

การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

The Development of Buriram Province Tourism Market to Accommodate the Beginning of ASEAN Economic Community

อรรณกร จัตุกุล¹

บทคัดย่อ

งานวิจัย การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 26 ราย ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ใช้สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามใช้สอบถามประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในด้านปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นคำถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สรุปได้ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่ สถานที่นั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ ด้านราคา โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่ ราคาอาหารไม่

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ถนนจิระ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ด้านทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่ ความเหมาะสมของลานจอดรถ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ที่ ด้านการสื่อสาร การพูดภาษาต่างประเทศของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ที่ ความต่อเนื่องในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่ พื้นที่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวขาดความสมบูรณ์ ด้านผลิตภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่ คำบรรยายสถานที่ท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษมีไม่มาก ควรเพิ่มให้มากขึ้น

2. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สรุปได้ ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยว ต้องการให้มีบริการตู้ ATM ให้มากกว่านี้ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ที่ สินค้าที่จำหน่ายไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ด้านทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวมอยู่ที่ความเหมาะสมของลานจอดรถ ต้องการให้พัฒนาลานจอดรถให้ได้มาตรฐาน ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ที่การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ต้องการให้โฆษณาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากกว่านี้ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ที่การสื่อสาร การพูดภาษาต่างประเทศของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศมีน้อย ต้องการให้พัฒนาความรู้ทางภาษาต่างประเทศให้กับเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ที่ การมีส่วนร่วมจากคณะกรรมการหมู่บ้าน ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่ป้ายเตือนการจราจร เช่น ทางโค้ง ทางขึ้นเขาลงเขา ด้านผลิตภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่ จำนวนบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีน้อย

โดยสรุป ผลการวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้รับพึงพอใจสูงสุด อันเป็นหัวใจของการให้บริการลูกค้าต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยว, การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

The purposes of this research study, The Development of Buriram Province Tourism Market to Accommodate the Beginning of ASEAN Economic Community, were to study Buriram tourism market problems, the needs of Buriram tourism market, and the development of Buriram tourism. Information providers on tourism in Buriram, which were used in this study were those related to Buriram tourism of 26 cases that composed of authorities involved with the tourism of 6 people and the entrepreneurs of 20 people. 400 people in the area of tourism, Thai tourists

and foreigners. A questionnaire was used for people in the area of tourism, Thai tourists and foreigners and the depth interview were used as the tools in this research in group of people who related to Buriram tourism. Those are involved with the issues of Buriram tourism market problems, the needs of Buriram tourism market and the development of Buriram tourism. The suggestions for Buriram tourism market development were also needed. The statistical tool used for quantitative analysis was percentage, means, and One-Way analysis of variance (One-Way ANOVA). Open-ended questions and quantitative analysis were used for studying the development of Buriram tourism and presented by analytical description.

The findings of this study were that:

1. The issues of Buriram tourism market problems could be concluded as following: for the topic of tourist attractions and service, the overall problem was that the venue was not enough. Food prices are unreasonable for the quality of the product. The location, the problem is that the right of the parking lot. Publicity on the Internet cannot access the tourists thoroughly in promotion and marketing. The staffs who were involved with tourism had foreign language communication problems. Lack of continuing to improve and develop the service was the overall process problem. In terms of physical area was about area attractions impermanence. And in case of the productivity, subtitles attractions as English is not much, should add more.

2. In terms of the needs of Buriram tourism market development could be summarized that: in case of tourist attractions and service, there should be more ATMs. The products had no price tag clearly. The location problem was the suitability of the parking lot which should have more standard. While the case of marketing promotion, there should have TV advertising attractions of Buriram. In terms of staffs communication which lack of persons who could communicate with foreigners, so tourism staffs or entrepreneurs need foreign language development. The overall process problem was about village council. The physical area was concerned with traffic warning signs such as curve or hiking. And the productivity was the small amount of staffs that had foreign language ability.

Keywords: *Tourism, Tourist, Tourism Market Development, ASEAN Economic Community*

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ สามารถสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศ การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย เช่น โรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก รวมถึง การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทย นับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ สถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาจากหลายประเด็น ดังนี้ ประเด็นผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ด้านภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นซึ่งส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยปัจจัยกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ที่สำคัญคือ การก้าวไปสู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) นโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับ สถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน และแข่งขันได้ในตลาดโลก คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) และมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2552 มอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จัดทำยุทธศาสตร์แผนงานฟื้นฟูวิกฤตการท่องเที่ยวระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติที่จะต้องจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จึงได้จัดทำร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน เพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จาก การท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน และให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จึงได้มุ่งเน้น การป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศ ตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน แม้การเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาจมีผลทำให้ผู้ประกอบการ

ด้านการท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับภาวะที่มีการแข่งขันสูง จนอาจดูเหมือนเป็นวิกฤตสำหรับภาคการท่องเที่ยว แต่หากภาครัฐและเอกชนไทยพัฒนาจุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็งให้ยิ่งแข็งแกร่งขึ้น การเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ก็จะกลายเป็นโอกาสสำหรับชาวไทยที่มีความถนัดด้านการท่องเที่ยวและบริการอยู่แล้ว ให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเติบโต สร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่าเดิม

จังหวัดบุรีรัมย์ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ประมาณ 385 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 376 กิโลเมตร ทิศเหนือติดต่อกับ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดสุรินทร์ ทิศตะวันออกติดต่อกับ จังหวัดสุรินทร์ ทิศใต้ติดต่อกับ จังหวัดสระแก้ว และประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย ทิศตะวันตกติดต่อกับ จังหวัดนครราชสีมา พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีเนื้อที่รวมทั้งสิ้น 10,393.945 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,451,178.125 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.11 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคิดเป็นร้อยละ 2.01 ของพื้นที่ประเทศไทย มีพรมแดนโดยรอบยาวประมาณ 638 กิโลเมตร เป็นพรมแดนที่เป็นธรรมชาติ ทั้งสิ้น คือ ใช้แนวสันเขาแบ่งเขตยาวประมาณ 170 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 24.89 พรมแดนที่เป็นลำน้ำยาวประมาณ 363 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 53.15 และใช้เส้นแนวตรงในที่ราบเป็นแนวพรมแดนอีก 150 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 21.96 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 แหล่ง คือ 1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ วัดเขาอังคาร พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์ พระมหาธาตุเจดีย์ศรีทะเมนชัย 2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งหินตัด ถ้ำเปิดทอง วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก เขื่อนลำนางรอง 3. แหล่งท่องเที่ยวอนุสรณ์สถาน ได้แก่ อนุสาวรีย์เราสู้ อนุสรณ์สถานประชาชน-อีสานใต้ อีกทั้งจังหวัดบุรีรัมย์ยังเป็นที่รู้จักในฐานะเมืองเกษตรกรรมและหัตถกรรม เพราะเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี และเป็นแหล่งทอผ้าไหมที่สวยงามและมีชื่อเสียง นอกจากนี้ด้วยสภาพพื้นที่ตั้งมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงทำให้มีความหลากหลายของเชื้อชาติซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของประเพณีวัฒนธรรม จนทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปดังคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม”

จังหวัดบุรีรัมย์ได้จัดทำแผนพัฒนาจังหวัด (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2555) ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2550 แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557-2560) ของจังหวัดบุรีรัมย์ ถูกจัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) ได้มอบหมายให้คณะอนุกรรมการร่างแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557-2560) และยกย่องแผนปฏิรูปราชการประจำปีของจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการระดมสมอง ทำการทบทวนแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี ที่ผ่านมา วิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดในปัจจุบัน และศักยภาพของจังหวัดในอนาคต กำหนดทิศ

ทางการพัฒนาจังหวัด แต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และส่งผลต่อการพัฒนาจังหวัดในอนาคต ซึ่งจังหวัดบุรีรัมย์ ในฐานะผู้มีความรับผิดชอบที่จะต้องดำเนินการตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 และฉบับที่แก้ไขเพิ่มเติมดังกล่าว ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในกลไกต่างๆ ของการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด จะต้องมาจากสภาพปัญหาความเดือดร้อนและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดบุรีรัมย์อย่างแท้จริง ส่วนราชการต่างๆ ในฐานะหน่วยงานของรัฐเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนในการแก้ไขปัญหาตามความต้องการของประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีความ “กินดีอยู่ดี และมีความสุข” โดยการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด เน้นกระบวนการของการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน แผนพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ มีประเด็นยุทธศาสตร์อยู่ 5 ประเด็น คือ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านเศรษฐกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านสังคมและคุณภาพชีวิต ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านรักษาความมั่นคงและความสงบ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการบริหารจัดการ

เพื่อให้แผนพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 “ด้านเศรษฐกิจ” กลยุทธ์ของแผนเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว บรรลุตามเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ หาแนวทางการพัฒนาตลาดแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานทางราชการและผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชนในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว ในการปรับปรุงพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. แบบสอบถาม เพื่อถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

แบบสอบถามมี 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว เป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 8 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบปิด (Close-ended Question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) (กาลัก เต๊ะซันหมาก, 2553)

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 8 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบปิด (Close-ended Question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) (กาลัก เต๊ะซันหมาก, 2553)

ส่วนที่ 4 แนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question)

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview-SSI) โดยมีลักษณะสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ-สกุล ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการศึกษา ได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพของเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาและเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ
2. ศึกษาหลักการวิธีสร้างเครื่องมือจากเอกสารและตำราการสร้างเครื่องมือ
3. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนตรวจสอบเพื่อให้เครื่องมือมีความตรงทางเนื้อหาในสิ่งที่ต้องการวัดและนำไปปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักท่องเที่ยวน จำนวน 30 คน และนำข้อมูลกลับมาวิเคราะห์ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficients) ค่าแอลฟา (α) จะต้องได้ค่าไม่ต่ำกว่า 0.6 ในการศึกษาครั้งนี้ ค่าแอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.653-0.877 และความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) ผลดูที่ค่า Factor loading ของแต่ละตัวแปรจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไปผลการศึกษานี้ค่า Factor loading มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.4 ดังนั้น จึงถือว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้งานได้
5. นำแบบสอบถามไปจัดพิมพ์และเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์
 - 1.1 เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดบุรีรัมย์ 3 คน และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ 3 คน รวม 6 คน
 - 1.2 ผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการในจังหวัดบุรีรัมย์มีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเลือกการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกผู้ประกอบการในด้านต่างๆ ได้แก่ ร้านขายของที่ระลึก ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว รายละเอียด 5 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน
2. ข้อมูลจากประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ จำนวน 400 คนได้จากการใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังรายละเอียดต่อไปนี้

 - 2.1.1 ประชากรที่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ซึ่งมีอยู่ 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอประโคนชัย อำเภอบ้านกรวด อำเภอเฉลิมพระ

เกียรติ อำเภอนนดินแดง อำเภอนาโพธิ์ อำเภอพุทไธสง มีจำนวนประชากรทั้งหมด 566,147 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

2.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในปีพ.ศ. 2556 จำนวน 680,788 คน

2.1.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ในปีพ.ศ. 2556 จำนวน 8,181 คน

โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังสูตรของ Taro Yamane ดังนี้ (กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2552)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

จำนวนประชากรทั้งหมดเท่ากับ 1,255,116 คน คำนวณหาขนาดตัวอย่างได้ดังนี้
แทนค่าลงในสูตรได้

$$n = \frac{1,255,116}{1 + 1,255,116(0.05)^2}$$

$$n = 399.87$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 400 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย ซึ่งกำหนดสัดส่วนขนาดของตัวอย่างเป็นประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 6 : 3 : 1 หรือเท่ากับ 240 : 120 : 40 คน

กลุ่มบุคคล	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. ประชากรที่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยว	566,147	240
2. นักท่องเที่ยวชาวไทย	680,788	120
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	8,181	40
รวม	1,255,116 คน	400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนตัว วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ (Percentage)
2. ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. ความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
4. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการใช้สถิติการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
5. แนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นคำถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของยามาเน (Yamane อ้างจาก สีน พันธุ์พินิจ, 2553)
2. การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (สิน พันธุ์พินิจ, 2553)
3. หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องใช้สูตร IOC (Item Objective Congruence)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สรุปได้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. สรุปความคิดเห็นของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์สรุปได้ ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่สถานที่นั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ ด้านราคา โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่ราคาอาหารไม่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ด้านทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่ความเหมาะสมของลานจอดรถ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมปัญหาอยู่ที่การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ที่ด้านการสื่อสาร พูดภาษาต่างประเทศ ของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ที่ความต่อเนื่องในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่พื้นที่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวขาดความสมบูรณ์ ด้านผลิตภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่คำบรรยายสถานที่ท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษมีไม่มากควรเพิ่มให้มากขึ้น

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามความคิดเห็นของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อปัญหาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมแนวความคิดเห็นของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อปัญหาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.958$, $Sig. = .143$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ (.296) ด้านทำเลที่ตั้ง (.238) ด้านบุคลากร (.109) ด้านลักษณะทางกายภาพ (.090) ด้านราคา (.076) ส่วนความคิดเห็นที่แตกต่าง ได้แก่ ด้านผลิตภาพ (.003) ด้านการส่งเสริมการตลาด (.005) ด้านกระบวนการ (.029) ตามลำดับ

3. สรุปความคิดเห็นของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์สรุปได้ ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ โดยภาพรวมอยู่ที่ตู้ ATM ต้องการให้มีบริการตู้ ATM ให้มากกว่านี้ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ที่สินค้าที่จำหน่ายไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ด้านทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวมอยู่ที่ความเหมาะสมของลานจอดรถ ต้องการให้พัฒนาลานจอดรถให้ได้มาตรฐาน ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ที่การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางทีวี ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ที่การสื่อสาร พูดภาษาต่างประเทศ ของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ที่การมีส่วนร่วมจากคณะกรรมการ

หมู่บ้าน ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่ป้ายเตือนการจราจร เช่น ทางโค้ง ทางขึ้นเขาลงเขา ด้านผลิตภาพ โดยภาพรวมอยู่ที่จำนวนบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีน้อย

4. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจำแนกตามความคิดเห็นของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อความต้องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมแนวคิดของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน ($F = 3.159$, $Sig. = .044$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านกระบวนการ (.000) ด้านการส่งเสริมการตลาด (.002) ด้านลักษณะทางกายภาพ (.028) ด้านราคา (.029) ด้านบุคลากร (.030) แหล่งท่องเที่ยวและบริการ (.015) ส่วนความคิดเห็นไม่แตกต่าง ได้แก่ ด้านผลิตภาพ (.692) และด้านทำเลที่ตั้ง (.110) ตามลำดับ

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จากผลการศึกษา ข้อมูลดังกล่าว สามารถนำข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ได้ดังนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนา เช่น สถานที่พักผ่อน ห้องน้ำห้องสุขา ให้มีความเพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด ตลอดจนจัดหาตู้ ATM และโทรศัพท์สาธารณะไว้บริการนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าเดิม รักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะอาดของร้านอาหาร ห้องน้ำห้องสุขา สถานที่พักผ่อน สถานที่จอดรถ เป็นต้น ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมายให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองเป็นระบบเดียวกันทั่วทั้งจังหวัดและถูกต้องตามหลักสากล พร้อมทั้งการเตรียมการพัฒนาป้ายบอกทางรองรับการท่องเที่ยวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2. ด้านราคา ร้านอาหารประจำแหล่งท่องเที่ยวควรมีการเพิ่มรายการอาหารที่เป็นระดับสากลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น สเต็ก หมู ปลา เนื้อ เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และส่งเสริมให้มีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพให้กับประชาชนในท้องถิ่น

3. ด้านทำเลที่ตั้ง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาด ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้จะให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์เชิงพื้นที่

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และอินเทอร์เน็ต และพัฒนาปรับปรุงศูนย์สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวระดับจังหวัดเข้ากับการท่องเที่ยวในระดับชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

5. ด้านบุคลากร เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ควรจัดอบรมความรู้ภาษาอังกฤษ ด้านการสนทนาให้กับเจ้าหน้าที่ และผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ประสานกับสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถถ่ายทอดความรู้ด้านภาษาอังกฤษให้มาให้การอบรมให้กับเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

6. ด้านกระบวนการ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น และชุมชนในการร่วมบริหาร บูรณะรักษา และเฝ้าระวังแหล่งท่องเที่ยว ในรูปแบบของคณะกรรมการอาสาสมัครประชาชนพิทักษ์แหล่งท่องเที่ยว มีระบบการบริหารจัดการ มีรูปแบบการทำงาน โดยใช้กลไกของท้องถิ่นเป็นพลังในการขับเคลื่อน หรือดำเนินการแบบชุมชนที่ชุมชนน้อม เช่น การนำชุมชนที่มีความแข็งแกร่งในด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม แล้วให้มาอธิบายให้ชุมชนอื่นฟังและปฏิบัติตาม หรือมาเป็นพี่ปรึกษาให้ชุมชนใกล้เคียง

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ปลูกฝังสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คนในชุมชนรู้จักรักและหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวของตนเองเพื่อเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ให้คงอยู่ต่อไป รณรงค์ให้แต่ละชุมชนรักษาสีสิ่งแวดล้อม และปลูกป่าเพิ่มให้มากขึ้น

8. ด้านผลิตภาพ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในจังหวัดบุรีรัมย์ ควรพัฒนานวนอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นแห่งแรกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยนำเอาเทคโนโลยี ที่ทันสมัยมาใช้ เช่น อุปกรณ์พกพาที่มีคำบรรยายประวัติความเป็นมาของนวนอุทยานแห่งชาติ เขาพนมรุ้ง เป็นภาษาอังกฤษให้นักท่องเที่ยว เปิดฟังขณะเดินเยี่ยมชม บ้ายคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษให้มากขึ้น เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ตู้ ATM ศูนย์รับแลกเปลี่ยนเงิน WIFI ที่นั่งสำหรับพักผ่อนไว้บริการนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวแห่งที่สองที่ควรพัฒนาต่อคือ นวนอุทยานเขากระโดง จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก เพราะนวนอุทยานเขากระโดงอยู่ใกล้กับสนามฟุตบอลไอโมบาย และสนามแข่งรถช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ช่วงรอการแข่งขันนักท่องเที่ยวน่าจะมาเยี่ยมชม นวนอุทยานเขากระโดง เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมนวนอุทยานเขากระโดง ควรใช้จุดเด่นของนวนอุทยานเขากระโดงในความเป็นภูเขาไฟที่ดับมาแล้วหลายพันปี เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม ควรมีการคิดค้นประเพณีใหม่ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ประเพณีที่หลายจังหวัดทำแล้วกลายเป็นประเพณีประจำของจังหวัด คือ การจัดงานสมรสมู

ดังเช่นจังหวัดตรัง จัดงานดำน้ำสมรสหมู่ จนกลายเป็นงานประเพณีของจังหวัด จังหวัดบุรีรัมย์ควรจัดงานสมรสหมู่ย้อนรอยอารยธรรมขอม

จากข้อมูลดังกล่าว หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว หรือรวมทั้งชาวจังหวัดบุรีรัมย์ควรร่วมมือกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยการเข้าร่วมโครงการซึ่งทางหน่วยงานราชการจัดขึ้น และปฏิบัติตนให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลจากแบบสอบถามประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และแบบสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่ออภิปรายผลปัญหาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ดังนี้

1. ปัญหาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สถานที่นั่งพักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ห้องน้ำห้องสุขาไม่สะอาด ตู้ ATM บางแห่งไม่มีให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า การส่งเสริมการตลาด ยังมีปัญหามากด้านการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว การใช้สื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยังไม่กว้างพอและยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิทย์ นามบุญเรือง (2553) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย พบว่า ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉลอง ของเดิม (2548) ที่ได้ศึกษาศักยภาพของอุทยานแห่งชาติสาละวิน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า การประชาสัมพันธ์ของอุทยานแห่งชาติสาละวิน อยู่ในระดับพอใช้ ที่จะต้องปรับปรุง นอกจากนี้ยังพบว่า เจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว และบุคลากรในสถานประกอบการ ยังขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ทำให้มีปัญหาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรธิดา ผลงาม (2549) ที่ได้วิจัยและพัฒนาแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาอ่างเก็บน้ำห้วยน้ำหาน ตำบลน้ำหาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย ปัญหาจากผู้ประกอบการด้านการให้บริการบางคมขาดทักษะต่างๆ โดยเฉพาะทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยว ไม่สามารถ

สื่อสารให้เข้าใจได้ ทั้งนี้ก็ปรายได้ว่าเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ยังขาดการกระตุ้นและส่งเสริมการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ จึงทำให้ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติได้

2. ความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีกิจกรรมท่องเที่ยวโดดเด่นคือ การเที่ยวชมปราสาทหิน บุรีรัมย์ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางของอารยธรรมขอมโบราณ ดังจะเห็นได้ว่ามีปราสาทหินอยู่มากมายตามอำเภอต่างๆ ดังนั้น การไปเที่ยวใน จังหวัดบุรีรัมย์จึงเปรียบเสมือนการเที่ยวย้อนอดีต ชมความรุ่งเรืองแห่งอาณาจักรขอมโบราณ การเดินทาง เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใช้เวลาไม่มากสามารถท่องเที่ยวได้มากมายหลายพื้นที่ แต่จากการศึกษาความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้จังหวัดบุรีรัมย์พัฒนาทางด้านการส่งเสริมการตลาด คือ จังหวัดบุรีรัมย์ยังขาดด้านการสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว การใช้สื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยังไม่กว้างพอและยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จึงมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของ จังหวัดให้มากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต วิทยู แพนพับ (ให้มีทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ หรือเพิ่มภาษาต่างประเทศขึ้นอีก 2-3 ภาษา) โฆษณาทางโทรทัศน์ในช่วงเทศกาลงาน ประเพณีต่างๆ ซึ่งควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงลึกและเชิงกว้างยิ่งขึ้น โดยพัฒนาสื่อ เนื้อหา จุดขาย ของ แหล่งท่องเที่ยว เน้นความเป็นอารยธรรมขอมโบราณ สอดคล้องงานวิจัยของ ลักษณะ อินทร์บึง (2553) ที่ได้วิจัยเรื่อง บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา โขง มูนมั่งเมืองขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยผู้วิจัยได้แนะนำไว้ว่า แนวทางการพัฒนาบทบาท ของเทศบาลนครขอนแก่น ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับ ทศไนย วรณ ดวงมาลา และคณะ (2550) ที่ได้วิจัยเรื่อง กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่ง ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่ง ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นที่นิยมและสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือการ โฆษณาโดยใช้สื่อวิทยุ โทรสาร การท่องเที่ยว หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนั้นเอกสารประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ จะทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและมั่นใจในการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจในการท่องเที่ยว และพบว่ากลุ่ม ตัวอย่างมีความต้องการจดหมายข่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอันดับสุดท้าย เพราะจดหมายข่าวมีรูปแบบ และเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์และน่าสนใจน้อยกว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือ การท่องเที่ยว โทรสาร ซึ่งจะให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ สิ่งที่น่าสนใจ เส้นทางเดินทาง และระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่างๆ มากกว่าจดหมายข่าว

นอกจากนี้ยังพบว่า ความต้องการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนา มาก คือ จำนวนบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีน้อย จังหวัดบุรีรัมย์ควรพัฒนา

เจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ซึ่งทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการ ควรได้รับการอบรมให้มีความรู้ภาษาอังกฤษ เพื่ออธิบายประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงกัน และข้อปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อจะได้ให้การแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และควรอบรมความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละเชื้อชาติ เพื่อทำการปรับตัวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวได้ทุกประเทศ สอดคล้องกับ สุภาภรณ์ อุดมวงศ์ (2553) ที่ได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ว่า ประชาชนในชุมชนควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่นและเป็นทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์และน่าท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ค้นพบจากการวิจัย โดยเสนอแนะตามส่วนประสมการตลาดบริการ 8 ด้านดังต่อไปนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวและบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนา เช่น สถานที่พักผ่อน ห้องน้ำห้องสุขา ให้มีความเพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด ตลอดจนจัดหาตู้ ATM และโทรศัพท์สาธารณะไว้บริการนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าเดิม รักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะอาดของร้านอาหาร ห้องน้ำห้องสุขา สถานที่พักผ่อน สถานที่จอดรถ เป็นต้น ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ให้ครอบคลุมทั้งแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง โดยจัดให้เป็นระบบเดียวกันทั่วทั้งจังหวัดและถูกต้องตามหลักสากล พร้อมทั้ง พัฒนาป้ายบอกทางรองรับการท่องเที่ยวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2. ด้านราคา ร้านอาหารประจำแหล่งท่องเที่ยวควรมีการเพิ่มรายการอาหารที่เป็นระดับสากลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น สเต็ก หมู ปลา เนื้อ เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และส่งเสริมให้มีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพให้กับประชาชนในท้องถิ่น

3. ด้านทำเลที่ตั้ง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาด ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้จะให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์เชิงพื้นที่

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และอินเทอร์เน็ต และพัฒนาปรับปรุงศูนย์สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวระดับจังหวัดเข้ากับการท่องเที่ยวในระดับชาติ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

5. ด้านบุคลากร เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ควรจัดอบรมความรู้ภาษาอังกฤษ ด้านการสนทนาให้กับเจ้าหน้าที่ และผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ประสานกับสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถถ่ายทอดความรู้ด้านภาษาอังกฤษให้มาให้การอบรมให้กับเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

6. ด้านกระบวนการ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น และชุมชนในการร่วมบริหาร บูรณะรักษา และเฝ้าระวังแหล่งท่องเที่ยว ในรูปแบบของคณะกรรมการอาสาภาคประชาชนพิทักษ์แหล่งท่องเที่ยว มีระบบการบริหารจัดการ มีรูปแบบการทำงาน โดยใช้กลไกของท้องถิ่นเป็นพลังในการขับเคลื่อน หรือดำเนินการแบบชุมชนพึ่งชุมชนน้อง เช่น การนำชุมชนที่มีความแข็งแกร่งในด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมมาอธิบายให้ชุมชนอื่นฟังและปฏิบัติตาม หรือมาเป็นพี่ปรึกษาให้ชุมชนใกล้เคียง

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ปลูกฝังสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คนในชุมชนรู้จักรักและหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวของตนเองเพื่อเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ให้คงอยู่ต่อไป รณรงค์ให้แต่ละชุมชนรักษาสีสิ่งแวดล้อม และปลูกป่าเพิ่มให้มากขึ้น

8. ด้านผลิตภาพ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในจังหวัดบุรีรัมย์ ควรพัฒนานอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นแห่งแรก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เช่น อุปกรณ์พกพาที่มีคำบรรยายประวัติความเป็นมาของวนอุทยานแห่งชาติ เขาพนมรุ้ง เป็นภาษาอังกฤษ โดยให้นักท่องเที่ยวเปิดฟังขณะเดินเยี่ยมชม มีป้ายคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษให้มากขึ้น เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ตู้ ATM ศูนย์รับแลกเปลี่ยนเงิน WIFI ที่นั่งสำหรับพักผ่อนไว้บริการนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวแห่งที่สองที่ควรพัฒนาต่อคือวนอุทยานเขากระโดง จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก เพราะวนอุทยานเขากระโดงอยู่ใกล้กับสนามฟุตบอลไอโมบาย และสนามแข่งรถช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ช่วงรอการแข่งขันนักท่องเที่ยวน่าจะมาเยี่ยมชม วนอุทยานเขากระโดง เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมวนอุทยานเขากระโดง ควรใช้จุดเด่นของวนอุทยานเขากระโดงในความเป็นภูเขาไฟที่ดับมาแล้วหลายพันปี เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม ควรมีการคิดค้นประเพณีใหม่ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ประเพณีที่หลายจังหวัดทำแล้วกลายเป็นประเพณีประจำของจังหวัด คือ การจัดงานสมรสมู

ดังเช่นจังหวัดตรัง จัดงานดำน้ำสมรสหมู่ จนกลายเป็นงานประเพณีของจังหวัด จังหวัดบุรีรัมย์ควรจัดงานสมรสหมู่ย้อนรอยอารยธรรมขอม

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.

กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.

_____. (2557). สถิตินักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.

กาลัก เต๊ะขันหมาก. (2553). หลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ และคณะ. (2552). ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ:

วิรัตน์เอดูเคชั่น.

ฉลอง ของเดิม. (2548). ศักยภาพของอุทยานแห่งชาติสาละวิน จังหวัดแม่ฮ่องสอนในการส่งเสริม
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทัศนัยวรรณ ดวงมาลา สุนทร ปัญญาพงษ์ และวิมลศิลป์ ปรุณชัยภูมิ. (2550). กลยุทธ์การส่งเสริม
การตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. ชัยภูมิ:
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
เพิร์นข้าหลวง 프린ต์แอนด์พับลิชชิง.

พิมพา หิรัญกิตติ. (2552). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ภัทรธิดา ผลงาม. (2549). การวิจัยและพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกระบวนการมีส่วนร่วม
ร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาอ่างเก็บน้ำห้วยน้ำหาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย. เลย: มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเลย.

ลักขณา อินทร์ปิ้ง. (2553). บทบาทของเทศบาลนครขอนแก่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม:
กรณีศึกษาโฮมมั่งเมืองขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระ ปริญญารัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

สิน พันธุ์พินิจ. (2553). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

สุภาภรณ์ อุดมวงศ์. (2553). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดคลองสาน
อำเภอบางบัว จังหวัดสมุทรปราการ. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญา
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุวิทย์ นามบุญเรือง. (2553). แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว

อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2555). แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (ปี 2557-2560). บุรีรัมย์:

กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์.