



การบริหารจัดการการทอ้งเกี่ยวเนื่องกับเมือง จังหวัดขอนแก่น

ร้อยตรีกำปนาท จะสนอง



	บาร์โค้ด	B0035461
	วันที่	21 ก.ค. 2556
เลขเรียกหนังสือ		วท

910
7 3937
2554
ณ.2

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



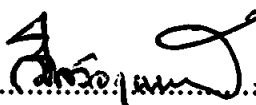
ชื่อเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ผู้วิจัย ร.ค.กัมปนาท จะสนอง
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รศ.วิไลวัจน์ กฤษณะภูติ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.โกศล ศรีสังข์ กรรมการที่ปรึกษา

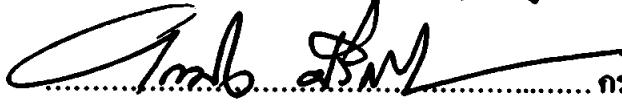
คณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับให้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาคามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุดม พิชัยสิงห์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประจิดร มหาหิง)


..... ประธานกรรมการที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์วิไลวัจน์ กฤษณะภูติ)


..... กรรมการที่ปรึกษา
(ดร.โกศล ศรีสังข์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ทีวาศิชย์ ชำของ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 23 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2554

ชื่อเรื่อง	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น		
ผู้วิจัย	ร.ศ.กัมปนาท จะสนอง		
กรรมการที่ปรึกษา	1. รศ.วิไลวัจน์ กฤษณะภูติ	ประธานกรรมการที่ปรึกษา	
	2. คร.โกศล ศรีสังข์	กรรมการที่ปรึกษา	
ปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รป.ม.)	สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ปีที่พิมพ์	2554

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พื้นที่วิจัยได้แก่ ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผู้ให้ข้อมูลของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง 20 ราย ผู้ให้ข้อมูลของพระมหาธาตุแก่นนคร 24 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) แนวทางการสังเกต (Observation Guide) สมุดจดบันทึกภาคสนาม ได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประวัติความเป็นมาและศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น ตั้งอยู่ ถนนศรีจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้รับการสถาปนาขึ้นใน พ.ศ. 2498 เป็นศูนย์รวมของความเชื่อความศรัทธาของสังคมเมืองขอนแก่น ต่อมาได้ปรับปรุงศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น โดยการปรับปรุงครั้งแรกเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2544 ใช้เวลา 4 ปี ใช้งบประมาณจากเทศบาลนครขอนแก่น 10 ล้านบาท ที่เหลือเป็นเงินบริจาคจากประชาชน

ส่วนพระมหาธาตุแก่นนคร-วัดหนองแวงพระอารามหลวง ตั้งอยู่ถนนกลางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น สร้างขึ้นเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2533 เป็นที่เคารพศรัทธา และปฏิบัติธรรมของชาวขอนแก่น มีลักษณะเป็นพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น แต่ละชั้นจะมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม มีนิทานชาดกเรื่องต่างๆ และประเพณีวัฒนธรรมอีสาน

ศักยภาพของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น จุดเด่น คือ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่จังหวัดขอนแก่น มีประชาชนเลื่อมใสศรัทธาไปสักการะกราบไหว้ เพื่อชมศิลปวัฒนธรรมและความวิจิตรสวยงามของสถาปัตยกรรมไทย จุดอ่อน คือ ที่ตั้งของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองล้อมรอบด้วยถนน ไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ หากประชาชนไปเยี่ยมชม สักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจำนวนมากจะทำให้การจราจรติดขัด ทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง โอกาส คือ ผู้ที่ไปสักการะจะมีความสุข คลายความวิตกกังวล ทั้งนำรายได้มาสู่ชุมชน และได้เผยแพร่สถาปัตยกรรมที่วิจิตรงดงาม อุบัติเหตุ มีปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถและสิทธิการดูแลศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

ศักยภาพของพระมหาธาตุแก่นนคร-วัดหนองแวงพระอารามหลวง จุดเด่น คือ พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น ชั้นที่ 1 บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ พุทธศาสนิกชนมาสักการะเป็นประจำ มีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม แต่ละชั้นได้บันทึกประเพณีวัฒนธรรมอีสาน พระเจดีย์สวยงามโดดเด่นเป็นสง่า มีจุลชมวิวยุคใหม่ที่สวยงาม จุดอ่อน คือ ขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง ขาดมัคคุเทศก์ให้คำแนะนำและพานักท่องเที่ยวชมสถานที่ ของที่ระลึกไม่หลากหลาย ที่จอดรถไม่เพียงพอ โอกาส สถาปัตยกรรมฝาผนังเป็นที่ดึงดูดใจให้ประชาชนไปศึกษาเรียนรู้ สามารถนำรายได้มาสู่วัดและชุมชน อุบัติเหตุ การขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง ทำให้ประชาชนไม่ได้ข้อมูลและขาดมัคคุเทศก์ ทำให้นักท่องเที่ยวขาดผู้ดูแลให้บริการ

2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การบริหารจัดการศาลเจ้าพ่อหลักเมือง เทศบาลนครขอนแก่นจะดูแลภายในศาลและดูแลนอกศาล ปรับปรุงภูมิทัศน์ และให้ผู้เข้าดูแลทำความสะอาดภายในศาล เตรียมสิ่งของสำหรับไหว้และเก็บรายได้จากผู้มาสักการะส่งเทศบาลนครขอนแก่น ส่วนการบริหารจัดการพระมหาธาตุแก่นนครฯ การบริหารงานมีคณะทำงานบนพระธาตุอยู่ในวาระคราวละ 4 ปี เมื่อจัดเก็บรายได้แล้วจะนำฝากธนาคารทุกสัปดาห์

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ ควรมีมัคคุเทศก์แนะนำและพาชมสถานที่ ควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย และปรับปรุงสถานที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ สวนหย่อมในบริเวณศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ส่วนพระมหาธาตุแก่นนครฯ ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายและประสานความร่วมมือกับทุกองค์กร หน่วยงานต่างๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว และปรับปรุงภูมิทัศน์รอบๆ พระมหาธาตุเจดีย์ ตลอดจนของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและเป็นที่น่าสนใจ

TITLE The Administration of Cultural Tourism, Muang District, Khon Kaen Province
AUTHOR Sub-Lieutenant Kumpanat Jasanong
ADVISORS Assoc.Prof. Wilaiwatt Grisanputi and
Dr. Koson Srisang
DEGREE M.P.A. **MAJOR** Public Administration
UNIVERSITY North Eastern University **YEAR** 2011

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the potentials of cultural tourism locations, the administration and management of cultural tourism and the guidelines to promote cultural tourism in Muang District, Khon Kaen Province. A qualitative research, the research sites were the Sanjaopo Theoparak Lakmuang (Shrine of the City Divine Protector) and the Phra Mahathat Kaennakorn, Wat Nongwaeng Royal Temple in Muang district, Khon Kaen province. The informants were 20 persons for the Shrine and 24 for the phra Mahathat. The instruments for data collection were semi-structured interview forms, interview guides and field notes. The data were descriptively analyzed.

The research findings were as follows :

1. Regarding the potentials of the Sanjaepo Theparak Lakmuang, the prominent features included being Khon Kaen's holy shrine commanding people's faith and worship, attractive art and culture and exquisitely beautiful architecture Thai style. The short comings include being surrounded by streets preventing area expansion, traffic congestion when visited by lots of people and lack of wider publicity. The opportunities included visitor's peace of mind disposing anxiety, income generation and propaganda of beautiful architecture. And the obstacles included the lack of parking area and the rights of the care takers.

Regarding the Phra Mahathat Kaennakorn the prominent features included the Buddha relics kept on the 9th floor for Buddhist worshipers, beautiful wall arts in each floor, along with Isan cultural artifacts, beautiful pagoda and site for city viewing. The shortcomings included lack of wider publicity, lack of tour guides, limited choices for souvenirs and parking areas. The

opportunities included attractive wall arts and income generation. And the obstacles included the lack of wider publicity and tour guides.

2. As for the administration and management of cultural tourism it was found that the Sanjaopo Theparak Lakmuang the state sector and private sector shared responsibility; Khon Kaen Metropolitan Municipality looks after the internal part of the shrine while the private sector looks after the external area, improving the landscape, cleaning and selling worshipping materials, collecting money for the municipality. The Phra Mahathat Kaennakorn, Nongwaeng Temple administered the site by means of a committee who serves a 4 year term. The committee must deposit the income at the bank every week.

3. The following guidelines were offered to promote cultural tourism of the two sites. In both cases, the publicity must be improved; tour guides must be employed; souvenirs should be diversified; rest areas should be provided; networks and cooperation with other agencies such as tour companies, Tourism Authority of Thailand, local administration organizations should be created to propagate these two key cultured tourism destinations.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิทยานิพนธ์นี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณา และความช่วยเหลือให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ไววัฒน์ กฤษณะภูติ อาจารย์ที่ปรึกษาและประธานหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต และ ดร. โกศล ศรีสังข์ กรรมการที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือตั้งแต่เริ่มต้น จนประสบความสำเร็จในครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อุคม พิริยสิงห์ ประธานกรรมการสอบรองศาสตราจารย์ ดร.ประจิตร มหาหิง กรรมการสอบ ซึ่งให้คำปรึกษาแนะนำที่ทรงคุณค่ายิ่ง ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย และขอขอบคุณคณาจารย์ประจำสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่อำนวยความสะดวกต่างๆ ในระหว่างการศึกษา

ขอขอบคุณท่านนายกเทศมนตรีนครขอนแก่น รองนายกเทศมนตรีนครขอนแก่น ปลัดเทศบาลนครขอนแก่น ประธานชุมชน และเจ้าหน้าที่เทศบาลนครขอนแก่นทุกท่าน (รบกวนเพิ่มรายชื่อบุคคลสำคัญที่ให้ข้อมูลให้ด้วย) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกประทับใจในความร่วมมือของทุกท่าน ที่เป็นพลังผลักดัน ให้งานวิจัยนี้สำเร็จลงด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด และบุคคลผู้ให้การอุปการะค่าจุนที่ได้ให้การสนับสนุนทุนการศึกษา ขอพระคุณญาติพี่น้องทุกคนที่คอยช่วยเหลือ ห่วงใย และให้การสนับสนุนมาโดยตลอด และที่ขาดไม่ได้คือ ขอขอบคุณ นางสาวทัศนพร วงชมพู ผู้ช่วยวิทยานิพนธ์ ที่ช่วยเหลือในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล และดูแล ปรับแก้ รวมไปถึงการทำรูปเล่ม จนสามารถออกมาเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์ได้ในท้ายที่สุด

ร.ศ.กัมปนาท จะสนอง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	16
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	29
แนวทางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)	34
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม (Social Network)	37
บริบทของเทศบาลนครขอนแก่น และวัดหนองแวงพระอารามหลวง	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
กรอบแนวคิดในการวิจัย	52
3 วิธีดำเนินการวิจัย	53
กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูล	53
การเลือกพื้นที่และเลือกผู้ให้ข้อมูล	54
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การสร้างเครื่องมือ	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล	55
ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล	56
การตรวจสอบข้อมูล	56
การวิเคราะห์ข้อมูล	56

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น	57
พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น	63
5 สรุปผลการวิจัย	82
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	82
สรุปผลการวิจัย	82
การอภิปรายผล	89
ข้อเสนอแนะ	92
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล	100
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย	102
ภาคผนวก ค ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	105
ภาคผนวก ง ราชานามผู้บริจาคปรับปรุงศาลหลักเมืองขอนแก่น	108
ภาคผนวก จ ราชานามผู้บริจาคแผ่นดินทอง	110
ประวัติย่อของผู้วิจัย	112

บัญชีภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กระบวนการจัดการ PAMS-POSDCORB	12
2 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว	19
3 สถานการณ์การวิเคราะห์ SWOT Analysis	36
4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	52
5 โครงสร้างการบริหารจัดการบุคคล	73

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ยุทธศาสตร์ที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองก็คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากเศรษฐกิจหลักของประเทศมาจากหลายด้าน เป็นต้นว่า ด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม ทักษะกรรมชาติและการท่องเที่ยว การบริการ ซึ่งได้ทำรายได้ให้กับคนในประเทศ สำหรับการท่องเที่ยว การบริการและโรงแรม ในปี พ.ศ. 2547 พบว่ามีนักท่องเที่ยวรวม 11.65 ล้านคน 56.52% มาจากเอเชียตะวันออกและอาเซียน (โดยเฉพาะมาเลเซียคิดเป็น 11.97% ญี่ปุ่น 10.33%) ยุโรป 24.29% ทวีปอเมริกาเหนือและใต้รวมกัน 7.02% สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา ภูเก็ต ฝั่งทะเลอันดามัน จังหวัดเชียงใหม่ (www.wikipedia.org/wiki/ประเทศไทย)

การท่องเที่ยวไทยเริ่มประสบความสำเร็จในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (2530-2534) โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปีแรกของแผนฯ ประมาณ 50,000 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 100,000 ล้านบาทในที่สุดท้ายของแผนฯ ความสำเร็จดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากกลยุทธ์การตลาดที่ประกาศให้ปี 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวในปีนั้นเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 34 และต่อมา ในปี 2531 เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 58 ในปี 2534 สรุปรายได้การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติตั้งแต่ปี 2540 -2549 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 ถึงปี พ.ศ. 2549 มีดังนี้ ปี 2540 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 180,388.00 ล้านบาท ปี 2541 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 187,897.82 ล้านบาท ปี 2542 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 203,179.00 ล้านบาท ปี 2543 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 210,516.15 ล้านบาท ปี 2544 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 223,732.14 ล้านบาท ปี 2545 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 235,337.15 ล้านบาท ปี 2546 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 289,986.81 ล้านบาท ปี 2547 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 317,224.62 ล้านบาท ปี 2548 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 334,716.79 ล้านบาท ปี 2549 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 322,533.71 ล้านบาท สำหรับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ.2540 ถึงปี พ.ศ. 2549 มีดังต่อไปนี้ ปี 2540 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 220,754 ล้านบาท ปี 2541 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 242,177 ล้านบาท ปี 2542 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 253,018 ล้านบาท ปี 2543 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 285,272 ล้านบาท ปี 2544 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 299,047 ล้านบาท ปี 2545 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 323,484 ล้านบาท ปี 2546 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 309,269 ล้านบาท ปี 2547 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 384,360 ล้านบาท ปี 2548 มีรายได้จากการท่องเที่ยว

367,380 ล้านบาท ปี 2549 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 482,319 ล้านบาท ปี 2553 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 413,000 ล้านบาท(สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว - สถิตินักท่องเที่ยว. (www.tourism.go.th) จะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวมีจำนวนสองในสามของ สินค้าออกประเภทเกษตรกรรม และมีมูลค่าใกล้เคียงกับรายได้จากการส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีการส่งออกสูงสุด (www.oknation.net)

เนื่องจากการท่องเที่ยวได้ก่อเกิดประโยชน์เป็นอันมากในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ดังนั้นรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยจึงได้ให้คำขวัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังจะเห็นจากการกำหนดเป็นนโยบายรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น รัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ใช้คำว่า “อมazing ไทยแลนด์” (Amazing Thailand) รัฐบาลสมัย นายชวน หลีกภัย ใช้คำว่า “ใช้ของไทย กินของไทย เที่ยวเมืองไทย” รัฐบาลสมัย พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร “มุมมองใหม่เมืองไทย” (Unseen Thailand) รัฐบาลสมัย นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ผลักดันให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ ภายใต้สโลแกน “เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก (Amazing Thailand Amazing Value)” การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ คณะรัฐมนตรีได้มีมติกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ.2547 - 2551 โดยมีวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียภายในปี 2551 และมียุทธศาสตร์ 3 หลักได้แก่ ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืน (จุฬานาสา.เชาว์พิพัฒนนะ, 2549) โดยตั้งเป้ารายได้ไม่น้อยกว่า 531,000 ล้านบาท รวมรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ 938,700 ล้านบาท (สำนักข่าวไทย. <http://news.impaqmsn.com>) การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ - โบราณสถาน - วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการท่องเที่ยวแต่ละแห่งคาดว่าจะมีการบริหารจัดการแตกต่างกัน ไม่ว่าจะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตั้งอยู่ บริเวณตอนกลางของภูมิภาค ห่างจากกรุงเทพมหานคร 445 กิโลเมตร มีพื้นที่ 10,885.99 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6.8 ล้านไร่ มีประชากร 1,756,956 คน เป็นชาย 871,401 คน หญิง 885,564 คน ความหนาแน่นประชากรเฉลี่ย 1: 160 ตร.กม./คน ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบ มีลักษณะสูงต่ำสลับเป็นลูกคลื่นลาดเทไปทางทิศตะวันออกและทิศใต้ มีที่ราบลุ่มแถบลุ่มน้ำชี และลุ่มน้ำพอง การปกครองแบ่งเป็น 26 อำเภอ 198 ตำบล 2,331 หมู่บ้าน และ 389 ชุมชน (ที่ทำการปกครองจังหวัดขอนแก่น, 2553) ประการสำคัญ จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเหตุผลทางภูมิศาสตร์ เป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง การบริการการศึกษาและเทคโนโลยีด้วยเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในอำเภอเมืองมิด โดยสารประจำทางวิ่งบริการหลายสาย มีที่พักบริการหลายระดับตั้งแต่ห้องพักราคาย่อมเยา ไปจนถึงโรงแรมระดับห้าดาว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ขอนแก่นกำลังได้รับการพัฒนาในทุกๆ ด้าน เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงของอิน โดจีน (ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานขอนแก่น, 2553)

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ขอนแก่นจัดว่าเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ และโบราณสถานมากมาย มีวัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ มีผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ที่อำเภอชนบท ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ทั้งผ้าฝ้าย และผ้าไหมที่อำเภอหนองเรือ อำเภอหนองนาคำ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และสะดวกในการคมนาคมตลอดปี จากการสัมภาษณ์เบื้องต้นได้พบว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการบริหารจัดการที่ดี มีการประสานงานกับเครือข่ายอย่างกว้างขวาง ได้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการมาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวนี้ได้มาสัมผัสกระสังค์คีตศิลป์ และชมความสวยงามของศิลปวัฒนธรรมไทยอีกด้วย แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวได้แก่ ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง

สำหรับศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อยู่ภายใต้การดำเนินงาน และการบริหารจัดการของเทศบาลนครขอนแก่น ปัจจุบันได้มีปัญหาเกี่ยวกับ กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง ได้มาเรียกร้องสิทธิโบราณสถานอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงการคลังตามกฎหมาย ส่วนเทศบาลนครขอนแก่นเป็นผู้บูรณะและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสและชมศิลปวัฒนธรรม ส่วนพระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง ซึ่งมีลักษณะเป็นสถาปัตยกรรม 9 ชั้นนั้น อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของคณะสงฆ์วัดหนองแวงพระอารามหลวง ซึ่งการบริหารจัดการทั้ง 2 แห่งนี้มีความแตกต่างกัน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ทั้ง 2 แห่ง เพื่อนำผลการวิจัยใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ขอบเขตการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูล

1. กลุ่มเป้าหมาย : ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมืองได้แก่เจ้าหน้าที่เทศบาลนครขอนแก่น เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และนักท่องเที่ยว ส่วนพระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวงได้แก่ เจ้าอาวาสหรือตัวแทนวัดหนองแวงพระอารามหลวง คณะทำงานพระมหาธาตุ และนักท่องเที่ยว

2. ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

2.1 ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 คน ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีเทศบาลนครขอนแก่น รองนายกเทศบาลนครขอนแก่น ปลัดเทศบาลนครขอนแก่น หัวหน้ากองการศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง นักท่องเที่ยวที่และเที่ยวมาสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

2.2 พระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 24 คน ประกอบด้วย เจ้าอาวาสหรือตัวแทน คณะทำงานพระมหาธาตุ และนักท่องเที่ยว

ประเด็นที่ศึกษา

1. ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

พื้นที่วิจัย ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ถนนศรีจันทร์ และพระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง ถนนกลางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ :

1. ได้ทราบศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. ได้ทราบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. ได้ทราบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
4. ผลการวิจัยจะได้ข้อมูลสารสนเทศ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่ง que แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิชาการดำเนินชีวิตศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญงอกงามที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีการสังสมและถ่ายทอดสืบต่อกันมา

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง สังกัดเทศบาลนครขอนแก่น และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ประวัติความเป็นมา หมายถึง สถานที่ตั้ง เวลาการสถาปนาและการก่อตั้ง ตลอดทั้งประวัติความเป็นมาของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยว ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การบริหารจัดการบุคลากร การบริหารการเงิน การบริหารจัดการอาคารสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ การบริหารจัดการทั่วไป ของแหล่งท่องเที่ยว ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ทิศทางการปรับปรุง และพัฒนา การท่องเที่ยวให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย และพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. แนวทางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)
5. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม (Social Network)
6. บริบทของเทศบาลนครขอนแก่น และวัดหนองแวงพระอารามหลวง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ความหมายของการบริหาร และการจัดการ ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้เช่น

สมพงษ์ เกษมสิน (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงคำว่าการบริหาร (Administration) โดยทั่วไปใช้ในความหมายกว้างๆ ที่รวมถึงการบริหารรัฐและธุรกิจ แต่มีบุคคลจำนวนไม่น้อยที่มักเข้าใจว่า การบริหารหมายถึง การบริหารราชการ ซึ่งแท้จริงมีคำเฉพาะคำหนึ่งซึ่งหมายถึงการบริหารราชการ และเป็นคำที่คณะกรรมการบัญญัติศัพท์ได้กำหนดขึ้น คือ คำว่า “รัฐประศาสนศาสตร์” (Public Administration) กระนั้นก็ดี คำนี้อาจมีความหมายใกล้เคียงกับบางคำ ซึ่งบางครั้งบางโอกาสก็ใช้แทนกันได้ เช่น การจัดการ (Management) สำหรับ คำว่า Management นี้ โดยทั่วไปมักหมายถึง การจัดการในทางธุรกิจมากกว่าที่จะหมายถึงการบริหารราชการ หรือการบริหารรัฐกิจ อย่างไรก็ตามในความหมายหนึ่ง Management หมายถึง การจัดการหรือดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้ เหตุนี้ในกรณีที่พยายามจะแสวงหาความแตกต่างระหว่าง Administration กับ Management แล้วจึงอาจ

กล่าวได้ว่า Administration นั้นเน้นเรื่องการบริหาร หรือการจัดการเกี่ยวกับนโยบาย ส่วน Management นั้นเป็นการนำเอานโยบายไปปฏิบัติจัดทำ (Implementation) นอกจากนี้ยังสรุปว่า การจัดการคือ การใช้ศาสตร์และศิลป์นำเอาทรัพยากรการจัดการ (Management Resources) มาประกอบการตามกระบวนการจัดการ (Process of Management) ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดิน ปรัชญพฤทธิ (2535) มองการบริหารในลักษณะที่เป็นกระบวนการ โดยหมายถึง กระบวนการการนำเอาการตัดสินใจ และนโยบายไปปฏิบัติ ส่วนการบริหารรัฐกิจ หมายถึง การนำเอา นโยบายสาธารณะ ไปปฏิบัติ

บุญทัน ดอกไธสง (2537) ให้ความหมายว่า การบริหารคือ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์กร หรือประเทศ หรือการจัดการเพื่อผลกำไรของทุกคนในองค์กร

ธงชัย สันติวงษ์ (2543) กล่าวถึงลักษณะของงานบริหารจัดการไว้ 3 ด้าน คือ

1. ในด้านที่เป็นผู้นำหรือหัวหน้างาน งานบริหารจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ปฏิบัติตนเป็นผู้นำภายในองค์กร
2. ในด้านของภารกิจหรือสิ่งที่ต้องทำ งานบริหารจัดการ หมายถึง การจัดระเบียบทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กร และการประสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
3. ในด้านของความรับผิดชอบ งานบริหารจัดการ หมายถึง การต้องทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยการอาศัยบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2545) แบ่งการบริหาร ตามวัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้งหน่วยงานไว้ 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเรียกว่า การบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือการบริหารภาครัฐ มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งคือ การให้บริการสาธารณะ (Public Services) ซึ่งครอบคลุมถึงการอำนวยความสะดวก การรักษาความสงบเรียบร้อยตลอดจนการพัฒนาประชาชนและประเทศชาติ เป็นต้น การบริหารส่วนนี้เป็นการบริหารของส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น เช่น การบริหารงานของหน่วยงานของสำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวง กรม หรือเทียบเท่า การบริหารงานของจังหวัดและอำเภอ การบริหารงานของหน่วยการบริหารท้องถิ่น หน่วยงานบริหารเมืองหลวง รวมตลอดทั้งการบริหารงานของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 การบริหารงานของหน่วยงานภาคธุรกิจ ซึ่งเรียกว่า การบริหารธุรกิจ (Business Administration) หรือการบริหารภาคเอกชนหรือการบริหารของหน่วยงานของเอกชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักของการตั้งเพื่อการแสวงหากำไร หรือการแสวงหากำไรสูงสุด (Maximum Profits)

ในการทำธุรกิจการค้าขาย การผลิตอุตสาหกรรม หรือให้บริการ เห็นตัวอย่างได้อย่างชัดเจนจาก การบริหารงานของบริษัท ห้างร้าน และห้างหุ้นส่วนทั้งหลาย

ส่วนที่ 3 การบริหารงานของหน่วยงานที่ไม่สังกัดภาครัฐ (Non-Governmental Organization) ซึ่งเรียกย่อว่า หน่วยงาน เอ็นจีโอ (NGO) เป็นการบริหารงานของหน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร (Non-Profit Administration) เช่น การบริหารงานของมูลนิธิ และสมาคม

ส่วนที่ 4 การบริหารงานของหน่วยงานระหว่างประเทศ (International Organization) มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งคือ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เช่น การบริหารงานขององค์การสหประชาชาติ (United Nation Organization) องค์การการค้าระหว่างประเทศ (World Trade Organization) และกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN)

ส่วนที่ 5 การบริหารงานขององค์กรตามรัฐธรรมนูญ การบริหารงานขององค์กรส่วนนี้เกิดขึ้นหลังจากประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2540) โดยบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญได้กำหนดให้มีองค์กรตามรัฐธรรมนูญขึ้น เช่น การบริหารงานของศาลรัฐธรรมนูญ ศาลปกครอง คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ คณะกรรมการเลือกตั้งและผู้ตรวจการแผ่นดินของรัฐสภา เป็นต้น องค์กรดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นหน่วยงานของรัฐเช่นกัน แต่มีลักษณะพิเศษ เช่น เติบโตขึ้นตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญดังกล่าว และมีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งเพื่อปกป้องคุ้มครองและรักษาสิทธิเสรีภาพของประชาชน ตลอดจนควบคุมตรวจสอบการปฏิบัติงานของรัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐ

ส่วนที่ 6 การบริหารงานของหน่วยงานภาคเอกชน มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งเพื่อปกป้องรักษาผลประโยชน์ของประชาชน โดย ส่วนรวมซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศและถูกเอารัดเอาเปรียบตลอดมา เช่น การบริหารงานของหน่วยงานของเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน และกลุ่มผู้ให้บริการ

ทฤษฎีการบริหาร

วิโรจน์ สารรัตนะ (2542) ได้สรุปทฤษฎีการบริหารของนักวิชาการต่าง ๆ ไว้ดังนี้ คือ

1. ทฤษฎีการบริหารยุคทัศนะดั้งเดิม ทฤษฎีการบริหารยุคทัศนะดั้งเดิมจำแนกเป็น 3 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการบริหารเชิงวิทยาศาสตร์ที่มุ่งหาวิธีที่ดีที่สุดในการทำงาน ทฤษฎีการบริหารจัดการมุ่งกำหนดหลักการทางการบริหารไว้ และเชื่อว่าหากมีการฝึกอบรมก็สามารถจะทำให้เป็นนักบริหารที่มีความสามารถได้ และทฤษฎีการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นความเป็นเหตุเป็นผล

2. ทฤษฎีทัศนะเชิงพฤติกรรม ทฤษฎีทัศนะเชิงพฤติกรรม มีจุดเน้นอยู่ที่การศึกษาเพื่อความเข้าใจปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในองค์กร มีทัศนะต่อคนงานว่ามีได้เป็นมนุษย์เศรษฐกิจที่ต้องการปัจจัย จูงใจด้านเศรษฐกิจหรือด้านกายภาพเท่านั้น แต่ยังเป็นมนุษย์สังคมที่

ต้องการปัจจัยของใจด้านสังคมด้วย ทักษะดังกล่าวนำไปสู่ความเคลื่อนไหวเชิงมนุษยสัมพันธ์ และตระหนักถึงความจำเป็นของนักบริหารว่าควรมีทักษะเชิงมนุษยสัมพันธ์เพิ่มขึ้นด้วย แต่ทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีผู้เสนอ เช่น กรณียของ Maslow หรือ McGregor ต่างยังไม่ให้ความกระจ่างต่อการนำไปปฏิบัติที่ชัดเจน จึงมีข้อเสนอว่า ในการศึกษาหาแนวทางการบริหารที่เป็นไปได้ในทางปฏิบัตินั้นควรอาศัยหลักพฤติกรรมศาสตร์โดยการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์เพื่อสร้างทฤษฎีเฉพาะองค์การ

3. ทฤษฎีทักษะเชิงปริมาณ ทฤษฎีนี้มีจุดเน้นที่ตัวแบบทางคณิตศาสตร์ สถิติ และข้อมูลสารสนเทศ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจทางการบริหารที่มีประสิทธิผล มี 3 หลักการที่สำคัญ คือ หลักการบริหารศาสตร์หรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อ ให้มีการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ตัวแบบทางคณิตศาสตร์และวิธีการเชิงสถิติมาประกอบหลักการบริหารเชิงปฏิบัติการเพื่อมุ่งจัดการเรื่องการผลิตและการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และหลักการระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร ซึ่งมุ่งการออกแบบสารสนเทศและการนำไปใช้โดยสร้างระบบฐานข้อมูลที่อาศัยคอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐาน

4. ทฤษฎีทักษะร่วมสมัย ทฤษฎีทักษะร่วมสมัย ประกอบด้วยหลักการบริหารตามทฤษฎีเชิงระบบ และการบริหารตามสถานการณ์ กรณีแรกเป็นการมององค์การเป็นระบบ ๆ หนึ่ง ประกอบด้วยปัจจัยป้อนเข้า กระบวนการ ปัจจัยป้อนออก และข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งในการบริหารนั้นผู้บริหารต้องคำนึงถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ของความเป็นระบบเปิดมาใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับกรณีหลังด้วยความเชื่อที่ว่าไม่มีวิธีการทำงานใดที่ดีที่สุดสำหรับทุกสถานการณ์ ผู้บริหารจึงจะต้องมีทักษะเชิงมนทัศน์ค่อนข้างสูง เพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการตัดสินใจเลือกหลักการหรือวิธีการบริการที่เหมาะสมได้

รูปแบบของกระบวนการบริหาร

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2545) และสมพงษ์ เกษมสิน (ม.ป.ป.) ได้อธิบายถึงรูปแบบของกระบวนการบริหารตามแนวคิดของกูลิคและเออร์วิค (Luther Gulick and Lyndall Urwick) ในรูปของ POSDCORB MODEL มี 7 ประการคือ

1. การวางแผน (Planning) การวางแผน เป็นการนำความรู้ทางวิชาการและการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตมากำหนดเป็นแผนงาน ทั้งนี้โดยการจัดทำให้ประสานกับนโยบายของรัฐบาลและของส่วนราชการ แผนที่ดีเกิดจากการดำเนินงานตามแผน แผนที่ดีจะต้องมีความแม่นยำในการคาดคะเนผลที่จะได้รับให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด การวางแผนนั้นจะต้องมีการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดมาปฏิบัติ

2. การจัดองค์การ (Organizing) การจัดองค์การหรือการจัดส่วนราชการ หมายถึง การกำหนดโครงสร้างของรูปร่างและกิจกรรมที่จะต้องดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์และ

ภาระหน้าที่ของแต่ละส่วนราชการ นอกจากนี้ก็เพื่อให้มีผู้บริหารรับผิดชอบการดำเนินงานและกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งมีการมอบอำนาจหน้าที่ในการรับผิดชอบงาน การประสานงานและการประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ การจัดส่วนราชการนี้ จะแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบในการควบคุมงาน สายการบังคับบัญชา และการจัดแบ่งหน่วยงานย่อยภายในราชการออกเป็นฝ่ายปฏิบัติการ (หน่วยงานหลัก) ฝ่ายอำนาจการ (หน่วยงานที่ปรึกษา) และฝ่ายช่วยอำนาจการ (หน่วยงานช่วย)

3. การสรรหาและจัดบุคลากรเข้าทำงาน (Staffing) การสรรหาและจัดบุคลากรเข้าทำงาน หรืออาจรวมเรียกว่าการบริหารงานบุคคล หมายถึง การดำเนินงานที่เกี่ยวกับการกำหนดอัตรากำลังบุคลากรที่ควรจะมี การกำหนดตำแหน่งหน้าที่การงานตามโครงสร้างของส่วนราชการ รวมทั้งการดำเนินงานเกี่ยวกับการสรรหาบุคลากรเข้ามารับราชการ การบรรจุและแต่งตั้ง การเลื่อนตำแหน่ง การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร การกำหนดเงินเดือนและสวัสดิการ การพ้นจากตำแหน่ง การพิจารณาคำวินิจฉัยและการลงโทษ การให้บำเหน็จบำนาญและสิ่งจูงใจต่าง ๆ การดำเนินงานในลักษณะดังกล่าวนี้มีจุดหมายเพื่อให้เกิดความเหมาะสมของงานและบุคลากร (Competent Man for Competent Job) และเพื่อเสริมสร้างและธำรงสภาพการทำงานและบุคลากรให้เป็นไปอย่างสมดุลกันมากที่สุด

4. การอำนาจการ (Directing) การอำนาจการ หรือการสั่งการ หมายถึง การที่ผู้บริหารทำหน้าที่เป็นผู้นำและผู้ควบคุมดูแลรวมตลอดถึงการเป็นผู้บังคับบัญชาและผู้นิเทศงานแก่ผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา นอกจากนี้การอำนาจการยังหมายรวมถึงการวินิจฉัยสั่งการ การมอบอำนาจหน้าที่และการใช้ศิลปะในการบริหารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาวะผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ และการจูงใจ เพื่อให้ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ นโยบายและความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ตามภารกิจของส่วนราชการในส่วนรวม

5. การประสานงาน (Coordinating) การประสานงาน หมายถึง การจัดให้มีการเชื่อมโยงประสานกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในความรับผิดชอบของผู้บริหารงานในแต่ละหน่วยงานและแต่ละส่วนราชการ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยราบรื่น การประสานงานเป็นการศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการที่จะทำให้บุคลากรในหน่วยงานร่วมมือกันทำงานและเชื่อมโยงการทำงานกันอย่างต่อเนื่องและสามารถแก้ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานได้ การประสานงานเป็นภารกิจที่สำคัญมากในการบริหารงานและเป็นกิจวัตรประจำวันสำหรับผู้บริหารทุกคนและทุกระดับจะต้องยึดถือปฏิบัติ เพื่อให้การปฏิบัติงานของส่วนราชการบรรลุวัตถุประสงค์ การประสานงานที่ดีจะต้องมีการสื่อสารที่ดีด้วย เพื่อทุกคนจะได้ข่าวสารที่ถูกต้องและทันท่วงทีในสิ่งที่เป็นปัญหาและการเปลี่ยนแปลงในส่วนราชการ อันจะทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันและร่วมมือกันทำงานต่อไปตามวัตถุประสงค์ของส่วนราชการ

6. การรายงานผลการปฏิบัติงาน (Reporting) การรายงานผลการปฏิบัติงาน เป็นหน้าที่ของผู้ที่จะต้องดูแลให้ผู้ผู้ได้บังคับบัญชารายงานผลการปฏิบัติงานของตนให้ทราบว่าได้ปฏิบัติงานไปอย่างไรบ้าง มีปัญหา อุปสรรค ตลอดจนผลสำเร็จประการใด ในขณะที่เดียวกันผู้บริหารส่วนราชการก็มีหน้าที่จะต้องรายงานผลการปฏิบัติงานของส่วนราชการที่ตนรับผิดชอบต่อประชาชน เพื่อให้ได้ทราบว่าได้ดำเนินการอะไรไปบ้าง มีปัญหา อุปสรรค และผลสำเร็จประการใดบ้าง และงานที่จะดำเนินการต่อไปมีอะไรบ้าง การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ทราบแล้ว ก็ยังเป็นวิธีการที่จะประชาสัมพันธ์ผลงานให้ประชาชนและผู้สนใจได้ทราบและมีความเข้าใจในภารกิจและความรับผิดชอบของส่วนราชการนั้น ๆ ด้วย

7. การงบประมาณ (Budgeting) การงบประมาณ หมายถึง การศึกษาให้ทราบถึง ระบบและกรรมวิธีในการบริหารเกี่ยวกับงบประมาณและการเงิน ตลอดจนการใช้วิธีการงบประมาณเป็นแผนงานเป็นเครื่องมือในการควบคุมงาน วิธีการบริหารงบประมาณ โดยทั่วไปมักกำหนดหมุนเวียนคล้ายคลึงกันอย่างที่เรียกว่า “วงจรงบประมาณ (Budget Cycle)” ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

7.1 การเตรียมขออนุมัติงบประมาณ

7.2 การพิจารณาให้ความเห็นชอบ

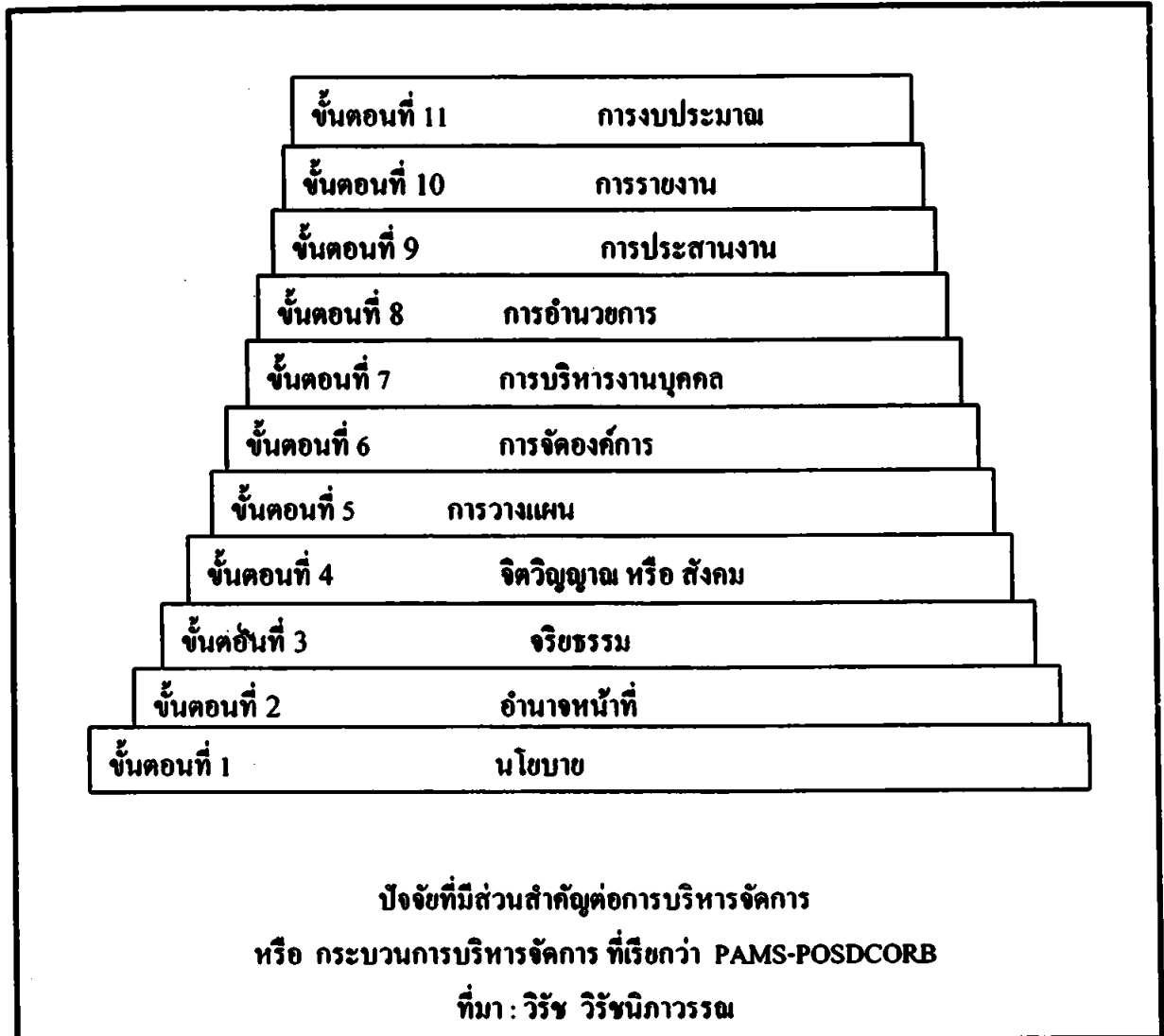
7.3 การใช้จ่ายงบประมาณ

7.4 การตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณ

นอกจากนี้ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2552) อธิบายไว้ว่า ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการหรือกระบวนการบริหารจัดการ เรียกว่า เฟมส์-โพสคอร์บ (PAMS-POSDCORB) มาประยุกต์ใช้ในทางวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ โดยยกตัวอย่างการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาของหน่วยงานภาครัฐ คือ เทศบาล ในเวลาเดียวกัน ก็ได้ใช้ PAMS-POSDCORB เป็นกรอบแนวคิดหรือแนวทางในการนำเสนอและอธิบายกระบวนการบริหารจัดการของเทศบาลอีกด้วย

PAMS-POSDCORB นั้น ประกอบด้วย 11 ขั้นตอน ได้แก่ 1) นโยบาย (Policy) 2) อำนาจหน้าที่ (Authority) 3) จริยธรรม (Morality) 4) จิตวิญญาณ (Spirit) หรือในบางกรณีหมายถึง สังคม (Social) ก็ได้ 5) การวางแผน (Planning) 6) การจัดองค์การ (Organization) 7) การบริหารงานบุคคล หรือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) 8) การอำนวยการ (Directing) 9) การประสานงาน (Coordinating) 10) การรายงาน (Reporting) และ 11) การงบประมาณ (Budgeting) ดังภาพที่ 1

แนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการ หรือกระบวนการจัดการ ที่เรียกว่า PAMS-POSDCORB



ภาพที่ 1 กระบวนการจัดการ PAMS-POSDCORB

กล่าวได้ว่า ความสำคัญและประโยชน์ของ PAMS-POSDCORB มิใช่เพียงในฐานะ “เป็นกระบวนการบริหารจัดการ” ที่มีส่วนให้การบริหารจัดการประสบความสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ PAMS-POSDCORB ยังนำมาใช้เป็น “กรอบแนวคิด” และเป็นแนวทางสำหรับนำเสนอกระบวนการบริหารจัดการของนักบริหารจัดการอย่างเป็นระบบอีกด้วย

กระบวนการบริหารจัดการดังกล่าวนี้ประกอบด้วย 11 ขั้นตอน ซึ่งมีความสัมพันธ์กัน เมื่อใดก็ตามที่นำไปใช้ในการบริหารจัดการ อาจเรียงตามลำดับขั้นตอน ข้ามขั้นตอนหรือไม่เรียงตามลำดับขั้นตอนก็ได้

ในการวิจัยนี้ เพื่อให้เหมาะกับปรากฏการณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งนี้ จึงได้นั้น 4M ได้แก่ การบริหารจัดการบุคลากร (Man) การบริหารการเงิน (Money) การบริหารจัดการอาคารสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ (Material) และการบริหารงานทั่วไป (Management) เท่านั้น

การจัดการ (Management)

เกี่ยวกับการจัดการ (Management) ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ อาทิ

กมล อุดลยพันธุ์ (2525) มีความเห็นว่า การจัดการ (Management) เป็นเรื่องของกลุ่มบุคคลที่ร่วมมือร่วมแรงร่วมใจกันกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้เกิดผลออกมาตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ร่วมกัน อาจจะเป็นการจัดการบริหารให้กับประชาชนในทางราชการ หรือเป็นการปฏิบัติงานในองค์กรใด ๆ ทางธุรกิจเอกชน

ธงชัย สันติวงษ์ (2529) กล่าวว่า การจัดการ คือ งานของหัวหน้าหรือผู้นำที่จะต้องกระทำ เพื่อให้กลุ่มต่าง ๆ ที่มีคนหมู่มากอยู่ร่วมกันและร่วมกันทำงาน เพื่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จนสำเร็จผลโดยได้ประสิทธิภาพ

นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2529) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่า หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างที่บุคคลร่วมกันกำหนด โดยใช้กระบวนการอย่างมีระเบียบและใช้ทรัพยากรตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

ประพันธ์ สุริหาร (2532) ได้สรุปสาระสำคัญของการจัดการไว้ดังนี้

1. การจัดการเป็นกิจกรรมของกลุ่มบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป
2. กลุ่มบุคคลร่วมมือกันทำกิจกรรม
3. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน
4. โดยใช้กระบวนการและทรัพยากรที่เหมาะสม

ธงชัย สันติวงษ์ (2537) ได้กล่าวว่า การจัดการมีความหมายแตกต่างกันสุดแต่จะเน้นที่จุดใดและจะให้มิชอบเขตปกคลุมกว้างแค่ไหน ซึ่งแบ่งได้ 3 ด้าน คือ

1. ด้านที่เป็นผู้นำหรือหัวหน้างาน หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่จะปฏิบัติตนเป็นผู้นำภายในองค์กร
2. ด้านภารกิจหรือสิ่งที่ต้องทำ หมายถึง การจัดระเบียบทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กร และการประสานงานและการประสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

3. ด้านความรับผิดชอบ หมายถึง การต้องทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยการอาศัยบุคคลต่าง ๆ ในองค์การช่วยกันทำให้เกิดผล

สมยศ นาวิการ (2538) มีความเห็นว่า การจัดการคือ กระบวนการวางแผนการจัดองค์การ การสั่งการและควบคุมกำลัง ความพยายามของสมาชิกในองค์การและใช้ทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายในองค์การที่กำหนดไว้

Flippo & Munsinger (1987) กล่าวว่า การจัดการ เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ผสมผสานระหว่างผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และทรัพยากรทางการบริหาร การบริหารจึงเป็นกระบวนการที่ผู้บริหารได้นำเอาทรัพยากรภายในองค์การ (Organizational Resources) เช่น คน เงิน วัสดุคิบั และสารสนเทศ มาผ่านกระบวนการวางแผนการจัดองค์การ การบังคับบัญชา และการควบคุม เพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

DuBrin & Ireland (1993) กล่าวว่า การจัดการเป็นพื้นฐานของการวางแผนการจัดองค์การ การบังคับบัญชาและการควบคุม เพื่อที่จะทำให้งานต่าง ๆ บรรลุสำเร็จตามวัตถุประสงค์

จากความหมายที่กล่าวมาแล้วนั้นพอสรุปได้ว่า การจัดการเป็นกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์อย่างมีเหตุผล โดยใช้ทรัพยากรภายในองค์การ (Organizational Resources) ดำเนินกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้ปัจจัยทางการบริหารและกระบวนการบริหารอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ทรัพยากรทางการจัดการหรือปัจจัยพื้นฐาน (Administration Resources) ที่จำเป็นในการจัดการทุกสาขา ได้แก่ 4 Ms คือ

1. คน (Man)
2. เงิน (Money)
3. วัสดุสิ่งของ (Material)
4. วิธีการจัดการ (Management or Method)

ในด้านการจัดการธุรกิจ ได้ขยายทรัพยากรทางการจัดการออกเป็น 6 Ms คือ

1. คน (Man)
2. เงิน (Money)
3. วัสดุสิ่งของ (Material)
4. วิธีการจัดการ (Management or Method)
5. เครื่องจักร (Machine)
6. ตลาด (Market)

ลักษณะและความสำคัญของการจัดการ

สมพงษ์ เกษมสิน (ม.ป.ป.) ได้สรุปลักษณะและความสำคัญของการจัดการไว้ ดังนี้

1. การจัดการนั้นได้เจริญเติบโตควบคู่มากับการดำรงชีพของมนุษย์ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้มนุษย์ดำรงชีพอยู่ร่วมกันได้อย่างผาสุก
2. จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้องค์กรต่างๆ ต้องขยายงานด้านการจัดการให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
3. การจัดการเป็นเครื่องบ่งชี้ให้ทราบถึงความเจริญก้าวหน้าของสังคม ความก้าวหน้าทางวิทยาการ (Technology) ด้านต่างๆ ทำให้การจัดการเกิดการเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้ารวดเร็วยิ่งขึ้น
4. การจัดการเป็นมรรควิธีที่สำคัญในอันที่จะนำสังคมและโลกไปสู่ความเจริญก้าวหน้า
5. การจัดการจะชี้ให้ทราบถึงแนวโน้ม ด้านความเจริญและความเสื่อมของสังคมในอนาคต
6. การจัดการเป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มบุคคลในองค์กร ฉะนั้นความสำเร็จของการจัดการจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมทางการเมืองอยู่เป็นอันมาก
7. การจัดการลักษณะต้องใช้การวินิจฉัยสิ่ง ที่เป็นเครื่องมือซึ่งนักบริหารจำต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ และการวินิจฉัยสิ่งการนี้เอง เป็นเครื่องแสดงให้ทราบถึงความสามารถของนักบริหารและความเจริญเติบโตของการบริหาร
8. ชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่ว่าในครอบครัว หรือองค์กรย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารอยู่เสมอ ดังนั้น การจัดการจึงเป็นเรื่องน่าสนใจและจำเป็นต่อการที่จะดำรงชีพอย่างฉลาด
9. การจัดการกับการเมืองเป็นสิ่งคู่กัน ไม่อาจแยกจากกัน โดยเด็ดขาดได้ ดังที่กล่าวกันว่า “การเมืองกับการจัดการนั้น เปรียบเสมือนคนละด้านของเหรียญอันเดียวกัน (Politics and administration are the two sides of a single coin)” ฉะนั้นการจัดการจึงต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมทางการเมืองด้วย

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การจัดการเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นที่จะดำเนินควบคู่กันไปกับวิถีชีวิตของมนุษย์เพื่อก่อให้เกิดความสงบสุขในสังคม เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ไม่อาจแยกอยู่โดดเดี่ยวตามลำพังได้ มีการถ่ายทอดการเรียนรู้และประสบการณ์แก่กันในหมู่วมวลสมาชิกเกี่ยวกับการป้องกันภัยอันตราย และการอยู่ร่วมกันในสังคม โดยเริ่มตั้งแต่ครอบครัวที่นับว่าเป็นกลุ่มปฐมไปจนถึงกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งได้แก่ องค์กรและสถาบันในสังคม

โดยสรุป ลักษณะและความสำคัญของการจัดการ หมายถึง มนุษย์มีความจำเป็นจะต้องรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ การควบคุมงาน การประสานงาน การสั่งการและการติดตาม ประเมินผล

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ได้มีนักวิชาการหลายคนให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำต่อกันและกัน) ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของ และชุมชนผู้เป็นเจ้าของในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ (เสรี วังสไพจิตร, 2534)

นอกจากนี้นักวิชาการยังได้ขยายความการท่องเที่ยวว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องกับอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทางและเป็นจุดหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ และไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆอย่าง คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมชมอนุสาวรีย์ เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

สมหมาย ชินนาค (2541) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่เป็นการเดินทางนั้นเป็นกิจกรรมของคนมาช้านานแล้ว แต่ในภาษาอังกฤษนิยมใช้คำว่า Travel ขณะที่ภาษาฝรั่งเศสใช้คำว่า Tour หลักฐานที่สนับสนุนในเรื่องนี้เช่น บทความของ Sir Francis Bacon นักปราชญ์ชาวอังกฤษได้ชื่อบทความว่า "Of Travel" ซึ่งเขียนไว้เมื่อ ค.ศ. 1625 ส่วนกวีอีกท่านหนึ่งของอังกฤษชื่อ Oliver Goldsmith ก็ได้เขียนกวีนิพนธ์เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไว้ในปี ค.ศ. 1760 ใช้ชื่อว่า "The Traveler" และนวนิยายที่มีชื่อของ Jonathan Swift เกี่ยวกับการท่องเที่ยวผจญภัยของ Gulliver ซึ่งเขียนขึ้นในปี ค.ศ. 1770 ก็ใช้ชื่อว่า Gulliver's Traveler เป็นต้น

ต่อมา ความหมายของการท่องเที่ยวก็เปลี่ยนไปตามยุคสมัย กล่าวคือ กิจกรรมท่องเที่ยวเมื่อสมัยก่อนเป็นเรื่องที่การศึกษาและประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ดังที่ Sir. Francis Bacon ได้เขียนไว้ในบทความ "Of Travel" ของท่านตอนหนึ่งว่า "สำหรับเยาวชน การเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา สำหรับผู้ใหญ่เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ ผู้ที่เดินทางเข้าไปในประเทศหนึ่ง โดยยังไม่รู้ภาษาของประเทศนั้น ไปโรงเรียนมิได้ไปเที่ยว" ครั้นถึง ค.ศ. 1672 มีคนใน

ตระกูลขุนนางฝรั่งเศสผู้หนึ่งชื่อ แซงค์ โมริส ได้เริ่มมีความคิดที่จะทำการค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้น เพราะประเทศฝรั่งเศสมีสถานที่ที่น่าดูน่าชมมากกว่าประเทศอื่นๆ ในยุโรป และมีคนยุโรปไปท่องเที่ยวในฝรั่งเศสมากอยู่แล้ว แซงค์ โมริส จึงได้จัดรายการนำเที่ยวขึ้น โดยพานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศออกจากปารีสไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของฝรั่งเศสผ่านไปทางเมือง Tour เมือง La Rochelle เมือง Bordeaux ฯลฯ แล้วกลับมาปารีสอีกเส้นทางหนึ่งโดยเริ่มที่ปารีสเหมือนกันไปทางตะวันออกเฉียงใต้ของฝรั่งเศสผ่านเมือง Massaille, Aix Enprovince, Champagne, Roamne, Avignon, Besoncon, Orleans ฯลฯ แล้วกลับมาปารีส ด้วยเหตุนี้ แซงค์ โมริส จึงใช้คำว่า Tour ซึ่งแปลว่า หมุนหรือ หมุนกลับ

วิรุณา วรจินดา (2549) อ้างอิงมาจาก World Tourism Organization (UNWTO) ได้สรุปคำว่า "Tourism" (การท่องเที่ยว) ไว้ว่า หมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามมีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากอยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว คือ ไม่ใช่ไปตั้งรกรากอยู่ประจำ
2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ

3. การเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาหารายได้แต่มาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจรวมไปถึงพวกที่เข้ามาเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ เล่นกีฬา เพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม หรือเพื่อประชุมสัมมนา คำจำกัดความของ tourism ดังกล่าวข้างต้นแตกต่างไปจากความหมายที่พจนานุกรม Webster' Third New International Dictionary ให้ไว้ไปบ้าง เพราะนอกจากจะมีเรื่องของ "การท่องเที่ยว" และ "การเดินทาง" แล้วยังรวมไปถึง "การบริการ" ด้วย กล่าวคือ พจนานุกรมฉบับนี้ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism ไว้ดังนี้

- Tourism = 1) การท่องเที่ยว
2) การเดินทางเพื่อความสราญใจ
3) การบริหารธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

จากความหมายที่ยกมากล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การจะกล่าวว่าการเดินทางครั้งใดเป็นการท่องเที่ยว จะต้องดูที่จุดมุ่งหมายเป็นสำคัญคืออะไร เป็นอย่างไร เพราะโดยความหมายคำว่า Tourism แล้ว หมายถึง การท่องเที่ยวโดยผู้ท่องเที่ยวไม่มุ่งหวังที่จะได้รับผลตอบแทน แต่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนอารมณ์ เพื่อทำนุบำรุงสุขภาพ และเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) เพราะหากไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้ดำเนินการท่องเที่ยวมักใช้คำว่า การท่องเที่ยวและการเดินทางปนๆ กันไปบางทีก็ใช้คำว่า การท่องเที่ยวให้มีความหมายถึง ทั้งการเดินทางและการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Tourism Authority of Thailand

ในสมัยหลังกิจกรรมการท่องเที่ยวได้เริ่มเปลี่ยนจาก Travel มาเป็น Tourism เพราะในปัจจุบันการคมนาคมขนส่งดีขึ้นมาก การเดินทางเป็นเรื่องเล็กน้อย เมื่อเทียบกับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำที่แดนปลายทาง ด้วยเหตุนี้นับแต่คริสต์ศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมาถึงปัจจุบันคำว่า Tourism กับ Travel จึงมีความหมายเกือบเป็นอย่างเดียวกัน

นอกจากนี้การท่องเที่ยวจะมาคู่กับการบริโภคเสมอ ซึ่งการบริโภคในความหมายนี้ก็คือความสุขอันเกิดจากการได้เดินทางหรือสิ่งใดก็ตามที่ได้จากการเดินทางนั้นๆ เช่น ความสุขอันเกิดจากการได้ชมความงามของธรรมชาติของสถานที่ที่ผ่านไป หรือความสุขอันเกิดจากการได้พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในระหว่างการเดินทาง หรือความสุขที่ได้จากการละทิ้งงานประจำมาพักผ่อน เป็นต้น

ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ข้อมูลเชิงวิชาการ-ท่องเที่ยว. 2548) ได้คิดคั่นนำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาจัดกิจกรรม จัดรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อขยายเส้นทางการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆและสถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่างๆ ได้ความรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ สังคมหรือชุมชนตามธรรมชาติ เพื่อชื่นชมและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม สังคม ปกป้องจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การดำน้ำ การศึกษาวิถีชีวิต เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมี 2 ประเภท คือ

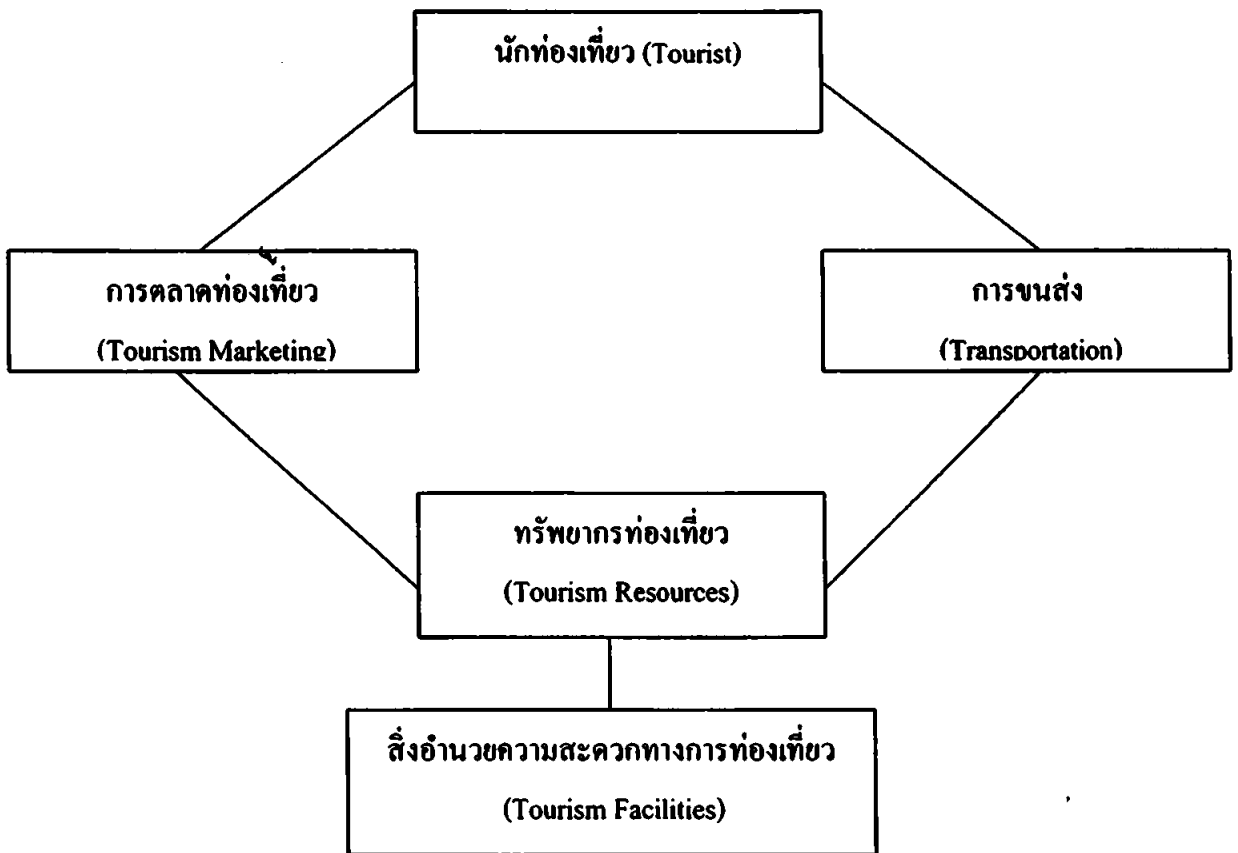


4.1 การท่องเที่ยวเชิงบำบัดและสุขภาพ (Health Healing) เป็นการท่องเที่ยวที่
ผนวกโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดหรือฟื้นฟูโรค เช่น การผ่าตัดเสริมความงาม

4.2 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการท่องเที่ยว
ไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักในโรงแรมหรือรีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริม
สุขภาพที่สถานะนั้นๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย บริการสุขภาพบำบัด บริการอาบน้ำแร่ เป็นต้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็น
วงจร ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีพำนักถาวร ในราชอาณาจักรไทย
2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน
3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งมิได้ค้างคืน

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีพำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช่เป็นถิ่นที่ประจำอยู่

5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยว ภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

การตลาดการท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในนั้นจะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่ง การตลาดท่องเที่ยวหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของคนแล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริหารท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริหารท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวนกระตุ้นแรงเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของคน

การขนส่ง หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การขนส่งทางรถยนต์

2. การขนส่งทางรถไฟ
3. การขนส่งทางเรือ
4. การขนส่งทางเครื่องบิน

ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึงสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ และเกาะแก่ง เป็นต้น

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และ โบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน เป็นต้น

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬาและงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

ซึ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัยโดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการขนถ่าย กระเป๋าเดินทาง การตรวจตรา หนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว และการต่อวีซ่า เป็นต้น การให้บริการท่องเที่ยวเป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ

- 1.1 การขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2 บริการที่พักแรม
- 1.3 บริการอาหารและบันเทิง
- 1.4 บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- 1.5 บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะ ไม่มีการท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความความสะดวกสบายในความเป็นอยู่และส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การศึกษา และการสาธารณสุข เป็นต้น

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สินและการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเคียดแค้นต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริมหรือสนับสนุนเพิ่มความความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

กษมณ วงศ์คำ (2553) อธิบายไว้ว่า องค์กรการท่องเที่ยวระดับโลกที่สำคัญมี 2 องค์กรด้วยกัน ประกอบด้วยองค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) ซึ่งเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และองค์กรท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ซึ่งเป็นทบวงการชำนัญพิเศษแห่งสหประชาชาติ (United Nations specialized agencies) ทั้งนี้อาจจะพิจารณาได้ดังนี้

องค์การสหประชาชาติให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization : UNESCO) คณะกรรมาธิการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิกแห่งสหประชาชาติ (The United Nation Economic and Social Commission for Asia and the Pacific : UNESCAP) องค์กรท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) และสภากาชาดโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites : ICOMOS) เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ซึ่งรวมถึงแหล่งโบราณคดี, ประวัติศาสตร์, ประเพณี, วิถีชีวิต, ชนิตพันธ์ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถูกเรียกขานใหม่ภายใต้เงื่อนไขของการเป็น “มรดกโลก (World Heritage)” นั่นเอง และภายใต้การปฏิบัติต่อการเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) และทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) องค์การสหประชาชาติได้มีการสร้างเงื่อนไขที่แต่ละประเทศจะต้องปฏิบัติต่อพื้นที่ซึ่งได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลก เช่น การจัดทำอนุสัญญาการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage) และการประกาศกฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (International Cultural Tourism Charter 1999) โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติทั้งภายในและระหว่างประเทศ การวางแผน การอนุรักษ์ธรรมชาติ และการจัดตั้งกองทุนเพื่อคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ และการสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในการอนุรักษ์มรดกโลกทางธรรมชาติ (UNESCO World Heritage Center, 2004 : www.ecosmile.co.th)

ขณะเดียวกัน ไม่เพียงแต่สหประชาชาติจะให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งมรดกโลกเท่านั้น สิ่งที่สามารถยืนยันถึงการให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในระดับการปฏิบัติการ เห็นได้จากการจัดทำต้นแบบ (Model) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่บ้านน้ำสา แขวงหลวงน้ำทา ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในโครงการ UNESCO Namha Ecotourism Project ในปี ค.ศ. 1999 (UNESCO Regional for Culture in Asia and the Pacific, 2044 : www.Unesco.co.th) กระทั่งนำไปสู่การออก Plan of Action for Sustainable Tourism Development in the Asian Pacific Region (1999-2005) ในปี ค.ศ. 2001 อันเป็นแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจ การจัดการสิ่งแวดล้อม การลงทุนและการพัฒนาสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง และการพัฒนาความร่วมมือทางการท่องเที่ยวในภูมิภาค (United Nations, 2001) อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนขององค์การสหประชาชาตินั้นให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในด้านการวางแผนและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

หลักการจัดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) ให้คำอธิบายว่า การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสมซึ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อมการกำหนดแนวทางมาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้มีฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จ การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจำเป็นต้องพิจารณาขอบข่ายระหว่างองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกได้เป็น 3 ระบบ ดังนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากร ซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น
2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ
3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรมรูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อยมีองค์ประกอบอีกมากมายที่บทบาทและหน้าที่แตกต่างกันและมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอก ระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศป่าไม้ แหล่งน้ำ และดิน ตลอดจนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ทั้งโดยตรงและทางอ้อม

กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานในปี 2552

กษรมน วงศ์คำ (2553) ได้สรุปไว้ว่า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ในปี 2552 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะเน้นการสร้างกระแสการเดินทางทั้งทางตลาดต่างประเทศ และในประเทศให้ดีขึ้นตลอดทั้งปี ภายใต้กลยุทธ์ธรรมาภิบาลส่งเสริม “ปีท่องเที่ยวไทย 2551-2552” ตามนโยบายของรัฐบาล ผนวกกับการดำเนินงานสานต่อกลยุทธ์การตลาดในปีที่ผ่านมา ซึ่ง

มีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปตามสภาวะและแนวโน้มตลาดในแต่ละพื้นที่ สร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และความร่วมมือสนับสนุนนักท่องเที่ยวไทย โดยยังคงนำเสนอแคมเปญ “Amazing Thailand” และสินค้าหลัก 7 หมวด (7 Wonders of Amazing Thailand) ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้แก่

Thainess : The World' Friendliness Culture นำเสนอความเป็นตัวตนของคนไทย วิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้า ที่มีความเรียบง่าย สงบ เป็นเสน่ห์ของไทย โดยนำเสนอสินค้าที่สะท้อนแนวคิดของสังคมไทย อาทิ วิถีชีวิตของชุมชน การทำอาหารไทย มวยไทย ประเพณีไทย ฯลฯ

Thainess : Land of Heritage and History นำเสนอกลุ่มสินค้าด้านวัฒนธรรมไทย ที่สร้างความภูมิใจในความเป็นชาติ และพร้อมที่จะอวดสู่สายตาชาวโลก กลุ่มสินค้าเหล่านี้ อาทิ สถานที่ซึ่งเป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ฯลฯ

Beaches : Sun Surf and Serenity นำเสนอความแตกต่างที่หลากหลายของทะเลไทย สามารถสร้างความสุข และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ อาทิ พักขา, หัวหิน, ชะอำ ฯลฯ

Nature : The Beauty of Nature Wonders นำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Green Tourism การท่องเที่ยวแบบประหยัดพลังงาน สร้างความตระหนักและเกิดความเข้าใจคุณค่าของการเป็นผู้ห่วงใยสิ่งแวดล้อม อาทิ การเดินชมเส้นทางศึกษาธรรมชาติและระบบนิเวศ ส่องสัตว์ ดูนก การล่องแก่ง ฯลฯ

Health & Wellness : The Beauty of Wellness and Wellbeing นำเสนอสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อการบำรุงและบำบัดสุขภาพกายและใจ อาทิ สปา สมาธิ การแพทย์ที่ทันสมัย ฯลฯ

Trends : Your Senses with Unique Trends นำเสนอสินค้าบริการที่สอดคล้องตามกระแสนิยม หรือ In Trend ซึ่งเป็นจุดขายด้วยรูปแบบที่ทันสมัย แปลกตาในแนว Chic, Hip, Modern ทั้งร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง บูติก โฮเต็ล รวมถึงสิ่งทีมนุชย์สร้างขึ้น อาทิ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ฯลฯ

Festivities : The Land of Year Round Festivities กิจกรรมท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการความสนุกสนาน รื่นเริง และความบันเทิง โดยนำงานเทศกาลระดับโลกและระดับนานาชาติต่าง ๆ เป็นตัวดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และสื่อมวลชนต่างชาติ อาทิ Pattaya Music Festival the Royal Trophy Europe vs Asia Golf Championship ฯลฯ

นอกจากนี้ในส่วนของ Festivities มีแนวคิดหลัก (Theme) ในการท่องเที่ยว ในแต่ละเดือน เพื่อให้ประเทศไทยมีสิ่งที่น่าสนใจตลอดทั้งปี คือ

เดือนมกราคม : สวัสดิ์เมืองไทย – Thailand Extravaganza

เดือนกุมภาพันธ์ : ดอกไม้กับความรัก – Flower Paradise

เดือนมีนาคม : ธรรมชาติ กีฬา คนตรี – Summer Music & Sports

เดือนเมษายน : เย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ – Songkran Splendours

เดือนพฤษภาคม : อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน – Thai Fruit

เดือนมิถุนายน : เที่ยวไทยหัวใจสีเขียว – Lively Green Journey

เดือนกรกฎาคม : สืบศาสตร์ ตานศิลป์ – Timeless Thai Elegance

เดือนสิงหาคม : ครอบครัวสุขสันต์ – Family Festival

เดือนกันยายน : ตุ๊กตาทัวร์สยาม – International Boat Races

เดือนตุลาคม : มหัศจรรย์ฝั่งโขง – The Magnificent Mekhong River

เดือนพฤศจิกายน : ลีลาวดีแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง – Loi Krathong Festival

เดือนธันวาคม : สยามสนุก – Siam Snook

ผนวกกับการดอย้ำจุดแข็งในด้านภาพลักษณ์ มิตรไมตรี และสีสันของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ภายใต้การชูจุดขายภาพลักษณ์ที่โดดเด่น และแตกต่างของแต่ละพื้นที่ในแต่ละภาค ซึ่งได้แก่

ภาคเหนือ : รูปภาพลักษณ์ “แหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสมผสานความมีระดับ” (Classy Lanna) นำเสนอความโดดเด่นของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมล้านนา ผสมผสานกับความมีสไตล์และมีระดับของสินค้าและบริการ

กรุงเทพฯ : รูปภาพลักษณ์ “วิถีชีวิตเมืองกรุง” (The Touch of Bangkok) นำเสนอบรรยากาศของชุมชนชาวบางกอกดั้งเดิมที่แฝงอยู่ในชีวิตที่ทันสมัยสไตล์ชาวกรุงปัจจุบัน

ภาคกลาง : รูปภาพลักษณ์ “การท่องเที่ยวแบบดิวลาอดีต” (Nostalgia Tourism) นำเสนอความสงบสบายตามรูปแบบการใช้ชีวิตของชาวไทยภาคกลางในอดีต

ภาคตะวันออก : รูปภาพลักษณ์ “เที่ยวสนุก ทุกระดับ” (Affordable Active Beach) นำเสนอความสนุกสนานของกิจกรรมชายหาดที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : รูปภาพลักษณ์ “แหล่งเรียนรู้ อู่อารยธรรม” (The Cradle of Learning and Civilization) นำเสนอความลึกซึ้งของอารยธรรมอีสาน ที่สืบสานย้อนไปได้ถึงยุคดึกดำบรรพ์

ภาคใต้ : รูปภาพลักษณ์ “ป่าสวย ทะเลใส” (Blue and Green : Clean Clear) นำเสนอความบริสุทธิ์ สดใสของผืนป่าและท้องทะเลที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ย้ำเจตนารมณ์อย่างต่อเนื่องที่จะรณรงค์ให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็น

ผลงานในอดีตที่ทำต่อเนื่องถึงปัจจุบัน อาทิ การให้รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดีเด่นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม (Tourism Awards) การสนับสนุนการให้มาตรฐานโรงแรมสีเขียว (Green Leaf Hotel) การสนับสนุนกิจกรรมด้านรักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ประกอบกับแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับสภาวะวิกฤต “โลกร้อน” การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงใช้โอกาสนี้ต่อยอดภารกิจของการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยนำเสนอขายสินค้าการท่องเที่ยวและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “7 Greens” ซึ่งประกอบด้วย

Green Hearts : การสร้างความรู้สึกรักให้นักท่องเที่ยวและชุมชนมีหัวใจที่เปี่ยมไปด้วยรัก ความศรัทธา ใส่ใจ และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม

Green Logistic : การปรับเปลี่ยนวิธีการเดินทางหรือรูปแบบการให้บริการ ให้บริการด้านการคมนาคมขนส่ง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเน้นการเสนอขายกิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้นานพาหนะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การขี่จักรยาน การเดินทางด้วยขนส่งมวลชน (รถไฟ รถประจำทาง)

Green Attraction : สนับสนุนการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี ที่ตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป็นหลัก

Green Communities : สนับสนุนการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งชุมชนเมืองและชนบท ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน

Green Activities : สนับสนุนการเสนอขายกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอยู่ภายใต้ขอบเขตความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่/ครั้ง

Green Services : สนับสนุนการเสนอขายรูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยมาตรฐานและคุณภาพที่ดี ภายใต้การคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่มีการดูแลอย่างเหมาะสม

Green Plus : เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบแทนผู้สังคม ด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการลด ละ เลิก พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึง การสร้างสิ่งแวดล้อมใหม่ที่ดี เช่น การปลูกป่า เป็นต้น

ลักษณะแนวคิด “7 Green” นี้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสื่อสารข้างต้นไปยังนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและทั่วโลก เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ “คุณค่า” ของแบรนด์ “ประเทศไทย” นักท่องเที่ยวรู้สึกและเกิดความเชื่อว่าปี 2552 เป็นปีที่คุ้มค่าที่จะท่องเที่ยวไทย

แคมเปญโฆษณาปีท่องเที่ยวไทย

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์รณรงค์ปีท่องเที่ยวไทยในต่างประเทศจะยังคงใช้แคมเปญ “Amazing Thailand” เป็นตัวหลัก และเสริมด้วยแคมเปญ “Visit Thailand Year 2009” ส่วนตลาดในประเทศจะรณรงค์การเดินทางภายใต้แนวคิด “เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทย คึกคัก” เพื่อสร้างความตื้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยให้ฟื้นตัว โดยระดมออกสื่อหลากหลายครอบคลุมทุกช่องทาง และผ่านบุคคลผู้มีชื่อเสียง รวมถึงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Below the Line) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ โดยจัดอบรมให้ความรู้แก่เยาวชน เพื่อประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย เป็นต้น แคมเปญโฆษณาปีท่องเที่ยวแบ่งได้ดังนี้ เน้นการดำเนินงานให้เกิดกระแสการเดินทางมาไทยตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นการขยายผลโครงการจากเฉพาะบางพื้นที่ตลาด ไปสู่การดำเนินงานพร้อม ๆ กันในหลายตลาดหลักทั่วโลก โดยมีโครงการหลัก 12 เดือน ดังนี้ (โครงการอาจมีการปรับเปลี่ยนกำหนดเวลาการดำเนินงานอีกครั้งตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ในอนาคต)

1. โครงการ Visit Thailand Year 2009 (ตุลาคม 2551) จัด Mega Familiarization Trip ครั้งใหญ่ เชิญผู้ประกอบการนำเที่ยว และสื่อมวลชนทั่วโลกเดินทางมาสำรวจสินค้าของไทย เน้นเสนอสินค้าใหม่ ภายใต้ 7 Wonder of Amazing Thailand และชูจุดขายเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่แตกต่างกัน
2. โครงการ Amazing Thailand : Friends Forever (พฤศจิกายน 2551) สานสัมพันธ์สร้างความภักดีกับลูกค้า ด้วยการนำเสนอบัตร “Amazing Thailand Fan Club” เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เป็นส่วนลดสินค้าไทยทั้งในต่างประเทศ และในประเทศ
3. โครงการ Lady Paradise (ดำเนินการตลอด 12 เดือน) สร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็น “สวรรค์ของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มตลาดสตรี” เน้นเสนอขายสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม สินค้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ฯลฯ และกิจกรรมนำสมัย อาทิ กอล์ฟ เรียนการทำอาหารไทย ฯลฯ
4. โครงการ Thailand Health & Wellness (ดำเนินการตลอด 12 เดือน) เสนอขายสินค้าสุขภาพและความงามเข้าสู่ตลาดโลก โดยชูจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของสินค้าไทยที่แตกต่างกัน อาทิ นวดแผนไทย การบริการทางการแพทย์ที่คุ้มค่าเงิน ฯลฯ
5. โครงการ 72 Hours in Thailand (ดำเนินการตลอด 12 เดือน) เสนอขายรายการการนำเที่ยว 3 วัน 2 คืน สำหรับตลาดระยะใกล้
6. โครงการ E-Marketing (ดำเนินการตลอด 12 เดือน) ใช้สื่อ IT เป็นเครื่องมือการส่งเสริมตลาด และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าของไทยเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคและเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

7. โครงการ Amazing Thailand : Romancing the Kingdom (กุมภาพันธ์ 2552) คัดเลือกผู้แต่งงานจากทุกตลาดทั่วโลก ให้เดินทางมาจัดงานแต่งงานที่เมืองไทยในคราวเดียวกัน เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าแพคเกจแต่งงาน และสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทยสำหรับกลุ่มตลาดดังกล่าว
8. โครงการ Amazing Songkran Festival (เมษายน 2552) ใช้งานเทศกาลสงกรานต์ซึ่ง เป็น World Event ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ดึงดูดตลาดทั่วโลก
9. โครงการ Amazing Thailand : Adrenaline Rush (พฤษภาคม 2552) เสนอขาย สินค้าด้านกีฬาและการผจญภัย เช่น กอล์ฟ มาราธอน ปีนหน้าผา ฯลฯ โดยจัดงาน/กิจกรรมดังกล่าวหลาย ๆ งาน เพื่อดึงดูดตลาดในคราวเดียวกัน
10. โครงการ Thailand Travel Mart 2009 (มิถุนายน 2552) จัดเวทีให้ผู้ประกอบการนำเที่ยว ในต่างประเทศทั่วโลกเดินทางมาพบปะกับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวของไทย
11. โครงการ Amazing Thailand : Learn of Love (มิถุนายน – สิงหาคม 2552) ส่งเสริม กลุ่มตลาดนักเรียน/นักศึกษา ให้เดินทางมาเรียนรู้วัฒนธรรมไทย และภาษาอังกฤษในประเทศไทย ในช่วงปิดเทอม โดยจัดเป็น Student Camp หรือจัดคอร์สด้านภาษาร่วมกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ
12. โครงการ Amazing Thailand through the Lens (สิงหาคม 2552) เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกส่งภาพถ่ายประเทศไทยเข้าประกวด โดยผู้ชนะจะได้รับการคัดเลือกให้เดินทางมาเที่ยวและถ่ายรูปในประเทศไทย
13. โครงการ Amazing Loy Krathong Festival (พฤศจิกายน 2552) นำเสนอเทศกาลลอยกระทงของไทยเพื่อดึงดูดตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิตศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อมุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

ความหมายของวัฒนธรรม มีผู้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรม ไว้มากมายดังนี้

Green (1972) ได้ให้ความหมายว่า “วัฒนธรรม” คือ กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมให้บุคคลเกิดความรู้ รู้จักวิธีปฏิบัติ มีความเชื่อ ตลอดจนเข้าใจผลิตผลทางศิลปะทั้งหลายและดำรงรักษาสิ่งเหล่านั้นไว้ หรือเปลี่ยนแปลงไปในเวลาที่เหมาะสม

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2536) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีแห่งการดำรงชีพที่มนุษย์สร้างขึ้น ตามที่มนุษย์มีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทั้งระบบความรู้ ความคิด หรือความเชื่อจนมีการยอมรับปฏิบัติกันมาเป็นวิธีการหรือแบบแผน และมีการอบรมและถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อมา ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงให้กับสภาพสิ่งแวดล้อมของมนุษย์

เสน่ห์ นครสันติภาพ (2541) อธิบายว่า วัฒนธรรม เป็นมรดกทางสังคมที่ประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ประเพณี ความชำนาญที่คนเราได้มาในฐานะเป็นสมาชิกในสังคม

อมรา พงศาพิชญ์ (2541) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่มนุษย์ทำตามสัญชาตญาณ อาจเป็นการประดิษฐ์วัตถุสิ่งของขึ้นใช้ หรืออาจเป็นการกำหนดพฤติกรรมและความคิด ตลอดจนวิธีการหรือระบบการทำงาน ฉะนั้น ประเพณีวัฒนธรรม คือ ระบบในสังคมมนุษย์ที่มนุษย์สร้างขึ้น มิใช่ระบบที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติตามสัญชาตญาณ

วิไลวัชร์ กฤษณะภูติ (2526) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ความมีระเบียบวินัย มีศีลธรรมจรรยาของประชาชน แลมีความมั่นคงของชาติ และมีอุดมการณ์และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์เราสะสมไว้ มีการเรียนรู้กันได้และมีการสืบทอดกันไปจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง สิ่งสำคัญจะแสดงถึงความเป็นชาติของแต่ละชาตินั้น ๆ

สมประสงค์ น่วมบุญลือ (2526) ได้อธิบายคำว่า วัฒนธรรม ไว้ดังนี้

1. วัฒนธรรม คือ สภาพแห่งความเจริญงอกงาม เพราะมีวิวัฒนาการเป็นความเจริญอยู่เรื่อย วัฒนธรรมเป็นมรดกแห่งสังคม เราะมนุษย์เป็นทายาทรับช่วงไว้

2. วัฒนธรรม คือ จารีตประเพณี ที่มนุษย์สืบทอดเป็นปรัมปราประเพณีกันไว้ไม่ขาดตอน

3. วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตแห่งสังคม เพราะมนุษย์มีวัฒนธรรมขึ้นก็เพื่อความผาสุก ความเจริญในชีวิต

นอกจากนี้ยังได้แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเด็น คือ

ประเด็นแรก หมายถึง สิ่งดั้งเดิมและมีคุณค่า ซึ่งคนในสังคมประพฤติปฏิบัติหรือแสดงออกมาช้านาน ในลักษณะที่เป็นขนบธรรมเนียม ประเพณี และศิลปกรรม อันมีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ที่ควรแก่การอนุรักษ์

ประเด็นสอง หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์คิดขึ้น สร้างขึ้น เพื่อดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันภายในสังคมทั้งที่เป็นสิ่งที่มิใช่แบบแผนและมีรูปธรรม เป็นที่ยอมรับกันภายในสังคม

นั้นๆ จนบุคคลภายนอกคิดว่า แต่ละสังคมที่มีระเบียบแบบแผนดังกล่าวความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสังคม

นอกจากนี้ คุณค่าด้านวัฒนธรรมเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรม เป็นเครื่องบ่งบอกวัฒนธรรมในอดีตได้เป็นอย่างดี เช่น เส้นด้าย ลายผ้า ที่ปรากฏอยู่ในภาคอีสาน บ่งบอกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมเดียวกัน เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี แสดงให้เห็นอดีตของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในดินแดนของไทยเมื่อหลายพันปีก่อน รูปแบบงานจักสานก็สามารถบอกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมของคนกลุ่มใด เช่น อูบ เป็นเครื่องจักสานของไทยใหญ่ กระติบ เป็นของไทยอีสาน หวด เป็นของไทยภาคกลาง เป็นต้น

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าวัฒนธรรม หมายถึงลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีการสั่งสมและถ่ายทอดสืบต่อกันมา

ประเภทของวัฒนธรรม

วิไลวงศ์ กฤษณภูติ (2526 อ้างอิงมาจาก สุพัตรา สุภาพ, ม.ป.ป.) ได้แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) ได้แก่ สิ่งของ วัตถุสิ่งประดิษฐ์ และเทคโนโลยีต่าง ๆ เครื่องจักร เครื่องยนต์ เครื่องแต่งกาย เป็นต้น
2. วัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวกับวัตถุ (Non-Material Culture) ได้แก่ ค่านิยม อุดมการณ์ ประเพณี ที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาจนเป็นที่ยอมรับในกลุ่มของคนว่าเป็นสิ่งที่ดีงามเหมาะสม เป็นต้น

ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงสาระสำคัญแล้วอาจสรุปได้ว่า “วัฒนธรรมเป็นบรรดาแบบอย่างหรือวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมอยู่ร่วมกันอย่างเป็นปกติสุขในสังคมนั้น” วัฒนธรรมแต่ละสังคมจะแตกต่างกันออกไปมากน้อยแล้วแต่ความจำเป็นและข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อม จึงอาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมสังคมต่างๆ นั้น โดยหลักการแล้วเหมือนกัน จะแตกต่างกันเพียงวิธีการ ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือวัฒนธรรมเป็นการสั่งสมจากสังคมรุ่นก่อน มีการเรียนรู้และสามารถถ่ายทอดไปยังรุ่นต่อ ๆ ไปได้ วัฒนธรรมใดที่มีรูปแบบหรือแนวคิดที่ไม่เหมาะสมก็จะถูกลบออกไปในที่สุด นอกจากนี้ลักษณะเด่นของมรดกศิลปวัฒนธรรมของไทย จึงเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมาเยือนภูมิภาคแห่งนี้ เพราะเป็นวิถีชีวิตจริงที่สามารถสัมผัสได้ไม่ว่าจะเป็น โบราณวัตถุ โบราณสถาน สถานที่สำคัญทางศาสนา เทวสถาน งานศิลปกรรม นาฏศิลป์ ดุริยางค์ศิลป์ ขนบธรรมเนียมประเพณี งานศิลปหัตถกรรมและสินค้าที่ระลึกในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่และอรรถศาสตร์ไมตรีของคนไทย ล้วนแต่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ที่ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

วิธีการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

สินชัย กระบวนแสง (2546) ได้กล่าวว่า วิธีการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่สุดนั้นต้องมีความเข้าใจลักษณะของวัฒนธรรมและที่มาของการคิดค้นทั้งเหตุและผลที่ต่อเนื่องกัน ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อจนเกิดเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา หรือวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ รวมทั้งเจ้าของวัฒนธรรมหรือผู้ที่มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมนั้น มีความเข้าใจ ยินยอม

การฟื้นฟูไม่ได้หมายความว่า จะต้องดึงระบบสังคมที่เป็นอยู่ให้ย้อนกลับไปสู่รูปแบบเดิม แต่เป็นการรักษาและประยุกต์วัฒนธรรมให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมขณะเดียวกัน ก็ให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนในอดีตที่สืบทอดมาถึงปัจจุบันด้วย รวมทั้งสามารถนำมาให้เป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นได้ ดังนั้น การฟื้นฟู จึงควรทำด้วยการสร้างความเข้าใจ เหตุผลความสำคัญของการสืบทอดต่อเนื่อง มีการปรับปรุงขั้นตอนหรือรูปแบบให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและสังคมปัจจุบันแต่ไม่ทิ้งเนื้อหาและเอกลักษณ์เดิม ฉะนั้น วิธีการฟื้นฟูสามารถทำได้ ดังนี้

1. ฟื้นฟูโดยการส่งเสริม เป็นการส่งเสริมให้วัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญและสามารถนำไปใช้ประโยชน์แก่ท้องถิ่นได้ด้วย แบ่งตามลักษณะอย่างกว้าง ๆ ได้แก่

1.1 ประเภทประเพณี ในส่วนนี้ยังคงปฏิบัติกันอยู่ แต่ได้ปรับขั้นตอนหรือลดองค์ประกอบทางพิธีการลง แสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนร่วมจำนวนมากยังคงต้องการให้คงไว้ให้เป็นเอกลักษณ์ประเพณีของท้องถิ่น

1.2 ประเภทวัฒนธรรม สำหรับศักยภาพที่จะนำมาส่งเสริมให้มีการปฏิบัติเป็นประจำโดยทำตามรูปแบบเดิมหรือปรับปรุงให้เข้ากับสภาพสังคมปัจจุบัน ซึ่งนอกจาก จะเป็นการรักษารูปแบบของวัฒนธรรมไว้แล้วยังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางด้านการท่องเที่ยวได้ด้วย

1.3 ประเภทประวัติศาสตร์ เช่น เมืองโบราณ โบราณสถาน สถานที่เคยเกิดเหตุการณ์สำคัญมักถูกทำลาย ถูกรุกราน เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากขาดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเร่งให้ทรัพยากรเสื่อมสภาพเร็วยิ่งขึ้น จึงควรได้รับการส่งเสริมให้นำมาใช้ประโยชน์ทั้งทางด้านแหล่งเรียนรู้และสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยการจัดให้มีการสะอาด ปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดให้มีการความสะดวก ทั้งนี้โดยคำนึงถึงลักษณะเด่นของทรัพยากรแต่ละแห่งเป็นหลัก

1.4 ประเภทที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ได้แก่ วิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ เช่น วิถีชีวิตของคนที่มีความสัมพันธ์กับช้างที่จังหวัดสุรินทร์ หรือจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีการส่งเสริมให้เกิดการแสดงของช้างในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับชีวิตแหล่งใหม่ ๆ ขึ้นได้

2. **ฟื้นฟูโดยการศึกษาสืบทอด** เป็นการศึกษาสืบทอด เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือ และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมที่คนมีส่วนร่วมก่อให้เกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมของคนได้แก่

2.1 ศึกษาให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง ทำให้สามารถฟื้นฟูได้ง่ายขึ้น เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่คิดค้นวิธีแก้ปัญหาไม่มีความคิดว่าสิ่งนั้นเป็นความล้าหลังไม่ทันสมัยในสังคมปัจจุบัน

2.2 การศึกษาสืบทอด การสืบทอดเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้วัฒนธรรมยังคงอยู่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้านความเชื่อ ศาสนาและประเพณี ซึ่งปฏิบัติกันมาเวลาช้านาน ติดต่อกันมา ดังนั้นการสืบทอดโดยผู้รู้ในท้องถิ่นแล้วนำมาปรับปรุงให้เกิดคุณค่า จะทำให้มีส่วนร่วมเห็นคุณค่าและร่วมมือในการฟื้นฟู

2.3 จัดให้มีศูนย์วัฒนธรรมหรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้รับความสนใจจากผู้ที่มีส่วนร่วมและผู้เข้าชมได้ทราบถึงความสำคัญ ความเป็นมาของวัฒนธรรมทุกแขนงของท้องถิ่น ทั้งยังช่วยกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นมีความหวงแหน อนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรที่ตนมีส่วนร่วมให้เกิดประโยชน์ด้วย

วัฒนธรรมแต่ละสังคมจะแตกต่างกันออกไปเล็กน้อยแล้วแต่ความจำเป็นและข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ นั้น โดยหลักการแล้วเหมือนกัน จะแตกต่างกันเพียงวิธีการปฏิบัติ ในการศึกษาครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์สำคัญที่จะศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง ของวัฒนธรรมประเพณีที่มีต่อการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) อาจจะพิจารณาได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการผลกระทบทางลบในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการควบคุมนักท่องเที่ยวด้วยการจัดเส้นทางนำเที่ยวเฉพาะการสร้างรถขนส่งล้อแก่งมรดก เพื่อควบคุมผู้มาเยือน การสร้างศูนย์อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีจำลองแบบแหล่งมรดกต่าง ๆ ให้ประชาชนที่สามารถสัมผัสได้ ชมการจำกัดผู้มาเยือนในหมู่บ้านขนาดเล็กซึ่งต้องเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ พัฒนาเกณฑ์การท่องเที่ยวของผู้มาเยือน การออกกฎหมายคุ้มครองทรัพยากรวัฒนธรรมของชนเผ่าและมรดก (World Tourism Organization, 2001 : 6) ขณะเดียวกันเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ดังกล่าว องค์การการท่องเที่ยวโลกได้กำหนดแนวทางเบื้องต้นในการพัฒนา การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้แก่ การจัดลำดับรักษาความปลอดภัยในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งระหว่างสาธารณะและเอกชน ประชาสังคมในประเทศต้นทางของนักท่องเที่ยวจะต้องร่วมมือกันด้านนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การ

สร้างผลประโยชน์แก่คนในท้องถิ่นที่อาศัยการให้นักท่องเที่ยวเข้าชมและประทับใจในแหล่งวัฒนธรรมนั้น ๆ อย่างแท้จริง ต้องเป็นไปในสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวที่หวงคืนสู่การอนุรักษ์ รายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ค่าธรรมเนียมห้องพัก ร้านค้าปลอดภาษี การพนัน การนำมรดกกองทุนเพื่อคุ้มครองและอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงมีการให้ศึกษาและความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยว

แนวทางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) ด้วยวิธี SWOT Analysis วิไลวงศ์ กฤษณะภักดี (อ้างอิงมาจาก จินตนา บุญบังการ และคณะ, 2544) อธิบายไว้ว่า

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์องค์กรใน 2 ด้าน คือ การวิเคราะห์สภาพภายในองค์กรและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

1. การวิเคราะห์สภาพภายในองค์กร

การวิเคราะห์สภาพภายในองค์กร เป็นการวิเคราะห์สมรรถนะขององค์กรนั้น ๆ เช่น การวิเคราะห์โครงสร้างและระบบการจัดการ กระบวนการการทำงาน บรรยากาศในการทำงาน บุคลากรการเงิน การบริหารงานทั่วไป รวมถึงการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กร เพื่อพิจารณาถึงข้อได้เปรียบหรือจุดแข็ง (S-Strengths) ที่องค์กรสามารถนำมาใช้ประโยชน์ ในการเสริมสร้างและพัฒนาองค์กร นอกจากนั้น การวิเคราะห์สภาพภายในองค์กรจะต้องพิจารณาจุดอ่อน (W-Weakness) ภายในองค์กรด้วยว่า มีปัจจัยใดที่เป็นจุดค้อยหรือข้อเปรียบเทียบกับที่ควรปรับปรุงแก้ไขและขจัดออกไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งขององค์กร จะต้องกระทำทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้จำนวนหรือตัวเลข ได้แก่ การวิเคราะห์ทางการเงิน การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์สิ่งที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึก ได้แก่ ขวัญและกำลังใจของเจ้าหน้าที่ การยอมรับของสังคม วัฒนธรรมองค์กร ความเสียสละ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ เป็นต้น

ตัวอย่างการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อน ขององค์กร

จุดแข็ง (S- Strengths)

- ความน่าเชื่อถือขององค์กรในสายตาของสาธารณชน
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ มีคุณภาพ
- ประสิทธิภาพในการบริหารงาน

- การได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณอย่างสม่ำเสมอ
- องค์กรมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเสริมหรือสนับสนุน

จุดอ่อนภายใน (W-Weakness)

- องค์กรมีภาพพจน์ไม่ดีหรือขาดความน่าเชื่อถือ
- การบริหารงานไม่เป็นระบบ
- บุคลากรไม่มีความมั่นคงในการปฏิบัติงาน
- งบประมาณมีไม่เพียงพอ

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นตัวแทนที่องค์กรมักจะควบคุมไม่ได้ สภาพแวดล้อมขององค์กรมี 2 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมในการดำเนินการ สภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี ส่วนสภาพแวดล้อมในการดำเนินการ ได้แก่ บุคลากร ผู้รับบริการ ผู้สนับสนุนและสภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรเป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบว่าการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้ให้โอกาส (O-Opportunities) ที่ควรนำมาใช้ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งองค์กรสามารถใช้โอกาสหรือข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้ นอกจากนี้ จะต้องวิเคราะห์ว่า สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรมีสิ่งใดที่เป็นอุปสรรค ปัญหาหรือภัยคุกคาม (T-Threats) ที่สามารถส่งผลกระทบในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความเข้มแข็ง พร้อมทั้งจะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

ตัวอย่างการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคขององค์กร

โอกาส (O-Opportunities) เช่น

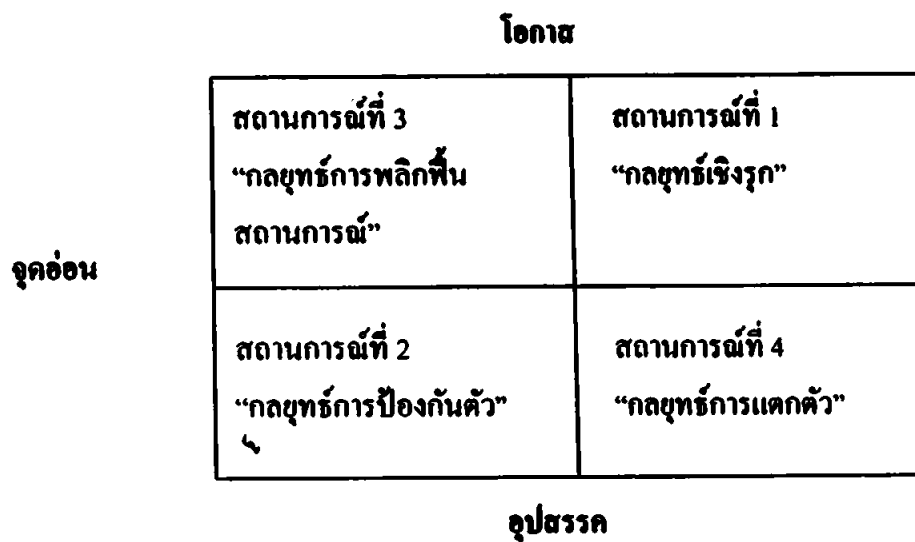
- การส่งเสริมให้เอกชนทำกิจกรรมบางอย่าง
- กระแสการปรับตัวตามแนวคิดการบริหารงานยุคใหม่
- ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนสูงขึ้น

อุปสรรค (T-Threats) เช่น

- กระแสการเรียกร้องและความคาดหวังของประชาชน
- ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ
- สภาพสังคมเสื่อมถอยลง
- การแข่งขันระหว่างองค์กร
- ภาพลักษณ์ในทางลบ

ประโยชน์ของการทำ SWOT Analysis

องค์กรสามารถนำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่ได้จากการทำ SWOT Analysis มาใช้ประโยชน์ในการพิจารณาและตัดสินใจหาทางเลือกกลยุทธ์ขององค์กรได้ โดยนำ จุดแข็ง จุดอ่อนภายในมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ โอกาส อุปสรรคจากภายนอก เพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญกับสถานการณ์เช่นใด และภายใต้สถานการณ์นั้น องค์กรจะทำอย่างไร ซึ่งโดยทั่วไปองค์กรมักจะเผชิญกับสถานการณ์ใน 4 รูปแบบ ดังแสดงในแผนภาพ



ภาพที่ 3 สถานการณ์การวิเคราะห์ SWOT Analysis

1. สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงประสงค์มากที่สุด เนื่องจากองค์กรจะมีจุดแข็งค่อนข้างมาก ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมที่ค่อนข้างให้ โอกาสแก่องค์กรหลายอย่าง ดังนั้นผู้บริหารองค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive Strategy) เพื่อชิงจุดแข็งที่มีอยู่มาปรับใช้ให้เต็มที่

2. สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน อุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญกับภัยอุปสรรคจากภายนอก และมีจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดขององค์กร คือ กลยุทธ์ การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกอุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะช่วยให้ องค์กรเกิดความเสียหายน้อยที่สุด รวมทั้งแก้ปัญหาอุปสรรคภายในต่าง ๆ

3. สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน โอกาส) สถานการณ์นี้ องค์กรมีโอกาสที่เป็นข้อได้เปรียบ อยู่หลายประการ แต่ก็มีอุปสรรคภายในที่เป็นจุดอ่อนหลายอย่างเช่นกัน ดังนั้น ทางออกขององค์กร

คือ กลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround Oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะใช้โอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

4. สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดจากการที่สภาพแวดล้อม ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรเองก็มีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งอยู่หลายประการ ดังนั้นแทนที่ผู้บริหารองค์กรจะรอนจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริหารองค์กรสามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัว หรือขยายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ในการสร้างโอกาสในระยะยาว

ในการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของแหล่งท่องเที่ยวศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)

ความหมายของเครือข่ายทางสังคม

เกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม ได้มีนักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมายของคำว่า "เครือข่ายทางสังคม" ไว้หลายท่าน อาทิ

งามพิศ สัตย์สงวน (2538) ได้ให้ความหมายว่า เครือข่ายทางสังคม หมายถึง การเชื่อมโยงทั้งทางตรงและทางอ้อม ระหว่างปัจเจกชน ซึ่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายกับคนอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ทางสังคมต่อกัน นักมานุษยวิทยามักใช้เครือข่ายทางสังคมเป็นกรอบที่จะทำให้เข้าใจความสัมพันธ์ทางสังคมและเป็นวิธีการที่มีประโยชน์เพื่อใช้ในการศึกษาการจัดองค์กรในเมืองมักประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่ไม่ใช่ญาติกัน การรวมเอาตัวเชื่อมระหว่างปัจเจกชนต่าง ๆ ที่แต่ละคนมีบางส่วนของชีวิตร่วมกับคนอื่น ๆ ในสถานการณ์แตกต่างกันไปจำนวนหนึ่ง

ประหยัด จตุพรพิทักษ์กุล (2538 อ้างอิงมาจาก จอห์น ไนซ์บิตต์, ม.ป.ป.) มองเครือข่ายในรูปของความสัมพันธ์ที่มีอุดมการณ์และเป้าหมายร่วมกัน โดยอธิบายว่าเป็นการติดต่อสัมพันธ์ที่สร้างความเชื่อมโยงกันขึ้นระหว่างบุคคลและกลุ่มคน ด้วยการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรระหว่างกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดการให้ได้ข้อมูลข่าวสารร่วมกันและสร้างสรรค์แลกเปลี่ยนความรู้เกิดเป็นความรู้ใหม่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย คือ การช่วยเหลือตนเองของกลุ่มและชุมชนต่าง ๆ ดำรงในแง่สถานภาพของเครือข่ายแล้ว เครือข่ายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการปฏิบัติทางสังคม ในกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นตรงกัน ด้วยอุดมการณ์เดียวกัน ส่วนสาเหตุที่มาของเครือข่านั้น มาจากความล้มเหลวของการจัดแบ่งอำนาจเป็นชั้น ๆ ภายใต้อำนาจรวม

ศูนย์ ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว และลักษณะ โครงสร้างเครือข่าย ทุก ๆ จุด ล้วนอยู่ศูนย์กลาง สมาชิกทุกคนต้องอยู่ในฐานะเสมอภาคเท่าเทียมกัน

เจน ยินศิริวัฒน์ (2534 อ้างอิงมาจาก ขนิษฐา กาญจนรังสีนนท์, ม.ป.ป.) ได้อธิบายไว้ว่า เครือข่ายคือ กลุ่มคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะที่บุคคลหรือองค์กรสมาชิก ยังมีความเป็นอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตน การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลและองค์กรที่กระจัดกระจายกันได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ อีกทั้งให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อนที่ต่างก็มีความอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพิง เครือข่ายอาจจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชน อาจเกิดขึ้นแบบไม่เป็นทางการทำกิจกรรมร่วมกันของบุคคล หรือองค์กรที่สมัครใจ

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2543 อ้างอิงมาจาก กาญจนา แก้วเทพ, ม.ป.ป.) ได้ให้คำจำกัดความเรื่องเครือข่าย (Network) ไว้ว่า Network ในภาษาอังกฤษให้ภาพพจน์ที่ชัดเจนคือ “net” (ตาข่าย) ที่โยงใยถึงกันและกันและพร้อมที่จะ “work” เมื่อต้องการใช้งาน ดังนั้น ความหมายของ “เครือข่าย” จึงหมายถึง รูปแบบหนึ่งของการประสานงานของบุคคลกลุ่มหรือองค์กรหลายองค์กรที่ต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงานและมีกลุ่มเป้าหมายของตนเอง บุคคลกลุ่ม หรือองค์กรเหล่านี้ ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลาแน่นอนพอสมควรแล้ว อาจจะไม่ได้มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็ต้องมีการวางรากฐานเอาไว้ (เปรียบเสมือนมีสายโทรศัพท์ต่อไว้) เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหา ก็สามารถติดต่อไปได้

นอกจากนี้ เครือข่าย ยังหมายถึง การที่ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงานหรือสถาบันใด ๆ ได้ตกลงที่จะประสานเชื่อมโยงเข้าหากัน วัตถุประสงค์หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการนั้น ต้องมีการแสดงออกเป็นการลงมือ ทำกิจกรรมร่วมกัน (เอกสารประกอบการสัมมนา โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรเครือข่ายสตรี และสถาบันครอบครัวกระทรวงพัฒนาสังคมฯ, ม.ป.ป.)

จากคำนิยามของเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า เครือข่าย หมายถึง การทำงานหรือมีกิจกรรมร่วมกันอย่างค้ำเนื่องของบุคคล กลุ่มชน องค์กร สถาบัน โดยมีวิธีการประสานงานกันในรูปแบบต่าง ๆ

ลักษณะสำคัญของเครือข่ายทางสังคม

วันทนี วาสิกะสิน และคณะ (2538 อ้างอิงมาจาก เจ.บัวส์เซเวน, 1974) ได้จำแนกความหนาแน่นของเครือข่ายทางสังคมออกเป็น 3 โชน คือ

1. เครือข่ายหลัก (Intimate Network) ได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งมีความใกล้ชิดมากที่สุด
2. เครือข่ายรอง (Effective Network) ประกอบด้วยบุคคลต่างๆ ซึ่งบุคคลที่เป็นศูนย์กลางรู้จักคุ้นเคยน้อยกว่ากลุ่มแรก สามารถคาดหวังจากเครือข่ายนี้ได้น้อยกว่าเครือข่ายแบบแรก กลุ่มนี้มักได้แก่ญาติพี่น้องที่ห่างออกไป เพื่อนฝูง และคนที่รู้จักคุ้นเคยอื่นๆ
3. เครือข่ายขยาย (Ego's Extended Network) ได้แก่ กลุ่มคนที่บุคคลผู้เป็นศูนย์กลางไม่รู้จักโดยตรง แต่สามารถติดต่อสัมพันธ์ด้วยได้ ถ้าต้องการ โดยผ่านเครือข่ายใกล้ชิดอีกทีหนึ่ง

ขนิษฐา กาญจรังสินนท์ (2542) ได้อธิบายไว้ว่า เครือข่าย คือ กลุ่มคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะที่บุคคลหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตนเอง การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลหรือองค์กรที่กระจัดกระจายได้ติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมมือกันด้วยความสมัครใจอีกทั้งสมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์ฉันเพื่อนที่ต่างมีความเป็นอิสระมากกว่าการสร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพา เครือข่ายอาจตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชนอาจเกิดขึ้นแบบไม่เป็นทางการจากการทำกิจกรรมร่วมกันของบุคคล หรือองค์กรที่สมัครใจ

ลักษณะเครือข่ายอาจจำแนกได้ 3 ลักษณะ ประกอบด้วย

1. เครือข่ายความคิด เป็นเครือข่ายที่เน้นการทำงานด้วยความคิดหรือเทคนิคต่างๆ เครือข่ายเหล่านี้เป็นแหล่งผู้นำ ได้มีโอกาสเผยแพร่ความคิด ซึ่งมักเป็นเครือข่ายของกลุ่มคนที่อยู่บนสถานภาพที่คล้ายคลึงกัน แต่อยู่ต่างถิ่นกัน ได้ รวมตัวกันสร้างเครือข่ายขึ้นเป็นเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์
2. เครือข่ายกิจกรรม เป็นเครือข่ายที่เน้นการช่วยเหลือร่วมมือกันในการทำกิจกรรม ส่วนมากเป็นเครือข่ายในชุมชนที่สมาชิกของเครือข่าย อาจเป็นเครือญาติกันหรือมีสายสัมพันธ์เป็นครูเป็นลูกศิษย์กันหรืออาจอยู่ในกลุ่มกิจกรรมเดียวกัน ผู้นำทุกกรณีศึกษาจะมีเครือข่ายหรือกิจกรรมเฉพาะภายในชุมชนของตนเอง สมาชิกของเครือข่ายจะคอยช่วยเหลือหรือร่วมมือกันทำงานประสบความสำเร็จได้
3. เครือข่ายสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาเพื่อการแก้ไขปัญหาของชุมชน นอกจากจะมีความคิดในการวิเคราะห์หาทางออกในการแก้ไขปัญหา มีการกระทำการแก้ไขปัญหา อาจจะมาจากการระดมทุนในหมู่บ้าน โดยเฉพาะการระดมทุนของสมาชิก เช่น กองทุนร้านค้า กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ธนาคารข้าว หรือการทอดผ้าป่า อาจจะเป็นทุนมาจากภายนอก เช่น การบริจาค การช่วยเหลือของแหล่งทุนภายนอกหมู่บ้าน

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

องค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคม

1. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common Perception) สมาชิกที่เข้าอยู่ในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและรับรู้ร่วมกัน ถึงเหตุการณ์เข้าร่วมเป็นเครือข่าย อาทิ มีความต้องการช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่จะทำให้เครือข่ายมีความต่อเนื่อง
2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมมั่น (Common Vision) เป็นการมองเห็นภาพจุดหมายในอนาคตร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม 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) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย เพราะเป็นกระบวนการที่มีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในเครือข่าย (All Stakeholder in Network) ย่อมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็งดังนั้น สถานะของสมาชิกในเครือข่ายจึงมีความเป็นไปในลักษณะของความเท่าเทียมกัน (Equal Status) ในฐานะ "หุ้นส่วน" (Partner)
5. การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) องค์ประกอบที่จะทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่องก็คือ การที่สมาชิกเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยที่จุดแข็งฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่าย มากกว่าการไม่สร้างเครือข่าย แต่ต่างคนต่างทำ
6. การพึ่งพิงอิงกัน (Interdependence) เนื่องจากธรรมชาติความจำกัดของสมาชิกในเครือข่าย ทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน ฯลฯ สมาชิกของเครือข่ายจึงไม่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมบูรณ์ด้วยตนเอง สมาชิกจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายเพื่อให้

เกิดการเสริมสร้าง ซึ่งกันและกัน จะทำให้สมาชิกเป็นหุ้นของเครือข่ายยึดโยงกันอย่างแน่นหนา จำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนของแต่ละคนรู้สึกว่ หากหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งออกไป จะทำให้เครือข่ายล้มลงไปได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคนจึงจำเป็นต่อการดำรงอยู่ของเครือข่าย

7. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) หากสมาชิกในเครือข่ายไม่มีปฏิสัมพันธ์กันแล้ว ก็ไม่ต่างอะไรกับต่างคนต่างอยู่ ไม่มีทางที่จะเกิดความร่วมมือกันได้ สมาชิกในเครือข่ายจะต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน เช่น การติดต่อผ่านการเขียน หรือการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนา ร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งผลการปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Reciprocal Exchange) มิใช่การปฏิสัมพันธ์ฝ่ายเดียว (Unilateral Exchange) ยิ่งสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใด ก็ยิ่งจะเกิดความผูกพันภายในระหว่างกันมากเท่านั้น ช่วยให้เกิดความเชื่อมโยงในระดับที่แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น (Highly Integrate)

กระบวนการสร้างเครือข่ายทางสังคม

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

1. ขั้นตอนตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เป็นขั้นตอน ผู้ปฏิบัติงาน หรือฝ่ายจัดการตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เพื่อที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งการพิจารณาองค์กรต่าง ๆ ที่เห็นว่าเหมาะสมเข้าเป็นเครือข่ายในการทำงาน คำถามสำคัญที่จะเกิดขึ้นในขั้นตอนนี้คือ

- 1.1 จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับองค์กรใด
- 1.2 จะได้รับประโยชน์หรือสละประโยชน์ในด้านใดบ้าง ในการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย
- 1.3 ระยะเวลาในการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายจะนานเท่าใด
- 1.4 คำตอบสำหรับคำถามบางคำถามเหล่านี้ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อ

ระยะเวลาในการทำงานผ่านไประยะหนึ่งแล้ว

2. ขั้นการติดต่อกับองค์กรที่จะเป็นเครือข่าย หลังจากที่ได้ตัดสินใจในองค์กรที่เห็นเหมาะสมในการเข้าร่วมเครือข่าย จะเป็นขั้นตอนของการติดต่อสัมพันธ์ เพื่อชักชวนให้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการทำงาน โดยการรวมกันเป็นเครือข่ายที่จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรมีความต้องการเหมือนกันและต้องการกระทำกิจกรรมตอบสนองความต้องการเหมือนกัน ดังนั้น จะต้องสร้างความคุ้นเคยและการยอมรับ รวมทั้งความไว้วางใจระหว่างกัน เป็นขั้นตอนของการปลูกจิตสำนึกโดยการให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูลและกระตุ้นให้อยากแก้ไขปัญหาาร่วมกัน อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่าเป็นขั้นตอนการเตรียมกลุ่มหรือเตรียมเครือข่าย (Pre-Group)

3. ขั้นตอนการสร้างสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นขั้นตอนของการสร้างความผูกพันร่วมกัน ซึ่งหมายถึง การตกลงในความสัมพันธ์ต่อกัน ในขั้นตอนนี้องค์กรได้เข้าสู่ขั้นตอนการตกลงที่จะทำงานร่วมกันซึ่งในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหา กลุ่มองค์กรจะต้อง มีความรู้เพียงพอที่จะทำกิจกรรมได้ ดังนั้น จึงต้องเสริมความรู้ที่จำเป็นซึ่งอาจจะกระทำโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่ม หรือแลกเปลี่ยนกับองค์กรภายในกลุ่ม เช่น การศึกษาคูงาน เชิญวิทยากรมาถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่า กลุ่มศึกษาเรียนรู้ (Learning Group) หากพิจารณาในประเด็นระดับการสร้างเครือข่ายก็เป็นขั้นตอนของความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Cooperation)

4. ขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนที่การสร้างเครือข่ายปรากฏผลงานเป็นรูปธรรมเป็นขั้นตอนของการเริ่มทำกิจกรรมโดยการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ขณะเดียวกันมีการตกลง ในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มซึ่งเริ่มต้นด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่มกำหนดกิจกรรม จัดวางข้อตกลงในการทำงาน กำหนดบทบาทของสมาชิก รวมทั้งสิทธิหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่ม เป็นต้น ขั้นตอนนี้เรียกว่า ขั้นกลุ่มกิจกรรม (Action Group) หากพิจารณาในประเด็นการสร้างเครือข่าย ก็เรียกว่า เป็นระดับการตกลงแบบเป็นทางการ (Formal Agreement)

5. หลังจากขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ จนนำไปสู่การทำกิจกรรมร่วมกันแล้ว เมื่อผลงานเป็นที่ปรากฏชัด องค์กรเครือข่ายรู้สึกว่าคุณได้ได้รับประโยชน์จากการเข้าเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ของเครือข่ายจะแน่นแฟ้นขึ้นพร้อมกัน การเรียนรู้ร่วมกัน นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานฝ่ายปฏิบัติการแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์ด้วยความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นอาจนำไปสู่การขยายตัว ซึ่งอาจจะปรากฏในรูปของการขยายกิจกรรมหรือขยายกลุ่มตามพื้นที่ หรือตามลักษณะกิจกรรม ในด้านระดับการสร้างเครือข่าย ขั้นตอนนี้อาจอยู่ในระดับการเข้า “ลงทุน” ในองค์กรใหม่ (Minority Investment) และการจัดตั้งองค์กรใหม่ร่วมกัน (Joint Venture)

ประโยชน์ของเครือข่าย

ประโยชน์ของเครือข่าย สรุปได้ดังนี้

1. เป็นเวทีแลกเปลี่ยนและระดมทรัพยากร สมาชิกเครือข่ายสามารถแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกันได้หรืออาจเป็นการนำทรัพยากร เพื่อให้เกิดการผสมผสานทางความคิด การดึงบุคลากรจากแต่ละองค์กรมาทำกิจกรรมร่วมกัน
2. เพื่อเน้นเวทีการสร้างสรรคและพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ องค์กรความรู้ใหม่ ๆ จะเกิดจากเครือข่ายได้ หากมีการแลกเปลี่ยนความรู้และลงมือศึกษาค้นคว้าร่วมกันระหว่างสมาชิก

3. เพื่อเป็นเวทีการประสานงานร่วมกัน แม้ว่าบุคคลแต่ละคนอาจมีเป้าหมายหรือผลประโยชน์ร่วมกัน แต่ต่างก็อาจมีแนวทางการดำเนินงานของตนเองที่แตกต่างกันออกไป เมื่อร่วมกันทำงานก็อาจเกิดความขัดแย้งระหว่างกัน ดังนั้น มีช่องทางที่ใช้เจรจาประสานความคิด ความเข้าใจ ในวัตถุประสงค์ ขอบข่าย แผนการทำงาน วิธีการทำงาน ตลอดจนแนวทางปฏิบัติ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4. เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนสารสนเทศและความรู้ ยิ่งเครือข่ายมีอัตราการหมุนเวียนแลกเปลี่ยน สารสนเทศและความรู้ระหว่างสมาชิกมากขึ้นเท่าใด เครือข่ายก็ยิ่งจะมีการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น เพราะการแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือบทเรียนใหม่ๆ ที่ค้นพบขึ้นมาจะช่วยเกิดการพัฒนาค่อยอดความคิดและความสำคัญระหว่างสมาชิกเครือข่าย

5. เป็นเวทีสร้างกระแสหลักค้ำประเด้นใหญ่ ๆ เครือข่ายสามารถที่จะสร้างกระแสบางเรื่อง เพื่อปลูกให้สังคมเกิดความตื่นตัวในเรื่องนั้น ๆ อาจรวมถึงการขยายผลออกไปในวงกว้างขึ้นได้ด้วย แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับระดับความกว้างขวางและความเข้มแข็งของเครือข่ายด้วย

6. เป็นศูนย์กลางความรู้ทำหน้าที่ศึกษาค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับการจัดการ

7. เป็นศูนย์สร้างผู้นำ โดยการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้นำเครือข่ายในหัวข้อต่างๆ เช่น การจัดการประชุม การบริหารการเงิน การจัดการบัญชี

สรุป ประโยชน์ของเครือข่าย คือ เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ความคิด ความรู้ ข้อสนเทศ การศึกษาค้นคว้า ตลอดจนทั้งการประสานงานร่วมกันและสร้างภาวะผู้นำได้อีกด้วย

บริบทของเทศบาลนครขอนแก่น และวัดหนองแวงพระอารามหลวง

เทศบาลนครขอนแก่น

เทศบาลนครขอนแก่น เดิมได้รับการยกฐานะเป็นเทศบาลเมือง โดยพระราชกฤษฎีกา การจัดตั้งเทศบาลเมืองขอนแก่น มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2478

นายกเทศมนตรีคนแรก คือ พระเสนาราชภักดี เข้าดำรงตำแหน่ง เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2478 ก่อนได้รับการยกฐานะเป็นเทศบาลเมืองตามพระราชกฤษฎีกา 2 เดือน ศาลาเทศบาลเมืองขอนแก่นตั้งอยู่ที่ดินราชพัสดุแปลงที่ตั้งศาลากลางจังหวัดขอนแก่นในขณะนั้น อยู่ทางทิศใต้ด้านตะวันตกของถนนกลางเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น ตรงข้ามกับสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมืองขอนแก่นในปัจจุบัน จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2492 จึงได้ย้ายที่ทำการไปอยู่ที่ดินแปลงที่ตั้งสถานีอนามัยและสถานีดับเพลิงด้านตะวันออกของถนนกลางเมือง อยู่ตรงข้ามกับโรงเรียนขอนแก่นวิทยายน มาจนถึง พ.ศ. 2508 เป็นเวลา 16 ปี ต่อมากระทรวงมหาดไทย ให้สำนักงานเทศบาลเมืองขอนแก่นใช้อาคารร่วมกับอำเภอเมืองขอนแก่น ซึ่งได้ย้ายมาอยู่ ตั้งแต่วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2508

จนถึงวันที่ 21 ตุลาคม 2527 รวมเป็นเวลา 19 ปี ใน พ.ศ. 2527 สำนักงานเทศบาลนคร
ขอนแก่น ได้ก่อสร้างขึ้นใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ 3/3 ถนนประชาสำราญ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด
ขอนแก่น โดยได้เปิดทำการตั้งแต่วันที่ 22 ตุลาคม 2527 จนถึงปัจจุบัน

เมื่อพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองขอนแก่น พ.ศ.2478 เขตเทศบาลมีพื้นที่
4.031 ตารางกิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ จรด ตำบลศิลา

ทิศใต้ จรด ตำบลภูคกวาง

ทิศตะวันออก จรด ตำบลพระลับ , ตำบลหนองแสง

ทิศตะวันตก จรด ตำบลเมืองเก่า

ต่อมาในปี พ.ศ. 2514 ได้มีพระราชกฤษฎีกายกเขตเทศบาลออก ให้ครอบคลุมพื้นที่มาก
ขึ้น ปัจจุบันมีพื้นที่ 46 ตารางกิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ จรด ตำบลศิลา

ทิศใต้ จรด ตำบลเมืองเก่า

ทิศตะวันออก จรด ตำบลพระลับ

ทิศตะวันตก จรด ตำบลบ้านเป็ด

ต่อมาในปี พ.ศ. 2538 ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลนครขอนแก่น เล่ม 112 ตอนที่
40 ก ลงวันที่ 24 กันยายน 2538 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2538 เป็นต้นไป

ที่ตั้งและอาณาเขตของเทศบาลนครขอนแก่น

เทศบาลนครขอนแก่น ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย
ระหว่างเส้นรุ้งที่ 16 องศา 16.8 ลิปดา 00 พิลิปดาเหนือ กับเส้นแวงที่ 102 องศา 27.8 ลิปดา 00 พิลิปดา
ตะวันออก มีระยะห่างจากกรุงเทพประมาณ 445 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

หลักเขตที่ 1 : อยู่ตรงมุมตะวันตกของเขมมหาวิทยาลัยขอนแก่นด้านเหนือ

ด้านทิศเหนือ

จากหลักเขตที่ 1 : เป็นเส้นเลียบบตามแนวขมมหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้านเหนือไปทางทิศ
ตะวันออกถึงหลักเขตที่ 2 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 สระบุรี - หนองคาย (เขตแดน) ฟาก
ตะวันตก

จากหลักเขตที่ 2 : เป็นเส้นตรงทางทิศตะวันออกถึงหลักเขตที่ 3 ซึ่งตั้งอยู่ห่างจาก
ศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 สระบุรี - หนองคาย (เขตแดน) ตามแนวเส้นตั้งฉากระยะ 300
เมตร

ด้านทิศตะวันออก

จากหลักเขตที่ 3 : เป็นเส้นขนาน 300 เมตร กับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 สระบุรี - หนองคาย (เขตแดน) ทางทิศใต้ ถึงหลักเขตที่ 4 ซึ่งตั้งอยู่เขตริมทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือฟากตะวันออก

จากหลักเขตที่ 4 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 5 ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนกสิกรทุ่งสร้าง ฟากตะวันออก

จากหลักเขตที่ 5 : เป็นเส้นเลียบตามแนวเขตกองพันทหารม้าที่ 6 ด้านทิศตะวันตกและด้านทิศใต้ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 6 ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากหลักเขตที่ 5 ตามแนวเขตกองพันทหารม้าที่ 6 ระยะ 3,200 เมตร

จากหลักเขตที่ 6 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ถึงหลักเขตที่ 7 ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนไปบ้านโคกกลาง ฟากใต้ ห่างจากศูนย์กลางถนนประชาสโมสรตามแนวถนนไปบ้านโคกกลางระยะ 1,400 เมตร จากหลักเขตที่ 7 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ถึงหลักเขตที่ 8 ซึ่งตั้งอยู่ที่ริมหนองเลิงเปือยด้านเหนือ ห่างจากศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 209 ต่อเขตเทศบาลเมืองขอนแก่นครอบคลุม - ขางตลาด ตรงกิโลเมตร 3 + 700 ตามแนวเส้นตั้งฉากระยะ 700 เมตร

จากหลักเขตที่ 8 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศใต้ ถึงหลักเขตที่ 9 ซึ่งตั้งอยู่ริมหนองเลิงเปือย ด้านเหนือ ห่างจากศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 209 ต่อเขตเทศบาลเมืองขอนแก่นครอบคลุม - ขางตลาด

จากหลักเขตที่ 9 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศใต้ ถึงหลักเขตที่ 10 ซึ่งตั้งอยู่ที่ศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 209 ต่อเขตเทศบาลเมืองขอนแก่นครอบคลุม - ขางตลาด ตามแนวเส้นตั้งฉากระยะ 700 เมตร

ด้านทิศใต้

จากหลักเขตที่ 10 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ถึงหลักเขตที่ 11 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางไปบ้านคอนบมฟากตะวันออกห่างจากศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 สระบุรี - หนองคาย (เขตแดน) สายเดิม ตามแนวระยะทาง 800 เมตร

จากหลักเขตที่ 11 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ถึงหลักเขตที่ 12 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางสายตะวันออกเฉียงเหนือฟากตะวันตก ตรงกิโลเมตร 446 + 500

จากหลักเขตที่ 12 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 13 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 สระบุรี - หนองคาย (เขตแดน) ตามแนวเส้นตั้งฉากระยะ 300 เมตร

จากหลักเขตที่ 13 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 14 ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 สระบุรี - หนองคาย (เขตแดน) ตามแนวเส้นตั้งฉากระยะ 300 เมตร

ด้านตะวันตก

จากหลักเขตที่ 14 : เป็นเส้นขนานระยะ 300 เมตร กับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 สระบุรี - หนองคาย (เขตแดน) ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 15 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2131 แยกทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (ขอนแก่น) บรรจบทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2062 (เหล่านาคี) ฝากได้

จากหลักเขตที่ 15 : เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 16 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 ดาก - ขอนแก่น ฝากเหนือตรงมุมใต้ของเขตมหาวิทยาลัยด้านตะวันตก

จากหลักเขตที่ 16 : เป็นเส้นเลียบตามแนวเขต มหาวิทยาลัยขอนแก่นด้านตะวันตกไปทาง ทิศเหนือ (แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2553-2555) เทศบาลนครขอนแก่น)

ลักษณะภูมิประเทศ

เทศบาลนครขอนแก่น ตั้งอยู่ในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 46 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 28,750 ไร่ อยู่ในระดับความสูงประมาณ 150 - 200 เมตร จากระดับน้ำทะเล ลักษณะทั่วไปเป็นที่ราบและที่ลาดชันขึ้นไปทางทิศเหนือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีประชากร 1,762,242 คน

สภาพภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศของจังหวัดขอนแก่น โดยทั่วไปมีสภาพภูมิอากาศเป็นแบบทุ่งหญ้าในเขตร้อน คือ มีฝนตกสลับกับแห้งแล้ง ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ และตะวันออกเฉียงเหนือ

ด้านการท่องเที่ยว

ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง เช่น

1. โขงมูนมังเมืองขอนแก่น เป็นหอเก็บสมบัติที่เก็บรวบรวมเรื่องราวอันเป็นที่มาของเมืองขอนแก่นเป็นพิพิธภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวขอนแก่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อเชื่อมโยงให้ชุมชนเกิดจิตสำนึกในความรัก ความ

วางแผนท้องถิ่นของตนเอง และเป็นศูนย์กลางการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลประวัติเมืองขอนแก่น เป็นเสมือนประตูประวัติศาสตร์อันยาวนานของภาคอีสาน โสภณมั่งเมืองขอนแก่นเป็นพิพิธภัณฑ์ที่เก็บภูมิปัญญาที่มีการเล่าเรื่องต่างๆ ของเมืองขอนแก่น เล่าเรื่องปฏิสัมพันธ์ของคนลาว คนจีน คนญวน หรือคนฝรั่ง ที่มาอยู่เมืองขอนแก่นนานมาแล้วเป็นร้อยๆ ปี จนถึงวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน รวมไปถึงวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่สืบทอดมาจนถึงทุกวันนี้ ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ที่ได้ นอกจากการค้นคว้าเอกสารแล้วยังมีทีมนักประวัติศาสตร์ช่วยดูแลและได้มีการตั้งทีมครูโรงเรียนเทศบาลจำนวน 7-8 คนออกไปสืบค้นประวัติที่บ้านคอนบม บ้านโนนเมืองบ้านคอนพันชาด และบ้านทุ่ม ซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองขอนแก่นในอดีตเมื่อ 230 ปีที่ผ่านมา โสภณมั่งเมืองขอนแก่นแบ่งการจัดแสดงออกเป็น 5 ส่วน มีการนำเสนอเนื้อหาหลากหลายรูปแบบ เช่น คำบรรยาย ภาพประกอบภาพถ่าย หุ่นจำลอง คอมพิวเตอร์ และสื่อวิทัศน์ รวมไปถึงข้าวของโบราณต่างๆ ซึ่งบางชิ้นเป็นของจำลองแต่บางชิ้นก็เป็นของจริงที่เจ้าของได้บริจาคให้กับพิพิธภัณฑ์เพื่อให้ผู้ที่มาชมได้ศึกษา

2. ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจังหวัดขอนแก่น ศาลหลักเมืองจังหวัดขอนแก่น เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวขอนแก่น รวมถึงผู้เยี่ยมชมจำนวนมากที่เดินทางมาสักการะบูชา ขอพรตามความเชื่อ ศิวอาการเป็นสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ ทางเข้าซุ้มประตูทั้งสี่ด้านครอบด้วยซุ้มเรือนแก้วสองชั้น หลังคาเป็นทรงจั่วจัตุรมุข ช้อน 3 ชั้น ชั้นเครื่องยอดเป็นรูปเจดีย์ศิลปะพื้นเมืองอีสาน ตัณฐานเป็นเจดีย์จำลองจากองค์พระธาตุขามแก่น ปลายสุดประดับด้วยฉัตรทองห้าชั้น และยอดฉัตรทองคำบริสุทธิ์ 99.99 เปอร์เซ็นต์ น้ำหนัก 9 กิโลกรัม อดีตผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น ได้มีการริเริ่มสร้างขึ้นโดยนำเอาหลักศิลาจารึกจากโบราณสถานในท้องที่อำเภอชุมแพมาประกอบพิธีทางศาสนา และตั้งเป็นศาลหลักเมือง เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2499

3. พระมหาธาตุแก่นนคร พระมหาธาตุแก่นนคร หรือ พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น ประดิษฐานอยู่ภายในวัดหนองแวง(พระอารามหลวง)ความสูงขององค์พระธาตุ 80 เมตร ชั้นที่ 1 เป็นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุและรวบรวมคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา บานประตูหน้าต่างแกะสลักภาพชาดก ภาพพุทธประวัติ ฝาผนังทั้งสี่ด้านมีภาพประวัติเมืองขอนแก่น บนชั้นที่ 9 บรรจุพระบรมสารีริกธาตุกลางบุษบก และเป็นจุดชมทัศนียภาพของตัวเมืองขอนแก่นได้ทั้ง 4 ด้านและสามารถมองเห็นบึงแก่นนครได้อย่างสวยงาม

ในการวิจัยนี้ ได้วิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อพรรณ โภภณ (2549) ได้วิจัยเรื่อง “ศึกษาระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร” ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารมีคณะกรรมการบริหารงานวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทในการดูแลจัดการท่องเที่ยว เนื่องจากมีศักยภาพที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานทั้งด้านทรัพยากรบุคคลากร งบประมาณในการพัฒนา ทำให้การดำเนินงานในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้ง 6 ระบบของคณะกรรมการบริหารงานวัดพระศรีรัตน มหาธาตุวรมหาวิหารมีบทบาทที่ชัดเจนและมีความเป็นเอกเทศสูง การประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ จึงมีน้อย นอกจากกรมศิลปากรที่ 6 (สุโขทัย) และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชที่ทำหน้าที่ดูแลอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุภายในวัด ซึ่งผลจากการวิจัยการจัดการท่องเที่ยวทั้ง 6 ระบบสามารถอธิบายได้ว่ารูปแบบการจัดการการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีการดำเนินงานในเรื่อง การเผยแพร่ การบริการ การจัดการดูแลการพัฒนา การอำนวยความสะดวก การส่งเสริมท่องเที่ยว

วิรุณา วรจิมดา (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีสำคัญในจังหวัดมหาสารคาม” ผลการวิจัยพบว่า 1) บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ การส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ นับตั้งแต่สื่อพื้นบ้าน สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และการประชาสัมพันธ์ทาง Internet นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการพัฒนาอาชีพและส่งเสริมรายได้แก่บุคคลและชุมชน เพื่อเป็นสินค้าจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวและยังมีบทบาทในการจัดทำแผนการท่องเที่ยวประจำปีและแผน 3 ปี อีกด้วย 2) ลักษณะประเพณี วัฒนธรรมที่สำคัญได้แก่ งานประเพณีบุญเบิกฟ้า ตัวอย่างหนึ่งของบุญเบิกฟ้าคือ การหาบปุ๋ยคอกไปใส่ดินนา ทำให้ที่นามีความอุดมสมบูรณ์และเพิ่มผลผลิตข้าว นอกจากนี้ยังมีพิธีนมัสการพระธาตุนาคูนเพื่อเป็นการสักการะองค์พระธาตุนาคูน ส่วนวัฒนธรรมที่สำคัญแก่ วัฒนธรรมการทอผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากบ้านกุครึ่งและการทอเสื่อกกบ้านแพง จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้แก่ การประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีบุญเบิกฟ้าและงานนมัสการพระธาตุ ทำให้นักท่องเที่ยวมาน้อย การมีส่วนร่วมของสถานศึกษายังมีน้อย สินค้าที่จำหน่ายในงานมีไม่หลากหลาย จุดแข็งของงานประเพณีทั้ง 2 อย่างคือ เป็นการอนุรักษ์สืบทอดและส่งเสริมประเพณีอันดีงามของชาวอีสาน องค์กรต่างๆ ได้มีโอกาสร่วมงานกัน ก่อเกิดความรักและความสามัคคีระหว่างองค์กร จุดอ่อนของการทอผ้าดอกหมากบ้านกุครึ่ง คือ ทอได้จำนวนน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด ส่วนจุดแข็ง คือ เป็นหัตถกรรมคุณภาพดี ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคและมีตลาดกว้างขวาง 3) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างไกลขึ้น การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว การพัฒนาอาชีพในชุมชน เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การสร้างเครือข่ายกับองค์การรัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งส่งเสริมด้านงบประมาณและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

อติศยา พวงทอง (2549) ได้วิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนเกาะเกร็ดเป็นแหล่งศิลปกรรมที่สำคัญที่ผสมผสานระหว่างชาวไทยและชาวมอญ ทั้ง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และขนบธรรมเนียมประเพณี แต่สิ่งสำคัญจนเป็นชื่อเสียงของชุมชนเกาะเกร็ดนั่นคือ เครื่องปั้นดินเผา ในส่วนขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนเกาะเกร็ดมีองค์ประกอบครบทั้ง 3 ประเด็น คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการศึกษาค้นหาปัญหา การวางแผน การดำเนินการ และการติดตามผล การพัฒนาเกาะเกร็ดอยู่ในความรับผิดชอบของ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด โดยมีนโยบายในการพัฒนาภาคบริการ การบริการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการพัฒนาจะพัฒนาทั้งด้าน โครงสร้างพื้นฐาน การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม การจัดการระบบนิเวศ รูปแบบการบริการการท่องเที่ยว การประสานงานกับหน่วยงานอื่นในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ด แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์และบริการการท่องเที่ยว ด้านการจัดโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมและด้านการมีส่วนร่วม

ข้อเสนอแนะที่สำคัญที่จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ดเป็นรูปธรรมมากขึ้น คือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรช่วยเหลือสนับสนุนในการเสริมสร้างกิจกรรมเอกลักษณ์ชุมชน ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ทั้ง โบราณสถาน โบราณวัตถุ สนับสนุนงบประมาณ พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เกริกไกร แก้วล้วน (2550) ได้วิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีการศึกษาวัฒนธรรมของชุมชนชาวกวย ในเขตอีสานใต้และลาวใต้” ผลการวิจัยพบว่า

1. ชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้ยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และบางส่วนของจังหวัดมหาสารคาม รวมทั้งหมดประมาณ 474,486 คน โดยมีอยู่หนาแน่นในเขตจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดสุรินทร์ ส่วนในลาวใต้มีอยู่ประมาณ 45,498 คน ส่วนใหญ่จะมีอยู่ในแขวงสาละวันและจำปาสัก ลักษณะเด่นของชุมชนดังกล่าว คือ แนวคิด ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพ เช่น การเลี้ยงช้าง และการทอดผ้า

2. ชุมชนชาวทวายทั้งในเขตอีสานใต้และลาวใต้ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในทางประวัติศาสตร์ ทางชาติพันธุ์และทางวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาในตระกูลมอญ-เขมร มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาร่วมกัน โดยมีการอพยพมาจากภาคเหนือของประเทศอินเดีย แถบเทือกเขาหิมาลัยด้วยกันเมื่อประมาณ 3,500 ปีก่อน และมีการกระจายกันอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งในเขตอีสานใต้และลาวใต้ด้วย

3. แนวทางในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวทวาย อาจทำได้โดยการสำรวจสภาพชุมชนที่มีลักษณะเด่นทางวัฒนธรรม และขึ้นบัญชีไว้อย่างเป็นทางการในรูปแบบของฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์ แล้วเผยแพร่ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านการประชุมสัมมนา ในรูปของเอกสาร แผ่นพับ ไปสเตอร์ และอินเตอร์เน็ต ได้รับความรู้และเข้าใจในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ทั้งต่อนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

4. แนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพึ่งพาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน สามารถทำได้โดยการประสานความร่วมมือกันระหว่างประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น การอำนวยความสะดวกในการเดินทางโดยไม่ต้องมีวีซ่า (VISA) ระหว่างกัน การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางทั้งของประเทศตนเองและประเทศเพื่อนบ้านที่มีแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกัน และการใช้บัตรการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกันของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ประชุม โพธิ์ทักนิม (2551) ได้วิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบลตากแดด อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อบต.ตากแดด มีทั้งที่เป็นสถานที่สำคัญและวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ทุกหมู่บ้านรวม 9 หมู่บ้าน และพบประเด็นปัญหาที่รวบรวมได้ 10 ประเด็นปัญหาในการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของอบต.ตากแดด อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ได้มีการวิเคราะห์ SWOT และกำหนดวิสัยทัศน์ ไว้ว่า “เป็นหน่วยงานที่จัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการที่ดีที่สุดของจังหวัดชุมพร โดยมีพันธกิจ ดังนี้ 1) พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงาม ปลอดภัย และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น 2) มีการบริหารจัดการที่ดี 3) ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว เป้าหมาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากล และได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาไว้ 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบคือ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว 2 ยุทธศาสตร์ ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว 3 ยุทธศาสตร์ ด้านการจัดการ 5 ยุทธศาสตร์ และด้านการมีส่วนร่วมมีทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ ทุกกระบวนการ

ลักษณะ อินทร์บิ่ง (2553) ได้วิจัยเรื่อง “บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาโสมนังเมืองขอนแก่น อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น” ผลการวิจัยพบว่า

1. โงมูนมังเมืองขอนแก่นตั้งอยู่ถนนรอบบึงแก่นนคร อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เริ่มให้บริการในปี พ.ศ. 2546 บริหารจัดการโดยเทศบาลนครขอนแก่น เป็นแหล่งเก็บรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์เมืองขอนแก่น ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 โซน คือ โซนที่ 1 แนะนำเมืองขอนแก่น โซนที่ 2 ประวัติศาสตร์เมืองขอนแก่นและวัฒนธรรมชาวขอนแก่น โซนที่ 3 การตั้งเมือง โซนที่ 4 บ้านเมืองและวิถีชีวิตชาวขอนแก่น และโซนที่ 5 คือส่วนของขอนแก่นวันนี้ จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการแสดงถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของจังหวัดขอนแก่น

2. บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โงมูนมังเมืองขอนแก่น ได้ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์หลายวิธี เช่น แผ่นพับ วิทยุ เคเบิลท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต จัดหมวกคูเทศก์ท้องถิ่น มีทั้งหมวกเทศก์ชุมชนและขูว์หมวกเทศก์ การจัดการงบประมาณเพื่อบริหารจัดการภายใต้ชื่อ “โงมูนมังมีชีวิต” การพัฒนาบุคลากรโดยการส่งไปอบรมและศึกษาความรู้ที่พิพิธภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการทำงานของตน จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาล ซึ่งได้บรรจุไว้ในแผนพัฒนา 3 ปี มีการติดตามและประเมินผลของการท่องเที่ยวโงมูนมังเมืองขอนแก่น

3. แนวทางการพัฒนาบทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โงมูนมังเมืองขอนแก่น เทศบาลนครขอนแก่นควรส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ควรมีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สมกับชื่อโครงการ “โงมูนมังมีชีวิต” และเทศบาลนครขอนแก่นควรมีการบรรจุการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนา 3 ปี และควรมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

สุวิทย์ นามบุญเรือง (2553) ได้วิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย” ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว บุคลากรในสถานประกอบการมีปัญหาการสื่อสาร การพูดภาษาอังกฤษ ขาดความรู้ ความเข้าใจ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ปัญหาความสะดวกและความปลอดภัยในการควบคุมการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาการประชาสัมพันธ์อยู่ในวงแคบและขาดการประสานงานเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว

2. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ได้แก่ ความต้องการพัฒนาบุคลากรด้านการพูดภาษาอังกฤษ ต้องการจะได้รับการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ต้องการให้แก้ปัญหาการสื่อสาร เช่น ป้ายบอกทิศทาง ระยะทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ต้องการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างยิ่งขึ้น ทั้งต้องการให้ประสานงานกับเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวและองค์กรเอกชน

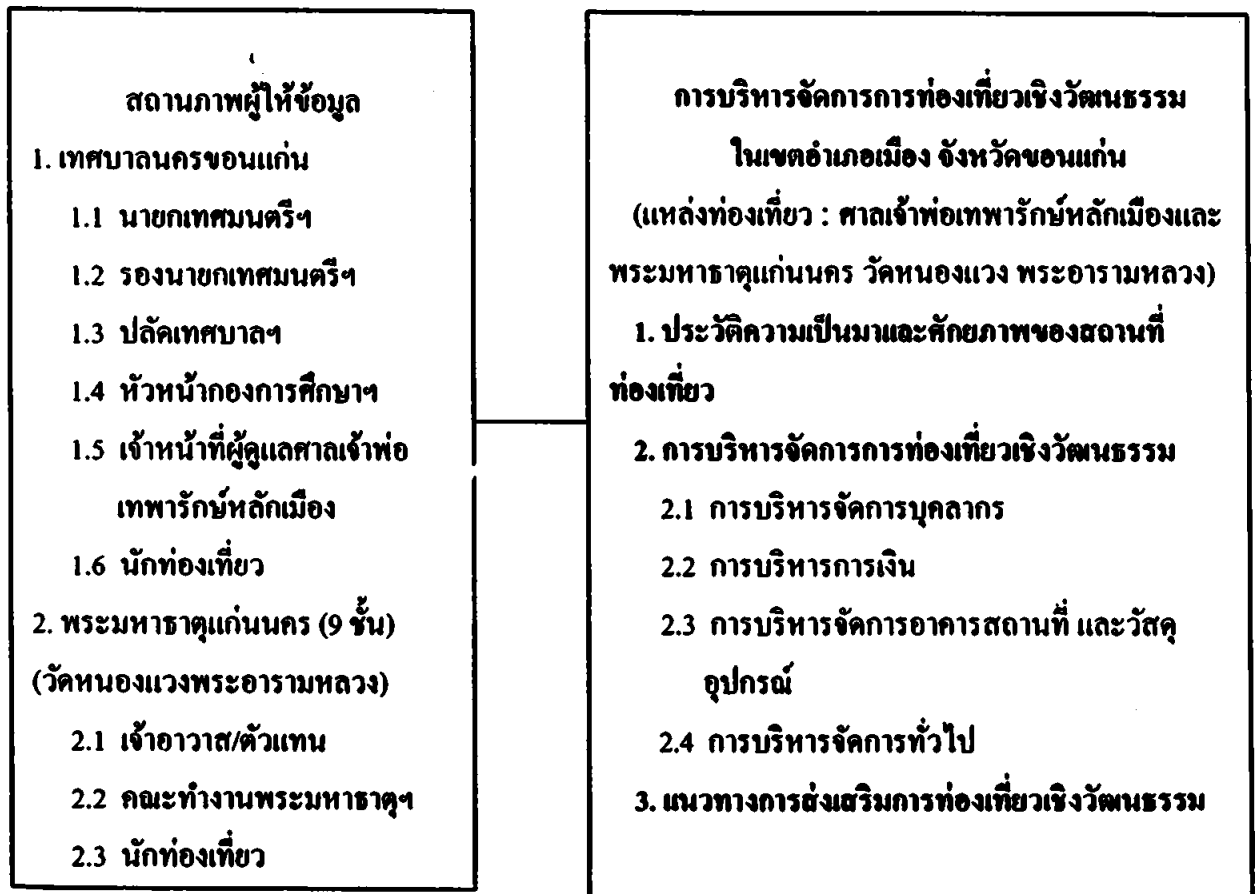
3. แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลยเรียงตามความถี่มากไปน้อย ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการและเจ้าหน้าที่อุทยาน ให้มีความรู้ภาษาอังกฤษ

เพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ รูปแบบต่าง ๆ ทั้งประสานงานกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง และควรมีการสื่อสารบอกทิศทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และประสานงานกับองค์กรรัฐ องค์กรเอกชนและประสานงานเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. การปฏิบัติการแก้ปัญหา และการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ได้แก่ การฝึกอบรมภาษาอังกฤษ ให้แก่เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติและเจ้าหน้าที่สถานประกอบการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทาง Internet ทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาไทย และทำป้ายบอกระยะทางไปแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมได้แก่ การบริหารจัดการบุคคลากร การบริหารการเงิน การบริหารจัดการอาคารสถานที่ และ วัสดุอุปกรณ์ การบริหารจัดการทั่วไป ดังได้บรรจุไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูล
2. การเลือกพื้นที่และเลือกผู้ให้ข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การสร้างเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การตรวจสอบข้อมูล
8. การวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มเป้าหมาย

1. เทศบาลนครขอนแก่น (ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง) ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีนครขอนแก่น รองนายกเทศมนตรีนครขอนแก่น ปลัดเทศบาลนครขอนแก่น หัวหน้ากองการศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว มาชมและสักการะเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง
2. พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง ประกอบด้วย เจ้าอาวาส/ตัวแทน คณะทำงานพระมหาธาตุ และนักท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 44 ราย ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง 20 ราย และ พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง 24 ราย

1. ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 ราย ประกอบด้วย
 - 1.1 นายกเทศมนตรีนครขอนแก่น 1 ราย
 - 1.2 รองนายกเทศมนตรีนครขอนแก่น 1 ราย

1.3 ปลัดเทศบาลนครขอนแก่น 1 ราย

1.4 หัวหน้ากองการศึกษา 1 ราย

1.5 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว มาสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง 15 ราย

2. พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 24 คน
ประกอบด้วย

2.1 เจ้าอาวาส/ตัวแทน 1 ราย

2.2 คณะทำงาน 3 ราย

2.3 ผู้ช่วยคณะทำงาน 5 ราย

2.4 นักท่องเที่ยว 15 ราย

การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพได้กำหนดตามความเหมาะสมของ
สถานการณ์ (ชาย โทธิสิตา, 2550)

การเลือกพื้นที่และเลือกผู้ให้ข้อมูล

การเลือกพื้นที่ ได้เลือกศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนอง
แวงพระอารามหลวง จังหวัดขอนแก่นเป็นพื้นที่ศึกษา เลือกโดยเจาะจง (Purposive Selection)
เนื่องจาก ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง
จังหวัดขอนแก่น เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมความสวยงามของสถาปัตยกรรม
และมาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ประชาชนทั้งในจังหวัด
และต่างจังหวัดให้ความเคารพ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาว จังหวัดขอนแก่น

การเลือกผู้ให้ข้อมูล ได้เลือกโดยกระจายตามสถานภาพของผู้ให้ข้อมูล เช่น เป็นผู้บริหารจัดการ
เป็นผู้ที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว ทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และผู้ที่มาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ
เพื่อมาเยี่ยมชมสถานที่ และมาสักการะกราบไหว้ ตลอดทั้งทำบุญ ทั้งบุคคลในท้องถิ่น และต่างท้องถิ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์กึ่ง โครงสร้าง (Semi Structured Interview - SSI) เพื่อสัมภาษณ์บริบท
ของเทศบาลนครขอนแก่นและวัดหนองแวงพระอารามหลวง

2. แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) เพื่อสัมภาษณ์เจาะลึกตามวัตถุประสงค์การวิจัย
3. แนวทางการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guide)
4. แนวทาง การสังเกต (Observation Guide) เพื่อสังเกตสถานที่ องค์ประกอบภายใน และภายนอกของแหล่งท่องเที่ยว สังเกตความสนใจของนักท่องเที่ยว
5. การจัดบันทึกข้อมูลภาคสนามอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์
6. กล้องบันทึกภาพ เพื่อบันทึกลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ผู้เข้าเยี่ยมชม

การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือมีขั้นตอนสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)
2. สำรวจพื้นที่ภาคสนามหาข้อมูลและข้อเท็จจริง โดยการสัมภาษณ์เบื้องต้น การสำรวจ สังเกตและถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อนำมาสร้างแนวทางการสัมภาษณ์
3. ร่างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) แนวทางการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guide) แนวทางการสังเกต (Observation Guide) ตามกรอบแนวคิดและนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนดไว้
4. เสนอเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข
5. ได้นำเครื่องมือที่ได้แก้ไขปรับปรุงแล้วตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ ไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงนายกเทศมนตรีนครขอนแก่น เจ้าอาวาสวัดหนองแวงพระอารามหลวง เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล
2. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และจากแผ่นพับ ประวัติวัดหนองแวงพระอารามหลวง สืบค้นประวัติความเป็นมาของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง จาก Internet

3. การถ่ายภาพแหล่งท่องเที่ยว

4. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างและจากแนวทางการสัมภาษณ์
แนวทางการสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยว แนวทางการสังเกต เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน เมษายน 2554 – ตุลาคม 2554

การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลได้ทำ 2 ระยะ ตั้งแต่ขณะรวบรวมข้อมูลในภาคสนามและหลังจาก
การเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้ว ก่อนวิเคราะห์ข้อมูลได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดย
การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data-Triangulation) ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล
ได้แก่ แหล่งเวลา สถานที่ และบุคคล นอกจากนี้ยังได้ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล
(Methodological Triangulation) โดยการใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการสัมภาษณ์ การซักถามพร้อมกัน เมื่อ
ได้ข้อมูลครบถ้วนชัดเจนนำข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ได้วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นตั้งแต่การสัมภาษณ์ การสังเกต หลังจากได้รวบรวมข้อมูล
เรียบร้อยแล้วได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่ม การจดบันทึกภาคสนาม
มาจำแนกเป็นหมวดหมู่เรียบเรียงเกี่ยวกับกิจกรรมตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่
กำหนดไว้ วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นสำคัญ คือ ความข้อมูล ความคิดเห็นแต่ละชุดเป็นช่วงๆ เก็บ
บันทึกข้อมูลไว้ ตรวจสอบข้อมูลกับผู้เกี่ยวข้อง บางประเด็นข้อมูลไม่ครบถ้วนได้เก็บข้อมูลเพิ่มเติม
ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เสนอการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive
Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
จึงขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 20 คน เป็นชาย 8 คน หญิง 12 คน อายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี มีมากที่สุด 10 คน อายุ 46-55 ปี และอายุ 76 ปี ขึ้นไป 5 คนเท่ากัน สถานภาพสมรสมากที่สุด โสด 14 คน รองลงมาแต่งงานแล้ว 4 คน หม้าย 2 คน ระดับการศึกษา จบปริญญาตรีมากที่สุด 10 คน รองลงมาจบ ปริญญาโท 4 คน มัธยมศึกษาปีที่ 6 ปวส. และมัธยมศึกษาตอนต้น 2 คนเท่ากัน อาชีพรับจ้างมากที่สุด 10 คน รับราชการและข้าราชการบำนาญ กลุ่มละ 5 คนเท่ากัน

2. เหตุผลที่นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชมศาลเจ้าพ่อหลักเมือง เรียงลำดับจากความถี่มากไปอย่างน้อยได้ดังนี้

2.1 มาสักการะกราบไหว้และขอพรจากเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และชมความงามของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองมาเป็นประจำ ประมาณ 10 – 20 ครั้ง

2.2 มาเพื่อแก้บน เช่น แก้บนเพื่อให้สอบได้ แก้บนให้มีความสำเร็จในการทำงาน ให้หายจากการเจ็บป่วย

2.3 มาเป็นเพื่อน เพราะเพื่อนมาแก้บน และมาท่องเที่ยวชมศาลเจ้าพ่อหลักเมืองด้วย

2.4 พักผ่อนหย่อนใจในบริเวณศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

2.5 มาที่ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเพื่อดูหนังกลางแปลง เนื่องจากมีผู้มาฉายภาพยนตร์แก้บน ผู้แนะนำให้รู้จักและได้มาเที่ยวชมกราบไหว้ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ส่วนใหญ่เดินทางมากราบไหว้ และเยี่ยมชมศาลเจ้าพ่อหลักเมืองด้วยตนเองเพราะเป็นชาวขอนแก่น

คุณพ่อขับรถผ่านบ่อย ๆ นอกจากนี้พบว่า เพื่อน และญาติพี่น้องแนะนำ กรณีผู้มาท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด พบว่า เพื่อน ๆ แนะนำ และเพื่อนพามากราบไหว้ เชื่อมขมศิลปะวัฒนธรรมของศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

3. ประวัติความเป็นมาของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง มีประวัติความเป็นมาเมื่อปี พ.ศ.2498 ประมาณเดือน 4 ได้มีคนแก่มากราบเรียนท่านเจ้าคุณ พระราชสารธรรมมุนี (หลวงพ่อกัมหา) เจ้าคุณเจ้าคณะจังหวัดขอนแก่น วัดศรีนวล เล่าว่ามีอยู่วันหนึ่งเขาได้ไปนอนพักที่โรงนาฝืนประหลาดว่า เห็นคนแก่หนุ่มห่ม ชุดขาวบ่นว่า "อยากจะไปอยู่ในเมือง" คืนที่สองฝืนอีกว่า "อยากจะไปอยู่ในเมือง" และพูดต่อว่า "อยากจะไปอยู่เป็นมิ่งขวัญของเมือง" พอคืนที่สามก็ได้ฝืนลักษณะเดิมอีก จากนั้นพอตื่นขึ้นก็รู้สึกว้าวร้อนนอนอยู่ไม่ได้นอนไม่ได้ ไม่รู้จะไปปรึกษาใคร ก็เลยเดินทางเข้าไปในเมืองมาเล่า ความฝันให้ท่านเจ้าคุณฟัง และท่านเจ้าคุณได้ถามว่า "ลักษณะตรงนั้นเป็นอย่างไร" คนแก่ตอบว่า "ลักษณะตรงนั้นเป็นกู่เก่า มีป่าขนาดใหญ่ ต้นไม้ขึ้นหนาที่บมีเสาหิน และใบเสมาเป็นจำนวนมาก" ท่านเจ้าคุณก็เลยออกปากว่า "ถ้าเป็นมิ่งเป็นขวัญของเมือง ก็ต้องเป็นหลักเมือง" ประกอบกับ จังหวัดขอนแก่นยังไม่มีหลักเมือง ท่านเจ้าคุณจึงเรียนให้ท่านผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น คือ หลวงพินิจ และได้มอบหมายให้ฝ่ายพระมหาสุคนธ์ พระอีกจำนวนหนึ่งพร้อมปลัดจังหวัดไปอัญเชิญหลักเมือง ออกมาจากกู่ และเกิดอาเพศฝนตกหนัก มีฟ้าผ่าลงมาถูกเสาหลักเมือง (ปัจจุบันเป็นเสาหลักเมือง อำเภอชุมแพ) รถเกิดติดหล่มไม่สามารถเดินทางต่อไปได้ ก็เลยปรึกษากันว่า "เขาเป็นผู้น้อย ผู้ใหญ่มาได้มาเพิ่มเลขบไป" และได้เชิญหลักเมืองลงไว้ที่วัดพระนอน แล้วกลับมาเล่าเหตุการณ์ให้ ท่านเจ้าคุณฟัง ท่านเจ้าคุณเลยไปอัญเชิญด้วยตัวเองได้นำหมอลำ นาง มาฉลองที่วัดพระนอนหนึ่งคืน แล้วค่อยอัญเชิญออกมา สี่หลัก หลักที่หนึ่งอยู่ที่ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น หลักที่สองอยู่ที่ ศาลหลักเมืองอำเภอชุมแพ ส่วนสองหลักที่เหลืออยู่ที่หน้าโบสถ์วัดศรีนวลจังหวัดขอนแก่น ลักษณะหลักเมืองเป็นเสาหินทราย รูปทรง 8 เหลี่ยม สูงประมาณ 3 เมตร มีลายสลักตัวหนังสือขอม

พิธีตั้งเสาหลักเมือง นิมนต์พระมาสวดยกตั้งตามแบบพิธีพุทธ ณ ที่สนามศาลาสุขใจ ท่านเจ้าคุณได้ตั้งชื่อว่า "ศาลเทพารักษ์หลักเมือง" มีนามย่อว่า "อินทร์ดา" การก่อสร้างได้ร่วมกัน สร้างทั้งคนจีนและคนไทย นอกจากนี้ได้อัญเชิญอากงอาม่าอยู่รวมกันกับหลักเมือง คนจีนเรียกว่า "ศาลหลักเมืองกง" คนไทยเรียกว่า "ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง" คำบอกเล่านี้ได้จากคุณพ่อจารย์นนท์ ขณะนั้นเป็นมรรคทายกวัดศรีนวล หลังจากได้ก่อสร้างศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเสร็จเรียบร้อย ท่านเจ้าคุณได้แต่งตั้งให้ คุณพ่อจารย์นนท์ เป็นผู้ดูแลรักษาศาลเจ้าพ่อหลักเมือง สืบทอดจนมาถึง ลูกหลานในปัจจุบัน คือ นายสมพงษ์ พูลพุทธา

ศาลหลักเมืองเป็นศูนย์รวมเทวดา โดยเชิญเทวดาประจำทิศทั้ง 4 คือ ทิศตะวันออกคือท้าวจรตฤศาสด ผู้ช่วยโลก เป็นเชื้อสายผู้ตั้งเมือง เป็นผู้สร้างบรรพบุรุษของเรา ทิศใต้ ท้าววิรุณหกเป็นเทวดาผู้ดูแล คน ฟ้า อากาศ ป่าไม้ ภูเขา ทิศตะวันตก ท้าววิรูปักโข หรือพระนาคา

คุณแม่ น้ำ ห้วยหนองคลองบึง จนถึงมหาสมุทร ทิศเหนือ ทิศใต้ ทิศตะวันออก ทิศตะวันตก เทวดากินยักษ์ เป็นผู้กำกับดูแลคนตาย (<http://www.khonkaen4u.com/forum/viewthread.php?tid=5017> . 11 ตุลาคม 2554)

4. ทัศนภาพของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

จุดเด่นหรือจุดแข็ง ของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมืองพบว่า ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ถือเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง คู่จังหวัดขอนแก่น มีผู้คนเลื่อมใสศรัทธามากมาย เนื่องจากเป็นที่รวมเทวดาผู้สร้างโลก ทำให้ผู้คนมากราบไหว้บูชาเป็นจำนวนมาก ได้มีการสร้างศาลใหม่ที่มีความวิจิตรงดงามพิสดาร มีการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบอย่างสวยงาม มีที่จอดรถ มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เป็นจุดเด่น และดึงดูดใจให้ผู้คนมากราบไหว้บูชา และมาเที่ยวชมมากขึ้น ดังคำกล่าวของนายพงษ์ เพิ่มพูน (นามสมมติ) ผู้ดูแลศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ว่า

“ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ถือเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองขอนแก่น เป็นที่รวมเทวดาผู้สร้างโลก มีผู้คนเลื่อมใสศรัทธามากกราบไหว้บูชาเป็นจำนวนมาก ยังมีการปรับปรุงศาลใหม่ และบริเวณโดยรอบ มีที่พักผ่อนหย่อนใจ มีที่จอดรถ ยังเป็นจุดเด่น ที่สามารถดึงดูดใจผู้คนให้มากราบไหว้บูชาและเยี่ยมชม ท่องเที่ยวในตัวด้วย ”

นอกจากนี้ ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ยังเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม มีความสวยงามของสถาปัตยกรรมร่วมสมัยที่หาดูได้ยากมากดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งว่า

“ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม ที่มีความสวยงามของสถาปัตยกรรมที่หาดูได้ยากมาก”

จุดอ่อนหรือจุดด้อย จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ที่ตั้งของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ล้อมรอบไปด้วยถนน ซึ่งไม่สามารถจะขยายพื้นที่ออกไปได้ ถ้าหากมีประชาชนจำนวนมากมาสักการะ และเยี่ยมชมสถานที่ ก็จะมีปัญหาเรื่องการทำให้การจราจรติดขัดเป็นอย่างมาก ทั้งสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ตลอดทั้งมีที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อนยังไม่เพียงพอเช่นกันและนอกจากนี้ ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ยังขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึกและเชิงกว้าง ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายเท่าที่ควรดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวชาย โสด วัย 23 ปี มาจากจังหวัดนครพนม ว่า

“ที่มาสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ได้ขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง ทำให้ไม่ทราบข้อมูลต่างๆ”

และคำกล่าวของนักท่องเที่ยวหญิง แต่งงานแล้ว อายุ 48 ปี มาจากกรุงเทพฯ ว่า

“ที่มาสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง เพราะมาเยี่ยมชมญาติที่ขอนแก่น ญาติพามาสักการะ มีความเห็นว่า ยังอ่อนการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่ได้ข้อมูลเกี่ยวกับศาลเจ้าพ่อหลักเมือง”

โอกาส จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม และมาสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง มีความสุข ความสบายใจ คลายความวิตกกังวล มีความอบอุ่นและมั่นใจมากขึ้น และสามารถจะนำรายได้มาสู่องค์กรและชุมชนได้บ้าง

ประการสำคัญทำให้เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่วิจิตรสวยงามของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวชายวัย 42 ปี แต่งงานแล้ว จากจังหวัดนครพนม คนหนึ่งว่า

“ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง จะช่วยผู้ที่มากราบไหว้และแก้บนให้มีความสุข ความสบายใจ คลายความวิตกกังวล ทั้งนำรายได้มาสู่องค์กรและชุมชนได้”

อุปสรรค จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาสักการะเยี่ยมชมศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ได้สะท้อนให้ฟังถึงปัญหาที่จ่อครดไม่เพียงพอ ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวชายวัย 32 ปี จากกรุงเทพฯ ที่มาเยี่ยมชมและสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมืองว่า

“ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ศักดิ์สิทธิ์ สวยงามมาก แต่มีปัญหาที่จ่อครดไม่เพียงพอ”

นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับสิทธิการดูแลศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2543 กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย ได้ให้เทศบาลนครขอนแก่น นำส่งเงินรายได้ไปยังกรมการปกครองทั้งหมด ตามกฎเสนาบดีว่าด้วยกุศลสถาน ชนิดศาลเจ้า พ.ศ. 2463 ต่อมาคณะกรรมการควบคุมตรวจสอบตราสอดส่องกิจการศาลเจ้า ได้มีมติยืนยัน เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2551 ว่าศาลหลักเมืองขอนแก่น ต้องส่งเงินบริจาคให้กรมการปกครอง ซึ่งตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการเงินของศาลเจ้า พ.ศ. 2520 ต้องส่งเงินให้กรมการปกครองทุกเดือน เก็บไว้ที่จังหวัดขอนแก่นได้ไม่เกิน 5,000 บาท ปกติศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น มีรายได้จากการบริจาคประมาณ 5 แสนบาทปี เงินจำนวนนี้ ต้องสำรองไว้สำหรับรายจ่ายค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าการจัดการด้านความสะอาด ค่าตกแต่งสถานที่ เฉพาะค่าไฟฟ้าเดือนละประมาณ 6,000 บาท หากโอนให้ส่วนกลางแล้วก็จะลำบากในการเบิกค่าใช้จ่ายแต่ละเดือน อำนาจผู้ว่าราชการจังหวัดเบิกได้เพียงครั้งละไม่เกิน 1,000 บาท

5. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศาลเจ้าพ่อหลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ในการบริการศาลเจ้าพ่อหลักเมืองนั้นได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นบทบาทหน้าที่ของเทศบาลนครขอนแก่นซึ่งจะเป็นผู้ดูแลโดยรอบศาลเจ้าพ่อหลักเมือง นับตั้งแต่การดูแลศาลเจ้าพ่อหลักเมืองทั้งภายในศาล และการปรับปรุงพื้นที่ ภูมิทัศน์ การดูแลคัดค้านไม้ สวนหย่อม

ส่วนที่ 2 เป็นหน้าที่รับผิดชอบของนายสมพงษ์ พูลพุทธา ผู้เช่าเพื่อดูแลรักษาศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ซึ่งเก็บค่าเช่าเป็นรายเดือน ๆ ละประมาณ 20,000 – 30,000 บาท หน้าที่ของ นายสมพงษ์ พูลพุทธา ก็ คือ เป็นผู้ดูแลศาลเจ้าพ่อหลักเมือง โดยดูแลทำความสะอาดบริเวณจุดไหว้ การเตรียมของไหว้ และ ร่วมเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงสถานที่ และให้บริการฉายภาพยนตร์ เมื่อมีผู้มาติดต่อยกฉาย ภาพยนตร์แก่น

สรุป การบริหารจัดการงานบุคคล และสถานที่ของเทศบาลนครขอนแก่นเกี่ยวกับศาล เจ้าพ่อหลักเมือง ได้พบว่า ควบคุมดูแลตรวจสอบเฉพาะการปฏิบัติงานของนายสมพงษ์ พูลพุทธา ซึ่งได้ เข้าสถานที่ ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองตั้งแต่รุ่นบิดาคิดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน งานบริหารจัดการสถานที่ได้เน้น การดูแลทำความสะอาดบริเวณศาลหลักเมือง และการจัดเก็บค่าบริการต่าง ๆ อนึ่ง ขั้นตอนในการ กราบไหว้ ไหว้เทวดาฟ้าดินใช้รูป 3 ดอก ไหว้เจ้าพ่อหลักเมืองใช้รูป 3 ดอก ไหว้ศาลพระภูมิใช้รูป 3 ดอก และไหว้ประตูทางเข้าใช้รูปข้างละ 1 ดอก

การบริหารการเงิน เทศบาลได้เก็บค่าเช่าจาก นายสมพงษ์ พูลพุทธา เดือนละประมาณ 20,000 บาทเศษ ปกติจะมีรายได้จากผู้มาท่องเที่ยว เช่น ซื้อดอกไม้รูปเทียนเพื่อสักการะ ประมาณวัน ละ 1,000 – 2,000 บาท ค่าฉายภาพยนตร์ วันละ 500 – 1,000 บาท ขึ้นอยู่กับความยาวของภาพยนตร์เรื่อง นั้น ๆ ดังคำกล่าวของนายสมพงษ์ พูลพุทธา ผู้เช่าสถานที่ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองว่า

“รายได้จากผู้มาท่องเที่ยว และสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง เช่น ซื้อดอกไม้รูปเทียน และร่วมทำบุญประมาณวันละ 1,000 บาท ถึง 2,000 บาท และค่าฉายภาพยนตร์ประมาณวันละ 500 บาท ถึง 1,000 บาท ขึ้นอยู่กับความยาวของภาพยนตร์”

6. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง จัดลำดับจากความดีมาไปยังความดีน้อย ได้ดังนี้

6.1 ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึก และเชิงกว้างว่านี้ ทั้งทาง Internet วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ แผ่นพับ

6.2 ควรมีมีภคฤเทศก์แนะนำสถานที่ถึงประวัติความเป็นมา และพาชมสถานที่ ให้การ ค้อนรับอย่างอบอุ่น ประทับใจ จะได้สื่อบุคคล ซึ่งเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่การท่องเที่ยวได้เป็น อย่างดี

6.3 ควรจัดการแสดงศิลปวัฒนธรรมในบริเวณศาลเจ้าพ่อหลักเมือง จะเป็นแรงดึงดูด ใจให้ประชาชนมาเที่ยวชมและสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

6.4 ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เพียงพอเพื่อจะได้สะดวกในการเข้าไปสักการะ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

6.5 ควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย โดดเด่นเป็นที่สนใจให้มากกว่านี้

6.6 กรณีมีข้าราชการจากต่างจังหวัดหรือจากกรุงเทพฯมาประชุมที่จังหวัด

ขอนแก่น ผู้จัดการประชุม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรเชิญชวนให้มาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเป็นอันดับแรก เมื่อท่านเหล่านั้นได้รู้จักได้ข้อมูลถึงความสำคัญของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองก็จะมาสักการะกราบไหว้อีก และขังจะบอกต่อไปยังญาติพี่น้อง เพื่อน ๆ ที่จะมาเที่ยวขอนแก่น มาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมืองต่อไป

7. ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยว 1 กลุ่ม เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2554 ผลการสนทนากลุ่มสรุปได้ดังนี้

เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2554 (14.00-15.30 น.) ได้สนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม และสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ณ บริเวณสนามหญ้า ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม มีจำนวน 7 คน เป็นหญิง 4 คน ชาย 3 คน ได้แก่ นางสาวนุช กมลงาม (นามสมมติ) อายุ 20 ปี อาชีพนักศึกษา นางสาวสร้อย สมสุข (นามสมมติ) อายุ 21 ปี อาชีพนักศึกษา นางสาวโนเฟิร์น คั่นกล้า (นามสมมติ) อายุ 19 ปี อาชีพค้าขาย นางสาวน้ำอ้อย สวยสด (นามสมมติ) อายุ 21 ปี อาชีพรับจ้าง นายพล พลศักดิ์ (นามสมมติ) อายุ 19 ปี อาชีพนักศึกษา นายศักดิ์ สูงส่ง (นามสมมติ) อายุ 18 ปี อาชีพนักศึกษา และนายเฉา เฉาชัย (นามสมมติ) อายุ 22 ปี อาชีพรับจ้าง

เมื่อเชิญนักท่องเที่ยวเข้ากลุ่มแล้ว พิธีกร (ผู้วิจัย) ได้แนะนำวัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง นักท่องเที่ยวต่างก็ให้ความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง อย่างทั่วถึงกันทุกคน มีบรรยากาศเป็นกันเอง

ผลการสนทนากลุ่ม สรุปได้ว่า ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดเด่นของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง คือเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์คู่จังหวัดขอนแก่น มีผู้คนเลื่อมใสศรัทธา เป็นอย่างยิ่ง ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ที่สร้างขึ้นใหม่มีความวิจิตรสวยงามมาก ตั้งตระหง่านเป็นสง่างามอยู่ติดถนน มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมเป็นสถาปัตยกรรมที่วิจิตรสวยงามเป็นอย่างยิ่ง

จุดอ่อนหรือจุดคือย คือสถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอ บางครั้งการจราจรติดขัด ด้านการประชาสัมพันธ์ยังไม่กว้างไกลต้องปรับปรุงให้ดีกว่านี้ ทั้งไม่มีมีคฤหาสน์คอยให้คำแนะนำอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของศาลเจ้าพ่อหลักเมือง สมาชิกกลุ่มได้ให้ข้อคิดเห็นดังนี้

1. ควรปรับปรุงและจัดสถานที่จอดรถของผู้มาสักการะและเที่ยวชมศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้มาเที่ยวชมศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ทั้งควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีต่างๆ นับตั้งแต่ แผ่นพับ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ Internet

2. ควรมีมัคคุเทศก์แนะนำประวัติของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และนำชม และสักการะศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง นอกจากนี้ควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย สามารถเป็นที่ระลึกของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมืองได้

พระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแขวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 24 คน เป็นชาย 9 คน ในจำนวนนี้เป็นพระภิกษุ 2 รูป สามเณร 3 รูป และเป็นหญิง 10 คน อายุอยู่ในช่วง 16-25 ปี มากที่สุด 13 รูป/คน รองลงมา อายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี 6 คน อายุอยู่ในช่วง 46-55 ปี และ 76 ปีขึ้นไป ช่วงละ 2 คนเท่านั้น ส่วนอายุอยู่ในช่วง 36-45 ปี น้อยที่สุด มีเพียง 1 คนเท่านั้น สถานที่พบสนทนาว่า เป็นโศกมากที่สุด 18 รูป/คน รองลงมา แต่งงาน 5 คน และหม้ายน้อยที่สุด 1 คน ระดับการศึกษามากที่สุด พบว่า จบปริญญาตรี 15 รูป/คน รองลงมาจบปริญญาโท และมัธยมปีที่ 6 กลุ่มละ 3 คนเท่านั้น จบ ปวส. มัธยมปีที่ 4 และประถมปีที่ 4 กลุ่มละ 1 คนเท่านั้น อาชีพพบว่า มีอาชีพบรรพชิตมากที่สุด 5 รูป รองลงมาเป็นนักศึกษา 4 คน อาชีพรับจ้าง พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานองค์กรอื่น และอาจารย์ กลุ่มละ 3 คน ข้าราชการบ้านญาติ สถาปนิก และทำงานบ้านกลุ่มละ 1 คน

2. เหตุผลที่นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชมพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแขวงพระอารามหลวง)

จากผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวพบว่า สาเหตุที่มาเยี่ยมชมพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแขวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เรียงลำดับจากความถี่มากไปยังความถี่น้อยได้ ดังนี้

- 2.1 มาสักการะพระบรมสารีริกธาตุ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง และครอบครัว
- 2.2 มาเพื่อเยี่ยมชมพระเจดีย์ที่สวยงาม วิจิตรพิศดาร
- 2.3 มาที่พระมหาธาตุแก่นนครเพื่อทำบุญกุศล
- 2.4 มาชมสถานที่สวยงามดึงดูดใจ
- 2.5 มาเพื่อมาดู เยี่ยมชมการสร้างเจดีย์ด้านสถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นใหม่ มีความวิจิตร

สวยงาม

2.6 มาชมพระเจดีย์และวัดหนองแขวงพระอารามหลวง วัดคู่ประสงฆ์สำคัญเพื่อ
มานั่งสมาธิ

2.7 เนื่องจากอยู่ในชุมชนเมืองจึงมาเที่ยว

2.8 มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จะได้สบายใจ

3. ผู้แนะนำให้รู้จัก และได้มาเที่ยวชมที่พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแขวงพระอารามหลวง
จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีใครแนะนำ เนื่องจากเป็นคน
ขอนแก่น พระเจดีย์ตั้งอยู่นอกกลางเมืองขอนแก่น การเดินทางสะดวก มีรถประจำทางหลายสายผ่านจึง
ตัดสินใจด้วยตัวเอง ดังคำกล่าวของสถาปนิกหญิงวัย 24 ปี คนหนึ่ง ว่า

“ได้มาเยี่ยมชมพระเจดีย์ 9 ชั้น ที่สวยงามมาก เป็นสถาปัตยกรรมที่สวยงาม มาดูการสร้าง
เจดีย์ที่สวยงาม และมาสักการะพระบรมสารีริกธาตุ เพื่อเป็นสิริมงคล จึงตัดสินใจมาเยี่ยมชมด้วย
ตนเอง ไม่มีใครแนะนำ”

รองลงมาคือ เพื่อนเป็นผู้แนะนำ ให้มาเยี่ยมชมความงามของพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น
เนื่องจากเพื่อนมาจากจังหวัดอื่น ถ้ามาขอนแก่นควรมาเยี่ยมชมสักการะพระมหาเจดีย์ที่ศักดิ์สิทธิ์ มิฉะนั้นจะ
มาไม่ถึงเมืองขอนแก่น ดังเช่น นักท่องเที่ยวหญิงวัย 26 ปี โสภ เป็นพนักงานโรงแรม มาจากจังหวัด
ตราด มาเยี่ยมเพื่อนที่ขอนแก่น เพื่อนจึงพามาไหว้พระ มาสักการะพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น ทั้งความ
นอกจากนี้ มีเพื่อนมาจากกรุงเทพฯ มาเที่ยวขอนแก่น เพื่อนจึงแนะนำและพามาเที่ยวชม พระ
มหาธาตุ และมาสักการะพระบรมสารีริกธาตุด้วย

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้เล่าให้ฟังว่า สมัยที่เป็นนักเรียนในจังหวัดขอนแก่น
โรงเรียนได้จัดทัศนศึกษาพานักเรียนมาสักการะพระบรมสารีริกธาตุ และเยี่ยมชมความสวยงามของ
พระเจดีย์ มีนักเรียนมาเยี่ยมชมทั้งชั้นประมาณ 40-50 คน มีนักท่องเที่ยว 4-5 ราย ที่มีความ
ศรัทธาและรู้จักเจ้าอาวาสของวัดหนองแขวง จึงมาเยี่ยมชมพระมหาเจดีย์ และได้ร่วมทำบุญด้วย 2,000
บาทเมื่อสร้างพระเจดีย์ตั้งแต่แรกเริ่ม จึงได้มาเยี่ยมชม ทั้งแนะนำเพื่อน ๆ จากจังหวัดต่าง ๆ มาเยี่ยมชมอีก
ด้วยบางรายเคยเห็นรูปพระเจดีย์ 9 ชั้น ในทาง Internet จึงใฝ่ฝันอยากจะมาเห็นพระมหาเจดีย์จริง ๆ
ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวคนหนึ่งจากกรุงเทพฯว่า

“สาเหตุที่มาเยี่ยมชมสักการะพระมหาเจดีย์ เนื่องจาก เห็นรูปพระเจดีย์ที่สูง
ตระหง่านทาง Internet เมื่อมาขอนแก่น จึงชวนเพื่อนให้มาเยี่ยมชมด้วย”

นักท่องเที่ยวบางรายขณะที่อยู่ต่างจังหวัดเพื่อนเล่าให้ฟัง ถึงความสวยงามของพระมหา
เจดีย์ จึงประสงค์จะมาสักการะ เมื่อมาถึงขอนแก่นจึงขอให้เพื่อนพามาเยี่ยมชม และสักการะสิ่ง

ศักดิ์สิทธิ์ ดังคำกล่าวของ ชายไทยวัย 28 ปี คนหนึ่ง โสค การศึกษาจบปริญญาตรี เป็นพนักงานมหาวิทยาลัย ว่า

“เพื่อนเล่าให้ฟังถึงความสวยงามของพระมหาเจดีย์ เมื่อมาขอนแก่น จึงให้เพื่อนมาเยี่ยมชมและไหว้พระขอพรถึงศักดิ์สิทธิ์นักท่องเที่ยวยางราย เมื่อขับรถผ่านถนนกลางเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น เห็นพระเจดีย์สวยงาม สูงเด่นสง่างาม จึงดึงคูใจให้เข้ามาเยี่ยมชม”

4. ประวัติความเป็นมาของพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง

วัดหนองแวง เดิมชื่อวัดเหนือ ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2332 พร้อมกับวัดกลาง และวัดธาตุ โดยท้าวเพี้ยเมืองแพน เจ้าเมืองคนแรก ณ บ้านบึงบอน (บึงแก่นนคร) พ.ศ.2354 ท้าวจามบุตร ท้าวเพี้ยเมืองแพน เจ้าเมืองคนที่ 2 ได้ย้ายเมืองไปอยู่บ้านคอนพันชาติ เขตเมืองมหาสารคาม (บ้านโนนเมือง ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม) บ้านบึงบอนจึงกลายเป็นเมืองเก่า ตั้งแต่นั้นมา ปัจจุบันพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง ตั้งอยู่ เลขที่ 593 ถนนกลางเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2442 โดยพระยานครศรีบริรักษ์ (อู่) และได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาครั้งสุดท้าย เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2527 เขตวิสุงคามสีมา กว้าง 40 เมตร ยาว 80 เมตร มีเนื้อที่ดินที่ตั้งวัด 26 ไร่ 65 ตารางวา โดยมีหนังสือแสดงกรรมสิทธิ์เป็นโฉนด 713 เลขที่ 28 หน้าสำรวจ 794 เล่มที่ 8 หน้า 13 ปี พ.ศ. 2544 ซื่อที่ดินมาเพิ่มอีก 2 ไร่ 39 ตารางวา รวมเนื้อที่ 28 ไร่ 1 งาน 4 ตารางวา

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ยาว 135 เมตร จดถนนหนองแวงพัฒนา
ทิศใต้	ยาว 160.50 เมตร จดล่องน้ำและที่ดิน นายพิศ วรรณราช
ทิศตะวันออก	ยาว 151.4 เมตร กับ 170.80 เมตร จดถนนรอบบึงแก่นนคร และที่ดิน นางทองม้วน บุตรกสก
ทิศตะวันตก	ยาว 246.70 เมตร จดถนนกลางเมือง

ลักษณะพื้นที่ตั้งวัดและบริเวณโดยรอบ

- เป็นที่ราบเรียบ เป็นลักษณะ 6 เหลี่ยม มีหมู่บ้านล้อมรอบสามด้าน และมีบึงแก่นนครอยู่ทิศตะวันออกวัด
- เป็นวัดพัฒนาตัวอย่าง ปี พ.ศ. 2524
- เป็นวัดพัฒนาดีเด่น ปี พ.ศ. 2526
- ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ยกฐานะขึ้นเป็น พระอารามหลวง ปี พ.ศ. 2527
- เป็นวัดพัฒนาตัวอย่างดีเด่น เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา ปี พ.ศ. 2542

รายนามเจ้าอาวาส

รายนามเจ้าอาวาสตั้งแต่เริ่มก่อสร้างวัดใน ปี พ.ศ. 2332 – ปี พ.ศ. 2421 ไม่ปรากฏนาม
เจ้าอาวาส เริ่มจากปี พ.ศ. 2422 – ปี ปัจจุบัน มีรายนามเจ้าอาวาสจำนวน 9 รูป คือ

รูปที่ 1 ท่านพระครูถูกแก้ว พ.ศ. 2422 – พ.ศ. 2436

รูปที่ 2 ท่านพระอาจารย์เฒ่า เมืองยโสธร พ.ศ. 2436 – พ.ศ. 2439

รูปที่ 3 ท่านพระอาจารย์เหล่า พ.ศ. 2439 – พ.ศ. 2441

รูปที่ 4 ท่านพระอาจารย์น้อย พ.ศ. 2441 – พ.ศ. 2443

รูปที่ 5 ท่านพระอาจารย์บุญคา พ.ศ. 2443 – พ.ศ. 2452

รูปที่ 6 ท่านหลวงปู่พระครูปลัดบุษบา สุมโน พ.ศ. 2452 – พ.ศ. 2498

รูปที่ 7 ท่านเจ้าคุณพระพุทธิสารฐิติ (เหล่า สุมโน ป.ธ. 5) พ.ศ. 2498

รูปที่ 8 ท่านเจ้าคุณพระราชสารธรรมนุณี (กัณฑ์ ปกัสนโร) พ.ศ. 2498 – พ.ศ. 2511

รูปที่ 9 ท่านเจ้าคุณพระวิสุทธิกิตติสาร (คุณ ขันติโก ป.ธ.4) พ.ศ. 2411 – ปัจจุบัน

มูลเหตุของการสร้างพระมหาธาตุแก่นนคร ได้มีประวัติที่งดงาม เริ่มจาก สมเด็จพระสังฆราช (วาสนามหาเถระ) วัดราชพิพิธฯ ประทานพระบรมสารีริกธาตุให้ไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 ประกอบกับ พระวิสุทธิกิตติสาร (คุณ ขันติโก ป.ธ.4) เจ้าอาวาสวัดหนองแวง พระอารามหลวงรูปปัจจุบัน ได้ตั้งปณิธานไว้ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2497 เรื่องการสร้างพระสารีริกธาตุแก่นนคร หรือพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น เพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ต่อมาก็ได้รับพระบรมสารีริกธาตุตามนิมิตจากประเทศพม่า ตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม 2528 ในปีเดียวกันเจ้าพระคุณสมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก ได้ประทานปัจจัยบูชาพระธรรมเทศนา ให้เป็นทุนเริ่มต้นจำนวน 18,500 บาท เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2528 ซึ่งทางวัดได้มีที่ดินว่างเปล่าประมาณ 10 ไร่เศษ เหมาะสมในการก่อสร้างพระธาตุฯ ดังกล่าว ใช้งบประมาณในการก่อสร้างทั้งสิ้น 46,984,591 บาท

งบประมาณในการก่อสร้างพระมหาธาตุแก่นนครฯ (พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น) ได้รับพระเมตตาจากเจ้าพระคุณสมเด็จพระญาณสังวรสมเด็จพระสังฆราช เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2534 เป็นจำนวนเงิน 7,485,000 บาท

นอกจากนี้ได้รับการสนับสนุนจากศรัทธาสาธุชนทั่วไป ทั้งข้าราชการ พ่อค้า ประชาชน ภายในประเทศ และต่างประเทศ

วัตถุประสงค์สำคัญของการสร้างพระมหาธาตุแก่นนคร มีดังนี้

1. เพื่อน้อมถวายเป็นพระพุทธรูปบูชาแด่องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และพระอรหันต์สาวก
2. เพื่ออุทิศถวายเป็นพระราชสักการะ มหามงคล เทิดพระเกียรติ แด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวโรกาสครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี

3. เพื่อทูลเกล้าถวายเป็นพระสักการะ แด่สมเด็จพระญาณสังวรสมเด็จพระสังฆราชองค์ที่ 19 ในวโรกาสเจริญพระชนมายุครบ 84 พรรษา และสมเด็จพระสังฆราชทุก ๆ พระองค์
4. เพื่อเป็นมหามงคลานุสรณ์ ครบ 200 ปี เมืองขอนแก่น
5. เพื่อเป็นอนุสรณ์สาธุชนค้ำถะภูของแต่ละตระกูล
6. เพื่อเป็นสถานศึกษา อบรมพระปฏิบัติธรรม พระปฏิบัติธรรม และพระปฏิเวธธรรม
7. เพื่อเป็นศูนย์รวมศิลปวัฒนธรรม
8. เพื่อเป็นมรดกแก่อนุชน
9. เพื่อเป็นปูชนียสถานนิตศศึกษาถึงคุณักท่งที่ขวมาสู่ท้องถิ่น

ความวิจิตรงดงามขององค์พระธาตุ

ฐานพระธาตุกว้าง 50×50 เมตร องค์พระธาตุกว้าง 40×40 ความสูงของพระธาตุฯ สุดเนื้อปูน 72 เมตร ถึงยอดฉัตรพระธาตุฯ 7,780 ตารางเมตร พระจุลธาตุ 4 องค์ ตั้งอยู่ 4 มุม มีกำแพงแก้วพญานาค 7 เศียรล้อมรอบกว้าง 72×72 เมตร เป็นศิลปะสมัยทวารวดีหรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผสมผสานศิลปะอินโดจีน รูปทรงแบบชาวอีสานตากแห

ชั้นที่ 1 เป็นหอประชุม มีพระบรมสารีริกธาตุอยู่บนบุษบกตรงกลาง มีพระประธานประดิษฐานอยู่ 4 องค์ตรงกลาง 1 องค์ ด้านข้างทางทิศใต้ 2 องค์ และทางด้านทิศเหนือ 2 องค์ ด้านเสาเขียนลวดลายสีเบญจรงค์ลายกรวยเชิงดอกพุดตานและดอกบัว คานชื่อเขียนภาพเทพชุมนุม ล้อมรอบเพดานเขียนภาพเทพนมปีกค้างคาวควาล้อมเดือน จตุเทพดารา บานประคูน้าต่างแกะสลักภาพนันทนเรื่องจำปาสีคัน โดยเฉพาะบานประคูน้าใหญ่แกะสลัก 3 มิติ

ชั้นที่ 2 เป็นหอพักและของใช้ชาวอีสาน บานประคูน้าต่างเขียนลวดลายเบญจรงค์ ภาพนันทนเรื่อง สังสินไซ

ชั้นที่ 3 เป็นหอปริยัติ บานประคูน้าต่างเขียนภาพนันทนเรื่อง นางผมหมอม

ชั้นที่ 4 เป็นหอปฏิบัติธรรม บานประคูน้าต่างเขียนภาพพระประจำวัน, เทพประจำทิศ

ชั้นที่ 5 เป็นหอพิพิธภัณฑ์ บานประคูน้าต่างแกะสลักภาพพุทธประวัติ แกะสลัก 1 มิติ

ชั้นที่ 6 เป็นหอพระอุปัชฌายาจารย์ บานประคูน้าต่างแกะสลักนันทนเรื่องพระเวสสันดร แกะสลัก 1 มิติ

ชั้นที่ 7 เป็นหอพระอรหันตสาวก บานประคูน้าต่างแกะสลักนันทนเรื่อง เติมิขี้ไบ้ แกะสลัก 1 มิติ

ชั้นที่ 8 เป็นหอพระธรรม รวบรวมพระธรรมคัมภีร์สำคัญทางพระพุทธศาสนามีพระไตรปิฎก เป็นต้น บานประคูน้าต่างแกะสลักพรหม 16 ชั้น ถึงชั้นที่ 9 แกะสลัก 3 มิติ

ชั้นที่ 9 เป็นหอพระพุทธ เป็นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุตรงกลางบุษบก บานประตู หน้าต่างแกะสลัก 3 มิติ รูปพรหม 16 ชั้น และเป็นหอชมวิวาทิวทัศน์ตัวเมืองขอนแก่นทั้ง 4 ด้าน โดยเฉพาะด้านทิศตะวันออกคิบบึงแก่นนคร (เอกสารประวัติวัดหนองแวงและพระมหาธาตุแก่นนคร, ม.ป.ป.)

5. ศักยภาพของพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้นำเสนอในประเด็นจุดเด่นหรือ จุดแข็ง จุดค้อยหรือจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จุดเด่นหรือจุดแข็ง ของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า พระธาตุมีความแตกต่างจากที่อื่น หลาย ประเด็นดังนี้

1. จุดเด่นหรือจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า พระธาตุเจดีย์ 9 ชั้น มีความแตกต่างจากที่อื่น เนื่องจาก พระธาตุเจดีย์ 9 ชั้นมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม แต่ละชั้นได้นำเอาประเพณี วัฒนธรรม อีสาน หอปรียัติ พิพิธภัณฑ์ ภาพวาด นิทานชาดก ได้นำมาบรรจุไว้แต่ละชั้นให้นักท่องเที่ยวได้ ศึกษา พระธาตุที่มีความใหญ่โต และสวยงามดั่งเด่นเป็นสง่า มีพระบรมสารีริกธาตุบรรจุไว้ชั้นที่ 9 ชั้นสูงสุดเป็นจุดชมวิวที่สวยงาม สามารถชมวิวได้ทั้ง 4 ทิศ ดังคำกล่าวของ พระสัพพัญญู สุทรมโน (แสงจันทร์)พระภิกษุ ผู้แทนเจ้าอาวาส ว่า

“จุดเด่นเหนือจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยว คือ พระธาตุฯ มีความแตกต่างจากที่อื่น เพราะมีเจดีย์ 9 ชั้น มีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม แต่ละชั้นได้นำเอาประเพณีวัฒนธรรมอีสาน หอปรียัติ พิพิธภัณฑ์ ภาพวาด นิทานชาดก เข้ามาบรรจุไว้แต่ละชั้นให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา พระธาตุมีความใหญ่โต และสวยงามดั่งเด่นเป็นสง่า ริมบึงแก่นนคร มีพระบรมสารีริกธาตุบรรจุไว้ ภายใน ถือว่าเป็นจุดชมวิวที่สวยงาม สามารถมองเห็นเมืองขอนแก่นได้ไกล ภายในพระธาตุแต่ละ ชั้นสามารถเดินชมวิวได้ทั้ง 4 ทิศ ”

ดังคำกล่าวของสามเณร อายุ 16 ปี การศึกษา จบมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นผู้ช่วยคณะทำงาน ว่า

“จุดเด่นของพระธาตุคือ มีจุดชมวิว 9 ชั้น แต่ละชั้นมีศิลปวัฒนธรรมอีสานให้ศึกษา หา ความรู้ เป็นพระธาตุที่มีความสวยงาม สามารถชมวิวเมืองขอนแก่นได้ และยังมีพระบรม สารีริกธาตุให้กราบไหว้บูชา”

นอกจากจุดแข็งจะอยู่ที่พระเจดีย์ 9 ชั้น และมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงามแล้ว ยังมีจุดชม วิวที่มองเห็นเมืองขอนแก่นได้อย่างงดงามทั้งกลางวันและกลางคืน ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวคนหนึ่งที่ว่า

“พระเจดีย์ 9 ชั้น มีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม มีจุดชมวิวที่มองเห็นเมืองขอนแก่น ทั้งเวลากลางวันและกลางคืน เวลากลางวันก็สามารถมองเห็นเมืองขอนแก่นได้ทั้ง 4 มุมเมือง เวลากลางคืน ก่อนจะรุ่งอรุณมองจากขบวนรถไฟที่กำลังจะมุ่งหน้าเข้าสู่สถานีรถไฟเมืองขอนแก่น ก็ได้เห็นไฟประดับพระเจดีย์ระยิบระยับสวยงามมาก”

พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น นอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่ง สิ่งที่น่าสนใจที่สุดหรือจุดเด่นคือ พระเจดีย์ชั้นที่ 1 มีพระสงฆ์ประจำสามารถไปถวายสังฆทาน ได้มีพระภิกษุสวดให้พร เป็นการสะดวก

ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวหญิงวัย 32 ปี การศึกษาจบปริญญาโทคนหนึ่งว่า

“จุดเด่นของพระมหาเจดีย์ประการหนึ่ง และมีความประทับใจมากที่สุดคือ ชั้นที่ 1 มีพระสงฆ์ประจำ สามารถไปถวายสังฆทานได้ มีพระสงฆ์สวดให้พรเป็นการสะดวก ทำให้ง่ายต่อการไปทำบุญถวายสังฆทาน”

2. ความศรัทธาเลื่อมใสเจ้าอาวาส จัดว่าเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านนามธรรม เนื่องจากเจ้าอาวาส ปัจจุบัน เป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้ริเริ่มสร้างพระเจดีย์ 9 ชั้น ให้เป็นปูชนียสถานทางศาสนา จะได้อนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าแก่นุชนรุ่นต่อไป จึงชวนเพื่อน ๆ จากต่างจังหวัดในประเทศ และเพื่อนต่างประเทศไปชมสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว

ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยววัย 77 ปี ข้าราชการบำนาญ ซึ่งมีเพื่อนฝูงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศไปเที่ยวชมพระเจดีย์ 9 ชั้น ว่า

“เพราะเลื่อมใสศรัทธาหลวงพ่อเจ้าคุณ เจ้าอาวาสวัดหนองแวงพระอารามหลวง ซึ่งเป็นจุดเด่นด้านนามธรรมในด้านสร้างศรัทธา หลวงพ่อได้คิดริเริ่มสร้างพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม และศาสนาแก่นุชนรุ่นต่อ ๆ ไป”

3. บริเวณสถานที่ หรือบริเวณพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น วัดหนองแวงมีความร่มรื่น มีที่พักผ่อนหย่อนใจในตัว และมีการบรรเลงเพลงไทยของคนตรีไทยที่จัดไว้ และเป็นที่ยอกกำลังกาย ใน ขณะเดินชมเจดีย์ 9 ชั้น ก็จะเป็นจุดเด่น หรือจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง

ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวชายวัย 28 ปี โสศ จบปริญญาตรี คนหนึ่งว่า

“จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวอีกประการหนึ่งคือ บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความร่มรื่น มีที่พักผ่อนหย่อนใจในตัว”

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชายวัย 77 ปี คนหนึ่ง กล่าวว่า

“จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากบริเวณพระมหาเจดีย์จะมีบรรยากาศร่มรื่น มีที่พักผ่อนหย่อนใจแล้วบางครั้งก็มีผู้มาเล่นดนตรีไทยให้ฟัง ทั้งเป็นที่ออกกำลังกายในตัวโดยเฉพาะการเดินทางชมพระเจดีย์ทั้ง 9 ชั้น”

4. การคมนาคม พบว่า การเดินทางไปชมพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น มีการคมนาคมสะดวกปลอดภัย เนื่องจากพระมหาเจดีย์และวัดหนองแขงอยู่ติดถนนกลางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทั้งนี้ รถโดยสารผ่านตลอด จัดว่าเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ดังกล่าวของนักท่องเที่ยวหญิงวัย 32 ปี คนหนึ่งว่า

“จุดเด่นของสถานที่แห่งนี้คือ การคมนาคมสะดวกสบาย ปลอดภัย เพราะพระเจดีย์ 9 ชั้น ตั้งอยู่ตระหง่านอยู่ถนนกลางเมือง เมืองขอนแก่น มีรถโดยสารผ่านตลอด ไปมาง่าย”

ทั้งหมดนี้เป็นจุดเด่นหรือจุดแข็งของสถานที่ท่องเที่ยว

จุดด้อยหรือจุดอ่อนของสถานที่ท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

1. ขาดประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ ทั้งวิธีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และระดับลึก ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งขาดการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยววัย 23 ปี และวัย 38 ปี ว่า

“การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวยังขาดประสิทธิภาพทั้งวิธีการและเนื้อหา ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และขาดการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย”

2. ขาดมัคคุเทศก์ประจำ ที่คอยให้คำแนะนำ อธิบายข้อมูลต่าง ๆ ถึงแม้จะมีมัคคุเทศก์อาสาสมัครหรืออยู่ในชั้นเตรียมความพร้อมฝึกอบรมนักเรียนที่จะมาเป็นมัคคุเทศก์ก็ตาม ก็ไม่เพียงพอ และดำเนินการไม่ทั่วถึงและต่อเนื่อง ทำให้ไม่มีผู้แนะนำ ให้ความรู้ ให้ข้อปฏิบัติต่าง ๆ เล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การถอดรองเท้าก่อนเดินเข้าไปข้างในพระเจดีย์นอกจากนี้ชั้นวางรองเท้าไม่เพียงพอทำให้การวางรองเท้าไม่เป็นที่เรียบร้อย บางครั้งรองเท้าของนักท่องเที่ยวหาย ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวหญิงวัย 23 ปี, ชายวัย 28 ปี, ชายวัย 25 ปี, และหญิง 32 ปี กล่าวไว้ว่า

“จุดด้อยหรือจุดอ่อนของสถานที่ท่องเที่ยวคือ ขาดมัคคุเทศก์ประจำ ที่ให้คำแนะนำ อธิบายข้อมูลต่าง ๆ แม้จะมีมัคคุเทศก์อาสาสมัครก็ไม่เพียงพอที่จะอธิบายตามจุดต่าง ๆ เล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การถอดรองเท้าก่อนเข้าไปในพระมหาเจดีย์ นอกจากนี้ชั้นวางรองเท้าไม่เพียงพอ ทำให้การวางรองเท้าไม่เป็นที่เรียบร้อย บางครั้งรองเท้าของนักท่องเที่ยวหาย”

3. พระเจดีย์ 9 ชั้น ปิดเร็วเกินไป (ปิดเวลา 17.30) ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาจากสถานที่ไกลๆ มีเวลาเข้าชมไม่ครบทั้ง 9 ชั้น ซึ่งเป็นที่น่าเสียดาย ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวหญิง วัย 25 ปี เป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ พาอาจารย์ต่างประเทศมาเที่ยว ว่า

“เป็นที่น่าเสียดายที่พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น ปิดเวลา 17.30 น. จึงปิดเร็วเกินไปทำให้
นักท่องเที่ยวที่มาจากทางไกลขาดโอกาสจะได้เข้าชม”

4. จุดค้อยอีกประการหนึ่งพบว่า บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงา
สำหรับนั่งพักผ่อนไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งที่นั่งพักผ่อนก็มีน้อย ภายในพระธาตุเมื่อมีคนมา
มาก จะมานั่งพักผ่อนด้านนอกที่นั่งก็ไม่เพียงพอ ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวหญิง วัย 26 ปี มา
จากจังหวัดตราด กล่าวว่า

“จุดค้อยหรือจุดอ่อนของสถานที่ท่องเที่ยวคือ บริเวณสถานที่ ไม่มีต้นไม้ใหญ่ให้ร่ม
เงา สำหรับพักผ่อน ที่นั่งพักผ่อนก็มีน้อย ภายในพระธาตุเมื่อมีคนมามาก จะมานั่งพักผ่อนด้าน
นอก ที่นั่งก็ไม่เพียงพอ”

5. ที่จอดรถ เกี่ยวกับสถานที่จอดรถจัดว่าเป็นจุดค้อยประการหนึ่ง เพราะมีที่จอดรถ
น้อย ไม่เพียงพอ ทั้งถนนคับแคบ โดยเฉพาะถนนรอบพระธาตุแคบ ทำให้การจราจรติดขัด ดังคำกล่าว
ของนักท่องเที่ยวชาย วัย 21 ปี หญิง วัย 28 ปี ชายวัย 38 ปี และหญิงวัย 21 ปี กล่าวคล้าย ๆ กันว่า

“จุดค้อยของสถานที่ท่องเที่ยวอีกอย่างหนึ่งคือ สถานที่จอดรถมีน้อย ไม่
เพียงพอแก่ความต้องการ ถนนก็แคบ โดยเฉพาะถนนรอบพระธาตุ ทำให้การจราจรติดขัด

โอกาส (Opportunity)

1. เนื่องจากพระเจดีย์ 9 ชั้น และวัดหนองแขวงพระอารามหลวง อยู่ถนนกลางเมือง อำเภอ
เมือง จังหวัดขอนแก่น ทำให้ผู้สัญจรเดินทางผ่านไปมาอยากที่จะเข้ามาชม จึงเป็นโอกาสให้
นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวชมแล้วก็นำรายได้มาสู่วัด ชุมชน และเมืองขอนแก่นได้

2. สถาปัตยกรรมฝาผนังเป็นที่ดึงดูดใจให้สถาปนิกไปศึกษาเรียนรู้ ความสวยงาม
และความจิตพิศดาร ของพระมหาเจดีย์ ซึ่งเป็น โอกาสในการเพิ่มจุดเด่นในการท่องเที่ยวทำให้รู้จัก
วัดหนองแขวง และเมืองขอนแก่นดีกว่าเดิม

3. แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ นอกจากจะทำรายได้ให้วัดและชุมชนแล้ว และมาเที่ยวชมพระ
เจดีย์ที่สวยงามแล้ว ยังเป็นโอกาสได้มาไหว้พระอีกด้วย ดังคำกล่าวของครูสอนภาษาอังกฤษวัย 25
ปี คนหนึ่งที่มาจากกรุงเทพฯ ว่า

“นักท่องเที่ยวนอกจากจะมาเที่ยวชมความสวยงามของพระเจดีย์แล้ว ยังได้มี
โอกาสมาไหว้พระอีกด้วย”

อุปสรรค พบว่า คนจากกรุงเทพฯ และนักท่องเที่ยวที่มาจากทางไกล ยังไม่คุ้นเคยกับสถานที่
เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ทำให้ไม่รู้ข้อมูลที่เป็นจริง นอกจากนี้ยังพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวยัง
ขาดมัคคุเทศก์ที่จะให้คำแนะนำ ให้ความรู้ตามจุดต่าง ๆ อันเป็นอุปสรรคทำให้นักท่องเที่ยวขาด
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านเวลาเข้าชมพระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น ปิดเวลา

17.30 น. ทำให้เป็นอุปสรรค หรือขาดโอกาสที่จะเข้าชมความสวยงาม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจาก
ทางไกล

ของที่ระลึก หรือวัตถุมงคลที่วัดทำเป็นที่ระลึกหรือบูชา ยังไม่หลากหลาย และไม่เป็นสากล
ส่วนมากเป็นพระพุทธรูป เหรียญหลวงปู่ ได้แก่ โปสการ์ด เหรียญหลวงปู่ พระพุทธรูป ด้ายสายสิญจน์
และของที่ระลึกเป็นเครื่องจักสานขนาดเล็ก จำลองเครื่องจับปลาของชาวอีสาน จัดว่าเป็นอุปสรรคใน
การส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับสากลได้

สรุป ของพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง เป็นอาคารสถาปัตยกรรม 9 ชั้น
และมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม มีจุดชมวิวที่มองเห็นเมืองขอนแก่นได้อย่างงดงามทั้งกลางวัน
และกลางคืน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่ง บริเวณพระเจดีย์ชั้นที่ 1 มี
พระสงฆ์ประจำอยู่สามารถไปถวายสังฆทานและประกอบพิธีกรรมทางศาสนาเพื่อเป็นสิริมงคลแก่
นักท่องเที่ยว ประกอบกับเจ้าอาวาส ปัจจุบัน เป็นผู้ที่มิวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้ริเริ่มสร้างพระ
เจดีย์ 9 ชั้น ให้เป็นปูชนียสถานทางศาสนา จะได้อุบัติและถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าแก่
อนุชนรุ่นต่อไป พื้นที่โดยรอบมีความร่มรื่น มีที่พักผ่อนหย่อนใจในตัว และมีการบรรเลงเพลงไทยของ
ดนตรีไทยที่จัดไว้ และเป็นที่ยอดกำลังกาย มีการคมนาคมสะดวก ปลอดภัย

อย่างไรก็ตาม พระมหาธาตุแก่นนคร ฯ ยังขาดประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ ทั้งวิธีการ
ประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และระดับลึก ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ขาดการสร้างเครือข่าย
การท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ขาดมัคคุเทศก์ประจำ ที่คอยให้คำแนะนำ อธิบายข้อมูลต่าง ๆ ถึงแม้
จะมีมัคคุเทศก์อาสาสมัครแต่ก็ไม่เพียงพอ และดำเนินการไม่ทั่วถึง รวมไปถึงระยะเวลาการเข้าชมมี
ช่วงเวลาที่น้อยเกินไป (ปีเวลา 17.30) ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาจากสถานที่ไกล ๆ มีเวลาเข้าชมไม่
ครบทั้ง 9 ชั้น ซึ่งเป็นที่น่าเสียดาย

6. การบริหารจัดการของพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง

งานวิจัยนี้ได้เน้นการบริหารจัดการบุคลากร (Man) การบริหารการเงิน (Money)
การบริหารจัดการสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการบริหารจัดการทั่วไป (Management)
ประกอบด้วย

การบริหารงานบุคคล (Man)

สำหรับจำนวนบุคลากรหรือ สามเณรที่ไปทำงานบนพระธาตุมีจำนวนไม่
แน่นอน แล้วแต่ความสมัครใจว่าสามเณรรูปไหนสนใจ หรือมีจิตกุศลที่อยากจะทำงานก็จะ
ขึ้นมาช่วย แต่บางรูปพระอาจารย์เห็นว่ามีความเหมาะสม มีคุณสมบัติเพียงพอพระอาจารย์ก็จะให้ไป
ปฏิบัติหน้าที่ที่พระเจดีย์ หรือพระมหาธาตุ

นอกจากนี้ นักเรียนศิษย์เก่าของวัด (โรงเรียนการกุศลวัดหนองแขง) ที่สึกออกไปเป็นฆราวาส และได้กลับมาช่วยงานในพระมหาธาตุฯ มีทั้งหมด 4 คน โดยจะแบ่งวันทำงานเป็น

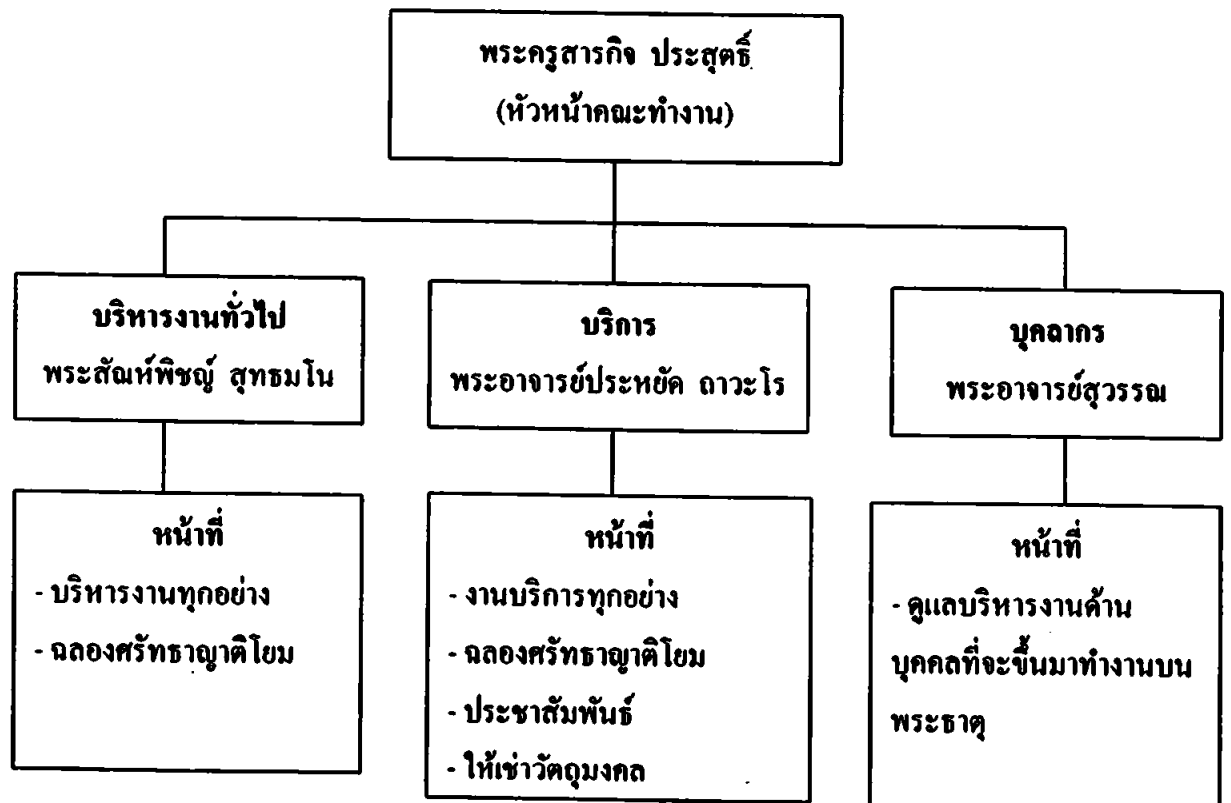
จันทร์ - ศุกร์ 2 คน (เรียนเสาร์ - อาทิตย์)

เสาร์ - อาทิตย์ 2 คน (เรียนจันทร์ - ศุกร์)

หน้าที่หลัก ได้แก่ ให้เช่าวัดอุ้มงคล ดูแลความสะอาด เปลี่ยนดอกไม้รูปเทียน ดัดคอสอบถาม (ประชาสัมพันธ) เปิด - ปิด ประตูหน้าต่าง (เข้า เย็น) ตรวจสอบความเรียบร้อย หากมีบุคคลต้องสงสัยเข้ามาภายในวัดก็เป็นเหตุเป็นตาให้พระอาจารย์ และช่วยเหลืองานตามที่พระอาจารย์ขอ

การบริหารจัดการบุคคล (Man) พบว่า ผู้ดูแลสถานที่ การบังคับบัญชาตามสายงาน คณะทำงานบนพระธาตุ จะไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนเหมือนในองค์กรอื่น ๆ แต่จะมีพระทั้งหมด 4 รูปหลัก ๆ ที่ทำงานประจำ แยกเป็นคณะทำงานบนพระธาตุ 3 รูปได้มาจากการเสนอชื่อของพระสงฆ์ในวัด และมีวาระการทำงานคราวละ 4 ปี พอหมดวาระก็จะมีการคัดเลือกใหม่ แต่หากคณะสงฆ์เห็นสมควรว่าคณะทำงานชุดเดิมมีความเหมาะสมที่จะทำงานต่อไปก็จะให้คณะเดิมทำงาน

โครงสร้าง



ภาพที่ 5 โครงสร้างการบริหารจัดการบุคคล

การทำงานบนพระธาตุ พระสงฆ์ทั้งสามรูปที่เป็นหัวหน้าฝ่าย จะสับเปลี่ยน หมุนเวียนกันขึ้นมานั่งละ 2 รูป ตามสะดวกจะไม่มีกำหนดเวลา แน่ชัดตายตัว เพราะพระสงฆ์ ทั้งสามรูปมีหน้าที่อื่น ๆ ภายในวัด ดังอย่าง พระอาจารย์สัมฤทธิ์พิชญ์ สุทธิมน โน นอกจากจะทำหน้าที่ บริหารงานทุกอย่าง ฉลองศรัทธาญาติโยมที่พระธาตุ และยังสอน โรงเรียนพระปริยัติธรรมอีกด้วย โดยการบริหารเวลาปฏิบัติหน้าที่ทั้ง 2 แห่ง นอกจากคณะสงฆ์ทั้ง 4 รูป แล้ว ยังมีสามเณรที่เรียน ณ โรงเรียนวัด (โรงเรียนการกุศลวัดหนองแขวง) มาช่วยงานบนพระธาตุนอกจากนี้ ได้มี ศิษย์เก่า ของวัดที่ได้ไปศึกษาต่อที่อื่นแล้ว มาช่วยงานบนพระธาตุฯ อีกด้วย ดังคำกล่าวของผู้บริหารงานรูป หนึ่งว่า

“การบริหารคนนั้น ต้องบริหารคนด้วย ซึ่งบุคคลเดียวสามารถจะทำงานได้ 2 แห่ง ทั้งงานสอนและงานที่พระมหาเจดีย์หรือพระธาตุ นอกจากคณะสงฆ์ 4 รูปแล้ว ยังมีสามเณร เรียนที่โรงเรียนการกุศลวัดหนองแขวง และมีศิษย์เก่าของวัดที่ไปเรียนต่อที่อื่น แล้วมาช่วยงานที่พระธาตุ ด้วย”

การบริหารการเงิน (Money)

ได้นั้นรายรับ รายจ่ายที่ได้จากการท่องเที่ยว และการเก็บเงิน พบว่า

รายได้จากนักท่องเที่ยวในแต่ละวันมีจำนวนไม่เท่ากัน ประมาณ 2,000-5,000 บาท / วัน

รายได้ของพระมหาธาตุฯ ได้มาจาก เงินทำบุญ การเช่า บูชาวัตถุมงคล ซึ่งทาง คณะทำงานจะเก็บรวบรวมไว้แต่ละวัน และจะมีพระสงฆ์ในวัดที่ไม่ใช่คณะทำงานมารับเงินทุกเย็น และ จะมีโยมมารับไปฝากธนาคาร กรุงเทพ/กรุงไทย ให้ทุกสัปดาห์

การที่ทางวัดไม่ให้คณะทำงานเป็นผู้เก็บเงินหรือจัดการเงิน เพื่อจะได้ป้องกันการ ครหา เพื่อให้เกิดความโปร่งใส การให้คนข้างนอกเข้ามาดูแล ไม่ใช่แค่คนกลุ่มเดียวดูแลเพียงอย่างเดียว

การบริหารจัดการสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ (Material)

ในการบริหารจัดการสถานที่นั้น การทำความสะอาดพระมหาธาตุทั้ง 9 ชั้น ทางวัดได้จ้างแม่บ้านมาทำความสะอาดวันละ 3 คน ซึ่งจะคอยทำความสะอาดภายในพระมหาธาตุทั้ง 9 ชั้น ปัดกวาด เช็ดถู ทำความสะอาดตู้เก็บของ ตลอดทั้งวัน โดยจ้างเป็นรายวัน วันละ 170 บาท ดังคำกล่าวของผู้บริหารรูปหนึ่งว่า

“การจัดการสถานที่นั้น วัดจะจ้างแม่บ้านมาทำความสะอาดวันละ 3 คน คนละ 170 บาท ต่อวัน โดยทำความสะอาดทั้งพระธาตุ 9 ชั้น ทั้งปัดกวาด เช็ด ถู ทำความสะอาดตู้เก็บของ”

การบริหารจัดการทั่วไป (Management)

การบริหารจัดการทั่วไป เป็นรูปแบบคณะกรรมการ และจะแบ่งหน้าที่กันตามตำแหน่ง ไม่มีโครงสร้างสาขางาน หรือมอบหมายงานที่ชัดเจนตายตัว แต่จะเน้นการช่วยเหลือกันตามความเหมาะสมทุกหน้าที่ มัคคุเทศก์ก็จะให้การช่วยเหลือแนะนำนักท่องเที่ยวอย่างไม่แน่นอน เป็นเพียงชั้นเตรียมการ ของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นพระพุทธรูป เหรียญหลวงปู่ มีดอกไม้รูปเทียน การบริหารงานประชาสัมพันธ์ได้มีเว็บไซต์ และประชาสัมพันธ์ผ่านเทศบาลนครขอนแก่น ดังคำกล่าวของผู้แทนเจ้าอาวาสรูปหนึ่งว่า

“การจัดการขึ้นอยู่กับคณะทำงานที่จะเห็นสมควร จึงทางคณะทำงานแบ่งหน้าที่กัน แต่ไม่มีโครงสร้างสาขางาน หรือมอบหมายงานที่ชัดเจน จะเน้นการช่วยเหลือกันทุกอย่างทุกหน้าที่ตามความเหมาะสม เกี่ยวกับมัคคุเทศก์ ปัจจุบันไม่มีมัคคุเทศก์เนื่องจากมัคคุเทศก์อยู่ในช่วงของการดำเนินการเตรียมความพร้อมฝึกอบรมให้ความรู้แก่นักเรียนที่จะมาเป็นมัคคุเทศก์ วัสดุอุปกรณ์ ของที่ระลึกหรือวัตถุมงคลที่ทางวัดทำมาให้อุบาต กุบาธิกา นำไปเป็นที่ระลึกหรือบูชา ได้แก่ โปสการ์ด เหรียญรูปหลวงปู่ พระพุทธรูป ด้ายสายสิญจน์ ของที่ระลึกเป็นเครื่องจักสานขนาดเล็ก จำลองเครื่องจับปลาของชาวอีสานดอกไม้/รูป/เทียน ทางวัดจะมีการเตรียม ดอกไม้/รูป/เทียน ไว้ให้อุบาธิโยมนานูชนและนำไปไหว้ ซึ่งดอกไม้จะเปลี่ยนทุกวัน ส่วนรูปกับเทียนจะใช้นานกว่าจะใช้ไม่ได้จึงจะนำมาเปลี่ยนใหม่ การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์หลักๆ ของทางวัดคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านเทศบาลนครขอนแก่นทั้งฝ่ายบุคลากรและเว็บไซต์ของเทศบาล (<http://www.kkmuni.go.th>) และ เว็บไซต์กระจายเสียงของวัดหนองแวง (<http://www.wadnongwangradio.com>)”

7. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง แนวทางการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจัดลำดับความถี่มากไปอย่างน้อย ได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ พบว่า ปัจจุบันแม้ว่าทางวัดได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเทศบาลนครขอนแก่นทั้งฝ่ายบุคลากร และเว็บไซต์ของเทศบาล และวิทยุกระจายเสียงของวัด แต่ยังไม่เพียงพอ วัดควรปรับปรุงส่งเสริมงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นต้นว่า โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อพื้นบ้าน Internet นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ และสื่อบุคคล ควรประชาสัมพันธ์ให้ครบ 4 มุมเมือง มีป้ายบอกทางมายังพระธาตุตลอดเส้นทาง ดังคำกล่าวของผู้บริหารรูปหนึ่ง ผู้ช่วยคณะทำงานที่เป็นสามเณร นักท่องเที่ยวชายวัย 21 ปี นักท่องเที่ยวชาย อายุ 38 ปี และนักท่องเที่ยวหญิง อายุ 78 ปี ว่า

**“การประชาสัมพันธ์ควรปรับปรุง และใช้สื่อทุกประเภท อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อ
 พื้นบ้าน Internet นิตยสาร แผ่นพับ คมกัณฑ์สื่อบุคคล”**

ควรประชาสัมพันธ์ให้ครบทั้ง 4 มุมเมือง มีป้ายบอกทางมายังพระธาตุตลอดเส้นทาง

2. การสร้างเครือข่าย และการประสานความร่วมมือกับองค์กรหน่วยงานอื่น ๆ เป็น
 คั้นว่าควรสร้างเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และบริษัทรถทัวร์ โดยเฉพาะประสานงานกับ
 ททท. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สถานีรถไฟ และสนามบิน เพื่อนำแผ่นพับและแผ่นโฆษณา
 ต่าง ๆ ไปแจกจ่ายประชาสัมพันธ์ ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวหญิงวัย 78 ปี ว่า

**“ควรสร้างเครือข่ายกับองค์กรหน่วยงานอื่น ๆ เช่นบริษัทรถทัวร์ รถไฟ สนามบิน
 ททท. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อนำเอกสารแผ่น... แผ่นพับไปประชาสัมพันธ์ด้วย”**

3. ควรปรับปรุงทัศนียภาพรอบ ๆ พระมหาเจดีย์ตลอดทั้งปลูกต้นไม้ไทยในวรรณคดี
 ไทย ควรมีแผนผังบอกจุดสำคัญ ๆ ของวัด หรือสถานที่ท่องเที่ยว และควรจัดที่นั่งม้าหินอ่อนไว้ข้าง
 นอก เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้นั่งพักผ่อน ชมทัศนียภาพได้ ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวชายวัย 77
 ปี นักท่องเที่ยวหญิง วัย 25 ปี และนักท่องเที่ยวหญิงวัย 32 ปี ว่า

**“วัดควรปรับปรุงทัศนียภาพรอบ ๆ พระมหาเจดีย์ ปลูกต้นไม้ไทย มีแผนผังบอก
 ทิศทาง และจุดสำคัญ ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว ควรจัดที่นั่งม้าหินอ่อนไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ได้นั่ง
 พักผ่อนอีกด้วย”**

4. ควรจัดกิจกรรมในวันสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเฉลิมพระชนม
 พรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว “วันพ่อแห่งชาติ” และวันเฉลิมพระชนมพรรษาของ
 สมเด็จพระบรมราชินีนาถ “วันแม่แห่งชาติ” วันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันมาฆบูชา และอื่น ๆ เพื่อ
 ดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือผู้แสวงบุญมาทำบุญที่วัด ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยวชาย อายุ 23 ปี
 และนักท่องเที่ยวหญิง อายุ 24 ปี ว่า

**“วัดควรจัดกิจกรรมในวันสำคัญเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือผู้แสวงบุญมาทำบุญที่
 วัด เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันพ่อแห่งชาติ วันแม่แห่งชาติ วันเข้าพรรษา วันมาฆบูชา และวัน
 วิสาขบูชา”**

5. ของที่ระลึกควรหลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถจะซื้อเป็นของที่ระลึกได้
 จริงๆ ปัจจุบันของที่ระลึก หรือวัตถุมงคลที่วัดจัดทำมาให้แก่ อุบาสก อุบาสิกา ไฉน และเป็นที่
 ระลึกได้แก่ พระพุทธรูป เหรียญหลวงปู่ ฉ้ายสายสิญจน์ ไปสการ์ด และอื่น ๆ ซึ่งยังไม่เพียงพอ
 และไม่เป็นสากลนิยม จึงควรผลิตของที่ระลึกให้มีความหลากหลายกว่าเดิม และสามารถระลึกถึง
 สถานที่ท่องเที่ยวได้ เช่น พระมหาเจดีย์ ดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยว หญิง ชาย ที่มาจากกรุงเทพฯ ว่า

“ของที่ระลึกควรให้มากกว่านี้ สามารถจะแทนที่ท่องเที่ยวได้ เช่น ภาพพระเจดีย์ 9 ชั้น เนื่องจากเดิมของที่ระลึกจะเน้นพระพุทธรูป เหรียญหลวงปู่ ซึ่งยังไม่เพียงพอ”

8. ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม กลุ่มแรกได้สนทนากลุ่มเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2554 กลุ่มที่ 2 ได้สนทนากลุ่มเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2554 ดังผลการสนทนากลุ่มดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 (13.00 - 14.30) ได้สนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีจำนวน 5 คน ในจำนวนนี้เป็นชาย 3 คน หญิง 2 คน ผู้ร่วมสนทนากลุ่มได้แก่ นางสาวสุนทรี นุกุล (นามสมมติ) อายุ 18 ปี อาชีพนักศึกษา นางสาวธิดา กดำจริง (นามสมมติ) อายุ 18 ปี อาชีพนักศึกษา นายศักดิ์ วัฒนาอายุ 17 ปี อาชีพนักศึกษา นายนนท์ กระจุก (นามสมมติ) อายุ 18 ปี อาชีพนักศึกษา

เมื่อสมาชิกกลุ่มซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง ได้เข้ากลุ่มกันแล้ว พิธีกร (ผู้วิจัย) ได้แนะนำวัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างก็ให้ความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็นเป็นอย่างดี และได้พูดถึงทุกคน

ผลการสนทนากลุ่ม สรุปได้ว่า ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว คือ พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง มีความสวยงาม ตั้งอยู่ริมบึงแก่นนคร มีจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นเมืองขอนแก่นได้ และพระธาตุยังมีถึง 9 ชั้น โดยแต่ละชั้นยังได้นำเอาสิ่งของที่เป็นวัตถุที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิตของชาวอีสาน บานประคูน้าต่างเขียนลวดลายเบญจรงค์และภาพแกะสลักนิทานเรื่องสังศิลป์ชัย ตามผนังด้านบนมีภาพเขียนเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชะล่าหรือข้อห้ามต่าง ๆ ของชาวอีสาน บานประคูน้าต่างแกะสลักนิทานชาดกเรื่องเวสสันดร คัมภีร์สำคัญทางพระพุทธศาสนามีพระไตรปิฎก ฯลฯ บานประคูน้าแกะสลักรูปพรหม 16 ชั้น ฯลฯ ซึ่งมีความแตกต่างจากที่อื่น แต่ยังมีจุดด้อยคือ ทางเข้า และถนนโดยรอบพระธาตุมีความคับแคบ ไม่เป็นที่สังเกตโดดเด่น สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่จัดไว้ให้สักการะมีน้อย และมีการจัดวางสิ่งของไม่ค่อยเป็นระเบียบ

ในส่วนของการบริหารจัดการ ควรจะมีมัคคุเทศก์คอยแนะนำ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการแนะนำจุดรับเครื่องสักการะ (ดอกไม้ รูป เทียน) ควรจะมีคนเฝ้าเพื่อจะแนะนำนักท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนในการปฏิบัติอย่างไรในการสักการะพระธาตุ และแนะนำผู้สักการะว่าควรเริ่มต้นสักการะที่ใดเป็นจุดแรก

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว สรุปได้ว่าควรมีการประชาสัมพันธ์รอบด้าน โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์สื่อบุคคลปากต่อปากด้วยการชวนพ่อแม่ ญาติพี่น้องมาเที่ยว มาสักการะยังพระธาตุฯ ควรมีการบูรณะซ่อมแซมกำแพงวัดให้มีความสวยงามโดดเด่น รวมถึงการปรับภูมิทัศน์โดยรอบให้มีความสวยงามร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ

กลุ่มที่ 2 เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2554 (13.00 - 14.30) ได้สนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชมพระมหาธาตุแก่นนคร (วัดหนองแวง) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีจำนวน 5 คน ในจำนวนนี้เป็นชาย 3 คน หญิง 2 คน โดยมีรายละเอียดของผู้ร่วมสนทนากลุ่มดังนี้ นางธิดา เอกราช (นามสมมติ) อายุ 52 อาชีพรับราชการครู นายบุญ ธรรมเดช (นามสมมติ) อายุ 52 อาชีพรับราชการครู นายกร เดชา (นามสมมติ) อายุ 19 อาชีพนักศึกษา นางสาวธนพร ประภา (นามสมมติ) อายุ 17 ปี อาชีพนักศึกษา และนางสาวนภาพร ชมพู (นามสมมติ) อายุ 18 ปี อาชีพนักศึกษา

ผลการสนทนากลุ่ม สรุปได้ว่า ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว คือ พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง เป็นสถานที่ที่มีความสวยงามมีจุดชมวิวกว้างที่สามารถมองเห็นเมืองขอนแก่นได้แต่ไกล ในแต่ละชั้นของพระธาตุก็มีการประดับตกแต่งอย่างวิจิตรการ มีการนำเอาวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ที่สื่อถึงความเป็นอีสานเข้ามาบรรจุไว้ในพระธาตุด้วย และสิ่งสำคัญคือภายในพระธาตุยังได้บรรจุพระสารีริกธาตุให้คนได้ไปกราบไหว้บูชา แต่ยังมีจุดด้อยคือ ภายในบริเวณโดยรอบมีความคับแคบ หากมีทัวร์นำนักท่องเที่ยวมาก จะทำให้การจราจรติดขัดมาก ที่นั่งพักผ่อนยังมีน้อย ไม่ค่อยมีต้นไม้ใหญ่ให้ความร่มรื่น และควรจะมีการจัดสวน ปลูกดอกไม้ ต้นไม้เพื่อเพิ่มความร่มรื่น และความสวยงาม

ในส่วนของการบริหารจัดการควรมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบระเบียบมากกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจัดเก็บรองเท้าเพราะยังคงไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการจัดของที่ระลึกควรจะมีหลากหลายมากกว่านี้ การประชาสัมพันธ์ยังขาดประสิทธิภาพ ไม่มีเจ้าหน้าที่แนะนำในการปฏิบัติเมื่อมาท่องเที่ยว

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายทั้งทาง Internet เอกสาร วารสาร ของทางจังหวัด ป้ายประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่าง ๆ และการจัดงานเทศกาลที่สำคัญ ๆ โดยการจัดให้มีความยิ่งใหญ่เป็นงานประจำปีของทางวัดฯ ให้ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งทางจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และประชาชนทั่วไป รวมถึงการประชาสัมพันธ์ไปยังต่างจังหวัดด้วย

อย่างไรก็ดี จากการสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ได้มีความสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) นักท่องเที่ยวและผู้บริหารสถานที่ โดยเฉพาะด้านศักยภาพ หรือ

จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว หรือพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง หรือที่ท่องเที่ยวเรียกกันติดปากว่า “พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น” และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ถือได้ว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง คู่จังหวัดขอนแก่น มีผู้คนเลื่อมใสศรัทธา มีผู้คนมากราบไหว้บูชาเป็นจำนวนมาก สถาปัตยกรรมมีความวิจิตรงดงาม มีการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบอย่างสวยงาม มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เป็นจุดเด่น และดึงดูดใจให้ผู้คนมากราบไหว้บูชา และมาเที่ยวชมมากขึ้น แต่ด้วยข้อจำกัดของที่ตั้งล้อมรอบไปด้วยถนน ไม่สามารถจะขยายพื้นที่ออกไปได้ ถ้าหากมีประชาชนจำนวนมากมาเยี่ยมชมสถานที่ จะมีปัญหาเรื่องการทำให้การจราจรติดขัดและสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ม้านั่งสำหรับนั่งพักผ่อนยังไม่เพียงพอเช่นกัน ประกอบกับขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึกและเชิงกว้าง ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายเท่าที่ควร

ปัจจุบันพบว่าศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ประสบกับปัญหาเกี่ยวกับสิทธิการดูแลสถานที่ กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2543 กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย ได้ให้เทศบาลนครขอนแก่น นำส่งเงินรายได้ไปยังกรมการปกครองทั้งหมด ตามกฎเสนาบดีว่าด้วยกุศลสถาน ชนิดศาลเจ้า พ.ศ. 2463 ต่อมาคณะกรรมการควบคุมตรวจสอบองค์การศาลเจ้า ได้มีมติยื่นชั้น เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2551 ว่าศาลหลักเมืองขอนแก่น ต้องส่งเงินบริจาคให้กรมการปกครอง ซึ่งตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการเงินของศาลเจ้า พ.ศ. 2520 ต้องส่งเงินให้กรมการปกครองทุกเดือน เก็บไว้ที่จังหวัดขอนแก่นได้ไม่เกิน 5,000 บาท ปกติศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น มีรายได้จากการบริจาคประมาณ 5 แสนบาท/ปี เงินจำนวนนี้ ต้องสำรองไว้สำหรับรายจ่ายค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าการจัดการด้านความสะอาด ค่าตกแต่งสถานที่ เฉพาะค่าไฟฟ้าเดือนละประมาณ 6,000 บาท หากโอนให้ส่วนกลางแล้วก็จะลำบากในการเบิกค่าใช้จ่ายแต่ละเดือน อำนาจผู้ว่าราชการจังหวัดเบิกได้เพียงครั้งละไม่เกิน 1,000 บาท

พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง เป็นอาคารสถาปัตยกรรม 9 ชั้น และมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม มีจุดชมวิวที่มองเห็นเมืองขอนแก่นได้อย่างงดงามทั้งกลางวันและกลางคืน มีพระสงฆ์ประจำเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและถวายสังฆทานเพื่อเป็นสิริมงคล ประกอบกับเจ้าอาวาส ปัจจุบัน เป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้ริเริ่มสร้างพระเจดีย์ 9 ชั้น ให้เป็นปูชนียสถานทางศาสนา พื้นที่โดยรอบมีความร่มรื่น มีที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจในตัว และมีการบรรเลงเพลงไทยของคนตรีไทยที่จัดไว้ และเป็นที่ออกกำลังกาย มีการคมนาคมสะดวก ปลอดภัย แต่ยังคงขาดประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ ทั้งวิธีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และระดับลึก ทำให้ไม่

เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ขาดการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ขาดมัคคุเทศก์ประจำ ที่คอยให้คำแนะนำ อธิบายข้อมูลต่าง ๆ ถึงแม้จะมีมัคคุเทศก์อาสาสมัครแต่ก็ไม่เพียงพอ และดำเนินการไม่ทั่วถึง รวมไปถึงระยะเวลาการเข้าชมมีช่วงเวลาที่น้อยเกินไป (ปีละเวลา 17.30)

สรุป จะพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสอง มีจุดเด่นที่คล้ายคลึงกันในส่วนของการสถาปัตยกรรมที่มีความสวยงาม และเป็นศูนย์รวมความเลื่อมใสศรัทธาของประชาชน โดยตัวของสถานที่ท่องเที่ยวถือได้ว่ามีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักผ่อนและสักการะกราบไหว้ได้ด้วยตัวเอง แต่จะพบว่าปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีความคล้ายคลึงกัน คือ

- 1) ข้อจำกัดของพื้นที่และการจัดการสถานที่ ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กรณีที่จอดรถไม่เพียงพอ การจราจรติดขัด
- 2) ขาดการประชาสัมพันธ์
- 3) ขาดมัคคุเทศก์ซึ่งถือเป็นบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะด้านในการพัฒนาและส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยว

การบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองมีการบริหารจัดการ โดยเทศบาลนครขอนแก่นจะควบคุมดูแลตรวจสอบการปฏิบัติงานของนายสมพงษ์ พูลพุทธา ซึ่งได้เช่าสถานที่และเป็นผู้ดูแลศาลเจ้าพ่อหลักเมืองในการดูแลความสะอาดสถานที่และการจัดเก็บค่าบริการต่าง ๆ การบริหารการเงิน เทศบาลได้เก็บค่าเช่าจาก นายสมพงษ์ พูลพุทธา เดือนละประมาณ 20,000 บาทเศษ ซึ่งจะมีรายได้จากผู้มาท่องเที่ยว เช่น ซื้อดอกไม้ธูปเทียนเพื่อสักการะ ประมาณวันละ 1,000 - 2,00 บาท ค่าฉายภาพยนตร์ วันละ 500 - 1,000 บาท ขึ้นอยู่กับความยาวของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ

พระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง มีการบริหารจัดการบุคคล (Man) โดยแต่งตั้งผู้ดูแลสถานที่ การบังคับบัญชาตามสายงานจะมีพระทั้งหมด 4 รูป เป็นผู้บริหารจัดการ ซึ่งมาจากการเสนอชื่อของพระสงฆ์ในวัด มีวาระการทำงานคราวละ 4 ปี พอหมดวาระก็จะมีการคัดเลือกใหม่ แต่หากคณะสงฆ์เห็นสมควรว่าคณะทำงานชุดเดิมมีความเหมาะสมที่จะทำงานต่อไปก็จะให้คณะเดิมทำงาน พระสงฆ์ทั้งสี่รูป จะมี หนึ่งรูปเป็นหัวหน้าคณะทำงาน สามรูปเป็นหัวหน้าฝ่าย ซึ่งรูปแบบคณะกรรมการ จะแบ่งหน้าที่กันตามตำแหน่ง ไม่มีโครงสร้างสายงาน หรือมอบหมายงานที่ชัดเจนตายตัว แต่จะเน้นการช่วยเหลือกันตามความเหมาะสมทุกหน้าที่ การบริหารจัดการรายได้ของพระมหาธาตุฯ รายรับมาจาก เงินทำบุญ การเช่า บูชาวัตถุมงคล ซึ่งทางคณะทำงานจะเก็บรวบรวมไว้แต่ละวัน และจะมีพระสงฆ์ในวัดที่ไม่ใช่คณะทำงานมารับเงินทุกเย็น และจะมีโยมมารับไปฝากธนาคารกรุงเทพฯ/กรุงไทย ให้ทุกสัปดาห์ การที่ทางวัดไม่ให้คณะทำงานเป็นผู้เก็บเงินหรือจัดการเงิน เพื่อจะได้ป้องกันการครหา เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการบริหารจัดการ การทำความสะอาดได้จ้างแม่บ้านวันละ 3 คน ซึ่งจะคอยทำความสะอาดภายในพระมหาธาตุทั้ง 9 ชั้น ตลอดทั้งวัน

สรุป การบริหารจัดการของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสองแห่งมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งศาลเจ้าพ่อหลักเมืองรูปแบบการบริหารจัดการจะเป็นการมอบอำนาจการบริหารให้กับบุคคลภายนอกเข้ามารับสัมปทานไปดูแล การบริหารจัดการขนาดความชัดเจน อำนาจการบริหารและพัฒนาสถานที่ขาดเอกภาพในการบริหารจัดการ เมื่อเปรียบเทียบกับพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง จะพบว่าทางวัดมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน มีการเลือกตั้งคณะกรรมการที่มีอำนาจในการบริหารจัดการ มีเอกภาพและอำนาจในการตัดสินใจ มีความโปร่งใสในการบริหารและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าการบริหารจัดการของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองอย่างชัดเจน

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองและพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง มีแนวทางการพัฒนาและส่งเสริม สรุปได้ดังนี้

1. ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึก และเชิงกว้างกว่านี้ ทั้งทาง Internet วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ แผ่นพับ
2. ควรมีมัคคุเทศก์แนะนำสถานที่ถึงประวัติความเป็นมา และพาชมสถานที่ ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น ประทับใจ จะได้สื่อบุคคล ซึ่งเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
3. ควรจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และดึงดูดให้ประชาชนมาเที่ยวชม สักการะ กราบไหว้
4. ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เพียงพอเพื่อจะได้สะดวกในการท่องเที่ยว
5. ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองควรมีการจัดการและปรับโครงสร้าง รูปแบบการบริหารให้มีความชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติหน้าที่และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย โดดเด่นเป็นที่สนใจ
7. กรณีมีข้าราชการจากต่างจังหวัด หรือจากกรุงเทพฯ มาประชุมที่จังหวัดขอนแก่น ผู้จัดการประชุม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรเชิญชวนให้มาท่องเที่ยว เพื่อให้ท่านเหล่านั้นได้ทราบข้อมูลและความสำคัญของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองและพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง ถือเป็น การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพของสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพของสถานที่ท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

1.1 ข้อมูลพื้นฐานและสภาพของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 20 คน เป็นชาย 8 คน หญิง 12 คน อายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี มีมากที่สุด 10 คน อายุ 46-55 ปี และอายุ 76 ปี ขึ้นไป 5 คนเท่ากัน สถานภาพสมรสมากที่สุด โสด 14 คน รองลงมาแต่งงานแล้ว 4 คน หม้าย 2 คน ระดับการศึกษา จบปริญญาตรีมากที่สุด 10 คน รองลงมาจบ ปริญญาโท 4 คน มัธยมศึกษาปีที่ 6 ปวส. และมัธยมศึกษาตอนต้น 2 คนเท่ากัน อาชีพรับจ้างมากที่สุด 10 คน รับราชการและข้าราชการบำนาญ กลุ่มละ 5 คนเท่ากัน

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเรียงลำดับจากความถี่มาก ไปยังความถี่น้อย ได้ดังนี้

1. มาสักการะกราบไหว้และขอพรจากเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และชมความงามของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองมาเป็นประจำ ประมาณ 10 - 20 ครั้ง
2. มาเพื่อแก้บน เช่น แก้บนเพื่อให้สอบได้ แก้บนให้มีความสำเร็จในการทำงาน ให้หายจากการเจ็บป่วย
3. มาเป็นเพื่อน เพราะเพื่อนมาแก้บน และมาท่องเที่ยวชมศาลเจ้าพ่อหลักเมืองด้วย

4. พักผ่อนหย่อนใจในบริเวณศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

5. มาที่ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเพื่อดูหนังกลางแปลง เนื่องจากมีผู้มาฉายภาพยนตร์

แก่น

ผู้แนะนำให้รู้จัก และมาเที่ยวชมศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

ส่วนใหญ่เดินทางมาราบไหว้สักการะ และมาเยี่ยมชมศาลเจ้าพ่อหลักเมืองด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นชาวขอนแก่น นอกจากนี้เพื่อน ๆ และญาติพี่น้องแนะนำ สำหรับนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด เพื่อน ๆ เป็นผู้แนะนำ และเพื่อน ๆ พามากราบไหว้เยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรมของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

ประวัติความเป็นมาของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง ได้รับการสถาปนาขึ้นในปี พ.ศ. 2498 ซึ่งเป็นศูนย์รวมของความเชื่อ ความศรัทธา ของสังคมเมืองขอนแก่น แรกเริ่ม ชาวเมืองขอนแก่น ประกอบด้วย พ่อค้า กหบดี ข้าราชการ ในท้องถิ่น ชาวเมืองขอนแก่นทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทั้งชาวไทยอีสาน ชาวไทยจีน ชาวไทยเวียดนาม และชาวไทยอินเดีย ได้ร่วมแรงร่วมใจกันบริจาคเงินเพื่อสมทบก่อสร้าง และจัดงานเฉลิมฉลองการสถาปนาศาลหลักเมืองอย่างยิ่งใหญ่ ซึ่งประชาชนหรือหน่วยงานจากส่วนกลางได้มีส่วนสนับสนุนบริจาคทุนทรัพย์ในการก่อสร้าง และการเฉลิมฉลองในครั้งแรกแต่อย่างใด (สังเกตุ จตุทะศรี, 2498) ดังนั้นศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจึงเป็นสาธารณสมบัติของท้องถิ่น และเป็นสิทธิชุมชนของชาวเมืองขอนแก่นอย่างแท้จริงในการบริหารจัดการศาลเจ้าพ่อหลักเมืองแห่งนี้

ต่อมาได้มีการปรับปรุงศาลเจ้าพ่อหลักเมือง โดยมีการจัดประชุมครั้งแรกเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2544 มีการเสนอแนวคิด รูปแบบจนถึงกระบวนการตัดสินใจ โดยผ่านเวทีสภาเมืองขอนแก่น จำนวน 8 ครั้ง ใช้เวลา 4 ปี มีประชาชนจำนวน 2,401 คน มาร่วมประชุมการปรับปรุงและการก่อสร้างใช้เวลาเพียง 1 ปี ใช้งบประมาณจากเทศบาลนครขอนแก่น 10 ล้านบาท ส่วนที่เหลือเป็นเงินบริจาคจากประชาชนชาวขอนแก่น จำนวน 38,160,288.72 บาท การบริจาคแผ่นทองคำเพื่อสร้างยอดฉัตรทองคำ 8,000,000 บาท อย่างไรก็ตาม การร่วมสมทบทุนเพื่อปรับปรุงศาลหลักเมืองขอนแก่น ผู้บริจาคมากที่สุดคือ คร.ประภา ภักดิ์โพธิ์ และครอบครัว จำนวน 12,000,000 บาท (รายละเอียดคุณภาพนวนก) (หนังสือที่ระลึกงานฉลองสมโภชศาลหลักเมืองขอนแก่น เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ 80 พรรษา 3 ธันวาคม 2550)

ศักยภาพของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

จุดเด่นหรือจุดแข็งของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง สรุปได้ว่าศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง คู่จังหวัดขอนแก่น มีผู้คนเลื่อมใสศรัทธามากมาย และมาสักการะกราบ

ไหว้และเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมไทยที่มีความวิจิตรสวยงาม มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ โดยรอบสวยงาม จึงเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดใจให้ผู้คนมากราบไหว้และเที่ยวชมมากยิ่งขึ้น

จุดอ่อนหรือจุดด้อย สรุปได้ว่า ที่ตั้งศาลเจ้าพ่อหลักเมืองล้อมรอบด้วยถนน ไม่สามารถขยายพื้นที่ออกไปได้ หากประชาชนมาสักการะและเยี่ยมชมสถานที่จำนวนมากก็จะทำให้ การจราจรติดขัด ม้านั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ ทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึกและเชิงกว้าง ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย

โอกาส พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมและมาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง จะมีความสุข ความสบายใจ คลายความวิตกกังวล มีความอบอุ่นใจ และมีความมั่นใจยิ่งขึ้น และสามารถ นำรายได้มาสู่องค์กรและชุมชน ทั้งได้เผยแพร่วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมที่วิจิตรตรงตามได้อีกด้วย

อุปสรรค พบว่า ได้ประสบปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอแก่ความต้องการของ นักท่องเที่ยว และผู้มาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ทั้งมีปัญหากับเกี่ยวกับ สิทธิการดูแลศาลเจ้าพ่อหลัก เมือง

1.2 ข้อมูลพื้นฐานและลักษณะของพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 24 คน เป็นชาย 9 คน ในจำนวนนี้เป็นพระภิกษุ 2 รูป สามเณร 3 รูป และเป็นหญิง 10 คน อายุอยู่ในช่วง 16-25 ปี มากที่สุด 13 รูป/คน รองลงมา อายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี 6 คน อายุอยู่ในช่วง 46-55 ปี และ 76 ปีขึ้นไป ช่วงละ 2 คนเท่านั้น ส่วนอายุอยู่ในช่วง 36-45 ปี น้อยที่สุด มีเพียง 1 คนเท่านั้น สถานภาพสมรสพบว่า เป็นโสดมากที่สุด 18 รูป/คน รองลงมา แต่งงาน 5 คน และหม้ายน้อยที่สุด 1 คน ระดับการศึกษามากที่สุด พบว่า จบปริญญาตรี 15 รูป/คน รองลงมาจบปริญญาโท และมีชั้นปีที่ 6 กลุ่มละ 3 คนเท่านั้น จบ ปวส. มีชั้นปีที่ 4 และประถมปีที่ 4 กลุ่มละ 1 คนเท่านั้น อาชีพพบว่า มีอาชีพบรรพชิตมากที่สุด 5 รูป รองลงมาเป็นนักศึกษา 4 คน อาชีพรับจ้าง พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานองค์กรอื่น และอาจารย์ กลุ่มละ 3 คน ข้าราชการบำนาญ สถาปนิก และทำงานบ้านกลุ่มละ 1 คน

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชมพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง)

จากผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวพบว่า สาเหตุที่มาเยี่ยมชมพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เรียงลำดับจากความถี่มากไปยังความถี่น้อย ได้ดังนี้

1. มาสักการะพระบรมสารีริกธาตุ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง และครอบครัว
2. มาเพื่อเยี่ยมชมพระเจดีย์ที่สวยงาม วิจิตรพิศดาร
3. มาที่พระมหาธาตุแก่นนครเพื่อทำบุญกุศล

4. มาชมสถานที่สวยงามดึงดูดใจ

5. มาเพื่อมาดู เยี่ยมชมการสร้างเจดีย์ด้านสถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นใหม่ มีความวิจิตร

สวยงาม

6. มาชมพระเจดีย์และวัดหนองแขวงพระอารามหลวง วัดคู่ประสงค์สำคัญเพื่อ
มานั่งสมาธิ

7. เนื่องจากอยู่ในชุมชนเมืองจึงมาเที่ยว

8. มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จะได้สบายใจ

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีใครแนะนำ เนื่องจากเป็นคน
ขอนแก่น พระเจดีย์ตั้งอยู่ถนนกลางเมืองขอนแก่น การเดินทางสะดวก มีรถประจำทางหลายสายผ่านจึง
ตัดสินใจด้วยตัวเอง รองลงมาคือ เพื่อนเป็นผู้แนะนำ ให้มาเยี่ยมชมความงามของพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น
เนื่องจากเพื่อนมาจากจังหวัดอื่น ถ้ามาขอนแก่นควรมาเยี่ยมชมสักการะพระมหาเจดีย์ที่ศักดิ์สิทธิ์ มิฉะนั้นจะ
มาไม่ถึงเมืองขอนแก่น ดังเช่น นักท่องเที่ยวหญิงวัย 26 ปี โสศ เป็นพนักงานโรงแรม มาจากจังหวัด
ตราด มาเยี่ยมเพื่อนที่ขอนแก่น เพื่อนจึงพามาไหว้พระ มาสักการะพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น ที่งดงาม
นอกจากนี้ มีเพื่อนมาจากกรุงเทพฯ มาเที่ยวขอนแก่น เพื่อนจึงแนะนำและพามาเที่ยวชม พระ
มหาธาตุ และมาสักการะพระบรมสารีริกธาตุ

ประวัติความเป็นมาของพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแขวงพระอารามหลวง

วัดหนองแขวง เดิมชื่อวัดเหนือ ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2332 พร้อมกับวัดกลาง และวัด
ธาตุ โดยท้าวเพี้ยเมืองแพน เจ้าเมืองคนแรก ณ บ้านบึงบอน (บึงแก่นนคร) พ.ศ.2354 ท้าวจาม
บุตร ท้าวเพี้ยเมืองแพน เจ้าเมืองคนที่ 2 ได้ย้ายเมืองไปอยู่บ้านคอนพันชาติ เขตเมือง
มหาสารคาม (บ้านโนนเมือง ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม) บ้านบึงบอนจึง
กลายเป็นเมืองเก่าตั้งแต่นั้นมา ปัจจุบันพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแขวงพระอารามหลวง
ตั้งอยู่ เลขที่ 593 ถนนกลางเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้รับ
พระราชทานวิสุงคามสีมาครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ.2442 โดยพระยานครศรีบริรักษ์ (อู่) และได้รับพระราชทาน
วิสุงคามสีมาครั้งสุดท้าย เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2527

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้นำเสนอในประเด็นจุดเด่นหรือ
จุดแข็ง จุดค้อยหรือจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. จุดเด่นหรือจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า พระธาตุเจดีย์ 9 ชั้น มีความแตกต่าง
จากที่อื่น เนื่องจาก พระธาตุเจดีย์ 9 ชั้นมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม แต่ละชั้นได้นำเอาประเพณี
วัฒนธรรมอีสาน หอประวัติ พิพิธภัณฑ์ ภาพวาด นิทานชาดก ได้นำมาบรรจุไว้แต่ละชั้นเพื่อให้
นักท่องเที่ยวได้ศึกษา พระธาตุที่มีความใหญ่โต และสวยงามตั้งเด่นเป็นสง่า มีพระบรม
สารีริกธาตุบรรจุไว้ชั้นที่ 9 ชั้นสูงสุดเป็นจุดชมวิวที่สวยงาม สามารถชมวิวดูได้ทั้ง 4 ทิศ นอกจากจุด

แข็งจะอยู่ที่พระเจดีย์ 9 ชั้น และมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงามแล้ว ยังมีจุดชมวิวที่มองเห็นเมืองขอนแก่นได้อย่างงดงามทั้งกลางวันและกลางคืน พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น นอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่ง สิ่งที่น่าสนใจที่สุดหรือจุดเด่นคือ พระเจดีย์ชั้นที่ 1 มีพระสงฆ์ประจำสามารถไปถวายสังฆทาน ได้มีพระภิกษุสาวคให้พร เป็นการสะดวก

ความศรัทธา เลื่อมใสเจ้าอาวาส จัดว่าเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวด้านนามธรรม เนื่องจากเจ้าอาวาส ปัจจุบัน เป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้ริเริ่มสร้างพระเจดีย์ 9 ชั้น ให้เป็นปูชนียสถานทางศาสนา จะได้อนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าแก่นุชนรุ่นต่อไป จึงชวนเพื่อน ๆ จากต่างจังหวัดในประเทศ และเพื่อนต่างประเทศไปชมสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว และบริเวณพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น ทัศนองแวงมีความร่มรื่น มีที่พักผ่อนหย่อนใจในตัว และมีการบรรเลงเพลงไทยของคนครีไทยที่จัดไว้ และเป็นที่ออกกำลังกายใน ขณะเดินชมเจดีย์ 9 ชั้น ก็จะเป็นจุดเด่น หรือจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง

จุดด้อยหรือจุดอ่อนของสถานที่ท่องเที่ยว

ขาดประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ ทั้งวิธีการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และระดับลึก ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งขาดการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

ขาดมัคคุเทศก์ประจำ ที่คอยให้คำแนะนำ อธิบายข้อมูลต่าง ๆ ถึงแม้จะมีมัคคุเทศก์อาสาสมัครหรืออยู่ในชั้นเตรียมความพร้อมฝึกอบรมนักเรียนที่จะมาเป็นมัคคุเทศก์ก็ตาม ก็ไม่เพียงพอ และดำเนินการไม่ทั่วถึงและต่อเนื่อง ทำให้ไม่มีผู้แนะนำ ให้ความรู้ ให้ข้อปฏิบัติต่าง ๆ เล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การถอดรองเท้าก่อนเดินเข้าไปข้างในพระเจดีย์นอกจากนี้ชั้นวางรองเท้า ไม่เพียงพอทำให้การวางรองเท้าไม่เป็นระเบียบ บางครั้งรองเท้าของนักท่องเที่ยวหาย

พระเจดีย์ 9 ชั้น ปิดเร็วเกินไป (ปิดเวลา 17.30) ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาจากสถานที่ไกล ๆ มีเวลาเข้าชมไม่ครบทั้ง 9 ชั้น ซึ่งเป็นที่น่าเสียดาย จุดด้อยอีกประการหนึ่งพบว่า บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงา สำหรับนั่งพักผ่อนไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งที่นั่งพักผ่อนก็มีน้อย ภายในพระธาตุเมื่อมีคนมามาก จะมานั่งพักผ่อนด้านนอกที่นั่งก็ไม่เพียงพอ ที่จอดรถ เกี่ยวกับสถานที่จอดรถจัดว่าเป็นจุดด้อยประการหนึ่ง เพราะมีที่จอดรถน้อย ไม่เพียงพอ ทั้งถนนคับแคบ โดยเฉพาะถนนรอบพระธาตุแคบ ทำให้การจราจรติดขัด

โอกาส (Opportunity)

เนื่องจากพระเจดีย์ 9 ชั้น และทัศนองแวงพระอารามหลวง อยู่ถนนกลางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทำให้ผู้สัญจรเดินทางผ่านไปมาอยากจะเข้ามาชม จึงเป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวชมแล้วก็นำรายได้มาสู่วัด ชุมชน และเมืองขอนแก่นได้ สถาปัตยกรรมฝาผนังเป็นที่ดึงดูดใจให้สถาปนิกไปศึกษาเรียนรู้ ความสวยงามและความจิตรพิศดาร ของพระมหาเจดีย์ ซึ่งเป็นโอกาสในการเพิ่มจุดเด่นในการท่องเที่ยวทำให้รู้จักทัศนองแวง และเมืองขอนแก่นดี

กว่าเดิม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ นอกจากจะทำรายได้ให้วัดและชุมชนแล้ว และมาเที่ยวชมพระเจดีย์ที่สวยงามแล้ว ยังเป็น โอกาสได้มาไหว้พระอีกด้วย

อุปสรรค พบว่า คนจากกรุงเทพฯ และนักท่องเที่ยวที่มาจากทางไกล ยังไม่คุ้นเคยกับสถานที่ เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ทำให้ไม่รู้ข้อมูลที่เป็นจริง นอกจากนี้ยังพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวยังขาดมัคคุเทศก์ที่จะให้คำแนะนำ ให้ความรู้ตามจุดต่าง ๆ อันเป็นอุปสรรคทำให้นักท่องเที่ยวขาดข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านเวลาเข้าชมพระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น ปกติเวลา 17.30 น. ทำให้เป็นอุปสรรค หรือขาดโอกาสที่จะเข้าชมความสวยงามโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากทางไกล

ของที่ระลึก หรือวัดบูรณภคที่วัดทำเป็นที่ระลึกหรือบูชา ยังไม่หลากหลาย และไม่เป็นที่นิยม ส่วนมากเป็นพระพุทธรูป เหรียญหลวงปู่ ได้แก่ ไปสการ์ค เหรียญหลวงปู่ พระพุทธรูป ค้ายสายสิญจน์ และของที่ระลึกเป็นเครื่องจักสานขนาดเล็ก จำลองเครื่องจับปลาของชาวอีสาน จัดว่าเป็นอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับสากลได้

2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

การบริหารจัดการศาลเจ้าพ่อหลักเมืองส่วนแรกเป็นหน้าที่บริหารจัดการของเทศบาลนครขอนแก่น เป็นผู้ดูแลโดยรอบศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ทั้งภายในศาล และภายนอก เป็นต้นว่า การปรับปรุงพื้นที่ ภูมิทัศน์ การดูแลตัดแต่งต้นไม้ สวนหย่อม สวนที่ 2 เป็นความรับผิดชอบของนายสมพงษ์ พูลพุทธา ผู้เช่า ให้การดูแลศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ดูแลทำความสะอาดบริเวณจุดไหว้ การเตรียมของไหว้ เสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงสถานที่ และให้บริการฉายภาพยนตร์ กรณีมีผู้มาติดต่อขอฉายภาพยนตร์เก็บเงิน ตลอดทั้งเป็นผู้เก็บรายได้จากผู้มาท่องเที่ยวสักการะ เช่น การซื้อดอกไม้รูปเทียน เพื่อสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง มีรายได้ประมาณวันละ 1,000-2,000 บาท ค่าฉายภาพยนตร์ประมาณวันละ 500-1,000 บาท

สำหรับการเก็บค่าเช่าจากนายสมพงษ์ พูลพุทธา เดือนละประมาณ 20,000 บาทเศษ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดหนองแวงพระอารามหลวง หรือพระมหาเจดีย์ 9 ชั้น วัดหนองแวง มีดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการบุคคล (Man) สรุปได้ว่า ผู้ดูแลสถานที่ (พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น) มีพระภิกษุทั้งหมดจำนวน 4 รูป ที่ทำงานประจำ ได้มาจากการเสนอชื่อของพระสงฆ์ในวัด มีวาระการทำงานคราวละ 4 ปี พระสงฆ์ทั้ง 3 รูป ทำหน้าที่หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป ฝ่ายบริการ และ

ฝ่ายบุคลากร อีกรูปหนึ่งเป็นหัวหน้าคณะทำงาน นอกจากนี้ยังมีสามเณรที่เรียนโรงเรียนการกุศลวัดหนองแขงและศิษย์เก่าของวัดที่ไปศึกษาต่อที่อื่นแล้ว กลับมาช่วยงานบนพระธาตุอีกด้วย

2. การบริหารการเงิน (Money) สรุปได้ว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวในแต่ละวันไม่เท่ากัน เฉลี่ยวันละประมาณ 2,000-5,000 บาท ซึ่งได้จากการทำบุญ การเช่าหรือบูชาวัตถุมงคล จะมีโยมมารับเงินทุกวันตอนเย็น และนำไปฝากธนาคารกรุงเทพฯ หรือธนาคารกรุงไทย ทุกสัปดาห์ ทางวัดจะไม่ให้คณะทำงานเป็นผู้เก็บเงิน เพื่อป้องกันการครหา และให้เกิดความโปร่งใส

3. การบริหารจัดการสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ (Material) สรุปได้ว่า การบริหารจัดการสถานที่ โดยการทำความสะอาดพระมหาธาตุทั้ง 9 ชั้น ทางวัดได้จ้างแม่บ้านมาทำความสะอาดภายในพระธาตุทั้ง 9 ชั้น วันละ 3 คน ค่าจ้างคนละ 170 บาท/วัน

4. การบริหารจัดการทั่วไป (Management) การบริหารจัดการทั่วไปเป็นรูปแบบคณะกรรมการ ได้แบ่งหน้าที่กันทำตามตำแหน่งไม่มีการมอบหมายที่ชัดเจน แต่จะเน้นการช่วยเหลือกันตามความเหมาะสม มีมีคฤเทศก์อยู่ในชั้นเตรียมความพร้อม วัสดุอุปกรณ์ของที่ระลึกที่เป็นเครื่องจักสานขนาดเล็ก สำหรับการบริหารจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์นั้น ได้ดำเนินการผ่านเว็บไซต์ของเทศบาลนครขอนแก่นและเว็บไซต์ของวัดหนองแขง

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เรียงตามลำดับความถี่มากไปยังความถี่น้อย ได้ดังนี้

- ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีการประชาสัมพันธ์มากกว่าปัจจุบัน ทั้งสื่อ Internet, วิทยุกระจายเสียง, โทรทัศน์, แผ่นพับ

- ควรมีมีคฤเทศก์แนะนำประวัติความเป็นมาของสถานที่และพาชมสถานที่ ให้การต้อนรับอย่างประทับใจ

- ควรจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมในบริเวณศาลเจ้าพ่อหลักเมือง เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม และสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

- ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เพียงพอกว่าปัจจุบัน

- ควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย โดดเด่น

- กรณีมีข้าราชการจากต่างจังหวัดมาประชุมที่จังหวัดขอนแก่น ควรเชิญชวนให้มาสักการะศาลเจ้าพ่อหลักเมืองเป็นอันดับแรก จะรับรู้ถึงความสำคัญและศิลปวัฒนธรรมที่วิจิตรงดงามของศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวง พระอารามหลวง (พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น) เรียงลำดับจากความถี่มากไปข้้น้อย สรุปได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ วัดหนองแวงพระอารามหลวงควรปรับปรุงส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อพื้นบ้าน Internet นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ และสื่อบุคคล ควรประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 มุมเมือง มีป้ายบอกทางมายังพระธาตุตลอดเส้นทาง
2. ควรสร้างเครือข่าย และการประสานความร่วมมือกับองค์กร หน่วยงานและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อาทิ บริษัทรถทัวร์ ททท. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นำแผ่นพับ และแผ่นโฆษณาต่าง ๆ ไปประชาสัมพันธ์ที่สถานีรถไฟ และสนามบิน
3. ควรปรับปรุงทัศนียภาพรอบ ๆ พระมหาเจดีย์ เช่น ปลูกต้นไม้ในวรรณคดีไทย ควรมีแผนผังบอกจุดสำคัญต่าง ๆ ของวัด หรือสถานที่ท่องเที่ยว ควรจัดที่นั่งม้าหินอ่อนไว้ข้างนอกเพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้นั่งพักผ่อน ตลอดทั้งควรมีมัคคุเทศก์คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำและพาชมศิลปวัฒนธรรมแต่ละชั้น
4. ควรจัดกิจกรรมในวันสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเฉลิมพระชนมพรรษา ของสมเด็จพระบรมราชินีนาถ “วันแม่แห่งชาติ” วันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันมาฆบูชา และอื่น ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาวัดได้
5. ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวควรมีหลากหลาย ให้นักท่องเที่ยวสามารถจะซื้อเป็นของที่ระลึกได้ เนื่องจากปัจจุบันของที่ระลึกมีเพียงพระพุทธรูป เหรียญหลวงปู่ ยังไม่เป็นที่นิยมโดยทั่วไป จึงควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย เป็นสัญลักษณ์ของสถานที่สามารถระลึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ และมีลักษณะเป็นสากลนิยม

การอภิปรายผล

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลได้พบประเด็นที่น่าสนใจ จึงได้นำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมา และศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น ประวัติความเป็นมาของศาลเจ้าพ่อหลักเมืองได้รับการสถาปนาขึ้นใน พ.ศ. 2498 เป็นศูนย์รวมของความเชื่อ ความศรัทธาของชาวขอนแก่น ส่วนศักยภาพของศาลเจ้าพ่อหลักเมือง หรือศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง พบว่า มีจุดเด่นหรือจุดแข็ง คือ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองคู่จังหวัดขอนแก่น มีผู้เลื่อมใสศรัทธามากมาย และได้มาสักการะกราบไหว้ มาเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม

และสถาปัตยกรรมไทยที่มีความวิจิตรงดงาม ขณะเดียวกันประวัติความเป็นมาและศักยภาพของพระมหาธาตุแก่นนคร-วัดหนองแวง พระอารามหลวง ชาวบ้านมักเรียกกันติดปากว่า “พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น” ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่งประการสำคัญ พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น มีความแตกต่างจากที่อื่น มีประวัติความเป็นมาน่าสนใจ ได้สร้างขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2533 มีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงาม แต่ละชั้นได้นำเอาประเพณีวัฒนธรรมอีสาน หอปรีดิ์ พิพิธภัณฑ์ ภาพวาด นิทานชาดก มาบรรจุไว้แต่ละชั้น ทั้งพระธาตุสวยงามโดดเด่นเป็นสง่า มีพระพรหมสารวิจิตรบรรจุไว้ภายในและมีจุลชมวิวที่สวยงาม สามารถชมวิวได้ทั้ง 4 ทิศ ซึ่งแตกต่างจากงานวิชัยของ เพ็ญพรรณ โภกนิษฐ์ (2549) ที่วิชัยเรื่อง “ศึกษาระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระศรีมหาธาตุวรวิหาร” พบว่า มีศักยภาพที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานทั้งด้านทรัพยากรบุคคลากร งบประมาณ ในการพัฒนา การดำเนินงานเน้นเรื่องการเผยแพร่ การบริหารจัดการดูแลการพัฒนา การอำนวยความสะดวก การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างกับงานวิชัยของ ลักขณา อินทร์บึง (2553) วิชัยเรื่อง บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการแสดงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของจังหวัดขอนแก่น และแตกต่างกับงานวิชัยของ วิรุณา วรจินดา (2549) ได้วิชัยเรื่อง “บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประเพณีสำคัญในจังหวัดมหาสารคาม” พบว่า จุดแข็งของงานประเพณีทั้ง 2 อย่าง คือ ประเพณีบุญเบิกฟ้า มีพิธีนมัสการพระธาตุนาคูน เพื่อเป็นการสักการะองค์พระธาตุนาคูน และมีวัฒนธรรมการทอผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากบ้านกุดรัง และการทอเสื่อกกบ้านแพง ทั้งนี้อภิปรายได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ย่อมจะขึ้นกับ ความเชื่อ ค่านิยม คุณค่า ขนบธรรมเนียมประเพณี แต่ละท้องถิ่นย่อมจะมีความแตกต่างกัน จึงทำให้จุดเด่นหรือจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละแห่ง แต่ละพื้นที่ มีความแตกต่างกันได้

สำหรับจุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศาลเจ้าพ่อหลักเมือง คือที่ตั้งศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ล้อมรอบด้วยถนน ไม่สามารถขยายพื้นที่ออกไปได้ หากประชาชนมาเยี่ยมชมสถานที่จำนวนมาก จะทำให้การจราจรติดขัด ทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง ส่วนจุดอ่อนของพระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง หรือพระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่งนั่นคือ การขาดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และขาดมัคคุเทศก์อธิบายข้อมูล และข้อปฏิบัติต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิชัยของ วิรุณา วรจินดา (2549) คือ จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิชัยของ สุวิทย์ นามบุญเรือง (2553) วิชัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว” พบว่า ปัญหาตลาดการท่องเที่ยว คือ ปัญหาการประชาสัมพันธ์ยังอยู่ในวงแคบ เช่นกัน

ทั้งนี้อภิปรายได้ว่า วิธีการประชาสัมพันธ์ของแต่ละแห่ง ยังไม่สามารถเปิดโอกาสหรือ กระตุ้นให้ประชาชน เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ ดังเช่นกรณี การใช้ Internet เป็นส่วนใหญ่ จะทำให้ ชาวบ้านทั่วไป ที่ไม่มีโอกาสใช้ Internet จะทำให้ไม่ได้รับข่าวสาร ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ ควร มีวิธีการหลากหลาย ให้ เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ เช่น การใช้สื่อ พื้นบ้าน สื่อบุคคล วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

2. การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง และพระ มหาราตุแก่นนครวัดหนองแขวงพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ การการบริหารศาลเจ้าพ่อ เทพารักษ์หลักเมือง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นหน้าที่ของเทศบาลนครขอนแก่น ดูแลรอบศาล เจ้าพ่อหลักเมืองทั้งภายนอกและภายในศาล ภายนอกศาลรับผิดชอบปรับปรุงพื้นที่ ภูมิทัศน์ คัดแต่ง ต้นไม้ จัดสวนหย่อม ส่วนที่ 2 เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้เช่า ซึ่งต้องเสียค่าเช่าประมาณเดือนละ 20,000 บาท หน้าที่ของผู้เช่ายังต้องดูแลศาลเจ้าพ่อหลักเมืองด้านทำความสะอาดบริเวณจัดการจุดไหว้ การเตรียมของไหว้ ร่วมเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงสถานที่ และบริเวณฉายภาพยนตร์ เมื่อมีผู้ มาติดต่อฉายภาพยนตร์แก่นบ ส่วนการบริหารจัดการพระมหาธาตุแก่นนคร-วัดหนองแขวงพระอาราม หลวง หรือ พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น การบริหารงานบุคคลมีคณะทำงานบนพระธาตุ มีวาระคราวละ 4 ปี คณะทำงานเป็นพระภิกษุ มี 4 รูป ประกอบด้วย หัวหน้าคณะทำงาน 1 รูป รับผิดชอบงานบริหารงาน ทั่วไป งานบริการ และงานบุคลากร กลุ่มละ 1 รูป ซึ่งมีความแตกต่างจากงานวิจัยของ เพ็ญพรรณ โภคมนตรี (2549) วิจัยเรื่อง “ศึกษาระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระศรี มหาธาตุวรวิหาร” พบว่า การบริหารงานเป็นรูปคณะกรรมการบริหารงาน ดำเนินการในเรื่อง การ เผยแพร่ การบริการ การจัดการดูแล การพัฒนา การอำนวยความสะดวก การส่งเสริมการท่องเที่ยว และแตกต่างจากงานวิจัยของ วิรัตน์ นาคนชม (2548) วิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการเน้นการมีส่วนร่วมของ ชุมชน ทำให้ชุมชนมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของตน

ทั้งนี้อภิปรายได้ว่า ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยววันนั้น มีความแตกต่างกันข้อม ชื่นกับวัตถุประสงค์ขององค์กร ภาวะผู้นำขององค์กร และสมาชิกองค์กรที่มีวิสัยทัศน์ และ ประสิทธิภาพตลอดจนมีจิตอาสาที่แตกต่างกัน จึงทำให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีความ แตกต่างกันได้

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง พบว่า ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ ควรมีมัคคุเทศก์แนะนำ และพาชมนสถานที่ และอื่น ๆ เช่นเดียวกับ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พระมหาธาตุแก่นนคร-วัดหนองแขวง

พระอารามหลวง หรือ พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น พบว่า ควรปรับปรุงส่งเสริมงานด้านประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อพื้นบ้าน Internet นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ และสื่อบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรุณา วรจินดา (2549) วิจัยเรื่อง “บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว” พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างไกลยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อคิทยา พวงทอง (2549) วิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ” พบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ด หนึ่งในสี่ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขณา อินทร์ปิ้ง (2553) วิจัยเรื่อง “บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ” พบว่า ควรส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งนี้อภิปรายได้ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เป็นประโยชน์แก่การท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง ทำให้ผู้สนใจข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ดังนั้น แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประการหนึ่งคือ การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เหมือนกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น ยังขาดการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึกและเชิงกว้าง ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ดังนั้น เทศบาลนครขอนแก่นซึ่งเป็นองค์กรดูแลและปรับปรุงศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ควรส่งเสริมและพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ให้กว้างไกลยิ่งขึ้น และพัฒนาสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อพื้นบ้าน วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ และสื่อ Internet ฯลฯ เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างไกล เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า บริเวณศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงามประชาชนนิยมมานั่งพักผ่อนหย่อนใจในเวลาเย็นเป็นประจำ แต่มีที่นั่งสำหรับพักผ่อนไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ดังนั้น เทศบาลนครขอนแก่นควรปรับปรุงและเพิ่มจำนวนที่นั่งให้มากกว่าปัจจุบัน จะได้สนองตอบความต้องการของผู้มาเที่ยว และมาใช้บริการพักผ่อนหย่อนใจ

1.3 จากผลการวิจัยพบว่า ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองขอนแก่น ยังไม่มีมีคฤหาสน์ และพารามสถานที่เที่ยว ตลอดจนของที่ระลึกยังไม่มีหลากหลาย และไม่โดดเด่นเป็นที่นิยม ดังนั้นเทศบาลนครขอนแก่นควรส่งเสริมให้มีคฤหาสน์ เพื่อจะได้แนะนำอธิบายข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนพารามสถานที่เที่ยว และควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย เป็นของที่ระลึกของสถานที่ท่องเที่ยวจริง ๆ

1.4 จากผลการวิจัยพบว่า พระมหาธาตุแก่นนคร วัดหนองแวงพระอารามหลวง หรือ พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น มีการประชาสัมพันธ์อยู่ในวงแคบ ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ดังนั้น ผู้บริหารสถาบันดังกล่าว ควรให้การส่งเสริมงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น ควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อพื้นบ้าน นิตยสาร แผ่นพับ วารสาร Internet และสื่อบุคคล เป็นต้น

1.5 จากผลการวิจัยพบว่า พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น ขาดการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง และการประสานความร่วมมือกับองค์กรหน่วยงานอื่น ๆ ดังนั้น ผู้บริหารหรือคณะทำงานของ พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น ควรประสานงานกับ บริษัททัวร์ ททท. การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และ องค์การบริหารส่วนตำบล สถานีรถไฟ สนามบิน เพื่อนำแผ่นพับและแผ่นโฆษณา หรือ DVD ไปประชาสัมพันธ์ด้วย

1.6 จากผลการวิจัยพบว่า พระมหาธาตุเจดีย์ 9 ชั้น ยังขาดมัคคุเทศก์ให้คำแนะนำและ พาทชมศิลปวัฒนธรรมในชั้นต่าง ๆ ทั้งขาดของที่ระลึกที่หลากหลายไม่เป็นที่นิยม โดยทั่วไป ดังนั้น ผู้บริหารหรือคณะทำงานควรจัดหามัคคุเทศก์ เพื่อให้บริการข้อมูลและนำนักท่องเที่ยวเข้าชมตามจุด และชั้นต่าง ๆ และควรปรับปรุงของที่ระลึกให้มีความหลากหลาย มีลักษณะเป็นที่ระลึกของสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นสากลนิยม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดขอนแก่น และพื้นที่อื่น เน้นสภาพและปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบ ปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจะได้หาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2 ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เกี่ยวกับ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อื่น ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบข้อมูลเชิงลึก และจะได้แนวทางไปส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

2.3 ควรทำวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับการหารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดขอนแก่น และในพื้นที่อื่น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กธมน วงศ์คำ. 2552. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนของกลุ่มจังหวัด
ร้อยแก่นสารสินธุ์. คุุณภูมินิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจคุุณภูมินิจิต. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- . 2553. กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ยั่งยืน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
มหาสารคาม : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม.
- กฤษดา ยะการ. 2543. ความต้องการการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ
ประชาชน ตำบลแม่ทราย อำเภอร่องวาง จังหวัดแพร่. การค้นคว้าอิสระปริญญา
ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 2553. ข้อมูลเชิงวิชาการ-ท่องเที่ยว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
[www.most.go.th/tour description](http://www.most.go.th/tour%20description).
- เกวัญ สิทธิวงษ์. 2550. การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ของ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เกริกไกร แก้วล้วน. 2550. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัฒนธรรมของชุมชนชาวกรวย
ในเขตอีสานใต้ และลาวใต้.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553. การประชุมแผนพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวปี 2553.
ฝ่ายวางแผน : กลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2543. คู่มือการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล.
ข้อมูลเชิงวิชาการ-การท่องเที่ยว. 2548
- ขนิษฐา กาญจนรังสีนนท์. 2542. การสร้างเครือข่ายการพัฒนา. วารสารพัฒนาชุมชน. 2542 : 9-10.
- งามพิศ สัตย์สงวน. 2538. หลักการมานุษยวิทยาวัฒนธรรม. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสภา.
- จักร กิสิณี. 2544. รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับองค์ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ
ของนก ของชาวปกากะญอในเขตอุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่.
จังหวัดเชียงใหม่.

เจน ยินศิริวัชย์. 2544. การจัดการเครือข่ายกลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตรเพื่อการพึ่งพาตนเอง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ชาย โพธิ์สิตา. 2550. ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร :
อัมรินทร์ พรินคิง แอนค์ พับลิชชิ่ง

ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) สำนักงานขอนแก่น

ดิน ปรัชญพุดทรี. 2553. ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ที่ทำการปกครองจังหวัดขอนแก่น. 2553

เทศบาลนครขอนแก่น. 2550. หนังสือที่ระลึกงานฉลองสมโภชศาลหลักเมืองขอนแก่นเพื่อ
เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ 80 พรรษา 3 ธันวาคม 2550. ขอนแก่น.

เทศบาลนครขอนแก่น. 2552. สำนักทะเบียนท้องถิ่น เทศบาลนครขอนแก่น

เทศบาลนครขอนแก่น. 2553. แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2553-2555) เทศบาลนครขอนแก่น

เทศบาลนครขอนแก่น. 2553. เอกสารการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลนครขอนแก่น

เทศบาลนครขอนแก่น. 2553. สำนักการศึกษา. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.kkmuni.go.th

ธงชัย สันติวงษ์. 2543. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

บุญทัน ดอกไธสง. 2539. การจัดการองค์การ. กรุงเทพฯ มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

ประชุม โพธิ์ทักษิณ. 2551. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขององค์การบริหารส่วน
ตำบลคากแดด อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร. จังหวัดชุมพร

ประพันธ์ สุริหาร. 2532. หลักและระบบบริหารการศึกษา. ภาควิชาการบริหารการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ประยัด จตุพรพิทักษ์กุล. 2538. เครือข่ายการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบเกษตรกรรมทางเลือก
ของชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการศึกษานอกระบบ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-2543)

เพ็ญพรรณ โกมลนิศร์. 2549. ศึกษาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- ภัทรธิดา ผลงาม. 2549. การวิจัยและพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาอ่างเก็บน้ำห้วยน้ำหนาน
ตำบลน้ำหนาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- มณีกาญจน์ เขียวรัตน์. 2553. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเส้นทาง
การท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาอำเภอบ้านฝาง จังหวัดอุดรธานี.
อุดรธานี.
- ลักขณา อินทร์ปิ้ง. 2553. บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาโองมูนมังเมืองขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.
การศึกษาอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ :
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- ลำไย แสงสว่าง. 2547. บทบาทองค์การบริหารส่วนจังหวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอภูเรือ
จังหวัดเลย. ภาคนิพนธ์ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ขอนแก่น : มหาวิทยาลัย
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- วิรุณา วรจินดา. 2548. บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว :
กรณีศึกษา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณีที่สำคัญในจังหวัดมหาสารคาม.
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ :
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- วันทนี วาสิกะสิน และคณะ. 2538. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. 2545. การบริหารและจัดการเทศบาลในยุคปฏิรูปการเมือง. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ไทร์เพช.
- . 2552. แนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์การประยุกต์ และการพัฒนา. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ไทร์เพช.
- วิรติ นาคนชม. 2548. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ : มหาวิทยาลัยภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ.
- วิไลวงศ์ กฤษณะภูติ และคณะ. 2551. สถานการณ์ในการแก้ปัญหาเด็กขององค์กรพัฒนาเอกชน
ในจังหวัดขอนแก่น. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- . 2526. ลักษณะครอบครัวเชิงวัฒนธรรม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- วิโรจน์ สารรัตน์. 2542. การบริหาร หลักการทฤษฎี : ประเด็นทางการศึกษา และบทวิเคราะห์
ทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ทิพย์วิสุทธิ์.
- สมพงษ์ เกษมสิน. 2526. การบริหาร. กรุงเทพฯ : โอเคียนส์โคร์.
- สมยศ นาวิการ. 2538. ทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- สมหมาย ชินนาค. 2541. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัญหาผลกระทบต่อชุมชนด้านการผลิตซ้ำ
อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ผ่านพิธีกรรมความเชื่อ : กรณีศึกษาพิธีกรรมความเชื่อเรื่องผีปะกำ
ของชาวไทย-กวย (ฮ่วย) เชียงฮ้าง จังหวัดสุรินทร์. การศึกษาคำคว่ำอิศระศิลปศาสตร
มหาบัณฑิตเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2536. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมแนวทางการศึกษาวิเคราะห์
และวางแผน. ขอนแก่น : คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สังเกตุ จัตุระศรี. 2498. งานฉลองและสถาปนาหอรัชมงคลเมืองขอนแก่น. ขอนแก่น.
- สุวิทย์ นามบุญถื่อ. 2553. แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว
อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- เสน่ห์ นครสันติภาพ. 2541. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทยเกี่ยวกับค่านิยม
พื้นฐานของนักศึกษาสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จพระยา. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงศ์ไพจิตร. 2534. จุดหักเหของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชนวนให้เกิดกระบวนการ
นิเวศวิทยาทางการเมือง. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว – สถิตินักท่องเที่ยว (www.tourism.go.th)
- สำนักข่าวไทย <http://news.impagmsn.com>
- อมรา พงศาพิชญ์. 2541. มนุษย์กับสังคม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดิสรยา พวงทอง. 2549. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชน
เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
www.wikipedia.org/wiki ประเทศไทย

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล



มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 NORTH EASTERN UNIVERSITY
 199/19 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
 โทร. (043) 222959, 222960, 222961, 226823, 226826
 http://www.neu.ac.th

• คุณวุฒิ • คุณธรรม • คุณภาพ
 ที่ มกน. 702 / 2554

26 พฤษภาคม 2554

เทศบาลนครขอนแก่น	
เลขรับที่	16961
วันที่	15 พ.ค. 2554
เวลา	10.15

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกเทศมนตรี เทศบาลนครขอนแก่น

ด้วย นายกัมปนาท จะสนอง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (ร.บ.ม.) มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น" โดยมี รองศาสตราจารย์ วิไลวงศ์ กฤษณะภักดี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านได้ อนุญาตให้ นายกัมปนาท จะสนอง เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการทำวิจัยดังกล่าวต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ขอขอบพระคุณ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวะศิษย์ ชำของ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วิทยาลัย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ท. 222959-61

ท. 043-226823-4

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

แนวทางการสัมภาษณ์
(ผู้เกี่ยวข้องสถานที่ท่องเที่ยว)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ / สกุล อายุ.....ปี
- 1.2 สถานที่ทำงาน โทรศัพท์
- 1.3 ที่อยู่ปัจจุบัน
- 1.4 ตำแหน่ง / สถานภาพ
- 1.5 ระดับการศึกษา (สูงสุด)
- 1.6 สถานภาพสมรส
 - โสด แต่งงาน
 - หย่าร้าง หม้าย
- 1.7 อาชีพ
- 1.8 รายได้ / เดือน

ส่วนที่ 2 ประวัติความเป็นมา และศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว

- ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวง พระอารามหลวง
- 2.1 ประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว
 - 2.2 ศักยภาพของสถานที่แหล่งท่องเที่ยว
 - 2.2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่น หรือจุดแข็งอะไรที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว
 - 2.2.2 แหล่งท่องเที่ยวนี้มีจุดด้อยหรือจุดด้อยอะไร เป็นอย่างไร ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น
 - 2.2.3 ท่านเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวนี้มีโอกาสอะไร ทำไม
 - 2.2.4 ท่านเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวนี้ มีอุปสรรคอะไร ทำไม

ส่วนที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างไร ทำไม เช่น

- 3.1 การบริหารบุคลากร
- 3.2 การบริหารการเงิน
- 3.3 การบริหารอาคารสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์
- 3.4 วิธีการบริหารจัดการ

ส่วนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

แนวทางการสัมภาษณ์
(นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว)

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

- 1.1 เพศ () ชาย () หญิง
- 1.2 อายุ.....ปี
- 1.3 สถานภาพสมรส () โสด () แต่งงาน () หย่าร้าง () หม้าย
- 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด
- 1.5 ที่อยู่ปัจจุบัน
- 1.6 อาชีพ
- 1.7 รายได้/เดือน
- 1.8 เหตุผลของการมาสถานที่นี้
 - () ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง
 - () พระมหาธาตุแก่นนครวัดหนองแวง พระอารามหลวง
 มาครั้งที่.....มาเพื่ออะไร.....
- 1.9 ใครเป็นคนแนะนำให้ท่านมา
ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้อย่างไร

ส่วนที่ 2. ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว

- 2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่นหรือจุดแข็งอะไรบ้างที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว
- 2.2 แหล่งท่องเที่ยวมีจุดด้อยหรือจุดอ่อนอะไรบ้าง
- 2.3 ท่านเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวมีโอกาสอะไร ทำไม
- 2.4 ท่านเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวมีอุปสรรคอะไรบ้าง

ส่วนที่ 3. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 3.1 ท่านเห็นว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นอย่างไรร เช่น
 - การมีมัคคุเทศก์แนะนำและพาชมสถานที่เป็นอย่างไรร
 - ของที่ระลึกเป็นอย่างไรร
 - บริเวณสถานที่เป็นอย่างไรร เช่น สะดวก ปลอดภัย ใปง่าย
 - ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
 - การประชาสัมพันธ์

**ส่วนที่ 4. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ท่านเห็นว่า
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรจะเป็นอย่างไร และทำไม**

ส่วนที่ 5. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ภาคผนวก ก
ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

รายนามผู้ให้ข้อมูล ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์หลักเมือง

ลำดับ ที่	ชื่อ-สกุล (นามสมมติ)	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	สถานภาพ ผู้ตอบ
1	นายณรงค์ คงมัน	47	มัธยมต้น	รับจ้าง	ผู้ดูแล
2	นางสาวนงนุช พุทธชาติ	26	ป.ตรี	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
3	นางสาวไบศย คงมัน	28	ป.ตรี	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
4	นางสาวมยุรี พลศรี	30	มัธยมต้น	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
5	นางสาวงามจริง หญิงไทย	32	ปวส.	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
6	นายนำพล พลน้อย	33	ป.ตรี	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
7	นายศักดิ์คา ปกป้อง	28	ป.ตรี	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
8	นายวริช คมขำ	29	มัธยม 6	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
9	นายสมพงษ์ แก้วใส	78	ป.โท	ข้าราชการบำนาญ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
10	นางลำไย ชมพู่หวาน	77	ป.ตรี	ข้าราชการบำนาญ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
11	นายสะอาด สดใส	48	ป.ตรี	รับราชการ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
12	นางวรรณุช คนงาม	76	ป.ตรี	ข้าราชการบำนาญ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
13	นายปรีชา ประมูล	49	ป.ตรี	รับราชการ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
14	นายประชากร อาษา	75	ป.ตรี	ข้าราชการบำนาญ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
15	นางสาวกานดา จันทร์คา	30	ป.ตรี	รับราชการ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
16	นางอรวรรณ พลเยี่ยม	51	ป.โท	รับราชการ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
17	นางสาวหทัยชนก พิทักษ์	54	ปวส.	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
18	นางนิชมน กวรดนอม	30	มัธยม 6	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
19	นางเอมอร จงคี	77	ป.โท	ข้าราชการบำนาญ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
20	นางนิสาชล คนชื้อ	35	ป.ตรี	รับราชการ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

รายนามผู้ให้ข้อมูล พระมหาเจดีย์ 9 ชั้น

ลำดับ ที่	ชื่อ-สกุล (นามสมมติ)	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	สถานภาพผู้ตอบ
1	พระสันห์ชัย สุทธจาโร	34	ป.ตรี	บรรพชิต	หัวหน้าคณะทำงาน
2	พระพรชัย ธรรมโม	53	ป.ตรี	บรรพชิต	คณะทำงาน
3	สามเณรณัฐกร แก้วสี	16	มัธยม 6	บรรพชิต	คณะทำงาน
4	สามเณรจักรพงษ์ ไกรสอน	16	มัธยม 6	บรรพชิต	คณะทำงาน
5	สามเณรบุรุษพล คนแก่ง	16	มัธยม 6	บรรพชิต	คณะทำงาน
6	นายธนู กันสร	18	ป.ตรี	นักศึกษา	นักท่องเที่ยวนัก
7	นางสาวบังอร เกิดดี	17	ป.ตรี	นักศึกษา	นักท่องเที่ยวนัก
8	นางอนงค์ พลเสมา	20	ป.ตรี	นักศึกษา	นักท่องเที่ยวนัก
9	นางทับทิม มะลาสี	17	ป.ตรี	นักศึกษา	นักท่องเที่ยวนัก
10	นายนุติ บุญมี	23	ป.ตรี	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนัก
11	นายประสาท ชาติดี	26	ปวส.	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนัก
12	นายวิสุทธิ์ มงคล	21	มัธยม 4	รับจ้าง	นักท่องเที่ยวนัก
13	นายประคิษฐ์ ดินคำ	28	ป.ตรี	พนักงานฯ	นักท่องเที่ยวนัก
14	นางอฤดี มูลวงศ์	19	ป.ตรี	พนักงานฯ	นักท่องเที่ยวนัก
15	นางสาวพิมพ์ชนก คนชม	21	ป.ตรี	พนักงานฯ	นักท่องเที่ยวนัก
16	นายอรรถพล พวงชมพู	27	ป.ตรี	พนักงานฯ	นักท่องเที่ยวนัก
17	นางสาวพรพรรณ นางาม	25	ป.ตรี	พนักงานฯ	นักท่องเที่ยวนัก
18	นางสาวธิดา โทธีศรี	35	ป.ตรี	พนักงานฯ	นักท่องเที่ยวนัก
19	นางสาวนิรมุข พุทธซ้อน	45	ป.ตรี	อาจารย์	นักท่องเที่ยวนัก
20	นายอภิชาติ แซ่ดี	46	ป.โท	อาจารย์	นักท่องเที่ยวนัก
21	นางทัศนีย์ ประภาส	32	ป.โท	อาจารย์	นักท่องเที่ยวนัก
22	นายวิชัย สีแสง	77	ป.โท	ข้าราชการบำนาญ	นักท่องเที่ยวนัก
23	นางสาวอมอร สมรศรี	25	ป.ตรี	สถาปนิก	นักท่องเที่ยวนัก
24	นางวันทา มาดี	78	ประถม 4	ทำงานบ้าน	นักท่องเที่ยวนัก

ภาคผนวก ง
รายนามผู้บริจาคปรับปรุงศาลหลักเมืองขอนแก่น

การร่วมสมทบทุนเพื่อปรับปรุงศาลหลักเมืองขอนแก่น
ประชาชนชาวขอนแก่นและผู้มีจิตศรัทธาเป็นจำนวนมากมาที่ร่วมสมทบทุนบริจาคเงิน
เพื่อปรับปรุงศาลหลักเมืองขอนแก่น รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 38,166,288.72 บาท

รายนามผู้บริจาคปรับปรุงศาลหลักเมืองขอนแก่น (ยอดบริจาคตั้งแต่ 100,000 บาท ขึ้นไป)

1. คร.ประภา ภักดิ์โพธิ์ และครอบครัว	12,000,000.00 บาท
2. คร.วิญญู-คุณมาลิน ภูวานันท์ และครอบครัว	10,000,000.00 บาท
3. องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น	1,000,000.00 บาท
4. ครอบครัวเฟื้อพลาซ่า	300,000.00 บาท
5. บริษัท รามาค็อบปีวัน จำกัด โดย นายอวยชัย ศรีสคใส	262,959.00 บาท
6. บริษัท ไทยวัฒนวิศวกการทาง จำกัด	200,000.00 บาท
7. บริษัท รวมทวีขอนแก่น จำกัด (กลุ่ม)	200,000.00 บาท
8. นางน้อย อินทรกำแหง โดย นายนพดล โฆษิตวัฒนาพาณิชย์	160,000.00 บาท
9. ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส สาขาขอนแก่น	135,533.50 บาท
10. คณะกรรมการศาลเจ้าปู่เจ้าย่า-มา ปี 2548	120,000.00 บาท
11. บริษัท ไทยพีพัฒนฮาร์ดแวร์ จำกัด	120,000.00 บาท
12. นายพงษ์ศักดิ์ ศึ่งวานิชกพงษ์	108,000.00 บาท
13. คณะกรรมการศาลเจ้าปู่เจ้าย่า-มา ปี 2549	100,000.00 บาท
14. นางลัดดา พรอมธรรม (ฟาร์มเทพารักษ์)	100,000.00 บาท
15. บริษัท ศรีวิโรจน์ฟาร์ม จำกัด	100,000.00 บาท

ที่มา : แผ่นพับการเรียนรู้สิทธิชุมชนผ่านขบวนการศาลหลักเมืองเทศบาลนครขอนแก่น

www.kkmuni.go.th

ภาคผนวก ง
รายนามผู้บริจาคแผ่นดินทอง

การร่วมบริจาคแผ่นดินทองเพื่อสร้างยอดฉัตรทองคำศาลหลักเมืองขอนแก่น
ประชาชนชาวขอนแก่นและผู้มีจิตศรัทธาเป็นจำนวนมากที่ร่วมสมทบทุนบริจาคเงินซื้อ
ทองคำบริสุทธิ์ 99.99% เพื่อสร้างยอดฉัตรทองคำศาลหลักเมืองขอนแก่นหนัก 9 กิโลกรัม โดยมีมูลค่า
รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 8,000,000 บาท

รายนามผู้บริจาคแผ่นดินทอง (ยอดตั้งแต่ 100,000 บาท ขึ้นไป)

1. คุณสรศักดิ์ – คุณอมรรัตน์ – คุณสุพจน์
คุณชาติชาย โฆษะวิสุทธิ และครอบครัว 800,000 บาท (ทองคำหนัก 1 กิโลกรัม)
2. คร. วิญญู – คุณมาลิน กุวานันท์ และครอบครัว 800,000 บาท (ทองคำหนัก 1 กิโลกรัม)
3. คุณบุรพา – คุณบวร – คุณบุรี เสรี โยธิน และครอบครัว 400,000 บาท (ทองคำหนัก ½ กิโลกรัม)
4. คุณวนิช – คุณสุนันทา เศษานุเบกษา และครอบครัว 400,000 บาท (ทองคำหนัก ½ กิโลกรัม)
5. บริษัท ไทยวัฒน์วิศวกรรมทาง จำกัด
โดย คุณธีระ ธนศรีวนิชชัย 400,000 บาท (ทองคำหนัก ½ กิโลกรัม)
6. คุณอุษา – คุณสุรพล ทวีแสงสกุลไทย และครอบครัวทวีแสงสกุลไทย 250,000 บาท
7. สมาคมบึงเต่างอ-มา / สมาคมคนตรีจีน / สมาคมเตี้ยอัน 200,000 บาท
8. บริษัทชาญท้าว จำกัด โดย คุณชาญ
คุณวารุณี นาประเสริฐกุล และครอบครัว 150,000 บาท
9. คร. ประภา ภักดิ์โพธิ์ และครอบครัว 125,000 บาท
10. คุณชัยวุฒิ – คุณสุภาพ กริชพิทักษ์เงิน และครอบครัว 100,000 บาท
11. บริษัทแพร่พลาซ่า จำกัด และครอบครัว 100,000 บาท
12. นายปกรณ์ ลีศรีกุล (โรงสีชัยมงคล) 100,000 บาท
13. บริษัทโตโยต้าขอนแก่น จำกัด 100,000 บาท
14. บริษัทมาเท็คโปรดัก จำกัด และมาวินการช่าง 100,000 บาท

ที่มา : แผ่นพับการเรียนรู้สิทธิชุมชนผ่านขบวนการศาลหลักเมืองเทศบาลนครขอนแก่น

ประวัติของผู้วิจัย

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	ร.ต.กัมปนาท จะสนอง
วันเดือนปีเกิด	21 ตุลาคม 2524
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	นายทหารประจำแผนกกำหนดคนโยบาย กองนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานโยบายและแผนกลาโหม
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานโยบายและแผนกลาโหม กระทรวงกลาโหม(ศาลาว่าการกลาโหม) ถนนสนามไชย กรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2537	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย
พ.ศ. 2540	มัธยมศึกษาตอนปลาย กศน.ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
พ.ศ. 2550	ศิลปศาสตรบัณฑิต (วิชาเอกประวัติศาสตร์) คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2555	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (รป.ม.) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น