

ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

Potential of Tourism Resources in Udon Thani Province

♦ ผกามาศ ชัยรัตน์

นักศึกษาปริญญาเอก มหาวิทยาลัยพะเยา

Pakamas Chairatana

Doctoral Student of Phayao University, E-mail: pakamaschairatana@gmail.com

♦ ชวลีย์ ณ ถลาง

รองศาสตราจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย คณะการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพะเยา

Chawalee Na Thalang

Associate Professor, Graduate Committee, Faculty of Tourism and Hotel Management,
Phayao University, E-mail: ajarnchawalee@gmail.com

Abstract

The objectives of this research were 1) To study the strengths weaknesses opportunities and threats of the environment integrated sustainable Udon Thani province. 2) to study circumstances and Improve of integrated tourism development for sustainable in Udon Thani Province; and 3) to evaluate the potential of tourism resources in Udon Thani Province. It's mixed with a qualitative research and a quantitative research. The qualitative method was conducted by studying documents and intensive interview relating people in 10 important tourist attractions. These 3 groups of interviewee were 1) government officials 2) private sectors and 3) the locals in the tourist attractions. The quantitative method was conducted by studying satisfaction of foreign and domestic tourists visiting Udon Thani Province to study Potential tourism development in Udon Thani Province.

The analysis of the survey data identifies that for the background of tourists, a large proportion of them are women, aged 20-29, single, got Bachelor Degree, own private business, earn 20,000–29,999 baht per month. For the behavior, a large proportion of tourists traveled with their friends, has been to Udon Thani Province, traveled by car, at the weekend, one day trip, traveled for recreation, searched the travel information on the internet, and spent 1,000-3,000 baht. Over half said they were going to visit Udon Thani Province again. For the potential of tourism resources evaluation, it is evident that satisfaction is the highest mean score of 4.11. When considering score of each aspect, it found that all of them are high; activity, culture and history,

nature, exhibition and festival, and service from highest to lowest, respectively. For the factors of tourism marketing, it is evident that satisfaction is the highest mean score of 4.39. When considering score of each aspect, it found that all of them are high; physical appearance, distribution, personnel, process, promotion, and product from highest to lowest, respectively. Co-operation of all relating sectors to develop the potential of tourism resources for sustainable in Udon Thani Province was also emphasized to plan developing the potential of tourism resources such as activity, culture and history, nature, exhibition and festival, and service to lead to sustainable tourism development.

Keywords: Strategic Plan, Sustainable Tourism

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี 2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี 3. เพื่อประเมินศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ในเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้ค้นคว้าศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทุกภาคส่วนได้ครอบคลุมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุดรธานี 10 แหล่ง โดยได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกใน 3 กลุ่มได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 2) ภาคเอกชน 3) ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ในเชิงปริมาณได้สอบถามถึงความพึงพอใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 384 คนเพื่อนำมาศึกษาและประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 20,000-29,999 บาท/เดือน ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ประเภทของยานพาหนะที่ใช้โดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนมากมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ แบบไปเช้าเย็นกลับ เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ส่วนมากรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,000-3,000 บาท มากกว่าครึ่งจะกลับมาเที่ยวอีก การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี ด้านความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ด้านธรรมชาติ ด้านมหรสพและเทศกาลประเพณีและการให้บริการ ด้านความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านกายภาพทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

ทางการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีการจัดการร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธาณินั้น เพื่อให้เกิดการวางแผนการพัฒนา ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ด้านธรรมชาติ ด้านมหรรรรมและเทศกาลประเพณี ด้านการให้บริการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : แผนยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทนำ

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าการผลิตและบริการอื่น ในปีพ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวไทยนับเป็นอีกหนึ่งในแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยหน่วยงานภาครัฐต่างเร่งทำการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยอย่างเข้มข้น ทั้งการจัดกิจกรรมภายในประเทศ การทำการตลาดในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของไทย อาทิ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศในภูมิภาคยุโรป เป็นการสร้างรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว (ชาญวิทย์ ดวงจิตต์, 2558)

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้ยั่งยืน จึงได้กำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1. กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในทุกกระดบัที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศ 2. ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวการกีฬาและนันทนาการไปสู่การปฏิบัติ 3. บูรณาการและบริหารจัดการการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนา การท่องเที่ยวในทุกภาคส่วนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการ ให้มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล 5. พัฒนาระบบและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการให้มีศักยภาพ (ที่มา: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2555-2559)

การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อสนับสนุนแนวทางการพัฒนาประเทศไทยต้องมีการพัฒนาฟื้นฟูและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม รวมถึงพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนามาตรฐานสินค้าและการให้บริการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับวิกฤต ความเสี่ยงและความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทย สร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว พัฒนาการตลาดสมัยใหม่ ส่งเสริมการขายในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยว (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11

พ.ศ. 2555-2559) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564) ได้ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติที่สศช. ได้จัดทำขึ้นประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ได้ให้ความสำคัญ ดังนี้ 1. เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ 2. พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการโดยมีแนวทางการพัฒนา 3. ส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ตามสิทธิที่พึงได้ของบุคคล (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564)

การท่องเที่ยวของประเทศไทย เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน เพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน ทำให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559)

แผนยุทธศาสตร์ก็เปรียบเหมือนกับการใช้เข็มทิศนำทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้โดยหากเราขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ดีก็อาจทำให้การดำเนินงานไปในทางที่ไม่ถูกต้อง ทำให้เสียเวลาและไปถึงเป้าหมายช้า ยุทธศาสตร์เปรียบเหมือนเครื่องมือที่มีความสามารถในการค้นหาวิธีที่ดีโดยการวางแผน เป็นขั้นตอน เพื่อเอาชนะสถานการณ์ดังกล่าวไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์, 2546)

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี โดยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน มีกระบวนการในการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการพัฒนาตามกระบวนการเริ่มจากการประชุม การวางแผนงาน มีเป้าหมายที่ชัดเจน การดำเนินงานและแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จการระดมความคิดเป็นกรอบในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐซึ่งจะนำไปสู่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป (เมต เมตต์การุณจิต, 2556) จังหวัดอุดรธานี ได้กำหนดวิสัยทัศน์ “เมืองน่าอยู่ ศูนย์กลางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง” และพันธกิจ ได้แก่ 1. การสร้างความเข้มแข็งของสังคมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยี 2. การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้ได้มาตรฐานในรูปแบบเกษตรปลอดภัย 3. การพัฒนาระบบคมนาคมและศักยภาพด้านการค้าเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการพัฒนาของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง 4. การพัฒนาการท่องเที่ยวการบริการและการส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ของประชาชนในจังหวัด 5. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน 6. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการภาครัฐ (ที่มา: สำนักงานจังหวัด

อุดรธานี, 2558) จากสถิติในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีมีจำนวน 2,240,664 คน (ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อประเมินศักยภาพ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และถูกต้องครบถ้วน ผู้วิจัยได้จัดทำตามกระบวนการ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างการผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ตัวแทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

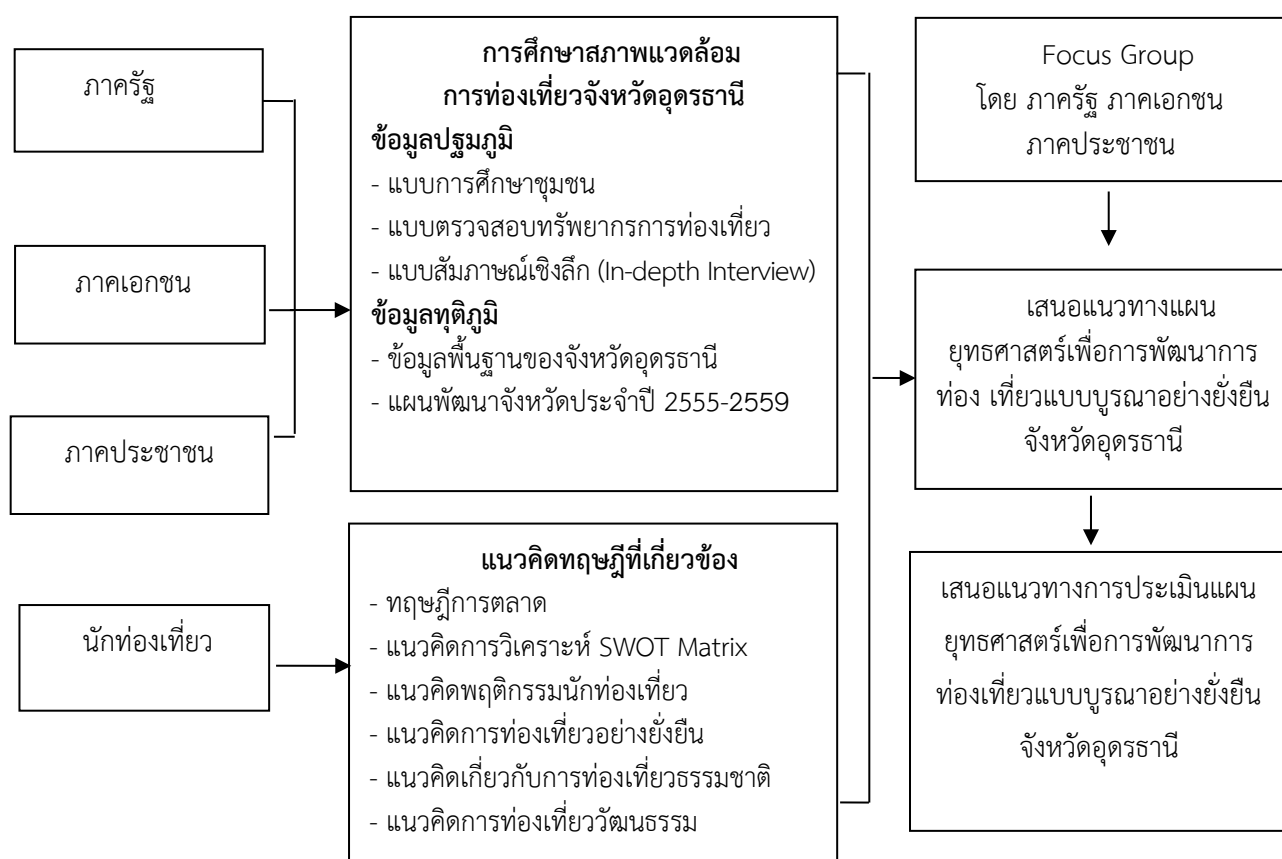
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการประชุมโดยการทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมและทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในด้วยการหาจุดอ่อน จุดแข็ง ของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี และทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อหาโอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาในอนาคต ด้วยเทคนิค SWOT Analysis โดยใช้ตาราง SWOT Matrix เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ โดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลเพื่อพิจารณาว่าถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลาต่างสถานที่และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีแบบสามเส้าได้ข้อค้นพบเหมือนกันแสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มีความถูกต้อง (ชาย โพธิ์สีดา, 2556) ในส่วนของค่าความเชื่อมั่นผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจวัดความตรงเชิงเนื้อหาเป็นหลักเกณฑ์ในการสัมภาษณ์อย่างเป็นระบบ อีกทั้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้เชี่ยวชาญที่ปฏิบัติงานอยู่จริงมีความรู้ความสามารถ ทำให้แบบสัมภาษณ์มีความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่สูงขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ขอหนังสือจากวิทยาลัยการจัดการเพื่อขอเก็บข้อมูลโดยเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก 33 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง

โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

2. การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้ 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 384 คน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี โดยผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 10 แหล่งในการเก็บข้อมูล ได้แก่ 1) พิพิธภัณฑ์เมืองอุดรธานี 2) หมู่บ้านนาข้าว 3) สวนกล้วยไม้อุดรชนไหม 4) พิพิธภัณฑ์สถานบ้านเชียง 5) อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท 6) วัดพระพุทธบาทบัวบก 7) ภูฝอยลม 8) วัดป่าภูก้อน 9) ทะเลบัวแดง 10) วัดคำชะโนด ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบทราบบจำนวนของกลุ่มประชากรที่แน่นอน (Weirs, 2005: ละเอียด ศิลาโนย, 2558) เก็บข้อมูลในระหว่างเดือนธันวาคม 2558-มีนาคม 2559

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดคำจำกัดความของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ดังนี้
ยุทธศาสตร์ (Strategy) หมายถึง การวางแผนแบบมีส่วนร่วม โดยให้ความสำคัญกับอนาคต การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการระดมทรัพยากรมาใช้และพิจารณาถึงทางเลือกต่าง ๆ อย่างรอบคอบเพื่อที่จะทำการกิจต่าง ๆ บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของ การพัฒนาจังหวัดอุดรธานี

การพัฒนา (Development) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้านเป็นไปตามธรรมชาติ ความเจริญก้าวหน้า และความทันสมัยที่มั่นคงยั่งยืน โดยดำรงไว้ในวัฒนธรรมประเพณีที่ดำรงของสังคมทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางโดยมีจุดประสงค์และความต้องการของมนุษย์ในการที่จะไปพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง การประชุมสัมมนา รวมถึงการเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการเพื่อเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยการท่องเที่ยวมุ่งเพื่อหารายได้ทางเศรษฐกิจ และในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวยังช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วยในพื้นที่ของจังหวัดอุดรธานี

การบูรณาการ (Integration) หมายถึง การระดมความคิดเห็นโดยการดำเนินการ จากทุกภาคส่วน เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกระบวนการสารสนเทศที่ใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีอยู่ คือ การบูรณาการในมุมมองการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กันไปในทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงการบูรณาการแนว ความคิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4 กลุ่มได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การดำเนินการที่ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความสมดุลของผลิต การบริโภค และจำนวนประชากรเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่นั้น ๆ

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด (Strategic Plan for Provincial Development) หมายถึง แนวทางการพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ในอนาคตด้วยนโยบายที่ครอบคลุมในทุกด้าน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันนโยบายการพัฒนาประเทศ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตของจังหวัดอุดรธานี

การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง กระบวนการให้บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ และการแก้ไขปัญหา โดยเน้นการมีส่วนร่วม อย่างแข็งขันของบุคคล โดยการแก้ไขปัญหาาร่วมกันได้อย่างเหมาะสม สนับสนุน และติดตามการปฏิบัติงานขององค์กร และบุคคลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดอุดรธานี

การทบทวนวรรณกรรม

ด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายถึงการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดอุดรธานีในระดับมาก จังหวัดอุดรธานีมีทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เหมาะกับการ

ท่องเที่ยวพักผ่อน การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีถนนดี มีป้ายบอกทางชัดเจน ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว การคมนาคมสะดวก สามารถเชื่อมต่อเดินทางไปเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงได้อย่างง่าย สามารถจะพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคตได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับคັນสนีย์ วุฒยาภาธิกรกุล (2551) ได้กล่าวถึงศักยภาพขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวต้องมีจุดดึงดูดความสนใจมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ รวมถึงความมีชื่อเสียงการยอมรับทางประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาอันฉลาดของคนในอดีต ราฟ บุคเลย์ (Raff Buckley, 1992 อ้างถึงใน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542) ได้กล่าวว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการดูแลอยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ มีการศึกษาด้านการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่สำคัญซึ่งจำเป็นต้องมีการกำหนดหลักการไว้เพื่อป้องกันความเสียหาย อันจะเกิดขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ศักยภาพอยู่ในระดับมาก มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดอุดรธานี มีการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และชุมชนเข้ามามีส่วนในการตัดสินใจและร่วมกันจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งสอดคล้องกับสุรินทร์ สุริยวงศ์ (2553) กล่าวว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน แต่ทำให้ชุมชนเกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งยืนยันว่ารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ที่ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงสามารถนำไปใช้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป Wertheim (1981: 3 -5) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนจะเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจในระดับต่างทางการจัดการบริหารและทางการเมืองเพื่อกำหนดความต้องการในชุมชนของตน

ด้านกิจกรรม การเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีรูปแบบวิธีการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่สามารถให้ประสบการณ์เป็นที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่หลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยวและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับพะยอม ธรรมบุตร (2549) ศึกษาวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ระดับท้องถิ่นกล่าวว่า กิจกรรมท่องเที่ยวนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยว หมายความว่าเพียงแต่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่มีอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน แมคอินทอชและโกลด์เนอร์ (McIntosh; & Goeldner, 1984:

132-135) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

บุญมาก ศิริเนาวกุล พิรณัฐ โชวสูงเนิน และสุชาย ธนวลเสถียร (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีและดัชนีชี้วัด โดยคณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสำรวจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและข้อมูลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนด จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และภัยคุกคาม ของการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีซึ่งนำไปสู่การสังเคราะห์เป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 7 ยุทธศาสตร์ อันจะเป็นแนวทางการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี มุ่งพัฒนาให้จังหวัดราชบุรีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความสมดุลในด้านการบริการและการอนุรักษ์ ผลการวิจัยพบว่า แผนแม่บทการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเป็นเอกสารที่สามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีทั้งในด้านส่งเสริมการตลาด การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาผู้ประกอบการ นอกจากนี้แผนยุทธศาสตร์ยังได้กำหนดการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น เพื่อสร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติบริเวณอำเภอสวนผึ้ง ซึ่งสอดคล้องกับลือบปินส์และคูลเตอร์ (Robbins and Coulter, 2002: 198-205) ให้ความเห็นว่า กระบวนการในการวางแผนยุทธศาสตร์ ในแนวคิดนี้เพื่อนำมาใช้ในการบริหารในองค์กร และมีประสิทธิภาพในการบริหารยุทธศาสตร์การวางแผน คือ การจัดการเกี่ยวกับการตัดสินใจ การลงมือปฏิบัติ ซึ่งเป็นภารกิจระยะยาวขององค์กร โดยเป็นไปตามข้อกำหนด ได้แก่ การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติและการติดตามประเมินผลกระบวนการบริหารเชิงยุทธศาสตร์

พะจิต ตามประทีป (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนจังหวัดชัยนาท มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทในเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักจากความคิดเห็นของประชาชน ภาครัฐ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานมีความสำคัญเป็นอันดับแรกและท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นอันดับสอง กลุ่มตัวอย่างมุ่งหวังให้ภาครัฐ บูรณะโบราณสถาน และสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการตัดสินใจวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว และต้องการได้รับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากหน่วยงานภาครัฐด้วย

ภูวนิดา คุณผลิน (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กระบวนการ บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวโน้มและข้อเสนอแนะในกระบวนการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อสร้างเป็นรูปแบบกระบวนการบูรณาการที่เหมาะสม โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก แบ่งเป็นกระบวนการบูรณาการในระดับมหภาค ด้วยการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยใช้เทคนิคเดลฟาย จากการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและผู้แทนของกลุ่มต่าง ๆ

ในชุมชนจำนวน 30 คน และกระบวนการบูรณาการในระดับจุลภาค ด้วยการศึกษาแบบกรณีศึกษา ได้แก่ กรณีที่ 1 การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร กรณีที่ 2 การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ กรณีศึกษาชุมชนคลองแสนแสบ และกรณีที่ 3 การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ กรณีศึกษาไทยพริวิลเลจ สปา ผลการศึกษาพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ารูปแบบกระบวนการบูรณาการมีแนวโน้มความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัย ตัวเร่งการบูรณาการด้านการท่องเที่ยวคือนโยบายของรัฐบาล ส่วนรูปแบบกระบวนการมีแนวโน้ม ความน่าจะเป็นในระดับมาก คือ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ควรเชื่อมโยงกับนโยบายแผนการตลาดของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และแผนการตลาดของกลุ่ม/สมาคมของเอกชน มีการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้อง มีการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติที่ประธานคณะกรรมการมีความเป็นผู้นำและมีอำนาจตัดสินใจ และการจัดตั้งกองทุน สนับสนุนการท่องเที่ยว และมีปัจจัยตัวเร่ง 6 ด้าน คือ สื่อมวลชน ผู้นำในองค์กรหรือท้องถิ่นงบประมาณ กฎหมายที่เกี่ยวข้องหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว และภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว โดยโมเดลกระบวนการบูรณาการมี 2 ระดับคือ “โมเดลกระบวนการบูรณาการระดับมหภาค” ที่เน้นการบูรณาการในระดับนโยบายยุทธศาสตร์ แผนงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกันและ “โมเดลกระบวนการบูรณาการระดับจุลภาค” เน้นการบูรณาการระดับพื้นที่ ประกอบด้วย การประเมินความต้องการการกำหนดเป้าหมาย การกำหนดผู้มีส่วนได้ 85 ส่วน การกำหนดพันธกิจ และภารกิจ กระบวนการมีส่วนร่วม การตั้งวัตถุประสงค์ การบูรณาการแผนการปฏิบัติการและการประเมินผลแบบมีส่วนร่วม

ซูเพ็ญ วิบูลสันติ (2551) เปรียบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างไรจุดแข็งขององค์กรจะเป็น ความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสาร (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้แก่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดจันทบุรี

1. นำข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้านการวางแผนยุทธศาสตร์มาสร้างแบบสอบถามด้านแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดจันทบุรี
2. ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมทั้งสิ้นจำนวน 384 ชุด รวบรวมแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3. บันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์และใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลออกมาเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

4. ผู้วิจัยจัดประชุมกลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี องค์การบริหารส่วนตำบล บริษัทขนส่งจังหวัด พาณิชย์จังหวัด ประมงจังหวัด สาธารณสุข ตำรวจ และกรมป่าไม้ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยวและผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ประชาชน ได้แก่ บุคคลที่อยู่ในพื้นที่ของจังหวัดอุดรธานี

5. เสนอแนวทางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุดรธานี

6. เสนอแนวทางการประเมินแผนยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุดรธานี

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษา พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาได้แก่ เพศหญิง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.9 มากกว่าครึ่งมีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 มีสถานภาพโสด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาได้แก่ สมรส จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาได้แก่ ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และมีรายได้ระหว่าง 20,000–29,999 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 10,000–19,999 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี 1-2 ครั้ง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาได้แก่ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีกับครอบครัว จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 มากกว่าครึ่งประเภทของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาได้แก่ เครื่องบิน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9 รองลงมาได้แก่ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีแบบไปเช้าเย็นกลับ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาได้แก่ พักค้าง

คืนในจังหวัดอุดรธานี 1 คืน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 พักค้างคืนที่โรงแรม จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาได้แก่ รีสอร์ท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 มากกว่าครึ่งเดินทางมาจังหวัดอุดรธานีเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาได้แก่ เยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ส่วนมากรู้จักแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาได้แก่ เพื่อน/ญาติ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,000–3,000 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาได้แก่ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 3,001–5,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 และมากกว่าครึ่งจะกลับมาเที่ยวอีก จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 97.9 รองลงมาได้แก่ ไม่กลับมาเที่ยวอีกแล้ว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุดรธานีในภาพรวม

การประเมินศักยภาพของการ	จำนวน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
พัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง	น้อย	น้อย	ปาน	มาก	มาก			ความพึงพอใจ
ยั่งยืนของจังหวัดอุดรธานี	ที่สุด		กลาง		ที่สุด			
ด้านธรรมชาติ	0 (0.0)	3 (0.8)	28 (7.3)	226 (58.9)	127 (33.1)	4.24	0.61	มากที่สุด
ด้านวัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (4.4)	228 (59.4)	139 (36.2)	4.32	0.55	มากที่สุด
ด้านมหกรรมและเทศกาล ประเพณี	0 (0.0)	1 (0.3)	32 (8.3)	230 (59.9)	121 (31.5)	4.23	0.60	มากที่สุด
ด้านกิจกรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (3.4)	205 (53.4)	166 (43.2)	4.40	0.56	มากที่สุด
ด้านการให้บริการ	0 (0.0)	1 (0.3)	39 (10.2)	261 (68.0)	83 (21.6)	4.11	0.56	มาก
รวม						4.11	0.38	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุดรธานี จากการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของการประเมินศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุดรธานีในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ด้านกิจกรรม ($\bar{X}$ = 4.40) รองลงมาได้แก่ ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ($\bar{X}$ = 4.32) ด้านธรรมชาติ ($\bar{X}$ = 4.24) ด้านมหกรรมและเทศกาลประเพณี ($\bar{X}$ = 4.23) และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการให้บริการ ($\bar{X}$ = 4.11) ตามลำดับ

รายด้านพบว่า

1. ด้านธรรมชาติ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ คำชะโนด อำเภอบ้านดุง ลำดับต่อมาคือ สวนสาธารณะหนองประจักษ์ อำเภอเมืองอุดรธานี และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ภูผอยลุม อำเภอหนองแสง

2. ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ วัดป่าภูก้อน อำเภอน้ำโสมลำดับต่อมา คือ คำชะโนด อำเภอบ้านดุง และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ วัดนาคาเทวี บ้านนาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี

3. ด้านมหรรรรมและเทศกาลประเพณี ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ งานบวงสรวงกรมหลวงประจักษ์ทุกวันที่ 18 มกราคมของทุกปี ณ บริเวณอนุสาวรีย์กรมหลวง อำเภอมืองอุดรธานี ลำดับต่อมา คือ งานนมัสการพระพุทธบาทบัวบก จัดที่วัดพระบาทบัวบกวันที่ 13-15 ค่ำ จัดขึ้นเดือนของทุกปี อำเภอบ้านผือ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ งานมะม่วงแพร่ อำเภอนองวัวซอ

4. ด้านกิจกรรม ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์วัดบ้านดาด อำเภอมืองอุดรธานี ลำดับต่อมา คือ ล่องเรือชมธรรมชาติ หุ่นทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ งานประเพณีลอยกระทง จัดขึ้น ณ สวนสาธารณะหนองประจักษ์ศิลปาคม

5. ด้านการให้บริการ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวโดย รถยนต์ รถประจำทาง ทางรถไฟ และทางอากาศ มีความสะดวกทุกเส้นทาง ลำดับต่อมา คือ ด้านที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และราคามีความเหมาะสม และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ มีความชัดเจน เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายโฆษณา เป็นต้น

แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	จำนวน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (6.0)	226 (58.9)	135 (35.2)	4.29	0.57	มากที่สุด
ด้านราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	0 (0.0)	0 (0.0)	36 (9.4)	202 (52.6)	146 (38.0)	4.29	0.63	มากที่สุด
ด้านการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว	0 (0.0)	1 (0.3)	26 (6.8)	132 (34.4)	225 (58.6)	4.51	0.63	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว	0 (0.0)	0 (0.0)	33 (8.6)	165 (43.0)	186 (48.4)	4.40	0.64	มากที่สุด
ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว	0 (0.0)	0 (0.0)	24 (6.3)	153 (39.8)	207 (53.9)	4.48	0.61	มากที่สุด
ด้านกายภาพทางการท่องเที่ยว	0 (0.0)	0 (0.0)	22 (5.7)	142 (37.0)	220 (57.3)	4.52	0.60	มากที่สุด
ด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยว	0 (0.0)	0 (0.0)	27 (7.0)	150 (39.1)	207 (53.9)	4.47	0.63	มากที่สุด
รวม						4.39	0.55	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี การศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านกายภาพทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.52) รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.51) ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.48) ด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.47) ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว

และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และด้านราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ

รายด้านพบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ผ้าทอลายชนิด ผ้าไหมลายชนิด เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง เป็นต้น ลำดับต่อมา คือ โรงแรมที่พักต่าง ๆ ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวของกิจกรรม เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เขื่อนนิเวศ ศิลปะวัฒนธรรมประเพณีและประวัติศาสตร์ เป็นต้น
2. ด้านราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความเหมาะสมของราคาที่พัก และการบริการที่ได้รับ ลำดับต่อมา คือ ความเหมาะสมของราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความเหมาะสมของราคาสินค้าและของที่ระลึก
3. ด้านการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักและ Package Tour โดยผ่านเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวได้ ลำดับต่อมา คือ นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักและ Package Tour ผ่านตัวแทนจำหน่ายบริษัททัวร์ได้ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวได้
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และค้นหาข้อมูลได้สะดวก ลำดับต่อมา คือ มีการส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบ เช่น มีส่วนลดพิเศษให้สำหรับมาเป็นคณะ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการโฆษณากิจกรรมท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อที่หลากหลายเช่น YouTube Facebook รายการทีวี แมกกาซีน แผ่นพับ เป็นต้น
5. ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ประชาชนในพื้นที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรีและมิตรภาพ ลำดับต่อมา คือ เจ้าหน้าที่มีความรอบรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวมีความเพียงพอต่อการให้บริการ
6. ด้านกายภาพทางการท่องเที่ยว ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความถูกต้องของป้ายบอกสถานที่และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน ลำดับต่อมา คือ การแบ่งพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น โซนสถานที่ท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านอาหาร ที่พัก ห้องน้ำ เป็นต้น
7. ด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยว ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ กระบวนการในการเดินทางมีความชัดเจนและถูกต้อง ลำดับต่อมา คือ กระบวนการในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยากเข้าใจได้ง่าย และกระบวนการให้บริการต้อนรับจากแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กระบวนการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานีทั้ง 3 ภาคส่วน สรุปได้ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีความพร้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ทั้งในด้านที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จังหวัดอุดรธานีมีความโดดเด่นและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติและทางด้านวัฒนธรรม ภาครัฐเองได้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ในด้านการบริหารจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ปัญหาในเรื่องการจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนการทำงานร่วมกัน การกำหนดนโยบายต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวยังขาดการวางแผนร่วมกันกับหน่วยงานอื่น ๆ จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีทิศทางในการดำเนินงานที่แน่นอนชัดเจนร่วมกันกับจังหวัด ผู้นำชุมชนในแต่ละพื้นที่ควรมีการประสานงานกันและทำงานร่วมกัน ให้ความร่วมมือในเรื่องการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะทำให้จังหวัดอุดรธานีมีศักยภาพรวมถึงความพร้อม ในด้านการให้บริการทุกรูปแบบ

2. หน่วยงานภาคเอกชน ได้ให้ความเห็นว่า ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีนั้น พบว่า ภาคเอกชนควรมีส่วนร่วมในการบูรณาการการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในส่วนภาคเอกชนนั้นได้มีส่วนร่วมในด้านการสร้างงาน สร้างอาชีพ ภาคเอกชนได้พัฒนาธุรกิจการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีได้อย่างเพียงพอ เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก รวมถึงแหล่งสถานบันเทิงต่าง ๆ และคนในชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเองควรมีจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ ในระยะเวลาสั้น ๆ ควรให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการช่วยกันดูแลรักษาอนุรักษ์ รักษาและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

3. ภาคประชาชน ได้ให้ความเห็นว่า ชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความยินดีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาท่องเที่ยว รวมถึงในเรื่องการให้บริการต่าง ๆ ส่วนในด้านการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นั้น พบว่า ชุมชนอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยดูแลจัดการส่งเสริมและสนับสนุน รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเข้ามาบริหารจัดการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น มีความสะดวกสบายมากขึ้น คนในชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นอยากให้ภาครัฐเข้ามาส่งเสริมในด้านการให้บริการด้านต่าง ๆ เช่น อบรมด้านภาษาต่างประเทศ การฝึกอาชีพ และสนับสนุนงบประมาณการจัดตั้งสหกรณ์ ร้านค้า เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ย่อมเป็นผลดีต่อคนในชุมชนพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้คนชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมีอาชีพเสริมและสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี สามารถนำมาสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.9 อายุระหว่าง 20-29 ปีคิดเป็นร้อยละ 54.7 สถานภาพโสดร้อยละ 69.0 การศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 59.1 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 39.1 รายได้ระหว่าง 20,000-29,999 บาทร้อยละ 37.2 สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550, 57-59) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพครอบครัว เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,000-3,000 บาท และยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์ เก่งกล้าและจิตติ มีปลื้ม (2555) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคลในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีอยู่ที่ 850-1,000 บาท

สอดคล้องกับงานวิจัยของดลใจ มณีงาม (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, F-test, LSD, Chi-Square และหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน งานวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้มาเที่ยวส่วนใหญ่ มาเที่ยว 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน มาเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ เดินทางมาโดยรถส่วนตัว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001-5,000 บาทและจะกลับมาเที่ยวอีก

2. การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี การศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกายภาพทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และด้านราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากันตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเขมิกา คุ่มเพชร (2555) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะพยาม จังหวัดระนอง โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคา การจัดจำหน่าย และลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาดต้องมีการประชาสัมพันธ์เกาะพยามให้นักท่องเที่ยวทราบมากขึ้นเช่นเดียวกัน

3. การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษา ความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธาณินั้น พบว่า ต้องมีการวางแผนการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ด้านธรรมชาติ ด้านมหกรรมและเทศกาลประเพณี ด้านการให้บริการ รวมถึงด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพะจิต ตามประทีป (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนจังหวัดชัยนาท มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทในเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักจากความคิดเห็นของประชาชน ภาครัฐ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานมีความสำคัญเป็นอันดับแรกและท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นอันดับสอง กลุ่มตัวอย่างมุ่งหวังให้ภาครัฐ บูรณะโบราณสถาน และสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการ ตัดสินใจวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว และต้องการได้รับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากหน่วยงานภาครัฐด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น ผ้าทอลายชนิด ผ้าไหมลายชนิด เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง เป็นสินค้าของที่ฝากที่ได้รับความนิยม ควรมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
2. ด้านราคา ควรมีการสนับสนุนและให้ความสำคัญ ในการรักษาระดับราคาสินค้าให้เป็นมาตรฐาน
3. ด้านการจัดจำหน่าย มีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ สื่อต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก Package Tour ผ่านตัวแทนจำหน่ายบริษัททัวร์ได้
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และค้นหาข้อมูลได้สะดวก มีการส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบ เช่น มีส่วนลดพิเศษให้สำหรับมาเป็นคณะ มีการโฆษณากิจกรรมท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อที่หลากหลายเช่น YouTube Facebook รายการทีวี แมกกาซีน แผ่นพับ เป็นต้น
5. ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ควรมีการพัฒนาและการฝึกอบรมให้แก่บุคลากรชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ พ่อค้า แม่ค้า และผู้ดูแลให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจ และมีความประทับใจทุกครั้ง
6. ภาครัฐ ควรให้การสนับสนุน การมีส่วนร่วมในการพัฒนา การกำหนดแนวทางเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้
7. ภาคเอกชน ควรคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อไม่มุ่งเน้นเอาแต่ผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว
8. ประชาชน คนในชุมชน ควรมีจิตสำนึกรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวไว้เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการทำวิจัย เรื่องการท่องเที่ยวพื้นที่เชื่อมโยงในกลุ่มแม่น้ำโขง ที่มีความเชื่อมโยงกัน ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดการท่องเที่ยวกลุ่ม 5 จังหวัดได้แก่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดเลย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ
2. ควรศึกษาการทำวิจัย พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีที่มีความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันโดยการสร้างความร่วมมือและพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยว
3. ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและปลูกจิตสำนึกในการรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

References

- Sirinaovakul Boonmark, (2013). P.operatives Cho Sung and Steve Thanawastien *Tourism Strategic Plan. Ratchaburi Province index measurement*. Bangkok: Stamford International University.
- Doungjit, Chanwit. (2015). *Discover Thainess*. [http // : tatnewsthai.org/detail.php?newsD=3759](http://tatnewsthai.org/detail.php?newsD=3759) Searched on April 30.
- Podhisita, Chay. (2013). *Qualitative research*. Edition 6. Bangkok: Amarin Printing Software. Advertising & Publishing.
- Wibulsanti Chupen, (2011). *Analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats (risks)*. Enterprise (SWOT Analysis). On December http://www.pharmacy.cmu.ac.th/pharmcare/pharad/swot_982.htm.
- Khumphet, Kemmika. (2012). *The Tourism Development Payam Ranong by Participation Community tourism Naresuan*. The independent study MA, hotel management and tourism, university.
- Chareonwongsak, Kriengsak. (2003). *Integrative Thinking* (No. 4). Bangkok: Success Media.
- Silanoi Laiard, (2015). *Methodology for determining sample quantitative research*. Bangkok: Publisher Bangkok blueprints Limited.
- Mattekaronjit Matte, (2013). *Development strategy: from theory to practice proactive*. Nonthaburi: Book Point Academic.
- McIntosh, Robert W ; Goelder, Charles R ; & Ritchie, J.R. Brent. (1995). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. USA.
- Robbins,S.P.,& Coufter,M. (2002). *Mznagement*. 7thed. New Jersey: Prentice-Hall International.

- Ministry of Tourism and Sports. (2012). *Tourism Strategic Plan of 2554-2558*. Bangkok. Ministry of Tourism.
- Office of the National, (2012). Economic and Social Development ; *National Economic and Social Development Plan National No. 11 of 2555 -2559*. The Prime Minister.
- Tampateep Pajit, (2006). *Strategic planning, development for eco-tourism sustainable*. Chainat BS. M. Bangkok: Graduate School. University Press.
- Dhamabutra Payom, (2006). *Documents for teaching about participation. Local communities in tourism development*. Bangkok: Institute of Ecotourism development. University Press.
- Khunpalin Phuwanida, (2012). *Tourism Strategy of Development Administration, Bangkok. Integrated*. Ph.D. philosophy Branch Administration, College Ramkhamhaeng University.
- Wutayapatheerakun, Sunsanee (2008). *The standard tour Enhance the quality of tourism offices Tourism: Tourism Ministry*.
- Chandawanich Suprank, (2013). *Qualitative research methods*. Edition 21 Bangkok: Chulalongkorn. University.
- Suriwong Surin, (2010). *Shape of tourism at Lum Manumandang. The Chiang Mai A sustainable tourism*. Dissertation Doctor of Philosophy of Development Tourism University.
- Thailand Institute, (1999). of Scientific and Technological Research. The final report. Implementation of policy for ecotourism. OR (2). Bangkok: Thailand Institute of Scientific and Technological Research.
- Wertheim, W.F. (1981). *The Urgency Factor and Democracy : a theoretical contribution to Unrisd' debate on participation*. Geneva: UNRISD.



Pakamas Chairatana, Master of Arts Program in Hotel and Tourism Management Naresuan University, Doctor of Philosophy Tourism Management Phayao University, Current Position is Teacher in Hotel Department at College of Business Administration and Tourism Bangkok



Associate Professor Chawalee Na Thalang, Graduate Committee, Faculty of Tourism and Hotel Management, Phayao University.