



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

Potential and Readiness of Tourism Products
in the Lower Northeastern Part of Thailand

โดย จิตตานันท์ ตีกุล และคณะ

พฤษภาคม 2550

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

Potential and Readiness of Tourism Products in the Lower Northeastern Part of Thailand

คณะผู้วิจัย	สังกัด
1. จิตตานันท์ ตีกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2. สฤณี ศรีขาว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
3. พิกุล ประดับศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
4. จุไรรัตน์ วิสัยดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
5. สุวรรณิ แพงดาวงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ชุดโครงการ

ธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

(นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ชัยภูมิ)

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้อำนวยการ และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ รวมทั้งมีคณาจารย์จากบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ จึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่ให้โอกาสผู้วิจัยและคณะดำเนินการวิจัย และขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย รวมทั้ง ดร. เทิดชาย ชัยบำรุง และคณะ ที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานพร้อมทั้งให้การหนุนเสริมความรู้ทุกขั้นตอนของการวิจัย อีกทั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

คณะผู้วิจัย

15 พฤษภาคม 2550

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1. ความสำคัญและความเป็นมา

จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และจังหวัดชัยภูมิ เป็นจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความหลากหลายทางธรรมชาติ เช่น เทือกเขาตองพญาเย็นและพนมดงรัก เป็นต้น ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากมาย อีกทั้งยังมีอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะอารยธรรมของขอมซึ่งเป็นชนที่มีความรุ่งเรืองสูงสุดชาติหนึ่ง จากหลักฐานที่มีอยู่มากมาย เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน รวมทั้งงานหัตถกรรมสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ เครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้ให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนผู้เยี่ยมชม (นักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร) ที่มาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดข้างต้นในปี 2547 มีจำนวน 7,999,413 คน ในปี 2548 เพิ่มเป็น 8,731,789 คน อัตราการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.16 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มจาก 11,389.99 ล้านบาท เป็น 12,989.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1,599.14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.04 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) การเดินทางของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ส่วนใหญ่เพื่อชมภาพของความงดงามแห่งแผ่นดินอันมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานซึ่งถือเป็นทรัพยากรของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อันทรงคุณค่า หากต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้นไปอีก จำเป็นต้องมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้เชื่อมโยงกัน หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดเส้นทางสรุปจากจำนวนผู้เยี่ยมชม 6 จังหวัด การท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงของกลุ่มจังหวัด หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว แหล่งท่องเที่ยวต้องมีความศักยภาพและความพร้อมสำหรับการรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง

แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ส่วนใหญ่มีศักยภาพและความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งได้เริ่มมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษา

จำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว) รวมทั้งประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อเสนอให้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ได้นำไปเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกำหนดยุทธศาสตร์ที่มุ่งเป้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสู่ความยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 2.4 เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่มุ่งเป้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

3. คำถามการวิจัย

- 3.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แต่ละประเภท มีจำนวนเท่าใด ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้าง และมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ใด
- 3.2 ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แต่ละประเภทเป็นอย่างไร
- 3.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร
- 3.4 แนวทางของยุทธศาสตร์ที่มุ่งเป้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างไร

4. วิธีดำเนินการวิจัย

- 4.1 วัตถุประสงค์ข้อ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบบันทึกรายการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และแบบบันทึกสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

4.2 วัตถุประสงค์ข้อ 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามเกณฑ์ที่กำหนด

4.3 วัตถุประสงค์ข้อ 3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับมัคคุเทศก์คือ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา ตามเกณฑ์ที่กำหนด และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

4.4 วัตถุประสงค์ข้อ 4 ได้จากการนำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 – 3 มาสังเคราะห์ร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์แล้วนำมาบูรณาการเป็นแนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

5. ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 ผลการศึกษา

5.1.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ และใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนาซึ่งมีจำนวน 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม จำนวน 137 ผลิตภัณฑ์ จังหวัดนครราชสีมามีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

5.1.2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมสมบูรณ์จำนวน 544 ผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 67 มีศักยภาพในระดับต่ำ ร้อยละ 25 มีศักยภาพในระดับปานกลาง และมีเพียงร้อยละ 8 เท่านั้นที่มีศักยภาพในระดับสูง โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์ผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและระดับต่ำใกล้เคียงกัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานีผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ

ด้านความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 58 มีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่

มีความพร้อมในระดับต่ำ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์และอุบลราชธานีส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับสูง

5.1.3 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม 2 อันดับแรก คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์

5.1.4 ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ควรดำเนินการ ได้แก่

- 1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
- 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
- 3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) จังหวัดอุบลราชธานี ควรพัฒนาด้านความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เส้าเหลียงผาแต้ม อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองบัว และชายแดนช่องเม็ก โดยเส้าเหลียงผาแต้ม ความพร้อมที่ควรพัฒนา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนา คือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีชื่อเสียง ส่วนอีก 3 ผลิตภัณฑ์ที่เหลือ ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม
- 2) จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ) ควรพัฒนาด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเน้นที่กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้เกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่วันั้น ๆ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาด้านศักยภาพในแต่ละจังหวัด สรุปได้ดัง

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ
นครราชสีมา	เขาแผงม้า น้ำตกเหวสุวัต สวนสัตว์นครราชสีมา อุทยานแห่งชาติทับลาน ทล. ที่ 13 (สวนห้อม)	ปราสาทหินพนมวัน พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหิน พิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติพิมาย หลวงปู่โตใหญ่ที่สุดในโลก	งานเทศกาลเที่ยวพิมาย ศูนย์วิจัยข้าวโพดและ ข้าวฟ่างแห่งชาติ (ไร่สุวรรณ)
บุรีรัมย์	วนอุทยานเขากระโดง	พิพิธภัณฑน์หลวงปู่สุณ พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์	ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ ศูนย์หัตถกรรมผ้าตุ้มทอง ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน อำเภอนาโพธิ์
สุรินทร์	วนอุทยานปาสนหนองคู อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	วัดเขาศาลา วัดเพชรบุรี (หลวงปู่หงส์) ปราสาทจอมพระ ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือนโต้ง ปราสาทตาเมือนธม ปราสาทบ้านช่างปี ปราสาทบ้านไพล ปราสาทเมืองที ปราสาทศีขรภูมิ หลวงพ่อบุญศรีวัดบูรพาราม	งานมหกรรมข้าวหอม มะลิเกษตรอินทรีย์ และมหกรรมผ้าไหม สุรินทร์ ประเพณีบุญบั้งไฟศรีนคร เตาท้าวเธอ หมู่บ้านจักสานบุทม หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้าน ดงมัน หมู่บ้านหัตถกรรม เขวาสินรินทร์ ตลาดแลกเปลี่ยนสินค้า ช่องจอม
อุบลราชธานี	น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกแสงจันทร์หรือ น้ำตกภู ผาชนะได ภูสมุย แม่น้ำสองสีหรือดอนด่าน ปากแม่น้ำมูล เสาชะเลียง แก่งตะนะ	วัดใต้พระเจ้าใหญ่องค์ตื้อ วัดทุ่งศรีเมือง วัดสุปฏิหารามวรวิหาร ธรรมาสถูปาสีลปะทิววนที่ บ้านชีทวน พิพิธภัณฑน์เปิดบ้านก้านเหลือง พิพิธภัณฑน์พื้นเมืองวัดท่าไทร	งานประเพณี มหาสงกรานต์แก่งสะพือ บ้านปะอาว โฮมสเตย์ชมรมอนุรักษ์ผ้า พันธุ์พื้นบ้าน โฮมสเตย์บ้านชะจอม โฮมสเตย์บ้านปะอาว

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ
อุบลราชธานี (ต่อ)	แก่งสะพือ เขื่อนปากมูล เขื่อนสิรินธร		
ศรีสะเกษ	น้ำตกสำโรงเกียรติ น้ำตกห้วยจันทร์ ผามออีแดง อุทยานแห่งชาติเขาพระ วิหาร	วัดกันทรารมย์ วัดบูรพามหาพุทธาราม วัดมหาพุทธาราม ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ พระธาตุเรืองรอง	งานเทศกาลหอมแดง กระเทียมดี ของดียางชุมนุ ม ครุ่่น้อยบ้านสะอาง
ชัยภูมิ	จุดชมวิวเทือกเขาพังเหย น้ำตกผาเอียง ลานหินแตก ทุ่งดอกกระเจียว อุทยานแห่งชาติไทรทอง บึงละหานลูกนก บึงแวง (บึงนกเป็ดน้ำ)	พระพุทธรูปแบบทวาราวดี ศาลเจ้าพ่อพระยาแล	งานวันดอกกระเจียวบาน

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาในเชิงลึกกว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม 2 อันดับแรก คือ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์ นั้น ในการพัฒนาความพร้อมควรพัฒนาด้านใดบ้าง และควรพัฒนาอย่างไร รวมทั้งการพัฒนา ด้านศักยภาพนั้น กิจกรรมเสริมที่ควรมีในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นั้น ๆ ควรเป็นกิจกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม และควรสร้างสิ่งดึงดูดใจอย่างไรให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นั้น ๆ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: RDG4950096

โครงการ: ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

คณะผู้จัดทำ: จิตตานันท์ ตีกุล, สฤณี ศรีขาว, พิกุล ประดับศรี, จุไรรัตน์ วิสัยดี,

สุวรรณี แพงดาวงษ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

E-mail Address: jittanan@g.sut.ac.th, sarit@sut.ac.th, pikunc@sut.ac.th,

churairat@sut.ac.th, suwannee@sut.ac.th

ระยะเวลาโครงการ: 1 มิถุนายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ *ประการแรก* เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สอง* เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สาม* เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ *ประการสุดท้าย* เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ *กลุ่มแรก* เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ *กลุ่มที่สอง* เป็นมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานี จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์การสัมภาษณ์มัคคุเทศก์

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์

โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม 137 ผลิตภัณฑ์ตามลำดับ โดยจังหวัดนครราชสีมามีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

2. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีศักยภาพในระดับสูงเพียงร้อยละ 8 มีศักยภาพในระดับปานกลางร้อยละ 25 และมีศักยภาพในระดับต่ำถึงร้อยละ 67

สำหรับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้นั้น ร้อยละ 58 ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 38 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ

3. ในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาก่อน 2 อันดับแรก คือ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และความพร้อมปานกลาง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่การพัฒนาความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านที่ยังมีผลการประเมินในระดับปานกลาง โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและมีความพร้อมสูง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่พัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น และการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว

4. ยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ควรดำเนินการ ได้แก่ 1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

คำหลัก: ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว, ศักยภาพ, ความพร้อม

ABSTRACT

Project Code: RDG4950096

Project Title: Potential and Readiness of Tourism Products in the Lower Northeastern Part of Thailand

Investigators: Tikul J., Srikhao S., Pikul P., Wisaidee C., Pangtawong S.
Suranaree University of Technology

E-mail Address: jittanan@sut.ac.th, sarit@sut.ac.th, pikunc@sut.ac.th,
churairat@sut.ac.th, suwannee@sut.ac.th

Project Duration: June 1, 2006 – May 31, 2007

This research aimed to examine 1) the tourism products, 2) the potentials and readiness of tourism products, 3) ways of potential developments of tourism products, and 4) the dependable strategies in creating strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries. The population of this research consisted of two groups. The first group included the tourism products in the lower Northeastern provinces, i.e. Nakhon Ratchasima, Buri Ram, Surin, Ubon Ratchathani, Si Sa Ket, and Chaiyaphum. The second group was comprised of 10 tour guides in Nakhon Ratchasima and Ubon Ratchathani. The data were collected using various forms of summary, brief, tour guide interview, and evaluation of potential and readiness of tourism products. The information obtained was analyzed using SPSS for Windows to classify types and to evaluate the potentials and readiness of the tourism products. Also, the content analysis was used to analyze tour guide interviews.

Findings

1. It was found there were 585 tourism products in the 6 provinces of the lower Northeastern part, with highest amounts in natural products (229), historical sites, ancient remains, antiques and religious objects (219), and lowest products in cultural, traditional activities (137).

2. Only an 8 percent of tourism products was found to have high potentials; 25 percent was found to be moderate, and 67 percent was low.

In case of the readiness of the tourism products of the lower Northeastern provinces, 58 percent of the products was found to be moderate, 38 percent was found to be high, and 3 percent was low.

3. It was found that the first two tourism products needed to be developed were 1) the tourism products having high potentials but with moderate amount of readiness by emphasizing on the development of the tourism products with moderate amount of readiness, especially accommodations and environments, and 2) the tourism products with moderate potentials but with high amount readiness by emphasizing on developing the potentials of tourism products especially special activities promoting the products, and creating attractions that help attract tourists to visit.

4. The dependable strategies in creating strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries included 1) establishing connection points on tourism routes within the 6 provinces of the lower Northeastern area of the country, 2) offering information on tourism products e.g. historical sites, ancient remains, antiques and religious objects, and 3) developing proactive modern marketing to attract tourists to visit these provinces through connections with neighboring countries.

Keyword: Tourism Products, Potential, Readiness

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	ข
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ช
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ญ
สารบัญ.....	ฎ
สารบัญตาราง.....	ฒ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
บทนำ.....	1
หลักการและเหตุผล.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
คำถามการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Outputs).....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes).....	7
แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	8
สรุป.....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
บทนำ.....	9
การทบทวนวรรณกรรม.....	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
สรุป.....	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	72
บทนำ.....	72
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	72
ระเบียบวิธีวิจัย.....	75
สรุป.....	81
บทที่ 4 ผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	82
บทนำ.....	82
ผลการศึกษา.....	82
อภิปรายผล.....	103
ข้อเสนอแนะ.....	105
สรุป.....	107
บทที่ 5 บทสรุป.....	109
บทนำ.....	109
บทสรุป.....	109
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	112
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	118
ภาคผนวก ก ทรัพยากรการท่งเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง...	119
ภาคผนวก ข แบบบันทึกผลิตภัณฑ์การท่งเที่ยว.....	145
ภาคผนวก ค แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่งเที่ยว.....	148
ภาคผนวก ง รายชื่อผู้ตรวจสอบแบบประเมินศักยภาพและความพร้อม ของผลิตภัณฑ์การท่งเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.....	152
ภาคผนวก จ รายชื่อมัคคุเทศก์ที่ให้สัมภาษณ์.....	154
ภาคผนวก ฉ แบบสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม ของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่งเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.....	156

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ข สภาพทั่วไปของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.....	159
ภาคผนวก ข ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภทศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา.....	179
ภาคผนวก ฅ บททความวิจัย.....	209
ภาคผนวก ญ ประวัติผู้วิจัย.....	224

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	เกณฑ์การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	19
ตารางที่ 2.2	เกณฑ์การประเมินสภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....	23
ตารางที่ 2.3	เกณฑ์การประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว.....	24
ตารางที่ 2.4	เกณฑ์การประเมินสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว.....	25
ตารางที่ 2.5	เกณฑ์การประเมินข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว.....	26
ตารางที่ 2.6	เกณฑ์การประเมินชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว.....	26
ตารางที่ 2.7	จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด.....	29
ตารางที่ 2.8	เทศกาล กิจกรรม และงานประเพณีในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.....	30
ตารางที่ 2.9	จำนวนแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตาม ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด.....	31
ตารางที่ 2.10	จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนก ตามประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด.....	32
ตารางที่ 2.11	จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนก ตามประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด.....	33
ตารางที่ 2.12	จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยว จำแนกตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจังหวัด.....	33
ตารางที่ 2.13	ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยรวมใน กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามจังหวัดและปัจจัยการประเมิน..	39
ตารางที่ 2.14	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล ประเพณี และวัฒนธรรม จำแนกตามจังหวัด และระดับของศักยภาพ.....	40
ตารางที่ 2.15	ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตาม ศักยภาพและความสำคัญ และประเภทของทรัพยากร การท่องเที่ยว.....	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 2.16 ผลการให้คะแนนศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามคะแนนศักยภาพและจังหวัด.....	43
ตารางที่ 2.17 สถานภาพ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ 6 จังหวัด.....	44
ตารางที่ 2.18 ทรัพยากรการท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัด ที่ตั้ง ประเภท และผลการประเมิน.....	45
ตารางที่ 2.19 การจัดกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จำแนกตามจังหวัดและปัจจัยการพิจารณา.....	49
ตารางที่ 2.20 เกณฑ์การประเมินที่ใช้ในงานวิจัย.....	53
ตารางที่ 2.21 ข้อมูลรูปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในภาพรวมของจังหวัด.....	54
ตารางที่ 2.22 ข้อมูลรูปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในภาพรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	56
ตารางที่ 2.23 เกณฑ์การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	62
ตารางที่ 2.24 เกณฑ์การประเมินสภาพการเข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	64
ตารางที่ 2.25 เกณฑ์การประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	66
ตารางที่ 2.26 เกณฑ์การประเมินสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..	68
ตารางที่ 2.27 เกณฑ์การประเมินข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว.....	69
ตารางที่ 2.28 เกณฑ์การประเมินชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	70
ตารางที่ 3.1 จำนวนอำเภอ/กิ่งอำเภอ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัด.....	75
ตารางที่ 4.1 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด.....	84
ตารางที่ 4.2 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด.....	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.3	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา จำแนกตามประเภท ย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด.....	86
ตารางที่ 4.4	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมจำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวและจังหวัด.....	87
ตารางที่ 4.5	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามระดับศักยภาพและ จังหวัด.....	88
ตารางที่ 4.6	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตาม ระดับศักยภาพและจังหวัด.....	89
ตารางที่ 4.7	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา จำแนกตามระดับ ศักยภาพและจังหวัด.....	90
ตารางที่ 4.8	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัด...	92
ตารางที่ 4.9	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามระดับความพร้อม และจังหวัด.....	92
ตารางที่ 4.10	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตาม ระดับความพร้อมและจังหวัด.....	93
ตารางที่ 4.11	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา จำแนกตามระดับความ พ ร ู้ อ ม แ ล ะ จ ั ง ห วั ด.....	94

ตารางที่ 4.12	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมจำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัด	95
ตารางที่ 4.13	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา จำแนกตามระดับศักยภาพในการพัฒนาและจังหวัด.....	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.14	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาปานกลาง จำแนกตามระดับศักยภาพ – ระดับความพร้อมและจังหวัด.....	97
ตารางที่ 4.15	จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนา จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด.....	102
ตารางที่ 4.16	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา จำแนกตามจังหวัดและประเภทผลิตภัณฑ์.....	105
 ตารางภาคผนวก		
ตารางที่ ก.1	ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง.....	120
ตารางที่ ก.2	ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง.....	127
ตารางที่ ก.3	ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง.....	130
ตารางที่ ก.4	ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง.....	133
ตารางที่ ก.5	ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง.....	139
ตารางที่ ก.6	ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง.....	142
ตารางที่ ข.1	สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดนครราชสีมา ปี 2547 และ 2548	163
ตารางที่ ข.2	สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดบุรีรัมย์ ปี 2547 และ 2548.....	166
ตารางที่ ข.3	สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดสุรินทร์ ปี 2547 และ 2548.....	169
ตารางที่ ข.4	สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดอุบลราชธานี ปี 2547 และ 2548.	172

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ ข.5	สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดศรีสะเกษ ปี 2547 และ 2548.....	175
ตารางที่ ข.6	สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดชัยภูมิ ปี 2547 และ 2548.....	178
ตารางที่ ข.1	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานที่ตั้ง และประเภทผลิตภัณฑ์.....	180
ตารางที่ ข.2	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์จำแนกตามสถานที่ตั้ง และประเภทผลิตภัณฑ์.....	185
ตารางที่ ข.3	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง และประเภทผลิตภัณฑ์.....	188
ตารางที่ ข.4	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสถานที่ตั้ง และประเภทผลิตภัณฑ์.....	190
ตารางที่ ข.5	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามสถานที่ตั้ง และประเภทผลิตภัณฑ์.....	192
ตารางที่ ข.6	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามสถานที่ตั้ง และประเภทผลิตภัณฑ์.....	195
ตารางที่ ฉ.1	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์.....	199
ตารางที่ ฉ.2	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์.....	206
ตารางที่ ฉ.3	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์.....	211
ตารางที่ ฉ.4	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์.....	214
ตารางที่ ฉ.5	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์.....	218

<p>ตารางที่ ๖.6</p>	<p>ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์.....</p>	<p>223</p>
---------------------	--	------------

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ ญ.1	229
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา.....	229
ตารางที่ ญ.2	233
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา.....	233
ตารางที่ ญ.3	236
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา.....	236
ตารางที่ ญ.4	238
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา	238
๑.....	
ตารางที่ ญ.5	241
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา	241
๑.....	
ตารางที่ ญ.6	244
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา.....	244

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	พื้นที่ดำเนินการศึกษา..... 6
ภาพที่ 2.1	กรอบในการจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..... 60
ภาพที่ 2.2	กรอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..... 61
ภาพที่ 2.3	กรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..... 63
ภาพที่ 3.1	กรอบในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..... 73
ภาพที่ 3.2	กรอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..... 74
ภาพที่ 3.3	กรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..... 74
ภาพที่ 3.4	กรอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว..... 74
สารบัญภาพภาคผนวก	
ภาพที่ ข.1	อาณาเขตของพื้นที่ดำเนินการศึกษา..... 160

บทที่ 1 บทนำ

1.1 บทนำ

การนำเสนอในบทนี้ เป็นการกล่าวถึงหลักการและเหตุผลที่ควรทำการวิจัยเรื่องนี้ วัตถุประสงค์ของโครงการ คำถามการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Output) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes) และแนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ โดยในแต่ละหัวข้อมีรายละเอียดดังนี้

1.2 หลักการและเหตุผล

จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และจังหวัดชัยภูมิ เป็นจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความหลากหลายทางธรรมชาติ เช่น เทือกเขาแดงพญาเย็นและพนมดงรัก เป็นต้น ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากมาย อีกทั้งยังมีอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะอารยธรรมของขอมซึ่งเป็นชนที่มีความรุ่งเรืองสูงสุดชาติหนึ่ง จากหลักฐานที่มีอยู่มากมาย เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน รวมทั้งงานหัตถกรรมสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ เครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้ให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนผู้เยี่ยมชม (นักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร) ที่มาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดข้างต้นในปี 2547 มีจำนวน 7,999,413 คน ในปี 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 8,731,789 คน อัตราการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.16 ซึ่งจำนวนผู้เยี่ยมชมที่เป็นคนไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.77 ในขณะที่จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 29.07 โดยจังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนผู้เยี่ยมชมมากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดอุบลราชธานี รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มจาก 11,389.99 ล้านบาท เป็น 12,989.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1,599.14 ล้านบาท (ร้อยละ 14.04) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) การเดินทางของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ส่วนใหญ่เพื่อชมภาพของความงดงาม

แห่งแผ่นดินอันมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานซึ่งถือเป็นทรัพยากรของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อันทรงคุณค่า หากต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้นไปอีก จำเป็นต้องมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้เชื่อมโยงกัน หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดเส้นทางสรุปจากจำนวนผู้เยี่ยมชม 6 จังหวัด การท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงของกลุ่มจังหวัด หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว แหล่งท่องเที่ยวต้องมีศักยภาพและความพร้อมสำหรับการรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง

แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ส่วนใหญ่มีศักยภาพและความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งได้เริ่มมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว) รวมทั้งประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อเสนอให้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ได้นำไปเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกำหนดยุทธศาสตร์ที่พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่างยั่งยืนต่อไป

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 2) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 4) เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

1.4 คำถามการวิจัย

- 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แต่ละประเภท มีจำนวนเท่าใด ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้าง และมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ใด

- 2) ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แต่ละประเภทเป็นอย่างไร
- 3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร
- 4) แนวทางของยุทธศาสตร์ที่มุ่งเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ผู้ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างไร

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (เทศกาล และงานประเพณี การจัดแสดงแสง-เสียง กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมพิเศษ) รวมถึงบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (บริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการสารสนเทศ บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก บริการภัตตาคารและร้านอาหาร บริการด้านบันเทิงเริงรมย์ บริการด้านสินค้าของที่ระลึก และบริการด้านความปลอดภัย) ที่ตอบสนองความพอใจของผู้เยี่ยมชม (visitors) ทั้งนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (tourists) และนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (excursionists)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา ถ้ำ หน้าผา ใโปง น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร เส้นทางศึกษาธรรมชาติ หาดทรายน้ำจืด หินธรรมชาติที่มีรูปลักษณะต่าง ๆ เกาะ แก่ง น้ำพุธรรมชาติ น้ำผุด เขตรักษาพันธุ์สัตว์ หน่วยอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ สถานีเพาะพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ป่าชุมชน ทุ่งหญ้า ทุ่งดอกไม้ สถานีวิจัย เขื่อน อ่างเก็บน้ำ ฝาย แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑสถานสัตว์ดึกดำบรรพ์ ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ สถานที่ปฏิบัติธรรม กำแพงเมือง คูเมือง ศาลหลักเมือง ศาลเจ้า อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน และหลักศิลาจารึก เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในลักษณะศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงกิจกรรมหรือบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานประเพณี งานเทศกาล ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท)

ศูนย์วัฒนธรรม สวนสาธารณะ สินค้าพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน ไร่ นา สวน พืช ผัก ผลไม้ แหล่งซื้อของ/ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิง แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งจัดกิจกรรม ศูนย์ข้อมูล ศูนย์การเรียนรู้ และสถานที่สำคัญอื่น ๆ เช่น พระตำหนัก สถานที่ศึกษาที่มีลักษณะพิเศษ เป็นต้น

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว) ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ อันจะยังผลเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งตอบสนองความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งบริการการท่องเที่ยว) ที่พร้อมจะต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ท่องเที่ยวนั้น หรือชมกิจกรรมการท่องเที่ยว

สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางทำสภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวก หรือยาก และคำว่าจ้างแพหรือเรือ เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้ไกลที่จะไปอาศัย

ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด

สภาพแวดล้อม หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รวมตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ เช่น สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน สภาพน้ำตามแหล่งน้ำชุ่มชื้นหรือใสสะอาด และความสะอาดอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเอง และบริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาจนเป็นไปในลักษณะมลภาวะย่อมจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

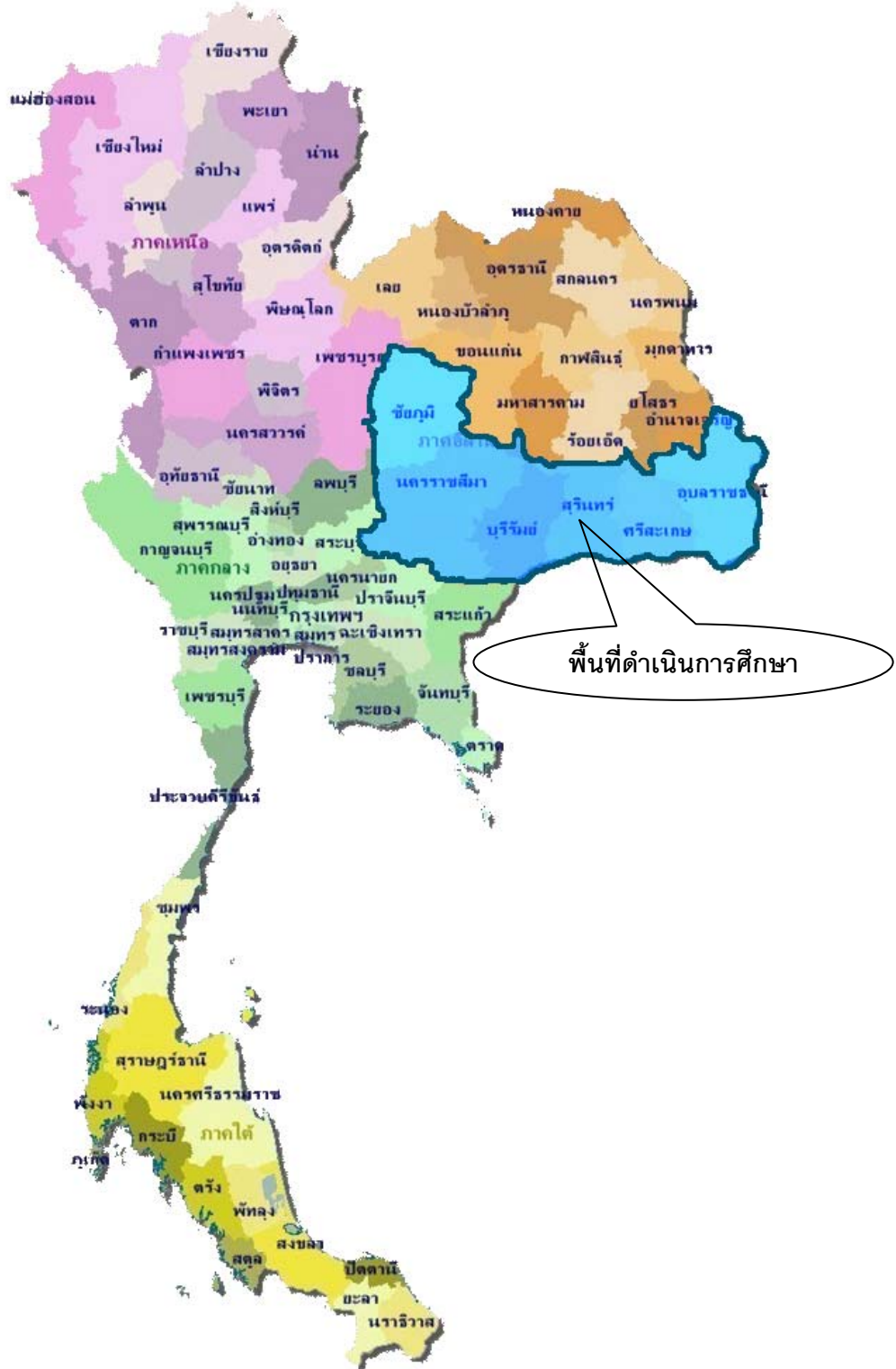
ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากในที่พัก น้ำประปา ไฟฟ้า จะบริการได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดเป็นเขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน เป็นต้น

ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวนั้น ๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปในปัจจุบัน

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1) พื้นที่ดำเนินการศึกษา ประกอบด้วย กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และจังหวัดชัยภูมิ ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 พื้นที่ดำเนินการศึกษา

2) ผลลัพธ์การท่งเกี่ยวในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แหล่งท่งเกี่ยว กิจกรรมทางท่งเกี่ยว และบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่งเกี่ยว โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ (1) ผลลัพธ์การท่งเกี่ยวประเภทธรรมชาติ (2) ผลลัพธ์การท่งเกี่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา และ (3) ผลลัพธ์การท่งเกี่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

3) ศักยภาพของผลลัพธ์การท่งเกี่ยว พิจารณาภายใต้ขอบเขตของความเป็นมา ความสำคัญของผลลัพธ์การท่งเกี่ยว กิจกรรมเสริมในผลลัพธ์การท่งเกี่ยว ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน และสุนทรีย์ภาพ

4) ความพร้อมของผลลัพธ์การท่งเกี่ยว พิจารณาภายใต้ขอบเขตของความพร้อมในด้านสภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่งเกี่ยว และความเสี่ยงในปัจจุบัน

1.7 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Outputs)

6 เดือนที่ 1

- 1) จำนวนผลลัพธ์การท่งเกี่ยวในแต่ละประเภท

6 เดือนที่ 2

- 1) จำนวนผลลัพธ์การท่งเกี่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อม
- 2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลลัพธ์การท่งเกี่ยว
- 3) แนวทางของยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่งเกี่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes)

- 1) กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดมีข้อมูลประกอบการพิจารณาพัฒนาและปรับปรุงผลลัพธ์การท่งเกี่ยวให้สามารถรองรับนักท่งเกี่ยวได้อย่างเหมาะสม
- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อมูลประกอบการสนับสนุน ส่งเสริมการท่งเกี่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด

1.9 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดมีข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน

1.10 สรุป

จากการที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้อง) ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา จำนวนอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม ศักยภาพและความพร้อมอาจมีการเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น หากได้มีการศึกษาถึงสภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ณ ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และจังหวัดชัยภูมิ จะทำให้ทั้ง 6 จังหวัดดังกล่าวมีข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกัน

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1

บทนำ

คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในตอนต้น โดยได้แบ่งการนำเสนอผลของการทบทวนออกเป็น 3 ตอน คือ *ตอนแรก* เป็นการนำเสนอการทบทวนวรรณกรรม *ตอนที่สอง* เป็นการนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ *ตอนสุดท้าย* เป็นการนำเสนอบทสรุปการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้เป็นกรอบในการวิจัย โดยในแต่ละตอนมีรายละเอียดดังนี้

2.2 การทบทวนวรรณกรรม

การนำเสนอในตอนนี้ จะเป็นการนำเสนอการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วนคือ *ส่วนแรก* เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว *ส่วนที่สอง* เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว *ส่วนที่สาม* เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ *ส่วนสุดท้าย* เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำหลัก 2 คำ คือ ผลิตภัณฑ์ และการท่องเที่ยว ดังนั้นในตอนนี้จะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ *ส่วนย่อยแรก* เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ *ส่วนย่อยที่สอง* เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยในแต่ละส่วนย่อยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำหลัก 2 คำ คือ ผลิตภัณฑ์ และการท่องเที่ยว ในส่วนของคำว่า “ผลิตภัณฑ์” มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2541: 242) ให้ความหมายของ ผลิตภัณฑ์ ว่าหมายถึง สินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และเพลินทิพย์ โกเมศโสภา (2546: 101) ให้ความหมายของ ผลิตภัณฑ์ว่า หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้และมีตัวตน (tangible

object) ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าธุรกิจ/อุตสาหกรรมต่าง ๆ และสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (intangible offering) เช่น ธุรกิจบริการต่างๆ นอกจากนี้ <http://cyberlab.lh1.ku.ac.th/elearn/faculty/admin/admin09/chap4.htm> ให้ความหมายของ ผลิตภัณฑ์ ว่าหมายถึง สิ่งที่ผู้ขายเสนอขายต่อตลาด ซึ่งมีประโยชน์สนองความต้องการของผู้บริโภคได้

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์มีทั้งที่สามารถจับต้องได้และมีตัวตน หรือที่ไม่สามารถจับต้องได้

ความหมายของ “การท่องเที่ยว” หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเพื่อการเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง โดยเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไข 3 ประการคือ (1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (2) เดินทางด้วยความสมัครใจ และ (3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547: 1-2; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549; ดลฤทัย โกวรรธนะกุล, 2549)

จากความหมายของ “ผลิตภัณฑ์” และความหมายของ “การท่องเที่ยว” ข้างต้นสรุปได้ว่า “ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว” หมายถึง สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยลักษณะของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นมีทั้งที่สามารถจับต้องได้และมีตัวตน หรือที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งใกล้เคียงกับความหมายที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2548) ให้อำนาจ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง สินค้า (รวม OTOP) และบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ (ธรรมชาติและมนุษย์ สร้างขึ้น) และกิจกรรมการท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง สินค้า (แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว) และบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความพอใจของผู้เยี่ยมเยือน (visitors) ทั้งนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (tourists) และนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (excursionists)

2.2.1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึง องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวซึ่งแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ (1) สินค้าทางการท่องเที่ยว (2) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และ (3) บริการทางการท่องเที่ยว แต่ละองค์ประกอบมีความหมายและองค์ประกอบย่อย ดังนี้

1) **สินค้าทางการท่องเที่ยว** สินค้าทางการท่องเที่ยวถือเป็น องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในที่นี้ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศแบ่งได้ 3 ประเภท โดยกำหนดนิยามและความหมายไว้ดังนี้ (ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540; สภาสถาบันราชภัฏ, 2543; บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545; กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547)

(1) **ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร เกาะแก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ เขื่อนอ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) ปะการังและธรรมชาติใต้ทะเล เป็นต้น

(2) **ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนา** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมืองคูเมืองอนุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน เป็นต้น

(3) **ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม** หมายถึง ทรัพยากรท่องเที่ยวในลักษณะพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก สวนน้ำ aquarium สินค้าพื้นเมือง และแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน ไร่ นา สวน พืช ผัก ผลไม้ เหมือน กีฬาประเภทต่าง ๆ ทั้งทางบกและทางน้ำ แหล่งซื้อของ/ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิง โรงละคร โรงภาพยนตร์ สถานที่จัดแสดงทางวัฒนธรรมและการละเล่นอื่น ๆ ในท้องถิ่น โรงงานอุตสาหกรรม บริเวณเมืองที่ทันสมัย เป็นต้น

2) **กิจกรรมทางการท่องเที่ยว** เหตุการณ์และกิจกรรม ถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง โดยเหตุการณ์และกิจกรรมมีความแตกต่างกันดังนี้ (บริษัท คอร์ปแพลนนิ่งแอนด์ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด, 2545ค)

เหตุการณ์ มีขอบเขตครอบคลุมตั้งแต่ เทศกาล ประเพณี การแข่งขัน ประเภทต่าง ๆ และกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเทศกาลและประเพณีมีรากฐานมาจากวิถีทางสังคมและ

วัฒนธรรมของท้องถิ่น จัดขึ้นโดยประชาชนในท้องถิ่นโดยเฉพาะ แต่ก็อาจมีความน่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยวจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักได้ ส่วนการแข่งขัน ทั้งที่เป็นเกมกีฬาต่าง ๆ การประกวดประชันดนตรี อาหาร ศิลปะต่าง ๆ และกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น งานแสดงสินค้า นิทรรศการ หรือการจัดประชุม มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองประชาชนในท้องถิ่นและผู้มาเยี่ยมชมเยียมตามกลุ่มความสนใจ หากมีการจัดเป็นประจำ ในเวลาที่แน่นอน มีความดึงดูด ความน่าสนใจ และขนาดใหญ่พอที่จะดึงดูดผู้มาเยี่ยมชมเยียม จะมีความกลายเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้

กิจกรรม หมายถึง สิ่งดึงดูดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดหรือสร้างขึ้นโดยมุ่งที่จะให้บริการต่อการท่องเที่ยว นันทนาการ และพักผ่อนหย่อนใจ เช่น กอล์ฟ สวนสนุก ศูนย์การบันเทิงเรีงรมย์ สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ สวน รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ ในจุดหมายทางการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้เยี่ยมชมเยียมมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น กีฬา การจับจ่ายซื้อของ หรือแม้แต่กิจกรรมทางธุรกิจ เกษตรกรรมและอุตสาหกรรม สำหรับกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ มีทั้งประเภทที่ต้องมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกมาก เช่น สนามกอล์ฟ สนามกีฬาต่าง ๆ ไปจนถึงที่ไม่ต้องมีการพัฒนามากหรือไม่มีเลย เช่น การเดินป่าท่องเที่ยว การเดินชมธรรมชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งกิจกรรมการท่องเที่ยว ออกเป็น 4 ประเภท คือ เทศกาลและงานประเพณี การจัดแสดงแสง-เสียง กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมพิเศษโดยทั้ง4ประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้

(1) กิจกรรมท่องเที่ยวด้านเทศกาลและงานประเพณี แบ่งได้

เป็น 5 กลุ่ม คือ (1) งานรื่นเริง เป็นงานเทศกาลและประเพณีที่หน่วยงานราชการจัดขึ้นตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทยที่กำหนดให้ทุกจังหวัดจัดงานเฉลิมฉลองเพื่อความครึกครื้นเป็นหลัก หรือจัดขึ้นเพิ่มชีวิตชีวาให้กับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น งานวันปีใหม่ งานกาชาด เป็นต้น (2) งานแสดงผลผลิตทางการเกษตรและศิลปหัตถกรรม เป็นงานเทศกาลประเพณีที่มีเป้าหมายทางเศรษฐกิจ ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาติไทยโดยเฉพาะเกษตรกร ช่วยแก้ปัญหาความยากจนและภาวะการว่างงาน ตลอดจนช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่น (3) งานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และศาสนาเป็นงานเทศกาลและประเพณีที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและคุณธรรมอันเนื่องมาจากวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การทำงานหากินซึ่งเกี่ยวข้องกับการเกษตรเป็นสำคัญ รวมถึงงานเทศกาลและประเพณีที่ช่วยเสริมความมั่นคงทางด้านคุณธรรม จริยธรรม ให้แก่ประชาชนในชาติ (4) งานรำลึกวีรชนและเหตุการณ์ที่สำคัญ เป็นงานที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แสดงความเชื่อมโยงของคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เพื่อช่วยส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความภาคภูมิใจใน

ความเป็นชาติและความสามัคคีของคนในชาติ เช่น งานวันประวัติศาสตร์กรุงศรีอยุธยาฉลองมรดกโลก เป็นต้นและ (5) งานอื่น ๆ เป็นงานพิเศษที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะที่ช่วยเสริมสร้างคุณค่าสาระทางจิตใจและสังคมให้เกิดความดีงามและมีคุณค่า เช่น งานวันอนุรักษ์มรดกไทย งานแข่งเรือนานาชาติงานมหกรรมกีฬาพื้นบ้าน เป็นต้น

(2) **การจัดแสดงแสง-เสียง** เป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมาก ซึ่งการแสดงแสงและเสียงในประเทศไทย แบ่งได้เป็น 4 ลักษณะคือ (1) การแสดงแสงและเสียง เป็นการแสดงที่สื่อสารเรื่องราวเสียงบรรยาย เสียงประกอบ และเพลงประกอบเป็นหลัก โดยจะมีแสงส่องที่วัตถุโบราณสถาน ช่วยเสริมอารมณ์และบรรยากาศ หรืออาจมีเทคนิคช่วยให้การแสดงน่าสนใจเพิ่มขึ้น การแสดงประเภทนี้มักไม่มีตัวละครหรือผู้แสดงมาเกี่ยวข้องสามารถจัดแสดงได้วันละหลาย ๆ รอบ เพราะเป็นลักษณะการติดตั้งแบบถาวรและลงทุนสูงเพียงครั้งเดียว แต่จะได้ผลกำไรในระยะยาว (2) การแสดงแสงและเสียงประกอบจินตภาพ เป็นการแสดงที่สื่อสารเรื่องราวด้วยเสียงบรรยาย เสียงประกอบและเพลงประกอบเป็นหลัก จะมีแสงส่องที่วัตถุโบราณสถาน ช่วยเสริมอารมณ์และบรรยากาศ มีการแสดงสดบางส่วนเพื่อสื่อความหมายของเนื้อหาให้ชัดเจนและเพิ่มความประทับใจมากขึ้น เช่น การฟ้อนรำ จินตลีลา เป็นต้น (3) การแสดงประกอบแสงและเสียง เป็นการแสดงละครและจินตลีลากลางแจ้ง โดยใช้ผู้แสดงบทบาทแสดงเป็นหลักในการดำเนินเรื่องราวและสื่อสาร แต่มีระบบแสงและเสียง เทคนิคพิเศษด้านฉากและอื่น ๆ เป็นส่วนเสริมอารมณ์ บรรยากาศ และ (4) การแสดงประกอบแสงและเสียงขนาดเล็ก เป็นการแสดงที่ย่อหรือจำลองการแสดงประกอบแสงเสียงที่มีขนาดใหญ่ให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด ทั้งในด้านการแสดงประกอบ เทคนิคระบบแสงและเสียง ระยะเวลาการแสดง แต่การแสดงในลักษณะนี้สามารถรองรับกลุ่มผู้ชมได้ในวงจำกัด สามารถจัดได้หลายครั้งหลายโอกาส ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมมากนัก มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนต่ำ สามารถใช้ทรัพยากรในพื้นที่ได้ สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ชมได้จึงทำให้ง่ายต่อการสร้างความประทับใจ

(3) **กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว** กิจกรรมกีฬา รวมถึงการแข่งขันและการประกวด มีทั้งระดับนานาชาติ ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น มีกีฬาหลายชนิดที่ดึงดูด เช่น การแข่งขันกีฬานานาชาติ การแข่งเรือยาวประเพณี การแข่งวิ่งควาย การประกวดวงโยธวาทิต เป็นต้น

(4) **กิจกรรมพิเศษ** เป็นกิจกรรมที่สามารถจัดวาระในวันสำคัญหรือโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล เช่น กิจกรรมในงานวันเฉลิมพระชนมพรรษา งานฉลองกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี เป็นต้น

3) **บริการทางการท่องเที่ยว** บริการทางการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บริการเป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจเช่นเดียวกับสินค้า แต่มีความแตกต่างจากสินค้า กล่าวคือ บริการ เป็นการกระทำที่เกิดขึ้น และส่งมอบแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าในเวลานั้นทันที โดยที่ผู้รับบริการต้องสัมผัสและใช้บริการนั้น ๆ ในเวลาเดียวกัน สิทธิในการใช้บริการของผู้รับบริการหรือลูกค้า เป็นสิทธิชั่วคราวในระยะเวลาและสถานที่ซึ่งกำหนดไว้ บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และเป็นสิ่งที่รู้สึกได้ บริการไม่สามารถเก็บสะสมไว้ได้และเสื่อมสลายเสียหายไปเมื่อไม่มีผู้ให้บริการ ในขณะที่สินค้า เป็นวัตถุดิบของที่ผลิตขึ้นมา โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ผลิต เมื่อผลิตแล้วจึงส่งถึงมือลูกค้า เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าแล้ว จะตกเป็นสิทธิของลูกค้าที่จะใช้เมื่อใดก็ได้ การตรวจสอบสินค้า ณ จุดส่งมอบทำได้ง่าย สินค้าที่ยังไม่ได้ขาย หรือลูกค้าซื้อไปแล้วยังไม่ได้ใช้สามารถเก็บรักษาไว้ได้ บริการทางการท่องเที่ยวออกเป็น 8 กลุ่ม คือ บริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการสารสนเทศ บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการภัตตาคารและร้านอาหาร บริการด้านบันเทิงเริงรมย์ บริการด้านสินค้าของที่ระลึก และบริการด้านความปลอดภัย (บริษัท คอร์ท แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด, 2545ข)

จากองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่พิจารณาจากรากศัพท์ของคำว่า “ผลิตภัณฑ์” และ “การท่องเที่ยว” ข้างต้น จะเห็นได้ว่า “กิจกรรมทางการท่องเที่ยว” นั้นนับเป็นส่วนหนึ่งของ “สินค้าทางการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว” โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจัดอยู่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม

หากพิจารณาความหมายของ “ผลิตภัณฑ์” ในแง่ของสิ่งจับต้องได้และมีตัวตน และไม่สามารถจับต้องได้ อาจกล่าวได้ว่า “สินค้าทางการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว)” เป็นผลิตภัณฑ์ในแง่ที่จับต้องได้และมีตัวตน ในขณะที่ “บริการทางการท่องเที่ยว” เป็นผลิตภัณฑ์ในแง่ที่ไม่สามารถจับต้องได้

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงกำหนดองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแง่ของสิ่งจับต้องได้และมีตัวตน ซึ่งก็คือ “สินค้าทางการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว)” โดยอาศัยกรอบการแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวข้างต้น ประกอบกับบริบทของภาคอีสาน องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ (เพลินพิศ โกเมศ โสภา, 2546; ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น,

2540; สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2543; บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545; บริษัท คอร์ แพลนิง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด, 2545ก, 2545 ข และ 2545 ค;กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา ถ้ำ หน้าผา โป่ง น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร เส้นทางศึกษาธรรมชาติ หาดทรายน้ำจืด หินธรรมชาติที่มีรูปลักษณะต่าง ๆ เกาะ แก่ง น้ำพุธรรมชาติ บ่อน้ำพุร้อน บ่อน้ำซับ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ หน่วยอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ สถานีเพาะพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ป่าชุมชน ทุ่งหญ้า ทุ่งดอกไม้ สถานีวิจัย เขื่อน อ่างเก็บน้ำ ฝ่ายแหล่งน้ำจืด(ห้วยหนองคลองบึง) เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑ์ สุสานสัตว์ดึกดำบรรพ์ ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ สถานที่ปฏิบัติธรรม กำแพงเมือง คูเมือง ศาลหลักเมือง ศาลเจ้า อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน และหลักศิลาจารึก เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในลักษณะศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงกิจกรรมหรือบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานประเพณี งานเทศกาล ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สวนสาธารณะ สินค้าพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน ไร่ นา สวน พืช ผัก ผลไม้ แหล่งซื้อของ/ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิง แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งจัดกิจกรรม ศูนย์ข้อมูล ศูนย์การเรียนรู้ และสถานที่สำคัญอื่นๆเช่นพระตำหนักสถานที่ศึกษาที่มีลักษณะพิเศษเป็นต้น

2.2.2 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การนำเสนอในส่วนนี้ เป็นการกล่าวถึง ความหมายของศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบของศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามรายละเอียดดังนี้

2.2.2.1 ความหมายของศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ราชบัณฑิตยสถาน (2546: 1095) ให้ความหมายของ “ศักยภาพ” ไว้ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่า ศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้

ในด้านการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 62) กล่าวว่า ศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยวหรือคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ อันจะยังผลเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งตอบสนองของความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ศักยภาพ และศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยวหรือคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว อาจกล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับความหมายของศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้ว่า หมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว) ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ อันจะยังผลเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งตอบสนองของความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.2.2.2 องค์ประกอบของศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 64) กล่าวถึง องค์ประกอบของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย ความเป็นมา ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน สุนทรียภาพ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง และกิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้น องค์ประกอบของศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในที่นี้จึงประกอบด้วย ความเป็นมา ความสำคัญ ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน สุนทรียภาพ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง และกิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว)

2.2.2.3 การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเกณฑ์ในการประเมินที่แตกต่างกันดังนี้

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษาจากภาคสนาม โดยดัดแปลงวิธีการประเมินมาจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2536) และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2537) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 6 ปัจจัย คือ (1) การเข้าถึง (2) สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว (3) ความสำคัญและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (4) ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวได้ (5) การรวมกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และ (6) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งเกณฑ์ทั้ง 6

ปัจจัยมีความสำคัญไม่เท่ากัน และได้กำหนดปัจจัยย่อยในการประเมิน รวมทั้งการให้น้ำหนัก ความสำคัญของแต่ละปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยการเข้าถึง พิจารณาจากปัจจัยย่อยในด้าน (1) ความสะดวกในการเข้าถึง เช่น มีผิวถนนที่มีผิวจราจรดี ไม่ห่างจากถนนสายหลักมากเกินไป (2) สามารถเข้าถึงได้โดยการคมนาคมหลายแบบ เช่น ทางบก ทางน้ำ มีพาหนะรับจ้างนำเข้าสู่สถานที่แห่งนั้นได้ หรืออาจเข้าถึงได้โดยการเดินเท้าอย่างเดียว และ (3) ระยะทางของการเข้าถึงจากจังหวัดหรืออำเภอมายังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ทั้งนี้ ปัจจัยในการเข้าถึงถือว่ามีความสำคัญต่อการเยี่ยมชมเยือนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด จึงให้น้ำหนักดังนี้ (1) การเข้าถึงดีหรือดีมาก ให้ 5 หน่วย (2) การเข้าถึงดีมีความสะดวกปานกลาง ให้ 3 หน่วย และ (3) การเข้าถึงควรได้รับการปรับปรุง ให้ 1 หน่วย

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว พิจารณาปัจจัยย่อยในด้าน (1) ใกล้ศูนย์กลางเมืองหรือศูนย์กลางชุมชน (2) ที่พัก (3) ปัจจัยในการเดินทางต่อเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว และ (4) สิ่งอำนวยความสะดวกในตัวแหล่งท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ที่จอดรถ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องสุขา มนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่และอื่น ๆ โดยให้น้ำหนักดังนี้ (1) มีสิ่งอำนวยความสะดวกดีหรือดีมาก ให้ 4 หน่วย (2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกปานกลาง ให้ 2 หน่วย และ (3) มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรได้รับการปรับปรุง ให้ 1 หน่วย

ปัจจัยด้านความสำคัญและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาปัจจัยย่อยในด้าน (1) ความสำคัญในแง่ของประวัติศาสตร์และโบราณคดี (2) ความสำคัญในแง่ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (3) ความสำคัญในแง่ของศาสนา (4) ความงามตามธรรมชาติหรือโดยฝีมือมนุษย์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือในแง่ของลักษณะทางนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว (5) ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคหรือจังหวัด โดยให้น้ำหนัก ดังนี้ (1) มีความสำคัญและมีสิ่งดึงดูดใจดีหรือดีมาก ให้ 4 หน่วย (2) มีความสำคัญและมีสิ่งดึงดูดใจปานกลาง ให้ 2 หน่วย และ (3) ความสำคัญและมีสิ่งดึงดูดใจควรได้รับการปรับปรุง ให้ 1 หน่วย

ปัจจัยด้านช่วงเวลาที่สามารถท่องเที่ยวได้ พิจารณาปัจจัยย่อยและให้น้ำหนักดังนี้ (1) สามารถใช้บริการได้ตลอดปี ให้ 3 หน่วย (2) สามารถใช้บริการได้ 8-9 เดือนขึ้นไป ให้ 2 หน่วย และ (3) สามารถใช้บริการได้ไม่เกิน 6 เดือนขึ้นไป ให้ 1 หน่วย

ปัจจัยด้านการรวมกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาปัจจัยย่อยและให้น้ำหนักดังนี้ (1) มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ตั้งแต่ 1 แห่งหรือมากกว่าตั้งอยู่ในระยะทางไม่เกิน 70-100 กิโลเมตร (ทางถนน) ให้ 2 หน่วย (2) มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ตั้งอยู่ในระยะทางไม่เกิน 100-150 กิโลเมตร

(ทางถนน) ให้ 1 หน่วย และ (3) ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ตั้งอยู่ในระยะทาง 150 กิโลเมตร (ทางถนน) ให้ 0 หน่วย)

ปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พิจารณาปัจจัยย่อยในด้าน (1) ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินจากโจรผู้ร้ายและมิจฉาชีพ (2) ความปลอดภัยต่อยานพาหนะในการเดินทาง (3) ความปลอดภัยในการเข้าถึงโดยการเดินเท้า และ (4) ความปลอดภัยจากสภาพธรรมชาติ โดยให้ค่าน้ำหนักดังนี้ (1) มีความปลอดภัยสูงต่อชีวิตและทรัพย์สิน ต่อยานพาหนะ การเข้าถึงโดยทางเท้า รวมถึงปลอดภัยจากสภาพธรรมชาติ ให้ 2 หน่วย และมีความปลอดภัยปานกลางต่อสิ่งดังกล่าว ให้ 1 หน่วย

สรุปเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ

ปัจจัยด้าน	ค่าน้ำหนัก
การเข้าถึง	5 หน่วย
สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	4 หน่วย
ความสำคัญและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4 หน่วย
ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวได้	3 หน่วย
การรวมกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว	2 หน่วย
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	2 หน่วย

หลังจากการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ได้มีการจัดลำดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ออกเป็น 3 ระดับคือ

มีศักยภาพและความสำคัญสูง จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภูมิภาคนั้น ซึ่งหมายความว่า หากนักท่องเที่ยวจะมายังภูมิภาคนั้น ๆ จะต้องนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ก่อน ซึ่งในกรณีนี้ แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวต้องได้คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 80 หรือมากกว่า (16 คะแนนหรือมากกว่า)

มีศักยภาพและความสำคัญปานกลาง จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวรองของภูมิภาคนั้น ๆ ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวอาจไปเยี่ยมชมยังแหล่งเที่ยวนั้นเป็นแห่งที่ 2 ในการมาเยือนภูมิภาคนั้น ๆ ซึ่งในกรณีนี้ แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวต้องได้คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 60-79 (12-16 คะแนน)

มีศักยภาพและความสำคัญต่ำ จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริวารของภูมิภาคนั้น ๆ ซึ่งหมายความว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอาจตั้งอยู่ไม่ไกลนักจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก แต่อาจไม่อยู่

ในแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว หากมีเวลาเหลือหรือเป็นทางผ่านก็อาจแวะเข้าไปเยี่ยมชมเยียนได้ ในกรณีนี้ มีคะแนนการประเมินต่ำกว่าร้อยละ 60 (ต่ำกว่า 12 คะแนน)

สภาสถาบันราชภัฏ (2543) บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (2545) ได้ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์เดียวกันคือ พิจารณาจาก (1) ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว (2) กิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (3) ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน และ (4) สุนทรียภาพ นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 69) ได้กำหนดเกณฑ์ประเมินศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยวหรือคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินของสภาสถาบันราชภัฏ (2543) บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (2545) ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. ระดับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว	นานาชาติ = 3 ประเทศ = 2 ท้องถิ่น = 1	3
2. กิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว	มี = 1 ไม่มี = 0	1
3. ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่า	มี = 1 ไม่มี = 0	1
4. สุนทรียภาพ	ดึงดูดใจมาก = 3 ดึงดูดใจปานกลาง = 2 ดึงดูดใจน้อย = 1	3
คะแนนดิบรวม		8

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 69)

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
7 – 8	สูง	5
5 – 6	กลาง	3
2 – 4	ต่ำ	1

จากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวข้างต้น พบว่า การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยศูนย์บริการวิชาการ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) นั้น มีบางส่วนที่เป็นการประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว รวมอยู่ด้วย ในขณะที่การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของสภาสถาบันราชภัฏ (2543) บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (2545) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) เป็นการประเมินเฉพาะในส่วนของคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น ประกอบกับ ในการวิจัยครั้งนี้ มีการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และความพร้อมของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแยกจากกัน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จะประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว โดยอาศัยกรอบการประเมินของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) โดยนำมา ประยุกต์ใช้ในการประเมินทั้งแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2.3 ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การนำเสนอในส่วนนี้ ประกอบด้วย ความหมายของความพร้อมของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว องค์ประกอบของความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการประเมินความพร้อม ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามรายละเอียดดังนี้

2.2.3.1 ความหมายของความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ราชบัณฑิตยสถาน (2546: 762) ให้ความหมายของคำว่า พร้อม ซึ่งเป็นคำกริยา ไว้ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่า พร้อม หมายถึง ครบครัน ดังนั้น เมื่อเป็น คำนามคำว่า ความพร้อม จึงหมายถึง ความครบครัน

ในด้านการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 62) ให้ความหมาย ของความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึง สิ่งหรือส่วนประกอบของสถานที่แห่งนั้นที่จะต้อนรับ นักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ซึ่งแม้ว่า ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช่สิ่งดึงดูดใจหรือตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น

จากความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ความพร้อม และความพร้อมของ แหล่งท่องเที่ยว อาจกล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้ว่า หมายถึง ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งบริการ การท่องเที่ยว) ที่พร้อมจะต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการ เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวที่นั้น หรือชมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นั้น

2.2.3.2 องค์ประกอบของความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 63–64) กล่าวถึง องค์ประกอบของความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อยคือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และควมมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว โดยในแต่ละองค์ประกอบย่อยมีรายละเอียดดังนี้

1) **สภาพการเข้าถึง** (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลาง การท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทาง สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกวัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น

2) **สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด

3) **สภาพแวดล้อม** หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่รวมถึงตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ เช่น สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน สภาพน้ำตามแหล่งน้ำชุมชน หรือ ใสสะอาด และความสะอาดอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเอง และบริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาจนเป็นไปได้ในลักษณะมลภาวะย่อมจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

4) **ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว** หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากในที่พัก น้ำประปา ไฟฟ้า จะบริการได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดเป็นเขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน เป็นต้น

5) **ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปในปัจจุบัน ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และวัดจากปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

ในการวิจัยเรื่องนี้ จะพิจารณาความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยอาศัยกรอบของความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) ใน 5 องค์ประกอบย่อยเช่นเดียวกันคือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.2.3.3 การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยมีการประเมินที่แตกต่างกันดังนี้

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวได้ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งรายละเอียดของการประเมินได้กล่าวถึงแล้วในหัวข้อ 2.2.2.3 ในขณะที่สภาสถาบันราชภัฏ (2543) บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (2545) ได้ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์เดียวกันคือ พิจารณาจากองค์ประกอบของความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบคือ (1) สภาพการเข้าถึง (2) สิ่งอำนวยความสะดวก (3) สภาพแวดล้อม (4) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ (5) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) ได้กำหนดเกณฑ์ประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินของสภาสถาบันราชภัฏ (2543) บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (2545) ดังนี้

1) **สภาพการเข้าถึง** (เส้นทางคมนาคม) ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 เกณฑ์การประเมินสภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. วิธีที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดย <input type="checkbox"/> รถยนต์ <input type="checkbox"/> รถไฟ <input type="checkbox"/> เรือ <input type="checkbox"/> จักรยานยนต์ <input type="checkbox"/> เดินเท้า <input type="checkbox"/> จักรยาน	แต่ละชนิดให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1	6
2. การคมนาคมขนส่ง <input type="checkbox"/> รถส่วนตัว <input type="checkbox"/> เรือโดยสาร <input type="checkbox"/> รถประจำทาง <input type="checkbox"/> รถรับจ้าง	แต่ละประเภทให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1	4
3. ชนิดของถนน <input type="checkbox"/> ถนนคอนกรีต <input type="checkbox"/> ถนนลาดยาง <input type="checkbox"/> ถนนลูกรังหรือกรวดหิน <input type="checkbox"/> ถนนดิน <input type="checkbox"/> ไม่มีผิวถนน	ในแต่ละหัวข้อ ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 0	4
4. ลักษณะถนน (ผิวถนน) <input type="checkbox"/> ไม่มีหลุม <input type="checkbox"/> มีหลุมเล็กน้อย <input type="checkbox"/> มีหลุมปานกลาง <input type="checkbox"/> มีหลุมมาก	ในแต่ละหัวข้อ ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 0	3
5. การเข้าถึงภายในแหล่งท่องเที่ยว	ได้ = 1 ไม่ได้ = 0	1
6. อุปสรรคสิ่งกีดขวาง	มี = 0 ไม่มี = 1	1
7. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกฤดูกาล	ได้ = 1 ไม่ได้ = 0	1
คะแนนดิบรวม		20

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
14 – 20	สูง	5
7 – 13	กลาง	3
0 – 6	ต่ำ	1

2) **สิ่งอำนวยความสะดวก** ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์
การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 เกณฑ์การประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. สถานที่จอดรถและยานพาหนะ	มี = 1 ไม่มี = 0	1
2. ที่พัก	มี = 1 ไม่มี = 0	1
3. ห้องสุขา	มี = 1 ไม่มี = 0	1
4. อาคารบริการนักท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์/ห้องแสดงนิทรรศการ <input type="checkbox"/> ศูนย์ประชาสัมพันธ์/บริการข้อมูล <input type="checkbox"/> จุดรับแจ้งเหตุ <input type="checkbox"/> สถานพยาบาล <input type="checkbox"/> ที่นั่งพัก ศาลา หรืออื่น ๆ <input type="checkbox"/> สถานบริการต่าง ๆ และใกล้เคียง	ในแต่ละหัวข้อ มี = 1 ไม่มี = 0	6
5. ร้านอาหาร	มี = 1 ไม่มี = 0	1
6. ร้านขายของที่ระลึก	มี = 1 ไม่มี = 0	1
7. ระบบสื่อความหมาย <input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล <input type="checkbox"/> โสตทัศนอุปกรณ์ <input type="checkbox"/> มัคคุเทศก์ <input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ <input type="checkbox"/> ทางเดินศึกษาธรรมชาติ	ในแต่ละหัวข้อ มี = 1 ไม่มี = 0	5
8. โทรศัพท์สาธารณะ	มี = 1 ไม่มี = 0	1
9. ไฟฟ้าแสงสว่าง	มี = 1 ไม่มี = 0	1
10. แหล่งน้ำดื่ม	มี = 1 ไม่มี = 0	1
11. แหล่งน้ำใช้	มี = 1 ไม่มี = 0	1
12. การดูแลรักษาความปลอดภัย <input type="checkbox"/> มีแผนที่ บ้ายบอกสถานที่ <input type="checkbox"/> ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย <input type="checkbox"/> ความปลอดภัยจากสัตว์ <input type="checkbox"/> ความปลอดภัยจากธรรมชาติ <input type="checkbox"/> บ้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย	ในแต่ละหัวข้อ มี = 1 ไม่มี = 0	5
คะแนนดีบรวม		25

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
17 – 25	สูง	5
9 – 16	กลาง	3
0 – 8	ต่ำ	1

(3) **สภาพแวดล้อม** ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 เกณฑ์การประเมินสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. ลักษณะน้ำทิ้ง <input type="checkbox"/> กลิ่น <input type="checkbox"/> วัตถุลอยน้ำ <input type="checkbox"/> น้ำมัน/ไขมันบริเวณผิวน้ำ <input type="checkbox"/> การบำบัดน้ำเสีย	ไม่มี = 1 มี = 0 ไม่มี = 1 มี = 0 ไม่มี = 1 มี = 0 ไม่มี = 1 มี = 0	4
2. คุณภาพอากาศ <input type="checkbox"/> ฝุ่น/ควัน <input type="checkbox"/> กลิ่น	ไม่มี = 2 ปานกลาง = 1 มีมาก = 0 ไม่มี = 2 ปานกลาง = 1 มีมาก = 0	4
3. คุณภาพเสียง	ไม่มี = 2 ปานกลาง = 1 มีมาก = 0	2
4. เสื่อมโดยธรรมชาติ/ภัยธรรมชาติ	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
5. ทำลายโดยน้ำมือมนุษย์	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
6. การค้า/บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
7. ถูกบดบังทัศนียภาพโดยสิ่งปลูกสร้าง	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
8. พื้นที่/สภาพการใช้ประโยชน์(เปลี่ยนสภาพเป็นแหล่งอุตสาหกรรม/พาณิชย์กรรม/เกษตรกรรมข้างเคียง)	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
9. ปริมาณขยะและสิ่งปฏิกูลที่ปรากฏ	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
10. ระบบการกำจัดขยะ	ไม่มี = 0 มี = 1	1
คะแนนดิบรวม		29

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
22 – 29	สูง	5
14 – 21	กลาง	3
6 – 13	ต่ำ	1

4) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 เกณฑ์การประเมินข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. ต้องขออนุญาต	ไม่ต้องขอ = 1 ขออนุญาต = 0	1
2. การเข้าถึงได้ทุกฤดูกาล	ได้ = 1 ไม่ได้ = 0	1
	คะแนนดิบรวม	2

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
1 – 2	สะดวก	1
0	ไม่สะดวก	0

5) ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 เกณฑ์การประเมินชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. จำนวนนักท่องเที่ยว	> 500,000 คน/ปี = 3 100,000 – 500,000 คน/ปี = 2 < 100,000 คน/ปี = 1	3
2. ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวใน (วันเสาร์ – อาทิตย์) ในฤดูท่องเที่ยว	มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1 มากเกินไปจนทำลายสิ่งแวดล้อม = 0	3
	คะแนนดิบรวม	6

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
5 – 6	สูง	5
3 – 4	กลาง	3
1 – 2	ต่ำ	1

การประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวได้จากการนำผลคะแนนดิบทั้ง 5 ด้าน (ที่ได้จากการประเมินค่า) มาจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับสูง
 - 2) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
 - 3) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับต่ำ
- และแปลงเป็นค่าคะแนน 5 3 1 ตามลำดับ ดังนี้

คะแนนรวม	ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
16 – 21	สูง	5
10 – 15	กลาง	3
4 – 9	ต่ำ	1

จากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวข้างต้นพบว่า การประเมินความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) นั้น มีบางส่วนที่รวมอยู่ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่การประเมินความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของสภาสถาบันราชภัฏ (2543) บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (2545) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) เป็นการประเมินเฉพาะในส่วนของคุณภาพความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น ประกอบกับในการวิจัยครั้งนี้ มีการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแยกจากกัน

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จะประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยอาศัยกรอบการประเมินของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) และนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินทั้งแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2.4 การประเมินศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) ได้ให้แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวสามารถนำมาประเมินศักยภาพในการพัฒนาได้ โดยการเปรียบเทียบทั้งศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว วิธีการเปรียบเทียบอาจทำได้โดย การให้คะแนน เมื่อเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดแล้ว แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีความประทับใจสูง ให้ 5 คะแนน แหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจปานกลางให้ 3 คะแนน และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจต่ำให้ 1 คะแนน ในแง่ของความพร้อมก็เช่นเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวใดที่มีความพร้อมมากที่สุด ให้ 5 คะแนน แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมปานกลางให้ 3 คะแนน และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมน้อยที่สุดให้ 1 คะแนน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งได้คะแนนใน 2 ประเด็น

เมื่อนำแหล่งท่องเที่ยวที่มีคะแนนมาจัดกลุ่ม จะสามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวได้ 3 กลุ่มด้วยกันคือ

1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง หมายถึง ประเภทที่ได้ 5 คะแนนทั้งสองประเด็น
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาปานกลาง หมายถึง ประเภทที่มีความประทับใจสูงแต่ได้คะแนนความพร้อมปานกลาง หรือได้คะแนนความพร้อมสูง แต่ได้คะแนนความประทับใจปานกลาง
3. แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่ำ หมายถึง ประเภทที่ได้คะแนนต่ำทั้งสองประเด็น

ในการวิจัยครั้งนี้จะประยุกต์การประเมินศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยกรอบการประเมินของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ได้ศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งในการศึกษาด้านอุปทานการท่องเที่ยว โดยแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทคือ ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา และประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม และจากการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากรายงานการศึกษา เอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและจังหวัด แผนลงทุนจังหวัด เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจากการสำรวจภาคสนามของศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นเอง พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเฉพาะในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดคือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ รวมทั้งสิ้น 218 แห่ง ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 93 แห่ง ด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา 101 แห่ง และศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม 24 แห่ง ดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด

จังหวัด	ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว			รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ	
นครราชสีมา	13	31	4	48
บุรีรัมย์	10	14	6	30
สุรินทร์	6	16	4	26
อุบลราชธานี	27	20	2	49
ศรีสะเกษ	11	8	2	21
ชัยภูมิ	26	12	6	44
รวม	93	101	24	218

ที่มา: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540: 2-2 – 2-3)

นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ข้างต้น ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ยังได้สรุปงานเทศกาลประเพณีที่จัดขึ้นเป็นประจำใน 6 จังหวัด ดังกล่าวดังตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 เทศกาล กิจกรรม และงานประเพณีในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

จังหวัด	ชื่อเทศกาล กิจกรรม งานประเพณี
นครราชสีมา	งานฉลองวันชัยชนะทำยุทธนาภิ งานเทศกาลเที่ยวพิมายและแข่งเรือ ประเพณีแห่เทียนพรรษา งานสัปดาห์น้อยหนา
บุรีรัมย์	งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง งานมหกรรมว่าวอีสาน งานแข่งเรือยาวประเพณี งานนมัสการพระเจ้าใหญ่ที่วัดหงส์ (วัดศรีชะแรด) งานนมัสการพระพุทธบาทจำลอง งานเครื่องเคลือบพันปี งานนมัสการรอยพระพุทธบาทเขากระโดง
สุรินทร์	งานแสดงช้าง งานสะตึกแพร์
อุบลราชธานี	งานประเพณีแห่เทียนพรรษา งานประเพณีแข่งเรือและไหลเรือไฟ งานประเพณีมหาสงกรานต์แก่งสะพือ
ศรีสะเกษ	งานประเพณีสีเฝ้าไทยศรีสะเกษและเทศกาลดอกกล้าดวน
ชัยภูมิ	งานประจำปีฉลองอนุสาวรีย์เจ้าพ่อพระยาแล งานประเพณีรำผีฟ้า

ที่มา: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540: 2-43 – 2-48)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) โดยกวางแผนโครงการได้จัดทำสรุปแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งได้แบ่งจำนวนทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทคือ ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ และประเภทศิลปวัฒนธรรม โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเฉพาะในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดคือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ รวมทั้งสิ้น 222 แห่ง ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 76 แห่ง ด้านประวัติศาสตร์ 94 แห่ง และด้านศิลปวัฒนธรรม 52 แห่ง ดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด

จังหวัด	ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว			รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	ศิลปวัฒนธรรม	
นครราชสีมา	15	30	11	56
บุรีรัมย์	8	14	12	34
สุรินทร์	3	15	8	26
อุบลราชธานี	22	19	10	51
ศรีสะเกษ	5	7	5	17
ชัยภูมิ	23	9	6	38
รวม	76	94	52	222

ที่มา: กวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540)

สภาสถาบันราชภัฏ (2543) ได้จัดทำทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ รวมทั้งสิ้น 215 แห่ง ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 93 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา 86 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม 32 แห่ง ดังตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10 จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามประเภท
ทรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด

จังหวัด	ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว			รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ ฯ	ศิลปวัฒนธรรม ฯ	
นครราชสีมา	21	28	6	55
บุรีรัมย์	9	12	6	27
สุรินทร์	3	13	8	24
อุบลราชธานี	24	16	8	48
ศรีสะเกษ	9	7	4	20
ชัยภูมิ	27	10	4	41
รวม	93	86	36	215

ที่มา: สภาสถาบันราชภัฏ (2543)

บริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) ได้ศึกษาเพื่อจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อการจัดการข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี เพื่อเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้วยการศึกษารายชื่อแหล่งต่าง ๆ ดังนี้ (1) การสำรวจภาคสนามด้วยเครื่องมือรับสัญญาณดาวเทียม GPS ปี พ.ศ. 2545 (2) แผนที่ภูมิประเทศ มาตราส่วน 1: 50,000 กรมแผนที่ทหาร ปี พ.ศ. 2512 – 2539 (3) เอกสารรายชื่อแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 และ เขต 2 ปี พ.ศ. 2545 (4) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2545 และ (5) ฐานข้อมูลโครงการระบบติดตามสภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว (Monitoring) ปี พ.ศ. 2545 ผลจากการจัดทำระบบสารสนเทศดังกล่าว พบว่า มีทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 449 แห่ง ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 175 แห่ง ด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา 139 แห่ง และด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม 135 แห่ง ดังตารางที่ 2.11

ตารางที่ 2.11 จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามประเภท
ทรัพยากรการท่องเที่ยวและจังหวัด

จังหวัด	ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว			รวม
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	ศิลปวัฒนธรรม	
นครราชสีมา	52	53	54	159
บุรีรัมย์	17	18	19	54
สุรินทร์	20	23	23	66
อุบลราชธานี	66	28	24	118
ศรีสะเกษ	20	17	15	52
รวม	175	139	135	449

ที่มา: บริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546)

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น เปรียบเทียบจำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดัง
ตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.12 จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยว จำแนกตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจังหวัด

จังหวัด/ประเภททรัพยากร	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-10)	ททท. (2540: 167)	สถาบันราชภัฏ (2543: 53-55)	ป.จีไอเมติก เทคโนโลยี จก. (2546: 3-22 - 3-24)
นครราชสีมา				
ธรรมชาติ	13	15	21	52
ประวัติศาสตร์	31	30	28	53
ศิลปวัฒนธรรม	4	11	6	54
รวม	48	56	55	159
บุรีรัมย์				
ธรรมชาติ	10	8	9	17
ประวัติศาสตร์	14	14	12	18
ศิลปวัฒนธรรม	6	12	6	19
รวม	30	34	27	54

ตารางที่ 2.12 (ต่อ)

จังหวัด/ประเภททรัพยากร	ศูนย์บริการวิชาการ มช. (2540: 2-10)	ทพท. (2540: 167)	สมาคมบัณฑิตยศาสตร์ (2543: 53-55)	ป. จีไอเมติค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-22 - 3-24)
สุรินทร์				
ธรรมชาติ	6	3	3	20
ประวัติศาสตร์ฯ	17	15	13	23
ศิลปวัฒนธรรมฯ	4	8	8	23
รวม	27	26	24	66
อุบลราชธานี				
ธรรมชาติ	27	22	24	66
ประวัติศาสตร์ฯ	20	19	16	28
ศิลปวัฒนธรรมฯ	2	10	8	24
รวม	49	51	48	118
ศรีสะเกษ				
ธรรมชาติ	11	5	9	20
ประวัติศาสตร์ฯ	8	7	7	17
ศิลปวัฒนธรรมฯ	2	5	4	15
รวม	21	17	20	52
ชัยภูมิ				
ธรรมชาติ	26	23	27	Na
ประวัติศาสตร์ฯ	12	9	10	Na
ศิลปวัฒนธรรมฯ	6	6	4	Na
รวม	44	38	41	Na
ภาพรวม 6 จังหวัด				
ธรรมชาติ	93	76	93	175
ประวัติศาสตร์ฯ	101	94	86	139
ศิลปวัฒนธรรมฯ	24	52	36	135
รวม	218	222	215	449

เมื่อตรวจสอบรายละเอียดของทรัพยากรการท่องเที่ยวจากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ (รายละเอียดเพิ่มเติมดูได้จากภาคผนวก ก ตาราง ก.1 – ก.6)

2.3.1.1 จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยว จำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวของทั้ง 6 จังหวัด งานวิจัยสามเรื่องแรกคือ ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) และสถาบันราชภัฏ (2543) ไม่แตกต่างกันมากนัก ในขณะที่จำนวนทรัพยากรที่พบในงานวิจัยของ บริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) จำนวนทรัพยากรท่องเที่ยวทั้ง 6 จังหวัด ยกเว้น จังหวัดชัยภูมิ มีมากกว่างานวิจัย 3 เรื่องแรกโดยเฉลี่ยประมาณ 2-3 เท่า ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่า จำนวนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทสวนธารณะ และอ่างเก็บน้ำ นอกจากนี้ จำนวนทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาได้นำบรมบางส่วนของสถานที่ตั้งในอำเภอปากพลี และอำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายกไว้ด้วยรวม 16 แห่ง

2.3.1.2 การจำแนกประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวชื่อเดียวกันบางครั้งถูกจำแนกประเภทแตกต่างกัน เช่น จังหวัดนครราชสีมา ชื่อทรัพยากรท่องเที่ยวคือ “วัดเทพพิทักษ์ปุณณาราม” งานวิจัยของศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) และบริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) จัดอยู่ในประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และสถานศึกษา ในขณะที่สถาบันราชภัฏ (2543) จัดอยู่ในประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หรือจังหวัดอุบลราชธานี “ทุ่งศรีเมือง” งานวิจัยของศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) และสถาบันราชภัฏ (2543) จัดอยู่ในประเภทธรรมชาติ ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) และบริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) จัดอยู่ในประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นต้น ซึ่งการจัดประเภทที่แตกต่างกันนี้พบทั้ง 6 จังหวัด

2.3.1.3 สถานที่ตั้งของทรัพยากรท่องเที่ยว¹ ทรัพยากรท่องเที่ยวชื่อเดียวกัน แต่มีสถานที่ตั้งอยู่ต่างอำเภอกัน เช่น จังหวัดนครราชสีมา “อนุสรณ์สถานนางสาวบุญเหลือ” งานวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) และสถาบันราชภัฏ (2543) ระบุสถานที่ตั้งเป็น “อำเภอเมืองนครราชสีมา” ในขณะที่ บริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) ระบุสถานที่ตั้งเป็น “อำเภอพิมาย” หรือ จังหวัดอุบลราชธานี “แก่งตะนะ” งานวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ระบุสถานที่ตั้งเป็น “อำเภอโขงเจียม” ในขณะที่ สถาบัน

¹ ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ไม่ได้ระบุสถานที่ตั้งของทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ในรายงาน

ราชภัฏ (2543) และบริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) ระบุสถานที่ตั้งเป็น “อำเภอสิรินธร” เป็นต้น ซึ่งสถานที่ตั้งที่แตกต่างกันนี้ พบในการบันทึกของจังหวัดนครราชสีมา สุรินทร์ อุบลราชธานี และ ศรีสะเกษ

2.3.1.4 ชื่อของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวบางแห่งมีสถานที่ตั้งอยู่ที่เดียวกันแต่ถูกบันทึกชื่อแตกต่างกัน เช่น จังหวัดนครราชสีมา มีทรัพยากรการท่องเที่ยวชื่อ “ถ้ำวัวแดง” และ “เขาถ้ำวัวแดง” ซึ่งที่ตั้งอยู่ที่อำเภอครบุรีเช่นเดียวกัน กรณีนี้ทำให้การจำแนกประเภทแตกต่างกัน โดยศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) จัดอยู่ในประเภทประวัติศาสตร์ ในขณะที่บริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) จัดอยู่ในประเภทธรรมชาติ ซึ่งตามความเป็นจริงทรัพยากรการท่องเที่ยวแห่งนี้ปรากฏหลักฐานทางประวัติศาสตร์เป็นภาพเขียนโบราณ ดังนั้น การบันทึกชื่อของศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) จึงถูกต้องและสอดคล้องกับข้อมูลของจังหวัด หรือจังหวัดศรีสะเกษ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวชื่อ “วัดป่ามหาเจดีย์แก้ว” และ “วัดล้านขวด” ซึ่งเป็นสถานที่แห่งเดียวกันแต่มีชื่อเรียกสองชื่อ สถาบันราชภัฏ (2543) ได้มีการบันทึกทรัพยากรการท่องเที่ยวนี้ 2 ครั้ง ทำให้เกิดการนับซ้ำ เป็นต้น ชื่อที่แตกต่างกันของทรัพยากรการท่องเที่ยวพบทั้ง 6 จังหวัด

2.3.1.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ไม่ค่อยพบการบันทึกงานประเพณีสำคัญไว้ในรายงานวิจัย ที่มีพบบ้าง เช่น ประเพณีรำผีฟ้าของจังหวัดชัยภูมิ พบในการบันทึกของศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) และบริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (2546) หรืองานฉลองวันแห่งชัยชนะท้าวสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ งานแสดงช้าง จังหวัดสุรินทร์ งานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี งานประเพณีสีเฝ้าไทยศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่ามีการบันทึกเฉพาะในงานวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) เท่านั้น เป็นต้น

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่อง มีผู้ศึกษาไว้ดังนี้

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ได้ศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งในการศึกษาความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยรวม คณะผู้วิจัยได้ประเมินจากการสำรวจสภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดในขณะนั้น ระบบโครงข่ายคมนาคมขนส่ง ลักษณะความเชื่อมโยงทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ที่ตั้งและเชิงเศรษฐกิจโดยรวม ระดับความศูนย์กลางและความเจริญเติบโตของเมืองศูนย์กลาง รวมทั้งกิจกรรมธุรกิจต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจังหวัด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละด้านที่ทำการประเมิน ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด แบ่งเป็น 5 ประเภทคือ แหล่งประวัติศาสตร์/โบราณคดี แหล่งพุทธสถาน แหล่งธรรมชาติ แหล่งศิลปวัฒนธรรม และจุดขายพิเศษด้านการท่องเที่ยว แบ่งค่าคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดระดับสูง มีค่าคะแนนเท่ากับ “****” (2) แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเท่ากับ “***” และ (3) แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดระดับต่ำ มีค่าคะแนนเท่ากับ “**” กรณีที่มีค่าคะแนน “-” แสดงว่าไม่มีความพิเศษของจุดขายในจังหวัด โดยที่จุดขายพิเศษคือ สิ่งดึงดูดที่เป็นเอกลักษณ์ที่หาได้ยาก ไม่เหมือนแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น เป็นแหล่งมรดกโลก เป็นแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ รวมทั้งความเป็นเมืองชายแดน โดยตรวจสอบจากอุทยานแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสภาพทางภูมิศาสตร์และกายภาพของจังหวัด ซึ่งเป็นข้อมูลที่หน่วยงานหลายหน่วยได้รวบรวมไว้ เช่น ททท. แผนลงทุนจังหวัด แผนการท่องเที่ยวจังหวัด

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว พิจารณาจากเกณฑ์ 4 ด้านคือ สถานที่พัก ร้านอาหาร/ภัตตาคาร สถานที่จำหน่าย และบริษัทนำเที่ยวของจังหวัด โดยตรวจสอบข้อมูลเชิงปริมาณของจังหวัดจากข้อมูลการตลาด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ข้อมูลของ ททท. รวมทั้งข้อมูลจากการสำรวจของคณะผู้วิจัย ซึ่งเน้นข้อมูลของสถานบริการต่าง ๆ แบ่งค่าคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (1) มีแหล่งอำนวยความสะดวกและความสามารถรองรับระดับสูง มีค่าคะแนนเท่ากับ “****” (2) มีแหล่งอำนวยความสะดวกและความสามารถรองรับระดับกลาง มีค่าคะแนนเท่ากับ “***” และ (3) มีแหล่งอำนวยความสะดวกและความสามารถรองรับระดับต่ำ มีค่าคะแนนเท่ากับ “**” กรณีที่มีค่าคะแนน “-” แสดงว่าไม่มีบริการนั้น ๆ

โครงข่ายการคมนาคม มีเกณฑ์ด้านความสะดวกในการเข้าถึงจังหวัด และการเชื่อมโยงสู่จังหวัดอื่นหรือภูมิภาคอื่นทั้งหมด 4 เกณฑ์คือ การคมนาคมโดยทางเครื่องบิน รถยนต์ รถไฟ และโครงข่ายความเชื่อมต่อและพื้นที่ในการเชื่อมต่อ โดยตรวจสอบข้อมูลจากกรมการขนส่งทางบก กรมการบินพาณิชย์ กระทรวงคมนาคม ข้อมูลการรถไฟแห่งประเทศไทย รวมทั้งลักษณะความเชื่อมโยงระหว่างชุมชน เป็นต้น แบ่งค่าคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (1) มีการคมนาคมสะดวกมากหรือมีการเชื่อมต่อและพื้นที่ในการเชื่อมต่อมาก มีค่าคะแนนเท่ากับ “****” (2) มีการคมนาคมสะดวกมากหรือมีการเชื่อมต่อและพื้นที่ในการเชื่อมต่อปานกลาง มีค่าคะแนนเท่ากับ “***” และ (3) มีการคมนาคมสะดวกมากหรือมีการเชื่อมต่อและพื้นที่ในการเชื่อมต่อต่ำ มีค่าคะแนนเท่ากับ “**” กรณีที่มีค่าคะแนน “-” แสดงว่าไม่มีระบบการคมนาคมนั้น ๆ

ศูนย์กลางความเจริญของเมือง มีเกณฑ์พิจารณา 3 เกณฑ์คือ ความเป็นศูนย์กลางด้านการค้าการบริการ ความเป็นศูนย์กลางการศึกษา และความเป็นศูนย์กลางการบริหารราชการของเมือง ตรวจสอบความเป็นศูนย์กลางการค้าการบริการจากผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคบริการของจังหวัด การมีสถาบันการศึกษาระดับสูง แบ่งค่าคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (1) ความเป็นศูนย์กลางความเจริญของเมืองสูง มีค่าคะแนนเท่ากับ “****” (2) ความเป็นศูนย์กลางความเจริญของเมืองปานกลาง มีค่าคะแนนเท่ากับ “***” และ (3) ความเป็นศูนย์กลางความเจริญของเมืองต่ำ มีค่าคะแนนเท่ากับ “**”

การประเมินความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยรวม แบ่งค่าคะแนนออกเป็น 3 กลุ่มคือ (1) ระดับความสามารถรองรับโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีคะแนนมากกว่า 35 คะแนนขึ้นไป (2) ระดับความสามารถรองรับโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 17 – 35 คะแนน และ (3) ระดับความสามารถรองรับโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ มีค่าคะแนนต่ำกว่า 17 คะแนน

ผลการประเมินความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยรวม เฉพาะในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ) พบว่า จังหวัดนครราชสีมาและอุบลราชธานีอยู่ในระดับสูง จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิอยู่ในระดับต่ำ รายละเอียดดังตารางที่ 2.13

ตารางที่ 2.13 ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยรวมในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
จำแนกตามจังหวัดและปัจจัยการประเมิน

ปัจจัยการประเมิน	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ
แหล่งท่องเที่ยว						
1. ประวัติศาสตร์/โบราณคดี	***	***	**	**	**	*
2. พุทธสถาน	**	*	*	**	*	*
3. ธรรมชาติ	***	**	**	***	**	***
4. ศิลปวัฒนธรรมและเทศกาล	**	**	***	***	*	*
5. จุดขายพิเศษ	***	**	**	**	**	-
รวมคะแนน	13	10	10	12	8	6
สิ่งอำนวยความสะดวก						
1. โรงแรม/รีสอร์ท/เก็สท์เฮ้าส์	***	*	**	**	*	*
2. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	***	*	**	***	*	*
3. ที่จำหน่ายซื้อของ/ห้างสรรพสินค้า	***	*	**	**	*	*
4. บริษัทนำเที่ยว/บริษัททัวร์	**	-	-	*	-	-
รวมคะแนน	11	3	6	8	3	3
โครงข่ายการคมนาคม						
1. เครื่องบิน	**	*	*	**	-	-
2. รถไฟ	***	**	**	**	**	-
3. รถยนต์	***	**	**	**	**	**
4. โครงข่ายชุมชนและพื้นที่เชื่อมต่อ	***	**	***	**	*	**
รวมคะแนน	11	7	8	8	5	4
ระดับความเจริญของเมือง						
1. ศูนย์กลางธุรกิจ/การค้า	***	*	**	**	*	*
2. ศูนย์กลางการศึกษา	***	*	*	***	*	*
3. ศูนย์การบริหารราชการ	**	*	*	**	*	*
รวมคะแนน	8	3	4	7	3	3
รวมคะแนนทั้งหมด	43	23	28	35	19	16

ที่มา: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540: 5-4 – 5-6)

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ได้จัดศึกษภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในภาคอีสาน โดยมีการจัดเป็น 2 รูปแบบ แบบแรกเป็นการจัดศึกษภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีอยู่ในภาคอีสาน แหล่งท่องเที่ยวที่นำมาจัดศึกษภาพได้จากการสำรวจและมีผู้ให้ความสนใจ แสดงความรู้จักคุ้นเคยด้วยวิธีการสืบค้นทั้งจากชื่อที่ปรากฏอยู่ในเอกสารต่าง ๆ และจากการสำรวจนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะจากคณะผู้ศึกษาเอง ดังนั้น การจัดศึกษภาพแหล่งท่องเที่ยวของศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) จึงเป็นการจัดศึกษภาพตามความนิยม โดยกำหนดศึกษภาพเป็น 3 ระดับคือ ศึกษภาพสูง ศึกษภาพปานกลาง และศึกษภาพต่ำ

ผลการจัดศึกษภาพของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด สรุปได้ดังตารางที่ 2.14

ตารางที่ 2.14 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล ประเพณี และวัฒนธรรม จำแนกตามจังหวัด และระดับของศักยภาพ

จังหวัด	แหล่งท่องเที่ยว				เทศกาล ประเพณี และวัฒนธรรม			
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	รวม	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	รวม
นครราชสีมา	8	18	21	47*	1	2	0	3
บุรีรัมย์	3	7	20	30	1	3	2	6
สุรินทร์	5	7	14	26*	Na	Na	Na	Na
อุบลราชธานี	3	18	22	43*	1	1	0	2
ศรีสะเกษ	4	4	10	18*	1	0	0	1
ชัยภูมิ	6	20	18	44	3	4	2	9
รวม	29	74	105	208*	7	10	4	21

ที่มา: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540: 5-23 – 5-43)

หมายเหตุ * จำนวนรวมแตกต่างจากตารางที่ 2.7 และ Na หมายถึง ไม่พบข้อมูลจากรายงาน

นอกจากนี้ ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) ได้คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อทำการสำรวจและศึกษาศักยภาพ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (1) ในแต่ละจังหวัดจะต้องมีแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุด 3 แห่ง โดยมีประเภทของแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทั้ง 3 ประเภท (2) แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกต้องมีความสำคัญในฐานะปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่ภูมิภาคหรือจังหวัด (3) แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดหรือปรากฏในคำขวัญของจังหวัด (4) แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอาจมีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และ

สิ่งแวดล้อม และ (5) แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกอาจมีคุณสมบัติเพียงข้อใดข้อหนึ่งใน 4 ข้อที่กล่าวมาแล้ว ทำให้ได้จำนวนแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ดังนี้ จังหวัดนครราชสีมา 7 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เขื่อนลำน้ตะคอง อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ไทรงามพิมาย ปราสาทหินพิมาย บ้านปราสาท และถ้ำเขาจันทร์งาม จังหวัดบุรีรัมย์ 2 แห่ง ได้แก่ ปราสาทหินพนมรุ้ง และวนอุทยานเขากระโดง จังหวัดสุรินทร์ 1 แห่ง ได้แก่ งานแสดงช้างสุรินทร์ จังหวัดอุบลราชธานี 3 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ และแม่น้ำสองสี จังหวัดศรีสะเกษ 1 แห่ง ได้แก่ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ และจังหวัดชัยภูมิ 3 แห่ง ได้แก่ เขื่อนจุฬาภรณ์ น้ำตกตาดโตน และอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม ทั้งนี้ เกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) การเข้าถึง (2) สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว (3) ความสำคัญและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ (4) ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวได้ (5) การรวมกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และ (6) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยแบ่งศักยภาพและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับคือ (1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความสำคัญสูง ซึ่งจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภูมิภาคนั้น ๆ หมายถึง หากนักท่องเที่ยวจะมายังภูมิภาคนั้น ๆ จะต้องนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้ก่อน (2) แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความสำคัญปานกลาง จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวรองของภูมิภาคนั้น ๆ หมายความว่า นักท่องเที่ยวอาจไปเยี่ยมแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นแหล่งที่ 2 ในการมาเยือนภูมิภาคนั้น และ (3) แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความสำคัญต่ำ จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริวารของภูมิภาคนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก แต่อาจไม่อยู่ในแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แต่หากมีเวลาเหลือหรือเป็นทางผ่านก็อาจแวะเข้าไปเยี่ยมชมเยียนได้ ผลการจัดศักยภาพและความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวสรุปได้ดังตารางที่ 2.15

ตารางที่ 2.15 ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามศักยภาพและความสำคัญ และประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเภททรัพยากร การท่องเที่ยว	ศักยภาพและความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว	
	สูง	ปานกลาง
ธรรมชาติ	อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เขื่อนลำนางรอง อุทยานแห่งชาติผาแต้ม เขื่อนจุฬาภรณ์	ไทรงาม อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ แม่น้ำสองสี วนอุทยานเขากระโดง สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม
ประวัติศาสตร์	ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินพนมรุ้ง	อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี บ้านปราสาท เขาจันทน์งาม
ศิลปวัฒนธรรม	งานแสดงช้างสุรินทร์	

ที่มา: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540: 5-47 – 5-58)

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2544) ได้ศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ซึ่งได้มีการวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมระดับจังหวัด โดยอาศัยตัวแปร 3 ด้าน ประกอบการพิจารณา คือ (1) ตัวแปรด้านอุปทาน (supply) ประกอบด้วย 9 ตัวแปรย่อยคือ ความยาวของถนนต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร ท่าเทียบเรือ ท่าอากาศยาน ร้อยละของผลิตภัณฑ์บริการในจังหวัด ปริมาณไฟฟ้าจำหน่ายต่อประชากรในเขตเทศบาล (หน่วย : กิโลวัตต์ชั่วโมง/คน/ปี) ปริมาณน้ำประปาจำหน่ายต่อประชากรในเขตเทศบาล (หน่วย : ลูกบาศก์เมตร/คน/ปี) จำนวนห้องพัก โครงการบำบัดน้ำเสีย โครงการกำจัดขยะ (2) ตัวแปรด้านอุปสงค์ (demand) ประกอบด้วย 8 ตัวแปรย่อยคือ จำนวนนักท่องเที่ยวไทย จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ อัตราการเข้าพัก (occupancy rate) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา จำนวนแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชายแดน (3) ตัวแปรด้านศักยภาพการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ประกอบด้วย 2 ตัวแปรย่อยคือ คุณลักษณะหรือคุณสมบัติพื้นฐานของสิ่งที่ดึงดูดใจในท้องถิ่น และความพร้อมและอภยาศัยของคนในท้องถิ่น

ผลการให้คะแนนเฉพาะข้อ (3) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 55 คน พบว่า คะแนนศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ 6 จังหวัดคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ สรุปได้ดังตารางที่ 2.16

ตารางที่ 2.16 ผลการให้คะแนนศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัดโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามคะแนนศักยภาพและจังหวัด

จังหวัด	คะแนนศักยภาพด้านการท่องเที่ยว			ศักยภาพ
	คุณสมบัติพื้นฐานของ สิ่งที่ดึงดูดใจ ในท้องถิ่น	ความพร้อม และอัธยาศัย ของคนในท้องถิ่น	คะแนนเฉลี่ย	
นครราชสีมา	8.62	7.83	8.22	สูง
บุรีรัมย์	7.24	6.47	6.86	ปานกลาง
สุรินทร์	6.97	6.21	6.59	ต่ำ
อุบลราชธานี	8.40	7.83	8.12	สูง
ศรีสะเกษ	6.76	6.00	6.38	ต่ำ
ชัยภูมิ	6.59	6.52	6.56	ต่ำ

ที่มา: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2544)

สำหรับผลการกำหนดกลุ่มจังหวัดเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนากการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ซึ่งวิเคราะห์จากข้อมูลของกลุ่มตัวแปร 3 ด้านคือ ตัวแปรด้านอุปทาน ตัวแปรด้านอุปสงค์ และกลุ่มตัวแปรศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด พบว่า ในกลุ่มอีสานใต้ 6 จังหวัด (จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ) จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่ต้องการกลยุทธ์ด้านการตลาด สำหรับจังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่ต้องการกลยุทธ์ด้านการลงทุนทางกายภาพ ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิ ศรีสะเกษ และสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านอื่น ผลการวิเคราะห์สถานภาพและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ 6 จังหวัด สรุปได้ดังตารางที่ 2.17

ตารางที่ 2.17 สถานภาพ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และกลยุทธ์การพัฒนากการท่องเที่ยวของ จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ 6 จังหวัด

จังหวัด	สถานภาพ		ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	กลยุทธ์การพัฒนากการท่องเที่ยว
	อุปทาน	อุปสงค์		
นครราชสีมา	ปานกลาง	สูง	สูง	การลงทุนทางกายภาพ
บุรีรัมย์	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง	ด้านการตลาด
สุรินทร์	ปานกลาง	ปานกลาง	ต่ำ	ศักยภาพด้านอื่น
อุบลราชธานี	ปานกลาง	สูง	สูง	การลงทุนทางกายภาพ
ศรีสะเกษ	ปานกลาง	ปานกลาง	ต่ำ	ศักยภาพด้านอื่น
ชัยภูมิ	ปานกลาง	ปานกลาง	ต่ำ	ศักยภาพด้านอื่น

ที่มา: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2544)

บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2545) ได้ศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนากการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี โดยได้กำหนดแนวทางในการคัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพและมีความเร่งด่วนในการพัฒนาตามขั้นตอนดังนี้ (1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (2) กลั่นกรองแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการสำรวจภาคสนาม โดยพิจารณาจากศักยภาพ ความวิกฤติ และความเร่งด่วนในความต้องการการพัฒนา (3) สำรวจภาคสนามตามแหล่งท่องเที่ยวที่กลั่นกรอง และแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมที่น่าสนใจที่พบในการสำรวจ (การสังเกต ถ่ายภาพ เสกิตซ์ สัมภาษณ์) (4) การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ด้วยการสรุปประเด็นจากการสำรวจเอกสาร และการสำรวจภาคสนาม (5) วิเคราะห์เพื่อกำหนดศักยภาพของการพัฒนาในอนาคต ด้วยการสรุปประเด็นจากการสำรวจเอกสาร และ (6) วิเคราะห์เพื่อกำหนดกรณีศึกษาเพื่อนำมาจัดทำแผนปฏิบัติการตามลำดับของความสำคัญและเร่งด่วน ด้วยวิธีการซึ่งนำหนักโดยคณะที่ปรึกษา จากการกำหนดปัจจัยและให้ค่าคะแนนปัจจัยเหล่านั้น

การพิจารณาระดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2545) ได้นำผลการจัดลำดับความสำคัญ และระดับความวิกฤติของแหล่งท่องเที่ยวจากทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวของสภาสถาบันราชภัฏ (2543) มาพิจารณาโดยเลือกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มีระดับความสำคัญสูงในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งจะพิจารณาจากความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และคุณค่าที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว พิจารณาจาก (1) สภาพการเข้าถึง (2) สิ่งอำนวยความสะดวก

(3) สภาพแวดล้อม (4) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ (5) ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับคุณค่าที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจาก (1) ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว (2) กิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (3) ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน และ (4) สุนทรียภาพ ได้แหล่งท่องเที่ยวที่มีระดับความเร่งด่วนในการพัฒนา 39 แห่ง ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ 16 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และโบราณคดี 17 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม กิจกรรม และวิถีชีวิต 6 แห่ง สำหรับผลจากการสำรวจภาคสนามพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีระดับความเร่งด่วนในการพัฒนามี 48 แห่ง ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ 16 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา 17 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม 15 แห่ง จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่มากที่สุดได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา และเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติตั้งอยู่มากที่สุด จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนาตั้งอยู่มากที่สุดได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ และเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ตั้งอยู่มากที่สุดด้วยเช่นกัน

สำหรับผลการประเมินตามเกณฑ์ข้างต้น สรุปได้ดังตารางที่ 2.18

ตารางที่ 2.18 ทรัพยากรการท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัด ที่ตั้ง ประเภท และผลการประเมิน

ลำดับ	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	ที่ตั้ง	ประเภท ทรัพยากร	ผลการประเมินทรัพยากร						
				ระดับ ความสำคัญ		ระดับ ความวิกฤติ		ระดับความ เร่งด่วนใน การพัฒนา		
				สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง
จังหวัดนครราชสีมา										
1	อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	เมืองนครราชสีมา		✓		✓		✓		✓
2	อุทยานไม้กลายเป็นหิน	เมืองนครราชสีมา	✓		✓		✓		✓	
3	หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน	โชคชัย		✓	✓		✓		✓	
4	วัดบ้านไร่	ด่านขุนทด		✓	✓		✓		✓	
5	แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท	โนนสูง		✓	✓		✓		✓	
6	อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	ปากช่อง	✓		✓		✓		✓	
7	น้ำตกกองแก้ว	ปากช่อง	✓		✓		✓		✓	
8	น้ำตกเหวสุวัต	ปากช่อง	✓		✓		✓		✓	

ตารางที่ 2.18 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	ที่ตั้ง	ประเภท ทรัพยากร	ผลการประเมินทรัพยากร						
				ระดับ ความสำคัญ		ระดับ ความวิกฤติ		ระดับความ เร่งด่วนใน การพัฒนา		
				ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	สูง ปานกลาง ต่ำ	สูง ปานกลาง ต่ำ	สูง ปานกลาง ต่ำ	สูง ปานกลาง ต่ำ		
9	น้ำตกเหวไทร	ปากช่อง	✓		✓			✓	✓	
10	น้ำตกผากล้วยไม้	ปากช่อง	✓		✓			✓	✓	
11	น้ำตกเหวประทุน	ปากช่อง	✓		✓			✓	✓	
12	ศูนย์การสุนัขทหาร	ปากช่อง	✓		✓			✓	✓	
13	อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	พิมาย		✓	✓		✓	✓		
14	ปราสาทหินพิมาย	พิมาย		✓	✓		✓	✓		
15	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย	พิมาย		✓	✓		✓	✓		
16	เขื่อนลำนางรอง	สีคิ้ว	✓		✓		✓	✓	✓	
17	โรงไฟฟ้าพลังน้ำลำนางรองแบบสูบกลับ	สีคิ้ว	✓		✓		✓	✓	✓	
จังหวัดบุรีรัมย์										
1	วนอุทยานเขากระโดง	เมืองบุรีรัมย์	✓		✓		✓	✓	✓	
2	หมู่บ้านทอผ้าไหมมัดหมี่	นาโพธิ์		✓	✓		✓	✓	✓	
3	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	นางรอง		✓	✓		✓	✓	✓	
4	อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม	นางรอง	✓		✓		✓	✓	✓	
5	วัดเขาสังคาร	นางรอง		✓	✓		✓	✓	✓	
6	แหล่งหินตัดขอมสมัยโบราณ	บ้านกรวด		✓	✓		✓	✓	✓	
7	ปราสาทบ้านโคกจิว	ประคำ		✓	✓		✓	✓	✓	
8	ปรางค์กู่สวนแตง	พุทไธสง		✓	✓		✓	✓	✓	
จังหวัดสุรินทร์										
1	หลักเมืองสุรินทร์	เมืองสุรินทร์		✓	✓		✓	✓	✓	
2	วนอุทยานพนมสวาย	เมืองสุรินทร์	✓		✓		✓	✓	✓	
3	หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านจันรมย์	เมืองสุรินทร์		✓	✓		✓	✓	✓	
4	อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง	เมืองสุรินทร์		✓	✓		✓	✓	✓	
5	หมู่บ้านจักสานบ้านบุทม	เมืองสุรินทร์		✓	✓		✓	✓	✓	
6	ตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าของจอม	กาบเชิง		✓	✓		✓	✓	✓	
7	หมู่บ้านช้างบ้านตากลาง	ท่าตูม		✓	✓		✓	✓	✓	
8	ปราสาททนง	ปราสาท		✓	✓		✓	✓	✓	
9	ปราสาทศรีขรภูมิ	ศีขรภูมิ		✓	✓		✓	✓	✓	
จังหวัดศรีสะเกษ										
1	ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่	อุทุมพรพิสัย		✓	✓		✓	✓	✓	
2	ผามออีแดง	กันทรลักษ์	✓		✓		✓	✓	✓	

ตารางที่ 2.18 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	ที่ตั้ง	ประเภท ทรัพยากร	ผลการประเมินทรัพยากร					
				ระดับ ความสำคัญ		ระดับ ความวิกฤติ		ระดับความ เร่งด่วนใน การพัฒนา	
				ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมฯ	สูง ปานกลาง ต่ำ	สูง ปานกลาง ต่ำ	สูง ปานกลาง ต่ำ	สูง ปานกลาง ต่ำ	
จังหวัดอุบลราชธานี									
1	ผาแต้ม	โขงเจียม	✓		✓		✓	✓	
2	วัดถ้ำคูหาสวรรค์	โขงเจียม		✓		✓	✓	✓	
3	อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	โขงเจียม	✓		✓		✓	✓	

ที่มา: บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2545: 3-16 – 3-21)

บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (2545ก) ได้เสนอแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยในการศึกษาลักษณะและแนวโน้มตลาดที่มีต่อการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยว ด้วยการสอบถามนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชน รวมทั้งศึกษาจากรายงานที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนมากยังนิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล พื้นที่ที่นิยมมากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร กาญจนบุรี เพชรบุรี (ชะอำ) นครราชสีมา เชียงใหม่ ระยอง ขอนแก่น พิษณุโลก ลพบุรี และหาดใหญ่ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือชาวไทยที่นิยมเที่ยวคือ (1) วัด ปราสาทหิน แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑสถานประวัตินิคม และแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณสถานอื่น ๆ (2) หมู่บ้านหัตถกรรม (3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (4) ชุมชนชายแดน (5) การท่องเที่ยวที่สูง อุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ป่า เขา น้ำตก (6) โฮมสเตย์ที่นครราชสีมาและกาฬสินธุ์ และ (7) เทศกาลประเพณีต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่นิยมเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ภูเก็ต กระบี่ พังงา และสมุย ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย มีเพียงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเท่านั้นที่สนใจมาเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือแต่มีจำนวนน้อยมาก

ในการกำหนดกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยว บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (2545ก) ได้กำหนดปัจจัยในการพิจารณากลุ่มพื้นที่ออกเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) การพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประชากรในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ ที่ควรได้รับประโยชน์ ในขณะที่เดียวกันก็มีโอกาสในการท่องเที่ยว ตัวแปรที่นำมาพิจารณาคือ

จำนวนประชากรในจังหวัด และจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ (2) อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ประเภทต่าง ๆ ตัวแปรที่นำมาพิจารณาคือ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงโทรม และศักยภาพพื้นที่ตามแผนแม่บทการท่องเที่ยวฯ ที่ได้มีการจัดทำไว้ (3) ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนงานและโครงการพัฒนา ตัวแปรที่นำมาพิจารณาคือ การพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนา และความต่อเนื่องของการพัฒนา (4) ความพร้อมในการพัฒนา ตัวแปรที่นำมาพิจารณาคือ ความพร้อมของแผนงานโครงการ บุคลากรในการบริหารจัดการ ดูแลรักษา และ (5) โอกาสด้านการตลาด บทบาท และความสอดคล้องกับจุดขายของกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยว ตัวแปรที่นำมาพิจารณา คือ การพัฒนาสินค้าเพื่อรักษาตลาดการท่องเที่ยวเดิม และ การพัฒนาสินค้าที่มีโอกาสดึงดูดกลุ่มตลาดใหม่ ผลการกำหนดการพัฒนาสินค้าในเชิงพื้นที่ พบว่า สามารถแบ่งพื้นที่ที่ออกได้เป็น 5 กลุ่ม คือ เมืองหลัก พื้นที่เสริม พื้นที่ชายแดน พื้นที่มีศักยภาพ และพื้นที่เฉพาะ ซึ่งในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ) จัดอยู่ในกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ จังหวัดนครราชสีมา จัดอยู่ในกลุ่มเมืองหลัก ซึ่งเป็นพื้นที่ซึ่งมีความพร้อมทั้งในด้านอุปทานการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นที่รู้จักและนิยม รองรับการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพร้อมในการรองรับและการบริการ และเป็นพื้นที่กระจายการท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่โดยรอบ สำหรับกลุ่มจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี จัดเป็นพื้นที่เสริม ซึ่งเป็นพื้นที่ทางเลือกรองรับการกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองหลัก ส่วนจังหวัดชัยภูมิ จัดอยู่ในพื้นที่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นจังหวัดที่สามารถพัฒนาให้เกิดกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับพื้นที่เมืองหลัก และพื้นที่เสริมที่กำหนดไว้ในแผนที่มืออยู่เดิม โดยมีการพัฒนา ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง การเชื่อมโยง และการส่งเสริมเผยแพร่ จากปัจจัยในการกำหนดกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวมีรายละเอียดเฉพาะกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดดังตารางที่ 2.19

ตารางที่ 2.19 การจัดกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จำแนกตาม
จังหวัดและปัจจัยการพิจารณา

ปัจจัยการพิจารณา	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	
จำนวนประชากร	2542	2,540,662	1,520,419	1,381,213	1,759,548	1,445,356	1,127,552
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน	2542						
รวม		2,829,559	Na	Na	969,867	589,121	Na
ชาวไทย		2,760,601	Na	Na	930,131	585,642	Na
ชาวต่างประเทศ		68,998	Na	Na	39,736	3,479	Na
แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม		4	1	1	2	1	1
คุณค่า - ความน่าสนใจ							
ธรรมชาติ		เด่น	ธรรมดา	ธรรมดา	เด่น	ปานกลาง	เด่น
ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม		เด่น	เด่น	เด่น	เด่น	เด่น	ปานกลาง
กิจกรรม ประเพณี		เด่น	เด่น	เด่น	เด่น	ธรรมดา	ธรรมดา
ศักยภาพ (ในแผนแม่บทฯ โดย TDRI)		สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
การตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ แผนพัฒนาฯ		สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	ปานกลาง
ความต่อเนื่องของการพัฒนา		สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	กลาง
ความพร้อมในการจัดการ		ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก		สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ต่ำ
โอกาสทางการตลาด							
ตลาดเดิม		สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	ปานกลาง
ตลาดใหม่		สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	ต่ำ
การกระจายและเชื่อมโยงเส้นทาง		สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
การกำหนดพื้นที่พัฒนา							
พื้นที่หลัก		✓					
พื้นที่เสริม		✓	✓	✓	✓	✓	
เมืองชายแดน					✓		
พื้นที่ศักยภาพ							✓
พื้นที่เฉพาะ							

ที่มา: บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (2545ก: 4-8 - 4-10)

นอกจากนี้ บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (2545ก) ได้เสนอ การพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ สินค้าการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทรัพยากรการ ท่องเที่ยวทั้งในส่วนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน วิถีชีวิต เทศกาลประเพณี กิจกรรม และการบริการ ที่ดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยในกลยุทธ์และมาตรการในการ ส่งเสริมพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แบ่งกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพและความพร้อม เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการพัฒนา ส่วนใหญ่ คือ แหล่งธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ กีฬา แหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก แหล่งบริการด้านสุขภาพ และความงาม (health beauty and spa) สถานที่นัดพบ ศูนย์ประชุม ศูนย์นิทรรศการและแสดง สินค้า แหล่งท่องเที่ยว-บริการท่องเที่ยวในเมือง (2) กลุ่มสินค้าที่ต้องเตรียมความพร้อม ได้แก่ กลุ่ม สินค้าประเภท แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิต รวมทั้ง Village Tourism/Agro Tourism/Home Stay และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีศักยภาพการพัฒนา ในพื้นที่ ซึ่งมีบทบาทเป็นพื้นที่เสริม พื้นที่เมืองชายแดน พื้นที่ที่มีศักยภาพ และพื้นที่ที่สามารถพัฒนาเป็นสินค้า ใหม่ที่ต้องเตรียมความพร้อม และ (3) กลุ่มสินค้าใหม่ เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เส้นทางวัฒนธรรมขอม โครงการสร้างโลกใหม่ให้ช้าง แหล่ง ธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคใต้ที่สามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในการบริหาร จัดการ การพัฒนาบุคลากรรองรับ พร้อมทั้งแผนการพัฒนาในด้านคมนาคม กิจกรรมรองรับควบคู่กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ ควรดำเนินการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้าน และแหล่งผลิตสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ

ในแผนปฏิบัติการดังกล่าว ได้สรุปกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มพื้นที่ จำแนกตามภาค ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งมีเมืองหลักคือ จังหวัดนครราชสีมา พื้นที่ เสริมได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และพื้นที่ที่มีศักยภาพคือ จังหวัดชัยภูมิ มีสินค้ากลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพและความพร้อม ได้แก่

- อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และพื้นที่โดยรอบ
- อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และพนมรุ้ง
- เมืองนครราชสีมา แหล่งบริการที่พัก สัมมนา การซื้อสินค้าที่ระลึก
- แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท

- โบราณสถาน วัดนันทรมขอมในเขตอีสานใต้ ปราสาทเมืองต่ำ เขาคังคาร
ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทบ้านพลวง ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาท
สระกำแพงน้อย กลุ่มปราสาทตาเมือน กลุ่มเตาบ้านกรวด
 - เขาพระวิหาร (กัมพูชา)
 - วัดและแหล่งท่องเที่ยว เมืองอุบลราชธานี
 - อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ
 - แก่งสะพือ
 - อุทยานแห่งชาติผาแต้ม - ป่าดงนาทาม - แม่น้ำสองสี
 - การท่องเที่ยวในเมือง วัด โบราณสถาน แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
 - ตลาดเกษตรกลางดง
 - ด่านเกวียน
 - การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม - พิพิธภัณฑ์ วัด กิจกรรม
เทศกาลประเพณี
 - หมู่บ้านช้างสุรินทร์
 - วัดบ้านไร่
 - อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติตาโตน จังหวัดชัยภูมิ
 - วัดพระธาตุหนองสามหมื่น
 - ภูพระ ชัยภูมิ
 - เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว
 - เขื่อนจุฬาภรณ์
- กลุ่มสินค้าที่ต้องเตรียมความพร้อม ได้แก่
- แหล่งท่องเที่ยวไทรงาม
 - แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมในเขตอีสานใต้ ในกลุ่ม
อำเภอโขงเจียม แหล่งปราสาทหิน อโรคยาศาลาในจังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ
อุบลราชธานี ปราสาทจอมพระ ปราสาทโดนตรวล ปราสาทตาเล็ง
ปราสาทบ้านเบญจ
 - หมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องเงิน ผ้าไหม เครื่องทองเหลือง
 - แหล่งโบราณคดีบ้านชีทวน บ้านก้านเหลือง
 - อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ภูจอง-นายอย

- อุทยานแห่งชาติไทรทอง

กลุ่มสินค้าใหม่

ได้แก่

- ชายแดนช่องจอม

- แหล่งท่องเที่ยวเกษตรกรรมสีคิ้ว สวนสมุนไพรสุนทรินทร์ ศูนย์พัฒนาชนบท
ผสมผสานจักราช นางรอง
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าภูหลวง วังน้ำเขียว สระแกรวาช
- กูดปลาขาว กูดศรีมังคละ
- ภูหล่น พิบูลมังสาหาร
- สวนพฤกษศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดงฟ้าห่วน อุบลราชธานี

เพ็ญพักตร์ ศรีทอง (2541) ได้ศึกษาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและภูมิภาคอินโดจีน ด้วยการค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ผลการศึกษาพบว่าสาเหตุของปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีคือ ความน่าสนใจและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานียังไม่มีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถใช้เป็นจุดขาย (Point of Sale) และเป็นแม่เหล็ก (Magnet) ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัด แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ เช่น ผาแต้ม ปากมูล แก่งตะนะ และอื่น ๆ ยังไม่เป็นที่น่าสนใจเพียงพอที่จะทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยวซ้ำ เนื่องจากในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวยังขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีมีน้อยมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่และบริษัทนำเที่ยว จะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีในฐานะที่เป็นจังหวัดที่มีประเพณีแห่เทียนพรรษาที่ยิ่งใหญ่เท่านั้น และยังไม่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบที่เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยใช้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

ปัญหารองที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี คือ ระบบการขนส่งมวลชน ซึ่งยังไม่มีสถานีขนส่งที่เป็นศูนย์รวมของรถโดยสารทั้งที่เป็นรถโดยสารภายในจังหวัดและรถโดยสารระหว่างจังหวัด ทำให้ผู้ที่เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีต้องประสบปัญหาความล่าช้า และความไม่สะดวกในการหารถโดยสารเพื่อเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดใกล้เคียง ผู้โดยสารไม่สามารถทราบเวลาของการเดินทางล่วงหน้า

ได้อย่างถูกต้อง ทำให้เป็นอุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวในการกำหนดเวลาและแผนการเดินทางที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยรถโดยสารประจำทาง ความไม่พร้อมของเมืองอีกประการหนึ่งคือ ระบบการกำจัดขยะทั้งที่เป็นขยะมูลฝอย ขยะติดเชื้อ สิ่งปฏิกูล และระบบการกำจัดน้ำเสีย ยังไม่มีระบบการกำจัดที่เหมาะสมและปลอดภัยเพียงพอต่อชุมชนและสภาพแวดล้อม การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและแหล่งท่องเที่ยวของลาวในแขวงจำปาสัก มีศักยภาพที่เหมาะสมต่อการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรม แต่การเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศในกลุ่มอินโดจีนยังมีข้อจำกัดเรื่องการผ่านแดน ความทุรกันดารของการคมนาคม

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่กล่าวถึงข้างต้น สรุปได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นเกณฑ์การประเมินที่ใช้ในงานวิจัย และส่วนที่สอง เป็นผลจากการใช้เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

2.3.2.1 เกณฑ์การประเมินที่ใช้ในงานวิจัย จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น

พบว่า ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540) สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2544) และบริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร (2545) ได้ระบุเกณฑ์ที่ใช้ในงานวิจัยดังตารางที่ 2.20

ตารางที่ 2.20 เกณฑ์การประเมินที่ใช้ในงานวิจัย

ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540)	สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2544)	บ. เทสโก้ จก. และ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มศ. (2545)
เกณฑ์การประเมินความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 1. แหล่งท่องเที่ยว 2. สิ่งอำนวยความสะดวก 3. โครงข่ายการคมนาคม 4. ระดับความเจริญของเมือง เกณฑ์การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 1. การเข้าถึง 2. สิ่งอำนวยความสะดวก 3. ความสำคัญและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	เกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวระดับจังหวัด 1. คุณลักษณะหรือคุณสมบัติพื้นฐานของสิ่งดึงดูดใจในท้องถิ่น 2. ความพร้อมและอภิมหาภัยของคนในท้องถิ่น	เกณฑ์การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 1. ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว 2. กิจกรรมเสริม 3. ความเก่าแก่อันทรงคุณค่าของโบราณสถาน 4. สุนทรียภาพ เกณฑ์การประเมินความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว 1. สภาพการเข้าถึง 2. สิ่งอำนวยความสะดวก 3. สภาพแวดล้อม 4. ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.20 (ต่อ)

ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540)	สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2544)	บ. เทสโก้ จก. และ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มศ. (2545)
4. ช่วงเวลาที่เที่ยวได้ 5. การรวมกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว 6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน		5. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

2.3.2.2 ผลจากการใช้เกณฑ์การประเมิน จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น พบข้อสรุปที่น่าสนใจ 2 ส่วนคือ ข้อสรุปในภาพรวมของจังหวัด และข้อสรุปในภาพรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยข้อสรุปของทั้งสองส่วนมีดังนี้

ข้อสรุปในภาพรวมของจังหวัด เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องการกับการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ดังตารางที่ 2.21

ตารางที่ 2.21 ข้อสรุปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในภาพรวมของจังหวัด

ข้อสรุป	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ
ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (ศูนย์บริการวิชาการ มข., 2540)	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2544)						
สถานภาพด้านอุปทาน	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สถานภาพด้านอุปสงค์	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	ต่ำ
กลยุทธ์การพัฒนา	กายภาพ	การตลาด	ด้านอื่น	กายภาพ	ด้านอื่น	ด้านอื่น
การกำหนดสินค้าทางการท่องเที่ยว (บ. คอร์ แพลนนิ่ง ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด, 2545)						
คุณค่า-ความน่าสนใจ						
ธรรมชาติ	เด่น	ธรรมดา	ธรรมดา	เด่น	ปานกลาง	เด่น
ประวัติศาสตร์	เด่น	เด่น	เด่น	เด่น	เด่น	ปานกลาง
กิจกรรม	เด่น	เด่น	เด่น	เด่น	ธรรมดา	ธรรมดา

ตารางที่ 2.21 (ต่อ)

ข้อสรุป	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ
แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงมทอ	4	1	1	2	1	1
ศักยภาพ (ในแผนแม่บทฯ โดย T D R I)	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
การตอบสนองต่อวัตถุประสงค์แผนพัฒนา	สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	ปานกลาง
ความต่อเนื่องของการพัฒนา	สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	กลาง
ความพร้อมในการจัดการ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ต่ำ
โอกาสทางการตลาด						
ตลาดเดิม	สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	ปานกลาง
ตลาดใหม่	สูง	สูง	สูง	สูง	สูง	ต่ำ
การกระจายและเชื่อมโยงเส้นทาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
การกำหนดพื้นที่พัฒนา						
พื้นที่หลัก	✓					
พื้นที่เสริม	✓	✓	✓	✓	✓	
เมืองชายแดน				✓		
พื้นที่ศักยภาพ						✓
พื้นที่เฉพาะ						

ข้อสรุปในภาพรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยว เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกับการวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ดังตารางที่ 2.22

ตารางที่ 2.22 ข้อเสนอจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในภาพรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว	ประเภท ทรัพยากร			มข. (2540)	บ. เทคโนโลยี (2545) (ความสำคัญ)			บ. คอร์ แพลนนิ่งฯ (2545ก)			
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	วัฒนธรรม	สูง	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สินค้าศักยภาพและ ความพร้อมพร้อม	สินค้าเตรียม ความพร้อม	สินค้าใหม่
อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี		✓			✓		✓				
อุทยานไม้กลายเป็นหิน	✓					✓					
หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน			✓				✓		✓		
วัดบ้านไร่		✓				✓			✓		
แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท		✓			✓	✓			✓		
เขาจันทน์งาม	✓				✓						
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	✓			✓		✓			✓		
น้ำตกกองแก้ว	✓					✓					
น้ำตกเหวสุวัต	✓					✓					
น้ำตกเหวไทร	✓					✓					
น้ำตกผากล้วยไม้	✓					✓					
น้ำตกเหวประทุน	✓					✓					
ศูนย์ถ้ำสุรสีห์	✓					✓					
ไทรงาม	✓				✓					✓	
อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย		✓					✓		✓		
ปราสาทหินพิมาย		✓		✓		✓					
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย		✓				✓					
เขื่อนลำนางรอง	✓			✓			✓				
โรงไฟฟ้าพลังน้ำลำตะคองแบบสูบกลับ	✓					✓					
วนอุทยานเขากระโดง	✓				✓		✓				
หมู่บ้านทอผ้าไหมมัดหมี่			✓				✓				
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง		✓		✓		✓			✓		
อ่างเก็บน้ำห้วยแหลม	✓						✓				
วัดเขาอังคาร		✓					✓		✓		
แหล่งหินตัดขอมสมัยโบราณ		✓					✓				
ปราสาทบ้านโคกแก้ว		✓					✓				
ปรางค์กู่สวนแตง		✓					✓				
งานแสดงช้างสุรินทร์			✓	✓							
หลักเมืองสุรินทร์		✓					✓				

2.4 สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ศักยภาพ และความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการประเมินศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สรุปเป็นกรอบในการวิจัย ภายใต้บริบทของจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ได้เป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย *ส่วนแรก* กรอบในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว *ส่วนที่สอง* กรอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว *ส่วนที่สาม* กรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ *ส่วนสุดท้าย* กรอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนา ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยแต่ละส่วนสรุปได้ดังนี้

2.4.1 กรอบในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.4.1.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (เทศกาล และงานประเพณี การจัดแสดงแสง-เสียง กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมพิเศษ) รวมถึง บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (บริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการสารสนเทศ บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก บริการภัตตาคารและร้านอาหาร บริการด้านบันเทิงเริงรมย์ บริการด้านสินค้าของที่ระลึก และบริการด้านความปลอดภัย) ที่ตอบสนองความพอใจของผู้เยี่ยมชม (visitors) ทั้งนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (tourists) และนักทัศนาจรหรือนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (excursionists)

2.4.1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากความหมายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวข้างต้นทำให้แบ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ออกได้เป็น 3 ประเภท (เพลินพิศ โกเมศ ไสภา, 2546; ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540; สภาสถาบันราชภัฏ, 2543; บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545; บริษัท คอร์ท แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด, 2545ก, 2545 ข และ 2545ค; กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กรอบในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

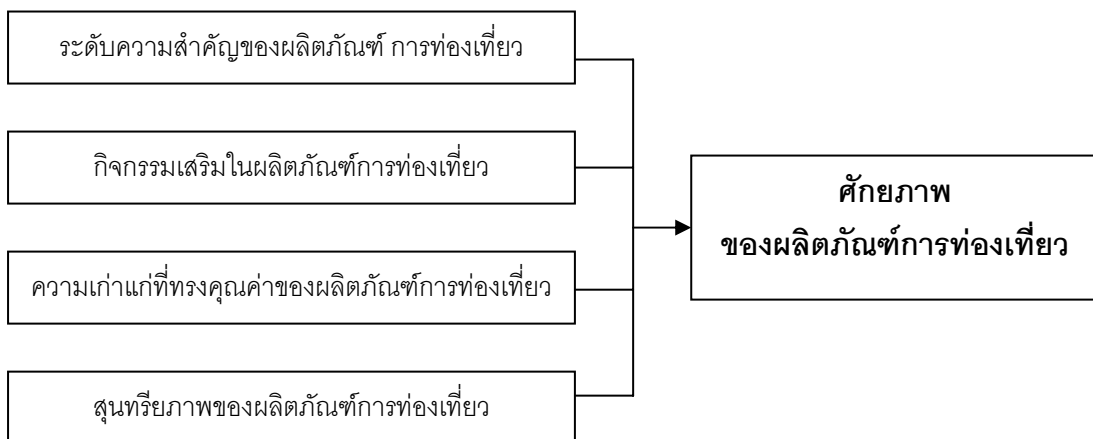
2.4.2 กรอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.4.2.1 ความหมายของศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว) ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ อันจะยังผลเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งตอบสนองความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.4.2.2 องค์ประกอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ในการวิจัยเรื่องนี้ ประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยดัดแปลงจากกรอบการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 69) ซึ่งสรุปได้ดังภาพที่ 2.2 และตารางที่ 2.23



ภาพที่ 2.2 กรอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.23 เกณฑ์การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. ระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นานาชาติ = 3 ประเทศ = 2 ท้องถิ่น = 1	3
2. กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	มี = 1 ไม่มี = 0	1
3. ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	มี = 1 ไม่มี = 0	1
4. คุณทริยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ดึงดูดใจมาก = 3 ดึงดูดใจปานกลาง = 2 ดึงดูดใจน้อย = 1	3
คะแนนดิบรวม		8

ที่มา: ดัดแปลงจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547: 69)

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
7 – 8	สูง	5
5 – 6	กลาง	3
2 – 4	ต่ำ	1

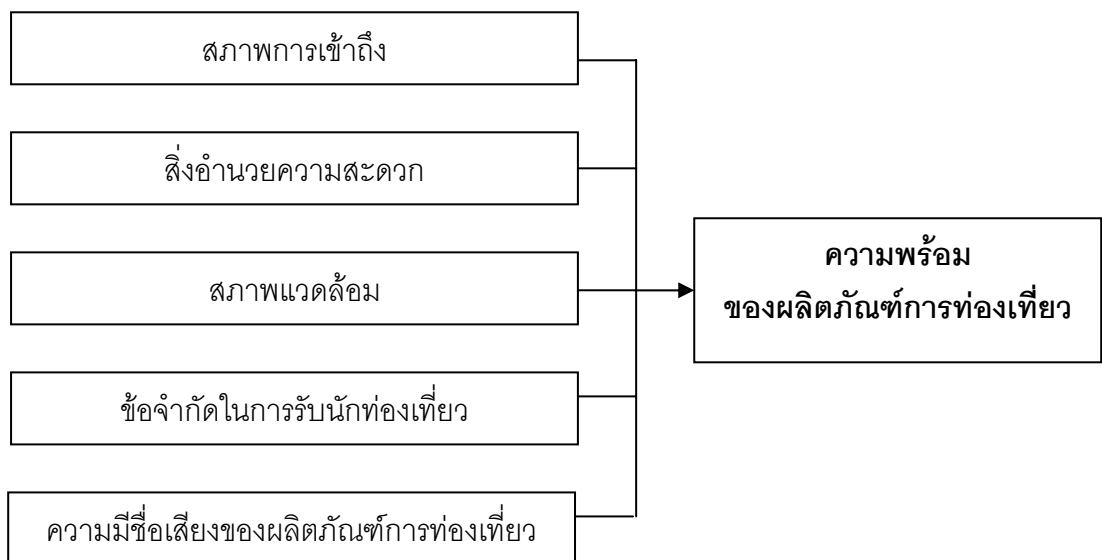
2.4.3 กรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.4.3.1 ความหมายของความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งบริการการท่องเที่ยว) ที่พร้อมจะต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น หรือชมกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น

2.4.3.2 องค์ประกอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ในการวิจัยเรื่องนี้ ประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยดัดแปลงจากกรอบการประเมินความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) โดยประเมินใน 5 องค์ประกอบย่อยเช่นเดียวกันคือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยกรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สรุปได้ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 กรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

สำหรับเกณฑ์การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละองค์ประกอบสรุปได้ดังนี้

1) **สภาพการเข้าถึง** (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าว่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น

การประเมินสภาพการเข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (เส้นทางคมนาคม) ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.24

ตารางที่ 2.24 เกณฑ์การประเมินสภาพการเข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. วิธีที่เข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดย <input type="checkbox"/> รถยนต์ <input type="checkbox"/> รถไฟ <input type="checkbox"/> เรือ <input type="checkbox"/> จักรยานยนต์ <input type="checkbox"/> เดินเท้า <input type="checkbox"/> จักรยาน	แต่ละชนิดให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1	6
2. การคมนาคมขนส่ง <input type="checkbox"/> รถส่วนตัว <input type="checkbox"/> เรือโดยสาร <input type="checkbox"/> รถประจำทาง <input type="checkbox"/> รถรับจ้าง	แต่ละประเภทให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1	4
3. ชนิดของถนน <input type="checkbox"/> ถนนคอนกรีต <input type="checkbox"/> ถนนลาดยาง <input type="checkbox"/> ถนนลูกรังหรือกรวดหิน <input type="checkbox"/> ถนนดิน	ในแต่ละหัวข้อ ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2 ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1	4

ตารางที่ 2.24 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
<input type="checkbox"/> ไม่มีผิวนน	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 0	
4. ลักษณะถนน (ผิวนน)	ในแต่ละหัวข้อ	3
<input type="checkbox"/> ไม่มีหลุม	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3	
<input type="checkbox"/> มีหลุมเล็กน้อย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2	
<input type="checkbox"/> มีหลุมปานกลาง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1	
<input type="checkbox"/> มีหลุมมาก	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 0	
5. การเข้าถึงภายในผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	ได้ = 1 ไม่ได้ = 0	1
6. อุปสรรคสิ่งกีดขวาง	มี = 0 ไม่มี = 1	1
7. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกฤดูกาล	ได้ = 1 ไม่ได้ = 0	1
คะแนนดิบรวม		20

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
14 – 20	สูง	5
7 – 13	กลาง	3
0 – 6	ต่ำ	1

2) **สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว นั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด

การประเมินสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.25

ตารางที่ 2.25 เกณฑ์การประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. สถานที่จอดรถและยานพาหนะ	มี = 1 ไม่มี = 0	1
2. ที่พัก	มี = 1 ไม่มี = 0	1
3. ห้องสุขา	มี = 1 ไม่มี = 0	1
4. อาคารบริการนักท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์/ห้องแสดงนิทรรศการ <input type="checkbox"/> ศูนย์ประชาสัมพันธ์/บริการข้อมูล <input type="checkbox"/> จุดรับแจ้งเหตุ <input type="checkbox"/> สถานพยาบาล <input type="checkbox"/> ที่นั่งพัก ศาลา หรืออื่น ๆ <input type="checkbox"/> สถานบริการต่าง ๆ และใกล้เคียง	ในแต่ละหัวข้อ มี = 1 ไม่มี = 0	6
5. ร้านอาหาร	มี = 1 ไม่มี = 0	1
6. ร้านขายของที่ระลึก	มี = 1 ไม่มี = 0	1
7. ระบบสื่อความหมาย <input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล <input type="checkbox"/> โสตทัศนอุปกรณ์ <input type="checkbox"/> มัคคุเทศก์ <input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ <input type="checkbox"/> ทางเดินศึกษาธรรมชาติ	ในแต่ละหัวข้อ มี = 1 ไม่มี = 0	5
8. โทรศัพท์สาธารณะ	มี = 1 ไม่มี = 0	1
9. ไฟฟ้าแสงสว่าง	มี = 1 ไม่มี = 0	1
10. แหล่งน้ำดื่ม	มี = 1 ไม่มี = 0	1
11. แหล่งน้ำใช้	มี = 1 ไม่มี = 0	1

ตารางที่ 2.25 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
12. การดูแลรักษาความปลอดภัย <input type="checkbox"/> มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่ <input type="checkbox"/> ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย <input type="checkbox"/> ความปลอดภัยจากสัตว์ <input type="checkbox"/> ความปลอดภัยจากธรรมชาติ <input type="checkbox"/> ป้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย	ในแต่ละหัวข้อ มี = 1 ไม่มี = 0	5
คะแนนดิบรวม		25

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
17 – 25	สูง	5
9 – 16	กลาง	3
0 – 8	ต่ำ	1

3) **สภาพแวดล้อม** หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รวมตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ เช่น สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ครัน สภาพน้ำตามแหล่งน้ำชุ่มชื้นหรือใสสะอาด และความสะอาดอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว เอง และบริเวณข้างเคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดเป็นปัญหาจนเป็นไปในลักษณะมลภาวะย่อมจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดสภาพเสื่อมโทรม ลดคุณค่า และลดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

การประเมินสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.26

ตารางที่ 2.26 เกณฑ์การประเมินสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. ลักษณะน้ำทิ้ง <input type="checkbox"/> กลิ่น <input type="checkbox"/> วัตถุลอยน้ำ <input type="checkbox"/> น้ำมัน/ไขมันบริเวณผิวน้ำ <input type="checkbox"/> การบำบัดน้ำเสีย	ไม่มี = 1 มี = 0 ไม่มี = 1 มี = 0 ไม่มี = 1 มี = 0 ไม่มี = 1 มี = 0	4
2. คุณภาพอากาศ <input type="checkbox"/> ฝุ่น/ควัน <input type="checkbox"/> กลิ่น	ไม่มี = 2 ปานกลาง = 1 มีมาก = 0 ไม่มี = 2 ปานกลาง = 1 มีมาก = 0	4
3. คุณภาพเสียง	ไม่มี = 2 ปานกลาง = 1 มีมาก = 0	2
4. เสื่อมโดยธรรมชาติ/ภัยธรรมชาติ	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
5. ทำลายโดยน้ำมือมนุษย์	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
6. การค้า/บริการภายใน แหล่งท่องเที่ยว	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
7. ถูกบดบังทัศนียภาพโดย สิ่งปลูกสร้าง	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
8. พื้นที่/สภาพการใช้ประโยชน์(เปลี่ยน สภาพเป็นแหล่งอุตสาหกรรม/พาณิชย์ ยกรรม/เกษตรกรรมข้างเคียง)	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
9. ปริมาณขยะและสิ่งปฏิกูลที่ปรากฏ	มาก = 1 ปานกลาง = 2 น้อย = 3	3
10. ระบบการกำจัดขยะ	ไม่มี = 0 มี = 1	1
คะแนนดิบรวม		29

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
22 – 29	สูง	5
14 – 21	กลาง	3
6 – 13	ต่ำ	1

4) **ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว** หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากในที่พัก น้ำประปา ไฟฟ้า จะบริการได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดเป็นเขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน เป็นต้น

การประเมินข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมินเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.27

ตารางที่ 2.27 เกณฑ์การประเมินข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. ต้องขออนุญาต	<input type="checkbox"/> ไม่ต้องขอ = 1 <input type="checkbox"/> ขออนุญาต = 0	1
2. การเข้าถึงได้ทุกฤดูกาล	<input type="checkbox"/> ได้ = 1 <input type="checkbox"/> ไม่ได้ = 0	1
คะแนนดิบรวม		2

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
1 – 2	สะดวก	1
0	ไม่สะดวก	0

5) **ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** หมายถึง ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว นั้น ๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปในปัจจุบัน ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และวัดจากปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละกิจกรรม

การประเมินความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ตัวแปรในการประเมิน เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละตัวแปร และเกณฑ์ในการประเมิน ดังตารางที่ 2.28

ตารางที่ 2.28 เกณฑ์การประเมินชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ชื่อตัวแปร	เกณฑ์/คะแนน	คะแนนเต็ม
1. จำนวนนักท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> > 500,000 คน/ปี = 3 <input type="checkbox"/> 100,000 – 500,000 คน/ปี = 2 <input type="checkbox"/> < 100,000 คน/ปี = 1	3
2. ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวใน (วันเสาร์ – อาทิตย์) ในฤดูท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> มาก = 3 <input type="checkbox"/> ปานกลาง = 2 <input type="checkbox"/> น้อย = 1 <input type="checkbox"/> มากเกินจนทำลายสิ่งแวดล้อม = 0	3
คะแนนดิบรวม		6

การประเมินให้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
5 – 6	สูง	5
3 – 4	กลาง	3
1 – 2	ต่ำ	1

การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้จากการนำผลคะแนนดิบทั้ง 5 ด้าน (ที่ได้จากการประเมินค่า) มาจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับสูง
- 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง
- 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับต่ำ
และแปลงเป็นค่าคะแนน 5 3 1 ตามลำดับ ดังนี้

คะแนนรวม	ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
16 – 21	สูง	5
10 – 15	กลาง	3
4 – 9	ต่ำ	1

**2.4.4 กรอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว**

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะนำผลของการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มาจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยใช้เกณฑ์ในการจัดกลุ่มดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547: 62)

ระดับศักยภาพ	ระดับความพร้อม	ศักยภาพในการพัฒนา
สูง	สูง	สูง
สูง	ปานกลาง	} ปานกลาง
สูง	ต่ำ	
ปานกลาง	สูง	
ปานกลาง	ปานกลาง	
ปานกลาง	ต่ำ	
ต่ำ	สูง	
ต่ำ	ปานกลาง	
ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะเลือกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลางมาพัฒนาก่อน เช่น หากผลการประเมินศักยภาพสูง จะทำการพัฒนาด้านความพร้อม แต่หากความพร้อมสูงจะทำการพัฒนาด้านศักยภาพ เป็นต้น

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 บทนำ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ *ประการแรก* เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สอง* เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สาม* เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ *ประการสุดท้าย* เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

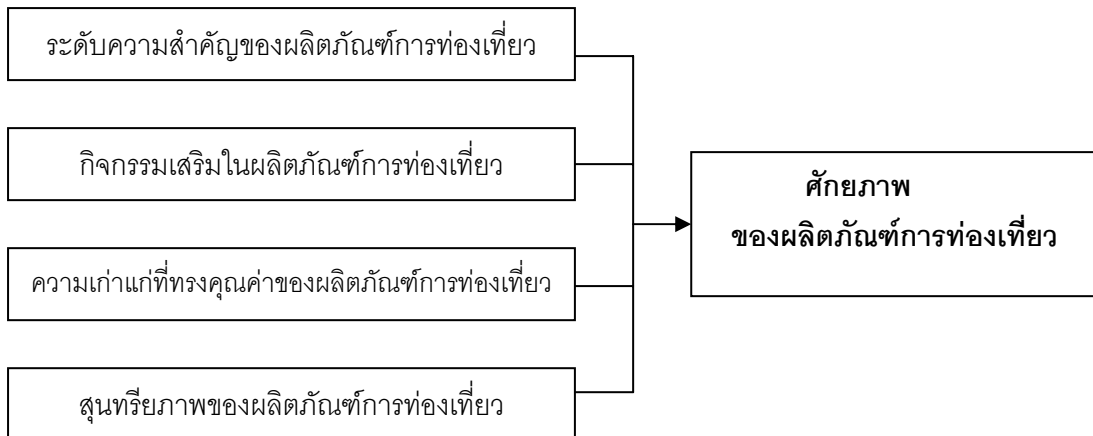
ในการนำเสนอวิธีดำเนินการวิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน คือ *ตอนแรก* เป็นการนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัย *ตอนที่สอง* เป็นการนำเสนอระเบียบวิธีวิจัย โดยจะนำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ที่ศึกษาแต่ละข้อ และ*ตอนสุดท้าย* เป็นการนำเสนอสรุปผลที่จะเกิดขึ้นหากมีการดำเนินการตามกรอบแนวคิดและระเบียบวิธีวิจัย โดยในแต่ละตอนมีรายละเอียดดังนี้

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

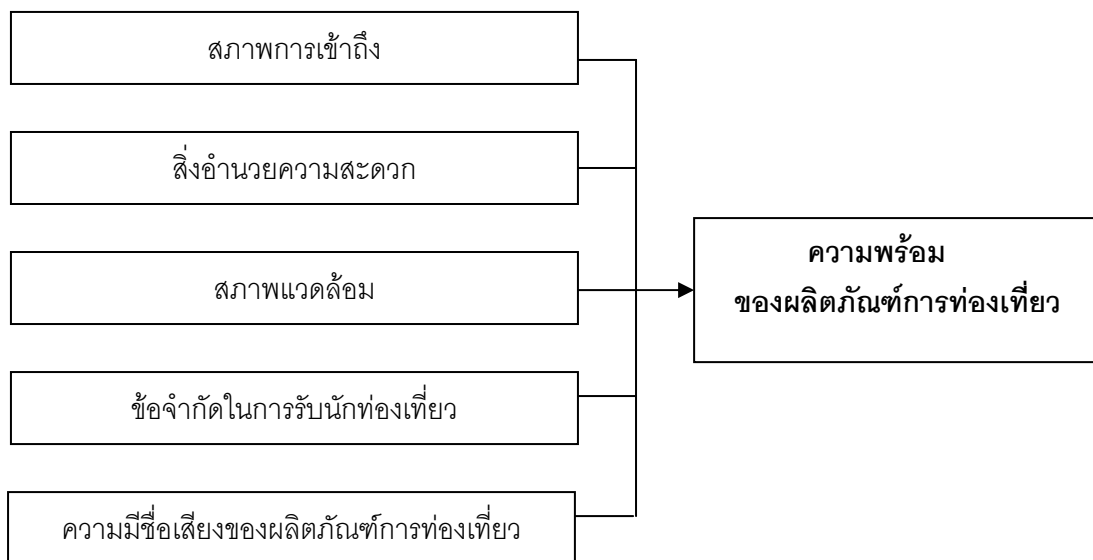
ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบในการวิจัยออกเป็น 4 กรอบ ประกอบด้วย กรอบในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กรอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกรอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยทั้ง 4 กรอบแสดงได้ดังภาพที่ 3.1 – 3.4



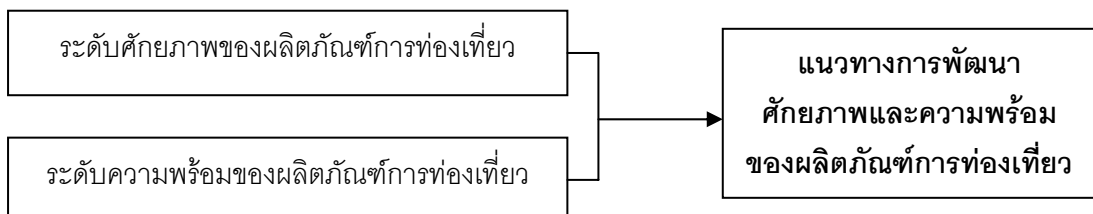
ภาพที่ 3.1 กรอบในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว



ภาพที่ 3.2 กรอบในการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว



ภาพที่ 3.3 กรอบในการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว



ภาพที่ 3.4 กรอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3.3 ระเบียบวิธีวิจัย

การนำเสนอในส่วนนี้ จะนำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยวัตถุประสงค์แต่ละข้อการนำเสนอจะประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.3.1 วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3.3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อนี้คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ซึ่งใช้ฐานของงานวิจัยเดิมที่มีจำนวนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสูงสุดเป็นเกณฑ์ในการกำหนดจำนวนประชากรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยจำนวนอำเภอ/กิ่งอำเภอ ตำบล และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนอำเภอ/กิ่งอำเภอ ตำบล และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	อำเภอ/กิ่งอำเภอ	ตำบล	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
นครราชสีมา	26/6	287	159 ⁽¹⁾
บุรีรัมย์	21/2	189	54 ⁽¹⁾
สุรินทร์	13/4	159	66 ⁽¹⁾
อุบลราชธานี	20/5	219	118 ⁽¹⁾
ศรีสะเกษ	20/2	206	52 ⁽¹⁾
ชัยภูมิ	15/1	124	41 ⁽²⁾
รวม	115/20	1,184	490

หมายเหตุ (1) ที่มา: บริษัท จีไอเมติค เทคโนโลยี จำกัด (2546)

(2) ที่มา: สภาสถาบันราชภัฏ (2543)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อนี้คือ ประชากรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด (ศึกษาโดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง)

3.3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ แบ่งออกเป็น 2 ชุดคือ

1) **แบบบันทึกรายการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** เป็นแบบบันทึกที่ใช้สำหรับบันทึกเกี่ยวกับ ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สถานที่ตั้ง การเข้าถึง ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2) **แบบบันทึกสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** เป็นแบบบันทึกที่ใช้เพื่อสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากแบบบันทึกในข้อ 1) ประกอบด้วย ลำดับที่ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สถานที่ตั้ง (ตำบล อำเภอ) และประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ตัวอย่างของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ชุด แสดงในภาคผนวก ข

3.3.1.3 การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ เป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล งานประเพณี รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ เป็นการจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและสรุปจำนวนของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดและภาพรวมของอีสานใต้ 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ)

3.3.2 วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์

การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3.3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อนี้คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดที่ได้จากการสำรวจตามวัตถุประสงค์ข้อ 1

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อนี้คือ ประชากรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด (ศึกษาโดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง)

3.3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ เป็นแบบสำรวจเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนแรก เป็นข้อมูลเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่ตั้งของผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยว และการเข้าถึง

ส่วนที่สอง เป็นการสำรวจเกี่ยวกับศักยภาพในตัวเองของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
ประกอบด้วย ระดับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมเสริม ความ
เก่าแก่ที่ทรงคุณค่า และความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนสุดท้าย เป็นการสำรวจเกี่ยวกับความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย
สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ
ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสำรวจชุดนี้จากแบบประเมินศักยภาพและความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) และได้นำเสนอต่อผู้อำนวยการ
ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ
และชัยภูมิ เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2549 ภายหลังจากพิจารณาได้มีการปรับปรุงอีกเล็กน้อย แล้วจึง
นำไปเก็บรวบรวมข้อมูล ตัวอย่างแบบสำรวจเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปรากฏใน
ภาคผนวก ค และรายชื่อผู้พิจารณาแบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยว แสดงในภาคผนวก ง

3.3.2.3 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ คณะผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจาก
เจ้าหน้าที่ประจำอำเภอของศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์
สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ เป็นผู้ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยว และมีบางส่วนที่คณะผู้วิจัยได้ไปประเมินเอง

3.3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ เป็นการประเมินศักยภาพและความ
พร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้

- 1) การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
ประเมินโดยพิจารณาจาก (1) ระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยว (2) กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (3) ความเก่าแก่อันทรงคุณค่าของ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ (4) สุนทรียภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
การประเมินได้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3
ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
7 – 8	สูง	5
5 – 6	กลาง	3
2 – 4	ต่ำ	1

2) การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ประเมินโดยพิจารณาจาก (1) สภาพการเข้าถึง (2) สิ่งอำนวยความสะดวก (3) สภาพแวดล้อม (4) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ (5) ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้จากการนำผลคะแนนดิบทั้ง 5 ด้าน (ที่ได้จากการประเมินค่า) มาจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

(1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับสูง

(2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง

(3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับต่ำ และแปลงเป็นค่าคะแนน 5 3 1 ตามลำดับ ดังนี้

คะแนนรวม	ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
16 – 21	สูง	5
10 – 15	กลาง	3
4 – 9	ต่ำ	1

3.3.3 วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

การศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรก เป็นการนำผลการประเมินศักยภาพ และผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นำมาจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใดมีศักยภาพในการพัฒนาในระดับใด และส่วนที่สอง เป็นการสัมภาษณ์ภาคีผู้เกี่ยวข้อง ถึงแนวทางในการพัฒนา โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

3.3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ผลិតภัณฑ์ การท่องเที่ยว และมัคคเทศก์ที่ทำงานในบริษัทท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ส่วนเช่นเดียวกันคือ ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวทั้งหมด และมัคคเทศก์ที่ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จากมัคคเทศก์ที่ทำงานในบริษัทท่องเที่ยวรวม 10 คน เป็นมัคคเทศก์ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด นครราชสีมา 5 คน จังหวัดอุบลราชธานี 4 คน และจังหวัดมหาสารคาม 1 คน (รายชื่อมัคคเทศก์ที่ให้สัมภาษณ์แสดงในภาคผนวก จ)

3.3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากมัคคเทศก์ตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนแรก เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่สอง เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3.3.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนแรก ได้จากการนำข้อมูลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อ 2 มาใช้ สำหรับส่วนที่สอง ได้จากการสัมภาษณ์มัคคเทศก์ทั้ง 10 คนข้างต้น

3.3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก การวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้จากการนำผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว และผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มาจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยใช้เกณฑ์ในการจัดกลุ่มดังนี้

ระดับศักยภาพ	ระดับความพร้อม	ศักยภาพในการพัฒนา
สูง	สูง	สูง
สูง	ปานกลาง	} ปานกลาง
สูง	ต่ำ	
ปานกลาง	สูง	
ปานกลาง	ปานกลาง	
ปานกลาง	ต่ำ	
ต่ำ	สูง	
ต่ำ	ปานกลาง	
ต่ำ	ต่ำ	

ส่วนที่สอง เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ภาคคุเทศก์ หลังจากนั้นจึงนำผลของทั้งสองส่วนมาบูรณาการเข้าด้วยกัน

3.3.4 วัตถุประสงค์ข้อ 4 เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ได้จากการนำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 – 3 มาสังเคราะห์รวมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์ภาคคุเทศก์แล้วนำมาบูรณาการเป็นแนวทางยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

3.4 สรุป

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย และการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ จะทำให้ทราบถึงจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัดคือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และชัยภูมิ จะทำให้ทั้ง 6 จังหวัดดังกล่าวมีข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกัน

บทที่ 4 ผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4.1 บทนำ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ *ประการแรก* เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สอง* เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ *ประการที่สาม* เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ *ประการสุดท้าย* เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีคำถามวิจัย 4 ประการ ดังนี้ *ประการแรก* ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แต่ละประเภท มีจำนวนเท่าใด ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้าง และมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ใด *ประการที่สอง* ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แต่ละประเภทเป็นอย่างไร *ประการที่สาม* แนวทางการพัฒนา ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร *ประการสุดท้าย* แนวทางของยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างไร

การนำเสนอในบทนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ *ตอนแรก* เป็นการนำเสนอผลการศึกษา *ตอนที่สอง* เป็นการนำเสนอการอภิปรายผล *ตอนที่สาม* เป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะ และ *ตอนสุดท้าย* เป็นสรุปผลการศึกษาทั้งหมด โดยในแต่ละตอนมีรายละเอียดดังนี้

4.2 ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาในตอนนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน เพื่อตอบคำถามการวิจัยแต่ละข้อ ดังนี้ *ส่วนแรก* เป็นการนำเสนอคำตอบของคำถามวิจัยข้อ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แต่ละประเภท มีจำนวนเท่าใด ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้าง และมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ใด *ส่วนที่สอง* เป็นการนำเสนอคำตอบของคำถามวิจัยข้อ 2) ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แต่ละประเภทเป็นอย่างไร *ส่วนที่สาม* เป็นการนำเสนอคำตอบของคำถามการวิจัยข้อ 3) แนวทางการพัฒนา ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร *ส่วนสุดท้าย* เป็นการนำเสนอคำตอบของคำถามการวิจัยข้อ 4) แนวทางของยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่ม

จังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างไร รายละเอียดในแต่ละส่วนมีดังนี้²

4.2.1 คำถามการวิจัยข้อ 1) ผลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แต่ละประเภท มีจำนวนเท่าใด ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้าง และมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ใด

การนำเสนอในส่วนนี้ แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วนย่อย ประกอบด้วย *ส่วนย่อยแรก* เป็นการนำเสนอจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในภาพรวม *ส่วนย่อยที่สอง* เป็นการนำเสนอจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ *ส่วนย่อยที่สาม* เป็นการนำเสนอจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา และ *ส่วนย่อยสุดท้าย* เป็นการนำเสนอจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม โดยแต่ละส่วนย่อยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1.1 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในภาพรวม

จากการสืบค้นข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต มีจำนวนทั้งสิ้น 793 ผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาบททวนจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ที่รายงานโดยเจ้าหน้าที่ประจำอำเภอของศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ ในกรณีพบว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นและไม่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อม จะไม่นำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นมาพิจารณา

จากการพิจารณาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต ที่สอดคล้องกับข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่รายงานโดยเจ้าหน้าที่ประจำอำเภอของศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา และผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมตามลำดับ เมื่อจำแนกตามจังหวัด พบว่า จังหวัดนครราชสีมามีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

² สภาทั่วไปของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด นำเสนอในภาคผนวก ข

แสดงให้เห็นว่า กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ โดยเกือบทุกจังหวัดมีลักษณะเดียวกัน ยกเว้น จังหวัดสุรินทร์ที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมีน้อยกว่าประเภท ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ซึ่งจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และจังหวัด

ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม
ธรรมชาติ	60	29	14	37	27	62	229
ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา	69	29	24	29	45	23	219
ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม	44	27	20	17	25	4	137
รวม	173	85	58	83	97	89	585

4.2.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ พบในจังหวัดชัยภูมิมากที่สุดและใกล้เคียงกับจังหวัดนครราชสีมา รองลงมาคือ อุบลราชธานี บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และสุรินทร์ ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามประเภทย่อย พบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติที่จัดอยู่ในกลุ่มภูเขา ถ้ำ หน้าผา โป่ง น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ซึ่งพบมากที่สุดที่จังหวัดนครราชสีมา และชัยภูมิ รองลงมาคือ กลุ่มเขื่อน อ่างเก็บน้ำ ฝาย ซึ่งพบมากที่สุดในจังหวัดบุรีรัมย์ และกลุ่มอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ป่าชุมชน ทุ่งหญ้า ทุ่ง ดอกไม้ สถานีวิจัย ซึ่งพบว่ามีจำนวนใกล้เคียงกันในจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมา ส่วนที่มีค่อนข้างน้อย ได้แก่ กลุ่มเกาะ แก่ง กลุ่มเขตรักษาพันธุ์สัตว์ หน่วยอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ สถานีวิจัยพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด และกลุ่มน้ำพุธรรมชาติ น้ำผุด

แสดงให้เห็นว่า จังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมา มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลุ่มภูเขา ถ้ำ หน้าผา โป่ง น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร เส้นทางศึกษาธรรมชาติ มากกว่า 4 จังหวัดที่เหลือ ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกือบทุกประเภทเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ยกเว้น

เส้นทางศึกษาธรรมชาติที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น และกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามมาคือ กลุ่มอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ป่าชุมชน ทุ่งหญ้า ทุ่งดอกไม้ สถานีวิจัย โดยจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด

ประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม
ภูเขา ถ้ำ หน้าผา โป่ง น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร เส้นทางศึกษาธรรมชาติ	36	1	4	17	9	36	103
เขื่อน อ่างเก็บน้ำ ฝาย	9	15	4	2	3	5	38
อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ป่าชุมชน ทุ่งหญ้า ทุ่งดอกไม้ สถานีวิจัย	8	4	3	4	7	10	36
หาดทรายน้ำจืด หินธรรมชาติที่มีรูปลักษณ์ ต่าง ๆ	3	2	1	8	7	1	22
แหล่งน้ำจืด ได้แก่ ห้วย หนอง คลอง บึง	-	5	1	-	-	5	11
เกาะ แก่ง	2	-	-	5	-	2	9
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ หน่วยอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ สถานีเพาะพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด	1	2	1	1	1	2	8
น้ำพุธรรมชาติ น้ำผุด	1	-	-	-	-	1	2
รวม	60	29	14	37	27	62	229

4.2.1.3 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์

โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา พบในจังหวัดนครราชสีมามากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดศรีสะเกษ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี สุรินทร์ และชัยภูมิ ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามประเภทย่อย พบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ ที่จัดอยู่ในกลุ่มโบราณสถาน โบราณวัตถุ อุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งพบในจังหวัดนครราชสีมามากที่สุด สำหรับจังหวัดศรีสะเกษ บุรีรัมย์ และสุรินทร์มีจำนวนใกล้เคียงกัน

รองลงมาคือ กลุ่มวัด ซึ่งพบมากในจังหวัดอุบลราชธานี รองลงมาพบในจังหวัดศรีสะเกษและ นครราชสีมา ส่วนที่มีค่อนข้างน้อย ได้แก่ กลุ่มอนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน หลักศิลาจารึก และ กลุ่มชุมชนโบราณ แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑสถาน สุสานดึกดำบรรพ์ โดยจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องประเภทประวัติศาสตร์ฯ จำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา จำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด

ประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม
โบราณสถาน โบราณวัตถุ อุทยานประวัติศาสตร์	36	22	18	4	23	11	114
วัด	13	3	3	20	17	7	63
กำแพงเมือง คูเมือง ศาลหลักเมือง ศาลเจ้า	10	1	2	1	4	3	21
ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ สถานที่ปฏิบัติธรรม	6	2	-	4	1	-	13
อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน หลักศิลาจารึก	2	1	1	-	-	2	6
ชุมชนโบราณ แหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑสถาน สุสานสัตว์ดึกดำบรรพ์	2	-	-	-	-	-	2
รวม	69	29	24	29	45	23	219

4.2.1.4 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมพบใน จังหวัดนครราชสีมามากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดบุรีรัมย์ ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุบลราชธานี และ ชัยภูมิ ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามประเภทย่อย พบว่า ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ จัดอยู่ในกลุ่มงานประเพณี งานเทศกาล รองลงมาคือ กลุ่มสินค้าพื้นเมือง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน และกลุ่มชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ส่วนที่มีค่อนข้างน้อย ได้แก่ แหล่งบันเทิง แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งจัดกิจกรรม และกลุ่มสถานที่สำคัญอื่น ๆ โดยจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ จำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม
จำแนกตามประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด

ประเภทย่อยของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม
งานประเพณี งานเทศกาล	10	4	10	3	6	2	35
สินค้าพื้นเมือง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน	5	8	6	-	7	2	28
ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท เป็นต้น	6	5	1	6	4	-	22
สวนสาธารณะ	2	3	-	4	5	-	14
ไร่ นา สวน ฟาร์ม พืช ผัก ผลไม้	6	4	2	1	1	-	14
แหล่งซื้อของ/ศูนย์การค้า	4	1	1	1	1	-	8
ศูนย์วัฒนธรรม	1	2	-	2	-	-	5
ศูนย์ข้อมูล ศูนย์การเรียนรู้	5	-	-	-	-	-	5
แหล่งบันเทิง แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งจัดกิจกรรม	3	-	-	-	-	-	3
สถานที่สำคัญอื่น ๆ เช่น พระตำหนัก สถานศึกษาที่ มีลักษณะพิเศษ ฯลฯ	2	-	-	-	1	-	3
รวม	44	27	20	17	25	4	137

สำหรับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด
จำแนกตามชื่อผลิตภัณฑ์ สถานที่ตั้ง ประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก และประเภทผลิตภัณฑ์ย่อย
แสดงในภาคผนวก ซ ตารางที่ ซ.1 – ซ.6

4.2.2 คำถามการวิจัยข้อ 2) ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แต่ละประเภทเป็นอย่างไร

การนำเสนอในตอนนี้นำแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ ส่วนย่อยแรก เป็นการนำเสนอ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และส่วนย่อยที่สอง เป็นการนำเสนอความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้

4.2.2.1 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

จากผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินสมบูรณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 544 ผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีศักยภาพต่ำ ประมาณหนึ่งในสี่มี ศักยภาพปานกลาง และมีประมาณร้อยละ 8 เท่านั้น ที่มีศักยภาพสูง

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์ผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและต่ำ ใกล้เคียงกัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานีผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ ซึ่งผลการประเมินศักยภาพจำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัด

ระดับศักยภาพ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	9	4	5	12	3	8	41 (7.54)
ปานกลาง	21	9	27	38	19	20	134 (24.63)
ต่ำ	108	72	26	27	75	61	369 (67.83)
รวม	138	85	58	77	97	89	544 (100.00)

เมื่อพิจารณาผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์สรุปได้ดังนี้

1) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่ผลการประเมินศักยภาพมีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 201 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติร้อยละ 70 มีผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่ร้อยละ 22 มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และมีเพียงร้อยละ 8 เท่านั้น ที่ผลการประเมินอยู่ในระดับสูง เมื่อจำแนกตามจังหวัด พบว่า ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเกือบทุกจังหวัดอยู่ในระดับต่ำ ยกเว้น จังหวัดอุบลราชธานีที่ผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำและปานกลางใกล้เคียงกัน

สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับสูงมีเพียง 4 จังหวัดเท่านั้นคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และชัยภูมิ โดยจังหวัดนครราชสีมา มี 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ไทงามพิมาย และสถานีวิจัยสะแกกราช จังหวัดบุรีรัมย์มี 1 ผลิตภัณฑ์ คือ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ จังหวัดอุบลราชธานีมี 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผาแต้ม เสาเฉลียงผาแต้ม หาดคูเดื่อ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และอุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย และจังหวัดชัยภูมิมี 7 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำตกตาดโตน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว ทุ่งกระมัง อุทยานแห่งชาติตาดโตน อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติภูแลนคา และเขื่อนจุฬาภรณ์

ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัด สรุปได้ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัด

ระดับศักยภาพ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	3	1	-	6	-	7	17 (8.46)
ปานกลาง	5	3	3	14	5	14	44 (21.89)
ต่ำ	29	25	11	12	22	41	140 (69.65)
รวม	37	29	14	32	27	62	201 (100.00)

2) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่ผลการประเมินศักยภาพมีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 210 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ร้อยละ 71 มีผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่ร้อยละ 25 มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และมีเพียงร้อยละ 4 เท่านั้น ที่ผลการประเมินอยู่ในระดับสูง

เมื่อจำแนกตามจังหวัด พบว่า ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ ยกเว้น จังหวัดสุรินทร์และ อุบลราชธานีที่ผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ

สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับสูงมีเพียง 4 จังหวัดเท่านั้นคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และศรีสะเกษ โดยจังหวัดนครราชสีมา มี 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัดบ้านไร่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี จังหวัดบุรีรัมย์มี 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดอุบลราชธานีมี 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัดศรีอุบลรัตนาราม และวัดหนองบัว และจังหวัดศรีสะเกษมี 1 ผลิตภัณฑ์ คือ วัดปามหาเจดีย์แก้ว (วัดล้านขวด)

ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภท

ประวัติศาสตร์จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัด

ระดับศักยภาพ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	3	2	-	2	1	-	8 (3.81)
ปานกลาง	9	2	17	15	7	3	53 (25.24)
ต่ำ	48	25	7	12	37	20	149 (70.95)
รวม	60	29	24	29	45	23	210 (100.00)

3) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ที่ผลการประเมินศักยภาพมีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 133 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ร้อยละ 60 มีผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่ร้อยละ 28 มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง และมีเพียงร้อยละ 12 เท่านั้น ที่ผลการประเมินอยู่ในระดับสูง

เมื่อจำแนกตามจังหวัด พบว่า ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ ยกเว้น จังหวัดสุรินทร์ที่ผลการประเมินศักยภาพในระดับต่ำและระดับปานกลางใกล้เคียงกัน ในขณะที่จังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดชัยภูมิที่ผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ

สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับสูงมีทั้ง 6 จังหวัด โดยจังหวัดนครราชสีมา มี 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การแสดงแสงเสียงขนาดเล็กพิมาย หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน และฟาร์มโชคชัย จังหวัดบุรีรัมย์มี 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดสุรินทร์มี 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ งานแสดงช้างสุรินทร์ ประเพณีแข่งเรือยาว ประเพณีบวชช้าง หมู่บ้านช้าง และหมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสว่าง จังหวัดอุบลราชธานีมี 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ งานประเพณีแห่เทียนพรรษา ศูนย์ศิลปาชีพบ้านยางน้อย ทุ่งศรีเมือง และชายแดนช่องเม็ก จังหวัดศรีสะเกษมี 2 ผลิตภัณฑ์ คือ งานประเพณีสีผ้าไทยศรีสะเกษ และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ และจังหวัดชัยภูมิมี 1 ผลิตภัณฑ์คือแหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่บ้านเขว้า

ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม
จำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัด

ระดับศักยภาพ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	3	1	5	4	2	1	16 (12.03)
ปานกลาง	7	4	7	9	7	3	37 (27.82)
ต่ำ	31	22	8	3	16	-	80 (60.15)
รวม	41	27	20	16	25	4	133 (100.00)

สำหรับรายละเอียดผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด จำแนกตามระดับศักยภาพและผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวแสดงในภาคผนวกมตารางที่ผ.1-ผ.6

4.2.2.2 ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

จากผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด
อีสานใต้ 6 จังหวัด พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินสมบูรณ์มีจำนวนทั้งสิ้น
544 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 58 มีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ
39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า ผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ
ปานกลาง ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์และอุบลราชธานีส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับสูง ซึ่งผล
การประเมินความพร้อมจำแนกตามระดับศักยภาพและจังหวัด สรุปได้ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัด

ระดับความพร้อม	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	45	18	43	41	24	40	211 (38.79)
ปานกลาง	87	58	15	35	71	48	314 (57.72)
ต่ำ	6	9	-	1	2	1	19 (3.49)
รวม	138	85	58	77	97	89	544 (100.00)

เมื่อพิจารณาผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

1) ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่ผลการประเมินความพร้อมมีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 201 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ร้อยละ 59 มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ร้อยละ 37 มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูงและมีเพียงร้อยละ 5 เท่านั้นที่ผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ

เมื่อจำแนกตามจังหวัดพบว่าผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเกือบทุกจังหวัดอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น จังหวัด สุรินทร์และอุบลราชธานีที่ผลการประเมินอยู่ในระดับสูงมากกว่าระดับปานกลาง

ผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติจำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัด

ระดับความพร้อม	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	12	5	9	17	4	27	74 (36.82)
ปานกลาง	21	22	5	14	21	34	117 (58.21)
ต่ำ	4	2	-	1	5	1	10 (4.98)
รวม	37	29	14	32	27	62	201 (100.00)

2) ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภท

ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่ผลการประเมินความพร้อมมีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 210 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ร้อยละ 64 มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ร้อยละ 34 มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น ที่ผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ

เมื่อจำแนกตามจังหวัด พบว่า ผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ ใน 4 จังหวัดคือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และศรีสะเกษ ส่วนใหญ่มีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง ส่วนจังหวัดชัยภูมิความพร้อมของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลางและสูงใกล้เคียงกัน

ผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ จำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา จำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัด

ระดับความพร้อม	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	17	4	16	12	12	11	71 (33.81)
ปานกลาง	41	22	8	17	33	12	134 (63.81)
ต่ำ	2	3	-	-	-	-	5 (2.38)
รวม	60	29	24	29	45	23	210 (100.00)

3) ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและ กิจกรรมที่ผลการประเมินความพร้อมมีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 133 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลางและระดับสูงใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 48 และ 49 ตามลำดับ) และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น ที่ผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำเมื่อจำแนกตามจังหวัดพบว่าผลการประเมินความพร้อมของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น จังหวัดสุรินทร์ และอุบลราชธานีที่ส่วนใหญ่ผลการประเมินความพร้อมอยู่ในระดับสูง ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลางเท่ากับระดับสูง ผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ จำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม
จำแนกตามระดับความพร้อมและจังหวัด

ระดับความพร้อม	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	16	9	19	12	8	2	66 (49.62)
ปานกลาง	25	14	1	4	17	2	63 (43.37)
ต่ำ	-	4	-	-	-	-	4 (3.01)
รวม	41	27	20	16	25	4	133 (100.00)

สำหรับรายละเอียดผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด จำแนกตามระดับความพร้อมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแสดงในภาคผนวกผลตารางที่ผ.1-ผ.6

4.2.3 คำถามการวิจัยข้อ 3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร

การนำเสนอในส่วนนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อย คือ *ส่วนย่อยแรก* เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา *ส่วนย่อยที่สอง* เป็นการนำเสนอผลการสัมภาษณ์ภาคีผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ*ส่วนย่อยสุดท้าย* เป็นการนำเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยทั้งสามส่วนย่อยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.3.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา

การประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่ามีศักยภาพในการพัฒนาในระดับใด ได้จากการนำผลการประเมินศักยภาพ และผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาพิจารณา ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เกือบทั้งหมดมีศักยภาพในการพัฒนาปานกลาง มีเพียงร้อยละ 7 เท่านั้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง ส่วนอีกร้อยละ 3 มีศักยภาพในการพัฒนาต่ำ

เมื่อจำแนกตามจังหวัด พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูงของจังหวัดนครราชสีมา มี 11 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไทรงามพิมาย สถานีวิจัยสะแกราช

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วัดบ้านไร่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ประตูลงจอด การแสดงแสงเสียงขนาดเล็กพิมาย งานฉลองอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน และฟาร์มโชคชัย จังหวัดบุรีรัมย์มี 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ ปราสาทหินเมืองต่ำ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และงานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดสุรินทร์มี 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ งานแสดงช้างสุรินทร์ ประเพณีแข่งเรือยาว ประเพณีบวชนาคช้าง หมู่บ้านช้าง และหมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสว่าง จังหวัดอุบลราชธานีมี 7 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผาแต้ม หาดคูเดื่อ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม งานประเพณีแห่เทียนพรรษา ศูนย์ศิลปาชีพบ้านยางน้อย และทุ่งศรีเมือง จังหวัดศรีสะเกษมี 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัดป่ามหาเจดีย์แก้ว (วัดล้านขวด) งานประเพณีสีเฒ่าไทยศรีสะเกษ และสวนสมเด็จพระนริศนาวิจิตร และจังหวัดชัยภูมิมี 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำตกตาดโตน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว ทุ่งกระมัง อุทยานแห่งชาติตาดโตน อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติภูแลนคา เขื่อนจุฬาภรณ์และแหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่บ้านเขว้า

สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาในระดับปานกลาง ซึ่งมีจำนวนมากถึง 488 ผลิตภัณฑ์เกิดจากการจับคู่ระหว่างศักยภาพและความพร้อมต่างกัน 7 คู่³ ประมาณครั้งหนึ่ง (ร้อยละ 53) เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพต่ำ – ความพร้อมปานกลาง รองลงมาคือ กลุ่มศักยภาพต่ำ – ความพร้อมสูง (ร้อยละ 18) และกลุ่มศักยภาพปานกลาง–ความพร้อมสูง(ร้อยละ16)

จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา จำแนกตามระดับศักยภาพในการพัฒนาและจังหวัดสรุปได้ดังตารางที่ 4.13 และจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาปานกลาง จำแนกตามระดับศักยภาพ – ระดับความพร้อม และจังหวัดแสดงในตารางที่4.14

³ (1) ศักยภาพสูง – ความพร้อมปานกลาง (2) ศักยภาพสูง – ความพร้อมต่ำ (3) ศักยภาพปานกลาง – ความพร้อมสูง (4) ศักยภาพปานกลาง – ความพร้อมปานกลาง (5) ศักยภาพปานกลาง – ความพร้อมต่ำ (6) ศักยภาพต่ำ – ความพร้อมสูง (7) ศักยภาพต่ำ – ความพร้อมปานกลาง

ตารางที่ 4.13 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา
จำแนกตามระดับศักยภาพในการพัฒนาและจังหวัด

ระดับศักยภาพในการพัฒนา	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง	11	4	5	7	3	8	38 (6.99)
ปานกลาง	122	72	53	69	92	80	488 (89.71)
ต่ำ	5	9	-	1	2	1	18 (3.31)
รวม	138	85	58	77	97	89	544 (100.00)

ตารางที่ 4.14 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาปานกลาง
จำแนกตามระดับศักยภาพ - ระดับความพร้อม และจังหวัด

ระดับศักยภาพ - ระดับความพร้อม	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม (ร้อยละ)
สูง - ปานกลาง	-	-	-	5	-	-	5 (1.02)
สูง - ต่ำ	-	-	-	-	-	-	-
ปานกลาง - สูง	10	6	19	21	11	10	77 (15.78)
ปานกลาง - ปานกลาง	11	3	8	16	8	10	56 (11.48)
ปานกลาง - ต่ำ	1	-	-	1	-	-	2 (0.41)
ต่ำ - สูง	19	8	19	12	10	21	89 (18.24)
ต่ำ - ปานกลาง	81	55	7	14	63	39	259 (53.07)
รวม	122	72	53	69	92	80	488 (100.00)

4.2.3.2 ผลการสัมภาษณ์ภาคีผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนา ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้

จากการสัมภาษณ์ภาคีผู้เกี่ยวข้องจำนวน 10 คน ซึ่งทำงานในบริษัทนำเที่ยวใน
จังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานี เป็นภาคีผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา 5
คน จังหวัดอุบลราชธานี 4 คน และจังหวัดมหาสารคาม 1 คน มีประสบการณ์ในการนำเที่ยว
ตั้งแต่ 4 เดือน ถึง 4 ปี และมี 1 คนที่เป็นเจ้าของกิจการท่องเที่ยวมา 20 ปี กลุ่มนักท่องเที่ยวมี

ทั้งในและต่างประเทศ เส้นทาง การนำเที่ยวมีทั่วทุกภาคในประเทศไทย รวมถึงสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในการสัมภาษณ์ถึงประเด็นความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ รวมทั้งความเห็นเกี่ยวกับการเชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน มัคคุเทศก์ทั้ง 10 ท่าน ให้ความเห็นในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) **ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว**

กลุ่มมัคคุเทศก์ที่นำเที่ยวในภาคอีสาน จำนวน 5 คน ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนี้

(1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ทั้ง 5 คนมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การคมนาคมในภาคอีสานมีความสะดวกดี ถนนอยู่ในสภาพที่ดี มีบางส่วนเท่านั้นที่อยู่ในระหว่างการปรับปรุง

(2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มัคคุเทศก์ทั้ง 5 ท่าน ให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละด้าน ดังนี้ (2.1) ด้านที่จอดรถ มัคคุเทศก์ 3 ท่านให้ความเห็นว่าสถานที่จอดรถดีพอสมควรและพอเพียง อีก 1 ท่านให้ความเห็นว่าสะดวกบ้างไม่สะดวกบ้างแล้วแต่สถานที่ ส่วนท่านสุดท้ายให้ความเห็นว่า ที่จอดรถของอุทยานแห่งชาติพนมรุ้งอยู่สูงเกินไป อาจเกิดอันตรายทำให้รถตกเขา และความสิ้นเปลืองเมื่อรถวิ่งอาจทำลายโบราณสถานได้ สำหรับอุทยานแห่งชาติพิมายที่จอดรถใกล้โบราณสถานมากเกินไป (2.2) ด้านที่พักส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าดี ยกเว้น บุรีรัมย์มีโรงแรมน้อยเกินไป (2.3) ด้านห้องสุขา มัคคุเทศก์ทั้งหมดมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรปรับปรุงเกือบทุกที่ในด้านความสะอาดและกลิ่น (2.4) ด้านอาคารบริการนักท่องเที่ยว ทั้งหมดมีความเห็นสอดคล้องกันว่า จะพบเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดใหญ่ ๆ เท่านั้น หากเป็นไปได้ควรมีเจ้าหน้าที่ที่พูดภาษาอังกฤษได้ (2.5) ด้านร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวบางแห่งได้เลือกร้านอาหารให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งคุณภาพอาหารไม่ค่อยดี มีปัญหาเรื่องความสะอาด (นักท่องเที่ยวจากยุโรปและญี่ปุ่นจะระวังมาก) ร้านขายของที่ระลึก ถ้าเป็นร้านใหญ่อยู่ในระดับดี ทั้งการต้อนรับที่ดีและสินค้ามีคุณภาพดี ส่วนร้านขนาดเล็กราคาไม่แน่นอน (2.6) ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ดี สำหรับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีมัคคุเทศก์ไม่พอ และ (2.7) ด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมถือว่าไม่มีปัญหา ถึงแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยก็ตาม

(3) ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ทั้งหมดมีความเห็นสอดคล้องกันว่า คุณภาพอากาศดี ส่วนระบบกำจัดขยะยังไม่ค่อยดีนัก สำหรับทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ดี

2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด

(1) สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มัคคุเทศก์ทั้ง 10 ท่านมีความเห็นต่อการพัฒนาต่าง ๆ ดังนี้

(2) ด้านแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่าง 6 จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ห่างกันเกินไป แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งไม่โดดเด่น มีนักท่องเที่ยวน้อย ยกเว้นจังหวัดนครราชสีมา ในการพัฒนาควรจัดเส้นทางการท่องเที่ยวที่ต่อเนื่องเชื่อมโยง โดยสร้างจุดพักระหว่างเส้นทางห่างกันประมาณ 1 ชั่วโมง ในการจัดกิจกรรมไม่ควรจัดตรงกัน เช่น งานแห่เทียนพรรษาของจังหวัดนครราชสีมาไม่ควรจัดตรงกับจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งอาจกำหนดวันจัดงานที่สามารถจะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวอุบลราชธานีให้แวะเที่ยวที่จังหวัดนครราชสีมาได้ด้วย และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ควรมีมัคคุเทศก์ประจำ

(3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าควรปรับปรุงเรื่องห้องสุขา

3) แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กัมพูชา และเวียดนาม มัคคุเทศก์ทั้ง 10 คนให้ความเห็นว่า ทั้งสามเส้นทางน่าสนใจ โดยเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อาจจัดเส้นทางจากจังหวัดอุบลราชธานีไปลาวได้ เช่น วัดภูหลิณี เส้นทางไปจำปาศักดิ์ หรือเส้นทางไปเวียงจันทน์ เป็นต้น

เส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชา ถนนไม่ค่อยดีนัก แต่เส้นทางเชื่อมโยงที่อาจจัดได้ ได้แก่ เส้นทางผ่านทางช่องสะง่า ไปเสียมเรียบ หรือออกทางจังหวัดปราจีนบุรี

เส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเวียดนาม มีเส้นทางที่น่าสนใจคือ จากมุกดาหารไปเมืองเว้

นอกจากความเห็นในประเด็นหลักข้างต้นแล้วมัคคุเทศก์ได้ให้ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

- (1) ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มีการท่องเที่ยวตามฤดูกาล หรือ ประเพณีให้มากขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
- (2) แหล่งท่องเที่ยวในภาคอีสานแต่ละแห่งอยู่ห่างกันมากเกินไป ควรพัฒนาให้มีจุดเชื่อมต่อระหว่างเส้นทางการท่องเที่ยว
- (3) ควรจัดทำแผนที่ บอกรายละเอียดระยะทางระหว่างจุดต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
- (4) ควรมีมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพ เพื่อช่วยกันเผยแพร่ตลาดการท่องเที่ยวไทย
- (5) การผ่านด่านชายแดนมีความลำบากเรื่องเอกสาร

4.2.3.3 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

จากผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา ซึ่งพบว่า มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพการพัฒนาในระดับปานกลางถึงร้อยละ 90 (488 ผลิตภัณฑ์) โดยการพิจารณาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพการพัฒนาในระดับปานกลางนี้ พิจารณาจากผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 7 คู่ ดังที่ได้กล่าวแล้วในข้อ 4.2.3.1 คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูง (ศักยภาพสูง และความพร้อมสูง) ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันเป็นอย่างดี และถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลักของภูมิภาค จึงอาจจะยังไม่ต้องพัฒนาในขณะนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ศักยภาพในการพัฒนาต่ำ (ศักยภาพต่ำ และความพร้อมต่ำ) ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น และมีจำนวนน้อย จึงอาจจะยังไม่ต้องพัฒนาในขณะนี้เช่นเดียวกัน

ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่คณะผู้วิจัยเห็นว่าน่าจะทำการพัฒนาก่อน คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาปานกลาง และคู่ที่ควรพัฒนา 2 อันดับแรกคือ คู่ที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง กับคู่ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง โดยทั้งสองคู่มีความแตกต่างในการพัฒนาดังนี้

1) ผลិតภณัฏ์การทอ้งเทียวกัมีศัคยภพสูงและมึความพร้อมปานกลาง

จากผลการประเมินผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกัมีศัคยภพสูงและมึความพร้อมปานกลาง พบว่า พบเทียวกั 5 ผลิตภณัฏ์เฉพาะในจ้งหวัดอุบลราชธานีเท้านั้น คึอ เสาเฉลียงผาแต่้ม อุทยานแห่งชาตึภูกอง-นายอยย วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองบัว และชายแดนช่องเม็ก โดยเสาเฉลียงผาแต่้ม ความพร้อมที่ไ้รับการประเมินในระดับปานกลางคึอ สึ่จ้งอำนวยความสะดวก อุทยานแห่งชาตึภูกอง-นายอยย ความพร้อมที่ไ้รับการประเมินในระดับปานกลางคึอ สภพการเข้าถึ่ สึ่จ้งอำนวยความสะดวก และความมึชื้อเสียง ส่วนอึก 3 ผลิตภณัฏ์ที่เหลือ ความพร้อมที่ไ้รับการประเมินในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นความพร้อมด้านสึ่จ้งอำนวยความสะดวกและสภพแวดล้อม ดึ่จ้งนั้น แนวทางในการพัฒนาจึ่ควรเน้นความพร้อมด้านที่ไ้รับการประเมินในระดับปานกลางข้างต้น

สำหรับความพร้อมด้านสึ่จ้งอำนวยความสะดวก ผลจากการประเมินความสอดคล้องกับผลที่ไ้จากการสั้ภพษณัฏ์มึคคุเทศกั กล่าวคึอ สึ่จ้งอำนวยความสะดวกที่ควรปรับปรุงได้แก่ห้องสุขาและร้านอาหาร

2) ผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกัมีศัคยภพปานกลางและมึความพร้อมสูง

จ้งนวนผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกัมีศัคยภพปานกลางและมึความพร้อมสูง มึจ้งนวนรวมท้งสึ่จ้ง 77 ผลิตภณัฏ์ โดยจ้งหวัดอุบลราชธานีมีจ้งนวนมากที่สุด 21 ผลิตภณัฏ์ รองลงมาคึอ จ้งหวัดสุรินทร์ นครราชสึ่มา ศรีสะเกษ ชัยภูมิ และบุรีรัมย์ ผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกัมีศัคยภพปานกลางในทึ่นี้ส่วนใหญ่พบว่า สึ่จ้งที่ขาดหายไ้คึอ กึจกรรมเสริมในผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกั และสึ่จ้งดึ่จ้งดูคึจนักทอ้งเทียวกั ดึ่จ้งนั้น แนวทางในการพัฒนาควรเน้นที่การสร้างกึจกรรมเสริม และการสร้างสึ่จ้งดึ่จ้งดูคึจให้เกดขึ้ในผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกันั้น ๆ สำหรับจ้งนวนผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกัควรพัฒนาศัคยภพ จ้งแนกตามประภพของผลิตภณัฏ์การทอ้งเทียวกัและจ้งหวัดสรูปไ้ดึ่จ้งตารางที่4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนา จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจังหวัด

ประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	อุบลราชธานี	ศรีสะเกษ	ชัยภูมิ	รวม
ธรรมชาติ	4	1	2	10	4	7	28
ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา	4	2	11	6	5	2	30
ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม	2	3	6	5	2	1	19
รวม	10	6	19	21	11	10	77

4.2.4 คำถามการวิจัยข้อ 4) แนวทางของยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างไร

จากผลการศึกษานี้จำนวนและประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมทั้งศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ข้างต้น คณะผู้วิจัยขอเสนอแนวทางของยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และแนวทาง/กลยุทธ์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์	แนวทาง/กลยุทธ์
1. สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดให้มีจุดเชื่อมต่อของเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยสร้างจุดพักระหว่างเส้นทางให้ห่างกันประมาณ 1 ชั่วโมง (เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ห่างกัน) 2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจุดผ่านแดนในภาคอีสานที่เชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ ให้มีความพร้อมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อเป็นเส้นทางจุดเชื่อมโยงระหว่างประเทศให้มีศักยภาพสูง 3. จัดให้มีบริการด้านการผ่านแดนด้วยระบบที่ทันสมัย เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดขั้นตอนที่ไม่สำคัญ

ยุทธศาสตร์	แนวทาง/กลยุทธ์
2. ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และ ศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และ ศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านกับ ประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ช่วยในการให้คำแนะนำ แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมได้อย่างถูกต้อง
3. ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้ โดยเชื่อมโยงกับประเทศ เพื่อนบ้านให้มากขึ้น	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างกิจกรรมเสริม และสร้างสิ่งดึงดูดใจใน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมิน ศักยภาพระดับปานกลาง 2. ประชาสัมพันธ์โดยเน้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเภทประวัติศาสตร์ฯ ที่มีจำนวนมาก และมีความพร้อมระดับสูงในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวกับประเทศ เพื่อนบ้าน

4.3อภิปรายผลจากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของกาวิจัยข้างต้น มีประเด็นจากข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

4.3.1 จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากงานวิจัยที่มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุดคือ งานวิจัยของบริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด (จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี และศรีสะเกษ) และสถาบันราชภัฏ (จังหวัด

4.3.2 ชัยภูมิ)โดยภาพรวมเพิ่มขึ้น98ผลิตภัณฑ์

โดยจำนวนผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นนี้ ในส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติ มีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากงานวิจัยเดิมรวม 31 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ โดยผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ คือ หน้าผา น้ำตก และจุดชมวิว ส่วนจังหวัดสุรินทร์และอุบลราชธานี มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทนี้ลดลง สำหรับส่วนที่ลดลงนี้ ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการได้ยืนยันจำนวนข้อมูล ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามที่ได้ทำการประเมินศักยภาพและความพร้อมให้กับคณะผู้วิจัย

สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ฯ เพิ่มขึ้นจากงานวิจัยเดิม 71 ผลิตภัณฑ์ โดย

เพิ่มขึ้นทุกจังหวัดและผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวัด

ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ลดลงจากงานวิจัยเดิม 4 ผลิตภัณฑ์ โดยจังหวัดนครราชสีมา สุรินทร์ และอุบลราชธานี มีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ลดลง สำหรับส่วนที่ลดลงนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มงานประเพณี งานเทศกาล (ระดับท้องถิ่น) และกลุ่มไร่ นา สวน ฟาร์ม ในขณะที่จังหวัดบุรีรัมย์ และศรีสะเกษ มีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เพิ่มขึ้น โดยส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าพื้นเมือง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และแหล่งหัตถกรรม พื้นบ้านรวมทั้งกลุ่มงานประเพณีงานเทศกาล(ระดับท้องถิ่น)

4.3.2 ภาพรวมของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติ และประเภทประวัติศาสตร์ มากที่สุดและมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยทั้งสองประเภทมีจำนวนมากกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ซึ่งในสองประเภทแรก ถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับลักษณะภูมิประเทศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบอันได้แก่ เทือกเขาดงพญาเย็น และเทือกเขาพนมดงรัก ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ซึ่งมีจำนวนรองลงมานั้น มีความสอดคล้องกับควมมีอารยธรรมที่เก่าแก่ โดยเฉพาะอารยธรรมของขอม ที่ปรากฏจากหลักฐาน เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

4.3.3 ผลการประเมินศักยภาพภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งถึงแม้ว่าจะใช้เกณฑ์การประเมินศักยภาพที่แตกต่างกันบ้าง แต่ก็พบว่า ผลของการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบางผลิตภัณฑ์มีผลการประเมินศักยภาพที่สอดคล้องกัน เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และเขื่อนจุฬาภรณ์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ได้แก่ งานแสดงช้างสุรินทร์ มีผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับสูงสอดคล้องกับศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540)

4.3.4 ผลិតภัณฑการท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมระดับสูง ในงานวิจัยครั้งนี้ส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของบริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (2545ก) ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วัดบ้านไร่ อุทยานประวัติศาสตร์ พิมาย หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ปราสาทเมืองต่ำ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง หมู่บ้านช้างสุรินทร์ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติตาไถน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว เขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นต้น

4.4 ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

4.4.1 จังหวัดอุบลราชธานี ควรพัฒนาด้านความพร้อมของผลิตภัณฑการท่องเที่ยว 5 ผลิตภัณฑ ได้แก่ เสาเฉลียงผาแต้ม อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองบัว และชายแดนช่องเม็ก โดยเสาเฉลียงผาแต้ม ความพร้อมที่ควรพัฒนาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนาคือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีชื่อเสียง ส่วนอีก 3 ผลิตภัณฑที่เหลือ ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม

4.4.2 จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ) ควรพัฒนาด้านศักยภาพของผลิตภัณฑการท่องเที่ยว โดยเน้นที่กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑการท่องเที่ยว และการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้เกิดขึ้นในผลิตภัณฑการท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยผลิตภัณฑการท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาด้านศักยภาพในแต่ละจังหวัด สรุปได้ดังตารางที่

4.16 ตารางที่ 4.16 ผลิตภัณฑการท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา จำแนกตามจังหวัดและประเภทผลิตภัณฑการท่องเที่ยว

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑการท่องเที่ยว		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ
นครราชสีมา	เขาแผงม้า น้ำตกเหวสุวัต สวนสัตว์นครราชสีมา อุทยานแห่งชาติทับลาน ทล. ที่ 13 (สวนห้อม)	ปราสาทหินพนมวัน พิพิธภัณฑที่ไม้กลายเป็นหิน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิมาย หลวงปู่โตใหญ่ที่สุดในโลก	งานเทศกาลเที่ยว พิมาย ศูนย์วิจัยข้าวโพดและ ข้าวฟ่างแห่งชาติ (ไร่สุวรรณ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ
บุรีรัมย์	วนอุทยานเขากระโดง	พิพิธภัณฑสถานหลวงปู่สุณ พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์	ศูนย์วัฒนธรรม อีสานใต้ ศูนย์หัตถกรรม ผ้าตุ้มทอง ศูนย์หัตถกรรม พื้นบ้านอำเภอนา โพธิ์
สุรินทร์	วนอุทยานป่าสนหนองคู อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	วัดเขาศาลา วัดเพชรบุรี (หลวงปู่หงส์) ปราสาทจอมพระ ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือนโต้ง ปราสาทตาเมือนธม	งานมหกรรมข้าวหอม มะลิเกษตรอินทรีย์ และมหกรรมผ้าไหม สุรินทร์ ประเพณีบุญบั้งไฟศรี นครเตาทำวธอ
		ปราสาทบ้านช้างปี ปราสาทบ้านไพล ปราสาทเมืองที ปราสาทศีขรภูมิ หลวงพ่อบุญชูวัดบูรพาราม	หมู่บ้านจักสานบุทม หมู่บ้านวัฒนธรรม บ้านดงมัน หมู่บ้านหัตถกรรม เขวาสินรินทร์ ตลาดแลกเปลี่ยน สินค้าช่องจอม
อุบลราชธานี	น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกแสงจันทร์ ผาชนะได ภูสมุย แม่น้ำสองสี เสาดงเคียง แก่งตะนะ แก่งสะพือ เขื่อนปากมูล เขื่อนสิรินธร	วัดใต้พระเจ้าใหญ่องค์เดียว วัดทุ่งศรีเมือง วัดสุปฏิหารามวรวิหาร ธรรมาสันสิงห์ศิลปะญวนที่ บ้านชีทวน พิพิธภัณฑสถานเปิดบ้าน ก้านเหลือง พิพิธภัณฑสถานพื้นเมืองวัดท่าไผ่	งานประเพณีโหม่ สงกรานต์แก่งสะพือ บ้านปะอ่าว โฮมสเตย์ชมรม อนุรักษ์ผ้า พันธุ์พื้นบ้าน โฮมสเตย์บ้านชะจอม โฮมสเตย์บ้านปะอ่าว

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	ศิลปวัฒนธรรม
ศรีสะเกษ	น้ำตกสำโรงเกียรติ น้ำตกห้วยจันทร์ ผามออีแดง อุทยานแห่งชาติเขาพระ วิหาร	วัดกันทรารมย์ วัดบูรพามหาพุทธาราม วัดมหาพุทธาราม ปราสาทหินวัดสระกำแพง ใหญ่ พระธาตุเรืองรอง	งานเทศกาลหอมแดง กระเทียมดี ของดี ยางชุม ครุ่ย์บ้านสะอาง
ชัยภูมิ	จุดชมวิวเทือกเขาพังเหย น้ำตกผาเอียง ลานหินแตก ทุ่งดอกกระเจียว อุทยานแห่งชาติไทรทอง บึงละหานลูกนก บึงแวง (บึงนกเป็ดน้ำ)	พระพุทธรูปแบบทวาราวดี ศาลเจ้าพ่อพระยาแล	งานวันดอกกระเจียว บาน

4.5สรุป

จากผลการศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ รวมทั้งแนวทางการพัฒนา ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ และใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนาซึ่งมีจำนวน 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม จำนวน 137 ผลิตภัณฑ์ จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมสมบูรณ์จำนวน 544 ผลิตภัณฑ์ 1) ในด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีศักยภาพต่ำ ประมาณหนึ่งในสี่มีศักยภาพปานกลาง และมีประมาณร้อยละ 8

เท่านั้นที่มีศักยภาพสูง 2) ในด้านความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความพร้อมในระดับปานกลาง ประมาณร้อยละ 39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ

สำหรับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา 2 อันดับแรก คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ เสนอให้มียุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านดังนี้ 1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

บทที่ 5 บทสรุป

5.1 บทนำ

การนำเสนอในบทนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน *ตอนแรก* เป็นบทสรุปผลจากการศึกษาในครั้งนี้ และ *ตอนที่สอง* เป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ทั้งสองตอนมีรายละเอียดดังนี้

5.2 บทสรุป

5.2.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และจังหวัดชัยภูมิ เป็นจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความหลากหลายทางธรรมชาติ เช่น เทือกเขาตองพญาเย็นและพนมดงรัก เป็นต้น ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากมาย อีกทั้งยังมีอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะอารยธรรมของขอมซึ่งเป็นที่มีความรุ่งเรืองสูงสุดชาติหนึ่ง จากหลักฐานที่มีอยู่มากมาย เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน รวมทั้งงานหัตถกรรมสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ เครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้ให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนผู้เยี่ยมชม (นักท่องเที่ยวและนักทัศนอาจร) ที่มาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดข้างต้นในปี 2547 มีจำนวน 7,999,413 คน ในปี 2548 เพิ่มเป็น 8,731,789 คน อัตราการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.16 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มจาก 11,389.99 ล้านบาท เป็น 12,989.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1,599.14 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 14.04 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) การเดินทางของนักท่องเที่ยวและนักทัศนอาจร ส่วนใหญ่เพื่อชมภาพของความงดงามแห่งแผ่นดินอันมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานซึ่งถือเป็นทรัพยากรของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อันทรงคุณค่า หากต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้นไปอีก จำเป็นต้องมีการจัดเส้นทางทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้เชื่อมโยงกัน หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดเส้นทางสรุปจากจำนวนผู้เยี่ยมชม 6 จังหวัด การท่องเที่ยวให้มีความ

เชื่อมโยงของกลุ่มจังหวัด หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว แหล่งท่องเที่ยวต้องมีศักยภาพและความพร้อมสำหรับการรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง

แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ส่วนใหญ่มีศักยภาพและความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งได้เริ่มมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว) รวมทั้งประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อเสนอให้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ได้นำไปเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกำหนดยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสู่ความยั่งยืนต่อไป

5.2.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 2) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
- 4) เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

5.2.3 คำถามการวิจัย

- 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แต่ละประเภท มีจำนวนเท่าใด ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้าง และมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ใด
- 2) ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แต่ละประเภทเป็นอย่างไร
- 3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นอย่างไร

4) แนวทางของยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างไร

5.2.4 วิธีดำเนินการวิจัย

1) วัตถุประสงค์ข้อ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบบันทึกรายการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และแบบบันทึกสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2) วัตถุประสงค์ข้อ 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามเกณฑ์ที่กำหนด

3) วัตถุประสงค์ข้อ 3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับมัคคุเทศก์คือ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา ตามเกณฑ์ที่กำหนด และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

4) วัตถุประสงค์ข้อ 4 ได้จากการนำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 – 3 มาสังเคราะห์รวมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์แล้วนำมาบูรณาการเป็นแนวทางยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

5.2.5 ผลการศึกษา

1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ และใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนาซึ่งมีจำนวน 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

จำนวน 137 ผลิตภัณฑ์ จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ จังหวัดศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมสมบูรณ์ จำนวน 544 ผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว: ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 67 มีศักยภาพในระดับต่ำ ร้อยละ 25 มีศักยภาพในระดับปานกลาง และมีเพียงร้อยละ 8 เท่านั้นที่มีศักยภาพในระดับสูง 2) ด้านความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว: ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 58 มีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ

3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม 2 อันดับแรก คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์

4) ยุทธศาสตร์ที่มุ่งเป้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ได้จากผลการศึกษา คือ 1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาในเชิงลึกกว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม 2 อันดับแรก คือ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์นั้น ในการพัฒนาความพร้อมควรพัฒนาด้านใดบ้าง และควรพัฒนาอย่างไร รวมทั้งการพัฒนาด้านศักยภาพนั้น กิจกรรมเสริมที่ควรมีในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นั้น ๆ ควรเป็นกิจกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม และควรสร้างสิ่งดึงดูดใจอย่างไรให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นั้น ๆ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). **คู่มือการปฏิบัติงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร). (2547). **ท่องเที่ยว 4 จังหวัดภาคอีสาน อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร**.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). **สรุปนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพมหานคร: กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). **สรุปแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร: กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ธรรมชาติ**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://tat8.com/thai/activities/texteco.html>. 28 ตุลาคม 2549.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **ข้อมูลผู้เยี่ยมชม**. [ออนไลน์]. ได้จาก http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php. 28 ตุลาคม 2549.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **จดหมายข่าว NEWSLETTER, ปีที่ 3 (ฉบับที่ 9)**. นครราชสีมา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **แม่น้ำโขง..แม่น้ำแห่งอินโดจีน สัมผัสความยิ่งใหญ่แห่งวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขง**. กรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **ไหว้พระดี แดนอีสาน มงคลสถานร้อยแปดวัด**. กรุงเทพมหานคร: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา และกองวารสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิราภรณ์ อัมพรพรวดี. (2549). **องค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์] ได้จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class5.htm>. 27 ตุลาคม 2549.
- ฐักัด ศรีคำพรและคณะ. (2546). **โครงการศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันการศึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- ดลฤทัย โกวรรณระกุล. (2549). **ความหมายของการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://vdo.kku.ac.th/mediacenter/library/library.php?pid=46108lang=th>. 28 ตุลาคม 2549.
- นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์. (2549). **ศักยภาพของจังหวัดราชบุรีในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.ttresearch/E-journal/index.asp>. 6 พฤษภาคม 2549.
- บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์. (2545ก). **รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) แผนปฏิบัติการเพื่อกำหนดสินค้าการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์. (2545ข). **รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) แผนปฏิบัติการการพัฒนาบริการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์. (2545ค). **รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) แผนปฏิบัติการกิจกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด. (2546). **โครงการศึกษาจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อจัดการข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2545). **รายงานฉบับสมบูรณ์ แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท มรดกโลก จำกัด. (2543). **โครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมขอมในพื้นที่ภาคอีสานตอนล่าง (ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ)**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เพ็ญพักตร์ ศรีทอง. (2540). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและภูมิภาคอินโดจีน**. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. (2546). **การวางแผนการตลาด (marketing planning)**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ. (2546). **การศึกษาระบบการท่องเที่ยวเพื่อทราบศักยภาพของการพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวระดับโลกที่มีความยั่งยืน**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://talay.psu.ac.th/classes/itsp/TRF2.doc>. 21 มิถุนายน 2549.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ศูนย์บริการวิชาการ. (2540). **โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน**. ขอนแก่น: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2541). **เอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารการตลาด (marketing management)**. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- รลิกา อังกูร. (2547). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คพับลิเคชันส์.
- ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดชัยภูมิ. (2549). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ ปีงบประมาณ 2549**. ชัยภูมิ: ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดชัยภูมิ.
- ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดนครราชสีมา. (ม.ป.ป.). **คู่มือท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา**. นครราชสีมา: ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดนครราชสีมา.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2544). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สภาสถาบันราชภัฏ. (2543). **ทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.). (2548). **การทบทวนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด**. ใน เอกสารประกอบการประชุม เรื่อง การเตรียมความพร้อมเพื่อให้มีการทบทวนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด/จังหวัด. 21 – 22 ธันวาคม 2548 [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.opdc.go.th/thai/CEO/ceo_repeat.ppt. 27 ตุลาคม 2549.
- สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี. (ม.ป.ป.). **การบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดอุบลราชธานี**. อุบลราชธานี: สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี.

Tourism Authority of Thailand. (2005). **Gateway to the Lands of the Mekong**. Printed in Thailand by Advertising Production Division, Tourism Authority of Thailand for free distribution.

<http://cyberlab.lh1.ku.ac.th/elearn/faculty/admin09/chap4.htm>

http://dit.dru.ac.th/home/023/travel_resource/index.htm

<http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/index.htm>

<http://kong2000.8m.com/index.htm>

<http://korat2you.tripod.com/03.html>

<http://spytrip.com/>

<http://touristhailand.org>

<http://travel.lakkai.com/province.php?dis=62>

<http://travel.sanook.com/northeast>

<http://vdo.kku.ac.th/mediacenter/library/library.php?pid=4610&lang=th>

<http://www.aboutofthailand.com>

<http://www.amphoe.com>

<http://www.com2network.com/article.php?id=5012&lang=th>

<http://www.dankwian.com/thai/travel.html>

<http://www.etc-etcetera.com>

<http://www.geocities.com/ntour75>

<http://www.geocities.com/wnicha/east.htm#โคเวราช>

<http://www.guideto thai.com>

<http://www.hamanan.com>

<http://www.indochinahub.com>

<http://www.into-asia.com/>

<http://www.isan-survivor.com>

<http://www.isantourism.org>

<http://www.koratzoo.or.th/>

<http://www.mekongmart.com>

<http://www.moohin.com/043/>

<http://www.naturehost.com>
<http://www.pantip.com/cafe/blueplanet/1000trips/northeast/nakhonratchasima.html>
<http://www.presentthailand.com>
http://www.rakbankerd.com/rbk_travel/data76travel/travel_en.html
<http://www.relaxzy.com>
<http://www.sabuy.com/vdoesan.html>
<http://www.sawadee.co.th>
<http://www.tat.or.th>
<http://www.tat.or.th/northeast1>
<http://www.tatnews.org/>
<http://www.thailandgrandfestival.com>
<http://www.thaitambon.com/>
<http://www.thaitambon.com/tambon/ttrvplist.asp?!D=300111&page=12>
<http://www.thai-tour.com/thai-tour/Northeast/Nakornratchsima/main.htm>
<http://www.thaitourzone.com/eastnorth/korach/first.htm>
http://www.tourin thai.com/sitetravel/travel-detail.php?travel_id=573
<http://www.tourismthailand.org>
<http://www.touristclick.com>
<http://www.tourthai.com/>
http://www.tourthai.com/province/nakhon_ratchasima/attraction_t.shtml
<http://www.traveladvisor.net/unseenthailand/index.html>
<http://www.travelthailand.com>
<http://www.tv5.co.th/service/mod/heritage/nation/oldcity/nakhonratchasima3.htm>
<http://www.visit-mekong.com>
<http://www.wangnamkheo.com/busaihomestay2.htm>
<http://www.welcomethai.com>
http://www2.tat.or.th/stat/static_tst.php
http://www2.tat.or.th/tat_branch/web/branch_travel.php?SC=22&BR=13
http://www.tat.or.th/download.asp?prov_id=30

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ ก.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มช. (2540: 2-5 - 2-6)	ทพท. (2540: 60-61)	สมาคมบัณฑิต (2543: 18-23)	บริษัท จีไอเมดิค เทคโนโลยี จำกัด (2546: 3-16 - 3-20)
1	กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปสุกรบ้านน้อยสามัคคี	พิมาย				3
2	กลุ่มอาชีพการเกษตรผสมผสานบ้านหนูก	ขามสะแกแสง				3
3	ปู่เกษม	ปักธงชัย	2			2
4	เขตจัดการอุทยานแห่งชาติทับลานที่ 3 คลองน้ำมัน	ครบุรี				1
5	เขาถ้ำวัวแดง/ถ้ำวัวแดง	ครบุรี	2			1
6	เขื่อนพิมาย	พิมาย				1
7	เขื่อนลำแหร	ครบุรี				1
8	เขื่อนลำตะคอง	สีคิ้ว	1	1	1	1
9	เขื่อนลำพระเพลิง	ปักธงชัย	1	1	1	1
10	เขื่อนลำนางรอง		1			
11	เขื่อนลำนมูน	ครบุรี				1
12	ค่ายสุทธีศรีโสภณ	ปากช่อง				3
13	โครงการปลูกป่าเขาแผงม้า	วังน้ำเขียว			1	
14	โคราชไนท์บาซาร์	เมืองนครราชสีมา		3	3	3
15	งานแข่งเรือยาวประเพณี	พิมาย		3		
16	งานฉลองวันแห่งชัยชนะท้าวสุรนารี	เมืองนครราชสีมา		3		
17	งานเทศกาลเที่ยวพิมาย	พิมาย		3		
18	งานเทศกาลผ้าไหมปักธงชัยและของดีเมืองโคราช	ปักธงชัย		3		
19	งานประจำปีโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย	เมืองนครราชสีมา		3		
20	งานวันพริกและของดีขามสะแกแสง	ขามสะแกแสง		3		
21	จุดชมวิวกม. 30	ปากช่อง				1
22	จุดชมวิวก่อนน้ำตกผากล้วยไม้	ปากช่อง				1
23	จุดทุ่งหญ้าไบเฟิร์น	ปากช่อง				1
24	จุดทุ่งหญ้าหนองปรือ	ปากช่อง				1
25	ซุ้มประตูกำแพงชั้นนอกปราสาท	พิมาย				2
26	ซุ้มไม้เงาม	วังน้ำเขียว				3
27	ด้านค่าธรรมเนียมอุทยาน (ฝั่งปากช่อง)	ปากช่อง				1
28	ตลาดกลางไม้ดอกไม้ประดับโคกกรวด	เมืองนครราชสีมา				3

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มช. (2540: 2-5 - 2-6)	ทพท. (2540: 60-61)	สมาคมโบราณคดี (2543: 18-23)	บริษัท ژیโอเมตริก เทคโนโลยี จำกัด (2546: 3-16 - 3-20)
29	ตลาดผลไม้กลางดง	ปากช่อง	3			3
30	ถ้ำไทรรัตน์		1			
31	ไทรงาม	ครบุรี			1	
32	ไทรงาม	เฉลิมพระเกียรติ		1		
33	ไทรงามจักราช	จักราช	1			
34	ไทรงามพิมาย	พิมาย	1			3
35	น้ำตกกองแก้ว	ปากช่อง		1	1	
36	น้ำตกคลองกุ่ม	วังน้ำเขียว				1
37	น้ำตกคลองดินดำ	วังน้ำเขียว				1
38	น้ำตกบึงธงชัย	บึงธงชัย	1	1	1	
39	น้ำตกผากล้วยไม้	ปากช่อง		1	1	1
40	น้ำตกม่านฟ้า	วังน้ำเขียว				1
41	น้ำตกวะภูแก้ว	สูงเนิน	1			1
42	น้ำตกสวนห้อม	วังน้ำเขียว				1
43	น้ำตกห้วยใหญ่	วังน้ำเขียว	1			1
44	น้ำตกเหวไทร	ปากช่อง		1	1	1
45	น้ำตกเหวนรก	ปากช่อง		1		
46	น้ำตกเหวประทุน	ปากช่อง		1	1	1
47	น้ำตกเหวสุวัต	ปากช่อง		1	1	1
48	บริษัท ชันโรสแอนด์ จำกัด	สีคิ้ว				3
49	บ้านไร่ชมตะวัน	ปากช่อง				3
50	ประตูกำแพงเมืองพิมาย	พิมาย				2
51	ประตูชัย	พิมาย				2
52	ประตูชุมพล	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
53	ประตูไชยณรงค์	เมืองนครราชสีมา				2
54	ประตูพลล้าน	เมืองนครราชสีมา				2
55	ประตูพลแสน	เมืองนครราชสีมา				2
56	ประตูหิน	พิมาย				2

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มช. (2540: 2-5 - 2-6)	ทพท. (2540: 60-61)	สมาคมบัณฑิต (2543: 18-23)	บริษัท ژیโอเมดิค เทคโนโลยี จำกัด (2546: 3-16 - 3-20)
57	ปราสาทคู	บัวใหญ่	2			2
58	ปราสาทครบุรี	ครบุรี	2			2
59	ปราสาทบ้านปราสาท	คง				2
60	ปราสาทพะโค	โชคชัย	2	2	2	2
61	ปราสาทสีดา	กิ่ง อ. สีดา	2			2
62	ปราสาทนางรำ/ปราสาทหินนางรำ	ประทาย	2	2	2	2
63	ปราสาทโนนสูง	สูงเนิน	2	2	2	2
64	ปราสาทบ้านถนนหัก	หนองบุญมาก				2
65	ปราสาทเมืองเก่า	สูงเนิน	2	2	2	
66	ปราสาทเมืองแขก	สูงเนิน		2	2	2
67	ปราสาทหินพนมวัน	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
68	ปราสาทหินพิมาย	พิมาย		2	2	
69	ปางช้างเขาใหญ่	ปากช่อง				3
70	โป่งชมรมเพื่อน	ปากช่อง				1
71	โป่งต้นไทร	ปากช่อง				1
72	ผลิตภัณฑ์จากกกจันทบูรณบ้านปราสาทใต้	โนนสูง				3
73	ผ้าสลัดเมืองหนาวปลอดสารพิษบ้านสุขสมบูรณ์	วังน้ำเขียว				3
74	พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน (อุทยานไม้กลายเป็นหิน)	เมืองนครราชสีมา		1	1	1
75	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย	พิมาย	2	2	2	2
76	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมหาวิรุวงศ์	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
77	พี. เอส. ฟาร์มสเตย์	ครบุรี				3
78	ฟาร์มโชคชัย	ปากช่อง				3
79	ฟาร์มโปแดง บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	ปักธงชัย				3
80	เมรุพรหมทัต	พิมาย				2
81	เมืองโบราณที่ตำบลโคราษหรือโคราษเมืองเก่า	สูงเนิน	2			2
82	เมืองโบราณที่ตำบลเสมา	สูงเนิน	2	2	2	2
83	โรงไฟฟ้าพลังน้ำลำตะคองแบบสูบลับ	สีคิ้ว		1	1	
84	ไร่จุ่น	สีคิ้ว			1	

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-5 - 2-6)	ททท. (2540: 60-61)	สมาคมโบราณคดี (2543: 18-23)	บริษัท ژیโอเมตริค เทคโนโลยี จำกัด (2546: 3-16 - 3-20)
85	ไร่อุ้งนาคองไผ่	สีคิ้ว				3
86	ไร่อุ้งนาคิตรา	ปากช่อง				3
87	ไร่อุ้งนาคินุศราฟาร์ม	พิมาย				3
88	ไร่อุ้งนาคองหนึ่ง	สีคิ้ว				3
89	ไร่อุ้งนาคองหนึ่ง ฟาร์มวัว ฟาร์มแพะ	สีคิ้ว				3
90	ไร่อุ้งนาคินทิพย์	สีคิ้ว				3
91	ไร่อุ้งนาคเพชรพิมาย	พิมาย				3
92	ไร่อุ้งนาครัตนธงชัย	ปักธงชัย				3
93	ไร่อุ้งนาคสุพิตรา	ปากช่อง				3
94	ล่องแก่งลำตะคอง	ปากช่อง				1
95	วังจำปี	ปากช่อง				1
96	วัดเขาจันทน์งาม	สีคิ้ว	2	2	2	2
97	วัดถ้ำเทวรูปลูก	ปากช่อง				2
98	วัดถ้ำเพชรพิมาน	ปากช่อง				2
99	วัดเทพพิทักษ์ปุณณาราม (วัดพระขาว)	ปากช่อง	2	2	3	2
100	วัดนกออก (หอไตรกลางน้ำ)	ปักธงชัย				2
101	วัดโนนคุ้ม	สีคิ้ว				2
102	วัดบ้านไร่	ด่านขุนทด	2	2	2	2
103	วัดปรางค์	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	
104	วัดปรางค์ทอง	เมืองนครราชสีมา				2
105	วัดป่าสาละวัน (บูรพาจารย์เจดีย์)	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
106	วัดป่าหลักร้อย	โนนไทย				2
107	วัดพระนอนธรรมจักรเสมาราม	สูงเนิน	2	2	2	2
108	วัดพระนารายณ์มหาราช (ศาลพระนารายณ์)	เมืองนครราชสีมา		2	2	2
109	วัดศาลาทอง	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
110	วัดศาลาลอย	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
111	วัดสุชัยคณาราม	สีคิ้ว				2
112	วัดหนองจอก	เมืองนครราชสีมา				2

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มช. (2540: 2-5 - 2-6)	ทพท. (2540: 60-61)	สมาคมโบราณคดี (2543: 18-23)	บริษัท ีโอดีดี เทคโนโลยี จำกัด (2546: 3-16 - 3-20)
113	วัดหน้าพระธาตุ	ปักธงชัย	2	2	2	2
114	ศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่	ปากช่อง				2
115	ศาลเจ้าพ่อช้างเผือก	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
116	ศาลหลักเมือง	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
117	ศูนย์การอนุรักษ์อาหาร กรมการสัตว์ทหารบกและกองพันสุนัขทหาร	ปากช่อง			1	3
118	ศูนย์เทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลขามทะเลสอ	ขามทะเลสอ				3
119	ศูนย์วัฒนธรรมนครราชสีมา	เมืองนครราชสีมา	3	3	3	3
120	ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย/หมู่บ้านทอผ้าไหมปักธงชัย	ปักธงชัย	3	3	3	3
121	ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ (ไร่สุวรรณ)	ปากช่อง			1	3
122	ศูนย์สารสนเทศ ผลิตภัณฑ ที่พักริมทางลำตะคอง	ปากช่อง			3	3
123	ศูนย์อบรมเยาวชนชนนครราชสีมา	ปักธงชัย				3
124	สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกกราช	วังน้ำเขียว				3
125	สนามกอล์ฟ	ปากช่อง				3
126	สนามกอล์ฟโบนนีซ่า	ปากช่อง				3
127	สนามฝึกซ้อมกอล์ฟกองบิน 1	เมืองนครราชสีมา				3
128	สระเพลง	พิมาย				2
129	สวน 100 ปี ปักธงชัย	ปักธงชัย				3
130	สวนแก้ว	เมืองนครราชสีมา	1			
131	สวนเขาดินเฉลิมพระเกียรติ	เมืองนครราชสีมา				3
132	สวนเฉลิมพระเกียรติปีกาญจนาภิเษก 2539	เมืองนครราชสีมา				3
133	สวนท้าวสุรนารี	ปากช่อง				3
134	สวนน้ำเฉลิมพระเกียรติ (บึงตาวลั้ว)	เมืองนครราชสีมา				3
135	สวนป่าด้านขุนทด	ด้านขุนทด				1
136	สวนปาล์มลำตะคอง	สีคิ้ว				1
137	สวนภูมิวิรักษ์	เมืองนครราชสีมา				3
138	สวนภูมิวิรักษ์เฉลิมพระเกียรติ	เมืองนครราชสีมา				3
139	สวนมะนาวด่านเกวียน	โชคชัย		3	1	3
140	สวนเมืองพร	สีคิ้ว			1	

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-5 - 2-6)	ทพท. (2540: 60-61)	สมาคมบัณฑิต (2543: 18-23)	บริษัท ีโอดีดี เทคโนโลยี จำกัด (2546: 3-16 - 3-20)
141	สวนรุกขชาติปฐุใหญ่	เมืองนครราชสีมา	1			1
142	สวนสมเด็จพระย่า 90 พรรษา	ด่านขุนทด				3
143	สวนสัตว์นครราชสีมา	เมืองนครราชสีมา	1	1	1	3
144	สวนสาธารณะบึงสีแก้ว	สีแก้ว				3
145	สวนสาธารณะหนองกลด	โนนสูง				3
146	สวนสุขภาพเฉลิมพระเกียรติกองทัพภาคที่ 2	เมืองนครราชสีมา				3
147	สวนสุขภาพเทศบาล	เมืองนครราชสีมา				3
148	สวนหน้าวัดสุชาดา	วังน้ำเขียว				3
149	เส้นทางศึกษาธรรมชาติเหวสุวัต-ผากล้วยไม้	ปากช่อง				1
150	หนองผักชี	ปากช่อง				1
151	หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน	โชคชัย	3	3	3	3
152	หมู่บ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหลังประตูสามัคคี	ห้วยแถลง				3
153	หลักศิลาจารึก ร. 5 ที่มอดินแดง (ที่ประทับสร้างทางรถไฟ ร.5)	สีแก้ว		2	2	2
154	หอสองสัตว์หนองผักชี	ปากช่อง				1
155	หาดชมตะวัน	เสิงสาง				1
156	แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท	โนนสูง	2	2	2	2
157	แหล่งหินตัด	สีแก้ว	2	2	1	2
158	อนุสรณ์สถานนางสาวบุญเหลือ	พิมาย				2
159	อนุสรณ์สถานนางสาวบุญเหลือ	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	
160	อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์	โนนสูง		2		
161	อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์	พิมาย			2	2
162	อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี	เมืองนครราชสีมา	2	2	2	2
163	อ่างเก็บน้ำซับประตู	สีแก้ว		1	1	1
164	อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย	พิมาย	2	2	2	2
165	อุทยานแห่งชาติเขาแผงม้า	วังน้ำเขียว				1
166	อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	ปากช่อง	1	1	1	
167	อุทยานแห่งชาติทับลาน	เสิงสาง				1
168	โฮมสเตย์บ้านปราสาท	โนนสูง				3

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มษ. (2540: 2-5 - 2-6)	ทพท. (2540: 60-61)	สมาคมบัณฑิต (2543: 18-23)	บริษัท ีโอดีเค็ด เทคโนโลยี จำกัด (2546: 3-16 - 3-20)
169	น้ำตกปากคลอง	ปากพลี-นครนายก				1
170	น้ำตกเหวนรก	ปากพลี-นครนายก				1
171	จุดชมวิวยุทธเขี้ยว (ผาเดี่ยวตาย)	เมืองนครนายก				1
172	ภัตตาคารร้าง	เมืองนครนายก				1
173	สถานที่ทางเดินลำตะคอง	เมืองนครนายก				1
174	ทุ่งหญ้ากว้าง	เมืองนครนายก				1
175	ที่ทำกรอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	เมืองนครนายก				1
176	อ่างเก็บน้ำมอสิงโต	เมืองนครนายก				1
177	น้ำตกกองแก้ว	เมืองนครนายก				1
178	อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	เมืองนครนายก				1
179	หอส่งสัตว์มอสิงโต	เมืองนครนายก				1
180	คลองอีเฒ่า	เมืองนครนายก				1
181	ศาลเจ้าพ่อเขาเขียว	เมืองนครนายก				2
182	น้ำตกมะนาว	เมืองนครนายก				1
183	น้ำตกตาดตาวู้	เมืองนครนายก				1
184	น้ำตกตาดตาดง	เมืองนครนายก				1
1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ			13	15	21	52
2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา			31	30	28	53
3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม			4	11	6	54
รวม			48	56	55	159

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง

ลำดับที่	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มท. (2540: 2-7)	ทพท (2540: 76-77)	สภาสถาปัตยกรรม (2543: 25-27)	ป.จีเอเมติก เทคโนโลยี จก. (2546: 3-21 - 3-22)
1	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่	โนนดินแดง				1
2	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าห้วยจรเข้มาก	เมืองบุรีรัมย์				1
3	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าห้วยตลาด	เมืองบุรีรัมย์	1			
4	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำสนามบิน	ประโคนชัย	1			1
5	เขื่อนลำนางรอง	โนนดินแดง	1	1	1	1
6	เขื่อนห้วยเมฆา	บ้านกรวด	1	1	1	
7	งานแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทาน	เมืองบุรีรัมย์		3		
8	งานนมัสการพระเจ้าใหญ่วัดหงษ์	พุทไธสง		3		
9	งานนมัสการรอยพระพุทธรูปจำลองที่เขากะโงก	เมืองบุรีรัมย์		3		
10	งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง	เฉลิมพระเกียรติ		3		
11	งานประเพณีแข่งเรือยาวบุรีรัมย์	สตึก		3		
12	งานมหกรรมว่าวอีสาน	เมืองบุรีรัมย์		3		
13	จุดชมวิว	เฉลิมพระเกียรติ				1
14	จุดสกัดกั้นสุริยะวิถีพรม 26	ละหานทราย				3
15	เตาเผาจำลองบ้านกรวด	บ้านกรวด				2
16	เตาเผาโบราณ (เตาเผานายเจียน)	บ้านกรวด		2	2	2
17	เตาเผาสวาย	บ้านกรวด		2	2	2
18	ไทรงามบ้านโพธิ์เงิน	หนองหงส์	1			
19	ปราสาทคูสวนแดง	บ้านใหม่ไชยพจน์	2	2	2	2
20	ปราสาทบ้านนุ	ประโคนชัย		2	2	2
21	ปราสาทฤๅษีหรือฤๅษี หนองบัวลาย	ประโคนชัย		2	2	
22	ปราสาทวัดโคกจิว	ปะคำ	2	2	2	2
23	ปราสาทหนองกง	นางรอง	2			
24	ปราสาทหนองบัวลาย	ประโคนชัย				2
25	ปราสาทหนองหงส์	โนนดินแดง	2	2	2	2
26	ปราสาทหินเมืองต่ำ	ประโคนชัย	2	2	2	2
27	พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์	พุทไธสง	2	2	2	2

หมายเหตุ

1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.2 (ต่อ)

ลำดับที่	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มท. (2540: 2-7)	ทพท (2540: 76-77)	สถานสถาปัตยกรรม (2543: 25-27)	ม.จีเอ็มเอ็ด เทคโนโลยี จก. (2546: 3-21 - 3-22)
28	พระพุทธรูปใหญ่	ห้วยราช	2		3	
29	พระพุทธรูปใหญดงแสนตอ	สตึก		2		
30	พิพิธภัณฑสถานก่อนประวัติศาสตร์	บ้านกรวด				2
31	พิพิธภัณฑสถานก่อนประวัติศาสตร์วัดป่าพระสบาย	บ้านกรวด				2
32	โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป		3			
33	วนอุทยานเขากระโดง	เมืองบุรีรัมย์	1	1	1	1
34	วัดกลางบุรีรัมย์	เมืองบุรีรัมย์	2			
35	วัดเขาสังคาร	เฉลิมพระเกียรติ	2	2	2	2
36	วัดโพธิ์ชัย	นาโพธิ์	2			
37	ศูนย์พิพิธภัณฑสถานวัตถุโบราณตำบลเมืองฝ้าย	หนองหงส์				2
38	ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์	เมืองบุรีรัมย์		3	3	3
39	ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอบ้านกรวด	บ้านกรวด	3			3
40	ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้	เมืองบุรีรัมย์	3			
41	ศูนย์ศิลปหัตถกรรมแบบพนมรุ้ง	โนนดินแดง				3
42	ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน	นาโพธิ์				3
43	ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน	เมืองบุรีรัมย์	3	3	3	
44	ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์	นาโพธิ์				3
45	สนามไคร์ฟกอล์ฟหมู่บ้านรุ่งโรจน์ธานี	เมืองบุรีรัมย์				3
46	สวนเฉลิมพระเกียรติบ้านเมืองฝ้าย	เมืองบุรีรัมย์				3
47	สวนเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 1	เมืองบุรีรัมย์				3
48	สวนนก (อ่างเก็บน้ำสนามบิน)	ประโคนชัย	1			
49	สวนนกบุรีรัมย์	เมืองบุรีรัมย์		1	1	3
50	สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา	สตึก				3
51	สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ	เฉลิมพระเกียรติ				3
52	สวนสาธารณะเทศบาลเมืองบุรีรัมย์	เมืองบุรีรัมย์				3
53	สวนสุขภาพเฉลิมพระเกียรติ	ละหานทราย				3
54	สวนสุขภาพเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระราชินี	บ้านกรวด				3
55	สวนสุขภาพเทศบาลนางรอง	นางรอง				3

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.2 (ต่อ)

ลำดับที่	ทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-7)	ททท (2540: 76-77)	สภาสถาบันราชภัฏ (2543: 25-27)	บ. จีไอเมดิค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-21 - 3-22)
56	สวนสุขฤทัย	กระสัง				3
57	หมู่บ้านทอผ้าไหม	นาโพธิ์	3	3	3	
58	หมู่บ้านทอผ้าไหมมัดหมี่	นาโพธิ์		3		
59	หมู่บ้านหัตถกรรมโคกเมือง	นางรอง		3	3	
60	หมู่บ้านหัตถกรรมโคกเมือง	ประโคนชัย				3
61	หมู่บ้านหัตถกรรมหนองเกาะน้อย	สตึก	3	3	3	3
62	แหล่งเตาเผาโบราณ	บ้านกรวด	2			
63	แหล่งหินตัด/แหล่งหินตัดสมัยขอมโบราณ	บ้านกรวด	2	2	2	2
64	อนุสาวรีย์รัชกาลที่ 1	เมืองบุรีรัมย์				2
65	อนุสาวรีย์เราสู้	โนนดินแดง	2	2	1	2
66	อ่างเก็บน้ำกระโดง	เมืองบุรีรัมย์	1	1	1	1
67	อ่างเก็บน้ำคลองมะนาว	โนนดินแดง		1		1
68	อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม	นางรอง	1	1	1	1
69	อ่างเก็บน้ำบ้านแคนดง	กิ่ง อ.แคนดง				1
70	อ่างเก็บน้ำลำปะเทีย	ละหานทราย				1
71	อ่างเก็บน้ำหนองตาหมู	นางรอง				1
72	อ่างเก็บน้ำหนองลำแดง	พลับพลาชัย				1
73	อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก	เมืองบุรีรัมย์	1		1	1
74	อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด	เมืองบุรีรัมย์		1	1	1
75	อ่างเก็บน้ำห้วยเมฆา	บ้านกรวด				1
76	อ่างเก็บน้ำห้วยสวาย	กระสัง				1
77	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	เฉลิมพระเกียรติ	2	2	2	2
1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ			10	8	9	17
2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา			14	14	12	18
3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม			6	12	6	19
รวม			30	34	27	54

- หมายเหตุ
- 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
 - 2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา
 - 3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-10)	ทพท. (2540: 167)	สมาคมบ้านราษฎร์ (2543: 53-55)	บ. จีไอเมดิค เทคโนโลยี ๑ก. (2546: 3-22 - 3-24)
1	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน - ห้วยสำราญ	กาบเชิง สังขะ บัวเขต				1
2	เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้ป่าสนสองใบ	สังขะ	1	1	1	
3	เขื่อนตาเกาว์	กาบเชิง	1			1
4	เขื่อนห้วยด่าน		1			
5	คูเมืองชั้นใน	เมืองสุรินทร์				2
6	งานแสดงของช้าง	เมืองสุรินทร์		3		
7	ตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าของจ่อม	กาบเชิง		3	3	3
8	น้ำตกตระเวง	บัวเขต	1			
9	น้ำตกไตรคีรี	บัวเขต				1
10	น้ำตกถ้ำเสือ	บัวเขต				1
11	ประสาธเมืองที่	เมืองสุรินทร์	2	2	2	2
12	ปราสาทจ่อมพระ	จ่อมพระ	2	2	2	2
13	ปราสาทตะเบียงเตี้ย	ลำดวน	2	2	2	2
14	ปราสาทตามอญ	บัวเขต				2
15	ปราสาทตาเมือน	พนมดงรัก				2
16	ปราสาทตาเมือนโต้ง	พนมดงรัก	2	2	2	2
17	ปราสาทตาเมือนธม	พนมดงรัก	2	2	2	2
18	ปราสาททนง	ปราสาท		2	2	
19	ปราสาทบ้าน	ศรีขรภูมิ				2
20	ปราสาทบ้านจารย์ 15 กม.	สังขะ				2
21	ปราสาทบ้านช่างปี	ศรีขรภูมิ	2	2	2	2
22	ปราสาทบ้านปราสาท	ปราสาท	2	2	2	2
23	ปราสาทบ้านไพล	ปราสาท	2	2	3	2
24	ปราสาทภูมิโปน	สังขะ	2	2	3	2
25	ปราสาทยายเหงา	สังขะ	2	2	2	2
26	ปราสาทศรีขรภูมิ	ศรีขรภูมิ	2	2	2	2
27	ปราสาทหมื่นชัย	สังขะ				2

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.3 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-10)	ทพท. (2540: 167)	สมาคมบัณฑิต (2543: 53-55)	บ. จีไอเมดิค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-22 - 3-24)
28	ปราสาทหินบ้านพลวง	ปราสาท	2	2	2	2
29	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุรินทร์	เมืองสุรินทร์				2
30	วนอุทยานป่าสนหนองคู	สังขะ				1
31	วนอุทยานพนมสวาย	เมืองสุรินทร์	1	1	1	1
32	วัดบูรพาราม	เมืองสุรินทร์	2			
33	ศาลหลักเมืองสุรินทร์	เมืองสุรินทร์	2	2	2	2
34	ศูนย์ศิลปาชีพอีสานใต้	เมืองสุรินทร์				3
35	ศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินเขวาสินรินทร์	เขวาสินรินทร์				3
36	ศูนย์หัตถกรรมตำบลเชื้อเพลิง	ปราสาท				3
37	สถานีอนุรักษ์พันธุ์ไม้ป่าหนองคู	สังขะ				1
38	สนามกอล์ฟ PB	เมืองสุรินทร์				3
39	สนามแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์	เมืองสุรินทร์				3
40	สระน้ำโบราณศักดิ์สิทธิ์	เมืองสุรินทร์				2
41	สระสี่เหลี่ยม	ศรีขรภูมิ				1
42	สวนศรีนครเตาทำวเธอ	รัตนบุรี				3
43	สวนสาธารณะหนองกั้งแอน	ปราสาท				3
44	สวนสาธารณะหนองประจาว	ปราสาท				3
45	สวนสาธารณะองค์การบริหารส่วนตำบลกระหาด	จอมพระ				3
46	สวนสาธารณะอุทยานมรดกศาสตร์สาทร	สังขะ				3
47	สวนสุขภาพ	ท่าตูม				3
48	สวนสุขภาพเทิดพระเกียรติสมเด็จพระเจ้า	เมืองสุรินทร์				3
49	สวนหนองยาว	เมืองสุรินทร์				3
50	หน้าผาวัดเขาศาลา	บัวเชด				1
51	หมู่บ้านเครื่องเงินเขวาสินรินทร์	เขวาสินรินทร์	3			
52	หมู่บ้านจักสานบุทม	เมืองสุรินทร์	3	3	3	3
53	หมู่บ้านช้างบ้านดงมัน	เมืองสุรินทร์	3			
54	หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง	ท่าตูม		3	3	3

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.3 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-10)	ทพท. (2540: 167)	สมาคมสถาบันกัญญา (2543: 53-55)	บ. จีไอเมดิค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-22 - 3-24)
55	หมู่บ้านทอผ้าไหม		3			
56	หมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสวาง	เมืองสุรินทร์				3
57	หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านจันรมย์	เมืองสุรินทร์		3	3	3
58	หมู่บ้านทอผ้าไหมและเครื่องเงินบ้านโชค	เขวาสินรินทร์		3		
59	หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านดงมัน	เมืองสุรินทร์		3	3	3
60	หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์ (ผ้าไหม) (บ้านเขวาสินรินทร์)	เขวาสินรินทร์				3
61	หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์ (ผ้าไหม) (บ้านโชค)	เขวาสินรินทร์				3
62	หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์ (ผ้าไหม) (บ้านสวาย)	เขวาสินรินทร์				3
63	หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์ (ผ้าไหม) (บ้านสามโคก)	เขวาสินรินทร์				3
64	หลวงพ่อบุญศรี วัดบูรพาราม	เมืองสุรินทร์	2	3	3	2
65	ห้วยเสนง	เมืองสุรินทร์	1			
66	อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง	เมืองสุรินทร์	2	2	2	2
67	อ่างเก็บน้ำบ้านเกาะแก้ว	ลำโรงทับ				1
68	อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส	บัวเชด				1
69	อ่างเก็บน้ำประตูปะทูปาลอ	เมืองสุรินทร์				1
70	อ่างเก็บน้ำพัฒนาชนบทบ้านช่างปั้น	ศรีขรภูมิ				1
71	อ่างเก็บน้ำพัฒนาชนบทห้วยระวี	เขวาสินรินทร์				1
72	อ่างเก็บน้ำห้วยแก้ว	รัตนบุรี				1
73	อ่างเก็บน้ำห้วยละหาน	จอมพระ				1
74	อ่างเก็บน้ำห้วยลำพอก	ศรีขรภูมิ				1
75	อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	เมืองสุรินทร์			1	1
76	อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	ลำโรงทับ		1		1
77	อ่างเก็บน้ำอำปิล	เมืองสุรินทร์				1
1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ			6	3	3	20
2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา			17	15	13	23
3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม			4	8	8	23
รวม			27	26	24	66

หมายเหตุ

1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-11 – 2-12)	ทพท. (2540: 223-224)	สภาสถาบันราชภัฏ (2543: 66-69)	บ. จีไอเมดิค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-27 – 3-28)
1	กลุ่มทอผ้าไหม บ้านปะอาว	เมืองอุบลราชธานี		3	3	3
2	กลุ่มปั้นหม้อบ้านท่าช้างเหล็ก	วารินชำราบ				3
3	กลุ่มแม่บ้านทอผ้าที่กระตุก บ้านโนนสว่าง	เดชอุดม		3	3	3
4	กลุ่มสตรีพัฒนาผ้าไทยวารินชำราบ	วารินชำราบ				3
5	กลุ่มสตรีอุบลทอผ้าไทย	วารินชำราบ				3
6	แก่ง 3000 ปี	นาจะหลวย				1
7	แก่งกะเลา	นาจะหลวย				1
8	แก่งตะนะ	โขงเจียม		1		
9	แก่งตะนะ	สิรินธร			1	1
10	แก่งตุงดุง	โขงเจียม				1
11	แก่งศิลาทิพย์	นาจะหลวย				1
12	แก่งสะพือ	พิบูลมังสาหาร	1	1	1	1
13	แก่งใหญ่	พิบูลมังสาหาร				1
14	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่ายอดโดม	น้ำยืน	1			1
15	เขื่อนปากมูล	โขงเจียม	1	1	1	
16	เขื่อนปากมูล	สิรินธร				1
17	เขื่อนสิรินธร	พิบูลมังสาหาร		1		
18	เขื่อนสิรินธร	สิรินธร	1			1
19	โครงการฝายธาตุน้อย	เขื่องใน				1
20	งานประเพณีแข่งเรือพิบูลมังสาหาร	พิบูลมังสาหาร		3		
21	งานประเพณีแห่เทียนพรรษา	เมืองอุบลราชธานี		3		
22	งานประเพณีไหลเรือไฟ	เมืองอุบลราชธานี		3		
23	จุดชมวิวยางนาทาม	โขงเจียม				1
24	จุดชมวิวม่านาสองสี	โขงเจียม				1
25	เจดีย์พุทธคยา	เมืองอุบลราชธานี	2			
26	ช่องอานม้า	น้ำยืน				3
27	ชายแดนช่องเม็ก	โขงเจียม		3		

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-11 – 2-12)	ทพท. (2540: 223-224)	สภาสถาบันราชภัฏ (2543: 66-69)	ป. จีไอเมดิค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-27 – 3-28)
28	ชายแดนช่องเม็ก	สิรินธร	3		3	3
29	คอนตะนะ	โขงเจียม				1
30	ถ้ำพระ (ถ้ำภูผาใน)	สิรินธร				1
31	ถ้ำพระ (ถ้ำหมาใน)	สิรินธร				1
32	ถ้ำภูอาหนนท์	โขงเจียม				1
33	ถ้ำมี้ด	โขงเจียม	1	1	1	
35	ถ้ำเหวลินธุ์ชัย	โขงเจียม	1	1	1	1
36	ทุ่งศรีเมือง	เมืองอุบลราชธานี	1	3	1	3
37	น้ำตกกวงโดน	โขงเจียม				1
38	น้ำตกก๊ิด	โขงเจียม				1
39	น้ำตกช้อย	โขงเจียม				1
40	น้ำตกชะปັນ	โขงเจียม				1
41	น้ำตกแซหัวแมว	โขงเจียม				1
42	น้ำตกตาดโตน	โขงเจียม		1		
43	น้ำตกตาดโตน	สิรินธร	1		1	1
44	น้ำตกตาดไฮ	น้ำยืน				1
46	น้ำตกทุ่งนาเมือง	โขงเจียม	1	1	1	1
47	น้ำตกรากไทร	สิรินธร				1
48	น้ำตกสร้อยสวรรค์	โขงเจียม	1	1	1	1
49	น้ำตกแสงจันทร์หรือน้ำตกภู	โขงเจียม	1	1	1	1
50	น้ำตกห้วยทรายใหญ่ (แก่งอีเขียว)	บุญศรี	1	1	1	1
51	น้ำตกห้วยพอก	โขงเจียม				1
52	น้ำตกห้วยหลวงหรือน้ำตกบักเตว	นาจะหลวย	1	1	1	1
53	เนินสนสองใบ	โขงเจียม				1
54	บ่อน้ำนุ่น	พิบูลมังสาหาร		1		
55	บ่อน้ำนุ่น	สิรินธร	1		1	
56	บันไดปลาโจน	สิรินธร				1

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-11 - 2-12)	ทพท. (2540: 223-224)	สภาสถาบันราชภัฏ (2543: 66-69)	บ. จีโอมิตติ เทคโนโลยี จก. (2546: 3-27 - 3-28)
57	บ้านท่าช้างเหล็ก	วารินชำราบ	2	3	3	
58	บ้านท่าม้ายด้าง 1 (ท่าประมง-สถานกระต๊อบ)	โขงเจียม				3
59	บ้านท่าม้ายด้าง 2 (ท่าประมง-สถานกระต๊อบ)	โขงเจียม				3
60	บ้านปะอาว (เครื่องทองเหลือง)	เมืองอุบลราชธานี		3		
61	ประเพณีสงกรานต์แก่งสะพือ	พิบูลมังสาหาร		2		
62	ปราสาทบ้านเบญจ	ทุ่งศรีอุดม	2	2	2	2
63	ป่าดงนาทาม	โขงเจียม		1	1	1
64	ผากำป๋น	โขงเจียม				1
65	ผาเจ็ก-ผาเมย	โขงเจียม	1		1	
66	ผาชนะได	โขงเจียม				1
67	ผาชัน	โพธิ์ไทร				1
68	ผาแต้ม	โขงเจียม	1	2		1
69	ผาหมอน	โขงเจียม				1
70	ผาหินแตก	โขงเจียม				1
71	พระเจ้าใหญ่อินทร์แปลง	เมืองอุบลราชธานี	2		2	
72	พระธาตุสวนตาล/เรือโบราณ	เซียงโน				2
73	พลาญป่าขาด/พลาญกงเวียง	นาจะหลวย				1
74	ทะเลสาบถ้ำหินไฮ	โขงเจียม				1
75	พิพิธภัณฑ์เปิดบ้านก้านเหลือง	เมืองอุบลราชธานี	2		2	2
76	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	2
77	ภาพเขียนสี	โขงเจียม				2
78	ภาพเขียนสีถ้ำฝ่ามือแดง	โขงเจียม				2
79	ภูผาขาม	โขงเจียม	1			
80	ภูหล่น	ศรีเมืองใหม่	1			
81	ภูหินด่าง	บุณฑริก				1
82	แม่น้ำโขง	เขมราฐ				1
83	แม่น้ำสองสี	โขงเจียม	1	1	1	1

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-11 - 2-12)	ทพท. (2540: 223-224)	สถานสถาปัตยกรรม (2543: 66-69)	บ. จีไอเมดิค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-27 - 3-28)
84	ลานผาผึ้ง	สิรินธร				1
85	ลานพลานยาว	บุญทริก		1	1	
86	วนอุทยานสวนวนารมย์	เมืองอุบลราชธานี				1
87	วัดแจ้ง	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	2
88	วัดถ้ำคูหาสวรรค์	โขงเจียม	2	2	2	2
89	วัดถ้ำมீด (ถ้ำปาฏิหาริย์)	โขงเจียม			1	1
90	วัดทุ่งศรีเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	2
92	วัดบ้านนาเมือง หรือวัดสระประสานสุข	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	2
93	วัดบูรพาราม	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	2
94	วัดปากแซง	กิ่งอ.นาตาล				2
95	วัดป่านานาชาติ	วารินชำราบ	2	2	2	2
96	วัดพระธาตุหนองบัว	เมืองอุบลราชธานี				2
97	วัดภูเขาแก้ว	พิบูลมังสาหาร	2	2	3	2
98	วัดภูหล่น	ศรีเมืองใหม่				2
99	วัดภูอานนท์	โขงเจียม				2
100	วัดมหานารามหรือวัดป่าใหญ่	เมืองอุบลราชธานี	2	2		2
101	วัดศรีอุบลรัตนาราม (วัดศรีทอง)	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	2
103	วัดสุปฏิญนารามวรวิหาร	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	2
104	วัดหนองบัว	เมืองอุบลราชธานี	2	2	2	
105	วัดหนองป่าพง	วารินชำราบ	2	2	2	2
106	ศาลหลักเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2		2	2
107	ศูนย์วัฒนธรรมกาญจนาภิเษก อุบลราชธานี	เมืองอุบลราชธานี			3	3
108	ศูนย์วิจัยพืชไร่จังหวัดอุบลราชธานี	กิ่งอ.สว่างวีระวงศ์				3
109	ศูนย์ศึกษารวมชาติอุบลราชธานี	น้ำยืน				3
111	ศูนย์หัตถกรรมเครื่องทองเหลือง	เมืองอุบลราชธานี				3
112	ศูนย์หัตถกรรมบ้านปะอาว	เมืองอุบลราชธานี	3		3	
113	ศูนย์หัตถกรรมพื้นเมืองบ้านปะอาว	เมืองอุบลราชธานี				3

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-11 - 2-12)	ทพท. (2540: 223-224)	สภาสถาบันราชภัฏ (2543: 66-69)	ป. จีไอเมดิค เทคโนโลยี จก. (2546: 3-27 - 3-28)
114	สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าอุบลราชธานี	น้ำยืน				1
115	สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	เมืองอุบลราชธานี				3
116	สวนสัตว์/สวนเลื้อยตระการ	ตระการพืชผล				3
117	สวนสาธารณะกุศุปลาขาว	วารินชำราบ				3
118	สวนสาธารณะบุรพานอก	เมืองอุบลราชธานี				3
119	สวนสาธารณะภูห่ม	พิบูลมังสาหาร				3
120	สวนสาธารณะหนองบัว	เมืองอุบลราชธานี				3
121	สวนสาธารณะหาดทรายแก้ว	พิบูลมังสาหาร				3
122	สวนสิรินธร	สิรินธร			1	
123	สวนหินพลาญยาว	นาจะหลวย	1			
124	สวนอนุรักษ์ป่าสน		1			
125	สหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด	เมืองอุบลราชธานี				3
126	สะพานแขวน	สิรินธร				1
127	สามเหลี่ยมมรกต	น้ำยืน				1
128	สำนักสงฆ์ภูห่ม	ศรีเมืองใหม่	2			
129	เสาเจดีย์	โขงเจียม	1	1		1
130	เสาเจดีย์คู่	โขงเจียม			1	1
131	หน่วยอุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	สิรินธร				1
132	หมู่บ้านหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์อำเภอวารินชำราบ	วารินชำราบ		3	3	3
133	หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติอุบล	เมืองอุบลราชธานี				2
134	หอไตรกลางน้ำบ้านขุหลุ	ตระการพืชผล		2	2	2
135	หาดคูเดื่อ	เมืองอุบลราชธานี	1	1	1	1
136	หาดวัดใต้	เมืองอุบลราชธานี	1	1	1	1
137	หาดวิจิตรา	โขงเจียม				1
138	หาดสลึง	โพธิ์ไทร				1
139	หินเตาชมจันทร์	โขงเจียม				1
140	แหล่งโบราณคดีบ้านก้านเหลือง	เมืองอุบลราชธานี		2		2

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-11 – 2-12)	ทพท. (2540: 223-224)	สมาคมสถาบันราชภัฏ (2543: 66-69)	บ. ฝึกอบรม เทคโนโลยี จก. (2546: 3-27 – 3-28)
141	แหล่งโบราณคดีและศิลปวัฒนธรรมบ้านชีทวน	เชียงใหม่		2		2
142	โหล่งแต่ม	โขงเจียม				1
143	อนุสาวรีย์พระเทพวงศา (ก่า)	เขมราฐ				2
144	อนุสาวรีย์หมู่บ้านนกรบไทย	กิ่งอ.สว่างวีระวงศ์				2
145	อ่างเก็บน้ำห้วยถ้ำแช่	ตระการพืชผล				1
146	อ่างเก็บน้ำห้วยพลาญเสือตอนล่าง	น้ำยืน				1
147	อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	สิรินธร	1	1		1
148	อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	โขงเจียม	1	1	1	1
149	อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย	นาจะหลวย	1		1	1
150	อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย	บุญศรี		1		
1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ			27	22	24	66
2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา			20	19	16	28
3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม			2	10	8	24
รวม			49	51	48	118

หมายเหตุ

1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.5 ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-9)	ทพท. (2540: 141)	สภาสถาปนารักษ์ (2543: 44-45)	ป. จัโณมติค พทโนโลยี จก. (2546: 3-24 - 3-25)
1	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเปือาะ	บึงบูรพ์		3	3	3
2	การแข่งขันมาราธอนสู่มามออีแดง	เมืองศรีสะเกษ		3		
3	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก	ขุนหาญ				1
4	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยศาลา	ขุนหาญ				1
5	เขื่อนราษีไศล	ราษีไศล				1
6	งานประเพณีดีเฝ้าไทยศรีสะเกษ	เมืองศรีสะเกษ		3		
7	ดงภูดิน	ราษีไศล				1
8	ตึกขุนอำไพพาณิชย์	เมืองศรีสะเกษ	3			2
9	ที่ทำการอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร	กันทรลักษ์				1
10	น้ำตกตानी	กันทรลักษ์				1
11	น้ำตกพรหมวิหาร/น้ำตกพรหมวิหาร		1	1	1	
12	น้ำตกภูมิละออง (ภูละออง)	กันทรลักษ์		1	1	1
13	น้ำตกวังใหญ่	กันทรลักษ์				1
14	น้ำตกลำโรงเกียรติ (น้ำตกปีศาจ)	ขุนหาญ	1	1	1	1
15	น้ำตกห้วยจันทร์ (น้ำตกกันทรอม)	ขุนหาญ	1	1	1	1
16	บ้านใจดี (คูน้อย/เกวียนน้อย)		3			
17	บึงนกเป็ดน้ำ		1			
18	บึงนกเป็ดน้ำไพรบึง	ไพรบึง	1		1	1
19	ปราสาทตาเล็ง	ขุขันธ์	2	2	2	2
20	ปราสาทตำหนักไทร	ขุนหาญ	2	2	2	2
21	ปราสาทบ้านปราสาท	ห้วยทับทัน	2	2	2	2
22	ปราสาทปรางค์กู๋	ปรางค์กู๋	2	2	2	2
23	ปราสาทปรางค์กู๋สมบูรณ	บึงบูรพ์				2
24	ปราสาทภูฝ้าย	ขุนหาญ	2			2
25	ปราสาทเมืองจันทร์	เมืองจันทร์				2
26	ปราสาทเยอ	ไพรบึง				2
27	ปราสาทหินบ้านสมอ	ปรางค์กู๋	2		2	2

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.5 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-9)	ทพท. (2540: 141)	สมาคมสถาบันราชภัฏ (2543: 44-45)	ป. จัโณมติค พทโนโลยี จก. (2546: 3-24 - 3-25)
28	ปราสาทหินวัดสระกำแพงน้อย	อุทุมพรพิสัย	2	2	2	2
29	ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่	อุทุมพรพิสัย	2	2	2	2
30	ผามออีแดง	กันทรลักษ์	1	1	1	1
31	พระธาตุโพนบึง	โพนบึง				2
32	พระธาตุเรืองรอง	เมืองศรีสะเกษ			3	2
33	พลาญตาปอด		1			
34	พลาญเพชร		1			
35	มัสยิดบ้านแต้	อุทุมพรพิสัย				3
36	วัดป่ามหาเจดีย์แก้ว	ขุนหาญ		2	3	2
37	วัดมหาพุทธาราม	เมืองศรีสะเกษ				2
38	วัดล้านขวด	ขุนหาญ			3	
39	ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว กลุ่มการท่องเที่ยวบ้านชำตารมย์	กันทรลักษ์				3
40	ศูนย์เพาะพันธุ์สัตว์ป่าจุฬารามณ์ บ้านทับทิมสยาม 06	ภูสิงห์				3
41	สนามกอล์ฟวิทยาลัยพลศึกษา	เมืองศรีสะเกษ				3
42	สระตราว	กันทรลักษ์				1
43	สวนเฉลิมพระเกียรติ	เมืองศรีสะเกษ				3
44	สวนเฉลิมศรีนครินทร์	กิ่ง อ. โพธิ์ศรีสุวรรณ				3
45	สวนป่าขุนหาญ	ขุนหาญ				1
46	สวนป่าเฉลิมพระเกียรติ ร. 9	เมืองศรีสะเกษ				1
47	สวนเมืองสิงบ้านห้วย	ราชันไศล				3
48	สวนราชสักการะ	เมืองศรีสะเกษ				3
49	สวนรุกขชาติ 100 ปี	ขุนหาญ				1
50	สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์	เมืองศรีสะเกษ	1	3	1	3
51	สวนสาธารณะบ้านภู	ปรางค์กู่				3
52	สวนสาธารณะหนองแก้ว	เมืองศรีสะเกษ				3
53	สวนสาธารณะหนองแคนเฉลิมพระเกียรติ	เมืองศรีสะเกษ				3
54	สวนสาธารณะหนองอุทัย	เมืองศรีสะเกษ				3

หมายเหตุ

1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.5 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-9)	ทพท. (2540: 141)	สมาคมสถาบันราชภัฏ (2543: 44-45)	บ. จีโอมิตติ เทคโนโลยี จก. (2546: 3-24 - 3-25)
55	หมู่บ้านทับทิมสยาม 06	ชูขันธุ์		3	1	
56	หมู่บ้านทับทิมสยาม 07/ทับทิมสยาม 07	ขุนหาญ			1	3
57	หาดสวนราษฎร์		1			
58	อนุสาวรีย์พระนางศรีสมม	เมืองศรีสะเกษ				2
59	อ่างเก็บน้ำห้วยขนุน	กันทรลักษ์				1
60	อ่างเก็บน้ำห้วยตามาย	กันทรลักษ์				1
61	อ่างเก็บน้ำห้วยตึกขุ	ภูสิงห์				1
62	อ่างเก็บน้ำห้วยศาลา	ปรางค์กู่				1
63	อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร	กันทรลักษ์	1			
1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ			11	5	9	20
2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา			8	7	7	17
3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม			2	5	4	15
รวม			21	17	20	52

หมายเหตุ

1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.6 ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามชื่อและสถานที่ตั้ง

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (2540: 2-4 - 2-5)	ทพท. (2540: 37-38)	สภาสถาบันราชภัฏ (2543: 8-12)
1	ภูแดง	บ้านเขว้า	2		
2	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว	เมืองชัยภูมิ	1	1	1
3	เขตน้ำร้อนป่าหนองแวง	คอนสวรรค์			1
4	เขื่อนจุฬาภรณ์	คอนสาร	1	1	3
5	เขื่อนห้วยกุ่ม	เกษตรสมบูรณ์	1	1	1
6	งานเจ้าพ่อพระยาแล 2540	เมืองชัยภูมิ		3	
7	งานฉลองอนุสาวรีย์เจ้าพ่อพระยาแล	เมืองชัยภูมิ		3	
8	ถ้ำแก้ว	ภักดีชุมพล	1	1	1
9	ถ้ำบนเขาพญาฟ้อ		1		
10	ถ้ำประกายเพชร		1		
11	ถ้ำประทุน	ภักดีชุมพล	1	1	1
12	ถ้ำผามอง		1		
13	ถ้ำพระ	ภักดีชุมพล	1	1	1
14	ถ้ำวัวแดง	ภักดีชุมพล	1	1	1
15	ทุ่งกะมัง	คอนสาร	1	1	1
16	ทุ่งดอกกระเจียว (ทุ่งบัวสวรรค์)	เทพสถิต			1
17	น้ำตกชนชม	หนองบัวระเหว			1
18	น้ำตกตาดโตน	เมืองชัยภูมิ		1	1
19	น้ำตกตาดฟ้า	เมืองชัยภูมิ	1	1	1
20	น้ำตกเทพประทาน	เทพสถิต	1	1	1
21	น้ำตกเทพนม	เทพสถิต	1		
22	น้ำตกเทพนา	เทพสถิต		1	1
23	น้ำตกไทรทอง	หนองบัวระเหว			1
24	น้ำตกผาเอียง	เมืองชัยภูมิ	1	1	1
25	น้ำมุดทับลาว (น้ำมุดทับลาว)	คอนสาร	1	1	
26	น้ำมุดนาเลา	คอนสาร		1	1
27	น้ำมุดนางเดือน	คอนสาร	1	1	1

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.6 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มท. (2540: 2-4 - 2-5)	ทพท. (2540: 37-38)	สภาพบ้านฐานภูมิ (2543: 8-12)
28	น้ำพุตหินลาดวนารมย์ (น้ำพุตหินลาด)	คอนสาร	1	1	1
29	บ้านเขว้า (บ้านทอผ้า)	บ้านเขว้า	3		
30	บ้านค้าย (หมู่บ้านช้าง)		3		
31	บึงละหานลูกนก (บึงละหาน)	จัตุรัส	1	1	1
32	บึงแวง (บึงนกเป็ดน้ำ)	คอนสวรรค์	1	1	
33	หนองแวง (บึงนกเป็ดน้ำ)	คอนสวรรค์			
34	โบสถ์บ้านกุดโง้ง	เมืองชัยภูมิ	2	2	2
35	ประเพณีรำผีฟ้า	เมืองชัยภูมิ	3		
36	ปราสาทคู่	เมืองชัยภูมิ	2	2	2
37	ผาเกิ้ง	หนองบัวแดง	1	1	2
38	พระแท่น		2		
39	พระแท่นบัลลังก์	บ้านแท่น		2	2
40	พระธาตุกุดจอก		2		
41	พระธาตุหนองสามหมื่นหรือ พระธาตุบ้านแก้ง	ภูเขียว	2	2	2
42	พระพุทธรูปใหญ่สมัยทวารวดี	คอนสวรรค์	2	2	
43	พระพุทธรูปใหญ่โบสถ์โบสถ์	คอนสวรรค์			2
44	ภูตะเภา		1		
45	ภูแฝก (รอยพระบาท)		2		
46	ภูพระ		2	3	2
47	ภูพระ (พระเจ้าตื้อ)				
48	ไร่เนินดินทิวาส		1		
49	วัดพระพุทธบาทภูแฝด	เมืองชัยภูมิ		2	2
50	ศาลเจ้าพ่อตาดโตน(ปู่ด้วง)	เมืองชัยภูมิ		2	1
51	ศาลเจ้าพ่อพระยาแล	เมืองชัยภูมิ	2	2	2
52	ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน	ภูเขียว		3	3
53	ศูนย์รวมไม้ดัดบ้านแซ้	ภูเขียว	3	3	3
54	ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าขิด		3		
55	สระหงษ์	เมือง	2	1	1

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ตารางที่ ก.6 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อทรัพยากรการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง (อำเภอ)	ศูนย์บริการวิชาการ มข. (2540: 2-4 - 2-5)	ทพท. (2540: 37-38)	สถาบันงานช่าง (2543: 8-12)
56	สวนรุกขชาติน้ำผุดทัพลาว	คอนสาร			1
57	หมู่บ้านชาวบน		3		
58	หมู่บ้านทอผ้าไหม	บ้านเขว้า		3	3
59	อนุสาวรีย์พระยาภักดีชุมพล (แล)	เมืองชัยภูมิ	2	2	2
60	อุทยานแห่งชาติตาดโตน	เมืองชัยภูมิ	1	1	1
61	อุทยานแห่งชาติไทรทอง	หนองบัวระเหว			1
62	อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม	เทพสถิต	1	1	1
63	อุทยานแห่งชาติภูแลนคา	เมืองชัยภูมิ	1		1
1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ			26	23	27
2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา			12	9	10
3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม			6	6	4
รวม			44	38	41

หมายเหตุ 1 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

2 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา

3 = ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ภาคผนวก ข

แบบบันทึกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

แบบบันทึกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (สถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว)	
ที่ตั้ง	
การเข้าถึง	
ความเป็นมา	
ภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	

ภาคผนวก ค

แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การประเมินศักยภาพและความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ)

**แบบประเมินศักยภาพและความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ)**

ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว).....
ที่ตั้งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว 1) ธรรมชาติ
 2) ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา
 3) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ผู้ประเมิน.....ตำแหน่ง.....วันเดือนปีที่ประเมิน.....

● ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว	สำหรับ ผู้วิจัย
1. ระดับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว <input type="radio"/> นานาชาติ <input type="radio"/> ประเทศ <input type="radio"/> ท้องถิ่น
2. กิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยว <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
3. ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่า <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
4. ความดึงดูดใจ (สุนทรีย์ภาพ) <input type="radio"/> ดึงดูดใจมาก <input type="radio"/> ดึงดูดใจปานกลาง <input type="radio"/> ดึงดูดใจน้อย
● ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว	
➤ สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม)	
1. วิธีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="radio"/> รถยนต์ <input type="radio"/> รถไฟ <input type="radio"/> เรือ <input type="radio"/> จักรยานยนต์ <input type="radio"/> จักรยาน <input type="radio"/> เดินเท้า
2. การคมนาคมขนส่ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="radio"/> รถยนต์ส่วนตัว <input type="radio"/> รถประจำทาง <input type="radio"/> รถรับจ้าง (โปรดระบุ)..... <input type="radio"/> เรือโดยสาร
3. ชนิดถนน <input type="radio"/> ถนนคอนกรีต <input type="radio"/> ถนนลาดยาง <input type="radio"/> ถนนลูกรังหรือกรวดหิน <input type="radio"/> ถนนดิน <input type="radio"/> ไม่มีผิวถนน
4. ลักษณะถนน (ผิวถนน) <input type="radio"/> ไม่มีหลุม <input type="radio"/> มีหลุมเล็กน้อย <input type="radio"/> มีหลุมปานกลาง <input type="radio"/> มีหลุมมาก
5. เส้นทางในการเข้าถึงภายในแหล่งท่องเที่ยว <input type="radio"/> สะดวก <input type="radio"/> ไม่สะดวก <input type="radio"/> ไม่สามารถเข้าถึงได้
6. อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
7. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกฤดูกาล <input type="radio"/> ได้ <input type="radio"/> ไม่ได้
➤ สิ่งอำนวยความสะดวก	
1. สถานที่จอดรถและยานพาหนะ <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
2. ที่พัก <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
3. ห้องสุขา <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
4. อาคารบริการนักท่องเที่ยว	
4.1 พิพิธภัณฑ์/ห้องแสดงนิทรรศการ <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
4.2 ศูนย์ประชาสัมพันธ์/บริการข้อมูล <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
4.3 จุดรับเหตุ <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
4.4 สถานพยาบาล <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
4.5 ที่นั่งพัก ศาลา หรืออื่นๆ <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
4.6 สถานที่บริการต่างๆ และบริเวณใกล้เคียง <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี
5. ร้านอาหาร <input type="radio"/> มี <input type="radio"/> ไม่มี

- | | | | | | | | | | | |
|--|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-------|
| 6. | ร้านขายของที่ระลึก | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 7. | ระบบสื่อความหมาย | | | | | | | | | |
| 7.1 | เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 7.2 | โสตทัศนูปกรณ์ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 7.3 | มีคัลเทคก์ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 7.4 | สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 7.5 | ป้ายบอกทางเดินศึกษาธรรมชาติ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 8. | โทรศัพท์สาธารณะ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 9. | ไฟฟ้าแสงสว่าง | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 10. | แหล่งน้ำดื่ม | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 11. | แหล่งน้ำใช้ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 12. | การดูแลรักษาความปลอดภัย | | | | | | | | | |
| 12.1 | มีแผนที่ ป้ายบอกสถานที่ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 12.2 | ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 12.3 | ความปลอดภัยจากสัตว์ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 12.4 | ความปลอดภัยจากธรรมชาติ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 12.5 | ป้ายเตือนภัย เขตเสี่ยงภัย | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| ➤ สภาพสิ่งแวดล้อม | | | | | | | | | | |
| 1. | ลักษณะน้ำทิ้ง | | | | | | | | | |
| 1.1 | กลิ่น | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 1.2 | วัตถุลอยน้ำ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 1.3 | น้ำมัน/ไขมันบริเวณผิวน้ำ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| 1.4 | การระบายน้ำ | <input type="radio"/> | มีการระบาย | <input type="radio"/> | ปล่อยตามธรรมชาติ | | | | | |
| 2. | คุณภาพอากาศ | | | | | | | | | |
| 2.1 | ฝุ่น/ควัน | <input type="radio"/> | มีมาก | <input type="radio"/> | มีปานกลาง | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | |
| 2.2 | กลิ่น | <input type="radio"/> | มีมาก | <input type="radio"/> | มีปานกลาง | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | |
| 3. | เสียงรบกวน | <input type="radio"/> | รบกวนมาก | <input type="radio"/> | รบกวนน้อย | <input type="radio"/> | ไม่รบกวน | | | |
| 4. | เสื่อมโดยธรรมชาติ/ภัยธรรมชาติ | <input type="radio"/> | มาก | <input type="radio"/> | ปานกลาง | <input type="radio"/> | น้อย | | | |
| 5. | ทำลายโดยน้ำมือมนุษย์ | <input type="radio"/> | มาก | <input type="radio"/> | ปานกลาง | <input type="radio"/> | น้อย | | | |
| 6. | การค้า/บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว | <input type="radio"/> | มาก | <input type="radio"/> | ปานกลาง | <input type="radio"/> | น้อย | | | |
| 7. | ถูกบดบังทัศนียภาพโดยสิ่งปลูกสร้าง | <input type="radio"/> | มาก | <input type="radio"/> | ปานกลาง | <input type="radio"/> | น้อย | | | |
| 8. | พื้นที่/สภาพการใช้ประโยชน์ | <input type="radio"/> | มาก | <input type="radio"/> | ปานกลาง | <input type="radio"/> | น้อย | | | |
| | (เปลี่ยนสภาพเป็นแหล่งอุตสาหกรรม/พาณิชยกรรม/เกษตรกรรมข้างเคียง) | | | | | | | | | |
| 9. | ปริมาณขยะและสิ่งปฏิกูลที่ปรากฏ | <input type="radio"/> | มาก | <input type="radio"/> | ปานกลาง | <input type="radio"/> | น้อย | | | |
| 10. | ระบบกำจัดขยะ | <input type="radio"/> | มี | <input type="radio"/> | ไม่มี | | | | | |
| ➤ ข้อจำกัดในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว | | | | | | | | | | |
| 1. | ต้องขออนุญาตจากทางราชการ/เอกชน | <input type="radio"/> | ไม่ต้องขอ | <input type="radio"/> | ต้องขออนุญาต | | | | | |
| ➤ ปริมาณการท่องเที่ยว | | | | | | | | | | |
| 1. | จำนวนนักท่องเที่ยว | <input type="radio"/> | มากกว่า 500,000 คน/ปี | <input type="radio"/> | 100,000 – 500,000 คน/ปี | <input type="radio"/> | น้อยกว่า 100,000 คน/ปี | | | |
| 2. | ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว ในวันเสาร์ – อาทิตย์/ในฤดูท่องเที่ยว | <input type="radio"/> | มาก | <input type="radio"/> | ปานกลาง | <input type="radio"/> | น้อย | <input type="radio"/> | มากจนทำลายสิ่งแวดล้อม | |

ภาคผนวก ง

รายชื่อผู้ตรวจสอบแบบประเมินศักยภาพและความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

**รายชื่อผู้ตรวจสอบแบบประเมินศักยภาพและความพร้อม
ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้**

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	จังหวัด
1. นางกัลยา กมลเพชร	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์การ ท่องเที่ยว กีฬา และ นันทนาการ	นครราชสีมา
2. นายธิติพงษ์ พิรุณ	ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ	บุรีรัมย์
3. นายไพฑูรย์ ศิริบูรณ์	ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ	สุรินทร์
4. นายอักษร แสนใหม่	ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ	ศรีสะเกษ
5. นายคตศิลป์ อกอุ้น	ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ	อุบลราชธานี
6. นายมนตรี ปิยากุล	ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ	ชัยภูมิ

ภาคผนวก จ

รายชื่อมัคคุเทศก์ที่ให้สัมภาษณ์

รายชื่อมัคคุเทศก์ที่ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-สกุล	ชื่อบริษัทนำเที่ยว	ภูมิลำเนาของมัคคุเทศก์
1. นางสาวนันท์จิตรา เจนปิยะพงศ์	พี พี สยาม	นครราชสีมา
2. นางสาวนิลวรรณ ร่องในเมือง	มัคคุเทศก์อิสระ	นครราชสีมา
3. นายทวิช ฝั่งงาม	จุฑาทัวร์ทัวร์	นครราชสีมา
4. นางวารุณี ตั้งสถิตย์	วารุณีการท่องเที่ยว	นครราชสีมา
5. นายปพน กตญาณยุทธ์	Jungle Planet	นครราชสีมา
6. นางสาวศิริพร ชุมคำ	CLV	อุบลราชธานี
7. นายมานิต ชาญนรา	ศักดิ์ทัวร์	อุบลราชธานี
8. นางสร้อยดี นากเลอร์	Nevada Grand Travel	อุบลราชธานี
9. ไม่ประสงค์จะเปิดเผยนาม	อุบลสุรชัยทัวร์	อุบลราชธานี
10. นางสาวดาริกา หอมเอื้อง	Isan Discovery	มหาสารคาม

ภาคผนวก จ

แบบสัมภาษณ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว/
กิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว
ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ)

วันที่-เวลา การสัมภาษณ์ _____ / _____

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ _____

บริษัท _____

ที่อยู่ _____

เพศ () ชาย () หญิง

1. ท่านมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในพื้นที่นี้หรือไม่
() ไม่ใช่
() ใช่ → () โคราช () บุรีรัมย์ () สุรินทร์ () ศรีสะเกษ () อุบล () ชัยภูมิ
2. ท่านทำงานที่บริษัทที่ร่วมนานแค่ไหน _____ ปี
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่านนำเที่ยวส่วนใหญ่
() นักท่องเที่ยวในประเทศ
() นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มาจากประเทศ _____
() ทั่วไปไม่เจาะจง
4. ทวีร์ที่บริษัทจัดมีเส้นทางไปที่ใดบ้าง _____

5. เท่าที่ท่านพบในจังหวัดทางภาคอีสานที่ท่านพาลูกทัวร์ไปเที่ยวท่านคิดว่าในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว/
กิจกรรมการท่องเที่ยวควรปรับปรุงในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้อย่างไร
 - 5.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
การคมนาคม _____
ถนน _____
 - 5.2 สิ่งอำนวยความสะดวก
สถานที่จอดรถ _____
ที่พัก _____

ห้องสุขา _____
 อาคารบริการนักท่องเที่ยว _____
 ร้านอาหาร _____
 ร้านขายของที่ระลึก _____
 การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์) _____

 การดูแลรักษาความปลอดภัย _____

5.3 สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว

คุณภาพอากาศ _____
 ระบบกำจัดขยะ/ปริมาณขยะ _____
 ทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว _____

6. ท่านคิดว่าหากจะพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่ม 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ) โดยภาพรวม ควรจะพัฒนาในส่วนใด/หรือด้านใดบ้าง เช่น

แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว _____
 เส้นทางท่องเที่ยว _____
 ตลาดการท่องเที่ยว _____
 สิ่งอำนวยความสะดวก _____
 สิ่งแวดล้อม _____

7. หากจะมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เขมร เวียดนาม ท่านมีความเห็นว่าเป็นเส้นทางใดบ้างที่ควรจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว _____

8. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ _____

9. หากจะขออนุญาตนำชื่อของท่าน และชื่อบริษัทที่ท่านทำงานอยู่บันทึกไว้ในภาคผนวกของรายงานวิจัย ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลท่านจะสะดวกหรือไม่
 () สะดวก () ไม่สะดวก

ภาคผนวก ช

สภาพทั่วไปของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

สภาพทั่วไปของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ 6 จังหวัด ในการศึกษาครั้งนี้คือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ มีอาณาเขตทิศเหนือ ติดกับ จังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด ยโสธร อำนาจเจริญ และพื้นที่อีสานตอนบน ทิศตะวันตก ติดกับ จังหวัดเพชรบูรณ์ ลพบุรี สระบุรี ทิศใต้ ติดกับ จังหวัดนครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว และชายฝั่งทะเลฝั่งตะวันออก และทิศตะวันออก ติดกับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา ดังภาพที่ ช.1 และสภาพทั่วไปของแต่ละจังหวัดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ ช.1 อาณาเขตของพื้นที่ดำเนินการศึกษา

1. จังหวัดนครราชสีมา

1.1 ที่ตั้ง การเข้าถึง ขนาดพื้นที่ และอาณาเขต

จังหวัดนครราชสีมาตั้งอยู่ทางตอนล่างของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย บนบริเวณที่ราบสูงโคราช อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทางรถยนต์ ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) เป็นระยะทางประมาณ 259 กิโลเมตร และทางรถไฟเป็นระยะทางประมาณ 264 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 20,493.964 ตารางกิโลเมตร หรือ 12,808,728 ไร่ เท่ากับร้อยละ 12.12 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากเป็นอันดับที่หนึ่งของภูมิภาคนี้ และมีขนาดพื้นที่มากเป็นอันดับที่หนึ่งของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดขอนแก่น
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดนครนายก และจังหวัดสระแก้ว
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดขอนแก่น
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดสระบุรี และจังหวัดลพบุรี

1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครราชสีมาเป็นที่ราบสูงมีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 200 - 300 เมตร ด้านทิศตะวันตกและทิศใต้มีภูเขาและป่าเป็นแนวกันเขตแดน คือ ทิวเขาตองพญาเย็นและพนมดงรัก ในท้องที่อำเภอด่านขุนทด อำเภอสีคิ้ว อำเภอปากช่อง อำเภอปักธงชัย อำเภอครบุรี และอำเภอเสิงสาง และพื้นที่ดังกล่าวค่อย ๆ ลาดลงมาทางทิศเหนือตามลำน้ำมูลและสาขาสำคัญ เช่น ลำพระเพลิง ลำเชียงไกร ลำปลายมาศ และลำแะ เป็นต้น ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครราชสีมาสามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

บริเวณเทือกเขาและที่ราบสูงทางตอนใต้ของจังหวัด มีความสูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 250 เมตร อยู่ในบริเวณอำเภอปากช่อง ปักธงชัย ครบุรี และเสิงสาง มีเทือกเขาสันกำแพงและพนมดงรักเป็นแนวยาว ตั้งแต่ส่วนต่อกับจังหวัดปราจีนบุรี นครนายก และสระบุรี ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำมูล ลำแะ ลำพระเพลิง ลำตะคอง และลำปลายมาศ เป็นต้น โดยพื้นที่ระหว่างเทือกเขาส่วนใหญ่เป็นลูกคลื่นลอนลึกและลอนตื้น ตอนล่างของหุบเขามีความลาดชันค่อนข้างมาก ทำให้มีการชะล้างพังทลายของหน้าดินในบริเวณนี้ค่อนข้างสูง

บริเวณที่สูงตอนกลางจังหวัด มีความสูงจากระดับน้ำทะเลอยู่ระหว่าง 200 - 250 เมตร อยู่ในเขตอำเภอด่านขุนทด กิ่งอำเภอเทพารักษ์ กิ่งอำเภอพระทองคำ อำเภอสีคิ้ว ตอนล่างของอำเภอโนนไทย อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมือง อำเภอสูงเนิน ตอนบนของอำเภอบักรังชัย และอำเภอครบุรี อำเภอโชคชัย อำเภอหนองบุญมาก อำเภอจักราช และตอนบนของอำเภอเสิงสาง ลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นลูกคลื่นลอนตื้น ยกเว้นบริเวณใกล้เชิงเขาจะเป็นลูกคลื่นลอนลึกและมีพื้นที่บางส่วนเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำ มีแม่น้ำไหลผ่านหลายสาย

พื้นที่ลูกคลื่นทางตอนเหนือของจังหวัด มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 200 เมตร อยู่ในเขตอำเภอขามสะแกแสง ตอนบนของอำเภอโนนไทย อำเภอดง ทิศตะวันตกของอำเภอบัวใหญ่ กิ่งอำเภอบัวลาย กิ่งอำเภอสีดา อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอห้วยแถลง อำเภอชุมพวง กิ่งอำเภอลำทะเมนชัย และกิ่งอำเภอเมืองยาง ลักษณะพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนตื้นที่สูงสลับที่นา บางบริเวณเป็นพื้นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำลำเชียงไกรและลำปลายมาศ

พื้นที่ราบลุ่มทางตอนเหนือของจังหวัด มีความสูงจากระดับน้ำทะเลน้อยกว่า 200 เมตร อยู่ในเขตอำเภอบัวใหญ่ อำเภอดง อำเภอโนนสูง อำเภอประทาย และอำเภอพิมาย ลักษณะพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนตื้นและมีที่ราบลุ่มบริเวณริมฝั่งแม่น้ำลำสะเทต

1.3 การปกครอง

จังหวัดนครราชสีมา แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 26 อำเภอ 6 กิ่งอำเภอ (287 ตำบล 3,452 หมู่บ้าน) ประกอบด้วย อำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอดง อำเภอครบุรี อำเภอจักราช อำเภอโชคชัย อำเภอชุมพวง อำเภอด่านขุนทด อำเภอโนนไทย อำเภอบัวใหญ่ อำเภอโนนสูง อำเภอบักรังชัย อำเภอปากช่อง อำเภอพิมาย อำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอประทาย อำเภอห้วยแถลง อำเภอขามทะเลสอ อำเภอขามสะแกแสง อำเภอเสิงสาง อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอหนองบุญมาก อำเภอแก้งสนามนาง อำเภอโนนแดง อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอเฉลิมพระเกียรติ กิ่งอำเภอเทพารักษ์ กิ่งอำเภอเมืองยาง กิ่งอำเภอพระทองคำ กิ่งอำเภอลำทะเมนชัย กิ่งอำเภอสีดา และกิ่งอำเภอบัวลาย

การปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น

- | | |
|-----------------------------------|----------|
| - องค์การบริหารส่วนจังหวัด | 1 แห่ง |
| - องค์การบริหารส่วนตำบล | 287 แห่ง |
| - เทศบาลนคร (เทศบาลนครนครราชสีมา) | 1 แห่ง |
| - เทศบาลตำบล | 45 แห่ง |

1.4 จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน

จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนในปี 2547 และ 2548 รวม 3,922,081 คนและ 4,301,398 คน ตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.67) โดยเป็นนักท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน) มากกว่า นักทัศนอาจร (นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน) รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2547 และปี 2548 รวม 5,731.62 ล้านบาท และ 6,713.08 ล้านบาทตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.12) ผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งปี 2547 และ 2548 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือรถยนต์โดยสาร และมีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ย 3 วัน รายละเอียดดังตารางที่ ข.1

ตารางที่ ข.1 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดนครราชสีมา ปี 2547 และ 2548

รายการข้อมูล	2547*			2548*			เพิ่ม (ลด)			
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ร้อยละ
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน	3,850,554	71,527	3,922,081	4,212,394	89,004	4,301,398	361,840	17,477	379,317	9.67
นักท่องเที่ยว	2,207,369	64,047	2,271,416	2,545,302	75,172	2,620,474	337,933	11,125	349,058	15.37
นักทัศนาจร	1,643,185	7,480	1,650,665	1,667,092	13,832	1,680,924	23,907	6,352	30,259	1.83
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	3,850,554	71,527	3,922,081	4,212,394	89,004	4,301,398	361,840	17,477	379,317	9.67
เครื่องบิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รถไฟ	156,449	6,072	162,521	209,765	3,470	213,235	53,316	(2,602)	50,714	31.20
รถโดยสารประจำทาง	956,648	12,150	968,798	1,002,229	33,592	1,035,821	45,581	21,442	67,023	6.92
รถส่วนตัว	2,734,105	53,305	2,787,410	3,000,400	51,942	3,052,342	266,295	(1,363)	264,932	9.50
อื่น ๆ	3,352	-	3,352	-	-	-	(3,352)	-	(3,352)	(100.00)
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	2,207,369	64,047	2,271,416	2,545,302	75,172	2,620,474	337,933	11,125	349,058	15.37
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	964,773	55,246	1,020,019	1,287,845	61,032	1,348,877	323,072	5,786	328,858	32.24
บ้านญาติ/เพื่อน	1,052,776	1,160	1,053,936	1,026,476	8,308	1,034,784	(26,300)	7,148	(19,152)	(1.82)
ที่พักในอุทยานฯ	83,229	1,289	84,518	98,957	4,430	103,387	15,728	3,141	18,869	22.33
บ้านรับรองฯ	28,926	1,049	29,975	75,453	-	75,453	46,527	(1,049)	45,478	151.72
อื่น ๆ	77,665	5,303	82,968	56,571	1,402	57,973	(21,094)	(3,901)	(24,995)	(30.13)
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	2.95	2.99	2.95	2.67	2.73	2.67	(0.28)	(0.26)	(0.28)	(9.49)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	646.99	1,171.72	656.56	760.36	1,233.12	772.26	113.37	61.40	115.70	17.62
นักท่องเที่ยว	697.74	1,202.55	712.42	799.93	1,258.42	813.32	102.19	55.87	100.90	14.16
นักทัศนาจร	578.81	907.75	580.31	598.80	858.15	600.95	19.99	(49.60)	20.64	3.56
รายได้(ล้านบาท)	5,494.54	237.08	5,731.62	6,443.23	269.85	6,713.08	948.69	32.77	981.46	17.12
นักท่องเที่ยว	4,543.44	230.29	4,773.73	5,444.97	257.98	5,702.95	901.53	27.69	929.22	19.47
นักทัศนาจร	951.10	6.79	957.89	998.26	11.87	1,010.13	47.16	5.08	52.24	5.45
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	5.58	1.79	5.51	4.68	3.25	4.65	(0.90)	1.46	(0.86)	(15.61)
นักท่องเที่ยว	6.30	1.78	6.18	4.82	3.21	4.78	(1.48)	1.43	(1.40)	(22.65)
นักทัศนาจร	4.60	1.85	4.59	4.47	3.47	4.47	(0.13)	1.62	(0.12)	(2.61)

* ที่มา: http://www2.tat.or.th/statweb/static_tst.php

หมายเหตุ : ปี 2548 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายบางหมวดที่การปรับค่าอื่น ๆ ประกอบ เช่น ค่าที่พัก

ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

2. จังหวัดบุรีรัมย์

2.1 ที่ตั้ง การเข้าถึง ขนาดพื้นที่ และอาณาเขต

จังหวัดบุรีรัมย์ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 410 กิโลเมตร และทางรถไฟเป็นระยะทางประมาณ 376 กิโลเมตร มีเนื้อที่รวมทั้งสิ้น 10,322.885 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,451,178.125 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.11 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 2.01 ของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดนครราชสีมา
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดสระแก้ว และราชอาณาจักรกัมพูชา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดสุรินทร์
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดนครราชสีมา

2.2 ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง เกิดจากภูเขาไฟระเบิดเมื่อประมาณหนึ่งล้านปีมาแล้ว สามารถแบ่งลักษณะภูมิประเทศที่สำคัญออกเป็นสองลักษณะคือ

พื้นที่และภูเขาตอนใต้ เป็นพื้นที่แบบลูกคลื่นลอนลึก ภูเขาบริเวณเทือกเขาพนมดงรัก ภูเขาสันกำแพง มีความสูงตั้งแต่ 200 - 650 เมตรจากระดับน้ำทะเล ครอบคลุมพื้นที่ประมาณร้อยละ 25 ของพื้นที่จังหวัดได้แก่ บริเวณด้านทิศใต้ของอำเภอบ้านกรวด ละหานทราย โนนดินแดง ปะค่านางรอง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ และทางด้านทิศตะวันตกของอำเภอหนองหงส์

พื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้นตอนกลางของจังหวัด มีความสูงประมาณ 150 - 200 เมตรจากระดับน้ำทะเล พื้นที่จะทอดขนานเป็นแนวยาวทางทิศตะวันออก และทิศตะวันตก ครอบคลุมพื้นที่ประมาณร้อยละ 60 ของพื้นที่จังหวัดได้แก่ บริเวณอำเภอประโคนชัย พลับพลาชัย กระสัง ลำปลายมาศ ชำนิ บ้านด่าน ห้วยราช และอำเภอเมืองฯ กับบางส่วนของอำเภอนางรอง หนองกี่ และอำเภอหนองหงส์

พื้นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำมูล มีความสูงเฉลี่ยน้อยกว่า 150 เมตรจากระดับน้ำทะเล ได้แก่ พื้นที่บริเวณอำเภอพุทไธสง คูเมือง แดนดง และอำเภอสตึก กับบริเวณลำสะเทต ละพิงชู ลำชี ได้แก่ บริเวณบ้านใหม่ไชยพจน์ อำเภอนาโพธิ์ และบางส่วนของอำเภอพุทไธสง

2.3 การปกครอง

จังหวัดบุรีรัมย์ แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 21 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ (189 ตำบล 2,212 หมู่บ้าน) ประกอบด้วย อำเภอเมืองบุรีรัมย์ อำเภอคูเมือง อำเภอกระสัง อำเภอนางรอง อำเภอหนองกี่ อำเภอละหานทราย อำเภอประโคนชัย อำเภอบ้านกรวด อำเภอพุทไธสง อำเภอลำปลายมาศ อำเภอสตึก อำเภอปะคำ อำเภอนาโพธิ์ อำเภอหนองหงส์ อำเภอพลับพลาชัย อำเภอห้วยราช อำเภอโนนสุวรรณ อำเภอชำนิ อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ อำเภอโนนดินแดง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ กิ่งอำเภอบ้านด่าน และกิ่งอำเภอแคนดง

การปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น

- องค์การบริหารส่วนจังหวัด	1	แห่ง
- องค์การบริหารส่วนตำบล	189	แห่ง
- เทศบาลเมือง	1	แห่ง
- เทศบาลตำบล	23	แห่ง

2.4 จำนวนผู้เยี่ยมชม

จังหวัดบุรีรัมย์ มีจำนวนผู้เยี่ยมชมในปี 2547 และ 2548 รวม 782,016 คนและ 837,281 คน ตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.07) โดยเป็นนักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยว รายได้จาก การท่องเที่ยวในปี 2547 และปี 2548 รวม 873.71 ล้านบาท และ 938.92 ล้านบาทตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.46) ผู้เยี่ยมชมทั้งปี 2547 และ 2548 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และมีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ย 3 วัน รายละเอียดดังตารางที่ ข.2

ตารางที่ ข.2 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดบุรีรัมย์ ปี 2547 และ 2548

รายการข้อมูล	2547*			2548*			เพิ่ม (ลด)			
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ร้อยละ
จำนวนผู้เยี่ยมชม	760,356	21,660	782,016	803,993	33,288	837,281	43,637	11,628	55,265	7.07
นักท่องเที่ยว	427,928	1,771	429,699	457,522	5,743	463,265	29,594	3,972	33,566	7.81
นักทัศนอาจร	332,428	19,889	352,317	346,471	27,545	374,016	14,043	7,656	21,699	6.16
จำนวนผู้เยี่ยมชมจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	760,356	21,660	782,016	803,993	33,288	837,281	43,637	11,628	55,265	7.07
เครื่องบิน	3,819	507	4,326	2,065	2,202	4,267	(1,754)	1,695	(59)	(1.36)
รถไฟ	145,207	214	145,421	129,093	2,272	131,365	(16,114)	2,058	(14,056)	(9.67)
รถโดยสารประจำทาง	83,428	3,934	87,362	202,319	4,898	207,217	118,891	964	119,855	137.19
รถส่วนตัว	527,902	17,005	544,907	470,516	23,916	494,432	(57,386)	6,911	(50,475)	(9.26)
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	427,928	1,771	429,699	457,522	5,743	463,265	29,594	3,972	33,566	7.81
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	171,520	1,581	173,101	206,844	4,356	211,200	35,324	2,775	38,099	22.01
บ้านญาติ/เพื่อน	244,902	190	245,092	242,018	1,387	243,405	(2,884)	1,197	(1,687)	(0.69)
ที่พักในอุทยานฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บ้านรับรองฯ	6,610	-	6,610	5,136	-	5,136	(1,474)	-	(1,474)	(22.30)
อื่น ๆ	4,896	-	4,896	3,524	-	3,524	(1,372)	-	(1,372)	(28.02)
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	3.37	2.79	3.37	3.02	2.77	3.02	(0.35)	(0.02)	(0.35)	(10.39)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	439.16	302.77	435.39	530.79	511.32	530.32	91.63	208.55	94.93	21.80
นักท่องเที่ยว	523.55	710.37	523.82	570.91	789.44	573.39	47.36	79.07	49.57	9.46
นักทัศนอาจร	330.54	266.48	326.92	370.95	350.70	369.45	40.41	84.22	42.53	13.01
รายได้(ล้านบาท)	864.90	8.81	873.71	916.70	22.22	938.92	51.80	13.41	65.21	7.46
นักท่องเที่ยว	755.02	3.51	758.53	788.18	12.56	800.74	33.16	9.05	42.21	5.56
นักทัศนอาจร	109.88	5.30	115.18	128.52	9.66	138.18	18.64	4.36	23.00	19.97
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	4.83	1.31	4.74	4.08	3.27	4.05	(0.75)	1.96	(0.69)	(14.56)
นักท่องเที่ยว	4.54	1.09	4.53	4.69	3.45	4.68	0.15	2.36	0.15	3.31
นักทัศนอาจร	5.21	1.33	4.99	3.27	3.24	3.27	(1.94)	1.91	(1.72)	(34.47)

* ที่มา: http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php

หมายเหตุ : ปี 2548 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายหมวดที่การปรับค่าอื่น ๆ ประกอบ เช่น ค่าที่พัก

ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

3. จังหวัดสุรินทร์

3.1 ที่ตั้ง การเข้าถึง ขนาดพื้นที่ และอาณาเขต

จังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 457 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 8,124.056 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 5,077,535 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.8 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด หรือร้อยละ 1.58 ของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมหาสารคาม
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ราชอาณาจักรกัมพูชา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดศรีสะเกษ
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดบุรีรัมย์

3.2 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดสุรินทร์ ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็น ดั้งนี้ ตอนเหนือของจังหวัด (อำเภอจอมพระ อำเภอสนม) พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบและที่ราบลุ่ม (อำเภอชุมพลบุรี ท่าตูม รัตนบุรี และกิ่งอำเภอโนนนารายณ์) และจะมีป่าโปร่งและเป็นทุ่งใหญ่บางตอน ซึ่งอยู่ในที่ราบลุ่ม แม่น้ำมูลในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ พื้นที่จะต่ำมากในเขตอำเภอท่าตูมและอำเภอชุมพลบุรี ฤดูฝนน้ำท่วมเกือบทุกปี ระดับความสูงจากน้ำทะเลปานกลาง 115 - 125 เมตร ตอนกลางของจังหวัด พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม บางส่วนเป็นที่ดอน (อำเภอเมือง สีขรภูมิ สำโรงทาบ ลำดวน กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ และกิ่งอำเภอศรีณรงค์) ระดับความสูงจากน้ำทะเลปานกลาง 126 -150 เมตร ตอนใต้ของจังหวัด เป็นที่ราบสูง มีภูเขา สลับซับซ้อนหลายลูก มีป่าที่ตามแนวเขตชายแดน ซึ่งติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา (อำเภอสังขะ บัวเชด กาบเชิง และกิ่งอำเภอพนมดงรัก) มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 201 - 483 เมตร

3.3 การปกครอง

จังหวัดสุรินทร์ แบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ 4 กิ่งอำเภอ (159 ตำบล 2,098 หมู่บ้าน) ประกอบด้วย อำเภอเมืองสุรินทร์ อำเภอชุมพลบุรี อำเภอท่าตูม อำเภอจอมพระ อำเภอปราสาท อำเภอกาบเชิง อำเภอรัตนบุรี อำเภอสนม อำเภอสีขรภูมิ อำเภอสังขะ อำเภอลำดวน อำเภอสำโรงทาบ อำเภอบัวเชด กิ่งอำเภอพนมดงรัก กิ่งอำเภอศรีณรงค์ กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ และกิ่งอำเภอโนนนารายณ์

การปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น

- องค์การบริหารส่วนจังหวัด

1 แห่ง

- องค์การบริหารส่วนตำบล	158	แห่ง
- เทศบาลเมือง	1	แห่ง
- เทศบาลตำบล	13	แห่ง

3.4 จำนวนผู้เยี่ยมเยือน

จังหวัดสุรินทร์ มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในปี 2547 และ 2548 รวม 716,708 คนและ 677,686 คน ตามลำดับ (ลดลงร้อยละ 5.44) โดยเป็นนักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยว รายได้จาก การท่องเที่ยวในปี 2547 และปี 2548 รวม 935.69 ล้านบาท และ 947.20 ล้านบาทตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.23) ผู้เยี่ยมเยือนทั้งปี 2547 และ 2548 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และมีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ย 3 วัน รายละเอียดดังตารางที่ ข.3

ตารางที่ ข.3 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดสุรินทร์ ปี 2547 และ 2548

รายการข้อมูล	2547*			2548*			เพิ่ม (ลด)			
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ร้อยละ
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	706,525	10,183	716,708	665,725	11,961	677,686	(40,800)	1,778	(39,022)	(5.44)
นักท่องเที่ยว	586,868	10,082	596,950	504,962	9,160	514,122	(81,906)	(922)	(82,828)	(13.88)
นักทัศนาจร	119,657	101	119,758	160,763	2,801	163,564	41,106	2,700	43,806	36.58
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	706,525	10,183	716,708	665,725	11,961	677,686	(40,800)	1,778	(39,022)	(5.44)
เครื่องบิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รถไฟ	208,682	958	209,640	145,989	1,145	147,134	(62,693)	187	(62,506)	(29.82)
รถโดยสารประจำทาง	145,402	1,540	146,942	159,266	3,826	163,092	13,864	2,286	16,150	10.99
รถส่วนตัว	352,441	7,685	360,126	360,470	6,990	367,460	8,029	(695)	7,334	2.04
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	586,868	10,082	596,950	504,962	9,160	514,122	(81,906)	(922)	(82,828)	(13.88)
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	206,634	8,849	215,483	190,491	7,351	197,842	(16,143)	(1,498)	(17,641)	(8.19)
บ้านญาติ/เพื่อน	376,173	1,233	377,406	294,560	1,809	296,369	(81,613)	576	(81,037)	(21.47)
ที่พักในอุทยานฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บ้านรับรองฯ	1,898	-	1,898	2,808	-	2,808	910	-	910	47.95
อื่น ๆ	2,163	-	2,163	17,103	-	17,103	14,940	-	14,940	690.71
ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	3.20	1.42	3.17	3.13	1.73	3.11	(0.07)	0.31	(0.06)	(1.89)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	444.46	743.42	448.70	535.92	752.90	538.22	91.46	9.48	89.52	19.95
นักท่องเที่ยว	473.19	748.09	475.26	557.20	826.03	559.88	84.01	77.94	84.62	17.80
นักทัศนาจร	303.53	277.23	303.51	326.69	339.16	326.91	23.16	61.93	23.40	7.71
รายได้(ล้านบาท)	924.96	10.73	935.69	933.16	14.04	947.20	8.20	3.31	11.51	1.23
นักท่องเที่ยว	888.64	10.71	899.35	880.64	13.09	893.73	(8.00)	2.38	(5.62)	(0.62)
นักทัศนาจร	36.32	0.02	36.34	52.52	0.95	53.47	16.20	0.93	17.13	47.12
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	5.46	1.15	5.40	4.63	3.13	4.60	(0.83)	1.98	(0.80)	(14.81)
นักท่องเที่ยว	5.44	1.15	5.37	4.66	3.07	4.63	(0.78)	1.92	(0.74)	(13.78)
นักทัศนาจร	5.55	1.00	5.54	4.52	3.32	4.50	(1.03)	2.32	(1.04)	(18.77)

* ที่มา: http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php

หมายเหตุ : ปี 2548 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายบางหมวดที่การปรับค่าอื่น ๆ ประกอบ เช่น ค่าที่พัก

ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

4. จังหวัดอุบลราชธานี

4.1 ที่ตั้ง การเข้าถึง ขนาดพื้นที่ และอาณาเขต

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ ประเทศ ตั้งอยู่สุดชายแดนตะวันออกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของภาค และเป็นอันดับ 3 ของประเทศมีแนวพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมความยาว 428 กิโลเมตร ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (จากอำเภอเขมราฐ - อำเภอน้ำยืน ติดต่อกับแขวงสาละวัน และแขวงจำปาสัก ระยะทางประมาณ 361 กิโลเมตร) และ ราชอาณาจักรกัมพูชา (อำเภอน้ำยืน ติดกับจังหวัดเขาพระวิหาร เป็นระยะทาง 67 กิโลเมตร) ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 630 กิโลเมตร และทางรถไฟเป็นระยะทางประมาณ 575 กิโลเมตรโดย มีเนื้อที่ประมาณ 16,112.61 ตารางกิโลเมตร หรือ ประมาณ 10.07 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยโสธร และ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ราชอาณาจักรกัมพูชา และจังหวัดศรีสะเกษ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดยโสธร

4.2 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดอุบลราชธานี พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงสลับกับเนินเขา ลาดเอียงจากด้านทิศเหนือ และทิศใต้ของพื้นที่สู่ลุ่มแม่น้ำมูล พื้นที่ของจังหวัดอุบลราชธานีสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 68 เมตร (227 ฟุต) ซึ่งถือว่าเป็นที่ลุ่มที่สุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงทำให้จังหวัดอุบลราชธานี เป็นแหล่งรวมน้ำจากพื้นที่อีสานทั้งหมด นอกจากด้านเหนือของเทือกเขาภูพาน มีภูเขาเตี้ย ๆ ตามแนวชายแดน ด้านทิศใต้ติดกับกัมพูชา ไค้งตามแนวชายแดนด้านทิศตะวันออก ในส่วนที่เป็นพื้นที่ดินติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลักษณะดังกล่าวทำให้จังหวัดอุบลราชธานี เทลาดตามแนวชายแดนทั้งด้านทิศใต้ และทิศตะวันออก สู่ลุ่มแม่น้ำมูลในตอนกลาง และเกิดแม่น้ำสายสำคัญหลายสาย เช่น ลำเซบาย เซบก ห้วยตุงลุง ทางด้านเหนือแม่น้ำมูล และลำโดมน้อย ลำโดมใหญ่ ห้วยชะยุ้ง ทางด้านทิศใต้

4.3 การปกครอง

จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ (219 ตำบล 2,668 หมู่บ้าน) ประกอบด้วย อำเภอเมืองอุบลราชธานี อำเภอศรีเมืองใหม่ อำเภอโขงเจียม อำเภอเขื่องใน อำเภอเขมราฐ อำเภอเดชอุดม อำเภอนาจะหลวย อำเภอน้ำยืน อำเภอบุญทริก อำเภอตระการพืชผล อำเภอกุดข้าวปุ้น อำเภอม่วงสามสิบ อำเภอวารินชำราบ อำเภอพิบูลมังสาหาร อำเภอตาลสุม อำเภอโพธิ์ไทร อำเภอสำโรง อำเภอดอนมดแดง อำเภอสิรินธร อำเภอทุ่งศรีอุดม กิ่งอำเภอนาเยีย กิ่งอำเภอนาตาล กิ่งอำเภอเหล่าเสือโก้ก กิ่งอำเภอสว่างวีระวงศ์ และกิ่งอำเภอน้ำขุ่น

การปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น

- องค์การบริหารส่วนจังหวัด	1	แห่ง
- องค์การบริหารส่วนตำบล	214	แห่ง
- เทศบาลนครอุบลราชธานี	1	แห่ง
- เทศบาลเมือง	2	แห่ง
- เทศบาลตำบล	21	แห่ง

4.4 จำนวนผู้เยี่ยมเยือน

จังหวัดอุบลราชธานี มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในปี 2547 และ 2548 รวม 1,166,203 คนและ 1,288,462 คน ตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.48) โดยเป็นนักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2547 และปี 2548 รวม 2,467.04 ล้านบาท และ 2,797.95 ล้านบาทตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.41) ผู้เยี่ยมเยือนทั้งปี 2547 และ 2548 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง และมีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ย 3 วัน รายละเอียดดังตารางที่ ข.4

ตารางที่ ช.4 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดอุบลราชธานี ปี 2547 และ 2548

รายการข้อมูล	2547*			2548*			เพิ่ม (ลด)			
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ร้อยละ
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน	1,120,722	45,481	1,166,203	1,234,941	53,521	1,288,462	114,219	8,040	122,259	10.48
นักท่องเที่ยว	926,386	22,754	949,140	998,352	29,067	1,027,419	71,966	6,313	78,279	8.25
นักทัศนอาจร	194,336	22,727	217,063	236,589	24,454	261,043	42,253	1,727	43,980	20.26
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	1,120,722	45,481	1,166,203	1,234,941	53,521	1,288,462	114,219	8,040	122,259	10.48
เครื่องบิน	79,032	6,112	85,144	97,638	7,462	105,100	18,606	1,350	19,956	23.44
รถไฟ	209,363	913	210,276	233,709	2,787	236,496	24,346	1,874	26,220	12.47
รถโดยสารประจำทาง	211,821	25,574	237,395	282,906	16,389	299,295	71,085	(9,185)	61,900	26.07
รถส่วนตัว	620,506	12,882	633,388	620,688	26,883	647,571	182	14,001	14,183	2.24
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	926,386	22,754	949,140	998,352	29,067	1,027,419	71,966	6,313	78,279	8.25
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	365,377	15,091	380,468	398,020	21,227	419,247	32,643	6,136	38,779	10.19
บ้านญาติ/เพื่อน	510,523	5,061	515,584	566,130	7,387	573,517	55,607	2,326	57,933	11.24
ที่พักในอุทยานฯ	-	-	-	2,176	206	2,382	2,176	206	2,382	-
บ้านรับรองฯ	19,288	80	19,368	21,019	20	21,039	1,731	(60)	1,671	8.63
อื่น ๆ	31,198	2,522	33,720	11,007	227	11,234	(20,191)	(2,295)	(22,486)	(66.68)
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	3.25	3.52	3.26	3.03	2.86	3.03	(0.22)	(0.66)	(0.23)	(7.06)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	744.72	1,195.41	762.29	816.00	1,268.84	830.46	71.28	73.43	68.17	8.94
นักท่องเที่ยว	723.15	1,233.55	735.59	813.65	1,318.14	825.83	90.50	84.59	90.24	12.27
นักทัศนอาจร	847.50	1,157.22	879.93	846.06	1,101.26	869.98	(1.44)	(55.96)	(9.95)	(1.13)
รายได้(ล้านบาท)	2,341.94	125.10	2,467.04	2,661.44	136.51	2,797.95	319.50	11.41	330.91	13.41
นักท่องเที่ยว	2,177.24	98.80	2,276.04	2,461.27	109.58	2,570.85	284.03	10.78	294.81	12.95
นักทัศนอาจร	164.70	26.30	191.00	200.17	26.93	227.10	35.47	0.63	36.10	18.90
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	5.28	2.21	5.16	4.55	3.42	4.50	(0.73)	1.21	(0.66)	(12.79)
นักท่องเที่ยว	5.13	1.76	5.05	4.55	3.30	4.51	(0.58)	1.54	(0.54)	(10.69)
นักทัศนอาจร	5.97	2.66	5.62	4.54	3.58	4.45	(1.43)	0.92	(1.17)	(20.82)

* ที่มา: http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php

หมายเหตุ : ปี 2548 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายบางหมวดที่มีการปรับค่าอื่น ๆ ประกอบ เช่น ค่าที่พัก

ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

5. จังหวัดศรีสะเกษ

5.1 ที่ตั้ง การเข้าถึง ขนาดพื้นที่ และอาณาเขต

จังหวัดศรีสะเกษ ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่เหนือระดับน้ำทะเล 120 เมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 571 กิโลเมตร โดยทางรถไฟเป็นระยะทางประมาณ 515 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมด 8,839.976 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,524,987.50 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร และจังหวัดอุบลราชธานี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ราชอาณาจักรกัมพูชา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดอุบลราชธานี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดสุรินทร์

5.2 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดศรีสะเกษ ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มอยู่ทางตอนเหนือและตอนกลางของจังหวัด ส่วนทางตอนใต้จะเป็นที่ลาดชันและลูกคลื่นลอนตื้นสลับลาดชันพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดจะมีความลาดชัน จากทางตอนใต้ลงสู่แม่น้ำมูลทางตอนเหนือของจังหวัดสภาพดินร้อยละ 60 เป็นดินร่วนปนทรายที่มีการระบายน้ำดี มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำมีเพียงร้อยละ 4.5 ของพื้นที่จังหวัดเท่านั้น ที่มีระดับความอุดมสมบูรณ์ปานกลางถึงค่อนข้างสูง ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 35.5 เป็นดินภูเขาและเทือกเขาซึ่งทำการกรสิกรรมได้ เพียงบางส่วน มียอดเขาสูงที่สุดของจังหวัด คือ ยอดเขาพนมตาเมื่อน ในเขตอำเภอขุนหาญ 673 เมตร และมีแนวชายแดนติดกับประเทศราชอาณาจักรกัมพูชา รวม 127 กม. (อำเภอกันทรลักษ์ 76 กม อำเภอขุนหาญ 18 กม. และ อำเภอภูสิงห์ 33 กม.)

5.3 การปกครอง

จังหวัดศรีสะเกษ แบ่งการปกครองออกเป็น 20 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ (206 ตำบล 2,613 หมู่บ้าน) อำเภอเมืองศรีสะเกษ อำเภอยางชุมน้อย อำเภอกันทรารมย์ อำเภอกันทรลักษ์ อำเภอขุขันธ์ อำเภอไพรบึง อำเภอปรางค์กู่ อำเภอขุนหาญ อำเภอราษีไศล อำเภออุทุมพรพิสัย อำเภอบึงบูรพ์ อำเภอห้วยทับทัน อำเภอโนนคูณ อำเภอศรีรัตนะ อำเภอน้ำเกลี้ยง อำเภอวังหิน อำเภอภูสิงห์ อำเภอเมืองจันทร์ อำเภอเบญจลักษ์ อำเภอพยุห์ กิ่งอำเภอโพธิ์ศรีสุวรรณ กิ่งอำเภอศิลาลาด

การปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น

- องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง

- องค์การบริหารส่วนตำบล	204	แห่ง
- เทศบาลเมือง	1	แห่ง
- เทศบาลตำบล	13	แห่ง

5.4 จำนวนผู้เยี่ยมชม

จังหวัดศรีสะเกษ มีจำนวนผู้เยี่ยมชมในปี 2547 และ 2548 รวม 680,694 คน และ 681,798 คน ตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.16) โดยเป็นนักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยว รายได้จาก การท่องเที่ยวในปี 2547 และปี 2548 รวม 818.78 ล้านบาท และ 823.02 ล้านบาทตามลำดับ (เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.52) ผู้เยี่ยมชมทั้งปี 2547 และ 2548 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง และมีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ย 3 วัน รายละเอียดดังตารางที่ ข.5

ตารางที่ ข.5 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดศรีสะเกษ ปี 2547 และ 2548

รายการข้อมูล	2547*			2548*			เพิ่ม (ลด)			
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ร้อยละ
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน	677,477	3,217	680,694	674,653	7,145	681,798	(2,824)	3,928	1,104	0.16
นักท่องเที่ยว	412,476	674	413,150	391,476	3,409	394,885	(21,000)	2,735	(18,265)	(4.42)
นักทัศนาจร	265,001	2,543	267,544	283,177	3,736	286,913	18,176	1,193	19,369	7.24
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	677,477	3,217	680,694	674,653	7,145	681,798	(2,824)	3,928	1,104	0.16
เครื่องบิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รถไฟ	235,683	93	235,776	146,673	986	147,659	(89,010)	893	(88,117)	(37.37)
รถโดยสารประจำทาง	46,747	101	46,848	129,854	1,593	131,447	83,107	1,492	84,599	180.58
รถส่วนตัว	395,047	3,023	398,070	398,126	4,566	402,692	3,079	1,543	4,622	1.16
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	412,476	674	413,150	391,476	3,409	394,885	(21,000)	2,735	(18,265)	(4.42)
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	125,946	670	126,616	114,921	3,099	118,020	(11,025)	2,429	(8,596)	(6.79)
บ้านญาติ/เพื่อน	277,741	4	277,745	268,779	236	269,015	(8,962)	232	(8,730)	(3.14)
ที่พักในอุทยานฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บ้านรับรองฯ	8,119	-	8,119	2,125	-	2,125	(5,994)	-	(5,994)	(73.83)
อื่น ๆ	670	-	670	5,651	74	5,725	4,981	74	5,055	754.48
ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	3.02	1.15	3.02	2.81	2.08	2.80	(0.21)	0.93	(0.22)	(7.28)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	528.18	789.96	529.42	588.42	839.56	590.38	60.24	49.60	60.96	11.51
นักท่องเที่ยว	550.07	877.30	549.72	611.27	920.88	614.04	61.20	43.58	64.32	11.70
นักทัศนาจร	494.11	766.81	496.70	499.73	685.23	502.14	5.62	(81.58)	5.44	1.10
รายได้(ล้านบาท)	816.15	2.63	818.78	813.93	9.09	823.02	(2.22)	6.46	4.24	0.52
นักท่องเที่ยว	685.21	0.68	685.89	672.42	6.53	678.95	(12.79)	5.85	(6.94)	(1.01)
นักทัศนาจร	130.94	1.95	132.89	141.51	2.56	144.07	10.57	0.61	11.18	8.41
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	3.52	1.34	3.51	4.39	1.90	4.36	0.87	0.56	0.85	24.22
นักท่องเที่ยว	4.63	1.86	4.63	4.79	1.99	4.77	0.16	0.13	0.14	3.02
นักทัศนาจร	1.80	1.21	1.80	3.84	1.82	3.81	2.04	0.61	2.01	111.67

* ที่มา: http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php

หมายเหตุ : ปี 2548 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายหมวดที่การปรับค่าอื่น ๆ ประกอบ เช่น ค่าที่พัก

ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

6. จังหวัดชัยภูมิ

6.1 ที่ตั้ง การเข้าถึง ขนาดพื้นที่ และอาณาเขต

จังหวัดชัยภูมิ ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริเวณใจกลางของประเทศ ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 332 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 12,778.3 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7,986,429 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 7.6 ของพื้นที่ทั้งหมดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 2.5 ของพื้นที่ทั้งประเทศ มีเนื้อที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และใหญ่เป็นอันดับ 7 ของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดขอนแก่น
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดนครราชสีมา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดนครราชสีมา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดลพบุรี

6.2 ลักษณะภูมิประเทศ

บริเวณตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบ มีพื้นที่ป่าไม้และเทือกเขาตั้งเรียงรายจากทิศตะวันออกเฉียงสู่อีสาน ประกอบด้วยเทือกเขาสำคัญ ได้แก่ ภูผา ภูแลนคา และภูพังเหย ทำให้พื้นที่จังหวัดถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย อำเภอต่าง ๆ ดังนี้ ส่วนเหนือ ประกอบด้วยหนองบัวแดง แก้งคร้อ บ้านแท่น เกษตรสมบูรณ์ ภูเขียว คอนสาร และภักดีชุมพล และส่วนใต้ประกอบด้วย เมืองชัยภูมิ บ้านเขว้า จตุรัส บำเหน็จณรงค์ หนองบัวระเหว เทพสถิต คอนสวรรค์ เนินสง่า และกิ่งอำเภอซับใหญ่

6.3 การปกครอง

จังหวัดชัยภูมิ แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 15 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ (124 ตำบล 1,393 หมู่บ้าน) อำเภอเมืองชัยภูมิ อำเภอบ้านเขว้า อำเภอคอนสวรรค์ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ อำเภอหนองบัวแดง อำเภอจตุรัส อำเภอบำเหน็จณรงค์ อำเภอหนองบัวระเหว อำเภอเทพสถิต อำเภอภูเขียว อำเภอบ้านแท่น อำเภอแก้งคร้อ อำเภอคอนสาร อำเภอภักดีชุมพล อำเภอเนินสง่า และกิ่งอำเภอซับใหญ่

การปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งออกเป็น

- องค์การบริหารส่วนจังหวัด	1	แห่ง
- องค์การบริหารส่วนตำบล	119	แห่ง
- เทศบาลเมือง	1	แห่ง
- เทศบาลตำบล	19	แห่ง

6.4 จำนวนผู้เยี่ยมเยือน

จังหวัดชัยภูมิ มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในปี 2547 และ 2548 รวม 731,711 คน และ 945,164 คน ตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.17) โดยเป็นนักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2547 และปี 2548 รวม 563.15 ล้านบาท และ 768.96 ล้านบาทตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.55) ผู้เยี่ยมเยือนทั้งปี 2547 และ 2548 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง และมีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ย 3 วัน รายละเอียดดังตารางที่ ข.6

ตารางที่ ข.6 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดชัยภูมิ ปี 2547 และ 2548

รายการข้อมูล	2547*			2548*			เพิ่ม (ลด)			
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ร้อยละ
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	730,599	1,112	731,711	942,374	2,790	945,164	211,775	1,678	213,453	29.17
นักท่องเที่ยว	323,425	1,037	324,462	451,417	1,503	452,920	127,992	466	128,458	39.59
นักทัศนาจร	407,174	75	407,249	490,957	1,287	492,244	83,783	1,212	84,995	20.87
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	730,599	1,112	731,711	942,374	2,790	945,164	211,775	1,678	213,453	29.17
เครื่องบิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รถไฟ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รถโดยสารประจำทาง	59,633	58	59,691	367,857	1,121	368,978	308,224	1,063	309,287	518.15
รถส่วนตัว	670,966	1,054	672,020	574,517	1,669	576,186	(96,449)	615	(95,834)	(14.26)
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	323,425	1,037	324,462	451,417	1,503	452,920	127,992	466	128,458	39.59
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	99,787	1,037	100,824	168,397	1,026	169,423	68,610	(11)	68,599	68.04
บ้านญาติ/เพื่อน	98,421	-	98,421	246,777	242	247,019	148,356	242	148,598	150.98
ที่พักในอุทยานฯ	116,410	-	116,410	17,110	235	17,345	(99,300)	235	(99,065)	(85.10)
บ้านรับรองฯ	2,677	-	2,677	9,228	-	9,228	6,551	-	6,551	244.71
อื่น ๆ	6,130	-	6,130	9,905	-	9,905	3,775	-	3,775	61.58
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	3.56	1.14	3.55	3.13	1.30	3.12	(0.43)	0.16	(0.43)	(12.11)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	326.03	882.07	326.87	402.70	691.13	403.20	76.67	(190.94)	76.33	23.35
นักท่องเที่ยว	391.13	930.49	391.94	433.10	900.71	434.29	41.97	(29.78)	42.35	10.81
นักทัศนาจร	274.32	212.67	274.31	315.26	372.96	315.41	40.94	160.29	41.10	14.98
รายได้(ล้านบาท)	562.04	1.11	563.15	766.72	2.24	768.96	204.68	1.13	205.81	36.55
นักท่องเที่ยว	450.35	1.10	451.45	611.94	1.76	613.70	161.59	0.66	162.25	35.94
นักทัศนาจร	111.69	0.01	111.70	154.78	0.48	155.26	43.09	0.47	43.56	39.00
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	4.58	1.10	4.57	3.77	3.28	3.76	(0.81)	2.18	(0.81)	(17.72)
นักท่องเที่ยว	6.74	1.10	6.73	4.11	3.76	4.11	(2.63)	2.66	(2.62)	(38.93)
นักทัศนาจร	2.86	1.00	2.86	3.45	2.73	3.44	0.59	1.73	0.58	20.28

* ที่มา: http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php

หมายเหตุ : ปี 2548 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายหมวดที่การปรับค่าอื่น ๆ ประกอบ เช่น ค่าที่พัก

ปรับตามอัตราแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราแลกเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

ภาคผนวก ซ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์
และศักยภาพในการพัฒนา

ตารางที่ ข.1 ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ และศักยภาพในการพัฒนา

ผลิตภัณฑการท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของเขตเศรษฐกิจ	ศักยภาพของผลิตภัณฑ			ความพร้อมของผลิตภัณฑ												ศักยภาพในการพัฒนา						
				ศักยภาพของผลิตภัณฑ			ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด			ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ			
	ตำบล	อำเภอ		ดี	ปานกลาง	ด้อย	ดี	ปานกลาง	ด้อย	ดี	ปานกลาง	ด้อย	ดี	ปานกลาง	ด้อย	ดี	ปานกลาง	ด้อย	ดี	ปานกลาง	ด้อย	ดี	ปานกลาง	ด้อย	
เขาดอยเจดีย์	บึงปรือ/หนองแวง	กิ่ง อ. เทพารักษ์	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
ป่าจาม	โนนสำราญ	แก่งสนามนาง	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
น้ำตกวังเต่า	โคกกระชาย	ครบุรี	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
ลำตะกุดทองกลาง	ทองหลาง	จักราช	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
ลำห้วยฉวมก	จักราช	จักราช	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
น้ำตกเขาแม่สี	ชนงพระ	ปากช่อง	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
น้ำตกมะนาวยักษ์	โป่งตาลอง	ปากช่อง	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
น้ำตกห้วยโกรกเด็	โป่งตาลอง	ปากช่อง	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
น้ำตกเหวนรก	หมูสี	ปากช่อง	1.1		/		/		/		/			/		/		/		/		/		/	
น้ำตกเหวสุวัต	หมูสี	ปากช่อง	1.1		/		/		/		/			/		/		/		/		/		/	
เขาแผงม้า	วังน้ำเขียว	วังน้ำเขียว	1.1		/		/		/		/			/		/		/		/		/		/	
จุดชมวิวเขาสลักได	ไทยสามัคคี	วังน้ำเขียว	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
ผาชมตะวัน	ไทยสามัคคี	วังน้ำเขียว	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
มูลหลง มูลสามง่าม	ไทยสามัคคี	วังน้ำเขียว	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
ผาจุฬา	ดอนเมือง	สีคิ้ว	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
น้ำตกวะภูแก้ว	มะเกลือใหม่	สูงเนิน	1.1	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
หาดจอมทอง	จระเข้หิน	ครบุรี	1.2	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
สวนไทยศิลป์ (หาดทรายน้ำจืด)	ดงใหญ่	พิมาย	1.2	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
หาดชมตะวัน	บ้านจารย์	เสิงสาง	1.2	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	
แก่งวังกะทะ (บ้านดั่งชัน)	จระเข้หิน	ครบุรี	1.3	/			/		/		/			/		/		/		/		/		/	

ตารางที่ ๑.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์		ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา								
				ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์		จุด	งบประมาณ	สูง				
	จุด	ปานกลาง		สูง	จุด	ปานกลาง	สูง	จุด	ปานกลาง	สูง	จุด	ปานกลาง	สูง	ระดับ	ระดับสูง	จุด	ปานกลาง	สูง								
แก่งหินวังเสถียร		เสิงสาง	1.3	/		/		/		/		/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำพุธรรมชาติ บ้านท่าช้างเหนือ	หมู่สี่	ปากช่อง	1.4	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
สวนสัตว์นครราชสีมา	สุรนารี	เมืองนครราชสีมา	1.5		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ป่าชุมชนข้างตึกตาย	วังยาวทอง	กิ่ง อ. เทพารักษ์	1.6	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
โครงการเฉลิมพระเกียรติ	ท่าช้าง	เฉลิมพระเกียรติ	1.6	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
โครงการขามขุนร่ม	ประดูช	ชุมพวง	1.6	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
โครงการอนุรักษ์เขาต่ำแย	บ่อปลาทอง	ปักธงชัย	1.6	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	โป่งตาลอง	ปากช่อง	1.6		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	/
โครงการ	ในเมือง	พิมาย	1.6		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	/
สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกกราช	อุดมทรัพย์	วังน้ำเขียว	1.6		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	/
อุทยานแห่งชาติทับลาน ทล. ที่ 13 (สวนห้อม)	วังน้ำเขียว	วังน้ำเขียว	1.6		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	/
หาดเนรมิต	โนนเต็ง	คง	1.7	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
อ่างเก็บน้ำลำปราสาทใหญ่	ห้วยบง	ด่านขุนทด	1.7	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
ละหานลูกนก	บ้านเหลื่อม	บ้านเหลื่อม	1.7	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
เขื่อนลำพระเพลิง	ตะขบ	ปักธงชัย	1.7	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
อ่างเก็บน้ำลำพระเพลิง	วังหมี	วังน้ำเขียว	1.7	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
เขื่อนลำนางรอง	ลาดบัวขาว	สีคิ้ว	1.7	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
วัดโสนนันทาราม	โนนอุดม	กิ่ง อ. เมืองยาง	2.1	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
วัดเมื่อนาถ	เมื่อนาถ	ขามสะแกแสง	2.1	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
วัดครบุรี (วัดหลวงปู่สี)	ครบุรีใต้	ครบุรี	2.1	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/

ตารางที่ ๑.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของแหล่ง	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์		ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา						
				ภาพรวม		สภาพการเข้าถึง		สิ่งอำนวยความสะดวก		สภาพสิ่งแวดล้อม		ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์		บูต	งบประมาณ	งบ						
	บูต	งบประมาณ		งบ	บูต	งบประมาณ	งบ	บูต	งบประมาณ	งบ	บูต	งบประมาณ	งบ	บูต	งบประมาณ				งบ					
วัดบ้านไร่	กุศพิมาณ	ด่านขุนทด	2.1		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดป่าหลักร้อย	โนนไทย	โนนไทย	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดหน้าพระธาตุ	ตะคุ	ปักธงชัย	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดเทพพิทักษ์ปุณณาราม	กลางดง	ปากช่อง	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดป่าสาลະวัน	ในเมือง	เมือง	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดพ่ายัพ	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดศาลาทอง	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดศาลาลอย	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดวะภูแก้ว	มะเกลือใหม่	สูงเนิน	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
วัดเสิงสาง	เสิงสาง	เสิงสาง	2.1	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
โบสถ์ไม้วัดเจริญพรต	มาบกราด	กิ่ง อ. พระทองคำ	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
บ่อไก่แก้ว (บ่อศิลาแลงโบราณ)	สีดา	กิ่ง อ. สีดา	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
ปรางค์สีดา	สีดา	กิ่ง อ. สีดา	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
ปรางค์บ้านปรางค์	บ้านปรางค์	คง	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
ถ้ำวัวแดง	เฉลิมโชค	ครบุรี	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
ปรางค์พะโค	กระโทก	โชคชัย	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
ปรางค์สระเพลง (พระปรางค์ศรีโสภณ)	โชคชัย	โชคชัย	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
โบราณสถานวัดปรางค์ บ้านพุดชา	พลสงคราม	โนนสูง	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
ปรางค์คู	ดอนตะหนัก	บัวใหญ่	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/
ปราสาทหินนางรำ	นางรำ	ประทาย	2.2	/			/		/		/		/	/	/	/	/			/		/		/

ตารางที่ ๑.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา						
				ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์				
	ต่ำ	ปานกลาง					สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
ปราสาทบ้านปรวงค์	นอกออก	ปักธงชัย	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
มอหลักหิน	กลางดง	ปากช่อง	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์	สัมฤทธิ์	พิมาย	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย (ปราสาทหินพิมาย)	ในเมือง	พิมาย	2.2		/		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ประตูปฐมพล	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	2.2		/		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ปราสาทหินพนมวัน	บ้านโพธิ์	เมืองนครราชสีมา	2.2		/		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ภาพเขียนสีโบราณ วัดเขาจันทร์งาม	ลาดบัวขาว	สีคิ้ว	2.2		/		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
หลักศิลาจารึก ร. 5 ที่มอดินแดง (ที่ประทับสร้างทางรถไฟ ร.5)	สีคิ้ว	สีคิ้ว	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
แหล่งหินตัด	มิตรภาพ	สีคิ้ว	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ธรรมจักรศิลา	เสมา	สูงเนิน	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ปราสาทโนนนกู่ (ปรางค์กู่)	โคราข	สูงเนิน	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ปราสาทเมืองเก่า (ปรางค์เมืองเก่า)	โคราข	สูงเนิน	2.2		/		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ปราสาทเมืองแขก (ปรางค์แขก)	โคราข	สูงเนิน	2.2		/		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
พระพุทธรูปไสยาสน์ หรือพระนอนหินทราย	เสมา	สูงเนิน	2.2		/		/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ปราสาทบ้านถนนหัก	บ้านใหม่	หนองบุญมาก	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
คูศิลา	ห้วยประตู	ห้วยแถลง	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
คูเมืองโบราณบ้านเมืองพลับพลา	เมืองพลับพลา	ห้วยแถลง	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ปรางค์บ้านปรางค์	หินดาด	ห้วยแถลง	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
ปราสาทหินห้วยตะเคียน	ห้วยตะเคียน	ห้วยแถลง	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	
เมืองถ้ำจัน	จิ้ว	ห้วยแถลง	2.2	/			/		/		/		/		/	/	/	/	/			/		/	

ตารางที่ ๑.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์															ศักยภาพในการพัฒนา				
				ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์					
	ต่ำ	ปานกลาง					สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง
งานปากช่องควาย	ปากช่อง	ปากช่อง	3.1	/			/			/		/		/		/	/		/				/		/	
การแสดงแสงเสียงขนาดเล็กพิมาย	ในเมือง	พิมาย	3.1			/		/		/		/		/		/	/		/			/		/		/
งานเทศกาลเที่ยวพิมาย	ในเมือง	พิมาย	3.1		/			/		/		/		/		/	/		/			/		/		/
งานฉลองวันแห่งชัยชนะท้าวสุรนารี	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	3.1			/		/		/		/		/		/	/		/			/		/		/
งานประเพณีสงกรานต์โคราช	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	3.1	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
งานแห่เทียนพรรษาจังหวัดนครราชสีมา	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	3.1	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
งานประเพณีกินข้าวค้ำของดีเมืองสูงเนิน	โคราช	สูงเนิน	3.1		/		/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
ศิลปะและวัฒนธรรม บ้านกระเบื้องนอก	กระเบื้องนอก	กิ่ง อ. เมืองยาง	3.2	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
หมู่บ้านเกษตรทฤษฎีใหม่	สีสุก	แก่งสนามนาง	3.2	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
พี. เอส. ฟาร์มสเตย์	ครบุรี	ครบุรี	3.2	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
โฮมสเตย์บ้านมาบกราด	โคกกระชาย	ครบุรี	3.2	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
โฮมสเตย์บ้านปราสาท	ธาปราสาท	โนนสูง	3.2	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
ศูนย์วัฒนธรรมนครราชสีมา	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	3.3	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
สวนน้ำเฉลิมพระเกียรติ (บึงตาวลั้ว)	หนองไผ่ล้อม	เมืองนครราชสีมา	3.4	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
สวนท้าวสุรนารี	ลาดบัวขาว	สีคิ้ว	3.4	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
กลุ่มหลังหินทรายบ้านหนองโสน	ท่าอ่าง	โชคชัย	3.5	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
ประติมากรรมทองเหลืองบ้านบึง	โชคชัย	โชคชัย	3.5	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
ศูนย์ศิลปาชีพโทรทงเทพนิมิต	ท่าอ่าง	โชคชัย	3.5	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/
หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน	ด่านเกวียน	โชคชัย	3.5			/		/		/		/		/		/	/		/			/		/		/
แหล่งปั้นโอ่งน้ำกุดม่วง	ตะเคียน	ด่านขุนทด	3.5	/			/		/		/		/		/	/	/		/			/		/		/

ตารางที่ ๑.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์															ศักยภาพในการพัฒนา					
				ดี	ปานกลาง	สูง	ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์						
	ดี	ปานกลาง					สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง		
แหล่งปลูกพริก - งานพริกบ้านขาม	ขามสะแกแสง	ขามสะแกแสง	3.6	/			/			/	/				/	/	/		/			/			/		
สวนสมุนไพรเพชร	หินโคน	จักราช	3.6	/			/			/	/				/	/	/		/			/			/		
สวนมะนาวด่านเกวียน	ด่านเกวียน	โชคชัย	3.6	/			/			/	/				/	/	/		/			/			/		
ฟาร์มโชคชัย	หนองน้ำแดง	ปากช่อง	3.6			/			/	/				/		/	/				/			/		/	
ศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ (ไร่สุวรรณ)	กลางดง	ปากช่อง	3.6		/				/	/				/		/	/				/			/		/	
วิลเลจฟาร์มแอนดีไวน์เนอร์รี่	ไทยสามัคคี	วังน้ำเขียว	3.6	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
ตลาดผลไม้กลางดง	กลางดง	ปากช่อง	3.7	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
โคราชไนท์บาซาร์	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	3.7	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
เซฟวัน (แหล่งซื้อของ)	ในเมือง	เมืองนครราชสีมา	3.7	/			/			/	/			/	/	/	/				/			/		/	
ตลาดกลางไม้ดอกไม้ประดับโคกกรวด	โคกกรวด	เมืองนครราชสีมา	3.7	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
ไร่ทองสมบูรณ์ คลับ	ปากช่อง	ปากช่อง	3.8	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
อิมซูริสอร์ท	วังน้ำเขียว	วังน้ำเขียว	3.8	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
สวนเมืองพร	ลาดบัวขาว	สีคิ้ว	3.8	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
ศูนย์การเรียนรู้เฉลิมพระเกียรติ ร. 9	หนองไผ่ล้อม	เมืองนครราชสีมา	3.9	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
ห้องไทยศึกษาทัศน์	สุรนารี	เมืองนครราชสีมา	3.9	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
อุทยานผีเสื้อเฉลิมพระเกียรติ	สุรนารี	เมืองนครราชสีมา	3.9	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
ศูนย์บริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าเขาภูหลวง	ระเริง	วังน้ำเขียว	3.9		/		/			/	/			/		/	/				/			/		/	
ศูนย์สารสนเทศศิลปวัฒนธรรม หรือสวนน้ำชาติ	ลาดบัวขาว	สีคิ้ว	3.9	/			/			/	/			/		/	/				/			/		/	
รวม			108	21	9	6	89	43	3	52	83	48	48	42	2	24	112	138	0	82	42	14	5	124	9		

ตารางที่ ซ.2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของสถานที่	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์										ศักยภาพในการพัฒนา							
				ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ภาพรวม		สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม					ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์		
	ตำบล	อำเภอ		ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง
ถ้ำเปิดทอง	โคกมะม่วง	ปะคำ	1.1	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
หาดปากคาด	สระบัว	กึ่ง. แคนดง	1.2	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
หินหลุม	ลำโรงใหม่	ละหานทราย	1.2	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่	ลำนางรอง	โนนดินแดง	1.5		/			/		/				/	/		/			/			/	/
สวนนก (อ่างเก็บน้ำสนามบิน)	ประโคนชัย	ประโคนชัย	1.5	/				/		/				/	/		/			/			/	
โทรงาม	ห้วยหิน	หนองหงส์	1.6	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
ป่าหนองลุมพุก	ลุมพุก	เมืองบุรีรัมย์	1.6	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
ฝั่งร้อยรั้ง	บึงเจริญ	บ้านกรวด	1.6	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
วนอุทยานเขากระโดง	เสม็ด	เมืองบุรีรัมย์	1.6		/			/		/				/	/		/			/			/	
เขื่อนคลองตะนาว	โนนดินแดง	โนนดินแดง	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
เขื่อนยางบ้านเขว้า	ปะเคียบ	คูเมือง	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
เขื่อนลำจังหัน	หนองแวง	ละหานทราย	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
เขื่อนลำนางรอง	โนนดินแดง	โนนดินแดง	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
เขื่อนลำปะเทีย	หนองแวง	ละหานทราย	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
เขื่อนห้วยตาเขียว	บึงเจริญ	บ้านกรวด	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
เขื่อนห้วยยาง	ดอนอระวาง	หนองกี่	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
อ่างเก็บน้ำกระโดง	เสม็ด	เมืองบุรีรัมย์	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม	ถนนหัก	นางรอง	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
อ่างเก็บน้ำเมฆา	บึงเจริญ	บ้านกรวด	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
อ่างเก็บน้ำหนองโสน	โคกม้า	ประโคนชัย	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	
อ่างเก็บน้ำห้วยขี้หนู	ลำปลายมาศ	ลำปลายมาศ	1.7	/		/		/		/				/	/		/			/			/	

ตารางที่ ซ.2 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา					
				ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์						
	ตำบล	อำเภอ		ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก	บ้านบัว	เมืองบุรีรัมย์	1.7	/		/			/			/			/	/		/				/		
อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด	สะแกชำ	เมืองบุรีรัมย์	1.7	/		/			/			/			/	/		/				/		
อ่างเก็บน้ำห้วยเสลา	หนองบอน	ประโคนชัย	1.7	/		/			/			/			/	/		/				/		
กุดชิ่น	สะแก	สตึก	1.8	/		/			/			/			/	/		/				/		
กุดทะเลสวน	สระบัว	กึ่ง. แคนดง	1.8	/		/			/			/			/	/		/				/		
กุดน้ำใส	สตึก	สตึก	1.8	/		/			/			/			/	/		/				/		
ละลุ	ลำนางรอง	โนนดินแดง	1.8	/		/			/			/			/	/		/				/		
ละเลิงร้อยรู	ลำนางรอง	โนนดินแดง	1.8	/		/			/			/			/	/		/				/		
วัดเขาอังคาร	เจริญสุข	เฉลิมพระเกียรติ	2.1	/		/			/			/			/	/		/				/		
วัดป่าเขากระเจียว	โนนดินแดง	โนนดินแดง	2.1	/		/			/			/			/	/		/				/		
วัดระหาร	บ้านด่าน	กิ่งอำเภอบ้านด่าน	2.1	/		/			/			/			/	/		/				/		
เตาเผาโบราณ (เตาเผาตาเจียน)	หินลาด	บ้านกรวด	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
เตาเผาสวาย	โนนเจริญ	บ้านกรวด	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปรางค์กู่ฤๅษี	หนองเยื้อง	บ้านใหม่ไชยพจน์	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปรางค์กู่สวนแตง	หนองแวง	บ้านใหม่ไชยพจน์	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปราสาทกระจันโพรง	หนองปล่อง	ชำนิ	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปราสาทเขากระเจียว	ลำนางรอง	โนนดินแดง	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปราสาทโคกสนวน	โคกสนวน	ชำนิ	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปราสาทดงพลอง	ดงพลอง	กึ่ง. แคนดง	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปราสาทตาต้า	ไทยเจริญ	ปะคำ	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		
ปราสาททมอ	หินลาด	บ้านกรวด	2.2	/		/			/			/			/	/		/				/		

ตารางที่ ๒.2 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์		ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา							
				ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด					ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์				
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
ปราสาทบ้านโคกปราสาท	จันทุม	พลับพลาชัย	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทบ้านร่อนทอง	ร่อนทอง	สตึก	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทบ้านใหม่ไทยเจริญ	ไทยเจริญ	ปะคำ	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทใบแบก	จันทบเพชร	บ้านกรวด	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทวัดโคกจิว	ปะคำ	ปะคำ	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทหนองปล่องหรือปราสาทหนองตาเปล่ง	ช่อผกา	ชำนิ	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทหนองหงส์	โนนดินแดง	โนนดินแดง	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทหินเมืองต่ำ	จรเข้มาก	ประโคนชัย	2.2		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
พระธาตุเจดีย์ศรีทะเลเม่นชัย	ทะเลเม่นชัย	ลำปลายมาศ	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ลานหินตัด	ปราสาท	บ้านกรวด	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
แหล่งวัดอุโบสถวัดป่าพระสบาย	บึงเจริญ	บ้านกรวด	2.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	ตาเป๊ก	เฉลิมพระเกียรติ	2.2		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
พิพิธภัณฑ์เมืองฝ้าย	เมืองฝ้าย	หนองหงส์	2.4	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
พิพิธภัณฑ์หลวงปู่ศุข	ละหานทราย	ละหานทราย	2.4		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์	มะเพ็ญ	พุทไธสง	2.5		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
อนุสาวรีย์เราสู้	โนนดินแดง	โนนดินแดง	2.6	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
งานดอกฝ้ายคำบานที่พนมรุ้ง	ตาเป๊ก	เฉลิมพระเกียรติ	3.1	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง	ตาเป๊ก	เฉลิมพระเกียรติ	3.1		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
งานประเพณีแข่งเรือยาวบุรีรัมย์	นิคม	สตึก	3.1	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
งานประเพณีแคนโดนตา	ดงพลอง	กึ่ง, แคนดง	3.1	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
กลุ่มอนุรักษ์ควายไทย	จันทุม	พลับพลาชัย	3.2	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	

ตารางที่ ๒.2 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประสิทธิผลของ ผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของ ผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์										ศักยภาพ ในการพัฒนา							
				ภาพรวม			สภาพ การเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพ สิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด				ความมีชื่อเสียง ของผลิตภัณฑ์				
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
บ้านสินพัฒนา (หมู่บ้านแกะสลักหินทราย - โฮมสเตย์)	ไทยเจริญ	ปะคำ	3.2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ศูนย์การเรียนรู้ เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชน	คงพลอง	กิ่ง. แคนดง	3.2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานลำปลายมาศ	โคกล่าม	ลำปลายมาศ	3.2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ศูนย์พัฒนาอาชีพไต่ตะไคร้	โคกล่าม	ลำปลายมาศ	3.2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ศูนย์ภูมิปัญญาชาวบ้าน	หัวฝาย	กิ่ง อ. แคนดง	3.3	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้	อีสาน	เมืองบุรีรัมย์	3.3	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
แกรนด์แคนยอนบุรีรัมย์	ละาด	ชำนิ	3.4	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
สวนเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา	อีสาน	เมืองบุรีรัมย์	3.4	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
สวนรมณ์บุรี	เทศบาลเมือง	เมืองบุรีรัมย์	3.4	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน	หัวฝาย	กิ่ง. แคนดง	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
กลุ่มพัฒนาฝีมือ	สระบัว	กิ่ง. แคนดง	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านดอนสมบูรณ์ (OTOP)	ดงอีจาน	โนนสุวรรณ	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองตาเยว่ (ทอผ้า)	หนองแวง	ละหานทราย	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
กลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิตบ้านหนองกรวด	หนองตะครอง	ละหานทราย	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
แกะสลักหินทราย	เสม็ด	เมืองบุรีรัมย์	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ศูนย์หัตถกรรมผ้าตุ้มทอง	นาโพธิ์	นาโพธิ์	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์	นาโพธิ์	นาโพธิ์	3.5	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ฟาร์มโคนม บ้านโคกเจริญ	โนนสุวรรณ	โนนสุวรรณ	3.6	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ไร่กิ่งทอง	ปราสาท	บ้านกรวด	3.6	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
สวนผลไม้ หลากชนิด	โนนสุวรรณ	โนนสุวรรณ	3.6	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ ซ.2 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		หน่วยวัดของคะแนน	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์															ศักยภาพในการพัฒนา				
				ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์					
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร	ตาบึง	เฉลิมพระเกียรติ	3.6	/				/			/			/		/	/		/			/			/	
แพนโนบ่อหลวง	หายโตก	พุทไธสง	3.7	/				/			/			/		/	/		/			/			/	
รวม				72	9	4	9	58	18	3	52	30	45	23	17		9	71	85		52	31	2	9	72	4

ตารางที่ ซ.3 ผลិតภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประวัติดั้งเดิมของประเภท	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์										ศักยภาพในการพัฒนา									
				ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก		สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์									
	ตำบล	อำเภอ		ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง	ดี	ปานกลาง	สูง					
น้ำตกกรุงครุลา	จรัส	บัวเชด	1.1	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
น้ำตกไตรคีรี	จรัส	บัวเชด	1.1		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
น้ำตกสวน้อย	จรัส	บัวเชด	1.1	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
น้ำตกโอทะลัน	จรัส	บัวเชด	1.1	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ท่าหาดยาว	ทับใหญ่	รัตนบุรี	1.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน - ห้วยสำราญ	ตะเคียน	กาบเชิง สังขะ บัวเชด	1.5	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้ป่าสนสองใบ	ทับทัน	สังขะ	1.6	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
วนอุทยานป่าสนหนองคู	ทับทัน	สังขะ	1.6		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
วนอุทยานพนมสวาย	นาบัว	เมืองสุรินทร์	1.6	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ฝายเก็บน้ำบ้านป่าเว	เกาะแก้ว	ลำโรงทับ	1.7	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
อ่างเก็บน้ำบ้านกะเลา	หมื่นศรี	ลำโรงทับ	1.7	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส	จรัส	บัวเชด	1.7	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	เจนีง	เมืองสุรินทร์	1.7		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
หนองสนม	สนม	สนม	1.8	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
วัดเขาศาลา	จรัส	บัวเชด	2.1		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
วัดเพชรบุรี (หลวงปู่หงส์)	สมุด	ปราสาท	2.1		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
วัดภูดิน	ท่าตูม	ท่าตูม	2.1	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทจอมพระ	จอมพระ	จอมพระ	2.2		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทตระเปียงเตีย	ตระเปียงเตีย	ลำดวน	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทตาเมือน	ตาเมียง	พนมดงรัก	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทตาเมือนโต้ง	ตาเมียง	พนมดงรัก	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	

ตารางที่ ๓.3 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์															ศักยภาพในการพัฒนา							
				สภาพของผลิตภัณฑ์			ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สิ่งแวดลอม						ข้อจำกัด			ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์	
	ตำบล	อำเภอ		ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ระดับ	ระดับ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
ปราสาทตาเมือนธม	ตาเมียง	พนมดงรัก	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทบ้านช่วงปี	ช่วงปี	ศรีขรภูมิ	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทบ้านชุมดิน	หนองหลวง	โนนนารายณ์	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทบ้านปราสาท	ไหล	ปราสาท	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทบ้านไหล	เชื้อเพลิง	ปราสาท	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทป่าเว	เกาะแก้ว	ลำโรงทาบ	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทภูมิโปน	ดม	สังขะ	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทเมืองที	เมืองที	เมืองสุรินทร์	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทยายเงา	บ้านขบ	สังขะ	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทศรีขรภูมิ	ระแงง	ศรีขรภูมิ	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทสังขะศิลป์หรือปราสาทบ้านจารย์	บ้านจารย์	สังขะ	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทหมื่นชัย	กระเทียม	สังขะ	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ปราสาทหินบ้านพลวง	บ้านพลวง	ปราสาท	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
พระธาตุ	ธาตุ	รัตนบุรี	2.2	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
ศาลหลักเมืองสุรินทร์	ในเมือง	เมืองสุรินทร์	2.5	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
หลวงพ่อพระศรีวิบุรพาราม	ในเมือง	เมืองสุรินทร์	2.5	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง	ในเมือง	เมืองสุรินทร์	2.7	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
งานเทศกาลปลาไหลข้าวใหม่หอมมะลิ ประจำปี	ชุมพลบุรี	ชุมพลบุรี	3.1	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
งานมหรหรรษ์ข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ และมหรหรรษ์ผ้าไหมสุรินทร์	ในเมือง	เมืองสุรินทร์	3.1	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
งานสมโภชน์เจ้าพ่อศรีนครเตาหัวเรือ	รัตนบุรี	รัตนบุรี	3.1	/			/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	
งานแสดงช้างสุรินทร์	ในเมือง	เมืองสุรินทร์	3.1		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/	/

ตารางที่ ๓.3 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์															คุณภาพในการพัฒนา								
				สภาพภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สิ่งแวดลอม			ข้อจำกัด						ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์					
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง		
ประเพณีแข่งเรือยาว	ท่าคูม	ท่าคูม	3.1			/			/			/			/			/			/			/			/
ประเพณีทำบุญร่วมมิตร	ณรงค์	ศรีณรงค์ (กิ่ง)	3.1	/				/			/			/			/		/				/			/	
ประเพณีบวชนาคช้าง	กระโพ	ท่าคูม	3.1			/			/			/			/			/			/			/			/
ประเพณีบุญบั้งไฟศรีนครเตาทำเธอ	รัตนบุรี	รัตนบุรี	3.1		/			/			/			/			/		/			/			/		/
ประเพณีบุญลอยกระทง	รัตนบุรี	รัตนบุรี	3.1	/				/			/			/			/		/			/			/		/
ฝ่ายเก็บน้ำบ้านเกาะแก้ว	เกาะแก้ว	ลำโรงทาบ	3.1	/				/			/			/			/		/			/			/		/
หมู่บ้านช้าง	กระโพ	ท่าคูม	3.2			/			/			/			/			/			/			/			/
ศูนย์ศิลปาชีพอีสานใต้	นอกเมือง	เมืองสุรินทร์	3.5	/				/			/			/			/		/			/			/		/
หมู่บ้านจักสานบุทม	เมืองที	เมืองสุรินทร์	3.5		/			/			/			/			/		/			/			/		/
หมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสว่าง	ท่าสว่าง	เมืองสุรินทร์	3.5			/			/			/			/			/			/			/			/
หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านจันรมย์	ตาช้อง	เมืองสุรินทร์	3.5	/				/			/			/			/		/			/			/		/
หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านดงมัน	คอโค	เมืองสุรินทร์	3.5		/			/			/			/			/		/			/			/		/
หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์	เขวาสินรินทร์	เขวาสินรินทร์	3.5		/			/			/			/			/		/			/			/		/
ลุงทวนสวนปาล์ม	ลำดวน	ลำดวน	3.6	/				/			/			/			/		/			/			/		/
หมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ (ข้าวหอมมะลิ)	หมอ	ปราสาท	3.6	/				/			/			/			/		/			/			/		/
ตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าช่องจอม	ด่าน	กาบเชิง	3.7		/			/			/			/			/		/			/			/		/
รวม				26	27	5		14	44		7	51	1	18	39		5	53	58		26	28	4		53	5	

ตารางที่ ๗.4 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์																		ศักยภาพในการพัฒนา		
				ทัศนภาพของผลิตภัณฑ์			สภาพภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์			
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
แก่งตะนะ		สิรินธร	1.3	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
แก่งสว่าง	สว่าง	สว่างวีระวงศ์ (กึ่ง)	1.3	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
แก่งสะพือ	พิบูล	พิบูลมังสาหาร	1.3	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
สามพันโบก	เหล่างาม	โพธิ์ไทร	1.3	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
สวนสัตว์/สวนเสือตระการ	ขุขันธ์	ตระการพืชผล	1.5	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
สวนวนารมย์	ขามใหญ่	เมืองอุบลราชธานี	1.6	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ	โขงเจียม คำเขื่อนแก้ว	โขงเจียม สิรินธร	1.6	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	ห้วยไร่	โขงเจียม	1.6	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย	นาจะหลวย	นาจะหลวย/น้ำยืน/ภูธรจิก	1.6	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
เขื่อนปากมูล	โขงเจียม	โขงเจียม	1.7	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
เขื่อนสิรินธร		สิรินธร	1.7	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
วัดแจ้ง	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/		/	/			/		/	/		/		/		/		
วัดใต้พระเจ้าใหญ่องค์ตื้อ	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
วัดถ้ำคูหาสวรรค์	โขงเจียม	โขงเจียม	2.1	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
วัดถ้ำภูพานนท์	นาโพธิ์กลาง	โขงเจียม	2.1	/			/		/	/			/		/	/		/		/		/		
วัดทุ่งศรีเมือง	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
วัดทุ่งศรีวิไล	ชีทวน	เขื่องใน	2.1	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
วัดบ้านท่าลาด (นกเปิดน้ำ)	ก้อเข็	เขื่องใน	2.1	/			/		/	/			/		/	/		/		/		/		
วัดบ้านนาเมือง หรือวัดสระประสานสุข	ไร่ร้อย	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
วัดบ้านโนนใหญ่	ก้อเข็	เขื่องใน	2.1	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		
วัดบ้านฝั่งคอม	แก่งโดม	สว่างวีระวงศ์ (กึ่ง)	2.1	/			/		/		/		/		/	/		/		/		/		

ตารางที่ ๔.4 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์																		ศักยภาพในการพัฒนา		
				ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์			
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
วัดบึงเขาหลวง	กลางใหญ่	เชิงใน	2.1	/			/			/			/			/	/		/			/		
วัดบูรพาราม	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/			/	/				/	/		/			/			
วัดปานานาชาติ	ทุ่งหวาย	วารินชำราบ	2.1	/			/			/		/			/	/		/			/			
วัดภูเขาก้าว	พิบูล	พิบูลมังสาหาร	2.1	/			/			/	/				/	/		/			/			
วัดมหาารามหรือวัดป่าใหญ่	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/			/	/				/	/		/			/			
วัดศรีอุบลรัตนาราม (วัดศรีทอง)	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1		/		/			/	/				/	/		/			/			
วัดสุปัฏนารามวรวิหาร	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/			/	/				/	/		/			/			
วัดหนองบัว	เทศบาล ต.อุบล	เมืองอุบลราชธานี	2.1		/		/			/	/				/	/		/			/			
วัดหนองป่าพง	โนนผึ้ง	วารินชำราบ	2.1	/			/			/	/				/	/		/			/			
วัดหลวง	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.1	/			/			/	/				/	/		/			/			
ธรรมาสถิณาสังคฆวิหารที่บ้านชีทวน	ชีทวน	เชิงใน	2.2	/			/			/	/				/	/		/			/			
ปราสาทบ้านเบญจ	หนองอัม	ทุ่งศรีอุดม	2.2	/			/			/	/				/	/		/			/			
พระธาตุสวนตาล/เวือโบราณ	ชีทวน	เชิงใน	2.2	/			/			/	/				/	/		/			/			
หอไตรหนองขุหลุ	ขุหลุ	โครงการพิชผล	2.2	/			/			/	/				/	/		/			/			
พิพิธภัณฑ์เปิดบ้านก้านเหลือง	ขามใหญ่	เมืองอุบลราชธานี	2.4	/			/			/	/				/	/		/			/			
พิพิธภัณฑ์พื้นเมืองวัดท่าไทร	ท่าไทร	เชิงใน	2.4	/			/			/	/				/	/		/			/			
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.4	/			/			/	/				/	/		/			/			
พิพิธภัณฑ์หลวงปู่เสาร์ กนฺตสีโล	ทรายมูล	พิบูลมังสาหาร	2.4	/			/			/	/				/	/		/			/		/	
ศาลหลักเมืองอุบลราชธานี	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	2.5	/			/			/	/				/	/		/			/			
งานประเพณีมหาสงกรานต์แก่งสะพือ	พิบูล	พิบูลมังสาหาร	3.1	/			/			/	/				/	/		/			/		/	
งานประเพณีแห่เทียนพรรษา	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	3.1		/		/			/	/				/	/		/			/		/	

ตารางที่ ๗.4 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา								
				ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์									
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง			
งานประเพณีไหลเรือไฟ	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	3.1	/			/			/		/		/		/		/		/			/			/	
บ้านปะอาว	ปะอาว	เมืองอุบลราชธานี	3.2		/			/			/			/		/		/		/			/			/	
โฮมสเตย์ชมรมอนุรักษ์ผ้าพื้นบ้าน	คำเขื่อนแก้ว	สิรินธร	3.2		/			/			/			/		/		/		/			/			/	
โฮมสเตย์บ้านชะขอม	นาโพธิ์กลาง	โขงเจียม	3.2		/			/			/			/		/		/		/			/			/	
โฮมสเตย์บ้านปะอาว	ปะอาว	เมืองอุบลราชธานี	3.2		/			/			/			/		/		/		/			/			/	
โฮมสเตย์บ้านลาดเจริญ	นาแวง	เขมราฐ	3.2		/		/				/			/		/		/		/			/			/	
ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมกาญจนาภิเษก		เมืองอุบลราชธานี	3.3	/				/			/			/		/		/		/			/			/	
ศูนย์ศิลปาชีวะบ้านยางน้อย	ก่อเอ้	เขื่องใน	3.3			/			/			/			/		/		/			/				/	
ทุ่งศรีเมือง	ในเมือง	เมืองอุบลราชธานี	3.4			/			/			/			/		/		/			/			/		/
สวนสาธารณะปากห้วยวังนอง	ปทุม	เมืองอุบลราชธานี	3.4		/			/			/			/		/		/		/			/			/	
สวนสาธารณะหนองเขื่อง	เขื่องใน	เขื่องใน	3.4	/				/			/			/		/		/		/			/			/	
สวนสาธารณะหนองบัว	เทศบาล ต.อุบล	เมืองอุบลราชธานี	3.4		/			/			/			/		/		/		/			/			/	
ไม้ดอก - ไม้ประดับบ้านบัวท่า-บัวเต็ง	ท่าช้าง	สว่างวีระวงศ์ (กิ่ง)	3.6		/			/			/			/		/		/		/			/			/	
ชายแดนช่องเม็ก	ช่องเม็ก	สิรินธร	3.7			/			/			/			/		/		/			/			/		/
รวม				27	38	12	2	35	40	2	10	65	16	27	34	2	19	56	77	0	26	36	15	1	69	7	

ตารางที่ ๕.5 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา			
				สภาพ			สิ่งอำนวยความสะดวก			สิ่งแวดลอม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์							
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
พระพุทธเจดีย์ไทรบุรี	ไทรบุรี	ไทรบุรี	2.2	/		/			/	/			/	/		/		/			/	
ลิมวัดเก่า	เมืองน้อย	กันทรารมย์	2.2	/		/			/	/			/		/		/				/	
ลิมวัดเก่าบ้านไทรน้อย	เมืองน้อย	กันทรารมย์	2.2	/		/			/	/			/		/		/				/	
หลวงพ่อบึงพระพุทธชัยมงคล	ละทาย	กันทรารมย์	2.2	/		/			/	/			/		/		/				/	
พุทธสถานศรีระอโคก	กระแซง	กันทรลักษ์	2.4	/		/			/				/		/		/				/	
ศาลเจ้าพ่อกินกอง	กุง	ศิลาลาด	2.5	/		/			/	/			/		/		/				/	
ศาลเจ้าพ่อคงภูดิน	หนองแค	ราษีไศล	2.5	/		/			/	/			/		/		/				/	
ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง		เมืองศรีสะเกษ	2.5	/		/			/	/			/		/		/				/	
ศาลหลักเมืองกันทรารมย์	คูณ	กันทรารมย์	2.5	/		/			/	/			/		/		/				/	
งานเทศกาลหอมแดง กระจีตมดี ของดียางชุมนุ	ยางชุมน้อย	ยางชุมน้อย	3.1	/		/			/				/		/		/				/	
งานประเพณีเทศกาลหอมแดง	บุญสูง	วังหิน	3.1	/		/			/				/		/		/				/	
งานประเพณีสีเฝ้าไทยศรีสะเกษ	หนองครก	เมืองศรีสะเกษ	3.1		/				/				/		/		/			/		/
งานประเพณีแห่ข้าวพันก้อน	บึงบอน	ยางชุมน้อย	3.1	/		/			/				/		/		/				/	
งานมหกรรมเล่นว่าเป่าไหวด	เสียว	เบญจลักษ์	3.1	/		/			/				/		/		/				/	
พิธีแซนโดนตา	ห้วยเหนือ	ซุขันธ์	3.1	/		/			/				/		/		/				/	
การแสดงประเพณีกลองตุ้ม	คำเนียม	กันทรารมย์	3.2	/		/			/	/			/		/		/				/	
หมู่บ้านทับทิมสยาม 06	ปรีอใหญ่	ซุขันธ์	3.2	/		/			/				/		/		/				/	
หมู่บ้านทับทิมสยาม 07	บักดอง	ขุนหาญ	3.2	/		/			/				/		/		/				/	
หมู่บ้านใหม่ไทยเฉลิมพระเกียรติ บ้านอะลา	โคกจาน	อุทุมพรพิสัย	3.2	/		/			/				/		/		/				/	
สวนเฉลิมพระเกียรติ	ดวนใหญ่	วังหิน	3.4	/		/			/	/			/		/		/				/	
สวนเฉลิมศรีนครินทร์	หนองม้า	กิ่งอำเภอโพธิ์ศรีสุวรรณ	3.4	/		/			/	/			/		/		/				/	

ตารางที่ ๕.5 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ความพร้อมของผลิตภัณฑ์															ศักยภาพในการพัฒนา							
				ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม						ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์		
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง		
สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์	หนองครก	เมืองศรีสะเกษ	3.4			/			/			/			/	/			/			/			/	
สวนสาธารณะบึงระนาม	กุดเสลา	กันทรลักษ์	3.4	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
สวนสาธารณะหนองแก้ว	หนองแก้ว	เมืองศรีสะเกษ	3.4	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
กลุ่มทอผ้าลายดอกแก้ว	จิกสังข์ทอง	ราษีไศล	3.5	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
กลุ่มทอผ้าลายลูกแก้ว	หนองใหญ่	เมืองจันทร์	3.5	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
กลุ่มทอผ้าลายลูกแก้ว บ้านหนองทับทัน หมู่ 9	พยุห์	พยุห์	3.5	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
กลุ่มทอผ้าสีชมพู	หนองน้ำ	พยุห์	3.5	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
กลุ่มอาชีพสตรีแม่บ้าน	ละลาย	กันทรลักษ์	3.5	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
เกวียนน้อยบ้านใจดี	ใจดี	ขุขันธ์	3.5		/		/			/		/			/	/			/			/			/	
ครัวน้อยบ้านสะอาง	ห้วยเหนือ	ขุขันธ์	3.5		/		/			/		/			/	/			/			/			/	
ฟาร์มเลี้ยงปลา (บักพันธ์)	หนองงูเหลือม	เบญจลักษ์	3.6	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
ตลาดป่าทางโค้ง	โนนสัง	กันทรารมย์	3.7		/		/			/		/			/	/			/			/			/	
ค่ายลูกเสือห้วยคล้า	หมากเขียบ	เมืองศรีสะเกษ	3.10	/			/			/		/			/	/			/			/			/	
รวม				75	19	3	2	71	24	1	47	49	37	40	20		13	84	96	1	63	26	7	2	92	3

ตารางที่ ซ.6 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานที่ตั้ง ประเภท ศักยภาพ ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของสถานที่	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์		ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา						
				ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์						
	ตำบล	อำเภอ		น้ำ	งบประมาณ	สูง	น้ำ	งบประมาณ	สูง	น้ำ	งบประมาณ	สูง	น้ำ	งบประมาณ	สูง	น้ำ	งบประมาณ	สูง	น้ำ	งบประมาณ	สูง	น้ำ	งบประมาณ	สูง
เขาจอมดอย	ซับใหญ่	กิ่งอำเภอซับใหญ่	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
เขาพนมโตม	วะตะแบก	เทพสถิต	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
จุดชมวิวเทือกเขาพังเหย	วังทอง	ภักดีชุมพล	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
จุดชมวิวด้านเนินดิน	บ้านไร่	เทพสถิต	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ถ้ำแก้ว	แหลมทอง	ภักดีชุมพล	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ถ้ำจันแดง	เขาทอง	ภักดีชุมพล	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ถ้ำประทุน	บ้านเจียง	ภักดีชุมพล	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ถ้ำพระ	แหลมทอง	ภักดีชุมพล	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ถ้ำพระภูกระแต	โนนออก	เกษตรสมบูรณ์	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ถ้ำวัวแดง	นางแดด	หนองบัวแดง	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ถ้ำสิงโต	ห้วยยาง	คอนสาร	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกแก่งใหญ่	ท่าใหญ่	หนองบัวแดง	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกชวนชม	วังตะเฒ่า	หนองบัวระเหว	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกชันกะบาก	เขาทอง	ภักดีชุมพล	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกตาตาด	วังชมภู	หนองบัวแดง	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกตาตาดโตน	นาฝาย	เมืองชัยภูมิ	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกตาดน้อย	นาเสียว	เมืองชัยภูมิ	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกตาดฟ้า	นาเสียว	เมืองชัยภูมิ	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกถ้ำเหี้ย	นาเสียว	เมืองชัยภูมิ	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกเทพประทาน	บ้านไร่	เทพสถิต	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
น้ำตกเทพนา	บ้านไร่	เทพสถิต	1.1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ ๖.6 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ความพร้อมของผลิตภัณฑ์												ศักยภาพในการพัฒนา							
				ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด						ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์				
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง		
น้ำตกไทรทอง	วังตะเฒ่า	หนองบัวระเหว	1.1	/		/			/			/			/			/			/			/		
น้ำตกผาเอียง	ห้วยต้อน	เมือง	1.1		/			/			/			/		/				/			/			/
น้ำตกสลักได	หนองบัวแดง	หนองบัวแดง	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
น้ำตกสายรุ้ง	เขาทอง	ภักดีชุมพล	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
น้ำผุดทับลาว	ห้วยยาง	คอนสาร	1.1	/				/			/			/		/				/			/			/
น้ำผุดนาเลา	ทุ่งนาเลา	คอนสาร	1.1	/				/			/			/		/				/			/			/
น้ำผุดนางเดือน	ทุ่งนาเลา	คอนสาร	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
น้ำผุดหินลาด	ทุ่งนาเลา	คอนสาร	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
ผาพ่อเมือง	วังตะเฒ่า	หนองบัวระเหว	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
ภูเก้าห้า	ภูคาง	เกษตรสมบูรณ์	1.1	/				/			/			/		/				/			/			/
ภูคิง	โนนทอง	เกษตรสมบูรณ์	1.1		/			/			/			/		/				/			/			/
ภูจ้อก้อ	ธาตุทอง	ภูเขียว	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
ภูแฝด	นาเสียว	เมือง	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
ภูพระ	นาเสียว	เมือง	1.1	/		/			/			/			/		/			/			/			/
มอหินขาว	ท่าหินโงม	เมือง	1.1		/			/			/			/		/				/			/			/
ลานหินแตก (ลานหินงาม)	บ้านไร่	เทพสถิต	1.2		/			/			/			/		/				/			/			/
แก่งวังไฮ	หนองวาง	หนองบัวแดง	1.3	/		/			/			/			/		/			/			/			/
แก่งใหญ่บ้านห้วยไม้ไผ่	หนองวาง	หนองบัวแดง	1.3	/		/			/			/			/		/			/			/			/
ชีผุด ชีตัน (ต้นกำเนิดแม่น้ำชี)	นางแดด	หนองบัวแดง	1.4		/			/			/			/		/				/			/			/
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว	ทุ่งลุยลาย	เมือง	1.5			/			/			/			/		/			/			/			/
หน่วยอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าบ้านสะพุงเหนือ	หนองวาง	หนองบัวแดง	1.5	/		/			/			/			/		/			/			/			/

ตารางที่ ๗.6 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์		ความพร้อมของผลิตภัณฑ์															ศักยภาพในการพัฒนา			
						ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์				
	ต่ำ	ปานกลาง				สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สะดวก	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ
โคกไคโนเสาร์	โคกสูง	เมือง	1.6	/		/			/		/			/	/		/		/			/		
ทุ่งกระมัง	ทุ่งลุยลาย	คอนสาร	1.6		/			/		/			/		/		/		/			/		
ทุ่งดอกกระเจียว	บ้านไร่	เทพสถิต	1.6		/			/		/			/		/		/		/			/		
ทุ่งบัวสวรรค์	วังตะเฒ่า	หนองบัวระเหว	1.6		/			/		/			/		/		/		/			/		
สถานีวิจัยเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าภูเขียว	ทุ่งลุยลาย	คอนสาร	1.6	/				/		/			/		/		/		/			/		
สวนรุกขชาติน้ำผุดทับลาว	ห้วยยาง	คอนสาร	1.6	/				/		/			/		/		/		/			/		
อุทยานแห่งชาติตาดโตน	นาฝาย	เมือง	1.6		/			/		/			/		/		/		/			/		/
อุทยานแห่งชาติไทรทอง	วังตะเฒ่า	หนองบัวระเหว	1.6		/			/		/			/		/		/		/			/		
อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม	บ้านไร่	เทพสถิต	1.6		/			/		/			/		/		/		/			/		/
อุทยานแห่งชาติภูแลนคา	ห้วยค้อ	เมือง	1.6		/			/		/			/		/		/		/			/		/
เขื่อนจุฬาภรณ์ (เขื่อนน้ำพรม)	ทุ่งพระ	คอนสาร	1.7		/			/		/			/		/		/		/			/		/
เขื่อนชลประทานน้ำพรม	โนนทอง	เกษตรสมบูรณ์	1.7		/			/		/			/		/		/		/			/		/
เขื่อนลำคันทอง	โคกเพชรพัฒนา	บ้านหินเจดีย์	1.7	/		/		/		/		/		/		/		/		/		/		/
เขื่อนลำปะทาว	เก่าย่ำดี	แก้งคร้อ	1.7	/		/	/	/		/	/		/		/	/	/		/	/		/	/	/
เขื่อนลำปะทาว	ท่าหินโงม	เมือง	1.7	/		/	/	/		/	/		/		/	/	/		/	/		/	/	/
บึงละหานลูกนก	ละหาน	จักรี	1.8		/			/		/			/		/		/		/			/		/
บึงแวง (บึงนกเป็ดน้ำ)	คอนสวรรค์	คอนสวรรค์	1.8		/			/		/			/		/		/		/			/		/
บึงอำพัน	บ้านตาล	บ้านหินเจดีย์	1.8	/		/		/		/	/		/		/		/		/		/		/	/
หนองชุมแสง	ห้วยบง	เมือง	1.8	/				/		/			/		/		/		/			/		/
หนองปลาเฒ่า	เมือง	เมือง	1.8	/				/		/			/		/		/		/			/		/
วัดกุฎโง้ง	หนองนาแซง	เมือง	2.1	/				/		/			/		/		/		/			/		/

ตารางที่ ๖.6 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ความพร้อมของผลิตภัณฑ์																		ศักยภาพในการพัฒนา					
				ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์						
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ระดับ	ประเภท	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
วัดชัยภูมิพิทักษ์ (ผาเก็ง)	ภูคชภูมิลำ	หนองบัวแดง	2.1	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
วัดบ้านห้วยบงเหนือ	ห้วยบง	เมือง	2.1	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
วัดบ้านห้วยหว้า	ห้วยบง	เมือง	2.1	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
วัดพระธาตุภูจุกอก	บ้านยาง	เกษตรสมบูรณ์	2.1	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
วัดศิริพงษ์ชาวาส	บ้านกอก	จัตุรัส	2.1	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ)	นาเสียว	เมือง	2.1	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
ภูแดง	ตลาดแร่	บ้านเขว้า	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
บ่อไขไหล	ถ้ำวัวแดง	หนองบัวแดง	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
โบสถ์บ้านภูคดไจ้	หนองนาแซง	เมือง	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
ปรางค์กู่	บ้านเก่า	บ้านแท่น	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
ปรางค์กู่	ในเมือง	เมือง	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
พระแท่นบัลลังก์	บ้านแท่น	บ้านแท่น	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
พระธาตุแก้งกอย	โนนคูณ	คอนสาร	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
พระธาตุพิมาย	สระโพนทอง	เกษตรสมบูรณ์	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
พระธาตุหนองสามหมื่นหรือ พระธาตุบ้านแก้ง	บ้านแก้ง	ภูเขียว	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
พระพุทธรูปแบบทวาราวดี	คอนสวรรค์	คอนสวรรค์	2.2		/		/		/	/	/				/	/			/			/			/		
สระหงษ์	นาฝาย	เมือง	2.2	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
ศาลเจ้าพ่อตาโตน(ปู่ด้วง)	นาฝาย	เมือง	2.5	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
ศาลเจ้าพ่อพระยาแล	ในเมือง	เมือง	2.5		/		/		/	/	/				/	/			/			/			/		
ศาลบวงสรวงและศาลเพียงตา	เมือง	เมือง	2.5	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		
อนุสาวรีย์พระไกรสีหนาท	บ้านยาง	เกษตรสมบูรณ์	2.6	/			/		/	/	/				/	/			/			/			/		

ตารางที่ ๗.6 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	สถานที่ตั้ง		ประเภทของผลิตภัณฑ์	ความพร้อมของผลิตภัณฑ์																			ศักยภาพในการพัฒนา			
				ศักยภาพของผลิตภัณฑ์			ภาพรวม			สภาพการเข้าถึง			สิ่งอำนวยความสะดวก			สภาพสิ่งแวดล้อม			ข้อจำกัด		ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์					
	ต่ำ	ปานกลาง		สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ดี	ไม่สะดวก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง		
อนุสาวรีย์พระยาภักดีชุมพล (แล)	ในเมือง	เมือง	2.6		/			/			/		/			/	/		/			/			/	
งานฉลองอนุสาวรีย์เจ้าพ่อพระยาแล	ในเมือง	เมือง	3.1		/			/			/		/			/	/		/			/			/	
งานวันดอกกระเจียวบาน	บ้านไร่	เทพสถิต	3.1		/			/			/		/			/	/		/			/			/	
แหล่งทอผ้าซิ่นบ้านโนนเสลา	หนองชุม	ภูเขียว	3.5		/			/			/		/			/	/		/			/			/	
แหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่	บ้านเขว้า	บ้านเขว้า	3.5			/		/			/		/			/	/		/			/			/	
รวม				61	20	8	1	48	40	2	34	53	19	44	26		7	82	89		30	48	11	1	80	8

ภาคผนวก ฅ

บทความวิจัย

ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
Potential and Readiness of Tourism Products
in the Lower Northeastern Part of Thailand

จิตตานันท์ ทิกุล

Jittanan Tikul

สฤษดี ศรีขาว

Sarit Srikhao

พิกุล ประดับศรี

Pikun Pradapsri

จุไรรัตน์ วิสัยดี

Churairat Wisaidee

สุวรรณณี แผงดาวงษ์

Suwannee Pangtawong

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Suranaree University of Technology

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ 4) เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรก เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ กลุ่มที่สอง เป็นมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานีจำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์การสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม 137 ผลิตภัณฑ์ตามลำดับ โดยจังหวัดนครราชสีมา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีศักยภาพในระดับสูงเพียงร้อยละ 8 มีศักยภาพในระดับปานกลางร้อยละ 25 และมีศักยภาพในระดับต่ำถึงร้อยละ 67 สำหรับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้นั้น ร้อยละ 58 ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 38 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ 3) ในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาก่อน 2 อันดับแรก คือ (1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่การพัฒนาความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านที่ยังมีผลการประเมินในระดับปานกลาง โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม และ (2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและมีความพร้อมสูง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น และการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว และ 4) ยุทธศาสตร์ที่พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ควรดำเนินการ ได้แก่ (1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน (2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ (3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

Abstract

This research aimed to examine 1) the tourism products, 2) the potentials and readiness of tourism products, 3) ways of potential and readiness developments of tourism products, and 4) the dependable strategies in creating strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries. The population of this research consisted of two groups. The first group included the tourism products in the lower Northeastern provinces, i.e. Nakhon Ratchasima, Buri Ram, Surin, Ubon Ratchathani, Si Sa Ket, and Chaiyaphum. The second group was comprised of 10 tour guides in Nakhon Ratchasima and Ubon Ratchathani. The data were collected using various forms of summary, brief, tour guide interview, and evaluation of potential and readiness of tourism products. The information obtained was analyzed using SPSS for Windows to classify types and to evaluate the potentials and readiness of the tourism products. Also, the content analysis was used to analyze tour guide interviews. Findings: 1) It was found there were 585 tourism products in the 6 provinces of the lower Northeastern part, with highest amounts in natural products (229), historical sites, ancient remains, antiques and religious objects (219), and lowest products in cultural, traditional activities (137). 2) Only an 8 percent of tourism products was found to have high potentials; 25 percent was

found to be moderate, and 67 percent was low. In case of the readiness of the tourism products of the lower Northeastern provinces, 58 percent of the products was found to be moderate, 38 percent was found to be high, and 3 percent was low. 3) It was found that the first two tourism products needed to be developed were (1) the tourism products having high potentials but with moderate amount of readiness by emphasizing on the development of the tourism products with moderate amount of readiness, especially accommodations and environments, and (2) the tourism products with moderate potentials but with high amount readiness by emphasizing on developing the potentials of tourism products especially special activities promoting the products, and creating attractions that help attract tourists to visit. and 4) The dependable strategies in creating strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries included (1) establishing connection points on tourism routes within the 6 provinces of the lower Northeastern area of the country, (2) offering information on tourism products e.g. historical sites, ancient remains, antiques and religious objects, and (3) developing proactive modern marketing to attract tourists to visit these provinces through connections with neighboring countries.

คำนำ

จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และจังหวัดชัยภูมิ เป็นจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความหลากหลายทางธรรมชาติ เช่น เทือกเขาตองพญาเย็นและพนมดงรัก เป็นต้น ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากมาย อีกทั้งยังมีอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะอารยธรรมของขอมซึ่งเป็นชนที่มีความรุ่งเรืองสูงสุดชาติหนึ่ง จากหลักฐานที่มีอยู่มากมาย เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเพณีและวัฒนธรรมอีสานรวมทั้งงานหัตถกรรมสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ เครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้ให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร) ที่มาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดข้างต้นในปี 2547 มีจำนวน 7,999,413 คน ในปี 2548 เพิ่มเป็น 8,731,789 คน อัตราการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.16 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มจาก 11,389.99 ล้านบาท เป็น 12,989.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1,599.14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.04 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) การเดินทางของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ส่วนใหญ่เพื่อชมภาพของความงามตามแห่งแผ่นดินอันมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานซึ่งถือเป็นทรัพยากรของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อันทรงคุณค่า หากต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้นไปอีก จำเป็นต้องมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่ม

จังหวัดให้เชื่อมโยงกัน หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดเส้นทางสรุปจากจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน 6 จังหวัด การท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงของกลุ่มจังหวัด หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว แหล่งท่องเที่ยวต้องมีศักยภาพและความพร้อมสำหรับการรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง

แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ส่วนใหญ่มีศักยภาพและความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งได้เริ่มมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว) รวมทั้งประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อเสนอให้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ได้นำไปเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสู่ความยั่งยืนต่อไป

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรก เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดที่อ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ และกลุ่มที่สอง เป็นภาคธุรกิจจากบริษัทนำเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มเช่นเดียวกันกล่าวคือ กลุ่มแรก เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดที่อ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ (ศึกษาจากประชากรทั้งหมดโดยไม่มีกลุ่มตัวอย่าง) กลุ่มที่สอง เป็นภาคธุรกิจที่ได้จากการเลือกอย่างเจาะจง (Purposive Selection) จากบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานีจำนวน 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลรวม 4 ชุด ประกอบด้วย

2.1 แบบบันทึกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต แบบบันทึกฯ ประกอบด้วยประเด็นการรวบรวมดังนี้ ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่ตั้ง การเข้าถึง ความเป็นมา และภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.2 แบบบันทึกสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใช้สำหรับสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากแบบบันทึกในข้อ 2.1 แบบสรุปฯ ประกอบด้วย ลำดับที่ ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สถานที่ตั้ง การเข้าถึงพื้นที่ และประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.3 แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใช้ในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตั้งของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการเข้าถึง 2) ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในตัวเองของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ระดับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมเสริม ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่า

และความตั้งใจของสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.4 แบบสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ และ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยใช้เครื่องมือคือแบบบันทึกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และแบบสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3.2 การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) การรวบรวมข้อมูลศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ประจำอำเภอของศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ให้เป็นผู้ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และมีบางส่วนที่คณะผู้วิจัยได้ไปประเมินด้วยตนเอง โดยใช้แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ 2) การรวบรวมข้อมูลจากมีวัตถุประสงค์ โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.1 การแจกแจงและการจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ช่วยในการแจกแจงและจำแนกประเภท

4.2 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ช่วยในการประมวลผลศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้

1) การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินโดยพิจารณาจาก (1) ระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (2) กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (3) ความเก่าแก่อันทรงคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ (4) สุนทรียภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การประเมินได้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น

คะแนนดิบรวม	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
7 – 8	สูง	5
5 – 6	กลาง	3
2 – 4	ต่ำ	1

2) การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินโดยพิจารณาจาก (1) สภาพการเข้าถึง (2) สิ่งอำนวยความสะดวก (3) สภาพแวดล้อม (4) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ (5) ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้จากการนำผลคะแนนดิบทั้ง 5 ด้าน (ที่ได้จากการประเมินค่า) มาจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่ม และประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนรวม	ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
16 – 21	สูง	5
10 – 15	กลาง	3
4 – 9	ต่ำ	1

4.3 การกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์มีคหุเทศก์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)
- 2) การนำผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มาจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยใช้เกณฑ์ในการจัดกลุ่มดังนี้

ระดับศักยภาพ	ระดับความพร้อม	ศักยภาพในการพัฒนา
สูง	สูง	สูง
สูง	ปานกลาง	} ปานกลาง
สูง	ต่ำ	
ปานกลาง	สูง	
ปานกลาง	ปานกลาง	
ปานกลาง	ต่ำ	
ต่ำ	สูง	
ต่ำ	ปานกลาง	
ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

4.4 การกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำผลที่ได้จากการจำแนกประเภท การประเมินศักยภาพและความพร้อม รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาสังเคราะห์รวมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาบูรณาการเป็นแนวทางยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการศึกษา

ผลจากการดำเนินการตามขั้นตอนข้างต้น สรุปผลการศึกษาดังนี้

1. **จำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ และใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนาซึ่งมีจำนวน 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม จำนวน 137 ผลิตภัณฑ์ จังหวัดนครราชสีมามีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ จังหวัดศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

2. **ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมสมบูรณ์มีจำนวน 544 ผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินสรุปได้ดังนี้

2.1 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 67 มีศักยภาพในระดับต่ำ ร้อยละ 25 มีศักยภาพในระดับปานกลาง และมีเพียงร้อยละ 8 เท่านั้นที่มีศักยภาพในระดับสูง โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์ผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและระดับต่ำ ใกล้เคียงกัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานีผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ

2.2 ความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 58 มีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์และอุบลราชธานีส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับสูง

3. **แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม มีแนวทางในการพัฒนาทั้งสิ้น 7 แนวทาง โดยแนวทางที่ควรได้รับการพัฒนา 2 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์

4. **ยุทธศาสตร์ที่พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้** ผู้มีความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน จากการศึกษาครั้งนี้พบยุทธศาสตร์ที่ควรดำเนินการ ได้แก่

4.1 สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีแนวทาง/กลยุทธ์ ดังนี้

1) จัดให้มีจุดเชื่อมต่อของเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยสร้างจุดพักระหว่างเส้นทางให้ห่างกันประมาณ 1 ชั่วโมง (เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ห่างกัน)

2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจุดผ่านแดนในภาคอีสานที่เชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ ให้มีความพร้อมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อเป็นเส้นทางจุดเชื่อมโยงระหว่างประเทศให้มีศักยภาพสูง

3) จัดให้มีบริการด้านการผ่านแดนด้วยระบบที่ทันสมัย เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดขั้นตอนที่ไม่สำคัญ

4.2 ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีแนวทาง/กลยุทธ์ ดังนี้

1) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านกับประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ช่วยในการให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมได้อย่างถูกต้อง

4.3 ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น โดยมีแนวทาง/กลยุทธ์ ดังนี้

1) สร้างกิจกรรมเสริม และสร้างสิ่งดึงดูดใจในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพระดับปานกลาง

2) ประชาสัมพันธ์โดยเน้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ ที่มีจำนวนมาก และมีความพร้อมระดับสูงในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้น มีประเด็นจากข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

1. จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากงานวิจัยที่มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุดคือ งานวิจัยของบริษัท จีไอเมดิค เทคโนโลยี จำกัด (จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี และศรีสะเกษ) และสถาบันบวรราชภัฏ (จังหวัดชัยภูมิ) โดยภาพรวมเพิ่มขึ้น 98 ผลิตภัณฑ์

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นนี้ ในส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติ มีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากงานวิจัยเดิมรวม 31 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ โดยผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ คือ หน้าผา น้ำตก และจุดชมวิว ส่วนจังหวัดสุรินทร์และอุบลราชธานี มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทนี้ลดลง สำหรับส่วนที่ลดลงนี้ ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการได้ยืนยันจำนวนข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามที่ได้ทำการประเมินศักยภาพและความพร้อมให้กับคณะผู้วิจัย

สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ฯ เพิ่มขึ้นจากงานวิจัยเดิม 71 ผลิตภัณฑ์ โดยเพิ่มขึ้นทุกจังหวัด และผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวัด

ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ลดลงจากงานวิจัยเดิม 4 ผลิตภัณฑ์ โดยจังหวัด นครราชสีมา สุรินทร์ และอุบลราชธานี มีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ลดลง สำหรับส่วนที่ลดลงนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มงานประเพณี งานเทศกาล (ระดับท้องถิ่น) และกลุ่มไร่ นา สวน ฟาร์ม ในขณะที่จังหวัดบุรีรัมย์ และศรีสะเกษ มีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เพิ่มขึ้น โดยส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าพื้นเมือง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมทั้งกลุ่มงานประเพณี งานเทศกาล (ระดับท้องถิ่น)

2. ภาพรวมของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเภทประวัติศาสตร์ฯ มากที่สุดและมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยทั้งสองประเภทมีจำนวนมากกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ซึ่งในสองประเภทแรก ถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับลักษณะภูมิประเทศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบอันได้แก่ เทือกเขาดงพญาเย็น และเทือกเขาพนมดงรัก ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ ซึ่งมีจำนวนรองลงมา นั้น มีความสอดคล้องกับควมมีอารยธรรมที่เก่าแก่ โดยเฉพาะอารยธรรมของขอม ที่ปรากฏจากหลักฐาน เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

3. ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งถึงแม้ว่าจะใช้เกณฑ์การประเมินศักยภาพที่แตกต่างกันบ้าง แต่ก็พบว่า ผลของการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบางผลิตภัณฑ์มีผลการประเมินศักยภาพที่สอดคล้องกัน เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และเขื่อนจุฬาภรณ์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ได้แก่ งานแสดงช้างสุรินทร์ มีผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับสูงสอดคล้องกับศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540)

4. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมระดับสูง ในงานวิจัยครั้งนี้ ส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของบริษัท คอรั พลเลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (2545ก) ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วัดบ้านไร่ อุทยานประวัติศาสตร์ พิมาย หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ปราสาทเมืองต่ำ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง หมู่บ้านช้างสุรินทร์ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติตาดีน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว เขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จังหวัดอุบลราชธานี ควรพัฒนาด้านความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสาเฉลียงผาแต้ม อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองบัว และชายแดนช่องเม็ก โดยเสาเฉลียงผาแต้ม ความพร้อมที่ควรพัฒนาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนาคือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และควมมีชื่อเสียง ส่วนอีก 3 ผลิตภัณฑ์ที่เหลือ ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม

1.2 จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และ ชัยภูมิ) ควรพัฒนาด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเน้นที่กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้เกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรพัฒนา ด้านศักยภาพในแต่ละจังหวัด

สรุปได้ดังตาราง

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ
นครราชสีมา	เขาแผงม้า น้ำตกเหวสุวัต สวนสัตว์นครราชสีมา อุทยานแห่งชาติทับลาน ทล. ที่ 13 (สวนห้อม)	ปราสาทหินพนมวัน พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหิน พิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติพิมาย หลวงปู่โตใหญ่ที่สุดในโลก	งานเทศกาลเที่ยวพิมาย ศูนย์วิจัยข้าวโพดและ ข้าวฟ่างแห่งชาติ (ไร่สุวรรณ)
บุรีรัมย์	วนอุทยานเขากระโดง	พิพิธภัณฑน์หลวงปู่สุน พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์	ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ ศูนย์หัตถกรรมผ้าตุ้มทอง ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน อำเภอนาโพธิ์
สุรินทร์	วนอุทยานป่าสนหนองคู อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	วัดเขาศาลา วัดเพชรบุรี (หลวงปู่หงส์) ปราสาทจอมพระ ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือนโต้ง ปราสาทตาเมือนธม ปราสาทบ้านช่างปี ปราสาทบ้านไพล ปราสาทเมืองที ปราสาทศีขรภูมิ หลวงพ่อบุระสีวัดบูรพาราม	งานมหกรรมข้าวหอม มะลิเกษตรอินทรีย์ และมหกรรมผ้าไหม สุรินทร์ ประเพณีบุญบั้งไฟศรีนคร เตาทำวธอ หมู่บ้านจักสานบุทม หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้าน ดงมัน หมู่บ้านหัตถกรรม เขวาสินรินทร์ ตลาดแลกเปลี่ยนสินค้า ช่องจอม
อุบลราชธานี	น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกแสงจันทร์หรือ น้ำตกภู	วัดใต้พระเจ้าใหญ่องค์ตื้อ วัดทุ่งศรีเมือง วัดสุปฏิหารามวรวิหาร	งานประเพณี มหาสงกรานต์แก่งสะพือ บ้านปะอาว

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์	ศิลปวัฒนธรรม
อุบลราชธานี (ต่อ)	ผาชนะได ภูสมุย แม่น้ำสองสีหรือคอนด่าน ปากแม่น้ำมูล เสาเฉลียง แก่งตะนะ แก่งสะพือ เขื่อนปากมูล เขื่อนสิรินธร	ธรรมาสถ์สิ่งทอศิลปะทอ บ้านชีทวน พิพิธภัณฑ์เปิดบ้านก้านเหลือง พิพิธภัณฑ์พื้นเมืองวัดท่าไทร	โฮมสเตย์ชมรมอนุรักษ์ผ้า พันธุ์พื้นบ้าน โฮมสเตย์บ้านชะจอม โฮมสเตย์บ้านปะอาว
ศรีสะเกษ	น้ำตกสำโรงเกียรติ น้ำตกห้วยจันทร์ ผามออีแดง อุทยานแห่งชาติเขาพระ วิหาร	วัดกันทรารมย์ วัดบูรพมหาพุทธาราม วัดมหาพุทธาราม ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ พระธาตุเรืองรอง	งานเทศกาลหอมแดง กระเทียมดี ของดียางชุมนุ ครุ่ย์บ้านสะอาก
ชัยภูมิ	จุดชมวิวเทือกเขาพังเหย น้ำตกผาเอียง ลานหินแตก ทุ่งดอกกระเจียว อุทยานแห่งชาติไทรทอง บึงละหานลูกนก บึงแวง (บึงนกเป็ดน้ำ)	พระพุทธรูปแบบทวาราวดี ศาลเจ้าพ่อพระยาแล	งานวันดอกกระเจียวบาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาในเชิงลึกว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม 2 อันดับแรก คือ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์นั้น ในการพัฒนาความพร้อมควรพัฒนาด้านใดบ้าง และควรพัฒนาอย่างไร รวมทั้งการพัฒนาด้านศักยภาพนั้น กิจกรรมเสริมที่ควรมีในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นั้น ๆ ควรเป็นกิจกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม และควรสร้างสิ่งดึงดูดใจอย่างไรให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวใน ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นั้น ๆ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุป

จากผลการศึกษาด้านจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมทั้งยุทธศาสตร์ที่มุ่งเป้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมตามลำดับ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีศักยภาพต่ำประมาณหนึ่งในสี่มีศักยภาพปานกลาง และมีประมาณร้อยละ 8 เท่านั้นที่มีศักยภาพสูง ในขณะที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความพร้อมในระดับปานกลาง ประมาณร้อยละ 39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ ในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา 2 อันดับแรก คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่มุ่งเป้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ควรดำเนินการ ได้แก่ 1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). **คู่มือการปฏิบัติงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำหรับข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร). (2547). **ท่องเที่ยว 4 จังหวัดภาคอีสาน อุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร**. (ม.ป.ท.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). **สรุปนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพมหานคร: กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). **สรุปแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร: กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ธรรมชาติ**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://tat8.com/thai/activities/texteco.html>. 28 ตุลาคม 2549.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **ข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือน**. [ออนไลน์]. ได้จาก http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php. 28 ตุลาคม 2549.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **จดหมายข่าว NEWSLETTER**, 3(9). นครราชสีมา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **แม่น้ำโขง..แม่น้ำแห่งอินโดจีนสัมผัสความยิ่งใหญ่แห่งวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขง**. กรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **ไหว้พระดี แดนอีสาน มงคลสถานร้อยแปดวัด**. กรุงเทพมหานคร: กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา และกองวารสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิราภรณ์ อัมพรพวรรดี. (2549). **องค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class5.htm>. 27 ตุลาคม 2549.
- ฐกิต ศรีคำพรและคณะ. (2546). **โครงการศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ดลฤทัย ไกวรรณะกุล. (2549). **ความหมายของการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://vdo.kku.ac.th/mediacenter/library/library.php?pid=46108lang=th>. 28 ตุลาคม 2549.
- นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์. (2549). **ศักยภาพของจังหวัดราชบุรีในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.ttresearch/E-journal/index.asp>. 6 พฤษภาคม 2549.
- บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์. (2545ก). **รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) แผนปฏิบัติการเพื่อกำหนดสินค้าการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์. (2545ข). **รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) แผนปฏิบัติการพัฒนาบริการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์. (2545ค). **รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) แผนปฏิบัติการกิจกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท จีไอเมติก เทคโนโลยี จำกัด. (2546). **โครงการศึกษาจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อจัดการข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2545). **รายงานฉบับสมบูรณ์แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท มรดกโลก จำกัด. (2543). **โครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมขอมในพื้นที่ภาคอีสานตอนล่าง (ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ)**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เพ็ญพักตร์ ศรีทอง. (2540). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและภูมิภาคอินโดจีน**. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

- เพลินทิพย์ โกเมศโสภาก. (2546). **การวางแผนการตลาด (marketing planning)**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ. (2546). **การศึกษาระบบการท่องเที่ยวเพื่อทราบศักยภาพของการพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวระดับโลกที่มีความยั่งยืน**. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://talay.psu.ac.th/classes/itsp/TRF2.doc>. 21 มิถุนายน 2549.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ศูนย์บริการวิชาการ. (2540). **โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน**. ขอนแก่น: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2541). **เอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารการตลาด (marketing management)**. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รศิกา อังกูร. (2547). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คพับลิเคชันส์.
- ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดนครราชสีมา. (ม.ป.ป.) **คู่มือท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา**. นครราชสีมา: ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดนครราชสีมา.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2544). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สภาสถาบันราชภัฏ. (2543). **ทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ภาคผนวก ญ

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

1. จิตตานันท์ ตีกุล หัวหน้าโครงการ

ประวัติการศึกษา

- 2546 ครุศาสตรมหาบัณฑิต (วิจัยการศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2526 วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สถิติ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 2534 อนุปริญญา (คอมพิวเตอร์) วิทยาลัยครูสวนสุนันทา

ประสบการณ์ด้านการทำงาน:

- 2550 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ฝ่ายประสานงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2548 – 2550 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป งานวิจัยสถาบันและสารสนเทศ ส่วนแผนงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2546 – 2548 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป งานวิจัยสถาบันและสารสนเทศ ส่วนแผนงาน ปฏิบัติงานเต็มเวลาที่ฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2544 – 2546 ลาศึกษาต่อระดับปริญญาโท ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2537 – 2544 หัวหน้างานวิจัยสถาบันและสารสนเทศ ส่วนแผนงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2534 – 2537 โปรแกรมเมอร์ ฝ่ายคู่มือบริโภค บริษัท ดีทีแฮลล์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
- 2526 – 2534 หัวหน้าแผนกงบประมาณและสถิติวิเคราะห์ เขตการเดินรถที่ 9 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร

ประสบการณ์ด้านการวิจัย:

ดำเนินการแล้วเสร็จ

- 1) ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (หัวหน้าโครงการ – ทุนวิจัย สกว.)
- 2) ความพึงพอใจของผู้บังคับบัญชาและอาจารย์ที่ปรึกษาของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รุ่นปีการศึกษา 2547 (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)

- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการเรียนระดับอุดมศึกษา และคะแนนสอบคัดเลือกเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รุ่นปีการศึกษา 2540 - 2543 (หัวหน้าโครงการ – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)
- 4) แนวโน้มความต้องการบัณฑิตด้านการจัดการ (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)
- 5) แนวโน้มความต้องการหลักสูตรวิทยาศาสตร์การกีฬา (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)
- 6) แนวโน้มความต้องการหลักสูตรชีวเวชศาสตร์ (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)
- 7) การศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและรายได้หอพักนักศึกษา (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)
- 8) กิจกรรมนักศึกษาและการมีส่วนร่วมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีการศึกษา 2541 (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)

ระหว่างดำเนินการ

- 1) แนวโน้มความต้องการบัณฑิตด้านการจัดการเทคโนโลยีและธุรกิจการเกษตร (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)

ผลงานตีพิมพ์:

- จิตตานันท์ ติกุล. (2547). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความมีวินัยในตนเองของ **นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: การวิเคราะห์กลุ่ม พหุ**. วารสารวิธีวิทยาการวิจัย, 17(3) , 269-286.
- จิตตานันท์ ติกุล. (2547). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุความมีวินัยในตนเองของ **นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: การวิเคราะห์กลุ่ม พหุ**. ใน รางวัลผลงานการวิจัยและพัฒนาระบบพฤติกรรมไทย ประจำปี 2547 (หน้า 22-34). กรุงเทพมหานคร: โครงการวิจัยแม่บท: การวิจัยและพัฒนา ระบบพฤติกรรมไทย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

รางวัลที่ได้รับ:

- 1) รางวัล “นงลักษณ์ วิรัชชัย” ประจำปี 2545 ผลงานวิทยานิพนธ์ดีเยี่ยมระดับมหาบัณฑิต จากมูลนิธิศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. นงลักษณ์ วิรัชชัย ภาควิชาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2546

- 2) รางวัล “ผลงานการวิจัยและพัฒนาระบบพฤติกรรมไทย” ประจำปี 2547
ประเภทวิทยานิพนธ์ รางวัลระดับชมเชย จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2547
- 3) โล่ประกาศเกียรติคุณผู้มีผลงานดีเด่นด้านการวิจัย จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ครบ 15 ปี
เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2548

2. สถิติ ศรีขาว ผู้ร่วมวิจัย

ประวัติการศึกษา

- 2528 Ph.D. (Curriculum and Instruction) University of Missouri at Columbia, USA.
- 2522 M.A. (Linguistics) University of the Philippines, Philippines
- 2515 กศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม

ประวัติการทำงาน

- 2540 – ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาอังกฤษ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2532 – 2540 อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาอังกฤษ
คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏมหาสารคาม
- 2534 ศึกษาคุณานที่ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2528 – 2532 คณบดี คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
สถาบันราชภัฏมหาสารคาม
- 2524 – 2528 ศึกษาต่อระดับปริญญาเอก
- 2523 รองคณบดี คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
วิทยาลัยครูมหาสารคาม
- 2520 – 2522 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท
- 2516 - 2519 อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาอังกฤษ วิทยาลัยครูมหาสารคาม

ประสบการณ์ด้านการวิจัย

- 1) วิธีการเรียนรู้คำศัพท์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษ (ทุนวิจัย – มทส)
- 2) ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัย สกว.)

3. พิกุล ประดับศรี ผู้ร่วมวิจัย

ประวัติการศึกษา

- 2547 ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรและการนิเทศ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
 2535 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาไทย) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประสบการณ์ด้านการทำงาน:

- 2550 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป การส่งเสริมประสิทธิภาพการสอน งานประกัน
 คุณภาพการศึกษา ส่วนส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2548 – 2550 หัวหน้าสำนักงานคนบดีสำนักวิชาวิทยาศาสตร์
 สำนักวิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2537 – 2548 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป การส่งเสริมประสิทธิภาพการสอน งานประกัน
 คุณภาพการศึกษา ส่วนส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ประสบการณ์ด้านการวิจัย:

ดำเนินการแล้วเสร็จ

- ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
 (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิจัย สกว.)

ระหว่างดำเนินการ

- การติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีการศึกษา 2545 – 2548
 (หัวหน้าโครงการ – ทุนวิจัยสถาบัน มทส)

4. จุไรรัตน์ วิสัยดี ผู้ร่วมวิจัย

ประวัติการศึกษา

- 2546 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์)
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 2533 การศึกษามหาบัณฑิต (ธุรกิจศึกษา: การตลาด) คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางเขน
- 2530 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) การตลาด
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ

ประสบการณ์ด้านการทำงาน:

- 2548 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป งานวิจัยสถาบันและสารสนเทศ
ส่วนแผนงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2547 – 2548 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป งานวางแผน ประเมินผล และวิเคราะห์
งบประมาณ ส่วนแผนงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2539 – 2547 หัวหน้างานธุรการ ส่วนแผนงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2537 – 2539 พนักงานธุรการ ส่วนการเงินและบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2537 – 2537 พนักงานธุรการ ส่วนสารบรรณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 2533 – 2537 เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- 2532 – 2533 พนักงานคอมพิวเตอร์ สำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประสบการณ์ด้านการวิจัย:

ดำเนินการแล้วเสร็จ

- 1) ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิชัย สกว.)
- 2) ความพึงพอใจของผู้บังคับบัญชาและอาจารย์ที่ปรึกษาของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
สุรนารี รุ่นปีการศึกษา 2547 (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิชัยสถาบัน มทส)
- 3) ธรรมาภิบาล ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา
เทศบาลนครนครราชสีมา (ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิชัย สสส.)

ผลงานตีพิมพ์:

- จุไรรัตน์ วิสัยดี. (2542). *ร้านหนังสือบนอินเทอร์เน็ต. วารสารบรรณารักษศาสตร์และ
สารนิเทศศาสตร์ มข., 17(3) , 36-44.*

5. สุวรรณีย์ แพงดาวงษ์ ผู้ร่วมวิจัย

ประวัติการศึกษา

2541 ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏนครราชสีมา

2535 อนุปริญญา (การจัดการทั่วไป) วิทยาลัยครุนครราชสีมา

ประสบการณ์ด้านการทำงาน:

2547 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป งานช่วยผู้บริหารและงานประชุม
ส่วนสารบรรณและนิติการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

2539 – 2547 พนักงานธุรการ งานธุรการ
ส่วนส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

2537 – 2539 เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล ศาลจังหวัดสีคิ้ว (ปากช่อง)

2533 – 2537 เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล ศาลจังหวัดสีคิ้ว

ประสบการณ์ด้านการวิจัย:

ดำเนินการแล้วเสร็จ

ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
(ผู้ร่วมวิจัย – ทุนวิชัย สกว.)