในการทำงานผ่านไประยะหนึ่งแล้ว

2. ขั้นการติดต่อกับองค์กรที่จะเป็นเครือข่าย หลังจากที่ได้ตัดสินใจในองค์กรที่เห็นเหมาะสมในการเข้าร่วมเครือข่าย จะเป็นขั้นตอนของการติดต่อสัมพันธ์ เพื่อชักชวนให้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการทำงาน โดยการรวมกันเป็นเครือข่ายที่จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรมีความต้องการเหมือนกัน และต้องการกระทำกิจกรรมตอบสนองความต้องการเหมือนกัน ดังนั้น จะต้องสร้างความคุ้นเคยและการยอมรับ รวมทั้งความไว้วางใจระหว่างกัน เป็นขั้นตอนของการปลูกจิตสำนึก โดยการให้ข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูลและกระตุ้นให้อยากแก้ไขปัญหาาร่วมกัน อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่า เป็นขั้นตอนการเตรียมกลุ่มหรือเตรียมเครือข่าย (Pre-Group)

3. ขั้นตอนการสร้างสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นขั้นตอนของการสร้างความผูกพันร่วมกัน ซึ่งหมายถึง การตกลงในความสัมพันธ์ต่อกัน ในขั้นตอนนี้องค์กรได้เข้าสู่ขั้นตอนการตกลงที่จะทำงานร่วมกัน ซึ่งในการที่จัดทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของกลุ่มองค์กร จะต้องมีความรู้เพียงพอที่จะทำกิจกรรมได้ ดังนั้น จึงต้องเสริมความรู้ที่จำเป็นซึ่งอาจจะกระทำโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่ม หรือแลกเปลี่ยนกับองค์กรภายนอกกลุ่ม เช่น การศึกษาดูงาน เจริญวิทยากรมาถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่า กลุ่มศึกษาเรียนรู้ (Learning Group) หากพิจารณาในประเด็นระดับการสร้างเครือข่ายก็เป็นขั้นตอนของความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Cooperation)

4. ขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนที่การสร้างเครือข่ายปรากฏผลงานเป็นรูปธรรม เป็นขั้นตอนของการเริ่มทำกิจกรรมโดยการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ขณะเดียวกัน มีการตกลงในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งเริ่มต้นด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม กำหนดกิจกรรมจัดวางข้อตกลงในการทำงาน กำหนดบทบาทของสมาชิก รวมทั้งสิทธิหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่ม เป็นต้น ขั้นตอนนี้เรียกว่า ขั้นกลุ่มกิจกรรม (Action Group) หากพิจารณาในประเด็นการสร้างเครือข่าย ก็เรียกว่า เป็นระดับการตกลงแบบเป็นทางการ (Formal Agreement)

5. หลังจากขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ จนนำไปสู่การทำกิจกรรมร่วมกันแล้ว เมื่อผลงานเป็นที่ปรากฏชัด องค์กรเครือข่ายรู้สึกว่าคุณได้ประโยชน์จากการเข้าเป็นเครือข่าย ความสัมพันธ์ของเครือข่ายจะแน่นแฟ้นขึ้นพร้อมกัน การเรียนรู้ร่วมกัน นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานฝ่ายปฏิบัติการแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์ด้วย ความสัมพันธ์

ที่แน่นแฟ้นอาจนำไปสู่การขยายตัว ซึ่งอาจจะปรากฏในรูปของการขยายกิจกรรมหรือขยายกลุ่มตามพื้นที่ หรือตามลักษณะกิจกรรม ในด้านระดับการสร้างเครือข่าย ขั้นตอนนี้อาจอยู่ในระดับการเข้า “ลงทุน” ในองค์กรใหม่ (Minority Investment) และการจัดตั้งองค์กรใหม่ร่วมกัน (Joint Venture)

### ความจำเป็นต้องมีเครือข่าย

ความจำเป็นหรือสาเหตุที่ต้องมีเครือข่าย ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาทุกอย่าง เน้นงานใหญ่ที่ครอบคลุมหลายเรื่อง
2. การพัฒนาสตรี และสถาบันครอบครัวต้องพัฒนาครบวงจรแบบองค์รวม
3. เป็นการบริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยไม่ซ้ำซ้อน
4. จำเป็นต้องมีบุคคลทางด้านวิชาการ
5. ต้องมีการสรุปบทเรียนจากปัญหา ประสบการณ์ต่าง ๆ แลกเปลี่ยนกัน เพื่อสร้างแนวคิดใหม่ ๆ และกว้างขวางขึ้น
6. บทบาทของครอบครัวและชุมชนต้องเพิ่มมากขึ้นในการแก้ไขปัญหา ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ ทุกระดับตั้งแต่ท้องถิ่นถึงระดับชาติ ต้องสร้างความตระหนักให้แก่กลุ่มและหน่วยงานดังกล่าวด้วย

ประโยชน์ของเครือข่าย สรุปได้ดังนี้

1. เพื่อเป็นเวทีการประสานงานร่วมกัน แม้ว่าบุคคลแต่ละคนอาจมีเป้าหมาย หรือผลประโยชน์ร่วมกัน แต่ต่างก็อาจมีแนวทางการดำเนินงานของตนเองที่แตกต่างกันออกไป เมื่อร่วมกันทำงานก็อาจเกิดความขัดแย้งระหว่างกัน ดังนั้น มีช่องทางที่ใช้เจรจาประสานความคิด ความเข้าใจ ในวัตถุประสงค์ ขอบข่าย แผนการทำงาน วิธีการทำงาน ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติให้เป็นที่ไปในทิศทางเดียวกัน
2. เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนสารสนเทศและความรู้ ยิ่งเครือข่ายมีอัตราการหมุนเวียนแลกเปลี่ยนสารสนเทศและความรู้ระหว่างสมาชิกมากขึ้นเท่าใด เครือข่ายก็ยิ่งจะมีการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น เพราะการแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือบทเรียนใหม่ ๆ ที่ค้นพบขึ้นมาจะช่วยให้เกิดการพัฒนาต่อยอดความคิดและความสำคัญระหว่างสมาชิกเครือข่าย
3. เป็นเวทีแลกเปลี่ยนและระดมทรัพยากร สมาชิกเครือข่ายสามารถแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกันได้หรืออาจเป็นการนำทรัพยากร เพื่อให้เกิดการผสมผสานทางความคิด การดึงบุคลากรจากแต่ละองค์กรมาทำกิจกรรมร่วมกัน

4. เพื่อเน้นเวทีการสร้างสรรค์และพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ องค์กรความรู้ใหม่ ๆ จะเกิดจากเครือข่ายได้ หากมีการแลกเปลี่ยนความรู้และลงมือศึกษาค้นคว้าร่วมกันระหว่างสมาชิก

5. เป็นเวทีสร้างกระแสผลักดันประเด็นใหญ่ ๆ เครือข่ายสามารถที่จะสร้างกระแสบางเรื่องเพื่อปลูกให้สังคมเกิดความตื่นตัวในเรื่องนั้น ๆ อาจรวมถึงการขยายผลออกไปในวงกว้างขึ้นได้ด้วย แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับระดับความกว้างขวางและความเข้มแข็งของเครือข่ายด้วย

6. เป็นศูนย์ความรู้ทำหน้าที่ศึกษาค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับการจัดการ

7. เป็นศูนย์สร้างผู้นำ โดยการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้นำเครือข่ายในหัวข้อต่าง ๆ เช่น การจัดการประชุม การบริหารการเงิน การจัดการบัญชี

สรุป ประโยชน์ของเครือข่าย คือ เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ความคิด ความรู้ ข้อเสนอเทศ การศึกษาค้นคว้า ตลอดทั้งการประสานงานร่วมกันและสร้างภาวะผู้นำได้อีกด้วย

## 6. บริบทของอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่น แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น เป็นต้นว่า มีธรรมชาติที่สวยงาม มีประเพณีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ผู้ประกอบการประจำแหล่งท่องเที่ยวให้การต้อนรับที่อบอุ่น ประทับใจ ซึ่งมีความได้เปรียบจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นและเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศมาท่องเที่ยวแต่ละปีอย่างมากมาย จนมีสภาพเป็นตลาดด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยว

ที่ตั้งและอาณาเขต ทิศเหนือต่อกับอำเภอวังสะพุง ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอหนองหิน ทิศใต้ติดต่อกับอำเภอภูกระดึงและอำเภอน้ำหนาว (จังหวัดเพชรบูรณ์) และทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอหล่มเก่า (จังหวัดเพชรบูรณ์) และอำเภอด่านซ้าย และมีเนื้อที่ทั้งหมดของอำเภอภูหลวง 595.0 ตารางกิโลเมตร

ประชากร มีประชากรทั้งหมดในอำเภอ 23,569 คน การสำรวจล่าสุด พ.ศ. 2552 อาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ทำสวนผลไม้และพืชไร่เป็นหลัก มีการปกครองส่วนภูมิภาคแบ่งออกเป็น 5 ตำบล 43 หมู่บ้าน ตำบลภูหอ 10 หมู่บ้าน หนองคัน 9 หมู่บ้าน ห้วยสีเสียด 8 หมู่บ้าน เลย์วังไธย์ 8 หมู่บ้าน และแก่งศรีภูมิ 8 หมู่บ้าน

อำเภอภูหลวง มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เช่น น้ำตกห้วยเลา ถ้ำดินลาย น้ำตกเลยตาด น้ำตกเลยหง่าและภูหอ เป็นต้น



ส่วนภูหลวงเป็นแหล่งที่น่าสนใจแห่งหนึ่งที่เป็นเขตติดต่อกับอำเภอภูหลวงที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวอำเภอภูหลวง

ภูหลวงมีความหมายว่าเขาที่สูงใหญ่หรือมีความหมายถึงภูเขาของพระเจ้าแผ่นดินก็ได้ นับเป็นสิริมงคลที่บรรพบุรุษได้ตั้งชื่อไว้ เกิดจากการยกตัวของพื้นผิวโลก และดินส่วนที่อ่อนถูกพัดพาาลงสู่พื้นที่ส่วนต่ำ คงเหลือหินซึ่งเป็น โครงสร้างส่วนที่แข็งแรงไว้เป็นภูเขา ที่ดินในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง ถูกกำหนดให้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2517 มีเนื้อที่ประมาณ 848 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 530,000 ไร่ ตั้งอยู่ในท้องที่อำเภอวังสะพุง อำเภอภูเรือ อำเภอด่านซ้าย และกิ่งอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย และได้มีการกำหนดพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวงขึ้นใหม่ เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2534 เนื่องจากมีการผนวกพื้นที่เดิมและเพิกถอนพื้นที่บางส่วน มีเนื้อที่ประมาณ 897 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 560,593 ไร่

#### ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสูงใหญ่แนวเขตเริ่มจากระดับความสูงมาตรฐานปานกลางระดับน้ำทะเลประมาณ 400 เมตร ถึงยอดสูงสุดของภูหลวง 1,571 เมตร เทือกเขาซีกตะวันออกมีลักษณะเป็นภูเขาสูงใหญ่มีที่ราบบนหลังเขาระดับความสูง 1,200-1,500 เมตร เนื้อที่ประมาณ 100 กิโลเมตร เทือกเขาซีกตะวันตกเป็นภูเขาสูงเล็ก ๆ ตั้งชันสลับซับซ้อนเป็นลูกคลื่นระดับความสูง 600-800 เมตร

#### ลักษณะภูมิอากาศ

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึงเดือน เมษายน อุณหภูมิโดยเฉลี่ยประมาณ 20-24 องศาเซลเซียส

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึงเดือน ตุลาคม อุณหภูมิสูงกว่าฤดูร้อนเล็กน้อย หรือใกล้เคียงกัน

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน ถึงเดือน มกราคม อากาศหนาวจัดอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 8-16 องศาเซลเซียส โดยปกติแล้วในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมจะมีอุณหภูมิลดลงถึง 4-6 องศาเซลเซียส อยู่หลายวันและบางปีอุณหภูมิลดต่ำกว่าจุดเยือกแข็ง

การกระตุ้นให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวอำเภอภูหลวง อาศัยอยู่บนภูหลวง ส่วนผา คือ ผาเตลีน ผาเอื้อง และผาสมเด็จ เป็นการสร้างอาชีพและรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวให้กับประชากรในอำเภอภูหลวง

ผาเตลีน เป็นทุ่งกุหลาบแดง ซึ่งอยู่ใกล้กับผาสมเด็จ

ผาเอื้อง อยู่หลังตำหนัก แลเห็นหมู่บ้านน้อย 80 หมู่บ้าน แก่งม่วง 200 หมู่บ้าน ดูหน้าผาดอกได้นานาพรรณชนิดบรรยายกาศซึ่งอยู่หลังพระตำหนักชมวิว

ผาสมเด็จพระนางเจ้าสมเด็จพระราชินีนาถจะมาทอดพระเนตรบ่อยครั้ง ครั้งล่าสุดประมาณเดือน ธันวาคม ปี 2546 ทอดพระเนตรลานกล้วยไม้เป็นทุ่งดอกไม้ ทอดพระเนตรพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตก

เมื่อก่อนตำบลหนองคับ ขึ้นอยู่กับอำเภอวังสะพุง ต่อมาตำบลหนองคับ ได้แยกเป็นอำเภอภูหลวง ซึ่งมีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า ตำบล บ้านเลยวังไส ตำบลภูหอ แต่ตำบลหนองคับเป็นตำบลที่ใหญ่ จึง ได้แยกมาเป็นอำเภอภูหลวง ประกอบไปด้วย ตำบลเลยวังไส ตำบลแก่งศรีภูมิ ตำบลภูหอ และตำบลหัวสีเสียด รวมเป็น อำเภอภูหลวง

อำเภอภูหลวง และภูหลวง เป็นต้นแม่น้ำเลยและมีลักษณะเป็นภูเขาที่มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอภูเรือ อำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า ในจังหวัดเพชรบูรณ์ แม่น้ำสักไหลจากอำเภอภูหลวง ฉะนั้นอำเภอภูหลวงเป็นเขตติดต่อเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวมาจากหลากหลายแห่ง มีพันธุ์ไม้ที่วิจิตรสวยงามและสัตว์ป่านานาชนิด ภูหลวงนอกจากเป็นเขตติดต่อกับอำเภอภูหลวงแล้ว ยังติดต่อกับอำเภอภูเรือ อำเภอวังสะพุง อำเภอด่านซ้าย ในเขตจังหวัดเลย และยังติดต่อกันกับอาณาเขตอำเภอหล่มสัก และอำเภอหล่มเก่า ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ทางขึ้นของภูหลวงจะมี 3 ทางขึ้นด้วยกัน ในดั้งเดิมคือ ทางขึ้นทางอำเภอภูหลวง อำเภอวังสะพุง และอำเภอภูเรือ ปัจจุบันนี้ เขตทางขึ้นได้ทำการเปิดทางขึ้น 2 ทางขึ้นมาเป็นเวลาประมาณ 10 ปีแล้ว คือทางขึ้น อำเภอภูหลวง และอำเภอวังสะพุง จะเหลือทางขึ้นภูหลวงทางเดียวคือ ตำบลสวนธรรม อำเภอภูเรือ รถยนต์สามารถเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกอย่างเป็นทางการ

เป็นที่สังเกตว่า การท่องเที่ยวอำเภอภูหลวงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเข้าใจผิดคิดว่า อำเภอภูหลวงคือ แหล่งเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ภูหลวงเป็นดินแดนแหล่งการท่องเที่ยวของภูหลวงทำให้หลงทางไปที่อำเภอภูหลวงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากความเข้าใจผิด ทำให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาที่มีจำกัดเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจนของเส้นทางไปเขตป่ารักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวงของทางขึ้นอย่างเป็นทางการ

ถึงอย่างไรก็ตาม เมื่อนักท่องเที่ยวหลงทางไปที่อำเภอหลวม ทำให้เป็นโอกาสทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว กล่าวคือ ก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังเขตป่าสงวนแหล่งท่องเที่ยวภูหลวง เมื่อนักท่องเที่ยวขึ้น ไปยังภูหลวงก็จะพบแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกจำนวนหลายแห่ง คือ 3 ผา ถือว่าเป็นจุดขาย อีกแห่งหนึ่งคือ ผาสมเด็จพระนางเจ้าฯ และผาเอียง เนื่องจากแต่ละผามีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ โดยเฉพาะมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามแตกต่างกันไป

-ผาสมเด็จพระนางเจ้าฯ มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามมีเอกลักษณ์ที่มีต้นสร้อยสน ที่มีอยู่ในประเทศจีนอยู่ตามแนวหน้าผา มีพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงาม ทอดแสงสาดส่องท้องฟ้าในยามรุ่งอรุณมีความประทับใจ

แก่ผู้ที่ได้พบเห็นเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถทรงเสด็จมาประทับ และทอดพระเนตรเป็นประจำ จึงได้ขนานนามว่า ผาสมเด็จ

-ผาเตลีน เป็นผาสำหรับจุดชมวิวทิวทัศน์ สามารถมองเห็นวิวธรรมชาติอุทยานแห่งชาติภูกระดึง อีกทั้งยังเป็นแหล่งเดียวในประเทศไทยที่เรียกว่า แกรน แคนย่อนเตลีนไทยแลนด์

-ผาเอียง เป็นจุดชมธรรมชาติอีกแห่งหนึ่งที่สามารถชมกานานาชนิด ดอกไม้บานาพันธุ์ที่หาชมได้ยาก มีหน้าผาที่ไม่สูงมากนักเป็นระยะทางประมาณ 500 เมตร สามารถชมพระอาทิตย์ตกที่สัมผัสกับธรรมชาติ วิวทิวทัศน์ป่าไม้บานาพันธุ์ พร้อมทั้งเป็นแหล่งต้นน้ำของแม่น้ำเลย เป็นแนวเส้นทางของแม่น้ำยาวเหยียดของจังหวัดเลย และแหล่งผาแห่งนี้มีสัตว์ป่าธรรมชาติอาศัยอยู่คือ เลียงผา กวางผา กูรล่า และมีสัตว์ธรรมชาติอีกเป็นจำนวนมากที่อาศัยอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งนี้

ฉะนั้น อำเภอกุหลองและภูหลวงจึงได้มีคำขวัญ เพื่อชักชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวจึงมีคำขวัญว่า “เที่ยวภูหลวงช่วงไหน ๆ ก็สนุก ฝากความสุขความตรึงตาตรึงใจ เก็บไว้ด้วยภาพถ่ายที่วิจิตร และความทรงจำที่ประทับใจในธรรมชาติ ที่สวยสดงดงามสุดพรรณนา ที่ภูหลวง”

“ไม่ลองไม่รู้” ชมวิวทิวทัศน์ธรรมชาติแสนวิจิตร ตัดตา ตรึงใจ ที่นี้ ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง

“เที่ยวที่ไหน ๆ ก็ไม่รู้ เที่ยวภูหลวง เที่ยวทั้งปวง ผาสมเด็จ ผาเตลีน รวมทั้งผาเอียง”

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำไย แสงสว่าง (2547) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทองค์การบริหารส่วนจังหวัดเลยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอกุเรือ จังหวัดเลย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผลการวิจัยพบว่า อำเภอกุเรือ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพราะมีธรรมชาติที่สวยงาม มีอากาศหนาวเย็นเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย มีความพร้อมในด้านบริการ บทบาทขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเลย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาอาชีพของประชาชน การประชาสัมพันธ์ และการจัดทำแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ส่วนปัญหาอุปสรรค ได้แก่ อำเภอกุเรือมีฤดูกาลท่องเที่ยวสั้น เฉพาะในช่วงฤดูหนาวเท่านั้น ทั้งขาดการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง แนวทางแก้ไขปัญหาท่องเที่ยว ต้องได้รับความร่วมมือระหว่างองค์ภาครัฐและภาคเอกชน การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในท้องถิ่น ดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อหยาศัย ไม้ตรีของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และบุคคล โดยทั่วไป

วิรัตน์ นาคนชม (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory Action Research : PAR) พื้นที่การศึกษา คือ แหล่งท่องเที่ยวบ้านฟ้าเหลือง หมู่ที่ 6 ตำบลหนองเรือ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งเที่ยวนั้น ได้เกิดกลุ่มอนุรักษ์ แหล่งบ้านฟ้าเหลืองที่มีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีโครงสร้างการบริหารจัดการ มีคณะทำงาน มีกฎข้อบังคับกลุ่ม มีวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ชัดเจน มีความเข้มแข็ง มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการบริหารจัดการ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น ได้ให้สัญญาข้อตกลงกับกลุ่มอนุรักษ์ แหล่งบ้านฟ้าเหลือง เข้าบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม และเกิดรูปแบบการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชน รูปแบบใหม่ของ อบจ. ทำให้เกิดความประหยัดและคุ้มค่า การมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้ชุมชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม มีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของชุมชน เป็นต้น

วิรุณา วรจินดา (2549) ได้วิจัยเรื่อง บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีสำคัญในจังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)

ผลการวิจัยพบว่า บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ โดยใช้สิ่งต่าง ๆ นับตั้งแต่สื่อพื้นบ้าน สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และการประชาสัมพันธ์สินค้าทาง Internet นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการพัฒนาอาชีพและส่งเสริมรายได้แก่บุคคลและชุมชน เพื่อเป็นสินค้าจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว และยังมีบทบาทในการจัดทำแผนการท่องเที่ยวประจำปีและแผน 3 ปีด้วย

ลักษณะประเพณี วัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ งานประเพณีบุญเบิกฟ้า ประเพณีนมัสการพระธาตุนาควน วัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ วัฒนธรรมการทอผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากบ้านกุดรังและการทอเสื่อกกบ้านแพง มีปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายกับองค์กรรัฐ องค์กรเอกชน แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างไกลขึ้น การให้ความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวทุกวิถีการพัฒนาอาชีพขายหญิงเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การสร้างเครือข่ายกับองค์กรรัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งเสริมด้านงบประมาณ การท่องเที่ยวให้มากขึ้น

ภัทรธิดา ผลงาม (2549) ได้ทำการวิจัยและพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาอ่างเก็บน้ำห้วยน้ำหนาน ตำบลน้ำหนาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย

ผลการวิจัยพบว่า สภาพและปัญหาการจัดการท่องเที่ยวสภาพในการให้บริการ คือ มีการล่องแพโดยใช้เรือหางยาวลากจูงและการขายอาหาร ส่วนปัญหาการจัดการท่องเที่ยวมีปัญหาจากนักท่องเที่ยว จะพบว่าปัญหาเมา เอะอะอาละวาด และต้องการเล่นน้ำขณะเมาสุรา มีนักท่องเที่ยวบางคนพูดไม่ไพเราะ เอาแต่ใจตนเองมาก สั่งอาหารต้องการเร็วมาก ขณะที่นักท่องเที่ยวมากไม่ทันใจจะโกรธมาก ปัญหาสำคัญคือนักท่องเที่ยวไม่เชื่อฟังผู้ให้บริการล่องแพเกี่ยวกับพฤติกรรม การล่องแพ การลงเล่นน้ำ ไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้ให้บริการ

ปัญหาจากผู้ประกอบการ ด้านการให้บริการบางคนขาดทักษะต่าง ๆ โดยเฉพาะทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยว ไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจและไม่กลับมาเยือนอีกในโอกาสต่อไป และมีปัญหาจากระบบการจัดการ โดยเฉพาะการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีการดำเนินการจัดการจัดเก็บขยะ เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใด ๆ ให้บริการเก็บขยะ จึงเกิดปัญหาขยะโดยยังไม่มีวิธีการจัดเก็บ หรือทำลายขยะ ผู้ประกอบการจึงแก้ปัญหาโดยนำขยะไปทิ้งในเมือง

ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มี 4 รูปแบบ คือ (1) ด้านพื้นที่ โดยการพัฒนาพื้นที่ป่ารอบ ๆ อ่างเก็บน้ำ พัฒนาจุดชมวิว พื้นที่แหล่งน้ำปลูกดอกไม้ พืชสมุนไพร ในสวนป่าบริเวณกลางอ่างน้ำ (2) ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งธนาคารขยะในชุมชน ใช้สถานที่ในโรงเรียนบ้านห้วยกระทิง และการกำหนดข้อบัญญัติใช้ระเบียบและแนวปฏิบัติในการล่องแพ (3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ กิจกรรมในเทศกาลประจำปี (4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการให้บริการนักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร ได้แก่ การเลี้ยงไก่ ปลา การปลูกพืชผักต่าง ๆ รวมทั้งผลไม้ตามฤดูกาล การมีส่วนร่วมในการขายของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และมีส่วนร่วมในกลุ่มรถอีแต่น เพื่อรับส่งนักท่องเที่ยวจากบริเวณปากทางเข้าหมู่บ้าน ไปยังแหล่งท่องเที่ยว

กฤษดา ยะการ (2543) ได้ศึกษา ความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชน ตำบลแม่ทราย อำเภอร่องวาง จังหวัดแพร่ ผลการวิจัยพบว่า (1) ประชาชนตำบลแม่ทราย มีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก (2) ประชากรที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกัน (3) ประชาชน คาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

มีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน (4) ประชาชนที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนิเวศแตกต่างกันและมีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกัน

กชชมน วงศ์คำ (2552) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า (1) การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ เริ่มจากความต้องการของชุมชนในรูปแบบการจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิก โดยใช้เทคนิคการประชุมสร้างความเข้าใจในการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นวัฒนธรรมท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นจริงในชุมชน รวมทั้งการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยที่ลักษณะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 50 โดยมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ร้อยละ 65.8 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเป็นกลุ่ม 5-10 คน ร้อยละ 25.8 ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ 2-3 วัน ร้อยละ 72.5 และส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวปีละครั้ง ร้อยละ 39.2 (2) ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีระดับมากทุกด้าน ทั้งด้านการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การรองรับนักท่องเที่ยว และการบริหารการท่องเที่ยวชุมชน ที่เน้นการจัดและให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณภาพของสื่อให้ข้อมูลความรู้ ด้านประสบการณ์การเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม ด้านการให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านลักษณะของประชาชนในท้องถิ่น (3) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีองค์ประกอบ ดังนี้ (ก) กรอบอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (ข) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ค) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการบริการ (ง) การตลาดการท่องเที่ยว (จ) การจัดการแบบมีส่วนร่วม (ฉ) ผู้นำมีความเข้มแข็ง (ช) การพัฒนาบุคลากร (ซ) การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม (ฅ) ความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน และภาคประชาชน (ณ) รางวัลและมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว และ (ญ) การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ลักขณา อินทร์บึง (2553) ได้วิจัยเรื่อง บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาโสมนวมังเมืองขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ ได้ส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์ จัดหามัคคุเทศก์ จัดสรรงบประมาณสนับสนุน พัฒนากุศลกร จัดทำแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และมีการติดตามประเมินผลการท่องเที่ยวโสมนวมังเมืองขอนแก่น

แนวทางการพัฒนาบทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ เทศบาลควรส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางมากกว่านี้ ควรมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับชื่อโครงการ “โสมนังมีชีวิต” และเทศบาลนครขอนแก่น ควรมีการบรรจุการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนา 3 ปี และควรมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

### งานวิจัยจากต่างประเทศ

มีนักวิชาการด้านทางการวิจัยหลายท่านได้ทำการวิจัย มีดังนี้

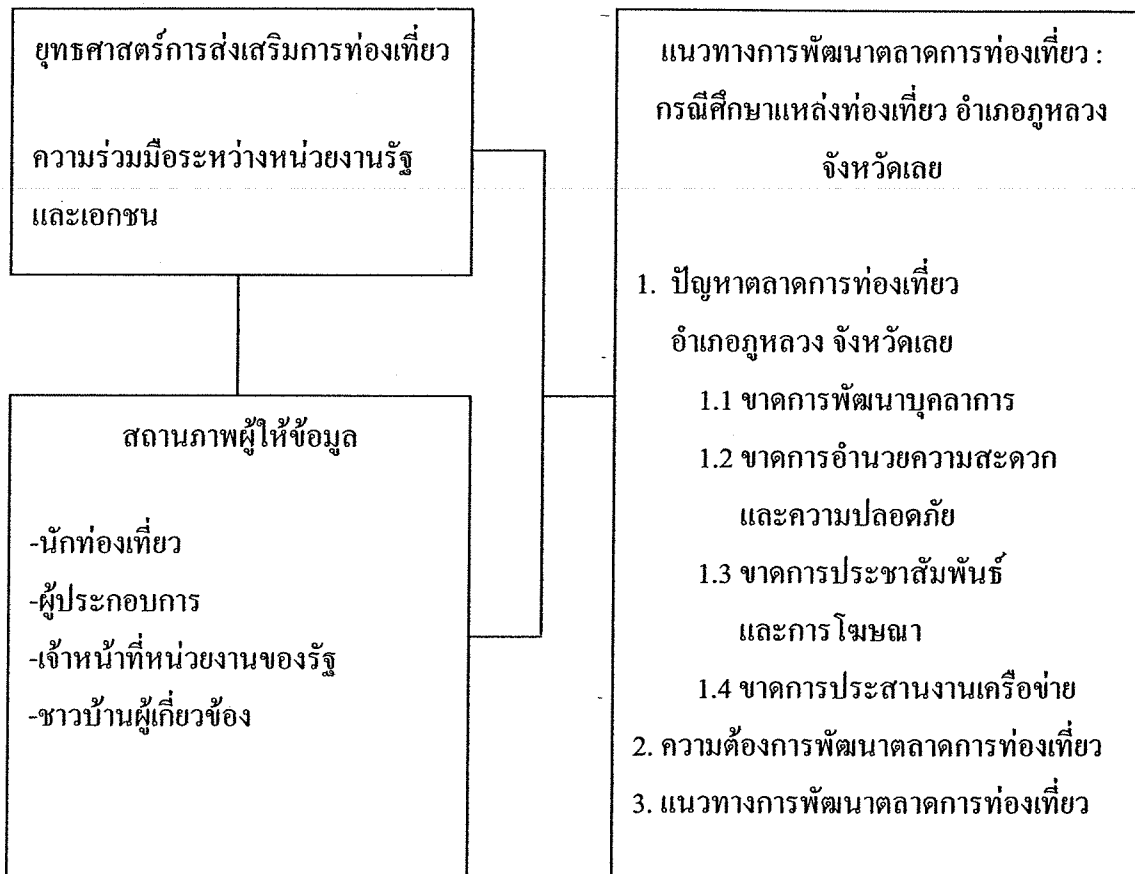
ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2552) อ้างอิงมาจาก LINDQVIST AND BJORK, 2000 ได้วิจัยเรื่อง Perceived Safety as an Important Quality Dimension among Senior Tourists ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการตัดสินใจเลือกบริษัทที่นำเที่ยว โดยเน้นความปลอดภัยและมีความสัมพันธ์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สูงอายุมากยิ่งขึ้น

Patterson (2000) ได้วิจัยเรื่อง Baby Boomers and Adventure Tourism : The Importance of Marketing the Leisure Experience ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีสุขภาพที่ดี มีฐานะทางการเงินที่ดี และมีการศึกษาสูง ย่อมต้องการประสบการณ์ที่ดีสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ไม่ชอบชีวิตความเป็นอยู่อย่างจำเจ และท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การผจญภัยพร้อมทั้งระหว่างการท่องเที่ยว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดสุขภาพและร่างกายแข็งแรงขึ้น

Duygu Salman & others (2010) ได้วิจัยเรื่อง Creative Tourism and Emotional labor : an investigatory model of possible interactions ผลการวิจัยพบว่า การสร้างสรรค์ธุรกิจการท่องเที่ยว มี 2 รูปแบบ คือ การจัดการให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการเสนอแนะความแตกต่างในด้านการให้บริการที่เป็นประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวมีการติดต่อกันกับธุรกิจการท่องเที่ยวอยู่เสมอ และรูปแบบที่ 2 เป็นการควบคุมในเรื่องค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้ลดน้อยลง เพื่อประโยชน์ของนักท่องเที่ยวที่ผู้ที่มีประสบการณ์

### 8. กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์เบื้องต้น สรุปได้ว่า ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ได้แก่ ขาดการพัฒนาบุคลากร ขาดการอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย ขาดการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา ขาดการประสานงานเครือข่าย ดังได้กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังต่อไปนี้ :-



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Action Research- PAR) การวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. การเลือกพื้นที่และเลือกผู้ให้ข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการสร้างเครื่องมือ
5. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
8. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ
9. การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

#### 3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งมาเที่ยวและมาติดต่อประสานงาน ตลอดจนประกอบอาชีพที่ ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง รวม 385 ราย (สถิติการท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เดือน สิงหาคม 2553 ถึง ธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 192 ราย ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครซีและมอร์แกน (R.V. Krejcie and D.W. Morgan (ทิพย์ฯ กิจวิจารณ์, 2552) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แหล่งท่องเที่ยว	ประชากร/คน	ขนาดตัวอย่าง/คน
ผาสมเด็จ	58	29
ผาเตลีน	136	68
ผาเอียง	191	95
รวม	385	192

### 3.2 การเลือกพื้นที่และเลือกผู้ให้ข้อมูล

การเลือกพื้นที่ ได้เลือกผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้อง อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย โดยใช้วิธีเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติสวยสดงดงามมาก เป็นพื้นที่สะอาด และประทับใจแก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว อาทิ ผาสมเด็จ มีลานกล้วยไม้ป่านานาพันธุ์ ส่งกลิ่นหอมฟุ้งกระจาย เป็นทุ่งดอกไม้แห่งความงามและกลิ่นหอมอบอวล สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถทรงเสด็จมาทอดพระเนตรหลายครั้ง จนได้ตั้งชื่อนี้ว่า ผาสมเด็จ ส่วนผาเตลิ่ง เป็นทุ่งกุหลาบสีแดงสวยสดงดงามมากอยู่ใกล้กับผาสมเด็จ ส่วนผาเอื้องอยู่หลังค้ำหนัก หน้าผามีดอกไม้บานพันธุ์ มีที่ชมวิวยิวทัศน์ แต่มีปัญหาว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งนี้ ยังไม่เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป เนื่องจากมีเงื่อนไขหลายประการ เป็นต้นว่า ยังขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เป็นต้น

การเลือกผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ผู้ให้ข้อมูลหรือกลุ่มตัวอย่างในการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเครซีและมอร์แกน ส่วนจำนวนผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้เลือกโดยกระจายตามสถานภาพ และกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูล ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ (ชาย โพรสิตดา, 2550)

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่

3.3.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยว และความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว แบบสอบถามมี 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ ที่อยู่ สถานที่ทำงาน สถานภาพสมรส การศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ รายได้ เป็นแบบสอบถาม Check list

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยว ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องที่เกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย (ส่วนที่ 2, 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับปัญหาและระดับความต้องการ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า ((Rating Scale 5 ระดับ ของแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นคำถามปลายเปิด

3.3.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview - SSI) เพื่อสัมภาษณ์ผู้รู้ (Key Informants) เกี่ยวกับบริบทของอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้อง

3.3.3 แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview guide) เพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เจ้าหน้าที่ของรัฐผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่อุทยานฯ เจ้าหน้าที่ ททท. ผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยว ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

3.3.4 แนวทางการประชุมระดมความคิดเห็น (Appreciation Influence Control – AIC) เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (ผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้อง) อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

3.3.5 แนวทางการสังเกต (Observation guide) เพื่อสังเกตบรรยากาศของการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของเจ้าหน้าที่อุทยานฯ การให้บริการของผู้ประกอบการร้านค้า ป้ายประชาสัมพันธ์ แสดงทิศทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3.3.6 แนวทางการประชุมเชิงปฏิบัติการ คู่มือการสอนภาษาอังกฤษแก่เจ้าหน้าที่อุทยานฯ ซึ่งทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ อธิบายความสวยงาม และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

3.3.7 สมุดบันทึกข้อมูลภาคสนาม และกล้องบันทึกภาพ

### 3.4 วิธีการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี หลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. สำรวจพื้นที่ภาคสนาม และสัมภาษณ์เบื้องต้น เกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยว และความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แนวทางการสัมภาษณ์ แนวทางการสังเกต

3. ร่างแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แนวทางการสัมภาษณ์ แนวทางการสังเกต แนวทางการประชุมระดมความคิดเห็น แนวทางการประชุมเชิงปฏิบัติการ ตามกรอบแนวคิด และนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย นำไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชาชนอำเภอภูหลวง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กว้างขวาง มีลักษณะคล้ายคลึงกับพื้นที่ ผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้อง ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถามได้ค่าความเที่ยง 0.91 ซึ่งยอมรับว่ามีความเที่ยงหรือเชื่อมั่นได้

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.89

## 3.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล/กิจกรรมและผลลัพธ์

กิจกรรม	ผลลัพธ์
1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1.1 ได้แนวทางการวิจัย และได้กรอบแนวคิดในการวิจัย 1.2 ได้นิยามศัพท์เฉพาะ
2. สํารวจพื้นที่ภาคสนามและสัมภาษณ์เบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน	2.1 ได้ทราบปัญหาตลาดการท่องเที่ยวและความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเบื้องต้น 2.2 ได้แบบสอบถาม (Questionnaires) 2.3 ได้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) SSI 2.4 ได้แนวทางการสัมภาษณ์และแนวทางการสังเกต 2.5 ได้แนวทางระดมสมองความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ (ใช้แบบสอบถาม) N = 385 (จำนวนนักท่องเที่ยว เดือนสิงหาคม-ธันวาคม 2553) n = 192 (ขนาดกลุ่มตัวอย่าง)	3.1 ได้ทราบระดับปัญหาและความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อ.ภูหลวง จ.เลย (ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง) 3.2 ได้ทราบแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อ.ภูหลวง จ.เลย
4. การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) สัมภาษณ์ Key Informants 6 คน (ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง)	4.1 ได้ทราบบริบทของอำเภอภูหลวง จ.เลย โดยเฉพาะผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง
5. การสัมภาษณ์เจาะลึก โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview guide) เพื่อสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่อุทยานฯ 5 คน เจ้าหน้าที่ ททท. 2 คน ผู้ประกอบการ 5 คน นักท่องเที่ยว 9 คน ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อง 6 คน	5.1 ได้ทราบปัญหาตลาดการท่องเที่ยว ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวที่ละเอียดยิ่งขึ้น

กิจกรรม	ผลลัพธ์
6. การระดมความคิดเห็น เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เจ้าหน้าที่ ททท. ผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว	6.1 ได้แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น
7. การประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับ - การฝึกอบรมภาษาอังกฤษแก่เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติและเจ้าหน้าที่สถานประกอบการ - การประชาสัมพันธ์ทาง Internet - การให้ความรู้เกี่ยวกับศักยภาพของผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้อง เพื่อจะช่วยให้ประชาสัมพันธ์จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว - เผยแพร่ประชาสัมพันธ์และโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว อ.ภูหลวง จ.เลย โดยการใช้สื่อต่าง ๆ	7.1 เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ซึ่งทำหน้าที่มัคคุเทศก์ สามารถสื่อสาร และอธิบายชี้แจงข้อปฏิบัติต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ ได้ระดับหนึ่ง - เจ้าหน้าที่สถานประกอบการสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ - ได้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้องทาง Internet - ได้ประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับทั้งภาษาไทย-อังกฤษ - ได้ทำป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยว อ.ภูหลวง จ.เลย

การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพอยู่ในช่วงสิงหาคม 2553 ถึง ธันวาคม 2553

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

- (1) การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ดังนี้
- ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
- ส่วนที่ 2 ระดับปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ส่วนที่ 3 ระดับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description)

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับปัญหาและระดับความต้องการมีเกณฑ์ ดังนี้ (สำเร็จ จันทรสุวรรณ และคณะ. 2547)

เกณฑ์	ระดับปัญหาและระดับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

### 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage) %
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ( $\bar{X}$ )
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation - S.D)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกต การระดมสมอง (AIC) การบันทึกสนทนา มาจำแนกเป็นหมวดหมู่ หาความสัมพันธ์ภายในหมวดหมู่ และระหว่างหมวดหมู่ ศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย และได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

5. การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณและจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ไปใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง
2. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
3. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
4. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

#### 1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้มีทั้งหมด 192 ราย เป็นชาย 95 ราย (ร้อยละ 49.48) หญิง 97 ราย (ร้อยละ 50.52) อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด ได้แก่ ผาสมเด็จ (ร้อยละ 44.83) ผาเตลิ่ง (ร้อยละ 48.53) และผาเอื้อง (ร้อยละ 43.16) อายุอยู่ในช่วง ไม่เกิน 20 ปี และ 46-50 ปี น้อยที่สุด ได้แก่ ผาสมเด็จ ไม่เกิน 20 ปี 2 ราย (ร้อยละ 6.90) ผาเตลิ่ง 6 ราย (ร้อยละ 8.82) และผาเอื้อง 4 ราย (ร้อยละ 4.21) ส่วนอายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี ได้แก่ ผาสมเด็จ 1 ราย (ร้อยละ 3.45) ผาเตลิ่ง 2 ราย (ร้อยละ 2.94) และผาเอื้อง 4 ราย (ร้อยละ 4.21) ระดับการศึกษา พบว่า จบปริญญาตรีมากที่สุด ได้แก่ ผาสมเด็จ 12 ราย (ร้อยละ 41.38) ผาเตลิ่ง 27 ราย (ร้อยละ 39.71) และผาเอื้อง 35 ราย (ร้อยละ 36.84) ระดับการศึกษามัธยม / ปวช. น้อยที่สุด ได้แก่ ผาสมเด็จ 4 ราย (ร้อยละ 13.79) ผาเตลิ่ง 12 ราย (ร้อยละ 17.65) ส่วนผาเอื้อง ระดับ ปวส. / อนุปริญญา จำนวน 19 ราย (ร้อยละ 20.00)

สถานภาพสมรส โสดมากที่สุด ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ผาสมเด็จ 15 ราย (ร้อยละ 51.72) ผาเตลิ่ง 35 ราย (ร้อยละ 51.47) และผาเอื้อง 47 ราย (ร้อยละ 49.47) หย่าและหม้าย น้อยที่สุด ผาสมเด็จ มีเพียง 1 ราย (ร้อยละ 3.45) ผาเตลิ่ง หย่า 1 , หม้าย 1 (ร้อยละ 1.47) ผาเอื้อง หม้าย 2 ราย (ร้อยละ 2.11)

อาชีพ รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ผาสมเด็จ 13 ราย (ร้อยละ 44.83) ผาเตลิ่ง 28 ราย (ร้อยละ 41.80) ผาเอื้อง หม้าย 40 ราย (ร้อยละ 42.11) อาชีพรับราชการ, เกษตรกร และค้าขาย น้อยที่สุด ได้แก่ ผาสมเด็จ รับราชการ, เกษตรกร จำนวน 5 รายเท่ากัน (ร้อยละ 17.24) ผาเตลิ่ง รับราชการ 11 ราย (ร้อยละ 16.18) ผาเอื้อง ค้าขายน้อยที่สุด 15 ราย (ร้อยละ 15.79)

สถานภาพผู้ตอบ พบว่า นักท่องเที่ยวมากที่สุดทั้ง 3 แหล่งท่องเที่ยว เช่น ผาสมเด็จ จำนวน 19 ราย (ร้อยละ 6.90) ผาเตลีน นักท่องเที่ยว จำนวน 41 ราย (ร้อยละ 60.29) ผาเอื้อง นักท่องเที่ยว 66 ราย (ร้อยละ 69.47) น้อยที่สุดคือ ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผาสมเด็จ ผู้ประกอบการ 5 ราย และชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อง 5 รายเท่ากัน (ร้อยละ 17.24) ผาเตลีน ผู้ประกอบการ 13 ราย (ร้อยละ 19.12) ผาเอื้อง ผู้ประกอบการ 10 ราย (ร้อยละ 10.53) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพผู้ตอบ (n = 192)

สถานภาพ		จำนวนคน	ร้อยละ	รวม	ร้อยละรวม
<b>เพศ</b>					
ชาย	ผาสมเด็จ	14	14.74		
	ผาเตลีน	37	38.95		
	ผาเอื้อง	44	46.32	95	49.48
หญิง	ผาสมเด็จ	15	15.46		
	ผาเตลีน	31	31.96		
	ผาเอื้อง	51	52.58	97	50.52
<b>อายุ</b>					
ผาสมเด็จ	ไม่เกิน 20 ปี	2	6.90		
	20-30ปี	6	20.69		
	31-40ปี	13	44.83		
	41-45ปี	7	24.14		
	46-50ปี	1	3.45	29	15.10
ผาเตลีน	ไม่เกิน 20 ปี	6	8.82		
	20-30ปี	10	14.71		
	31-40ปี	33	48.53		
	41-45ปี	17	25.00		
	46-50ปี	2	2.94	68	35.42



สถานภาพ		จำนวนคน	ร้อยละ	รวม	ร้อยละรวม
ผาเชิง	ไม่เกิน 20 ปี	4	4.21		
	20-30ปี	19	20.00		
	31-40ปี	41	43.16		
	41-45ปี	27	28.42		
	46-50ปี	4	4.21	95	49.48
<b>การศึกษา</b>					
ผาสมเด็จ	มัธยม/ปวช.	4	13.79		
	ปวส./อนุปริญญา	7	24.14		
	ปริญญาตรี	12	41.38		
	ปริญญาโท	6	20.69	29	15.10
ผาเตลีน	มัธยม/ปวช.	12	17.65		
	ปวส./อนุปริญญา	14	20.59		
	ปริญญาตรี	27	39.71		
	ปริญญาโท	15	22.06	68	35.42
ผาเชิง	มัธยม/ปวช.	22	23.16		
	ปวส./อนุปริญญา	19	20.00		
	ปริญญาตรี	35	36.84		
	ปริญญาโท	19	20.00	95	49.48
<b>สถานภาพสมรส</b>					
ผาสมเด็จ	โสด	15	51.72		
	แต่งงาน	13	44.83		
	หย่า	1	3.45	29	15.10
ผาเตลีน	โสด	35	51.47		
	แต่งงาน	31	45.59		
	หย่า	1	1.47		
	หม้าย	1	1.47	68	35.42
ผาเชิง	โสด	47	49.47		
	แต่งงาน	46	48.42		
	หม้าย	2	2.11	95	49.48

สถานภาพ		จำนวน คน	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ รวม
<b>อาชีพ</b>					
ผาสมเด็จ	รับราชการ	5	17.24		
	ค้าขาย	6	20.69		
	รัฐวิสาหกิจ	13	44.83		
	เกษตรกรกรรม	5	17.24	29	15.10
ผาเตลีน	รับราชการ	11	16.18		
	ค้าขาย	13	19.12		
	รัฐวิสาหกิจ	28	41.18		
	เกษตรกรกรรม	16	23.53	68	35.42
ผาเขื่อง	รับราชการ	21	22.11		
	ค้าขาย	15	15.79		
	รัฐวิสาหกิจ	40	42.11		
	เกษตรกรกรรม	19	20.00	95	49.48
<b>สถานภาพผู้ตอบ</b>					
ผาสมเด็จ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	19	6.90		
	ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อ	5	17.24		
	ผู้ประกอบการ	5	17.24	29	15.10
ผาเตลีน	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	41	60.29		
	ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อ	14	20.59		
	ผู้ประกอบการ	13	19.12	68	35.42
ผาเขื่อง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	66	69.47		
	ชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อ	19	20.00		
	ผู้ประกอบการ	10	10.53	95	49.48

## 2. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ด้านขาดการพัฒนาบุคลากร (เจ้าหน้าที่, สถานประกอบการ, เจ้าหน้าที่อุทยาน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) บุคคลในสถานประกอบการมีปัญหาการสื่อสาร การพูดภาษาอังกฤษ มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.86$ ) รองลงมาบุคลากรในสถานประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) ส่วนบุคคลในสถานประกอบการขาดมนุษยสัมพันธ์ที่น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$ )

ด้านขาดการอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) ปัญหาความสะดวกในการคมนาคม เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว มากที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ ) รองลงมาปัญหาด้านความปลอดภัยในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายเตือนทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา หุบเหว ( $\bar{X} = 4.12$ ) ส่วนปัญหาอำนวยความสะดวกด้านแลกเปลี่ยนเงินตราน้อยที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ )

ด้านขาดการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ ) ปัญหาด้านประชาสัมพันธ์สถานท่องเที่ยวภูหลวง ใช้แผ่นพับยังอยู่ในวงแคบมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.71$ ) รองลงมาปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์สถานท่องเที่ยวภูหลวงใช้แผ่นพับและโปสเตอร์ไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศูนย์การเดินทางได้แก่ สนามบิน สถานีรถทัวร์ สถานีรถไฟ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.32$ ) ส่วนปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวงโดยใช้ Internet น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ )

ด้านขาดการประสานงานเครือข่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) ขาดการประสานเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวด้วยกันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวงมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) รองลงมา ขาดการประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรมที่พัก นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวงอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) ส่วนปัญหาขาดการประสานงานเครือข่ายภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนการกีฬา น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านขาดบุคลากร

รายการ	ระดับปัญหา									
	ผาสมเด็จ		ผาเตลีน		ผาเอียง		โดยรวม		ระดับ	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ด้านขาดการพัฒนาบุคลากร (เจ้าหน้าที่, สถานประกอบการ, เจ้าหน้าที่ อุทยาน)	-									
1.1 บุคลากรในสถานประกอบการ จ. น.ท.อุทยานฯ มีปัญหา การสื่อสาร การ พูดภาษาอังกฤษ	4.90	0.56	4.84	0.61	4.86	0.58	4.86	0.58	มากที่สุด	
1.2 บุคลากร ในสถานประกอบการ ขาดความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยว	4.52	0.57	4.46	0.63	4.37	0.60	4.42	0.61	มาก	
1.3 บุคลากรในสถานประกอบการ ขาดความรู้เกี่ยวกับข้อมูลในพื้นที่	4.10	0.82	4.12	0.84	4.03	0.87	4.07	0.84	มาก	
1.4 บุคลากรในสถานประกอบการ ขาดประสบการณ์การให้บริการ	3.97	0.91	3.93	0.90	3.83	0.94	3.89	0.92	มาก	
1.5 บุคลากรในสถานประกอบการ ขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.83	0.60	3.78	0.59	3.71	0.63	3.75	0.61	มาก	
1.6 บุคลากรในสถานประกอบการ ขาดการประสานงานกับองค์กร ท่องเที่ยวด้วยกัน	3.90	0.58	3.90	0.63	3.82	0.55	3.86	0.58	มาก	
1.7 บุคลากรในสถานประกอบการ ขาดความรู้ และประสบการณ์ด้าน บริการนำเที่ยว "มัลคูเทศก์"	3.86	0.74	3.87	0.73	3.78	0.77	3.82	0.75	มาก	
รวม	4.15	0.14	4.13	0.12	4.06	0.16	4.10	0.14	มาก	

ตารางที่ 2 ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านมาตรการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย (ต่อ)

รายการ	ระดับปัญหา								
	เหมาะสม		พอใช้		พอใช้		โดยรวม		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
<b>2. ด้านมาตรการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)</b>									
2.1 ปัญหาความสะดวกในการคมนาคมเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่	4.14	0.74	4.19	0.74	4.20	0.77	4.19	0.75	มาก
2.2 ปัญหาด้านที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวที่นี่	3.93	0.53	3.97	0.55	3.96	0.62	3.96	0.58	มาก
2.3 ปัญหาด้านอาหารการกินที่ถูกสุขอนามัยที่นี่	3.93	0.65	3.93	0.61	3.91	0.65	3.92	0.63	มาก
2.4 ปัญหาด้านความสะดวกปลอดภัยของห้องน้ำสำหรับผู้ให้บริการที่นี่	3.93	0.59	4.00	0.60	3.96	0.60	3.97	0.60	มาก
2.5 ปัญหาอำนวยความสะดวกด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราที่นี่	3.93	0.70	3.97	0.71	3.82	0.71	3.89	0.71	มาก
2.6 ปัญหาการสื่อสาร เช่น ป้ายบอกเส้นทาง ระยะทาง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว	3.93	0.75	3.91	0.71	3.95	0.73	3.93	0.72	มาก
2.7 ปัญหาด้านความปลอดภัยในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายเตือนทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา หุบเหว	4.17	0.60	4.10	0.60	4.12	0.65	4.12	0.62	มาก
2.8 ปัญหาด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่	4.10	0.62	4.07	0.53	4.11	0.49	4.09	0.52	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.01</b>	<b>0.08</b>	<b>4.02</b>	<b>0.08</b>	<b>4.00</b>	<b>0.09</b>	<b>4.01</b>	<b>0.08</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 2 ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านขาดการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (ต่อ)

รายการ	ระดับปัญหา								
	เหมาะสม		พอใช้		พอใช้		โดยรวม		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
3. ด้านขาดการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)									
3.1 ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวภูหลวงใช้แผ่นพับยังอยู่ในวงแคบ	4.79	0.49	4.72	0.64	4.68	0.70	4.71	0.65	มากที่สุด
3.2 ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวภูหลวงโดยใช้แผ่นพับและแผ่นโปสเตอร์ไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศูนย์การเดินทาง ได้แก่ สนามบิน สถานีรถทัวร์ สถานีรถไฟ	4.41	0.78	4.37	0.81	4.26	0.83	4.32	0.81	มาก
3.3 ปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวงขาดการประชาสัมพันธ์ โดยองค์กรรัฐและองค์กรต่างประเทศ	4.21	0.77	4.19	0.70	4.18	0.71	4.19	0.72	มาก
3.4 ปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวง ทางวิทยุ	4.10	0.72	4.13	0.71	4.08	0.77	4.10	0.74	มาก
3.5 ปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวงทางโทรทัศน์	4.00	0.76	4.03	0.77	3.97	0.79	3.99	0.78	มาก
3.6 ปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงสภาพศักยภาพ จุดขายของแหล่งท่องเที่ยวภูหลวง	3.93	0.92	3.96	0.90	3.86	0.93	3.91	0.92	มาก
3.7 ปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงสิ่งที่จะได้รับทั้งด้านวัฒนธรรม การศึกษาเรียนรู้ ธรรมชาติ พันธุ์ไม้ที่สวยงามนานาพันธ์	3.93	0.70	3.90	0.65	3.87	0.69	3.89	0.67	มาก
3.8 ปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวง โดยใช้ Internet	3.86	1.03	3.87	0.99	3.75	1.02	3.81	1.01	มาก
รวม	4.16	0.16	4.15	0.12	4.08	0.12	4.12	0.12	มาก

ตารางที่ 2 ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านขาดการประสานงานเครือข่าย (ต่อ)

รายการ	ระดับปัญหา								
	ผาสมเด็จ		ผาตลิ่ง		ผาเอื้อง		โดยรวม		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
<b>4. ด้านขาดการประสานงานเครือข่าย (การท่องเที่ยวภูหลวง จ.เลย)</b>									
4.1 ปัญหาขาดการประสานงานเครือข่าย ภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนการกีฬาฯ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง	3.90	0.90	3.88	0.84	3.81	0.85	3.85	0.85	มาก
4.2 ปัญหาขาดการประสานงานเครือข่าย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง	4.07	0.96	4.06	0.84	3.97	0.90	4.02	0.89	มาก
4.3 ปัญหาขาดการประสานงานกับองค์กร เอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง	4.10	0.62	4.04	0.61	4.04	0.65	4.05	0.63	มาก
4.4 ปัญหาขาดการประสานงานเครือข่าย แหล่งท่องเที่ยวด้วยกันเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวภูหลวง	4.45	0.63	4.38	0.57	4.40	0.57	4.40	0.58	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.18</b>	<b>4.09</b>	<b>0.14</b>	<b>4.06</b>	<b>0.16</b>	<b>4.08</b>	<b>0.16</b>	<b>มาก</b>

### 3. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ด้านการพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวภูหลวง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.68$ ) ความต้องการพัฒนาบุคลากร (เจ้าหน้าที่) ของสถานประกอบการด้านการพูดภาษาอังกฤษมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.89$ ) รองลงมาคือ ความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.80$ ) ส่วนความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับความรู้ด้านการประสานงานกับองค์กรท่องเที่ยวด้วยกัน น้อยที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ )

ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.44$ ) ความต้องการด้านความปลอดภัยในการเดินทาง เช่น ป้ายบอก ทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา หุบเหวมากที่สุด และอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.95$ ) รองลงมาความต้องการให้แก้ปัญหาการสื่อสาร เช่น บอกป้ายทิศทาง ระยะเวลาไปยังสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับความต้องการมาก ( $\bar{X} = 4.42$ ) ส่วนความต้องการให้แก้ปัญหาการอำนวยความสะดวกด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา น้อยที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ )

ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.49$ ) ความต้องการให้แก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่นพับในวงกว้างยิ่งขึ้นมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.69$ ) รองลงมาความต้องการให้แก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวง โดยองค์กรรัฐและองค์กรต่างประเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.54$ ) แต่ความต้องการให้แก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์โดยทางโทรศัพท์น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.34$ )

ด้านการประสานเครือข่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.37$ ) ความต้องการให้แก้ปัญหาขาดการประสานงานเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวด้วยกันมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.46$ ) รองลงมาความต้องการให้แก้ปัญหาขาดการประสานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรมที่พักนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ) แต่ความต้องการให้แก้ปัญหาขาดการประสานงานเครือข่ายภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนกีฬาฯ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.26$ ) ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านการพัฒนาบุคลากร

รายการ	ระดับความต้องการ								
	ผาสมเด็จ		ผาเตลิ่ง		ผาเขื่อง		โดยรวม		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
<b>1. ด้านการพัฒนาบุคลากร (การท่องเที่ยว ภูหลวง จังหวัดเลย)</b>									
1.1 ความต้องการพัฒนาบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการด้านการพูดภาษาอังกฤษ	4.93	0.37	4.85	0.50	4.89	0.45	4.89	0.45	มากที่สุด
1.2 ความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว	4.79	0.41	4.72	0.51	4.75	0.46	4.74	0.47	มากที่สุด
1.3 ความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ในพื้นที่	4.83	0.38	4.75	0.50	4.82	0.41	4.80	0.44	มากที่สุด
1.4 ความต้องการให้บุคลากรของสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้ด้านบริการ	4.79	0.41	4.69	0.55	4.72	0.52	4.72	0.51	มากที่สุด
1.5 ความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้และพัฒนาด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.62	0.62	4.54	0.68	4.53	0.68	4.55	0.67	มากที่สุด
1.6 ความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับความรู้ด้านการประสานงานกับองค์กรท่องเที่ยวด้วยกัน	4.59	0.57	4.51	0.61	4.46	0.60	4.51	0.59	มากที่สุด
1.7 ความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และประสบการณ์ด้านมัคคุเทศก์	4.66	0.48	4.56	0.56	4.56	0.52	4.58	0.53	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.74</b>	<b>0.17</b>	<b>4.66</b>	<b>0.07</b>	<b>4.68</b>	<b>0.09</b>	<b>4.68</b>	<b>0.08</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตารางที่ 3 ระดับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย (ต่อ)

รายการ	ระดับความต้องการ									
	พาสเมด็จ		พาสเตลิ่ง		พาสเยื้อง		โดยรวม		ระดับ	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
<b>2. ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)</b>										
2.1 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาความสะดวกในการคมนาคม เดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยว	4.48	0.51	4.43	0.53	4.34	0.54	4.40	0.52	มาก	
2.2 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาด้านที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยว	4.45	0.51	4.46	0.53	4.36	0.54	4.41	0.52	มาก	
2.3 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาด้านอาหารการกินที่ถูกสุขอนามัย	4.52	0.57	4.38	0.67	4.39	0.64	4.41	0.63	มาก	
2.4 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาด้านความสะดวก ปลอดภัยของห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการ	4.38	0.62	4.29	0.65	4.20	0.65	4.27	0.64	มาก	
2.5 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาการอำนวยความสะดวกด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา	4.28	0.70	4.28	0.69	4.08	0.71	4.19	0.70	มาก	
2.6 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาการสื่อสาร เช่น ป้ายบอกทิศทาง ระยะทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยว	4.45	0.63	4.44	0.63	4.40	0.61	4.42	0.62	มาก	
2.7 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัยในการเดินทาง เช่น มีป้ายเตือนทางโค้ง ทางลงเขา ขึ้นเขา หุบเหว	4.97	0.19	4.94	0.24	4.96	0.20	4.95	0.21	มากที่สุด	
<b>รวม</b>	<b>4.50</b>	<b>0.10</b>	<b>4.46</b>	<b>0.16</b>	<b>4.39</b>	<b>0.17</b>	<b>4.44</b>	<b>0.16</b>	<b>มาก</b>	

ตารางที่ 3 ระดับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (ต่อ)

รายการ	ระดับความต้องการ								
	ผาสมเด็จ		ผาเตลีน		ผาเยื้อง		โดยรวม		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
<b>3. ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)</b>									
3.1 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่นพับให้ใช้ ในวงกว้างยิ่งขึ้น	4.76	0.58	4.71	0.65	4.65	0.71	4.69	0.67	มากที่สุด
3.2 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ และ แผ่นโปสเตอร์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศูนย์การเดินทาง อาทิ สนามบิน สถานี รถทัวร์ สถานีรถไฟ	4.48	0.69	4.46	0.72	4.32	0.76	4.39	0.74	มาก
3.3 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวง โดยองค์กรรัฐและองค์กรต่างประเทศ	4.66	0.48	4.54	0.63	4.49	0.58	4.54	0.59	มากที่สุด
3.4 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยวิทยุกระจายเสียง	4.59	0.68	4.57	0.70	4.47	0.74	4.53	0.72	มากที่สุด
3.5 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยทางโทรทัศน์	4.45	0.63	4.37	0.64	4.28	0.66	4.34	0.65	มาก
3.6 ความต้องการให้แก้ไขปัญหาให้รู้ สภาพ สักยภาพ จุดขาย ของแหล่งท่องเที่ยว	4.41	0.57	4.40	0.58	4.36	0.52	4.38	0.55	มาก
3.7 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา การโฆษณาให้รู้ถึงวัฒนธรรม การศึกษา เรียนรู้คุณค่าธรรมชาติ พันธุ์ไม้นานาพันธุ์	4.55	0.51	4.51	0.50	4.52	0.50	4.52	0.50	มากที่สุด
3.8 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ Internet ให้ทั่วถึงนักท่องเที่ยวทุกระดับ	4.52	0.63	4.43	0.63	4.53	0.60	4.49	0.61	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.55</b>	<b>0.08</b>	<b>4.50</b>	<b>0.07</b>	<b>4.45</b>	<b>0.10</b>	<b>4.49</b>	<b>0.08</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 3 ระดับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ด้านการประสานงานเครือข่าย (ต่อ)

รายการ	ระดับความต้องการ								
	ผาสมเด็จ		ผาเตลีน		ผาเยื้อง		โดยรวม		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
<b>4. ด้านการประสานงานเครือข่าย</b>									
4.1 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่าย ภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนการกีฬาฯ	4.31	0.71	4.22	0.75	4.27	0.72	4.26	0.73	มาก
4.2 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่าย องค์กร ปกครองส่วนอื่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาล	4.38	0.73	4.32	0.70	4.31	0.72	4.32	0.71	มาก
4.3 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว	4.48	0.69	4.41	0.76	4.47	0.73	4.45	0.73	มาก
4.4 ความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่ายกับ แหล่งท่องเที่ยวด้วยกัน	4.48	0.74	4.44	0.72	4.46	0.76	4.46	0.74	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.41</b>	<b>0.02</b>	<b>4.35</b>	<b>0.03</b>	<b>4.38</b>	<b>0.02</b>	<b>4.37</b>	<b>0.01</b>	<b>มาก</b>

#### 4. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ในแหล่งท่องเที่ยว ผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอียง เรียงตามลำดับ ความถี่มากขึ้น (ตอบได้หลายคำตอบ) ดังต่อไปนี้

4.1 ควรมีการพัฒนาบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ในสถานประกอบการและเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติที่ดูแลผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอียง ให้มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เพื่อจะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ (ผู้ตอบ 95 ราย)

4.2 ควรพัฒนาเจ้าหน้าที่ในสถานประกอบการให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้อธิบายให้นักท่องเที่ยว (ผู้ตอบ 70 ราย)

4.3 ควรมีการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ จะได้เข้าใจ เข้าถึง นักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น (ผู้ตอบ 69 ราย)

4.4 ควรปรับปรุงด้านประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบต่าง ๆ เช่น ควรใช้แผ่นพับให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย (ผู้ตอบ 68 ราย)

4.5 ผู้เกี่ยวข้องควรประสานงานกับ ททท. หรือองค์กรรัฐ ที่ทำงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น (ผู้ตอบ 65 ราย)

4.6 ควรปรับปรุงด้านประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง ให้มากยิ่งขึ้น (ผู้ตอบ 62 ราย)

4.7 ควรพัฒนาด้านความปลอดภัยในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีป้ายเตือนทางโค้ง ทางลงเขา ขึ้นเขา แล่นหุบเขา (ผู้ตอบ 60 ราย)

4.8 ควรมีการสื่อสารบอกทิศทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น บอกระยะทาง เป็นระยะ ๆ จากต้นทางคมนาคม เป็นต้นว่า จากสถานีรถไฟ สนามบิน สถานีรถขนส่ง หรือทางแยกต่าง ๆ (ผู้ตอบ 58 ราย)

4.9 ควรพัฒนาด้านอาหารและน้ำดื่มให้สะอาดถูกสุขอนามัยยิ่งขึ้น (ผู้ตอบ 55 ราย)

4.10 ควรมีการประสานงานเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวด้วยกันให้มากยิ่งขึ้น (ผู้ตอบ 40 ราย)

4.11 ควรมีการประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น เจ้าของโรงแรม ที่พักของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้ให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (ผู้ตอบ 38 ราย)

4.12 ควรมีการประสานงานกับเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์กรบริการส่วนจังหวัด องค์กรบริหารส่วนตำบล และเทศบาล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (ผู้ตอบ 35 ราย)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview guide) แนวทางการสังเกต (Observation Guide) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลได้สัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เจ้าหน้าที่อุทยานฯ เจ้าหน้าที่ ททท. ผู้ประกอบการร้านค้า นักท่องเที่ยว และชาวบ้านผู้เกี่ยวข้อง ผลการวิเคราะห์พบว่า

### 1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 ปัญหาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะการพูดภาษาอังกฤษ ยังไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ ได้แก่ กลุ่มบุคลากรในสถานประกอบการ และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ทั้ง 3 ผา เช่น ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง

1.2 ปัญหามูลค่าในสถานประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับข้อมูลในพื้นที่ ทั้ง ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง ทำให้ไม่สามารถจะอธิบายชี้แนะนักท่องเที่ยวได้

1.3 ปัญหามูลค่าในสถานประกอบการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ทั้งบริการนำเที่ยว บางรายขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และขาดการประสานงานกับองค์กรท่องเที่ยวด้วยกัน

1.4 ปัญหาด้านอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะด้านที่พักอาศัย ด้านห้องน้ำของผู้ใช้บริการยังไม่สะดวกเท่าที่ควร และยังไม่มีความปลอดภัยในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ผา ไม่มีป้ายเตือนทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางไปผาสมเด็จ และผาเอื้อง

1.5 ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย ยังอยู่ในวงแคบ แม้ว่าจะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ แผ่นโปสเตอร์ ก็ยังไม่ทั่วถึง และไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ ไม่มีความถี่และไม่ต่อเนื่อง บางครั้งได้ใช้ประชาสัมพันธ์ทาง Internet ก็ยังมีน้อยทั้งเกี่ยวกับผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง

1.6 ปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงจุดเด่น หรือศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวยังมีมาก ซึ่งควรโฆษณาให้รู้ถึงธรรมชาติที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ผา

1.7 ปัญหาขาดการประสานงานเครือข่าย ยังมีมาก เช่น เครือข่ายภาครัฐ ได้แก่ ททท. โรงเรียนกีฬา เครือข่ายองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว เครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. และเทศบาลในแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ผา ในอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

### 2. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้พบว่า

2.1 บุคลากรในสถานประกอบการ เช่น ร้านค้า และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ของ ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง มีความต้องการจะได้รับการฝึกอบรมด้านการพูด การฟัง ภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ ส่วนการเขียนต้องใช้เวลานาน อาจจะจัดฝึกอบรมหรือจัดสอนในขั้นต่อไป

2.2 บุคลากรในสถานประกอบการ ต้องการจะได้รับการเพิ่มพูนความรู้ และความเข้าใจข้อมูลของพื้นที่ จุดเด่น หรือจุดขายของผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นข้อมูลนำไปอธิบาย แนะนำแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเขาจะได้ตัดสินใจไปท่องเที่ยว ทั้ง 3 ผา

2.3 ต้องการพัฒนาวิธีการประชาสัมพันธ์และโฆษณาการท่องเที่ยวหลวง จ.เลย ทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้างยิ่งขึ้น โดยพัฒนาสื่อ เนื้อหา จุดขาย ของแหล่งท่องเที่ยว เน้นความสวยงามและศักยภาพของผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ ทั้งผ่านพับโปสเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ Internet ควรมีความถี่ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

2.4 ต้องการอำนวยความสะดวกและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ทั้งที่พัก ห้องน้ำ อาหารที่ถูกสุขอนามัย มีป้ายเตือนทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา ทางไปเที่ยวผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง ทั้งมีป้ายบอกระยะทาง เป็นช่วง ๆ ด้วย

2.5 ต้องการให้พัฒนาการประสานงานเครือข่ายให้ได้ผลยิ่งขึ้น ทั้งเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น ททท. โรงเรียนกีฬา โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว และ อบจ. อบต. และเทศบาล ทั้งนี้เพื่อจะได้ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวมากยิ่งขึ้น

### 3. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ ดังนี้

3.1 ควรพัฒนาคน เป็นอันดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ซึ่งทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ ควรได้รับการอบรมให้มีความรู้ภาษาอังกฤษ เพื่อจะได้อธิบายความสวยงาม และข้อปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการควรได้รับการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เพื่อจะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการควรได้รับการอบรมให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ศักยภาพ หรือจุดเด่น ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อจะได้ให้การแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

3.2 ควรพัฒนาด้านความสะดวกและปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ร้านค้า ห้องน้ำควรสะอาด อาหารถูกสุขอนามัย แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย การคมนาคมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวควรมีความปลอดภัย โดยมีป้ายบอกระยะทาง ลักษณะทางขึ้นเขา ลงเขา ผ่านหุบเขา ควรมีป้ายบอกระยะทาง เป็นต้น

3.3 ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 3 ผา (ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง) ทั้งเนื้อหาและวิธีการประชาสัมพันธ์ควรมีความถี่และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

3.4 ควรพัฒนาการประสานงานกับองค์กรเครือข่ายทั้งภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนกีฬา ภาคเอกชน เช่น เจ้าของโรงแรม เจ้าของที่พัก และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต.

และเทศบาล เพื่อขอความร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวและนำนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ให้มากยิ่งขึ้น จัดว่าเป็นการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวได้อีกประการหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง) อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2553 มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 30 คน สรุปได้ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวฯ ควรพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวผาสมเด็จ ผาเตลีน และ ผาเอียง ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจมากนัก ซึ่งปกตินักท่องเที่ยวจะไปเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ในช่วงฤดูหนาว จะได้ชมวิทิวทัศน์และความสวยงามของดอกไม้บานาพันธุ์ หากมีการประชาสัมพันธ์เน้นทั้งเนื้อหา หรือศักยภาพ จุดเด่น ของแหล่งท่องเที่ยวก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และควรใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบเป็นต้นว่า แผ่นพับ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ บทความลงหนังสือพิมพ์ หรือหนังสือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และ โฆษณาทาง Internet

นอกจากนี้ในด้านการประชาสัมพันธ์ ควรจัดประกวดการวาดภาพ ประกวดเรียงความ สำหรับนักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป บรรยายความสวยงาม ประวัติความเป็นมา และการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอียง และจัดทำแผ่น ส.ค.ส. ทั้ง 3 ผา จัดว่าเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2. ควรพัฒนาบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เจ้าหน้าที่สถานประกอบการให้มีความรู้ภาษาอังกฤษ เท่าที่ทราบกันทั่วไป บุคลากรดังกล่าวยังไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ และมีความต้องการจะเพิ่มพูนความรู้ด้านภาษาอังกฤษ และข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อจะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

3. ควรพัฒนาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ปลอดภัย นับตั้งแต่ร้านค้า ร้านอาหาร ต้องสะอาด การปรุงอาหารต้องถูกสุขลักษณะ ทางเดินควรมีการติดไฟฟ้าเพื่อแสงสว่างจะได้มีความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวควรมีความสะอาด ปราศจากการทิ้งขยะ เศษกระดาษ เศษอาหาร เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

4. ควรมีป้ายบอกเส้นทาง และระยะทาง ลักษณะของเส้นทาง เช่น ทางขึ้นเขา ลงเขา ผ่านริมเหว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

5. ควรมีการพัฒนาการประสานงานเครือข่าย เพื่อจะได้ประสานให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ต่อไปได้ การประสานงานเครือข่ายทั้งเครือข่ายภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนกีฬา ภาคเอกชน เช่น เจ้าของโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก และองค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาล เป็นต้น



การปฏิบัติการแก้ปัญหาและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย (ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง) โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สรุปได้ดังนี้

ได้ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย หลายประการ ได้แก่

1. ได้ให้การฝึกอบรมภาษาอังกฤษแก่ เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ และเจ้าหน้าที่สถานประกอบการ เป็นเวลา 2 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 15-31 สิงหาคม 2553 มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 30 คน เกี่ยวกับการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เจ้าหน้าที่อุทยานฯ ให้สามารถอธิบายชี้แจงข้อปฏิบัติต่อแหล่งท่องเที่ยวได้

2. ได้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง ทาง Internet เพื่อช่วยให้การประชาสัมพันธ์ขยายวงกว้างระดับนานาชาติยิ่งขึ้น

3. ได้ทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเยื้อง เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาไทยและได้นำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามจุดต่าง ๆ เช่น ททท. สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถขนส่ง เป็นต้น

4. ได้ทำป้ายบอกทาง ระยะทาง ไปแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ต่อไปนี้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

#### สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐาน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ มีทั้งหมด 192 ราย เป็นชาย 95 ราย หญิง 97 ราย อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด อายุอยู่ในช่วง ไม่เกิน 20 ปี และ 46-50 ปี น้อยที่สุด ระดับการศึกษา จบปริญญาตรีมากที่สุด ระดับการศึกษามัธยม / ปวช. และอนุปริญญา น้อยที่สุด สถานภาพสมรส โสด มากที่สุด อาชีพ รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด อาชีพรับราชการ, เกษตรกรและค้าขาย น้อยที่สุด

#### 2. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย สรุปได้ดังนี้

2.1 ปัญหาด้านขาดการพัฒนาบุคลากร พบว่า บุคลากรในสถานประกอบการมีปัญหาคือ การสื่อสาร การพูดภาษาอังกฤษ บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลของพื้นที่ผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้อง

2.2 ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว ไม่มีป้ายเตือนทางโค้ง ทางขึ้นเขาลงเขา หุบเหว โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางไปผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอื้อง

2.3 ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา แม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวภูหลวง โดยใช้แผ่นพับ และโปสเตอร์ แต่ยังคงอยู่ในวงแคบ ไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น สนามบิน สถานีรถทัวร์ สถานีรถไฟ ส่วนการประชาสัมพันธ์ทาง Internet มีน้อยมาก

2.4 ปัญหาด้านการประสานงานเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวด้วยกัน ซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง นอกจากนี้ยังขาดการประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรมที่พักนักท่องเที่ยว

ขาดการประสานงานเครือข่ายรัฐ เช่น ททท. โรงเรียนกีฬา เครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. และเทศบาล

### 3. ความต้องการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย สรุปได้ดังนี้

3.1 ต้องการให้เจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการและเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ได้รับการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ จะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ และต้องการให้บุคลากรได้รับการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว

3.2 ต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวก ปลอดภัย เกี่ยวกับที่พัก ห้องน้ำ อาหาร ถูกสุขอนามัย มีป้ายเตือน ทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา ควรมีป้ายบอกระยะทางเป็นช่วง ๆ ด้วย

3.3 ต้องการให้แก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์และโฆษณา ให้อยู่ในวงกว้างยิ่งขึ้น พัฒนาสื่อ เนื้อหา วิธีการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ ทั้งแผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ Internet ควรมีความถี่และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

3.4 ต้องการให้พัฒนาการประสานงานเครือข่าย ทั้งเครือข่ายภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนกีฬา ภาคเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. และเทศบาล

### 4. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย สรุปได้ดังนี้

4.1 ควรพัฒนาคน ได้แก่ บุคลากรของสถานประกอบการ เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ด้านการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เพื่อจะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ บุคลากรของสถานประกอบการ ควรได้รับการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จะได้ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้

4.2 ควรพัฒนาด้านความสะดวก ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอียง เริ่มตั้งแต่ ห้องน้ำควรสะอาด อาหารควรปรุงให้ถูกสุขอนามัย การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยว ควรมีความปลอดภัย โดยการมีป้ายบอกระยะทาง ลักษณะทางขึ้นเขา ลงเขา ผาหุบเหว

4.3 ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ผา ได้แก่ ผาสมเด็จ ผาเตลิ่ง และผาเอียง ทั้งเนื้อหาและวิธีการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

4.4 ควรพัฒนาการประสานงานกับองค์กรเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. และเทศบาล

สรุปการปฏิบัติการแก้ปัญหา และพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย (ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง) โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีดังต่อไปนี้

ได้ประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ได้แก่

1. ได้ฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เน้นการพูด ให้แก่เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เจ้าหน้าที่สถานประกอบการ เป็นเวลา 2 สัปดาห์ เพื่อให้สามารถอธิบายชี้แจงแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้
2. ได้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง ทาง Internet เพื่อให้การประชาสัมพันธ์นำไปสู่ระดับนานาชาติยิ่งขึ้น
3. ได้ทำแผ่นพับ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ผาสมเด็จ ผาเตลีน และผาเอื้อง เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่เป็นศูนย์ของการคมนาคม อาทิ ททท. สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถขนส่ง เป็นต้น
4. ได้ทำป้ายบอกระยะทางไปแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

#### การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ จึงได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย พบว่า บุคลากรในสถานประกอบการ และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ยังขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ทำให้มีปัญหาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรธิรา ผลงาม (2549) ได้วิจัยและพัฒนาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาอ่างเก็บน้ำห้วยน้ำหนาน ตำบลน้ำหนาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย ปัญหาจากผู้ประกอบการด้านการให้บริการบางคนขาดทักษะต่าง ๆ โดยเฉพาะทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างประชาติมาเที่ยว ไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ ทั้งนี้อภิปรายได้ว่าบุคลากรในสถานประกอบการก็ดี เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติก็ดี ยังขาดการกระตุ้นและส่งเสริมการใช้ทักษะภาษาอังกฤษเท่าที่ควร จึงทำให้ไม่สามารถจะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

นอกจากนี้ยังพบว่า ได้มีปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาอย่างกว้างขวางและไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลำไย แสงสว่าง (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง บทบาทขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเลยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ปัญหาอุปสรรค ได้แก่ อำเภอภูเรือมีฤดูกาลท่องเที่ยวสั้น เฉพาะในช่วงฤดูหนาวเท่านั้น ทั้งขาดการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง และสอดคล้องกับการบรรยายของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544) กล่าวว่าการตลาด (Marketing) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการวิจัยศักยภาพทางการตลาดของนักท่องเที่ยวและ

การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา ซึ่งอภิปรายได้ว่า การส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวประการหนึ่งนั้นคือ การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จะสามารถให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลอดทั้งการคมนาคมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

ปัญหาขาดการประสานงานเครือข่ายและแหล่งท่องเที่ยวกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรุณา วรจินดา (2549) ได้วิจัยเรื่อง บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีสำคัญในจังหวัดมหาสารคาม คือ การสร้างเครือข่ายกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนนั้น อภิปรายได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่จะการสร้างเครือข่ายให้ได้ผลนั้นควรประกอบด้วย เครือข่ายหลัก เครือข่ายรอง และเครือข่ายขยาย ตามที่ วันทนีย์- วาสีละสินและคณะ (2538) อ้างอิงมาจาก เจ.มัวส์เซเวน (1974) ได้จำแนกเครือข่ายทางสังคม เป็น 3 โชน ได้แก่ เครือข่ายหลัก ได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งมีความใกล้ชิด เครือข่ายรอง ประกอบด้วย บุคคลที่เป็นศูนย์กลาง ได้แก่ ญาติพี่น้องที่ห่างออกไป คนที่รู้จักคุ้นเคย ส่วนเครือข่ายขยาย คือ กลุ่มคนที่เป็นศูนย์กลางไม่รู้จักโดยตรง สามารถติดต่อสัมพันธ์ได้ ในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวนี้ควรสร้างเครือข่าย ทั้ง 3 ประเภท ทั้งผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ควรมีบทบาทในการสร้างเครือข่ายด้วย

2. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย พบว่า ควรพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทั้งเนื้อหาและวิธีการประชาสัมพันธ์ให้กว้างไกลยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขณา อินทร์บึง (2553) ได้วิจัยเรื่อง บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาโฮงมูนมังเมืองขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า แนวทางการพัฒนาบทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กว้างขวางมากกว่านี้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรุณา วรจินดา (2549) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม คือ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ทั้งนี้อภิปรายได้ว่า แนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์นั้น ผู้ที่จะประชาสัมพันธ์ นอกจากองค์กรภาครัฐแล้ว ผู้ประกอบการ ญาติมิตรผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ด้วย และควรประชาสัมพันธ์ทุกระดับใช้สื่อทุกประเภทไม่ว่าสื่อบุคคล สื่อเอกสาร แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ Internet และใช้สื่อสารรูปแบบนวัตกรรมใหม่ใช้สื่อ Web 2.0 เป็นเครื่องมือให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายด้วย

**ข้อค้นพบที่น่าสนใจ** ในการวิจัยนี้ คือ ภูหลวง (ภูเขา) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่ง เป็นเขตติดต่อกับอำเภอภูหลวง มีศักยภาพหรือมีจุดเด่น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปเที่ยวอำเภอภูหลวงได้

อนึ่ง ในอำเภอภูหลวง มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามประทับใจหลายแห่ง เช่น น้ำตกห้วยเลา ถ้ำดินลาย น้ำตกเลยตาด น้ำตกเลยหง่า และภูหอ แต่ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นที่สังเกตว่า ผู้จะไปท่องเที่ยวภูหลวง ต้องไปขึ้นที่อำเภอภูเรือ ตำบลสามัคคี เท่านั้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย มีดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า บุคลากรในสถานประกอบการมีความต้องการพูดภาษาอังกฤษได้ เพื่อจะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.89$ ) และยังต้องการจะได้รับการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.80$ ) ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือเจ้าของสถานประกอบการ ควรให้โอกาสบุคลากรในสถานประกอบการ ได้รับการฝึกอบรมภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนักวิจัยในโครงการนี้ได้อบรมภาษาอังกฤษเป็นการปูพื้นฐาน ไว้ให้ระดับหนึ่งแล้ว

นอกจากนี้ เจ้าของสถานประกอบการ ควรให้โอกาสบุคลากรเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในพื้นที่ด้วย เช่น ลักษณะและจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

1.2 จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง (นักท่องเที่ยว ชาวบ้าน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการ) มีความต้องการให้แก้ปัญหาด้านความปลอดภัย เช่น การมีป้ายเตือนทางโค้ง ทางลงเขา ขึ้นเขา หุบเหว อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.95$ ) และต้องการให้แก้ไขปัญหาค่าโดยสาร เช่น การมีป้ายบอกทิศทาง ระยะทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.42$ )

ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรทำป้ายบอกทิศทาง ระยะทาง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการเดินทางควรมีป้ายเตือน ทางโค้ง ทางลงเขา ขึ้นเขา หุบเหว อีกถึงแม้ว่านักวิจัยในโครงการนี้ ได้จัดทำไว้ให้บางส่วนแล้ว

1.3 จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการจะให้แก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่นพับให้กว้างขวางยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.69$ ) และต้องการให้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูหลวง โดยองค์กรรัฐและองค์กรต่างประเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.54$ )

ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องควรพัฒนาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้สื่อต่าง ๆ ให้กว้างไกล และทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะแผ่นพับ วิทยุ โทรศัพท์ Internet ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์โดยองค์กรรัฐ และองค์กรต่างประเทศ

1.4 จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการให้แก้ปัญหา  
ขาดการประสานเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวด้วยกัน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.46$ ) และต้องการให้  
ประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45$ )

ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมด้านการประสานงานเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยว  
ด้วยกัน และประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม และที่พักของนักท่องเที่ยว

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป มีดังนี้

2.1 ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เกี่ยวกับการติดตามผลการพัฒนา  
ตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ผาสมเด็จ ผาเตลัน และผาเอียง ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบข้อมูล  
เชิงลึก สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อต้องการทราบสภาพปัญหา  
และความต้องการของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ทั้งนี้เพื่อจะได้นำข้อมูลไปปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว  
ต่อไป

2.3 ควรทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory Action  
Research-PAR) เพื่อต้องการทราบปัญหา แก้ปัญหาร่วมกันกับชุมชน และเพื่อจะได้ส่งเสริม  
พัฒนาการท่องเที่ยวไทยต่อไป

**บรรณานุกรม**



## บรรณานุกรม

- กชกรมน วงศ์คำ. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนของกลุ่มจังหวัด  
ร้อยแก่นสารสินธุ์. กลุ่มวิชาการจัดการ : คุษภูบั้งทิต. มหาวิทยาลัยภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือ, 2552.
- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารการพัฒนาท้องถิ่น : กรกฎาคม : 136, 2549.
- กฤษดา ยะการ. ความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชน ตำบล  
แม่ทราย อำเภอร่องควาง จังหวัดแพร่. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปกรรมศาสตร  
มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.
- ขนิษฐา กาญจนรังสีนนท์. การประสานงานขององค์การเอกชนสาธารณะประโยชน์ในงานพัฒนา  
เด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สาขา  
การวิเคราะห์และวางแผนทางสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2542.
- งามพิศ สัตย์สงวน. หลักการมานุษยวิทยาวัฒนธรรม. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา  
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสภา, 2538.
- จักรพงษ์ สงวนชม. ภูมิปัญญาและการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรดิน.  
กรณีศึกษาหมู่บ้านกะเลา ตำบลหมื่นศรี อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์  
ศศ.บ. (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา). บุรีรัมย์ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์,  
2549.
- เจน ยินดีรัมย์. การจัดเครือข่ายกลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตรเพื่อการพึ่งพาตนเอง. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2544.
- เจษฎา หล้าคำ. ภูมิปัญญาและการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรป่าไม้.  
กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านหนองเสม็ด ตำบลกระหาด อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์.  
วิทยานิพนธ์ ศศ.บ. (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา). บุรีรัมย์ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 2549.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.
- ชัยยุทธ รัตนปทุมวรรณ. การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนา  
องค์การบริหารส่วนตำบล. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. พัฒนาสังคม. ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2544.

- ทิพยา กิจวิจารณ์. วิธีวิทยาการวิจัยทางการศึกษา สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2550.
- ธีรพงษ์ แก้วหาวงษ์. กระบวนการเสริมสร้างชุมชนแข็งแรง. (พิมพ์ครั้งที่ 4). ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา. สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, 2543.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1 : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.
- พิพัฒน์ ลาภปรารณา. การมีส่วนร่วมในการบริหารกรุงเทพมหานครของสมาชิกสภากรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ ศศ.บ. (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2546.
- ไพศาล สรรสวัสดิสุทธิ์และคณะ. การบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลเขาทองโดยการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ (รัฐประศาสนศาสตร์มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). นครสวรรค์ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2547.
- ภัทรธิรา ผลงาม. การวิจัยและพัฒนา รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาอ่างเก็บน้ำห้วยน้ำหนาน ตำบลน้ำหนาน อำเภอเมืองจังหวัดเลย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2549.
- ลำไย แสงสว่าง. บทบาทองค์การบริหารส่วนจังหวัดเลยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย. ภาคนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2547.
- วิรัตน์ นาคนชม. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2548.
- วิรุณา วรจินดา. บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีสำคัญในจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2549.
- ลักขณา อินทร์บึง. บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาโสมนังเมืองขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2553.
- วิไลวัจน์ กฤษณะภูติ และคณะ. สถานการณ์ในการแก้ปัญหาเด็กขององค์กรพัฒนาเอกชนในจังหวัดขอนแก่น. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2549.

- วิไลวัจน์ กฤษณะภูติ และคณะ. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม. เอกสารประกอบการบรรยาย  
 วิชาวิจัยทางสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2550.
- สุเมธ พุทธนันเมธา. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารโรงเรียน. กรณีศึกษาโรงเรียน  
 บ้านป่าหนาม อำเภอเคนดง จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ (บริหารการศึกษา). บุรีรัมย์ :  
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 2549.
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ตำราชุดฝึกอบรมหลักสูตร “นักวิจัย” กรุงเทพมหานคร :  
 สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2547.
- สำเริง จันทรสวรรณ และคณะ. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. ขอนแก่น : คณะมนุษยศาสตร์และ  
 สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2547.
- อัครบุตร อัครสุขบุตร. การมีส่วนร่วมของกำนันและผู้ใหญ่บ้านในการป้องกันและแก้ไขปัญหา  
 ยาเสพติดในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ศศ.บ. (วิชาสังคมศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย  
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2548.
- Duygu Salman และคณะ. “Creative Tourism and Emotional labor : an investigatory model of  
 possible interactions” Tourism and Hospitality Research, Vol. 4 ISS : 3, P. 186-197,  
 2010.
- Lindqvist, Lars-Johan and Peter Bjork, 2000, “Perceived Safety as an Important Quality  
 Dimension among Senior Tourists” Tourism Economics. Val. 6, No. 2, P. 151-158.
- Philip Kotler/ Gary Armstrong. Principles of Marketing Pearson Education, INC., 2006.
- Patterson, 1.2002 “Baby Boomers and Adventure Tourism : The Importance of Marketing  
 the Leisure Experience” World Leisure, 2, p. 4-10

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน  
เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

แบบสอบถาม (ถามนักท่องเที่ยว)

เรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอำเภอ ภูหลวง จังหวัดเลย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือเติมคำลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. ชื่อ-สกุล (นาย,นาง,นางสาว).....

2. อายุ ( ) ไม่เกิน 20 ปี

( ) 20-30 ปี

( ) 31-40 ปี

( ) 41-45 ปี

( ) 46-50 ปี

( ) 50 ปีขึ้นไป

3. ที่อยู่ (สถานที่ประกอบการ) บ้านเลขที่.....หมู่บ้าน.....ตำบล.....

อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย โทรศัพท์.....

4. ระดับการศึกษา

( ) ประถมศึกษา

( ) มัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

( ) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

( ) ปริญญาตรี

( ) ปริญญาโท

( ) อื่น ๆ ระบุ.....

5. สถานภาพสมรส

( ) โสด ( ) แต่งงาน

( ) หย่า ( ) หม้าย

6. อาชีพ

- ( ) บริการการท่องเที่ยว ( ) รับราชการ  
( ) ค้าขาย ( ) รัฐวิสาหกิจ  
( ) เกษตรกรรม ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

7. สถานภาพผู้ตอบ

- ( ) นักท่องเที่ยว ( ) เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ ( ) เจ้าหน้าที่หน่วยงานของเอกชน  
( ) ชาวบ้าน ( ) พ่อค้า แม่ค้า  
( ) อื่น ๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาที่ตรงกับความคิดเห็นตามความเป็นจริง  
ของท่านเพียงช่องเดียว กรณีไม่ทราบให้ใช้ขีด -

รายการ	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านขาดการพัฒนาบุคลากร (เจ้าหน้าที่)					
1.1 ท่านเห็นว่าบุคลากรในสถานประกอบการ มีปัญหาการสื่อสาร พูดภาษาอังกฤษได้เพียงใด					
1.2 ท่านเห็นว่าบุคลากร ในสถานประกอบการ ขาดความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยว เพียงใด					
1.3 ท่านเห็นว่าบุคลากรในสถานประกอบการ ขาดความรู้เกี่ยวกับข้อมูลในพื้นที่ เพียงใด					
1.4 ท่านเห็นว่าบุคลากรในสถานประกอบการ ขาดประสบการณ์การให้บริการ เพียงใด					
1.5 ท่านเห็นว่าบุคลากรในสถานประกอบการ ขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพียงใด					
1.6 ท่านเห็นว่าบุคลากรในสถานประกอบการ ขาดการประสานงานกับองค์กรท่องเที่ยวด้วยกัน เพียงใด					
1.7 ท่านเห็นว่าบุคลากรในสถานประกอบการ ขาดความรู้ และประสบการณ์ด้านบริการนำเที่ยว "มัคคุเทศก์" เพียงใด					
2. ด้านขาดการอำนวยความสะดวกและ ความปลอดภัย (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)					
2.1 ท่านเห็นว่าปัญหาความสะดวกในการคมนาคม เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่ มีเพียงใด					
2.2 ท่านเห็นว่า ปัญหาด้านที่พักอาศัยของ นักท่องเที่ยวที่นี่ มีเพียงใด					



รายการ	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.3 ท่านเห็นว่าปัญหาด้านอาหารการกินที่ถูก สุขอนามัยที่นี่มีเพียงใด					
2.4 ท่านเห็นว่าปัญหาด้านความสะดวกปลอดภัย ของห้องน้ำสำหรับผู้ให้บริการที่นี่ มีเพียงใด					
2.5 ท่านเห็นว่าปัญหาอำนวยความสะดวก ด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราที่นี่ มีเพียงใด					
2.6 ท่านเห็นว่าปัญหาการสื่อสาร เช่น ป้ายบอก เส้นทาง ระยะทาง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีเพียงใด					
2.7 ท่านเห็นว่าปัญหาด้านความปลอดภัยใน การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายเตือน ทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา หุบเหว มีเพียงใด					
2.8 ท่านเห็นว่าปัญหาด้านความปลอดภัยของ สถานที่ท่องเที่ยวที่นี่ มีเพียงใด					
3. ด้านขาดการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)					
3.1 ท่านเห็นว่าปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวภูหลวงใช้แผ่นพับยังอยู่ในวงแคบ มีเพียงใด					
3.2 ท่านเห็นว่าปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวภูหลวงโดยใช้แผ่นพับและ แผ่นโปสเตอร์ไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศูนย์การ เดินทาง ได้แก่ สนามบิน สถานีรถทัวร์ สถานีรถไฟ มีเพียงใด					
3.3 ท่านเห็นว่าปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ภูหลวงขาดการประชาสัมพันธ์ โดยองค์กรรัฐและองค์กรต่างประเทศ มีเพียงใด					

รายการ	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.4 ท่านเห็นว่าปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภูหลวง ทางวิทยุ มีเพียงใด					
3.5 ท่านเห็นว่าปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภูหลวงทางโทรทัศน์ มีเพียงใด					
3.6 ท่านเห็นว่าปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงสภาพ ศักยภาพ จุดขายของแหล่งท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
3.7 ท่านเห็นว่าปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงสิ่งที่จะ ได้รับทั้งด้านวัฒนธรรม การศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติ พันธุ์ไม้ที่สวยงามนานาพันธุ์ มีเพียงใด					
3.8 ท่านเห็นว่าปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภูหลวง โดยใช้ Internet มีเพียงใด					
<b>4. ด้านขาดการประสานงานเครือข่าย (การท่องเที่ยวภูหลวง จ.เลย)</b>					
4.1 ท่านเห็นว่าปัญหาขาดการประสานงาน เครือข่ายภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนการกีฬาฯ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
4.2 ท่านเห็นว่าปัญหาขาดการประสานงาน เครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
4.3 ท่านเห็นว่าปัญหาขาดการประสานงานกับ องค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
4.4 ท่านเห็นว่าปัญหาขาดการประสานงาน เครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวด้วยกันเกี่ยวกับการ การท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					

ส่วนที่ 3 ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาที่ตรงกับความคิดเห็นตามความเป็นจริง  
ของท่านเพียงช่องเดียว กรณีไม่ทราบให้ใช้ขีด -

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการพัฒนาบุคลากร (การท่องเที่ยว ภูหลวง จังหวัดเลย)					
1.1 ท่านมีความต้องการพัฒนาบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการด้านการพูดภาษาอังกฤษ เพียงใด					
1.2 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว เพียงใด					
1.3 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในพื้นที่ เพียงใด					
1.4 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรของสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้ ด้านบริการ เพียงใด					
1.5 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้ และพัฒนา ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพียงใด					
1.6 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับความรู้ด้านการประสานงานกับองค์กรท่องเที่ยวด้วยกัน					
1.7 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการ ได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ และประสบการณ์ด้านมัคคุเทศก์ เพียงใด					

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)					
2.1 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ความสะดวกในการคมนาคม เดินทาง มาตรฐานที่ ท่องเที่ยว เพียงใด					
2.2 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านที่พัก อาศัยของนักท่องเที่ยว เพียงใด					
2.3 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านอาหาร การกินที่ถูกรสนิยม เพียงใด					
2.4 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านความสะดวก ปลอดภัยของห้องน้ำ สำหรับ ผู้ใช้บริการ เพียงใด					
2.5 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การอำนวยความสะดวก ด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา เพียงใด					
2.6 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การสื่อสาร เช่น ป้ายบอกทิศทาง ระยะทาง ไปยังสถานที่ ท่องเที่ยว เพียงใด					
2.7 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านความ ปลอดภัยในการเดินทาง เช่น มีป้ายเตือนทางโค้ง ทางลงเขา ขึ้นเขา หุบเหว เพียงใด					
3. ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)					
3.1 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่นพับให้ใช้ใน วงกว้างยิ่งขึ้น เพียงใด					

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.2 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ และแผ่นโปสเตอร์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศูนย์การเดินทาง อาทิ สนามบิน สถานีรถทัวร์ สถานีรถไฟ เพียงใด					
3.3 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทวงโดยองค์รัฐและองค์กรต่างประเทศ เพียงใด					
3.4 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยวิทยุกระจายเสียง เพียงใด					
3.5 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา					
3.6 การประชาสัมพันธ์โดยทางโทรทัศน์ เพียงใด					
3.6 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหาให้รู้สภาพศักยภาพ จุดขาย ของแหล่งท่องเที่ยว เพียงใด					
3.7 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงวัฒนธรรม การศึกษาเรียนรู้คุณค่าธรรมชาติพันธุ์ไม้นานาพันธ์ เพียงใด					
3.8 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ Internet ให้ทั่วถึงนักท่องเที่ยวทุกระดับ เพียงใด					
<b>4. ด้านการประสานงานเครือข่าย</b>					
4.1 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่าย ภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนการกีฬาฯ					
4.2 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่าย องค์กรปกครองส่วนถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาล เพียงใด					

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.3 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว เพียงใด					
4.4 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยว ด้วยกัน เพียงใด					

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ตามความคิดเห็นของท่าน

1. ด้านการพัฒนาบุคลากร
2. ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย
3. ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา
4. ด้านการประสานงานเครือข่าย
5. ด้านอื่น ๆ

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง

แบบสอบถาม (ถามผู้ประกอบการ)

เรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอำเภอ ภูหลวง จังหวัดเลย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือเติมคำลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. ชื่อ-สกุล (นาย,นาง,นางสาว).....

2. อายุ ( ) 20-30 ปี ( ) 31-40 ปี  
( ) 41-45 ปี ( ) 46-50 ปี  
( ) 51 ปีขึ้นไป

3. ที่อยู่ (สถานที่ประกอบการ) บ้านเลขที่..... หมู่บ้าน..... ตำบล.....  
อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย โทรศัพท์.....

4. ระดับการศึกษา

- ( ) ประถมศึกษา
- ( ) มัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ
- ( ) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
- ( ) ปริญญาตรี
- ( ) ปริญญาโท
- ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

5. สถานภาพสมรส

- ( ) โสด ( ) แต่งงาน
- ( ) หย่า ( ) หม้าย

6. กรณีแต่งงานแล้ว

- จำนวนบุตร.....คน
- กำลังเรียนหนังสือ.....คน
- มีครอบครัวแล้ว.....คน
- สามารถช่วยบริการการท่องเที่ยว.....คน

7. อาชีพ

- ( ) บริการการท่องเที่ยว ( ) รับราชการ  
( ) ค้าขาย ( ) รัฐวิสาหกิจ  
( ) เกษตรกรรม ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

8. รายได้ต่อเดือน

- ( ) ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 5,001-10,000 บาท  
( ) 10,001-20,000 บาท ( ) 20,001 บาทขึ้นไป

9. อาชีพคู่สมรส

- ( ) บริการการท่องเที่ยว ( ) รับราชการ  
( ) ค้าขาย ( ) รัฐวิสาหกิจ  
( ) เกษตรกรรม ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

10. รายได้ต่อเดือน.....

- ( ) ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 5,001-10,000 บาท  
( ) 10,001-20,000 บาท ( ) 20,001 บาทขึ้นไป

11. ลักษณะประกอบอาชีพเกี่ยวกับบริการท่องเที่ยว

- ( ) ร้านอาหาร  
( ) ร้านขายของที่ระลึก  
( ) อื่น ๆ ระบุ.....

12. บุคลากรหรือผู้ทำงานในสถานประกอบการมี.....คน

มีหน้าที่เกี่ยวกับ

- ( ) มัคคุเทศก์  
( ) ให้บริการ (ติดต่อ ยกสิ่งของ)  
( ) ขายของที่ระลึก  
( ) ฝ่ายต้อนรับ  
( ) คนเสิร์ฟอาหาร  
( ) อื่น ๆ ระบุ.....

13. ระยะเวลาการประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (มีสถานประกอบการหรือร้านค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว).....ปี



ส่วนที่ 2 ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาที่ตรงกับความคิดเห็นตามความเป็นจริง  
ของท่านเพียงช่องเดียว

รายการ	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านขาดการพัฒนาบุคลากร (การท่องเที่ยว ภูหลวง จังหวัดเลย)					
1.1 บุคลากรฯ (เจ้าหน้าที่) ในสถานประกอบการ ของท่านมีปัญหาการสื่อสาร พูดภาษา อังกฤษ ได้ เพียงใด					
1.2 บุคลากรฯ ขาดความรู้ ความเข้าใจ วัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยว เพียงใด					
1.3 บุคลากรฯ ขาดความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ใน พื้นที่ เพียงใด					
1.4 บุคลากรฯ ขาดประสบการณ์ด้านการให้บริการ หรือไม่เพียงใด					
1.5 บุคลากรฯ ขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพียงใด					
1.6 บุคลากรฯ ขาดการประสานงานกับองค์กร ท่องเที่ยวด้วยกัน เพียงใด					
1.7 บุคลากรฯ ขาดการฝึกอบรมให้มีความรู้ และ ประสบการณ์ด้านมัลติทาสก์ เพียงใด					
2. ด้านขาดการอำนวยความสะดวกและ ความปลอดภัย (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)					
2.1 ท่านเห็นว่า ปัญหาความสะดวกในการคมนาคม เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่ มีเพียงใด					
2.2 ท่านเห็นว่า ปัญหาด้านที่พักอาศัยของ นักท่องเที่ยวที่นี่ มีเพียงใด					
2.3 ท่านเห็นว่า ปัญหาด้านอาหารการกินที่ถูก สุขอนามัยที่นี่มีเพียงใด					

รายการ	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.4 ท่านเห็นว่า ปัญหาด้านความสะดวกปลอดภัยของห้องน้ำสำหรับผู้ให้บริการที่นี่ มีเพียงใด					
2.5 ท่านเห็นว่า ปัญหาอำนวยความสะดวกด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราที่นี่ มีเพียงใด					
2.6 ท่านเห็นว่า ปัญหาการสื่อสาร เช่น ป้ายบอกเส้นทาง ระยะทาง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีเพียงใด					
2.7 ท่านเห็นว่า ปัญหา ด้านความปลอดภัยในการเดินทางมาที่นี่ เช่น ป้ายเตือน ทางโค้ง ทางขึ้นเขา ลงเขา หุบเหว มีเพียงใด					
2.8 ท่านเห็นว่า ปัญหาด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวที่นี่ มีเพียงใด					
3. ด้านมาตรการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)					
3.1 ท่านเห็นว่า ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวภูหลวงใช้แผ่นพับยังอยู่ในวงแคบ มีเพียงใด					
3.2 ท่านเห็นว่า ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยวภูหลวง โดยใช้ แผ่นพับและแผ่นโปสเตอร์ไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศูนย์การเดินทาง ได้แก่ สนามบิน สถานีรถทัวร์ สถานีรถไฟ มีเพียงใด					
3.3 ท่านเห็นว่า ปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ภูหลวงขาดการประชาสัมพันธ์ โดยองค์กรรัฐและองค์กรต่างประเทศ มีเพียงใด					

รายการ	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.4 ท่านเห็นว่า ปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภูหลวง ทางวิทยุ มีเพียงใด					
3.5 ท่านเห็นว่า ปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภูหลวงทางโทรทัศน์ มีเพียงใด					
3.6 ท่านเห็นว่า ปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงสภาพ ศักยภาพ จุดขาย ของแหล่งท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
3.7 ท่านเห็นว่า ปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงสิ่งที่จะ ได้รับทั้งด้านวัฒนธรรม การศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติ พันธุ์ไม้ที่สวยงามนานาพันธุ์ มีเพียงใด					
3.8 ท่านเห็นว่า ปัญหาการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวภูหลวง โดยใช้ Internet มีเพียงใด					
<b>4. ขาดการประสานงานเครือข่าย (การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)</b>					
4.1 ท่านเห็นว่า ปัญหาขาดการประสานงาน เครือข่ายภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนการกีฬาฯ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
4.2 ท่านเห็นว่า ปัญหาขาดการประสานงาน เครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
4.3 ท่านเห็นว่า ปัญหาขาดการประสานงานกับ องค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					
4.4 ท่านเห็นว่า ปัญหาขาดการประสานงาน เครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวด้วยกันเกี่ยวกับการ การท่องเที่ยวภูหลวง มีเพียงใด					

ส่วนที่ 3 ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

คำชี้แจง : โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาที่ตรงกับความคิดเห็นตามความเป็นจริง  
ของท่านเพียงช่องเดียว

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการพัฒนาบุคลากร (การท่องเที่ยว ภูหลวง จังหวัดเลย)					
1.1 ท่านมีความต้องการพัฒนาบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ของท่านด้านการพูดภาษาอังกฤษ เพียงใด					
1.2 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรของท่านได้รับการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว เพียงใด -					
1.3 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรสถานประกอบการได้รับการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในพื้นที่ เพียงใด					
1.4 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรของท่านได้รับการเพิ่มพูนความรู้ ด้านบริการ เพียงใด					
1.5 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรของท่านได้รับการเพิ่มพูนความรู้ และพัฒนาด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพียงใด					
1.6 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรของท่านได้รับความรู้ด้านการประสานงานกับองค์กรท่องเที่ยวด้วยกัน					
1.7 ท่านมีความต้องการให้บุคลากรของท่านได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และประสบการณ์ด้านมัลติเทสก์ เพียงใด					

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>2. ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย</b> <b>(การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)</b>					
2.1 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ความสะดวกในการคมนาคม เดินทาง มาสถานที่ ท่องเที่ยว เพียงใด					
2.2 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านที่พัก อาศัยของนักท่องเที่ยว เพียงใด					
2.3 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านอาหาร การกินที่ถูรสขอนามัย เพียงใด					
2.4 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านความสะดวก ปลอดภัยของห้องน้ำ สำหรับ ผู้ใช้บริการ เพียงใด					
2.5 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การอำนวยความสะดวก ด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา เพียงใด					
2.6 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การสื่อสาร เช่น ป้ายบอกทิศทาง ระยะทาง ไปยังสถานที่ ท่องเที่ยว เพียงใด					
2.7 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ด้านความ ปลอดภัยในการเดินทาง เช่น มีป้ายเตือนทางโค้ง ทางลงเขา ขึ้นเขา หุบเหว เพียงใด					
<b>3. ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา</b> <b>(การท่องเที่ยวภูหลวง จังหวัดเลย)</b>					
3.1 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่นพับให้ใช้ใน วงกว้างยิ่งขึ้น เพียงใด					

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.2 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ และแผ่นโปสเตอร์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ศูนย์การเดินทาง อาทิ สนามบิน สถานีรถทัวร์ สถานีรถไฟ เพียงใด					
3.3 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหลวงโดยองค์ภาครัฐและองค์กรต่างประเทศ เพียงใด					
3.4 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยวิทยุกระจายเสียง เพียงใด					
3.5 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์โดยทางโทรทัศน์ เพียงใด					
3.6 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหาให้รัฐสภาพัฒนภาพ จุดขาย ของแหล่งท่องเที่ยว เพียงใด					
3.7 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหาการโฆษณาให้รู้ถึงวัฒนธรรม การศึกษาเรียนรู้คุณค่าธรรมชาติ พันธุ์ไม้นานาพันธุ์ เพียงใด					
3.8 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา การประชาสัมพันธ์ โดยใช้ Internet ให้ทั่วถึงนักท่องเที่ยวทุกระดับ เพียงใด					
4. ด้านการประสานงานเครือข่าย 3.6 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่าย ภาครัฐ เช่น ททท. โรงเรียนการกีฬาฯ					
4.2 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่าย องค์กรปกครองส่วนถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาล เพียงใด					

รายการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.3 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พักนักท่องเที่ยว เพียงใด					
4.4 ท่านมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา ขาดการประสานงานเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยว ด้วยกัน เพียงใด					

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ตามความคิดเห็นของท่าน  
ควรจะเป็นอย่างไร เช่น

1. ด้านการพัฒนาบุคลากร

.....

2. ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย

.....

3. ด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา

.....

4. ด้านการประสานงานเครือข่าย

.....

5. ด้านอื่น ๆ

.....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง

**แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง**  
**(Semi- Structured Interview-SSI)**  
**สัมภาษณ์บริบทของอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย**

1. ชื่อ-สกุล ..... อายุ.....ปี  
ที่อยู่.....  
.....  
.....

2. ที่ตั้ง อาณาเขต ของอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย  
ประชากร  
ลักษณะภูมิประเทศ  
ลักษณะภูมิอากาศ

3. ธรรมชาติ และจุดเด่น ของแหล่งท่องเที่ยว  
- ผาสมเด็จ  
- ผาตลิ่ง  
- ผาเอื้อง



## แนวทางการสัมภาษณ์ เพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)

1. ชื่อ-สกุล .....อายุ.....ปี  
ที่อยู่.....  
.....  
.....  
ระดับการศึกษา.....  
อาชีพ.....  
สถานภาพสมรส.....

### 2. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

- 2.1 ท่านเห็นว่า ด้านขาดการพัฒนาบุคลากรของสถานประกอบการ เป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง  
ทำไม
- 2.2 ท่านเห็นว่า ด้านขาดการอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ของการท่องเที่ยว เป็นอย่างไร มี  
อะไรบ้าง ทำไม
- 2.3 ท่านเห็นว่า ด้านขาดการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาการท่องเที่ยว เป็นอย่างไร มีอะไร  
ทำไม
- 2.4 ท่านเห็นว่า ด้านขาดการประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยว เป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง ทำไม

### 3. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

- 3.1 ท่านต้องการ จะพัฒนาบุคลากรของสถานประกอบการการท่องเที่ยวอะไร อย่างไร ทำไม
- 3.2 ท่านต้องการ จะพัฒนาด้านอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การท่องเที่ยวอะไร อย่างไร  
ทำไม
- 3.3 ท่านต้องการ จะพัฒนาด้านขาดการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาการท่องเที่ยวอะไร  
อย่างไร ทำไม
- 3.4 ท่านต้องการ จะพัฒนาด้านขาดการประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยว อะไร อย่างไร ทำไม

### 4. แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ควรจะเป็นอย่างไร

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
V2.4.4	232.6923	464.5641	.8441	.9141
V3.1.1	232.1538	489.4744	.2589	.9190
V3.1.2	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.1.3	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.1.4	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.1.5	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.1.6	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.1.7	232.0769	490.0769	.3482	.9183
V3.2.1	232.8462	482.8077	.6030	.9169
V3.2.2	233.0769	471.0769	.6264	.9159
V3.2.3	232.9231	467.9103	.6261	.9157
V3.2.4	232.6923	455.0641	.8129	.9135
V3.2.5	233.0000	492.0000	.1784	.9197
V3.2.6	232.7692	461.5256	.9646	.9133
V3.2.7	232.7692	454.1923	.8057	.9135
V3.3.1	232.2308	493.5256	.2124	.9191
V3.3.2	232.1538	494.3077	.2500	.9189
V3.3.3	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.3.4	232.2308	493.5256	.2124	.9191
V3.3.5	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.3.6	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.3.7	232.1538	494.3077	.2500	.9189
V3.3.8	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.4.1	232.3077	503.2308	-.1173	.9209
V3.4.2	232.1538	482.6410	.5027	.9172
V3.4.3	232.0000	490.8333	.4718	.9181
V3.4.4	232.0000	490.8333	.4718	.9181

### Reliability Coefficients

N of Cases = 13.0

N of Items = 68

Alpha = .9193

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
V1	175.8571	236.1429	.0000	.8956
V1.1	176.0000	237.3333	-.1145	.8969
V1.2	176.5714	234.6190	.0411	.8973
V1.3	174.5714	233.6190	.1532	.8954
V1.4	176.0000	223.0000	.2516	.8983
V1.5	174.4286	237.2857	-.0695	.9017
V1.6	176.7143	246.5714	-.8906	.9013
V1.7.2	176.5714	245.6190	-.6351	.9013
V2.1	174.8571	228.4762	.4202	.8931
V2.1.1	174.8571	228.4762	.4202	.8931
V2.1.2	175.0000	229.6667	.2869	.8944
V2.1.3	174.7143	217.2381	.9059	.8874
V2.1.4	174.4286	229.6190	.3851	.8935
V2.1.5	174.5714	230.9524	.2010	.8955
V2.1.6	174.5714	245.2857	-.4103	.9025
V2.1.7	174.5714	230.2857	.3794	.8936
V2.2.1	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V2.2.2	175.0000	237.3333	-.1145	.8969
V2.2.3	174.7143	234.9048	.0360	.8971
V2.2.4	174.8571	239.8095	-.2237	.8989
V2.2.5	174.5714	237.6190	-.1140	.8974
V2.2.6	175.1429	227.1429	.5957	.8919
V2.2.7	175.1429	227.1429	.5957	.8919
V2.2.8	175.1429	238.8095	-.1386	.8994
V2.3	174.8571	236.1429	.0000	.8956
V2.3.1	174.5714	241.6190	-.3767	.8994
V2.3.2	174.7143	246.5714	-.8906	.9013
V2.3.3	174.2857	236.5714	-.0434	.8971
V2.3.4	174.4286	240.6190	-.2872	.8991
V2.3.5	174.5714	241.6190	-.3767	.8994
V2.3.6	174.7143	231.2381	.4143	.8937
V2.3.7	174.8571	221.1429	.8541	.8890
V2.3.8	175.0000	222.3333	.6479	.8903
V2.4.1	174.8571	236.1429	.0000	.8956
V2.4.2	174.8571	236.1429	.0000	.8956
V2.4.3	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V2.4.4	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V3.1	175.1429	228.1429	.3253	.8940
V3.1.1	175.0000	230.3333	.2546	.8947
V3.1.2	175.2857	232.2381	.2221	.8949
V3.1.3	175.1429	227.1429	.5957	.8919

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
V3.1.4	175.1429	227.1429	.5957	.8919
V3.1.5	175.1429	227.1429	.5957	.8919
V3.1.6	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V3.1.7	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V3.2.1	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V3.2.2	175.1429	227.1429	.5957	.8919
V3.2.3	175.1429	227.1429	.5957	.8919
V3.2.4	175.1429	227.1429	.5957	.8919
V3.2.5	174.8571	225.1429	.6156	.8913
V3.2.6	175.1429	229.4762	.1999	.8962
V3.2.7	175.2857	239.2381	-.2045	.8984
V3.3.1	175.1429	221.1429	.4982	.8916
V3.3.2	175.1429	213.1429	.7955	.8870
V3.3.3	175.2857	211.2381	.7166	.8876
V3.3.4	175.2857	211.2381	.7166	.8876
V3.3.5	175.2857	211.2381	.7166	.8876
V3.3.6	175.2857	211.2381	.7166	.8876
V3.3.7	175.2857	211.2381	.7166	.8876
V3.3.8	175.7143	217.9048	.6561	.8893
V3.4.1	175.4286	211.9524	.8178	.8865
V3.4.2	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V3.4.3	175.0000	226.0000	.8800	.8909
V3.4.4	175.0000	226.0000	.8800	.8909

### Reliability Coefficients

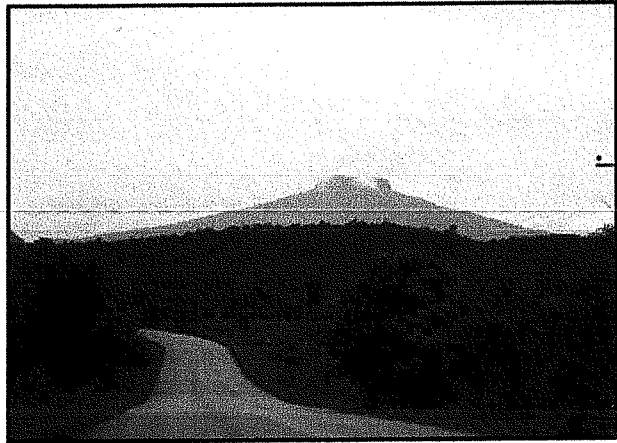
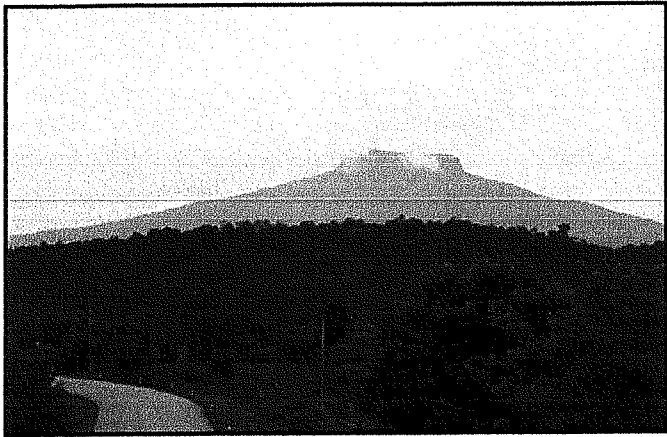
N of Cases = 7.0

N of Items = 64

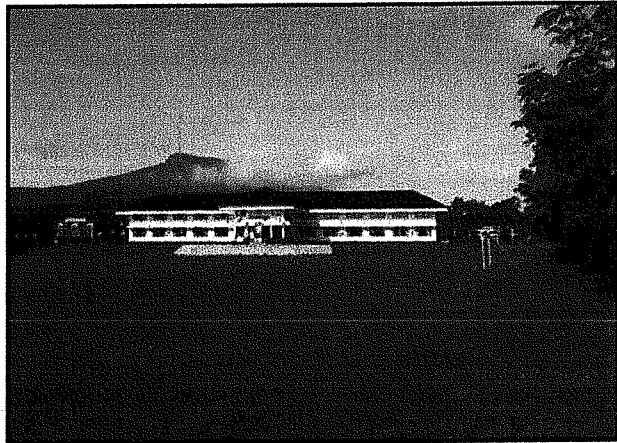
Alpha = .8954



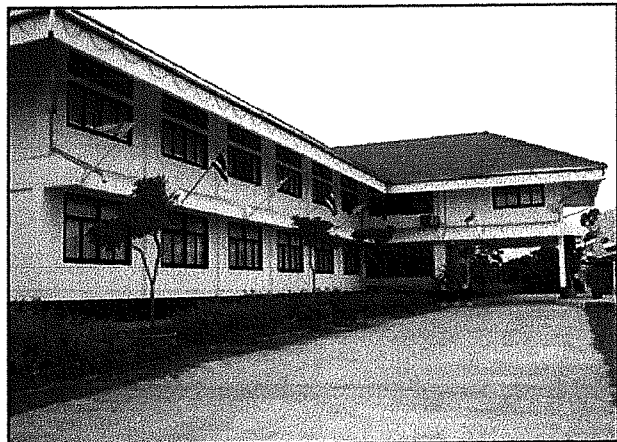
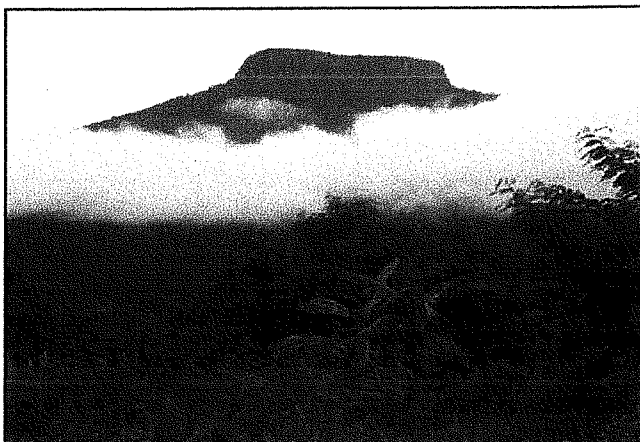
การอบรมภาษาอังกฤษ

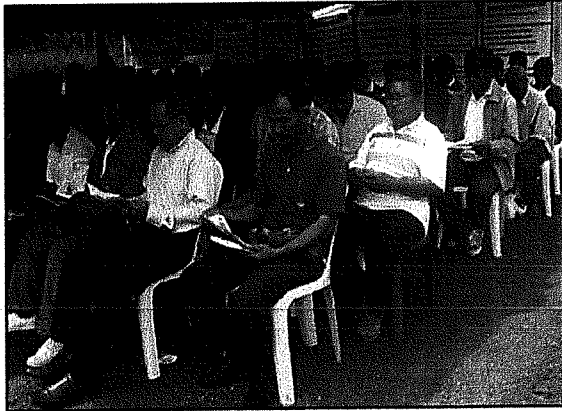


ทางขึ้นภูหลวง



สภาพวิวทิวทัศน์บนภูหลวง

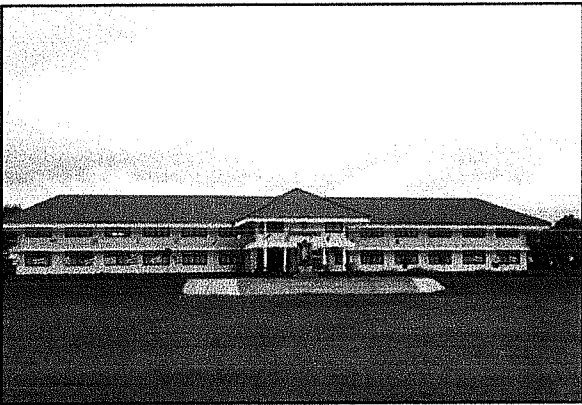
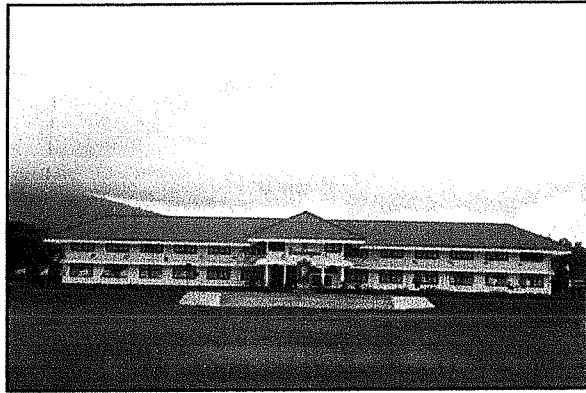




ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น

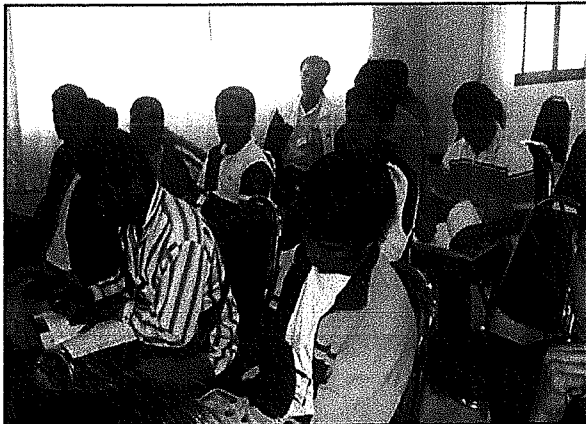
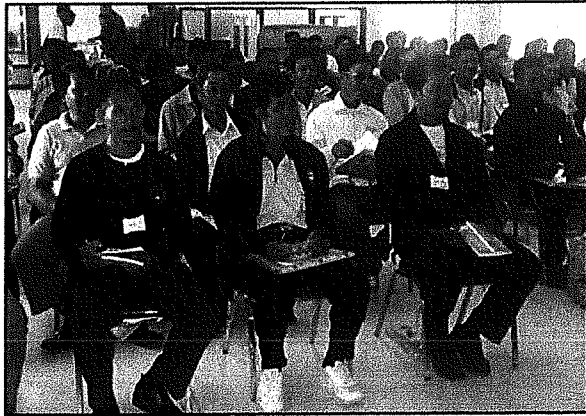
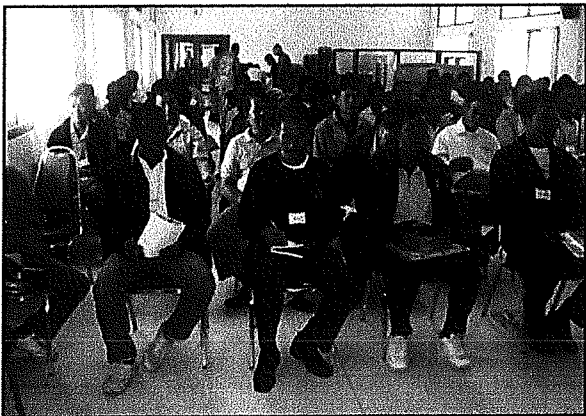


ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น



ที่ว่าการอำเภอภูหลวง

ลงทะเบียนเข้าอบรมภาษาอังกฤษ







ป้ายบอกไปอำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

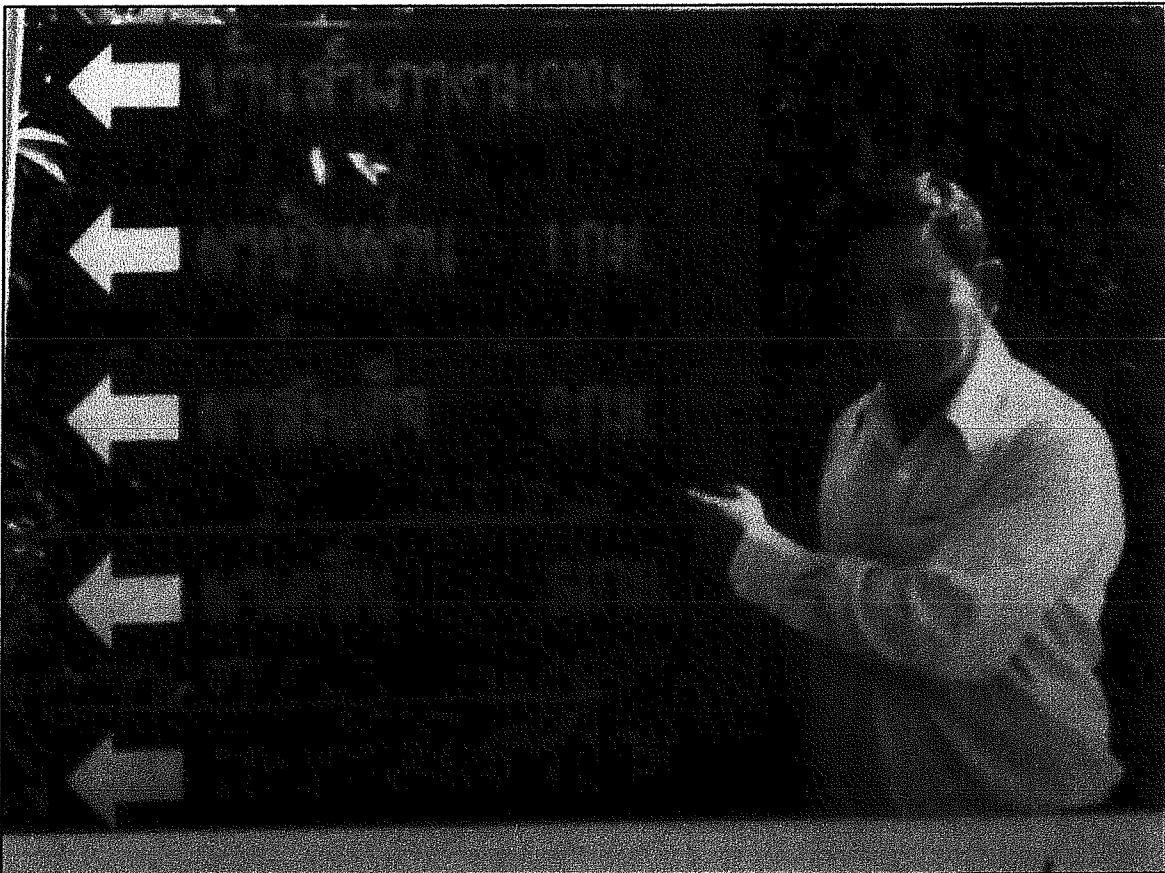


ป้ายบอกไปอำเภอภูหลวง แหล่งท่องเที่ยว

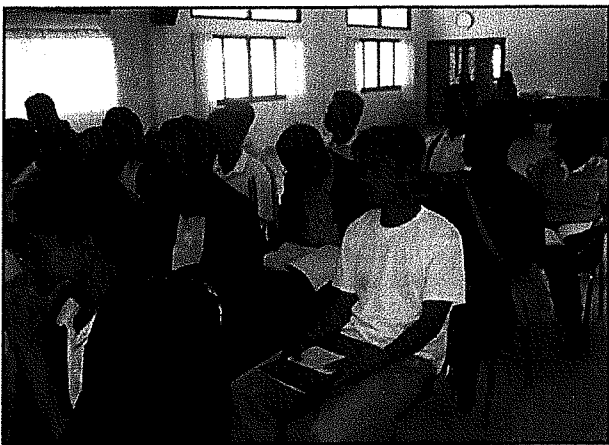
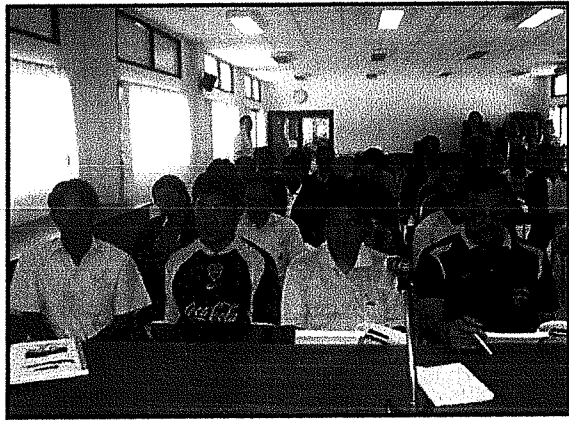
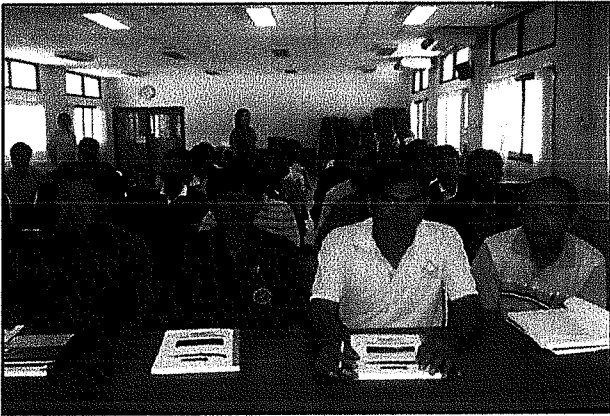
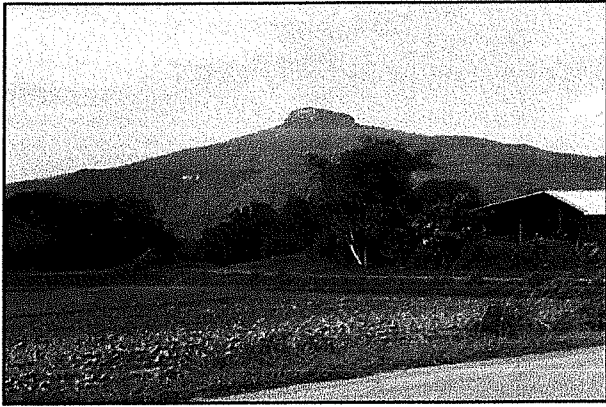




ป้ายบอกไปเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง

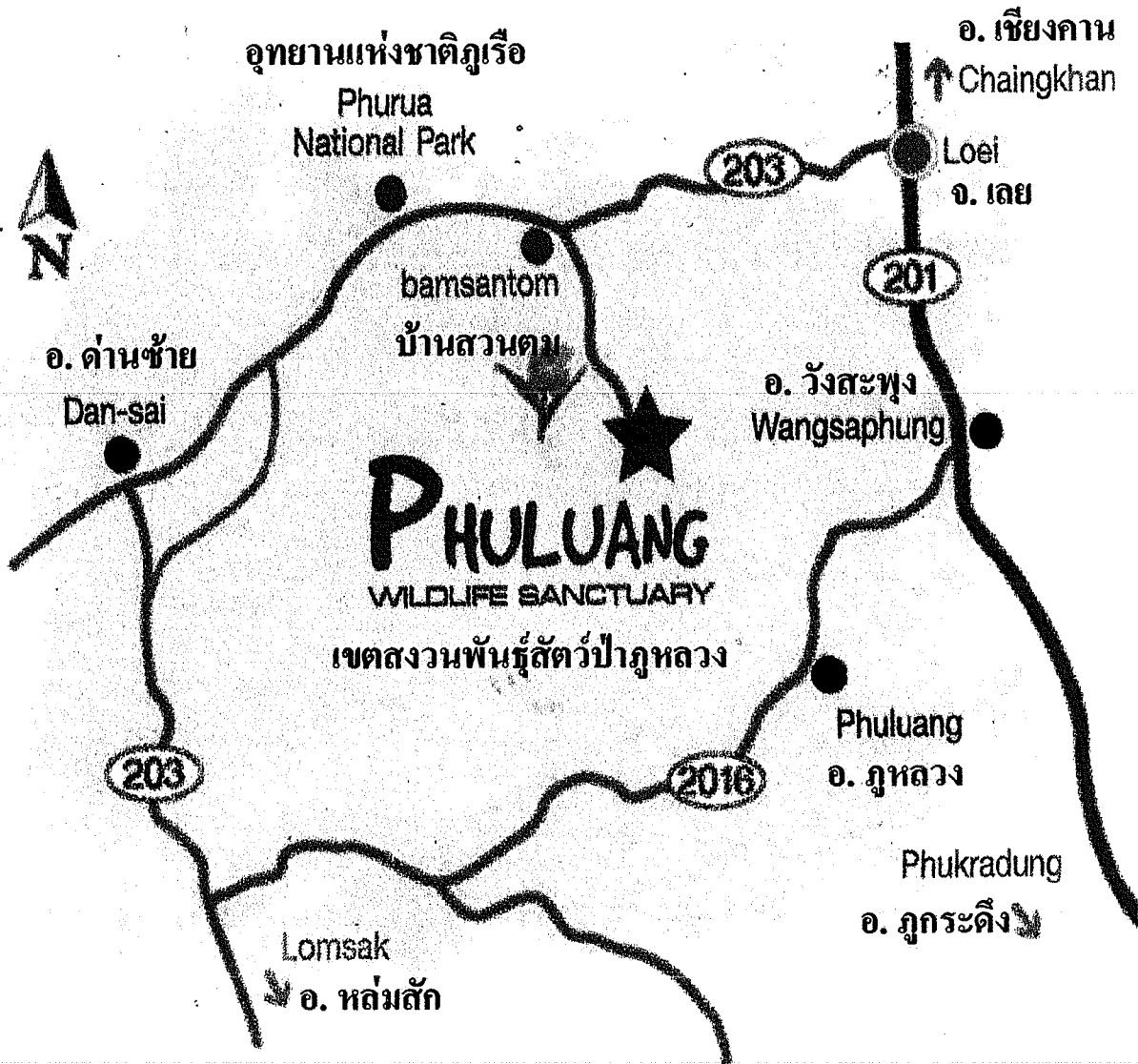


ป้ายบอกกระยะทางแหล่งท่องเที่ยว





แผนที่โดยสังเขป อำเภอกุหลอง จังหวัดเลย



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	นายสุวิทย์ นามบุญเรือง
วัน เดือน ปีเกิด	12 มิถุนายน 2494
ที่อยู่ปัจจุบัน	234/46 ถนนเลข - เชียงคาน หมู่ 11 ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2520 ปริญญาตรี นิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ พ.ศ. 2521 ปริญญาตรี นิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ พ.ศ. 2533 ปริญญาโทบริหารธุรกิจการทางการตลาด มหาวิทยาลัย New Haven รัฐ Connecticut ประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2534 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง โครงการปริญญาเอก มหาวิทยาลัย Edith Cowan เมือง Perth Western ประเทศออสเตรเลีย

### อดีตการทำงานในเมืองไทย

- อาจารย์และผู้จัดการ (หลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาตรี) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต  
ถ. พัฒนาการ กรุงเทพมหานคร
- อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์พิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก
- อาจารย์สายผู้สอน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
- หัวหน้าภาคการตลาด วิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
- หัวหน้าภาคการตลาด สถาบันราชภัฏเลย อำเภอเมือง จังหวัดเลย

### ประสบการณ์ทำงาน U.S.A

- บริษัท J.C. Penney ฝ่ายบริการสัมพันธ์และเครดิตเมือง Orlando, Florida (U.S.A)
- กรมสรรพากรรัฐบาลโคโลราโด (ข้าราชการ) ฝ่ายด้านบริการภาษีอากร เมืองเดนเวอร์,  
รัฐ Colorado (U.S.A)
- โรงแรม Hilton, Faimont, Holiday INN ฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่ม เมืองเดนเวอร์,  
รัฐ Colorado (U.S.A)
- ธนาคาร New Milford และสินเชื่อ หัวหน้า Minirip Computer ด้านบริการ เมือง  
New Miford รัฐ Connecticut (U.S.A)

## อาจารย์พิเศษ

- สถาบันราชภัฏพิบูลย์สงคราม อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
- สถาบันราชภัฏเพชรบุรีรองกรณ์ จังหวัดปทุมธานี
- วิทยากรสถาบันอื่น หน่วยองค์การของรัฐและเอกชน
- ตำแหน่งผู้บริหารระบบการขายตรง บริษัท กีฟฟารีน สาขาเลย อำเภอเมือง จังหวัดเลย
- วิทยาลัยดุสิตธานี (หลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาตรี) กรุงเทพมหานคร

## ผลงานวิจัย

- ธุรกิจกระดาษเก่ากลับมาใช้ใหม่ (waste paper Recycle)
- แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย
- การสร้างกลยุทธ์พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายยางพาราของเกษตรกร ตำบลโคกค่อง อำเภอบึงกาฬ จังหวัดหนองคาย

## เอกสารประกอบการสอน - การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertising and Sale Promotion)

- พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

## ตำรา

- การบริหารการขาย (Sales Management)
- การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Management)