

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัด “ร้อยแก่น มหา กาศ” ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาบูรณาการปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการวิจัย ซึ่งได้แบ่งสาระสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 ระบบและหลักการจัดการท่องเที่ยว
 - 1.3 การจัดการการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวและอุปทานของการท่องเที่ยว
 - 2.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว
 - 2.2 อุปทานการท่องเที่ยว
3. ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)
 - 3.1 ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน
 - 3.2 การปรับโครงสร้างภาคบริการ
4. แหล่งท่องเที่ยว “ร้อย แก่น มหา กาศ”
 - 4.1 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด
 - 4.2 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น
 - 4.3 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม
 - 4.4 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาฬสินธุ์
5. แนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับการจัดการความรู้
 - 5.1 ความหมายและความสำคัญของการจัดการความรู้
 - 5.2 กระบวนการจัดการความรู้
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ตามสามัญสำนึกของบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะคนไทยส่วนใหญ่มักเข้าใจความหมายของ “การท่องเที่ยว” ไปเกี่ยวข้องกับ การ “เที่ยว” อันเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบันเทิงหรือพักผ่อนที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องงานหรือธุรกิจ แท้จริงแล้ว ความเข้าใจตามสามัญสำนึกแตกต่างจากความหมายเชิงวิชาการหรือธุรกิจของกิจกรรมนี้ กล่าวคือ ความหมายเชิงวิชาการมิได้แยกแยะว่า การท่องเที่ยวจะเป็นการแยกการบันเทิงออกจากเรื่องธุรกิจ และได้กำหนดความหมายให้ครอบคลุมการเดินทางที่เกี่ยวกับธุรกิจเป็นการท่องเที่ยวด้วย (รายงานสถิติประจำปี พ.ศ. 2545 : 5)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้คำนิยามของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสู่ประเทศไทยไว้ว่า หมายถึง “บุคคลผู้มาเยือนประเทศไทยเพื่อเหตุผลใดก็ตาม นอกเหนือจากการประกอบอาชีพที่ได้รับค่าตอบแทน (to exercise remunerated activity) ภายในประเทศ บุคคลผู้นั้นจะต้องอยู่ในประเทศอย่างน้อย 1 คืน แต่ต้องไม่เกิน 90 วัน ความมุ่งหมายในการเดินทางของบุคคลเหล่านี้ อาจรวมถึงการพักผ่อน (Leisure) ซึ่งอาจรวมถึงการนันทนาการ (Recreation) การพักผ่อนวันหยุด (Holiday) กิจกรรมด้านสุขภาพ (Health) การศึกษา (Study) ศาสนกิจ (Religion) และการกีฬา (Sport) และยังรวมถึงกิจกรรมทางธุรกิจ (Business) กิจกรรมครอบครัว (Family) กิจกรรมตามพันธกิจ (Mission) และการประชุม (Meeting)” นอกจากนี้คำนิยามของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแล้ว องค์กรใหญ่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) หรือสำนักสำมะโนประชากรของสหรัฐอเมริกา (U.S. Bureau of Census) หรือ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกา (U.S. Travel Data Center) ก็เสนอคำนิยามที่คล้ายคลึงกัน การศึกษานี้จะยึดถือความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายทางวิชาการดังกล่าวข้างต้น

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง แต่การเดินทางบางประเภทก็ไม่นับว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้ตามข้อตกลงระหว่างนักวิชาการทางการท่องเที่ยวขององค์กรท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union for Official Tourism Organizations : IUOTO) ได้กำหนดว่าการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้ 1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ 3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สุนิสา โพรธีเตี้ย (2534 : 18) กล่าวถึงเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน ดังนี้ 1. อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้ บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยมีความต้องการมีความสามารถ มีความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้น

2. อุปทานการท่องเที่ยว หรือการเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดให้มีเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ อุปทานที่ปรากฏในลักษณะของรูปธรรม นามธรรม หรือสิ่งที่มีอยู่ เป็นอยู่ตามธรรมชาติ รวมทั้งสิ่งที่มนุษย์คิดค้นขึ้นอุปทานจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง ไปแหล่งท่องเที่ยว

ประเวศ วะสี (2544 : 5-10) ได้นำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว 10 ประการคือ

1. เพื่อยกระดับจิตสำนึกศักดิ์ศรีและคุณค่าของการเป็นคนไทย ที่เรียกว่ามิติทางจิตวิญญาณ ไม่ใช่แค่มิติทางวัตถุหรือเงินทองเท่านั้น
2. เพื่อกระตุ้นการวิจัย เช่น การวิจัยประวัติศาสตร์ตำบล ความหลากหลายทางชีวภาพ และภูมิปัญญาความรู้ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ โดยการทำให้เป็นระบบข้อมูลไว้
3. เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม โดยให้เยาวชนและประชาชนในแต่ละท้องถิ่นได้เรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ในชุมชนของตนซึ่งมิได้หมายความว่าถึงศิลปะแขนงต่าง ๆ เท่านั้นหากยังรวมถึงวิถีชีวิตรวมกันของกลุ่มชนนั้น ๆ ด้วย
4. เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น โดยการท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นเครื่องมือ หนึ่งในในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจความยากจนซึ่งชุมชนสามารถให้บริการที่พัก อาหาร สินค้าชุมชน โดยสร้างความเชื่อมโยงกับการวิจัยประวัติศาสตร์ตำบล หรือทรัพยากรในท้องถิ่น
5. เพื่อส่งเสริมให้มนุษย์กับมนุษย์ได้สัมผัส ได้พัฒนาจิตใจให้สูงขึ้น (Human Touch) เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นการเคลื่อนไหวคนให้ ได้มาพบและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การที่มนุษย์ได้มีปฏิสัมพันธ์กันนั้นจะทำให้เกิดความรักความเข้าใจกันมากขึ้น
6. สร้างและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม หากผู้เกี่ยวข้องของทุกฝ่ายได้รับรายได้อย่างเป็นธรรมและเห็นความยุติธรรมนั้น เขาจะพยายามรักษาระบบซึ่งวิธีการหนึ่งที่สำคัญคือ จะต้องมีการพัฒนาระบบบัญชีที่ทุกคนดูง่าย โดยระบบบัญชีนี้จะเป็นทั้งข้อมูล (Information) และการสื่อสาร (Communication) เพื่อแสดงความยุติธรรม ดังนั้นระบบการบัญชีการท่องเที่ยวในชุมชน จะต้องให้คนดูง่ายว่ารายได้มาอย่างไร และกระจายไปที่ใบบ้าง
7. ก่อให้เกิดความสุขอย่างสร้างสรรค์ ความสุขที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ควรจะเป็นความสุข อย่างสร้างสรรค์ ความสุขที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายวัฒนธรรม ความสุขที่ได้จากการเรียนรู้ว่าผู้คนอยู่ด้วยกันเป็นชุมชนได้อย่างไร การท่องเที่ยวควรนำไปสู่การสร้างสรรค์ ดังนั้น ต้องมีการตั้งเป้าหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดี เมื่อนักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วได้สัมผัสและเรียนรู้ในสิ่งที่ดีก็จะเกิดแรงบันดาลใจในการทำสิ่งที่ดีด้วย

8. พัฒนาการศึกษ การท่องเที่ยวสามารถมีส่วนส่งเสริมให้ท้องถิ่นพัฒนาการวิจัย การเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรในท้องถิ่น รวมถึง การอบรมบุคลากรในท้องถิ่นให้สามารถ เป็นมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่นได้

9. ส่งเสริมให้เกิดสังคม โปร่งใสและยุติธรรม การท่องเที่ยวสามารถเป็นสื่อกลางในการ นำเสนอข้อมูลในสังคม เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นระบบที่มีการเกี่ยวข้องของบุคคลหลาย ฝ่ายทั้ง ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นบุคคลภายใน ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยว ยังต้องมีการสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดการถ่ายเทข้อมูลข่าวสารแบบ สองทางได้ คือ ทั้งจากภายในออกสู่ภายนอก และจากภายนอกเข้าภายใน การรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ นี้เอง เป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญของการสร้างสังคม โปร่งใส

10. พัฒนาระบบการจัดการ (Management made the impossible possible) การจะทำให้ ระบบมีพลังนั้น จะต้องสร้างวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) และต้องทำเป็นกระบวนการอย่างต่อเนื่อง โดยให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องการท่องเที่ยว (Tourism for all and all for Tourism)

จากแนวคิดสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวจะดำรงอยู่ได้นั้นจะต้องมีอุปสงค์ คือความ ต้องการของ นักท่องเที่ยวและอุปทานการท่องเที่ยวซึ่งเป็นลักษณะของการเสนอขายและบริการการท่องเที่ยวใน การทำธุรกิจท่องเที่ยว “ ร้อย แก่น สาร” เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยมีมรดกทางวัฒนธรรมประเพณี ที่สวยงามนอกจากมีแหล่งท่องเที่ยวแล้ว สินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของที่นี้ก็มีชื่อเสียง จึงถือว่าเป็นอุปทาน การท่องเที่ยวที่สามารถ ดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้เป็นอย่างดี

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเป็นระบบ โดยมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่าง องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) ซึ่งในองค์ประกอบแต่ละด้านก็จะมีองค์ประกอบย่อย ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมอยู่ด้วย ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบด้านอุปทาน (Supply) ถือเป็นทรัพยากรหลัก ทาง การท่องเที่ยวซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว ทางศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และ โบราณคดี

2. บริการการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบด้านอุปทาน (Supply) ถือเป็นทรัพยากร รองรับ การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นจุดมุ่งหมายหลัก ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว แต่ บางครั้งก็ พบว่า บริการบางประเภทสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ จนเป็นเสมือน

จุดประสงค์ หลักประการหนึ่งของการเดินทางได้ บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง สถานที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบด้านอุปสงค์ (Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยว ซึ่งในกระบวนการจัดการจะรวมถึงการพัฒนาและส่งเสริมการขายด้วย สำหรับความหมายของนักท่องเที่ยวมี 3 ลักษณะ ดังนี้ (กองบริการวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544 : 124)

3.1 ผู้มาเยือน (Visitors) คือบุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนในระยะเวลาไม่เกิน 90 วันเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ แต่ไม่ต้องก่อให้เกิดค่าใช้จ่าย ค่าตอบแทนจากสถานที่ ที่ตนไปเยี่ยมชม (ซึ่งไม่รวมการเดินทางเพื่อไปทำงานเพื่อการศึกษา การโยกย้ายถิ่นฐานชั่วคราวของแรงงาน)

3.2 นักท่องเที่ยว (Tourist) คือบุคคลที่เดินทาง จากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่หนึ่ง โดยมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 90 วัน ด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์อื่นเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และให้หมายรวมถึงผู้รับบริการ หรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยเสียค่าบริการด้วย

3.3 นักทัศนจร (Excursionist or Day Tripper) คือบุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวร ไปยังอีกสถานที่หนึ่งเพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีได้ค้างคืนและไม่มีรายได้หรือค่าตอบแทนในการ ไปเยือนสถานที่นั้น

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

เฮลโลเวย์ (Holloway, 1983 : 5) การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงาน ไปยังสถานที่อื่น ในระยะเวลาสั้น ๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ต้องการไปเยี่ยมญาติมิตร หรือท่องเที่ยว

คอลต์แมน (Coltman, 1989 : 12-15) การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าวแล้วต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวอันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย เป็นต้น การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจัดการท่องเที่ยว

หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และประการสุดท้ายคือ การต้อนรับด้วยไมตรีจิตจากประชาชน ในท้องถิ่นอันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

พอนด์ (Pond. 1993 : 20) การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการ และการอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสุขสบายในการเดินทาง

เดวิดสัน (Davidson.1993 : 7) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราว ในระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา เป็นต้น

เสรี วงศ์ไพจิตร (2534 : 16-17) การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของ ปรัชญาการณและความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ หรือการกระทำต่อกันและกันของ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจ และต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ

นิคม จารุมณี (2544 : 19) การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีใจเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

เสกสรรค์ ยงควนิษฐ์ (2547 : 44-48) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ ตามวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ ที่มีใจเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจ หรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทาง ธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ ซึ่ง ผู้วิจัยได้นำประเด็นการท่องเที่ยว มาใช้ในการตั้งแบบสอบถามถามนักท่องเที่ยว เพราะการ ท่องเที่ยวจะสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ เพื่อสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว ให้เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ, สภาพ สังคมวัฒนธรรม, วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อ ธรรมชาติ ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว, การคมนาคม, ข้อมูลสารสนเทศ, การ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์, และการให้บริการ

2. ระบบและหลักการจัดการการท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541 : 31-45) ได้ให้แนวคิดและหลักการในการจัดการท่องเที่ยว โดยต้องพิจารณาจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายต้องพิจารณา

ระบบย่อย และองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย

ระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกได้เป็น 3 ระบบ ดังนี้ คือ

1. ทรัพยากรทางท่องเที่ยว (Tourism Resource) ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) ได้แก่ การให้บริการ เพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่พื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการการท่องเที่ยว

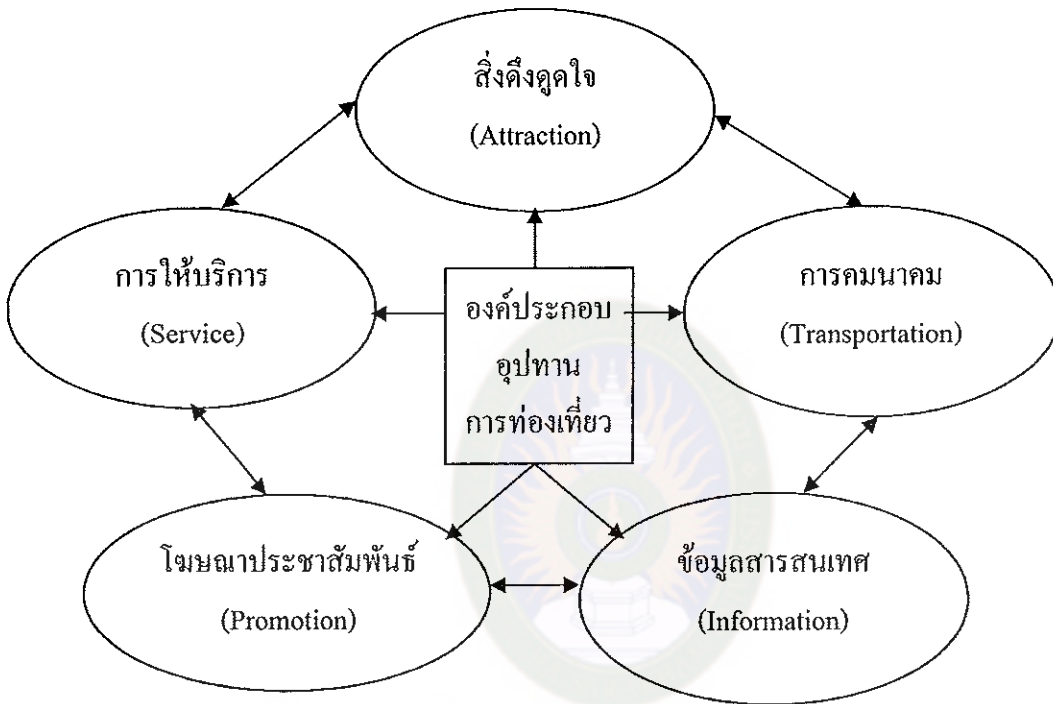
นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวได้อันประกอบไปด้วย

1. แนวทางการบริหารและจัดการ
2. แนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
3. แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย
4. แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
5. แนวทางการให้ประชาชน กลุ่ม และองค์กรอื่นมีส่วนร่วม

กันน์ (Gunn, 1994 : 12) กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อย มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมในแนวทางเดียวกับระบบการท่องเที่ยวต้องจัดให้เหมาะสมกับอุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยวเราต้องจัดอุปทาน โดยการพัฒนาตามระบบการท่องเที่ยวในองค์ประกอบของอุปทานทั้ง 5 จะต้องรู้ว่าแต่ละองค์ประกอบทำงานอย่างไร และตัดสินใจที่เกี่ยวข้องในการทำให้ระบบการท่องเที่ยวให้อยู่รอดต่อไป

หน้าที่ส่วนประกอบของด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวผู้พัฒนาและผู้จัดการในองค์ประกอบนี้มี 3 ฝ่ายด้วยกัน คือ กลุ่มผู้ค้า องค์กรเอกชน และรัฐบาล ซึ่งตามภาพประกอบที่ 1 นั้นการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งจะส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่น เช่น ถ้าระบบขนส่งไม่ดีจะทำให้การบริการไม่มีประสิทธิภาพที่เพียงพอ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดการกับส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การคมนาคม (Transportation) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion) และการให้บริการ (Service) ซึ่งองค์ประกอบอุปทานการท่องเที่ยวสามารถพิจารณารายละเอียดได้ดังแผนภาพที่ 1 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบอุปทานการท่องเที่ยว (Gunn, 1994)

ที่มา : วิริยา สิบบุญเรือง และณัฐนิตย์รัตติ สวัสดิ์ชีวิน. 2548 : 11

องค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย เป็นต้น การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดการที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจัดการท่องเที่ยว หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และประการสุดท้าย คือ การต้อนรับด้วยไมตรีจิตจากประชาชนในท้องถิ่นอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคมวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อธรรมชาติ ที่ประกอบไปด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว คือสิ่งที่สามารถดึงดูดโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้แก่ สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติ ภูเขา น้ำตก บึง ป่าธรรมชาติดูนลำพัน ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม

ประเพณี ได้แก่ ประเพณีกินข้าวปุ้นบุญพะหวัด ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง งานแข่งขันเรือยาว ประเพณี และสิ่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี เป็นต้น

2. การคมนาคม การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาดท่องเที่ยว รวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เป็นไปด้วยความสะดวกสบายและความปลอดภัย เช่น การคมนาคมทางบก การคมนาคมทางเรือ การคมนาคมทางอากาศ และการคมนาคมทางรถไฟ เป็นต้น

3. ข้อมูลสารสนเทศ หรือข้อมูลที่ผ่านมาการเลือกสรรให้เหมาะกับการใช้งานได้ทันเวลา และอยู่ในรูปแบบที่ใช้ได้ นำมาผ่านกระบวนการประมวลผล และเสนอออกมาในรูปแบบที่ผู้รู้ และเข้าใจความหมายของข้อมูลจากสิ่งที่เห็น ประกอบด้วย ข้อมูล เอกสาร เสียง หรือรูปภาพต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดและนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการตัดสินใจหรือตอบปัญหาต่าง ๆ ได้

4. การโฆษณา การสื่อสารจูงใจที่ผ่านสื่อโฆษณา ที่มีใช้ตัวบุคคลและมีการชำระเงิน สำหรับความคิดเห็น ผลลัพธ์ สินค้า บริการ ที่โฆษณาโดยผู้โฆษณา หรือผู้อุปถัมภ์ และถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในรายละเอียดปลีกย่อย แต่ก็คล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ นั่นคือ ผู้โฆษณาหรือผู้อุปถัมภ์จะต้องชำระเงินค่าสื่อ และต้องมีสาร โฆษณา ที่มุ่งสื่อสาร โน้มน้าวใจในลักษณะต่าง ๆ เพื่อเป็นสื่อสื่อสารโฆษณานั้นไปสู่กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายในการโฆษณา

5. การประชาสัมพันธ์ ที่เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ ด้วยกัน คือ 1) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ 2) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ตลอดจนเห็นด้วย กับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานของหน่วยงาน 3) ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของหน่วยงาน

6. การให้บริการ ที่อำนวยความสะดวกที่ผู้ให้บริการกระทำให้กับผู้รับบริการการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ อย่างเต็มใจ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก การบริการนั้นต้องเป็นการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ เช่น การต้อนรับ การอำนวยความสะดวก และการดูแลเอาใจใส่ ที่ผู้ให้บริการต้องกระทำอย่างเต็มใจ เพื่อให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำใหม่อีก หรือแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีระบบและการจัดการการท่องเที่ยวมาใช้ในการตั้งแบบสอบถามนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งในกลุ่ม “ร้อย แก่น สาร” ฐานะแหล่งท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับสภาพความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจะเป็น เพื่อนำไป

ปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และบริหารจัดการให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวสอดคล้องกับอุปทานของการท่องเที่ยว ด้วยการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเพื่อสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว อาทิ การคมนาคมขนส่ง (ทางอากาศ ถนน ทางรถไฟ และทางน้ำ) น้ำประปา ไฟฟ้า และระบบโทรคมนาคม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างเป็นระบบ การยอมรับค่านิยม และแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมสำหรับประชาชนในพื้นที่ การเข้าใจถึงสภาพเศรษฐกิจ-สังคม ประเพณีและวัฒนธรรม ตลอดจนการคำนึงขีดความสามารถ ในการรองรับการท่องเที่ยว ของท้องถิ่น ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม แต่ละเชื้อชาติ พร้อมไปกับผู้ประกอบการจะต้องสรรค์สร้างกิจกรรม ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคมรอบข้างให้น้อยที่สุด

3. การจัดการการท่องเที่ยว

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศบรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยพัฒนาไปสู่ทิศทางที่ยั่งยืน
2. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างจิตสำนึก (Awareness) และความเข้าใจ (Understanding)

ที่ถูกต้องต่อการท่องเที่ยวอย่างได้ความรู้และมีความรับผิดชอบ

3. เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่

ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จำเป็นต้องมีแนวทางการจัดการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ชัดเจนไว้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540 : 20)

1. แนวทางการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จำเป็นที่จะต้องมีการเตรียมการเกี่ยวกับพื้นที่ เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นับตั้งแต่การศึกษาความเหมาะสมของพื้นที่ การกำหนดขอบเขตของพื้นที่กิจกรรมระหว่างเขตท่องเที่ยวและเขตอนุรักษ์ จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบางและให้ความเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการกำหนดข้อกำหนด และวินัยต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็แนวทางนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน

2. แนวทางการสร้างสื่อความหมายและบริการความรู้เมื่อกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จำเป็นจะต้องมีการจัดสื่อประกอบการท่องเที่ยว ทั้งในแง่ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังต้องส่งเสริมบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ให้สามารถเป็นมัคคุเทศก์เฉพาะทางที่มีคุณภาพและถูกกฎหมายพร้อมทั้งพัฒนาหลักสูตรมัคคุเทศก์ให้ทันกับทิศทางการพัฒนา ซึ่ง

จะเป็นการนำไปสู่การเรียนรู้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งที่พบเห็น และเป็นการสร้างจิตสำนึกให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนที่จะร่วมกันรักษาสิ่งที่มีคุณค่าต่าง ๆ ไว้เป็นมรดกแก่ลูกหลานสืบไป

3. แนวทางการส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม ตกสู่ประชาชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง จึงจำเป็นจะต้องให้การศึกษาและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในสื่อต่าง ๆ ให้กับเยาวชน ประชาชน หรือผู้นำท้องถิ่นส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นรวมตัวกันเป็นชมรมองค์กรหรือสหกรณ์เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาและอนุรักษ์ โดยคำนึงถึงบุคลากร วัตถุประสงค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้ท้องถิ่นสามารถมีบทบาทและอำนาจการต่อรองทางเศรษฐกิจ

4. แนวทางป้องกันผลกระทบทางวัฒนธรรมในส่วนของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสังคม วัฒนธรรมรวมทั้งความเชื่อต่าง ๆ ของชุมชนในท้องถิ่น จำเป็นที่จะต้องกำหนดมาตรการให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการคำนึงถึงผลกระทบทางวัฒนธรรม เช่น ไม่สร้างความแตกแยกทางวัฒนธรรม ให้ความเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งในรูปแบบที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวและรูปแบบที่นักท่องเที่ยวได้พบปะ จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งความรู้ความถูกต้องชอบธรรมของชุมชน

5. แนวทางการตลาดและประชาสัมพันธ์แนวทางการพัฒนาทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะต้องมุ่งเน้นให้การพัฒนาทางการตลาดหรือการพัฒนาเชิงธุรกิจดำเนินควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยจะมุ่งเน้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ชัดเจน เน้นคุณภาพของนักท่องเที่ยวมากกว่าปริมาณ รวมทั้งมีการสนับสนุนอำนวยความสะดวก ในการจัดประชุมนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผลิตสื่ออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ถูกต้องและชัดเจน เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึงต่อไป

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวด้านการตลาด และบริการ ประกอบไปด้วย 4P คือ ตัวสินค้าและบริการ (Product and Service) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และช่องทางการขาย (Place) ครรชณี เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชนฐมาส์. (2545 : 50) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สินค้าและบริการ (Product and Service) ควรแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากรายได้ การศึกษา ซึ่งจะต้องสอดคล้องและสัมพันธ์กับจริยธรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรนำเอาเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นมาเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว

2. ราคา (Price) การกำหนดราคาควรพิจารณาไม่ควรเอาเปรียบนักท่องเที่ยวเกินไป แต่ทั้งนี้จะต้องเหมาะสมกับสินค้าและบริการ โดยพิจารณาจากต้นทุนในการผลิตเป็นหลัก

3. การส่งเสริมการท่องเที่ยว (Promotion) การส่งเสริมการตลาดสามารถทำได้หลายวิธี แต่ควรสอดคล้องกับสินค้าและบริการและควรสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนด้วย

4. ช่องทางการขาย (Place) ในการหาช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการนั้นควรสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

จากที่ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยว สรุปได้ว่าจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายต้องพิจารณาระบบย่อย และองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่ได้จากการศึกษามากำหนดเป็นแนวคิดในการสร้างเครื่องมือในงานวิจัยเพื่อให้ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งในกลุ่ม “ร้อย แก่น สาร” ฐานะแหล่งท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ควรจะเป็น เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

แนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว และอุปทานการท่องเที่ยว

1. อุปสงค์ของการท่องเที่ยว

1.1 ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว

ถลุงศรี พิมพ์สมพงศ์ (2542 : 19-20) ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วยอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญ ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน เป็นต้น

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

อุปสงค์ในการท่องเที่ยว (Tourism Demand) หม่อมหลวงศุภ ชุมสาย และฉวีพิน พรหมโยธี (2527 : 10 ; อ้างถึงใน กนิษฐา ธนวัฒน์. 2548 : 9) หมายถึง ความปรารถนาของคนที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2548 : 23-24) อุปสงค์ในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้นๆ ซึ่งจะมีผลทำให้ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย

อุปสงค์ของการท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไปและสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยวและสายการบิน เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้การสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นและจะนำไปสู่การพัฒนาในท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้มีนักท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้และรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจย่อยอื่น ๆ ในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ

1.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว อีพเพอร์สัน (Epperson, 1983 : 127 ; อ้างถึงใน นิรินาท แก้วประเสริฐ, 2549 : 36) ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน (Push factors) เป็นสภาพเงื่อนไขที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) หรือจากตัวผู้เดินทางเองที่กระตุ้นให้เกิดอุปสงค์การเดินทางได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความต้องการหยุดพักเพื่อผ่อนคลาย ความต้องการเดินทางด้วยเหตุผลทางชื่อเสียงเกียรติยศของตนเอง รวมทั้งความต้องการผจญภัยและท้าทาย ประเภทของปัจจัยผลักดันได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull factors) เป็นสภาพเงื่อนไขที่ทำให้สถานที่นั้น ๆ เป็นแหล่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่ดึงดูดนั้นมีความพร้อมด้านอุปทานท่องเที่ยว ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูมิประเทศที่งดงาม และที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์สร้าง เช่น การจัดการแข่งขันกีฬา กิจกรรมทางวัฒนธรรม หรือสวนสนุก ทั้งนี้รวมถึงราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมักจะถูกระตุ้นได้ด้วยปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไปพร้อมๆ กันได้ เช่น ความต้องการไปพักผ่อนตามภูเขา อาจเกิดจาก ปัจจัยผลักดันคือความต้องการหลบหนีความจำเจ ร่วมกับปัจจัยดึงดูด คือ ทัศนียภาพที่สวยงาม

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดอุปสงค์ของการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. ปัจจัยผลักดันให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนในด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ เป็นต้น

2. ปัจจัยดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานในการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ทัศนียภาพของคนในท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ราคาสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.4 ลักษณะอุปสงค์การท่องเที่ยว

1.4.1 มีความยืดหยุ่นสูง ลักษณะความยืดหยุ่นของปริมาณความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและมีขนาดกว้าง อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระดับราคาหรือภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเปลี่ยนแปลงความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการ

1.4.2 การผลักดันให้เกิดการอุปโภคและบริโภคสินค้าอื่นเนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยว เกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดเข้าด้วยกัน เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่นั้น นอกจากจะมีความต้องการใช้ยานพาหนะแล้ว ยังต้องการบริโภคอาหารเครื่องดื่มและอุปโภคบริการจากปัจจัยพื้นฐานอื่น ๆ ด้วย ซึ่งหากอุปสงค์ต่อสิ่งดึงดูดในสถานที่ท่องเที่ยวสิ่งใดสิ่งหนึ่งลดลง ย่อมส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อสิ่งอื่น ๆ ลดลงตามไปด้วย ในทางตรงกันข้ามหากอุปสงค์ต่อสิ่งดึงดูดในสถานที่ท่องเที่ยวสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

1.4.3 อุปสงค์มีลักษณะอ่อนไหวความต้องการเดินทางอาจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในแง่การเพิ่มหรือลดเมื่อมีปัจจัยบางประการมากระทบ เช่น ภาวะวิกฤตการณ์น้ำมันขึ้นราคา การก่อการร้าย ภัยธรรมชาติต่าง ๆ นอกจากนี้ ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอาจเกิดจากปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวเอง เช่น การเจ็บป่วย จำเป็นต้องใช้เงินอย่างรีบด่วน มีหน้าที่การงานต้องรับผิดชอบกะทันหัน เป็นต้น

1.4.4 ลักษณะเฉพาะฤดูกาลเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว ฤดูกาลมีส่วนในการกำหนดลักษณะสิ่งดึงดูดใจ ความยากลำบากในการเดินทาง รวมถึงความสามารถที่จะไปเที่ยวได้ของนักท่องเที่ยว

สรุป อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการทั่วไปอย่างอื่น ๆ มีผลทำให้ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด ทฤษฎี อุปสงค์การท่องเที่ยวมาสร้างเครื่องมือ สอบถามนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพและความต้องการที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว ที่จะช่วยเพิ่มสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นและจะนำไปสู่การพัฒนาในท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัว ความเจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่างๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในกลุ่ม “ร้อย แก่น มหา ภาพ”

2. อุปทานของการท่องเที่ยว

2.1 ทฤษฎีอุปทานการท่องเที่ยว

ทฤษฎีอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) (หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี. 2527 : 78-83 ; อ้างถึงใน วัลย์ศลา วิวัฒน์พนชาติ และคณะ. 2550 : 11) หมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิด ที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว จัดให้มีเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ เป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรมสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้นมา อุปทานนี้เองจะเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินให้ทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ รวมทั้งมีการโฆษณาทางสื่อมวลชน โดยตรง เพื่อนำรายละเอียดของผลผลิตสู่ผู้บริโภค อันได้แก่

2.1.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของท้องถิ่นนั้น

2.1.2 ประเพณีที่สำคัญของแต่ละท้องถิ่นนั้น

2.1.3 สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

2.1.4 ที่พัก โรงแรมและห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น รถรับ-ส่ง

สนามบิน บริการนำเที่ยว เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปทานของการท่องเที่ยว

อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply) (หม่อมหลวงคีย์ ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี. 2527 : 75) หมายถึง สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) ทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มี เพื่อตอบสนอง อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็น นามธรรมหรือรูปธรรมก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ตาม อุปทานนี้เองจะเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ

2.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปทานการท่องเที่ยว

2.3.1 ปัจจัยภายใน

- 1) ความเป็นเมือง แบบของการพัฒนา การวางผังเมือง การก่อสร้างและภูมิทัศน์ของเมือง ขนาดประชากรและความหนาแน่น
- 2) โครงสร้างพื้นฐาน ระดับความให้บริการ และความพอเพียงของการให้บริการ
- 3) บริการท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร คอฟฟี่ช็อป ไนต์คลับ กิจกรรมกีฬา และบริการท่องเที่ยว เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการตลาด และการขนส่ง
- 4) สถานที่ท่องเที่ยว ที่ดึงดูดการท่องเที่ยว ทั้งในด้านธรรมชาติหาดทราย ชายทะเล ป่าเขา น้ำตก ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวัฒนธรรม

2.3.1 ปัจจัยภายนอก

- 1) การเข้าถึงสถานที่
- 2) ความสัมพันธ์กับศูนย์กลางชุมชนที่สำคัญ
- 3) ความหายาก
- 4) ความสนใจของนักท่องเที่ยว

2.4 ลักษณะของอุปทานทางการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้เป็น 5 ประการ ดังนี้

2.4.1 เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (บริการ) ผลผลิตสุดท้ายจะเป็น “ความรู้สึก” การซื้อขายเป็นการตกลงกันล่วงหน้าไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น

2.4.2 เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้ร่องรอย หรือเป็นสินค้าส่งออกจำเป็น ในการขายสินค้าหรือบริการจะไม่มีตัวตนสินค้า (เพราะเป็นบริการ) ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดิน ไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง

2.4.3 ความไม่แน่นอนของคุณภาพสินค้าและบริการ เนื่องจากการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานของสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน จึงเป็นผลทำให้การ

ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การจราจร สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

2.4.4 ปริมาณคุณภาพและกรรมสิทธิ์ ในส่วนของปริมาณและคุณภาพของสินค้าและบริการจะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายแต่จะคงสภาพหรือปริมาณคงเดิมหรือเท่าเดิม หากมีการจัดการการพัฒนาและอนุรักษ์ที่เหมาะสมส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์ก็จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนสินค้าอื่นๆ

2.4.5 ผลผลิตไม่สามารถกักเก็บไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณจำนวนห้องพักและแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วงเวลาอื่น ดังนั้น การคาดคะเนแนวโน้มเป็นวิธีที่จะช่วยในการจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสมจะนำไปสู่คุณภาพที่อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเท่ากันได้

จากที่ได้ศึกษาอุปทานของการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การจัดการให้อุปสงค์การท่องเที่ยวสอดคล้องกับอุปทานการท่องเที่ยว ด้วยการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเพื่อสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว อาทิ การคมนาคมขนส่ง (ทางอากาศ ถนน ทางรถไฟ และทางน้ำ) น้ำประปา ไฟฟ้าและระบบโทรคมนาคม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เพื่อสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว การยอมรับต่อนโยบาย และแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมสำหรับประชาชนในพื้นที่ การเข้าใจถึงสภาพเศรษฐกิจ-สังคม ประเพณีและวัฒนธรรม ตลอดจนการคำนึงขีดความสามารถ ในการรองรับการท่องเที่ยว ของท้องถิ่น ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม แต่ละเชื้อชาติ พร้อมไปกับผู้ประกอบการจะต้องสรรค์สร้างกิจกรรม ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมรอบข้างให้น้อยที่สุด และการสื่อสารจูงใจที่ผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม กับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานของหน่วยงาน พร้อมทั้งประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด ทฤษฎี อุปทานการท่องเที่ยว มาสร้างเครื่องมือ สอบถามนักท่องเที่ยว ให้ทราบถึงศักยภาพการบริการท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ภัตตาคารร้านอาหาร คอฟฟี่ช็อป ไนต์คลับ กิจกรรมกีฬาและบริการท่องเที่ยว เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลสารสนเทศ และการคมนาคม เพื่อตอบสนอง อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรมก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือ ไม่มีชีวิต สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นก็ตาม อุปทานนี้เองจะเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในกลุ่มจังหวัด “ร้อยแก่น มหา กาศ”

ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)

1. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน

จากความท้าทายที่ประเทศไทยจะต้องเผชิญในระยะต่อไป และจุดอ่อนในเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ยังมีอยู่ การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ยั่งยืนและมั่นคงในระยะยาวต้องเร่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามหลักการ “ความเพียงพอ” ที่มุ่งใช้ “ความมีเหตุผล” พิจารณาเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องและคำนึงถึงผลที่จะได้รับอย่างรอบคอบ พัฒนาด้วย “ฐานความรู้” ทั้งจากภายนอกและภูมิปัญญาที่สั่งสมภายในประเทศเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างชาญฉลาดและรู้เท่าทัน มุ่งให้เกิดการขยายตัวที่สมดุลทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ โดยอาศัย “การพึ่งพาร่วมมือกัน” มากกว่าการมุ่งแข่งขันเอาชนะชนะเพียงฝ่ายเดียว ทั้งนี้จำเป็นต้องเร่งปรับโครงสร้างการผลิตให้เศรษฐกิจภายในประเทศที่มาจากวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนมีฐานการผลิตที่ใหญ่ขึ้นและเข้มแข็งยิ่งขึ้น โดยใช้กระบวนการพัฒนาเครือข่ายรวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) และเชื่อมโยงการผลิตในช่วงต้นน้ำหรือปลายน้ำเข้ากับภาคเศรษฐกิจระหว่างประเทศได้ดีและมีขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น พร้อมกับการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) ในประเทศไทยที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาและบริหารองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้การผลิตสินค้าและบริการในประเทศไทยก้าวไปสู่การผลิตที่ใช้ “ฐานความรู้และนวัตกรรม” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ อันจะทำให้การผลิตสินค้าและบริการในทุกสาขาสามารถใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ มีการออกแบบที่สร้างตลาดเฉพาะได้ และมีแบรนด์ของประเทศไทยเองที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาด และสินค้าและบริการมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2549 : 45)

การปรับโครงสร้างการผลิตยึดหลักความมีเหตุผลจากการวิเคราะห์และทำความเข้าใจในสถานะของประเทศที่เป็นไปอย่างรอบคอบ ระวังไม่ก่อให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเช่นในอดีต หากแต่จะใช้จุดแข็งการผลิตที่มี เพื่อสร้างฐานการผลิตที่แข็งแกร่งและประเทศไทยมีความได้เปรียบ โดยภาคเกษตรของไทยจะพัฒนาเป็นฐานอาหารที่มีความปลอดภัยและเพียงพอ ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมเคลื่อนสู่ระดับห่วงโซ่มูลค่าที่สูงขึ้น ภาคบริการอาศัยจุดแข็งทางด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทยเป็นแนวทางในการพัฒนาและภาคบริการมีฐานที่กว้างขึ้นจากความก้าวหน้าของการบริการทางการศึกษา สาธารณสุข บริการด้านโทรคมนาคมและการสื่อสาร และบริการทางการเงินนอกจากนี้ยังต้องมีการสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตที่จะช่วยยกระดับห่วงโซ่มูลค่าของ

ทั้งระบบการผลิตและการบริการ โดยมีการปรับใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างเหมาะสมที่จะช่วยให้การผลิตและการบริโภคประหยัดการใช้พลังงานและทรัพยากรอื่น ๆ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก (1) การพัฒนาด้าน โครงสร้างพื้นฐานและ โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิตและส่งเสริมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน (2) การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ (3) การปรับโครงสร้างภาษีให้สอดคล้องกับโครงสร้างเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปและสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศ การส่งเสริมการลงทุนที่จะสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาฐานเศรษฐกิจให้มีความแข็งแกร่ง และ (4) การสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ให้สนับสนุนการปรับ โครงสร้างการผลิต การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาสังคมของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549 : 45-53)

ขณะเดียวกัน จำเป็นต้องสร้าง “ภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจ” เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและปัจจัยคุกคามจากภายนอก โดยเฉพาะการเปิดเสรีทางการค้าและการเคลื่อนย้ายด้านเงินทุนและกลไก “การบริหารความเสี่ยง” ที่เหมาะสมทั้งในตลาดสินค้าและบริการ ตลาดการเงิน ตลาดแรงงานและตลาดปัจจัยการผลิตอื่น เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็งกำไรและความผันผวนภายในประเทศหรือจากภายนอกประเทศ ทั้งนี้จะต้องพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในหลายด้านให้เข้มแข็ง ทั้งในส่วนของพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรดำเนินการและให้มีองค์ความรู้และการบริหารจัดการที่ดีเป็นเครื่องมือในการสร้าง “สมดุล” ระหว่างประสิทธิภาพ คุณภาพ และปริมาณทั้งในกระบวนการผลิตและพฤติกรรมกรบริโภค ซึ่งการสร้าง “ภูมิคุ้มกันและระบบประกันความเสี่ยง” จะประกอบด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการพัฒนาแหล่งพลังงานทางเลือกเพื่อลดความอ่อนไหวด้านพลังงานของเศรษฐกิจไทย การบริหารเศรษฐกิจมหภาคให้มีความเหมาะสม การส่งเสริมการออมให้เพียงพอเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนของประเทศและลดการพึ่งพิงเงินทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการพึ่งพิงในรูปของเงินกู้และเงินทุนระยะสั้น ตลอดจนลดพฤติกรรมกรบริโภค ที่ฟุ่มเฟือยจนไร้ขอบเขต ซึ่งจะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด รวมทั้งเป็นการสร้างหลักประกันสำหรับประชาชนในช่วงเวลาที่ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และเป็นแนวทางที่จะทำให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีวิถีชีวิตที่ “พอประมาณ” มีการใช้จ่ายและลงทุนอย่างสมเหตุสมผลบนพื้นฐานการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบคอบ ทั้งนี้ การปรับ โครงสร้างเศรษฐกิจในแนวทางดังกล่าวจะต้องดำเนินควบคู่ไปกับการส่งเสริม “การแข่งขันที่เป็นธรรม” โดยอาศัยกลไกตลาดที่มีประสิทธิภาพที่จะสะท้อนต้นทุนและราคาที่แท้จริง และการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบในการป้องกันการผูกขาดทางการค้าและการลงทุนและในการรักษามาตรฐานสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

และสร้างกลไกในการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมและมีการคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสม อาทิ การบังคับใช้กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบการเงินฐานราก เพื่อเป็นช่องทางในการระดมทุนในระดับชุมชนและหมู่บ้านและส่งเสริมการออม การปรับโครงสร้างภาษีให้มีความเป็นธรรม และการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นดังนั้น แนวทางหลักในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความสมดุลและยั่งยืนในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 จึงประกอบด้วย 3 แนวทางหลัก คือ (1) แนวทางการปรับโครงสร้างการผลิตให้ผลิตภาพการผลิตและคุณค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตในประเทศไทยสูงขึ้น บนฐานความรู้และความเป็นไทย (2) การสร้างภูมิคุ้มกันและระบบบริหารความเสี่ยงสำหรับตลาดสินค้าและบริการ ตลาดการเงิน ตลาดปัจจัยการผลิต และระบบการคลัง และ (3) การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายรายได้

2. การปรับโครงสร้างภาคบริการ

การปรับโครงสร้างภาคบริการ ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค บนฐานการสร้างความแตกต่างและความชำนาญ เฉพาะด้านของบริการที่สำคัญได้แก่ ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการสุขภาพและสปา ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ธุรกิจบริการทางการเงิน ธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจการก่อสร้างและธุรกิจภาพยนตร์ไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2549 : 57-62)

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ ๆ แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก

2. ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การฟ้านักกระยะยาว การจำหน่ายซื้อสินค้า สินค้าโอท็อป และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น

3. พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งเพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีภาคบริการ บนฐานความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ

ในการดึงกลุ่มลูกค้ามาใช้บริการในประเทศ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านการศึกษาด้านบริการด้านสุขภาพ และธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

4. ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ เช่น ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมของรัสเซีย ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

5. พัฒนาระบบสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่ปรับเปลี่ยนเร็วและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่เหมาะสม โดยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างของระบบต่างๆ ภายในประเทศให้มีศักยภาพ แข่งขันได้ในกระแสโลกาภิวัตน์ และสร้างฐานความรู้ให้เป็นภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างรู้เท่าทัน ควบคู่ไปกับการกระจายการพัฒนาที่เป็นธรรม และเสริมสร้างความเท่าเทียมกันของกลุ่มคนในสังคม และความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้คงความสมบูรณ์เป็นรากฐานการพัฒนาที่มั่นคง และเป็นฐานการดำรงวิถีชีวิตของชุมชนและสังคมไทย ตลอดจนการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศทุกระดับ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน สามารถดำรงอยู่ในประชาคมโลก ได้อย่างมีเกียรติภูมิและมีศักดิ์ศรี โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

สรุปยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค ได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ให้มีความสำคัญกับ การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย โดยปรับโครงสร้างภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการที่ใช้กระบวนการพัฒนา

คลังเตอร์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งเครือข่ายชุมชนบนรากฐานของความรู้สมัยใหม่ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและมูลค่าสูง มีตราสินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาด รวมทั้งสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศตลอดจนการบริหารองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ การปฏิรูปองค์กร การปรับปรุงกฎระเบียบ และพัฒนาระบบมาตรฐานในด้านต่างๆ รวมทั้งการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศให้สนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิต และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

แหล่งท่องเที่ยว “ร้อย แก่น มหา ภาพ”

1. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด

จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ดออกไปตามอำเภอต่าง ๆ ได้ ดังนี้

1.1 สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมืองร้อยเอ็ด

1.1.1 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติร้อยเอ็ด จัดตั้งขึ้นตาม โครงการการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์

สถานแห่งชาติประจำเมืองเป็นสถานที่จัดแสดงและรวบรวมเรื่องราวความรู้ทุกด้านของจังหวัด เดิมทีเดิวนั้นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติร้อยเอ็ดจัดตั้งขึ้นตามคำริขของท่านศาสตราจารย์ ดร.ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์ ในอันที่จะเป็นพิพิธภัณฑ์ฯ ศิลปหัตถกรรมอีสาน โดยเฉพาะผ้าไหม และผ้าพื้นเมือง ต่อมาเมื่อกรมศิลปกรมีนโยบายในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติประจำเมือง จึงได้ทำการปรับปรุงเพิ่มเติมเนื้อหาในการจัดแสดงให้ครอบคลุมข้อมูลเรื่องราวของจังหวัดทุกด้าน ทั้งด้านภูมิศาสตร์ทรัพยากรธรณี โบราณคดี ประวัติศาสตร์ บุคคลสำคัญ วิถีชีวิต ประเพณี และศิลปหัตถกรรม เริ่ม โครงการจัดตั้งมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2536 ซึ่งเป็นปีที่ได้รับงบประมาณก่อสร้างอาคารต่อเนื่อง มาจนกระทั่ง ปี 2540 จึงดำเนินการได้แล้วเสร็จสมบูรณ์ ประกอบด้วยงบประมาณด้านการจัด แสดงนิทรรศการถาวร ปรับสภาพภูมิทัศน์ติดตั้งระบบ ไฟฟ้าและระบบปรับอากาศ จัดทำห้องประชุมและนิทรรศการพิเศษ ปรับปรุงบ้านพักเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้เฉพาะการจัดแสดงได้มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้แก่ ระบบสารสนเทศ การทำหุ่นจำลองและฉากชีวิตต่าง ๆ เข้ามาประกอบการนำเสนอเรื่องราว ทำให้จากกล่าวได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในความดูแลของกรมศิลปากร

1.1.2 สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ร้อยเอ็ด เป็นสวนสาธารณะกลางเมือง อยู่หน้าศาลากลางจังหวัด เปิดเมื่อปี พ.ศ.2529 ตกแต่งบริเวณด้วยไม้ดอกไม้ประดับนานาพันธุ์และต้นไม้ใหญ่เพื่อความร่วมมือ จุดเด่นของสวนแห่งนี้อยู่ที่น้ำพุบริเวณใจกลางสวนที่พุ่งฉีดในระดับสูง มีหอนาฬิกากลางเมืองสีขาว สวยเด่นเป็นสง่าแก่เมืองร้อยเอ็ด มีอาคารอ่านหนังสือไว้สำหรับบริการประชาชน สถานที่แห่งนี้ใช้เป็นสถานที่จัดงานเทศกาลและพิธีการต่าง ๆ ของจังหวัด

1.1.3 วัดกลางมิ่งเมือง ตั้งอยู่บนเนินในเมืองเป็นวัดเก่าแก่สันนิษฐานว่าสร้างก่อนตั้งเมืองร้อยเอ็ดส่วนอุโบสถสร้างในสมัยอยุธยาตอนปลาย ในอดีตเคยใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาปัจจุบันเป็นสถานที่ศึกษาปริยัติธรรม และสถานที่สอบธรรมสถาน บริเวณผนังรอบอุโบสถมีลวดลายภาพวาดแสดงถึงพุทธประวัติ สวยงามและมีค่าทางศิลปะ

1.1.4 วัดบูรพาภิราม อยู่ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด มีพระพุทธรูปปางประทานพรที่สูงที่สุดในประเทศไทยคือพระพุทธรัดนวมกมลหามุณีสร้างด้วยคอนกรีตเสริมเหล็กที่ฐานพระพุทธรูปองค์นี้เป็นห้องพิพิธภัณฑ์จำนวนหลายห้องความสูงขององค์พระวัดจากพระบาทถึงยอดเศสูงถึง 59 เมตร 20 เซนติเมตร

1.1.5 บึงพลาญชัย ตั้งอยู่บริเวณกลางเมืองร้อยเอ็ดอยู่ในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ดถือเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด มีลักษณะเป็นเกาะอยู่กลางบึงน้ำขนาดใหญ่ มีเนื้อที่ประมาณ 2 แสนตารางเมตร เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ตกแต่งเป็นสวนดอกไม้ขนาดใหญ่ มีพันธุ์ไม้ต่าง ๆ รมรื่นและในบึงน้ำมีปลาชนิดต่าง ๆ หลายพันธุ์มากมายมีเรือสำหรับให้ประชาชนได้พายเล่นในบึง

1.1.6 วัดสระทอง ตั้งอยู่ภายในตัวเมืองเป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อบุญรอดพระสังกัจจายน์ ซึ่งเป็นพระพุทธรูปที่ชาวร้อยเอ็ดเคารพสักการะสร้างในสมัยใดไม่ปรากฏ เมื่อปี พ.ศ. 2325 พระยาจัตติยะวงษา (ท้าวธน) ซึ่งเป็นเจ้าเมืองร้อยเอ็ดคนแรกได้พบพระองค์นี้เห็นว่ามีค่าแก่และศักดิ์สิทธิ์มาก จึงได้นำมาประดิษฐานที่วัดสระทองและยกให้เป็นพระคู่บ้านคู่เมือง ในอดีตข้าราชการทุกคนต้องมาสาบานตนต่อหน้าหลวงพ่อบุญรอดว่าจะซื่อสัตย์ต่อบ้านเมืองเป็นประจำทุกปี

1.1.7 สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ เป็นอาคารที่รวบรวมพันธุ์สัตว์น้ำจืดท้องถิ่นที่อาศัยในแหล่งน้ำต่าง ๆ ของภาคอีสาน แสดงพัฒนาการความเป็นอยู่ของสัตว์น้ำจืด เป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ ตลอดจนศึกษาวิธีการแพร่พันธุ์ และสร้างจิตสำนึกตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์น้ำและสิ่งแวดล้อม อยู่กลางเมืองร้อยเอ็ด ระหว่างบึงพลาญชัยและวัดบึงพระลานชัย

1.1.8 สวนสาธารณะพุทธประประวัติ เวสสันดรชาดก ตั้งอยู่บ้านน้อยหัวฝาย หมู่ที่ 8 ตำบลรอบเมือง อำเภอเมืองร้อยเอ็ด (เริ่มก่อสร้าง ปี 2545) สร้างขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ของจังหวัดร้อยเอ็ดในอนาคต เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อน ออกกำลังกายของประชาชน พื้นที่สวนห้อมล้อมด้วยบึงขนาดใหญ่ ประกอบด้วยรูปหล่อสวยงาม

ของพระเวสสันดรชาดกทั้ง 13 กัณฑ์ งบประมาณ จำนวน 28,700,000 บาท โดยองค์การบริหาร ส่วนจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นผู้ดำเนินการ

1.2 สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตอำเภอธวัชบุรี

1.2.1 ปรากฏ์ หรือปราสาทหนองกู่ ตั้งอยู่ตำบลมะฮีอำเภอธวัชบุรี หรือสาย ร้อยเอ็ด โพนทองประมาณ 8 กิโลเมตรมีทางแยกด้านขวามือ เข้าปรากฏ์ประมาณ 1 กิโลเมตรเลียว ซ้ายอีกครั้งเข้าวัดศรีรัตนารามปรากฏ์ตั้งอยู่ภายในวัดปรากฏ์เป็นกลุ่มอาคารที่มีลักษณะแบบ เดียวกันกับอาคารที่เชื่อกันว่า คือ อโรคยศาสตร์ ตามที่ปรากฏในจารึกปราสาทตาพรหมอัน ประกอบด้วยปรากฏ์ประธาน บรรณาลัย กำแพงพร้อมซุ้มประตูและสระน้ำนอกกำแพง โดยทั่วไป นับว่าคงสภาพเดิมพอควร โดยเฉพาะปรากฏ์ประธานชั้นหลังคาสูงเหลือ 3 ชั้นและมีฐานบัวยอด ปรากฏ์อยู่ตอนบนอาคารอื่นๆ แม้หักพังแต่ทางวัดก็ได้จัดบริเวณให้ดูร่มรื่นสะอาดตา

1.3 สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเกษตรวิสัย

1.3.1 กู่กาสิงห์ ตั้งอยู่ที่บ้านกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย การเดินทางจากจังหวัด ร้อยเอ็ดมาตามทางหลวงสาย 215 ผ่านอำเภอเมืองสรวง ผ่านอำเภอสุวรรณภูมิ เข้าทางสาย 214 หรือ ทางไปจังหวัดสุรินทร์จนถึงบ้านกู่พระ โคนาเลียวขวาทางสายกู่กาสิงห์เมืองบัวซึ่งอยู่ตรงข้ามถนน หน้ากู่พระ โคนาไปตาม เส้นทางแล้วเลียวซ้ายอีกครั้งเข้าบ้านดงยาง กู่กาสิงห์ตั้งอยู่ด้านขวามือ ภายในวัดชื่อเดียวกันหรืออีกเส้นทางที่สะดวกกว่าก็คือ มาจากอำเภอ เกษตรวิสัยมุ่งสู่อำเภอสุวรรณ ภูมิมิระยะทางประมาณ 8 กม. ก็จะเห็นป้ายชี้ทางบอกเลียวขวาเข้าไปยังกู่กาสิงห์อีก 13 กม. ก็จะถึง กู่กาสิงห์ ซึ่งตั้งอยู่ด้านซ้ายมือส่วนฐานขององค์ปรากฏ์ก่อด้วยศิลาทรายยังคงปรากฏลดหลาดลัด เป็นชั้นเป็นแนว เช่น ลายกลีบบัว และลายกนกผนังก่ออิฐที่ห้องในสุดหรือส่วนครรภคฤหะ นอกจากนี้ได้ค้นพบศิวลึงค์ซึ่งเป็นตัวแทนของเทพสูงสุด (พระอิศวร) และความอุดมสมบูรณ์ตาม ลัทธิความเชื่อในศาสนาพราหมณ์ ลัทธิไสวณิกายและยังพบทับหลังอีกหลายชิ้นชิ้นหนึ่งสลักเป็น ภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ ในซุ้มเรือนแก้ว โดยยืนอยู่เหนือกาลซึ่งมีมือยึดจับที่อนพวงมาลัยอีก ทีหนึ่งและยังได้พบซุ้มหน้าบันสลักเป็นภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณท่ามกลางลายก้านขดอีก ด้วยส่วนปรากฏ์อีกสององค์ที่ขนาดและลักษณะเดียวกันฐานก่อด้วยศิลาทรายผนังก่ออิฐ มีประตูเพียงด้านหน้าภายในมีแท่นรูปเคารพวางอยู่จากลดหลาดลัดของศิลปกรรมแบบแผนผังและ โบราณวัตถุที่พบแสดงให้เห็นทราบว่ากู่กาสิงห์เป็นแบบศิลปะเขมรที่เรียกว่าแบบบาปวน” อายูราว พ.ศ. 1560 – 1630 เพื่อเป็นเทวสถานอุทิศถวายแด่ พระอิศวรเทพเจ้าสูงสุดองค์หนึ่งในศาสนาพราหมณ์

1.3.2 ทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นทุ่งกว้างใหญ่ของภาคอีสาน มีพื้นที่กว้าง 2 ล้านไร่

มีอาณาเขตครอบคลุมถึง 5 จังหวัด คือ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดมหาสารคาม จังหวัด บุรีรัมย์ และจังหวัดยโสธรสาเหตุที่ทุ่งกว้างแห่งนี้ได้ชื่อว่าทุ่งกุลาร้องไห้นั้นก็ด้วยมีเรื่องเล่ากันว่า

พวกกุลาซึ่งเป็นพวกที่เดินทางค้าขายระหว่างเมืองต่าง ๆ ในสมัยโบราณ ได้ชื่อว่าเป็นนักต่อสู้ คือมีความเข้มแข็ง อดทนเป็นเยี่ยม แต่เมื่อพวกกุลาเดินทางมาถึงทุ่งนี้ ได้รับความทุกข์ยากเป็นอันมาก จนถึงกับร้องไห้เพราะตลอดทุ่งนี้ไม่มีน้ำหรือต้นไม้ใหญ่เลยฤดูแล้งแผ่นดินก็แห้งแตกเป็นระแหง ปัจจุบันทุ่งกว้างใหญ่นี้ ได้รับการพัฒนาจากส่วนราชการ และหน่วยงานต่าง ๆ บางแห่งก็ทำการเกษตรกรรม จนกลายเป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิที่ใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน หรือบางแห่งก็ใช้เป็นทุ่งเลี้ยงสัตว์ซึ่งนับแต่จะมีความอุดมสมบูรณ์ขึ้นเรื่อย ๆ ศูนย์พัฒนาทุ่งกุลาร้องไห้ห่างจากที่ว่าการอำเภอสุวรรณภูมิ 6 กิโลเมตร เลี้ยวพระโกนาไปเล็กน้อย

1.4 สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตอำเภอสุวรรณภูมิ

1.4.1 กู่พระโกนา ตั้งอยู่ที่บ้านกู่ หมู่ที่ 2 ตำบลสระคู อำเภอสุวรรณภูมิ การเดินทางจากจังหวัดร้อยเอ็ดเดินทางตามทางหลวงสาย 215 ผ่านอำเภอเมืองสระแก้วแล้วเข้าสาย 202 ผ่านอำเภอสุวรรณภูมิ จากนั้นเข้าสาย 214 ไปประมาณ 12 กิโลเมตร ถึงกู่พระโกนา ระยะทางประมาณ 60 กิโลเมตร จากตัวจังหวัดปัจจุบันมีวัดสร้างอยู่ในบริเวณเดียวกัน มีถนนเป็นทางแยกเข้าไปทางด้านซ้ายมือ ด้านหน้าจะเป็นสวนยางกู่พระโกนาประกอบด้วย ปรำรงค์อิฐ 3 องค์ บนฐานศิลาทรายเรียงจากเหนือ – ใต้ทั้งหมดหันหน้าไปทางทิศตะวันออก มีกำแพงล้อม และซุ้มประตูเข้า – ออกทั้งปรำรงค์องค์กลางถูกตัดแปลงเมื่อ พ.ศ. 2471 โดยการฉาบปูนทับและก่อขึ้นเป็นชั้น ๆ แต่ละชั้นมีซุ้มพระทั้ง 4 ทิศ หน้าปรำรงค์องค์กลางชั้นล่างสร้างเป็นวิหาร พระพุทธรูปประดับเศียรนาค 6 เศียรของเดิมไว้ด้านหน้า ส่วนปรำรงค์อีก 2 องค์ ก็ได้รับการบูรณะจากทางวัดเช่นกัน แต่ไม่ถึงกับเปลี่ยนรูปทรงอย่างปรำรงค์องค์กลางปรำรงค์องค์กลางถูกตัดแปลงเมื่อ พ.ศ. 2471 โดยการฉาบปูนทับและก่อขึ้นเป็นชั้น ๆ แต่ละชั้นมีซุ้มพระทั้ง 4 ทิศ หน้าปรำรงค์องค์กลางชั้นล่าง สร้างเป็นวิหาร มีพระพุทธรูปประดับเศียรนาค 6 เศียรของเดิมไว้ด้านหน้า ส่วนปรำรงค์อีก 2 องค์ ก็ได้รับการบูรณะจากทางวัดเช่นกัน แต่ไม่ถึงกับเปลี่ยนรูปทรงอย่างปรำรงค์องค์กลางปรำรงค์องค์ทิศเหนือ ทางวัดสร้างศาลาครอบ ภายในมีหน้าบันสลักรายละเอียดและประทับสลักภาพพระนารายณ์บรรทมสินธุ์อยู่ที่เดิมคือเหนือประตูทางด้านหน้า ส่วนทับหลังประตูด้านทิศตะวันตกหันอยู่บนพื้นเป็นรูปนารายณ์ทรงครุฑปรำรงค์องค์ทิศใต้ยังคงมีทับหลังของเดิมเหนือประตูหลอกด้านทิศเหนือเป็นภาพเทวดานั่งชันเข่าในชื่อเรือนแก้วเหนือหน้ากาลนอกจากนี้ทางด้านหน้ายังมีทับหลังหันที่พื้นเป็นภาพพระอิศวรประทับนั่งบนหลังโคและมีเสานางเรียงวางอยู่ด้วยสันนิษฐานว่า กู่พระโกนาเดิมคงจะมีเสานางและทางเดินประทับเสานางเรียงทอดต่อจากซุ้มประตูหน้าไปยังสระน้ำหรือบารายซึ่งอยู่ห่างออกไปประมาณ 300 เมตร จากรูปแบบลักษณะทางศิลปกรรมทั้งหมดของภาพสลักและเสากรอบประตู ซึ่งเป็นศิลปะขอมที่มีอายุในราว พ.ศ. 1560-1630 (แบบปาปวน) สันนิษฐานว่า กู่พระโกนาคงจะสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16

1.4.2 บึงเกลือ(บุงเกลือ) อยู่ในเขตตำบลเมืองไพร อำเภอเสลภูมิ ห่างจากตัว
อำเภอเสลภูมิไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่ มีเนื้อที่ 7,500 ไร่
ริมบึงมีหาดทรายขาวสะอาดกว้างขวาง ในวันหยุดจะมีนักท่องเที่ยวมาพักผ่อนกันมาก

1.5 สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตอำเภอหนองพอก

1.5.1 วนอุทยานผาน้ำย้อย อยู่ห่างทิศตะวันออกเฉียงเหนือของอำเภอหนองพอก
เดินทางโดยรถยนต์สายร้อยเอ็ด - อำเภอ โพนทอง - อำเภอหนองพอก ระยะทาง 62 กิโลเมตร
จากตัวเมืองร้อยเอ็ดผาน้ำย้อยเป็นผาน้ำขนาดใหญ่ ซึ่งมีน้ำไหลตกและซึมตลอดปี อยู่บนภูเขาเขียว
บ้านโคกกลาง ตำบลโคกสว่าง มีเนื้อที่รอบ ๆ บริเวณ หน้าผาพื้นที่ประมาณ 20,000 ไร่ เป็นป่าไม้
เนื้อแข็งนานาชนิด นับเป็นป่าที่มีค่าและหายากอย่างยิ่ง มีสัตว์ป่าอาศัยอยู่หลายชนิด พระมหาเจดีย์
ชัยมงคลเช่น หมูป่า เก้ง กวาง ไก่ป่า ฯลฯ บริเวณเชิงเขาจะมีวัดอยู่วัดหนึ่ง สร้างในพื้นที่ 2,500 ไร่
มีศาลาการเปรียญที่ใหญ่โตมาก มีขนาดกว้าง 40 เมตร ยาว 80 เมตร วัดนี้มีชื่อว่า “วัดผาน้ำทิพย์เทพ
ประสิทธิ์วนาราม” โดยมีพระอาจารย์ศรี มหาวิโร ซึ่งเป็นศิษย์ของพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต
เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง นอกจากนี้ยังมี “พระมหาเจดีย์ชัยมงคล” เป็นพระมหาเจดีย์ที่สูงอยู่ใน
ลำดับต้น ๆ ของเจดีย์ในประเทศไทย มีความกว้าง 101 เมตร สูง 101 เมตร ในเนื้อที่ 101 ไร่

1.5.2 สวนพฤกษศาสตร์วรรณคดี เป็นโครงการสวนพฤกษศาสตร์ในวรรณคดี
ประจำภาคตะวันออกเฉียงเหนือตั้งอยู่ในบริเวณป่าสงวนแห่งชาติดงมะฮี ตำบลผาน้ำย้อย อำเภอ
หนองพอก ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 85 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 1,000 ไร่ เป็นเนื้อที่สำหรับ
ปลูกต้นไม้แบ่งตามวรรณคดี เช่น เรื่องพระเวสสันดร ลิลิตพระลอ ลิลิตตะเลงพ่าย ลานพุท
ประวัติ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสมุนไพรแยกตามสรรพคุณบริเวณสวนมีสภาพภูมิประเทศสวยงาม

1.5.3 เขตห้ามล่าสัตว์ป่าผาน้ำทิพย์ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอหนองพอก ควบคุมดูแล
พื้นที่ประมาณ 151,242 ไร่ หรือประมาณ 242 ตารางกิโลเมตร โดยสภาพพื้นที่จะเป็นเทือกเขาหิน
ทรายสูงชันและสลับซับซ้อน ประกอบด้วยป่าดิบแล้งป่าเบญจพรรณและป่าเต็งรัง ซึ่งมีความอุดม
สมบูรณ์สัตว์ป่าที่พบในพื้นที่ป่าแห่งนี้ ได้แก่ ไก่ฟ้าพญาลอ หมูป่า สุนัขจิ้งจอก เป็นต้น จุดท่องเที่ยว
ที่น่าสนใจในบริเวณเขตห้ามล่าฯ คือ ผาพะยอม ซึ่งเป็นจุดที่ใช้สำหรับชมพระอาทิตย์ขึ้น และผาน้ำ
ทิพย์ ซึ่งเป็นจุดที่ใช้ชมพระอาทิตย์ตกดิน

จากที่ได้ศึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด สรุปได้ว่า จังหวัดร้อยเอ็ด มีแหล่ง
ท่องเที่ยวหลากหลาย ครอบคลุมหลายพื้นที่หลายอำเภอ มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
โบราณคดี เช่น ปราสาทกู่ หรือปราสาทหนองกู่ กู่กาสิงห์ กู่พระโกนา และแหล่งท่องเที่ยวทาง
ศิลปวัฒนธรรม เช่น หุ่นกลาร้องไห้ สวนสาธารณะพุทธประวัติ เวสสันดรชาดก
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น บึงพลาญชัย ผาน้ำย้อย เขตห้ามล่าสัตว์ป่าผาน้ำทิพย์

แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น พระมหาเจดีย์ชัยมงคล วัดบูรพาภิราม แหล่งท่องเที่ยวที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมงานประเพณีที่สำคัญๆ เช่น ประเพณีกินข้าวปุ้นบุญผะเหวด งานแข่งขันเรือยาวประเพณี เป็นต้น

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่ได้จากการศึกษามาคำหนดเป็นขอบเขตพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยว จังหวัดร้อยเอ็ด ยอดฮิต 5 อันดับ (<http://www.123thailandtravel.com/roiet.html>. 2552 : Online) ในจังหวัดร้อยเอ็ด มาใช้ในงานวิจัย ดังนี้

สถานที่ท่องเที่ยวยอดฮิต 5 อันดับ ในจังหวัดร้อยเอ็ด

1. บึงพลาญชัย ตั้งอยู่บริเวณกลางเมืองร้อยเอ็ด ถือเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด มีลักษณะเป็นเกาะอยู่กลางบึงน้ำขนาดใหญ่
2. ฝายน้ำย้อย ตั้งอยู่ที่บ้าน โคกกลาง ตำบลผาน้ำย้อย เป็นผาหินขนาดใหญ่ ซึ่งมีน้ำไหลและซึมตลอดปีอยู่บนภูเขาเขียว
3. พระมหาเจดีย์ชัยมงคล พระมหาเจดีย์ชัยมงคล อำเภอหนองพอก จ.ร้อยเอ็ด เป็นพระเจดีย์ที่ใหญ่องค์หนึ่งของประเทศไทย
4. ทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นทุ่งกว้างใหญ่ของภาคอีสาน มีอาณาเขตครอบคลุมถึง 5 จังหวัด คือ ในแนวทิศเหนือนั้นครอบคลุมอำเภอปทุมรัตน์ อำเภอเกษตรวิสัย อำเภอสว่างแดนดิน และอำเภอโพนทราย ของจังหวัดร้อยเอ็ด
5. วัดบูรพาภิราม เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดสามัญเดิมชื่อ วัดหัวรอ ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นวัดบูรพาภิราม มีพระพุทธรูปปางประทานพรที่สูงที่สุดในประเทศ คือ พระพุทธรัตนมงคลมหามุนี หรือหลวงพ่อบึงใหญ่ สร้างด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก สวยงามมาก

2. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2.1.1 อุทยานแห่งชาติภูเก้า - ภูพานคำ ชมทิวทัศน์,ชมประวัติศาสตร์,ล่องแพล่องเรือเดินป่าศึกษาธรรมชาติ,เที่ยวถ้ำ/ธรณีวิทยา,เขื่อนน้ำตกร แหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ถ้ำมิม และถ้ำเรขาคณิต ทิวทัศน์ริมทะเลสาบเหนือเขื่อนอุบลรัตน์และเกาะแก่งต่าง ๆ, หามต่าง หรือหามตั้ง, น้ำตกตาดฟ้า, รอยเท้านายพรานและรอยตีนหมา, หอสวรรค์

2.1.2 อุทยานแห่งชาติภูเวียง อำเภอภูเวียง เป็นภูเขาสลับซับซ้อน โค้งเป็นวงล้อมรอบที่ราบซึ่งมีป่าไม้นานาพันธุ์ และสัตว์ป่านานาชนิด มีน้ำตกสวยงาม และมีการค้นพบซากไดโนเสาร์อยู่หลายแห่งในบริเวณเขตอุทยานมีสองพันธุ์ คือ พันธุ์กินพืช ชื่อ ซอโรพอด มีการตั้งชื่อว่า "ภูเวียงโกซอรัส สิรินธรเน่" และพันธุ์กินเนื้อ ชื่อ "ไทเรน โนเสาร์" และมีการตั้งชื่อว่า

"สยามโอโทเรนเนส อีสานเอนซิส" มีพระพุทธรูปสมัยทวารวดีสลักไว้บนหน้าผาก รอยนต์เข้าถึงได้ แหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ซากไดโนเสาร์, พระพุทธไสยาสน์, ถ้ำฝ่ามือแดง, ถ้ำคนนอน, ร่องน้ำจั้น, น้ำตกทับพญาเสือ, น้ำตกตาดจำปา, ทุ่งกุคติ, น้ำตกตาดกลาง, น้ำตกตาดฟ้า, ทุ่งใหญ่เสาอาราม, อ่างเก็บน้ำห้วยภูชน, หินลาดกกกุ่ม, สุสานหอย, ถ้ำหินลาดหัวเมย, น้ำตกวังสักลิว, น้ำตกตาดฮางริน, หินลาดป่าชาด, น้ำตกชำจำปา, โป่งยุบ

2.1.3 อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน รูปลักษณะภายนอกของอุทยานแห่งนี้คือ เทือกเขาหินปูนที่มีหน้าผาตัดตรงตั้งลงมาเป็นริ้วๆคล้ายผ้าม่าน สภาพป่าของที่นี่ยังอุดมสมบูรณ์ด้วยป่าดิบและป่าไม้เบญจพรรณ สภาพอากาศจะเย็นชื้นเกือบตลอดปี อุทยานแห่งนี้มีพื้นที่ทั้งหมด 218,750 ไร่ ครอบคลุมอาณาบริเวณในอำเภอภูผาม่าน และอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น และอำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย แหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ถ้ำลายแทง, ถ้ำผาพวง, ถ้ำพญานาคราช, ถ้ำภูตาคหลอ, น้ำตกตาดฮ้อง, น้ำตกตาดฟ้า, น้ำตกพลาญทอง, น้ำตกตาดใหญ่, ถ้ำค้างคาว

2.1.4 อุทยานแห่งชาติน้ำพอง จักรยานศึกษาธรรมชาติ, ชมทิวทัศน์, ประวัติศาสตร์, พรรณไม้, ล่องแพ/ล่องเรือ, เดินป่าระยะไกล, เดินป่าศึกษาธรรมชาติ, เทียวถ้ำ/ธรณีวิทยา, เทียวน้ำตก, เข็มป่าปิ้ง, แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ อ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์, จุดชมทิวทัศน์หินช้างสี, พลาญชาด หรือ ลานชาด, คำโพน, ผาสวรรค์, เขาภูเม็ง, ผาฝ่ามือแดง, ผาจันได, น้ำตกห้วยเข

2.1.5 เขื่อนอุบลรัตน์ เป็นเขื่อนอนเนกประสงค์ขนาดใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน สร้างกั้นลำน้ำพอง ตรงช่องเขาแนวต่อของเทือกเขาภูพานและภูพานคำ บริเวณเขื่อนมีทิวทัศน์สวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยวครบครัน เป็นที่นิยมไปพักผ่อนกันมาก

2.1.6 บางแสนสอง ตั้งอยู่ที่บ้านหินเพิง ตำบลท่าเรือ อยู่ห่างจากอำเภอเมืองไปประมาณ 53 กิโลเมตร บรรยากาศโดยรอบของชายหาดริมทะเลสาบน้ำจืดเหนือเขื่อนอุบลรัตน์ สวยสะอาดตาเมื่อพระอาทิตย์ฉายส่องลงมาในยามเย็นกระทบกับทิวเขาภูเก้าที่ตั้งตระหง่านอยู่ด้านหลัง กิจกรรมกีฬาทางน้ำที่น่าสนใจก็คือ การบริการให้เช่าจักรยานน้ำ, บานาน่า โป๊ต, ห่วงยาง นอกจากนี้ยังมีบริการอาหารเลิศรสที่ปรุงจากปลาภายในอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ ได้แก่ ปลานิล, ปลาตะเพียน, ปลาช่อน, ฯลฯ ช่วงเทศกาลสำคัญ หรือ วันหยุด มักจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปชมธรรมชาติ และเล่นน้ำกันเป็นจำนวนมาก

2.1.7 ถ้ำค้างคาว ตั้งอยู่บนภูผาม่าน ห่างจากที่ว่าการอำเภอภูผาม่านประมาณ 2.5 กม. เป็น ถ้ำที่สูงจากพื้นดินประมาณ 100 ม. บริเวณหน้าผาสูงชันของภูผาม่านเมื่อเข้าใกล้จะได้กลิ่นของค้างคาว ปากถ้ำสามารถมองเห็นได้แต่ไกล ภายในถ้ำมีค้างคาวขนาดเล็กอาศัยอยู่บนถ้ำ ด้านตัวและภายในถ้ำไม่สามารถเข้าไปได้เนื่องจากมีกลิ่นเหม็นฉุนจัด ค้างคาวจะออกจาก ถ้ำในเวลาประมาณ 18.00 น ของทุกวัน ฝูงค้างคาวที่ออกมาจากถ้ำจะเป็นกลุ่มยวดยาวคล้ายฝูงผึ้งขนาดยักษ์

ติดต่อกันเป็นระยาระดับ สิบกิโลเมตร หากนับเวลาการบินออกจะใช้เวลาทั้งสิ้นประมาณ 30 – 45 นาที เหตุการณ์นี้ นับเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่หาดูได้ยากยิ่ง

2.1.8 หมู่บ้านผึ้ง ตั้งอยู่ที่ ตำบลลูกซอนแก่น ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้ง ที่ 3 จังหวัดขอนแก่น ร่วมกับสำนักงานเกษตรอำเภอภูเวียง ได้ส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงผึ้งและกิจกรรมปลูกพืชผักสวนครัว ไม้ผลและปลูกพืชอาหารผึ้ง และจัดสร้างชมุสชาติเทคโนโลยีการเลี้ยงผึ้ง และการเกษตร

2.1.9 หมู่บ้านเต่า บ้านกอก อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย มีเต่าเพ็ก เป็นเต่าบกชนิดหนึ่ง กระดองสี เหลืองแก่ปนน้ำตาล อยู่ทั่วไปในหมู่บ้าน

2.1.10 หมู่บ้านจุงจาง อยู่ที่บ้าน โคนสง่า อำเภอคำชะอี มีศูนย์เพาะพันธุ์เลี้ยงจุงจาง และชาวบ้านแสดงการชมวาระหว่างคนกับจุงจาง โดยช่วงที่มีการจัดแสดง ระหว่างวันที่ 13-15 เมษายน ของทุกปี แต่วันธรรมดาหากจะไปชมก็สามารถเดินทาง ไปชมได้อย่างสะดวก โดยอยู่ห่างจากจังหวัด ประมาณ 60 กิโลเมตร

2.1.11 พัทธาสอง ตั้งอยู่ที่บ้านหนองกุงเงิน ห่างจากอำเภอเมืองไปประมาณ 78 กิโลเมตร เป็นทะเลสาบขนาดประมาณ 20 ไร่ มักจะมีผู้คนท้องถิ่นมาพักผ่อนหย่อนใจ เพราะนอกจากจะมีทัศนียภาพที่งดงาม โดยมีเทือกเขาภูพานคำตั้งตระหง่านอยู่ด้านหลังแล้ว ยังได้นั่งรับประทานปลาน้ำจืดนานาชนิด (ที่หาได้จากทะเลสาบนี้เอง) บรรยากาศที่เย็นสบาย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมทางน้ำให้เลือกเล่นมากมายเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อน

2.1.12 อุทยานแห่งชาติน้ำพอง ในบริเวณอุทยานมีจุดชมวิวยูหลายแห่ง ได้แก่ “จุดชมวิวกินช้างสี” เป็นกลุ่มหินใหญ่บนสันเขาป่า โสภคเตี้ย ด้านข้างของหินมีรอยดินที่ช้างใช้ลำตัวสีก้อนหินติดอยู่ ใช้เวลาเดินเท้าจากที่ทำการประมาณ 2 ชั่วโมง หรือ โดยรถยนต์จากสวนป่า โสภคเตี้ย 8 กิโลเมตร จากจุดนี้จะมองเห็นทัศนียภาพของอ่างเก็บน้ำอุบลรัตน์ และเมืองขอนแก่น เดินเท้าจากจุดนี้ไป 30 นาทีจะเป็น “จุดชมวิวพลาญชาติ” เป็นลานหินที่มีต้นชาดขึ้นอยู่ ถัดไปคือ “ผาสุวรรณค์” เป็นหน้าผาบนเทือกเขาป่า โสภคเตี้ยอยู่บริเวณบ้าน โนนสุวรรณค์ อำเภออุบลรัตน์ เป็นจุดชมทัศนียภาพของอ่างเก็บน้ำที่งดงามอีกจุดหนึ่ง ใช้เวลาเดินเท้าจากที่ทำการประมาณ 2 ชั่วโมง สถานที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่งก็คือ “คำโพน” เป็นบ่อหินกลมคล้ายปล่องภูเขาไฟเกิดจากสภาพทางธรณีวิทยา

2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณคดี

2.2.1 พระธาตุขามแก่น วัดเจติยภูมิ บ้านขาม อำเภอคำชะอี เป็นพระธาตุเก่าแก่ที่เคารพสักการะของชาวขอนแก่น เป็นเจดีย์ทรงบัวตั้งบนฐานสี่เหลี่ยม ภายในบรรจุคำพรรณนาพระพุทธคุณ 9 บท

2.2.2 บ้าน โนนเมือง อำเภอชุมแพ เป็นแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ศิลปสมัยทวารวดี ขุดค้นพบ โครงกระดูกและเครื่องมือเครื่องใช้โบราณบนเนินดินรูปไข่ มีคูน้ำ ล้อมรอบเป็นคูเมือง กรมศิลปากรจัดทำเป็นหลุมเปิดเห็นเดียวกับที่บ้านเชียง

2.2.3 คูเปือยน้อย (วัดธาตุคูทอง) อำเภอเปือยน้อย เป็นศาสนสถานสมัยขอม มีปราสาทประธาน 1 องค์ และซากปราสาทบริวารอีก 2 องค์ ก่อด้วยอิฐบนฐานศิลาแลง พบทับหลังหินทรายมีภาพจำหลักเทพเจ้าต่าง ๆ สร้างสมัยขอมเรืองอำนาจ เมื่อ 700 กว่าปีมาแล้ว

2.2.4 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติขอนแก่น อยู่ในตัวเมืองขอนแก่น เป็นอาคารสองชั้น ชั้นล่างจัดแสดงอารยธรรมก่อนประวัติศาสตร์ ชั้นบนจัดแสดงศิลปวัตถุสมัยขอมที่ขุดค้นได้ในเขตอีสาน ภายนอกอาคารจัดแสดงใบเสมาจากที่ต่าง ๆ ในอีสาน โดยเฉพาะจากเมืองฟ้าแดง สูงยาง กาฬสินธุ์ รอบๆ บริเวณจัดไว้สวยงาม เป็นสถานที่พักผ่อนของชาวเมือง

2.2.5 สิมอีสาน (วัดป่าแสงอรุณ) สิมอีสาน ได้เห็นถึงรูปแบบ ทรวดทรง ความมั่นคงสามารถคุ้มแดดคุ้มฝน ตลอดจนความวิจิตรงดงามของภาพเขียนฝาผนังลายผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดขอนแก่น

2.2.6 เมืองโบราณดงเมืองแอม บ้านดงเมืองแอม อำเภอเขาสวนกวาง เป็นเมืองโบราณ รูปสี่เหลี่ยมมน มีคันดินและคูน้ำล้อมรอบ มีซาก มีซากโบราณสถานศิลาแลง และพบศิลาจารึกอายุราวพุทธศตวรรษที่ 12 สมัยทวารวดี เป็นเมืองขนาดใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน

2.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2.3.1 หมู่บ้านผ้าไหมชนบท มีการผลิตผ้าไหมทั้งดงาม เป็นการทอแบบดั้งเดิม และทอในระบบอุตสาหกรรม เป็นแหล่งผ้าไหมมัดหมี่ที่นักท่องเที่ยวนิยมแวะชมมาก

2.3.2 มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งอยู่บนเนินอิฐสีแดง เรียก "มอดินแดง" เป็นสถาบันอุดมศึกษาสำคัญของภาคอีสาน มีศูนย์ศิลปและวัฒนธรรม ที่ได้มาตรฐาน มีการจัดแสดงผลงานทางศิลปและวัฒนธรรมเป็นประจำ มีธรรมชาติสวยงาม ด้านทิศใต้มีริมบึงสีฐานและทิวสนเป็นแนวยาว เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจแห่งหนึ่งของชาวเมืองขอนแก่น

2.3.3 วัดพระบาทภูพานคำ บนไหล่เขาภูพานคำ อำเภออุบลรัตน์ มีพระพุทธรูปสีขาวตั้งเด่นอยู่บนเขา มีพระพุทธรูปจำลอง มีบันไดเดินขึ้นได้ และมีทางรถยนต์ขึ้นได้ถึงยอดเขาสามารถมองเห็นทิวทัศน์รอบ ๆ เชื้อนอุบลรัตน์ได้กว้างไกล

2.3.4 วัดอุดมคงคาศรีเขต อำเภอัญญาศรี ตั้งอยู่เชิงเขาบริเวณวัดสงบรม์วัน มีลำธารไหลผ่านตลอดปี มีวิหารที่สวยงาม ซึ่งจัดเป็นพิพิธภัณฑ์แสดงเครื่องอัฐบริหารของหลวงปู่ผาง เป็นที่เคารพสักการะของคนทั่วไป

2.3.5 วัดไชยศรี ตั้งอยู่ที่บ้านสระวี อำเภอเมือง สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2408 สิ่งที่น่าสนใจคือภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ดูสวยงามแปลกตาฝีมือนายทอง ทิพย์ชา ช่างพื้นบ้านชาวมหาสารคาม ภาพจิตรกรรมที่วัดนี้จะเขียนทั้งภายในและภายนอกสิม (โบสถ์) สิ่งที่น่าสนใจอันดับแรกคือการใช้สี ช่างจะเขียนด้วยสีฝุ่น โทนสีคราม เหลือง ขาว มองสบายตา ลักษณะการเขียนภาพเน้นสัดส่วนที่เกินจริง อารมณ์ของภาพดูสนุกสนาน ตัวละครจะออกท่าทาง โดดโผน เรื่องราวที่เขียนบนฝาผนังด้านนอกเป็นรูปนรกแปดขุม ภาพพระเวสสันดร นิทานพื้นบ้านเรื่องสังข์สินไชย ภาพทวารบาล ส่วนด้านในจะเล่าเรื่องพุทธประวัติ มีภาพเทพ มนุษย์และสัตว์ต่าง ๆ แต่ปรกติวัดในต่างจังหวัดยังคงเคร่งตามประเพณีเดิม คือผู้หญิงไม่สามารถเข้าไปภายในโบสถ์ได้ ซึ่งวัดไชยศรีก็เป็นวัดหนึ่งที่ยังรักษาธรรมเนียมนี้อยู่

จากที่ได้ศึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น สรุปได้ว่า จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ตรงกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเมืองที่มีมรดกทางวัฒนธรรมของชนชาติโบราณมากมาย ดังปรากฏร่องรอยให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน เช่น ภาพเขียนสีที่ถ้ำฝามือแดง อำเภอภูเวียง เมืองโบราณสมัยทวารวดีที่อำเภอชุมแพ เสมอานหินที่เมืองชัยวาน อำเภอมัญจาคีรี และศาสนสถานสมัยขอมที่อำเภอเปือยน้อย และที่ดงระดับ โลก คือการค้นพบ ไดโนเสาร์ ที่อำเภอภูเวียง พันธุ์ซอโรพอด ชื่อ ภูเวียง โกซอร์ส สิรินครเม่ มีอายุประมาณ 120-130 ล้านปี สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เด่นของจังหวัด ได้แก่ เขื่อนอุบลรัตน์ บางแสน 2 และหาดจอมทอง บึงแก่นนคร เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ พระธาตุขามแก่น พระมหาธาตุแก่นนคร ขอนแก่น เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติและโบราณสถานมากมาย มีความเจริญรุ่งเรืองในด้านต่างๆ เป็นศูนย์กลางทางการศึกษา คือเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ มีผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ที่อำเภอชนบท นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และสะดวกในการคมนาคมตลอดปี

ผู้วิจัย ได้นำแนวคิดที่ได้จากการศึกษามากำหนดเป็นขอบเขตพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ยอดฮิต 5 อันดับ (<http://www.123thailandtravel.com/khonkaen.html>, 2552 : Online) มาใช้ในงานวิจัย เพราะครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดขอนแก่น ดังนี้

สถานที่ท่องเที่ยวยอดฮิต 5 อันดับ ในจังหวัดขอนแก่น

1. อุทยานแห่งชาติภูเวียง เมื่อพูดถึงอุทยานแห่งชาติภูเวียงนักท่องเที่ยวก็ต้องนึกถึง ไดโนเสาร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีน้ำตกอยู่สองสามแห่ง น้ำตกทับพญาเสือ น้ำตกตาดฟ้า น้ำตกตาดกลาง

2. อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ มีทิวทัศน์ที่สวยงามมาก โดยเฉพาะเวลาพระอาทิตย์ตกภายในบริเวณที่ทำกรอุทยาน ฯ มีสถานที่สำหรับตั้งค่ายพักแรมได้
3. บึงแก่นนคร เป็นสถานที่ที่ประชาชนนิยมมาพักผ่อนมาพักผ่อนหย่อนใจ และทำกิจกรรมนันทนาการของชาวเมือง เพราะมีบรรยากาศสบาย ๆ
4. พระธาตุขามแก่น เป็นโบราณสถานที่สำคัญของจังหวัดขอนแก่น ทุกปีในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 จะมีงานฉลองและนมัสการพระธาตุเป็นประจำ
5. พัทธา 2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่บนหมู่บ้านหนองเซิน อ.ภูเวียงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่กำลังเป็นที่สนใจของคนทั่วไป และมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจเป็นจำนวนมาก

3. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม

3.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม

3.1.1 พระธาตุนาดูน พุทธมณฑลแห่งอีสาน ตั้งอยู่ที่บ้านนาดูน เป็นเขตที่มีการขุดพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีต เพราะบริเวณนี้ได้เคยเป็นที่ตั้งของนครจำปาศรีมาก่อน โบราณวัตถุต่างๆและที่สำคัญคือการขุดพบสถูปบรรจุพระบรมสารีริกธาตุบรรจุในตลับทองคำเงินและสำริด ซึ่งสันนิษฐานว่ามีอายุอยู่ในพุทธศตวรรษที่ 13-14 สมัยทวารวดี รัฐบาลจึงอนุมัติให้ดำเนินการก่อสร้างพระธาตุนาดูนขึ้นในเนื้อที่ 902 ไร่ โดยบริเวณรอบ ๆ จะมีพิพิธภัณฑ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมสวนรุกขชาติ สวนสมุนไพร ซึ่งตกแต่งให้เป็นสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา

3.1.2 ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง หลักเมืองมหาสารคามสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2408 โดยเจ้าเมืองมหาสารคาม คือท้าวมหาชัย อัญเชิญเจ้าพ่อหลักเมืองมาประทับเพื่อเป็นสิริมงคลสิริสิทธิ์ คู่บ้านคู่เมืองนับเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่ชาวจังหวัดมหาสารคามให้ความเคารพนับถือกันมาก

3.1.3 คู่มหาราตุ (ปราสาทคู่มหาราตุ) ตั้งอยู่ที่บ้านเขวาสี ตำบลเขวาสี อำเภอมือเือง ห่างจากตัวเมืองไปตามถนนแจ้งสนิท 13 กิโลเมตร เป็นโบราณสถาน ที่มีอายุก่อสร้างในประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 ทำด้วยศิลาแลงเป็นรูปกระโจมสี่เหลี่ยม สูงจากพื้นดินถึงยอด 4 วา กว้าง 2 วา 2 สอก ภายในปราสาทมีเทวรูปทำด้วยดินเผา 2 องค์ นั่งขัดสมาธิ ประนมมือ ถือสังข์ มีกำแพงทำด้วยศิลาแลงล้อมรอบ โคปุระอยู่แนวด้านทิศตะวันออกเป็นทางเข้าออกภายในกำแพงเพียงด้านเดียว บรรณาลัยอยู่ภายในกำแพงแก้วด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ มีทางเข้าในปราสาทประธานเพียงด้านเดียว คือ ทิศตะวันออก ส่วนอีก 3 ด้าน เป็นประตูหลอก กรอบประตูและทับหลังเป็นหินทราย กรมศิลปากรได้ทำการขุดแต่งเรียบร้อยแล้ว

3.1.4 พิพิธภัณฑวัดมหาชัย อาคารพิพิธภัณฑ เป็นอาคารทรงไทยประยุกต์ ชั้นบน จัดแสดงเครื่องปั้นดินเผาสมัยต่าง ๆ ชั้นส่วนสถาปัตยกรรมของปราสาทหิน ตลอดจนซากสัตว์ต่าง ๆ ส่วนชั้นล่าง เก็บตู้พระธรรม หีบพระธรรม และคัมภีร์ใบลานจำนวนมาก โบราณวัตถุชิ้นสำคัญภายในพิพิธภัณฑแห่งนี้ ได้แก่ประติมากรรมหิน ซึ่งบางท่านเชื่อว่าเป็นรูปพระไภษัชยคุรุไวฑูรยประภา ซึ่งเดิมอยู่ที่ภูบ้านเขวา (ภูคุ่มมหาธาตุ) และเมื่อจะมีงานสร้างภูก็ยังคงมาอัญเชิญกลับไปประกอบพิธีทุกปี ทางวัดมหาชัยยังมีโบราณวัตถุจัดเก็บอยู่ในอาคารชั่วคราวอีกสองหลัง หลังหนึ่งใช้เก็บเครื่องมือแกะสลักของอีสานโบราณ เช่น ธรรมาสัน บานประตูดู หน้าต่าง ส่วนอีกหลังหนึ่ง เก็บโบราณวัตถุที่เป็นหิน เช่น ใบเสมา ฐานรูปเคารพ และศิวิลลิ่ง ส่วนบรรดาใบเสมาที่ไม่มีสภาพสลัก หรือชิ้นส่วนฐาน เสาศิวิลลิ่งที่เป็นหินสลักขนาดใหญ่ก็จะนำไปจัดวางไว้ทั่วไปในบริเวณวัดโดยรอบ

3.1.5 ภูสันครัตน์ เป็นปราสาทหินที่สร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 เป็นศิลปะขอม อายุระหว่าง พ.ศ. 1700 – 1750 ตัวปราสาทสร้างด้วยศิลาแลง เป็นแท่งสี่เหลี่ยมเหมือนภูคุ่มมหาธาตุ และมีทับหลังประคองหน้าจั่วหลักกลางงดงามหน้าดู

3.1.6 พระพุทธรูปมิ่งเมือง หรือ พระพุทธรูปสุวรรณมาลี สร้างด้วยหินทรายแดง เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์สมัยทวารวดีที่ชาวมหาสารคามนับถือกันมา ประดิษฐานที่วัดสุวรรณาวาส ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย

3.1.7 พระพุทธรูปยืนมงคล พระพุทธรูปยืนมงคล เป็นพระพุทธรูปสมัยทวารวดี สร้างขึ้นด้วยหินทรายแดง เหมือนพระพุทธรูปมิ่งเมือง พระพุทธรูปทั้งสององค์นี้สร้างขึ้นในเวลาเดียวกันคือ เมื่ออำเภอกันทรวิชัยฝนแล้ง ผู้ชายสร้างพระพุทธรูปมิ่งเมือง ผู้หญิงสร้างพระพุทธรูปยืนมงคล เสร็จพร้อมกันแล้วทำการฉลองขบวน โห่พารา ปรากฏว่าตั้งแต่ได้สร้างพระพุทธรูปทั้งสององค์แล้วฝนก็ตกต้องตามฤดูกาล พระพุทธรูปยืนมงคลตั้งอยู่ที่ตำบลกันทราราม อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม

3.1.8 หมู่บ้านหัตถกรรมบ้านหนองเขื่อนช้าง หมู่บ้านนี้มีชื่อเสียงในการทอผ้าไหม และผ้าฝ้าย ชาวบ้านแทบทุกครัวเรือนทอผ้าและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปไว้จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เสื้อ กางเกงขาก๊วย หมอนจิด กระเป๋า ยาม และอื่น ๆ นับเป็นแหล่งหัตถกรรมที่สำคัญของจังหวัดซึ่งผู้คนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน นิยมไปซื้อหาสินค้าพื้นเมืองที่มีคุณภาพดีและราคาย่อมเยา

3.1.9 สถาบันวิจัยวลัยรุกขเวช เป็นสถานที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพันธุ์ไม้ อนุรักษ์ขยาย และปรับปรุงพันธุ์ไม้ในภาคอีสาน ภายในสถาบันฯจะมีอุทยานลานไม้ พิพิธภัณฑธรรมชาติ และพิพิธภัณฑบ้านอีสาน ซึ่งแต่ละแห่งมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก

3.1.10 สะดืออีสาน เป็นแหล่งน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ มีเนื้อที่ประมาณ 2,700 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกันหลายตำบล สำหรับตำบลเหล่า ติดต่อกับบ้านคอนคูม บ้านเขวา และบ้านยางสินไชย รวมระยะทาง 3.5 กิโลเมตร อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางหรือสะดือของภาคอีสาน อยู่ที่บ้านเขวา ตำบลเหล่า ซึ่งขณะนี้เป็นที่สนใจทั้งภาครัฐ เอกชน ในการผลักดันและสนับสนุนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง

3.1.11 บึงบอน หนองน้ำขนาดใหญ่ มีเนื้อที่ 120 ไร่ และมีถนนรอบบึงซึ่งได้รับการพัฒนาฯ จาก ททท. โดยมีความกว้าง 5 เมตร ยาว 2,689 เมตร นับว่าเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจอีกแห่งหนึ่ง อยู่ห่างจากวนอุทยานโกสัมพีประมาณ 100 เมตร

3.1.12 อุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย บริเวณอุทยานตั้งอยู่ในกุดหวาย กุด คือ ลำน้ำที่ปลายค้วน เดิมบริเวณฝั่งกุดมีต้นหวายอยู่ทั่วไป ส่วนเนินดินกลางกุดและริมคิ่งน้ำมีหญ้าคา หญ้าแฝก และพันธุ์ไม้ท้องถิ่นหลายชนิด พระครูพิทักษ์ โกสุมพิสัย (ญาครูโม่่ง) เจ้าอาวาสวัดโพธิ์ศรี ได้ไปตั้งสำนักสงฆ์ใน พ.ศ. 2527 ปัจจุบันคือวัดพิทักษ์สามัคคีโพธิ์ศรี 2 ซึ่งเป็นศูนย์รวมชุมชนโขงกุดหวาย พ.ศ. 2533 กุดหวายต้นเงินมากด้วยสวะ หน่วยราชการ ได้ขุดลอกคิ่งน้ำตามแนวเดิม ที่เป็นรูปเกือกม้า พ.ศ. 2538 เกิดน้ำหลากล้นฝั่งน้ำชีทะลักเข้ากุดหวาย ทำให้ปลาจากแม่น้ำมูล ว่ายทวนกระแสเข้ามาตามลำน้ำชีเข้ามาอยู่ในโขงกุดหวาย เช่น ปลาเผาะ (ปลาเปาะเป็นปลาไม่มีเกล็ด ลำตัวยาวประมาณ 2 ศอก ชอบว่ายตามผิวน้ำเพื่อหาอาหาร) ปลาตะเพียน ยี่สก นิล ไน และปลาท้องถิ่นอื่นรวมอยู่ด้วย ปัจจุบันปลาเผาะมีมากกว่าปลาชนิดอื่น ๆ ต่อมาชาวบ้านและหน่วยราชการ ร่วมกันพัฒนาด้านต่าง ๆ มีการเสริมคันดินให้แข็งแรงปิดกั้นทางน้ำไม่ให้ไหลลงชี ตกแต่งสถานที่ให้ร่มรื่นสวยงามเหมาะสำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน ดำเนินการโดยสภาวัฒนธรรมบ้านโขงกุดหวาย

3.1.13 พิพิธภัณฑน์นครจำปาศรี เป็นสถานที่จัดแสดงและเก็บรวบรวมรักษา โบราณวัตถุ ศิลปะวัตถุ และเป็นแหล่งข้อมูลอาณาจักรจำปาศรี นคร โบราณสมัยทวารวดี อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 13-16 โดยก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2543 ภายในบริเวณองค์พระบรมราชานุสาวรีย์ (พุทธมณฑลอีสาน) ลักษณะเป็นอาคารทรงไทยประยุกต์ 2 หลังเชื่อมต่อกัน ภายในมีการจัดแสดงเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านสื่อวีดิทัศน์ โมนเดลจำลองและบอร์ดข้อมูล แบ่งเป็น 4 ส่วนคือ 1. พุทธศาสนา : ศาสตร์แห่งบูรพทิศ 2. พระบรมสารีริกธาตุ 3. การค้นพบที่ยิ่งใหญ่ที่นาควน 4. พุทธมณฑลอีสาน สิ่งที่น่าสนใจคือส่วนที่ 3 ซึ่งมีการจัดแสดงเรื่องราวการค้นพบพระบรมสารีริกธาตุ ขนาดเท่าเมล็ดข้าวสารหัก วรรณะสีขาวขุ่นคล้ายแก้วมุกดา เมื่อปี พ.ศ. 2522 ในบริเวณเนินดินซึ่งแต่เดิมเป็นพระบรมราชานุสาวรีย์ โบราณสมัยทวารวดี องค์พระบรมสารีริกธาตุพบประดิษฐานในผอบทองคำ ผอบเงิน และผอบสำริดซ้อนกัน บรรจุภายในสถูปสำริด นอกจากนี้มีการจัดแสดงเรื่องพระพิมพ์

ในประเทศไทย และพระพิมพ์กรุพระธาตุนาคูน ซึ่งเป็นพระพิมพ์ดินเผาสมัยทวารวดี สามารถจำแนกรูปแบบได้ถึง 39 พิมพ์ โดยมีการจัดทำหุ่นจำลองเนิน โบราณสถาน และจัดแสดงผังตำแหน่งสถูปสำริด ประกอบวีดิทัศน์สรุปเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น

3.1.14 เขตห้ามล่าสัตว์ป่าดูลำพัน ตั้งอยู่ที่บ้านนาเชือก หมู่ที่ 1 ตำบลนาเชือก อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอนาเชือกไปทางทิศใต้ ประมาณ 3 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมด ประมาณ 311 ไร่ แตกต่างจากป่าทั่วไป คือ เป็นป่าน้ำซับ หรือ ป่าพรุน้ำจืด กล่าวคือ มีน้ำผุดขึ้นมาจากใต้ดินตลอดปี ดูน เป็นภาษาท้องถิ่น หมายถึง การดันของน้ำใต้ดิน ลำพัน คือ พืช ตระกูลหญ้า คล้ายต้นกก บางท้องถิ่นเรียกว่า ฐูปฤณี ซึ่งมีมากในป่าดูลำพัน โดยเฉพาะบริเวณที่มีน้ำขัง ในบริเวณป่าแห่งนี้ยังมีความหลากหลายทางชีวภาพ คือ มีสัตว์ป่านานาชนิด และที่สำคัญเป็นที่อยู่อาศัยของปูป่าที่ชาวบ้านเรียกว่า ปูแป้ง เป็นปูน้ำจืดที่มีลักษณะพิเศษ คือ มีสามสี ได้แก่ สีม่วง สีเหลืองส้ม และสีขาว นายประสาสน์ รัตนะปัญญา ได้นำปูชนิดนี้เสนอต่อศาสตราจารย์ไพบุลย์ นัยเนตร ผู้เชี่ยวชาญเรื่องปู คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อทำการศึกษาวิจัย ผลปรากฏว่าเป็นปูที่สวยงามไม่เคยพบในที่ใดมาก่อน พร้อมกับนำเสนอรายงานต่อวงการชีววิทยาโลกว่าเป็นปูในวงศ์ แรงกาน้ำ ต่อมาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ทำหนังสือกราบบทูลขอพระราชทาน พระราชานุญาตอัญเชิญพระนามาภิไธยสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าจุฬารัตน์วลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี เป็นนามปูป่าที่ค้นพบใหม่ของโลกชื่อว่า แรงกาน้ำจุฬารัตน์ แต่นิยมเรียกว่า ปูทูลกระหม่อม จากการสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2535 มีปูทูลกระหม่อม อาศัยอยู่ในป่าดูลำพันประมาณสองแสนตัว แต่ในปี พ.ศ. 2544 เหลือเพียงประมาณสี่พันตัว

3.1.15 ปูทูลกระหม่อม หรือ ปูแป้งได้รับพระราชทานชื่อ เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2536 มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ ว่า Thaipotamon Chulaporn ชื่อสามัญว่า Mealy crab ลักษณะพิเศษคือ ตัวโตกว่าปูนา มีกระดองแข็ง สีสวยสด มีไข่มุกโตขนาดเมล็ดนุ่นสีขาวขุ่นคล้ายเมล็ดข้าวโพดที่นึ่งสุกแล้ว มดหรือแมลงจะกิน ไข่มุกแป้งไม่ได้ อาศัยอยู่ในเฉพาะในรูเท่านั้น ไม่ออกมานอกบริเวณดูลำพัน หายอาหารกินบริเวณป่ากรู ส่วนมากหากินในเวลากลางคืน ชอบกินลูกน้ำ ยุง แมลง กิ่งก้อ ใส่เดือน การดำรงชีวิตชอบอยู่โดดเดี่ยว ไม่รวมกลุ่ม ผสมพันธุ์และวางไข่ราวเดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม ลักษณะเด่นคือ กระดองเป็นสีม่วงเปลือกมันเงา ขอบเขี้ยว ขอบกระดองและก้ามหนีบทั้งสองข้างมีสีเหลืองส้ม ตรงปลายก้ามหนีบขาเดินและบริเวณขอบข้างปากมีสีขาว ปูทูลกระหม่อมได้กำหนดให้เป็นสัตว์ป่าคุ้มครอง ลำดับที่ 14 ของสัตว์ป่าจำพวกไม่มีกระดูกสันหลังในกฎกระทรวง ฉบับที่ 11(พ.ศ. 2543) เพิ่มเติมจากบัญชีสัตว์ป่าคุ้มครองท้ายกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2537) เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2543 ในประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 117 ตอนที่ 3 วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2543

3.1.16 วนอุทยาน โกสุมพิ์ กรมป่าไม้ได้ประกาศจัดตั้งเป็นวนอุทยานตามข้อเสนอของจังหวัดมหาสารคาม เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2519 ลักษณะพื้นที่เป็นป่าเบญจพรรณ 125 ไร่ริมฝั่งแม่น้ำชี ในเขตเทศบาลตำบลหัวขวาง อำเภอโกสุมพิสัย ห่างจากตัวเมืองมหาสารคาม ประมาณ 28 กิโลเมตร เดิมชาวมหาสารคามเรียกป่าแห่งนี้ว่า เบญจสิงห์ หรือ หนองเบญจ เพราะภูมิประเทศเป็นหนองน้ำและป่าไม้ตามธรรมชาติที่มีบรรยากาศร่มรื่น เป็นที่อาศัยของนกนานาชนิดและฝูงลิงนับพันตัว โดยเฉพาะ ลิงแสมสีทอง ซึ่งเป็นลิงชนิดหายได้ยากรวมอยู่ด้วย ภายในป่ามีพรรณไม้หลายชนิดส่วนใหญ่ที่สำคัญได้แก่ ทองป่า กะเบา ยางนา หว้า ทองกวาว ตะโก สำหรับไม้พื้นล่างส่วนใหญ่ ได้แก่ เถาวัลย์เปรียง หวาย ตดตะกั่ว มะดัน นมแมว คัดเค้า และไม้ไผ่ นอกจากนั้นยังมีต้นจามจุรี หรือก้ามปู ซึ่งชาวบ้านนำไปปลูกไว้ นอกจากจะมีพรรณไม้ดังกล่าวมาแล้ว ยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยไม้มีค่านานาชนิด อาทิเช่น มะค่าโมง ตะเคียนทอง ตะแบกใหญ่ เป็นต้น สำหรับต้นทองป่า มีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น โกสุม ดอกคำ สาขาคำ ลักษณะเป็นต้นไม้ขนาดใหญ่เปลือกเกลี้ยง สีขาวนวล ใบสีเขียวเป็นมัน แต่ละก้านจะมีใบจับกันละ 29 – 34 ใบ ถ้าต้นไม้ใหญ่อายุมากโคนต้นจะมีสะเก็ดแห้งขรุขระขนาดใบจะเล็กลง ปัจจุบันสำรวจพบในวนอุทยาน จำนวน 13 ต้น ต้นทองที่กล่าวถึงพบเพียงแห่งเดียวในจังหวัดมหาสารคาม เป็นต้นไม้ในวรรณกรรมอีสาน และเป็นมงคลนามคูเมืองโกสุมพิสัย คำว่า โกสุม ในภาษาบาลีแปลว่า ดอกคำ จัดเป็นต้นไม้หายากใกล้สูญพันธุ์เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไป บริเวณต้นทองป่าเกิดนั้น เป็นเนินดินสูง ใกล้ศาลาพักผ่อนท่องเที่ยว คนและลิงเหยียบย่ำตลอดเวลา รวมถึงยานพาหนะที่วิ่งผ่านประจำทุกวัน อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ไม่มีต้นทองป่าเล็ก ๆ เกิดขึ้นทดแทน ซึ่งอาจสูญพันธุ์ในอนาคต ภายในวนอุทยานโกสุมพิ์ มีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ให้ประชาชนเข้าไปกราบไหว้ ศาลเจ้าปู่ เพื่อความเป็นสิริมงคลกับตนเองและครอบครัว สิ่งที่ทุกคนประทับใจก็คือ การให้อาหารและหยอกล้อกับฝูงลิงตลอดจนพักผ่อนตามจุดต่าง ๆ หรือชมธรรมชาติริมฝั่งลำน้ำชี ทุก ๆ ปีในช่วงเทศกาลสงกรานต์ มีการจัดงานตามประเพณีและจัดอาหารเลี้ยงฝูงลิง ที่เรียกว่า งานพาข้าวลิง ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้ามาชมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ในบริเวณ ยังมี บึงบอน แหล่งน้ำตามธรรมชาติขนาดใหญ่ที่มีภูมิทัศน์สวยงาม เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวโกสุมพิสัยและนักท่องเที่ยว ส่วน บึงกุย ซึ่งเป็นบริเวณศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือ ตะดออีสาน นั้น จะพัฒนาให้เป็นศูนย์ข้อมูลและแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต

3.2 แหล่งท่องเที่ยวสถานที่พักผ่อน

3.2.1 แก่งเลิงจาน เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ภายในบริเวณเป็นที่ตั้งของสถานีประมง ทำการเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดให้หลายจังหวัดในภาคอีสาน บริเวณโดยรอบของแก่งเลิงจานมีทิวทัศน์สวยงาม

3.2.2 หาดวังโก (ค่ายลูกเสือสุตา) หาดวังโก เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจแห่งหนึ่งในอำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่เพิ่งพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตั้งอยู่ที่อำเภอท่าเตื่อ ต.หนองบอน อ.โกสุมพิสัย จ.มหาสารคาม เปิดบริการ 08.00– 18.00 น. ทุกวัน เป็นทะเลน้ำจืดที่มีเครื่องเล่นต่าง ๆ มากมาย เช่น บานาน่าโบ๊ท โคนัสสกี ยังมีเปลและร่มไว้สำหรับนอนพักตากอากาศ อาบแดด มีร้านอาหารต่าง ๆ หลายร้านด้วยกัน

3.2.3 พัทธานาเชือก เป็นอ่างเก็บน้ำจืดขนาดกลางที่ใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน โดยมีความยาวเส้นเขื่อนถึง 2,400 เมตร กว้าง 6 เมตร สูง 11.5 เมตร จุน้ำได้สูงสุด 43,000 ลบ.ม. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีเกาะกลางน้ำ ตรงกลางน้ำเรียกว่าเกาะข่า (โนนข่า) เป็นแหล่งน้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีปลาบู่ขนาดใหญ่รสชาติหวานเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว บริเวณรอบ ๆ จะมีหาดและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจตามจุดต่าง ๆ และจุดเล่นน้ำ

จากที่ได้ศึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม สรุปได้ว่า จังหวัดมหาสารคาม เป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม เช่น พระธาตุนาดูนที่มีการขุดพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีต นอกจากนั้นแล้วยังได้รับอิทธิพลของศาสนาพราหมณ์ ผ่านมาทางชนชาติขอม ในรูปแบบสมัยลพบุรี เช่น กู่สันตรัตน์ พระพุทธรูปเมือง พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์สมัยทวารวดีที่ชาวมหาสารคามนับถือกันมาช้านาน นอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจัดเป็นสถานที่พักผ่อน เช่น อุทยานมัจฉา โขงกุดหวาย วนอุทยานโกสัมพีจะพบ ลิงแสม ลิงสีทองที่อาศัยอยู่หลายร้อยตัว วนอุทยานแห่งนี้อยู่ติดกับลำน้ำชี เป็นธรรมชาติเหมาะสำหรับคนรักป่าเขตกว้างล่าสัตว์ป่าดูนลำพัน เป็นป่าธรรมชาติที่คงความอุดมสมบูรณ์ ป่าแห่งนี้ ค้นพบปูเป้ง หรือ ปูทูลกระหม่อม เป็นปูน้ำจืดที่มีความสวยงาม นักท่องเที่ยวหาปูได้ที่ป่าดูนลำพันแห่งนี้เท่านั้น และบึงบอน นับว่าเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจล้วนสวยงามน่าท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่ได้จากการศึกษามากำหนดเป็นขอบเขตพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยว จังหวัดมหาสารคาม ยอดฮิต 5 อันดับ (<http://www.123thailandtravel.com/mahasarakham.html>. 2552 : Online มาใช้ในงานวิจัย เพราะครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

1. ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมอีสาน ตั้งอยู่ในบริเวณวิทยาลัยครูมหาสารคาม แสดงความเป็นมาของศิลปะอีสานตลอดจนศิลปหัตถกรรม เช่น การทอผ้า ลายผ้าต่างๆ นอกจากนั้นก็มียุทธคดีอีสานประเภทโบราณ ซึ่งหาชมได้ยากมาก นอกจากนั้นยังมี ภาพถ่าย ไลด์ เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของชาวอีสานให้ชมด้วย

2. พระพุทธมิ่งเมือง สร้างด้วยหินทรายแดง เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์สมัยทวารวดี ที่ชาวมหาสารคามนับถือกันมาช้านานมากแล้ว

3. พระธาตุนาดูน เป็นพุทธมณฑลแห่งอีสาน ตั้งอยู่ที่บ้านนาดูน เขตอำเภอนาดูน เป็นเขตที่มีการขุดพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์โบราณคดีที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีต

4. วนอุทยาน โกสัมพี ตั้งอยู่ที่ตำบลห้วยขวาง ริมฝั่งแม่น้ำชี วนอุทยานนี้เป็นที่อาศัยของนกต่างๆ และลิงฝูงใหญ่จำนวนมากหลายร้อยตัว ลิงในป่านี้มีนิสัยไม่ดุร้ายสามารถเข้ารีบของกินจากประชาชนที่นำไปให้ได้

5. แก่งเลิงจาน เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ บริเวณ โดยรอบของแก่งเลิงจานมีทิวทัศน์สวยงาม ในวันหยุดประชาชนนิยมไปพักผ่อนกันเป็นจำนวนมาก

4. สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์

กาฬสินธุ์ เมืองฟ้าแดดสงยาง โปงกลางเลิศล้ำ วัฒนธรรมผู้ไทย ผ้าไหมแพรวา ผาเสวยภูพาน มหาธารลำปาว ไดโนเสาร์สัตว์โลกล้านปี

กาฬสินธุ์ ตั้งอยู่ใจกลางของภาคอีสาน ได้สมญานามว่า “เมืองดินดำน้ำชุ่ม” เนื่องจากหน้าฝนน้ำท่วมไม่ถึง ฝนไม่แล้งเกินไป บวกกับสภาพภูมิประเทศปกคลุมด้วย ภูเขา ป่าไม้ และที่ราบตอนบนมีแนวเทือกเขาภูพานวางสลับซับซ้อน ซึ่งเป็นต้นน้ำของแม่น้ำชี แม่น้ำพาน และแม่น้ำปาวไหลหล่อเลี้ยงชาวจังหวัดกาฬสินธุ์

กาฬสินธุ์ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในเรื่องแหล่งฟอสซิลไดโนเสาร์ สมบูรณ์ที่สุดเท่าที่พบในประเทศไทย เป็นแหล่งกำเนิดเครื่องดนตรีอีสานชื่อ “โปงลาง” และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังนี้

4.1 พิพิธภัณฑ์ของดีจังหวัดกาฬสินธุ์ ตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัดกาฬสินธุ์ (หลังเดิม) ผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ (นายชัยรัตน์ มาปราชิต) ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้เป็นศูนย์รวมของดีเมืองกาฬสินธุ์ จัดเป็นห้องบรรยายสรุปห้องเจ้าเมือง ห้องศาสนา ห้องเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถห้องวิถีชีวิตความเป็นอยู่ชาวไทย ห้องวิจิตรแพรวา ห้องศึกษาค้นคว้าเรื่องหัตถกรรม ห้องสารคดีจำหน่ายผ้าไหมแพรวา และของที่ระลึกพื้นเมือง โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้าชมทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.30-16.30 น. โทร. 0-4381-1695

4.2 สถานศึกษาธรรมชาติและสัตว์ป่าลำปาว (สวนสะออน) อยู่บริเวณทิศตะวันออกของอ่างเก็บน้ำเขื่อนลำปาว มีเนื้อที่ 1,420 ไร่ เป็นสวนป่าธรรมชาติ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมป่าไม้ กรมชลประทาน กรมทางหลวงได้ร่วมกันดำเนินการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติสวนสัตว์เปิด ได้นำสัตว์ป่าชนิดต่าง ๆ มาปล่อยไว้ให้อยู่แบบธรรมชาติดั้งเดิม

มี “วัวแดง” เป็นสัตว์ป่าที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานี ฯ สภาพของป่าเป็นป่าเต็งรังหรือป่าแดงมีสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ ซึ่งเปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 07.00-18.00 น. ไม่เสียค่าเข้าชมการใช้บ้านพักของสถานี ฯ และตั้งแคมป์พักแรมต้องขออนุญาตเจ้าหน้าที่สถานี ฯ หรือทำจดหมายขออนุญาตล่วงหน้าส่งไปที่สถานีศึกษาธรรมชาติและสัตว์ป่าลำปาง ตู้ ป.ณ. 120อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000

4.3 หาดดอกเกด ซึ่งเปรียบเสมือนสวรรค์ชายหาดของคนอีสาน เป็นสวนไม้ดอกไม้ประดับ อยู่บริเวณหน้าสันเขื่อนลำปาวและอุทยานสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นศูนย์เพาะพันธุ์ปลา จัดเป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำด้วย

4.4 เขื่อนลำปาว เป็นเขื่อนซึ่งสร้างปิดกั้นลำน้ำปาว และห้วยยาง มีบริเวณเขตติดต่อระหว่างตำบลลำปาว อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ ตำบลหนองบัว อำเภอหนองกุงศรี และตำบลเว่อ อำเภอยางตลาด เขื่อนลำปาวเป็นเขื่อนดินสูงจากท้องน้ำ 33 เมตร สันเขื่อนยาว 7.8 เมตร กว้าง 8 เมตร เริ่มก่อสร้าง เมื่อ พ.ศ. 2506 สร้างเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2511 เพื่อปิดกั้นลำน้ำปาวและห้วยยางที่บ้านหนองสองห้อง ตำบลลำปาว อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ ทำให้เกิดอ่างเก็บน้ำแผ่ทางด้านเหนือเขื่อน จึงได้ขุดร่องเชื่อมระหว่างอ่างทั้งสอง เก็บน้ำได้ 1,430 ล้านลูกบาศก์เมตร สร้างขึ้นเพื่อบรรเทาอุทกภัยและเพื่อการเกษตร โดยเฉพาะ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลา มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้แก่ หาดดอกเกด การเดินทาง ใช้ทางหลวงหมายเลข 213 (กาฬสินธุ์-มหาสารคาม) กิโลเมตรที่ 33-34 เลี้ยวขวาเข้าเขื่อนลำปาวตามถนนลาดยาง 26 กิโลเมตร

4.5 พุทธสถานภูป้อ ตั้งอยู่ในวัดอินทร์ประทานพร ตำบลภูป้อ ห่างจากจังหวัดกาฬสินธุ์ประมาณ 28 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 213 กิโลเมตรที่ 59 แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าทางบ้านโจด บ้านนาจารย์-นาดอกควาย ประมาณ 16 กิโลเมตรเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปโบราณปางไสยาสน์ ฝีมือช่างสมัยทวารวดี จำหลักบนหน้าผา 2 องค์ เป็นที่เคารพบูชาของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์และใกล้เคียง องค์แรกประดิษฐานอยู่บนเชิงเขาทางขึ้น องค์ที่ 2 ประดิษฐานอยู่บนภูป้อ นอกจากภูป้อจะเป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปปางไสยาสน์อันศักดิ์สิทธิ์แล้ว ยังมีทิวทัศน์ตามธรรมชาติที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ประชาชนในท้องถิ่นจะจัดงานสมโภชพระพุทธรูปไสยาสน์ขึ้นประมาณเดือนเมษายนของทุกปี

4.6 น้ำตกแก้งกะอาม บ้านแก้งกะอาม ตำบลผาเสวย อำเภอสมเด็จ ห่างจากจังหวัดกาฬสินธุ์ ตามเส้นทางกาฬสินธุ์-สกลนคร ทางหลวงหมายเลข 213 ประมาณ 55 กิโลเมตร มีแก่งหินเรียงรายเป็นแนวยาว มีลานหินกว้างเหมาะแก่การพักผ่อนเป็นน้ำตกที่กำลังได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่อยู่ใกล้ทางหลวงแผ่นดิน

4.7 พุทธสถานภูสิงห์ อยู่บนยอดเขาภูสิงห์ ห่างจากตัวเมืองไปทางเหนือประมาณ 34 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 2319 มีทางขึ้น 2 ทาง คือ ทางลาดยางคดเคี้ยวขึ้นตามไหล่เขาทางทิศตะวันตก และทางเดินเท้าทำเป็นบันได 401 ขั้น

4.8 พิพิธภัณฑสถานสิรินธร ตั้งอยู่ หมู่ 11 ตำบลโนนบุรี อำเภอห้วยซันธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นแหล่งขุดค้นฟอสซิลกระดูกไดโนเสาร์และการจัดแสดงนิทรรศการสิ่งมีชีวิตและกำเนิดสิ่งมีชีวิตในโลกรวมทั้งไดโนเสาร์ จำนวนมาก อายุประมาณ 130 ล้านปี ในแหล่งขุดค้นนี้พบซากกระดูกไดโนเสาร์จำนวน 700 ชิ้น มีไดโนเสาร์ประมาณ 6 ตัว ภูคุ้มข้าวเป็นแหล่งขุดพบซากฟอสซิลไดโนเสาร์ที่สมบูรณ์ที่สุดในภูมิภาคอาเซียนและใหญ่ที่สุดในประเทศไทยตั้งอยู่ที่วัดสักกะวัน ตำบลโนนบุรี อำเภอห้วยซันธุ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าแวะชมพิพิธภัณฑสถานสิรินธรประมาณ 200,000 คนต่อปี

4.9 วัดพุทธนิมิตรภูคำ ตั้งอยู่ หมู่ 1 ตำบลสหัสขันธ์ อำเภอห้วยซันธุ์ เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธไสยาสน์ภูคำ เป็นพระพุทธรูปตะแคงซ้าย ไม่มีเกตุมาลา จำหลักอยู่ใต้เพิงผาเป็นศิลปะสมัยทวารวดี ตั้งอยู่บ้านคำลือชา ต.สหัสขันธ์ อ.สหัสขันธ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าชมความสวยงาม ประมาณ 150,000 ต่อปี พิพิธภัณฑสถานพระเครื่องสมัยต่าง ๆ วัดพุทธนิมิตร

จังหวัดกาฬสินธุ์ถือได้ว่า เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์จังหวัดหนึ่งในภาคอีสาน มีความเจริญทางด้านอารยธรรมประมาณ 1,600 ปี ลักษณะภูมิประเทศตอนบนเป็นภูเขาตามแนวเทือกเขาภูพานตอนกลางเป็นเนินเขาสลับป่าโปร่ง ปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายให้นักท่องเที่ยวได้แวะมาเที่ยวชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานเมืองกาฬสินธุ์ ศาลหลักเมือง วัดกลาง อนุสาวรีย์พระยาไชยสุนทร (ท้าวโสมพะมิตร) วัดเหนือ วัดใต้ พระไสยาสน์ภูป้อ วัดประสิทธิ์ไชยาราม วัดอุดมประชาราษฎร์รังสรรค์ วัดป่าพุทธมงคล เมืองฟ้าแดดสูงยาง พระธาตุดูยภู แหล่งไดโนเสาร์ภูคุ้มข้าว เขื่อนลำปาว น้ำตกแม่ยาง ผันน้ำ สวนสะออน หลวงพ่อบ้านดำนวัดสักกะวัน วัดพุทธนิมิตร ภูสิงห์ แหลมนโนนวิเศษ ศูนย์วัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโพน น้ำตกแก่งกะอาม ผาเสวย น้ำตกคำเตย น้ำตกผานางคอย วนอุทยานภูแฝก วนอุทยานภูพระ วัดสามัคคีธรรมบัวขาว วัดสิมนาโก วัดโพธิ์ชัย บ้านหนองห้าง วัดศิลาอาสน์จิตรราษฎร์รังสรรค์ วนอุทยานภูผาวัว วัดป่าพุทธบุตร น้ำตกตาดทอง

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่ได้จากการศึกษามาคำหนดเป็นขอบเขตพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยว จังหวัดกาฬสินธุ์ ยอดฮิต 5 อันดับ (<http://www.123thailandtravel.com/kalasin.html>, 2552 : Online) มาใช้ในงานวิจัย เพราะครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

1. พุทธสถานอุปอ ตั้งอยู่ในวัดอินทร์ประทานพร ตำบลอุปอ เป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปโบราณปางไสยาสน์ ฝีมือช่างสมัยทวารวดี เป็นที่เคารพบูชาของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ นอกจากนี้ยังมีทิวทัศน์ตามธรรมชาติที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ

2. อนุสาวรีย์พระยาชัยสุนทร ตั้งอยู่หน้าที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข เป็นอนุสาวรีย์หล่อด้วยสัมฤทธิ์เท่าตัวจริงยืนบนแท่นมือขวาถือกาน้ำ มือซ้ายถือดาบอาญาสิทธิ์ ซึ่งถือเป็นผู้ให้กำเนิดเมืองกาฬสินธุ์

3. น้ำตกตาดทอง เป็นน้ำตกที่มีความสวยงาม ด้วยโขดหินสลับซับซ้อน ในฤดูฝนจะเป็นช่วงที่สวยงามที่สุด รลยนต์สามารถเดินทางเข้าถึงน้ำตกได้โดยสะดวก

4. วัดศรีบุญเรือง เป็นวัดเก่าแก่ในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์แห่งหนึ่ง ซึ่งมีเสมาจำหลักเมืองฟ้าแดดสูงยางจำนวนหนึ่งเก็บรักษาไว้ โดยปักไว้รอบพระอุโบสถ

5. วัดกลาง ตั้งอยู่ใกล้กับอนุสาวรีย์พระยาชัยสุนทร เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ หากปีใดฝนแล้งประชาชนชาวเมืองจะอัญเชิญพระพุทธรูปออกแห่ขอฝนเสมอ

จะเห็นได้ว่า กลุ่มจังหวัด “ร้อย แก่น มหา กาฬ” สามารถเชื่อมโยงเส้นทางกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้งได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด และในพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ของกลุ่ม “ร้อย แก่น มหา กาฬ” โดยการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่น่าตื่นตาตื่นใจ ก็ตรงที่อีสานเป็นถิ่นร่ำรวยมรดกทางวัฒนธรรมประเพณี ที่เรียกขานกันว่า “ฮีด 12” ตลอดทั้งปี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างรายได้จากภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการผลิตของฝากของที่ระลึกให้มีประสิทธิภาพ โดยการส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นเจ้าภาพหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

กลุ่มจังหวัด “ร้อย แก่น มหา กาฬ” เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยมรดกทางวัฒนธรรมประเพณี ที่สวยงามนอกจากมีแหล่งท่องเที่ยวแล้ว สินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของ ก็มีชื่อเสียง จึงถือว่าเป็นอุปทาน การท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้เป็นอย่างดี

แนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับการจัดการความรู้

1. ความหมายและความสำคัญของการจัดการความรู้

ตามธรรมชาติแล้วความรู้ที่เป็นประโยชน์มักจะเป็นสิ่งที่แลกเปลี่ยนได้ยาก ในวัฒนธรรมตะวันตกมักถือกันว่าองค์การธุรกิจเป็นเสมือนงาน โรงงานที่ทำหน้าที่ประมวลสารสนเทศ (Information Processing) โดยมีการสมมุติฐานว่า ความรู้เป็นเรื่องจับต้องได้ทั้งหมด แต่ในวัฒนธรรมตะวันออก โดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น มักจะถือกันว่า ความรู้เปรียบเสมือนภูเขาน้ำแข็ง มีทั้งความรู้ส่วนที่เห็นได้ชัดเจนเสมือนภูเขาน้ำแข็งที่อยู่เหนือน้ำ โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ความรู้มักจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความชัดเจนได้ยาก แต่ในโลกนี้จะมีอยู่ 3 สิ่งที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งจะต้องแยกจากกัน ให้ชัดเจน อันได้แก่ ข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) และความรู้ (Knowledge) (ทวิศักดิ์ กอนันตกุล และเพ็ญศรี กันตะโสฬตร์, 2544 : 19 ; รัชนี วรกิจ โภคาทร, 2545 : 5-20) กล่าวคือ ข้อมูล อาจเป็นข้อมูลเชิงบรรยายหรือข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หากมีการนำมาตีความ หรือวิเคราะห์ ประมวล โดยทำการแยกส่วนที่ผิดพลาดออกไป หรือมีการทำการสรุปย่อให้สั้นลง ก็จะกลายเป็นสารสนเทศ (Information) สารสนเทศจะถูกเปลี่ยนเป็นความรู้โดยผ่านคน หรือผ่านกระบวนการต่าง ๆ ได้แก่ การเปรียบเทียบ การตรวจสอบผลกระทบ การเชื่อมโยงกับความรู้อื่น การนำมาอภิปรายโต้เถียง หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (McCalman & Paton, 2000 : 37 ; สมบัติ สุมาวดี, 2540 : 25) ความรู้เกิดขึ้น โดยกระบวนการภายในคนหรือกระบวนการความสัมพันธ์ระหว่างคนในองค์การธุรกิจจะพบความรู้อยู่ในตัวคนและในกิจกรรมประจำวันขององค์การธุรกิจ ความรู้เหล่านั้นถ่ายทอดจากตัวบุคคลสู่ตัวบุคคลด้วยการผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การพูดคุยไปจนถึงการฝึกฝน หรืออาจถ่ายทอดผ่านสื่อ เช่น หนังสือ และสื่ออื่น ๆ เป็นต้น โดยที่ความรู้จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ บุคคล กลุ่ม และองค์การ (Borghoff & Pareschi, December 15, 1998 : 38) ความรู้จึงนับเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลทำให้บุคลากรมี ค่านิยมและวัฒนธรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลง อาทิ งานไร้ทักษะเปลี่ยนเป็นงานที่ต้องใช้ความรู้ งานซ้ำซากเปลี่ยนเป็นงานสร้างสรรค์ อำนาจของผู้บริหารเปลี่ยนเป็นอำนาจของลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นความรู้ จึงเป็นสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการกันอย่างต่อเนื่อง และต้องได้รับการพัฒนาการกันอย่างเป็นระบบ (นิทัศน์ วิเทศ, 2542 : 28) ทั้งนี้ เพราะความรู้เป็นปัจจัยที่สามารถจะเชื่อมโยง องค์การธุรกิจให้เป็นหนึ่งเดียว และขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายและภารกิจได้

ปัจจุบันองค์การต่าง ๆ ต่างก็ตกอยู่ท่ามกลางการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การธุรกิจ หนทางที่จะรอดพ้นวิกฤตดังกล่าวได้และประสบ

ความสำเร็จ เหนือคู่แข่งได้ นอกจากจะต้องระดมทรัพยากรทุกชนิดเพื่อการบริหารจัดการแล้ว กลยุทธ์ที่สำคัญประการหนึ่งคือ การให้ความสำคัญกับความรู้อยู่ในตัวบุคคลและความรู้ขององค์กร อันจะนำมาซึ่งการสร้างความรู้หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ขององค์กร ซึ่งแนวคิดที่นำมาประยุกต์ใช้สำหรับการบริหารองค์การธุรกิจยุคใหม่ที่ได้รับความนิยมยิ่งประการหนึ่งคือ การจัดการความรู้ (Knowledge Management-KM) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของกระบวนการเชิงระบบที่เกี่ยวข้องกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ และประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์การธุรกิจจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปใช้ในการปฏิบัติงาน ก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายไหลเวียนทั่วทั้งองค์การธุรกิจอย่างสมดุล ตลอดจนเป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์การธุรกิจ

โดยทั่วไปแล้ว การให้คำจำกัดความเกี่ยวกับความรู้ด้วยข้อความสั้น ๆ อาจจะทำให้สื่อความหมายได้ไม่ชัดเจนมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความหมายที่ใช้ในศาสตร์ด้านการจัดการความรู้ด้วยแล้ว คำว่า ความรู้ ยังมีความหมายหลายนัยและหลายมิติ ซึ่งได้มีท่านผู้รู้ที่ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความรู้ไว้หลายท่าน อาทิ

เฟอร์ลอง (Furlong 2001 : 1-2) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความรู้ ไว้ว่า ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ข้อมูลต่างๆที่เป็นข้อเท็จจริงที่ปรากฏขึ้นซึ่งถือว่าเป็นฐานของการดำเนินงาน ส่วนสารสนเทศ (Information) นั่นก็คือ ผลของการประมวลข้อมูลข่าวสารและความรอบรู้ที่มีการใช้สารสนเทศเป็นฐานในการสร้างให้เกิดการคิดและการตัดสินใจ

ชินภัทร ภูมิรัตน (2547 : 14) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความรู้ ไว้ว่า ความรู้ (Knowledge) หมายถึงข้อมูลหรือสาระของการรู้จักสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้

วิจารณ์ พานิช (2547 : 2) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความรู้ ไว้ว่า ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สิ่งที่มีแนวโน้มไปใช้จะไม่หมดไปหรือสึกหรอ แต่จะยิ่งอกเงยหรืออกงามขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งความรู้ คือ สิ่งที่คาดเดาไม่ได้ หรืออีกความหมายหนึ่งความรู้ คือ สิ่งที่เกิดขึ้น ณ จุดที่ต้องการใช้ความรู้นั้น หรือความรู้เป็นสิ่งที่ขึ้นกับบริบท และกระตุ้นให้เกิดขึ้น โดยความต้องการ

ยีน ฌูว์รเวอร์ธ (2547 : 29) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความรู้ ไว้ว่า ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สิ่งที่ยากจะกำหนดขอบเขตของความหมาย แต่ถ้าเริ่มต้นจากคำว่า ข้อมูล หรือข้อเท็จจริง สิ่งที่ได้ ก็คือ ความจริงที่ปรากฏขึ้น การดำเนินการต่าง ๆ ทำให้เกิดข้อมูล เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ ก็มีการจดบันทึกหลักฐาน ได้แก่ การออกไปเสร็จรับเงิน ใบสั่งของ ใบส่งของ เป็นต้น รายการต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นรายการที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินการซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่เกิด

ขึ้นมา นี้เรียกกันว่า ข้อมูล ดังนั้นข้อมูล จึงเป็นเรื่องของข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ ส่วนการบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นการทำให้ความเป็นจริงให้ปรากฏในสิ่งที่สามารถเก็บรวบรวมได้ เมื่อมีการเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินการ ก็ต้องมีการประมวลผล เพื่อให้ได้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ซึ่งการที่มีข่าวสารที่เกิดจากการประมวลผล หรือที่เรียกกันว่า สารสนเทศ (Information)

อากรณ ภูวพิทยพันธุ์ (2547 : 1) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความรู้ ไว้ว่า ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สิ่งที่ไม่ควรหยุดนิ่ง และต้องมีพัฒนาการและความต่อเนื่อง เนื่องจากโลกปัจจุบันมีความเคลื่อนไหวและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หากองค์การธุรกิจหยุดที่จะเรียนรู้ จะทำให้องค์การธุรกิจไม่สามารถที่จะรับรู้กระแสของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งองค์การธุรกิจควรที่จะมีการสำรวจเพื่อประเมินตัวเองว่า องค์ความรู้ขององค์การธุรกิจ ได้มีการพัฒนาไปมากน้อยแค่ไหน และเรื่องไหนบ้างที่องค์การธุรกิจยังไม่รู้ แต่ควรที่จะรู้ รวมทั้งมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้้องค์การธุรกิจ ได้ความรู้เพิ่มขึ้น

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การรวบรวมความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) และความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) อย่างเป็นระบบ และการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่างๆ ที่้องค์การ จัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การแสวงหาและการพัฒนาความรู้ การจัดเก็บและการค้นหาความรู้ การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์ความรู้ ซึ่งก่อให้เกิด การแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้ง องค์กรอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

1.1 ประเภทของความรู้

ปัจจุบัน โลกได้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy – KBE) งานต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น การจัดการความรู้เป็น คำกว้าง ๆ ที่มีความหมายครอบคลุมเทคนิค กลไกต่าง ๆ มากมาย เพื่อสนับสนุนให้การทำงานของ แรงงานความรู้ (Knowledge Worker) มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ความรู้จึงเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญของ องค์กร ถ้าองค์กรสามารถรวบรวมองค์ความรู้ทั้งเก่าและใหม่อย่างเป็นระบบ ถ่ายทอดและแบ่ง ปันระหว่างคนในองค์กรเพื่อที่จะนำไปใช้ และขยายผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อลูกค้า ผู้รับบริการ รวมทั้งต่อตนเองและหน่วยงานด้วย ก็จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและพัฒนา องค์กรไปสู่ความเป็นเลิศได้ และที่สำคัญที่สุด คือการสร้างช่องทาง และเงื่อนไขให้คนเกิดการ แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เพื่อนำไปใช้พัฒนางานของตนให้สัมฤทธิ์ผลองค์กรธุรกิจควรที่จะมี

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องประเภทของความรู้ให้มี ความละเอียดและชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งความรู้ อาจจะแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด ตามลักษณะที่ปรากฏ ได้แก่ (Nonaka & Takeuchi, Spring, 1996 : 185-189)

1.1.1 ความรู้ที่ฝังลึกในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในความคิด ความเชื่อ และค่านิยมซึ่งได้มาจากประสบการณ์ ข้อสังเกต ที่สั่งสมมานาน จากการเรียนรู้ที่หลากหลาย และเชื่อมโยงจนเป็นความรู้ที่มีคุณค่าสูง แต่แลกเปลี่ยนยาก ความรู้ที่ฝังลึกเป็นความรู้ที่ไม่สามารถแปรเปลี่ยนมาเป็นความรู้ที่เปิดเผยได้ทั้งหมด แต่จะต้องเกิดจากการเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการของความเป็นชุมชน ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของการสังเกต หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างการทำงาน หรือที่เรียกกันอีกอย่างหนึ่งก็คือ ความรู้โดยนัย

1.1.2 ความรู้ที่แฝงอยู่ในองค์การธุรกิจ (Embedded Knowledge) เป็นความรู้แฝงอยู่ในกระบวนการทำงาน คู่มือ กฎเกณฑ์ กติกา ข้อตกลง ตารางการทำงาน บันทึกจากการทำงาน

1.1.3 ความรู้ที่เปิดเผย (Explicit Knowledge or Codified Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรับรู้กันทั่วไป หรือเป็นความรู้ที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไปในหนังสือตำราและสื่อต่าง ๆ และเป็นความรู้ที่สามารถเข้าถึงและแลกเปลี่ยนได้ไม่ยากมากนัก หรือที่เรียกกันอีกอย่างหนึ่งก็คือ ความรู้ที่ปรากฏชัดเจน

จากการศึกษาเกี่ยวกับประเภทของความรู้ สรุปได้ว่า ความรู้ที่ฝังอยู่ในความคิด ความเชื่อ และค่านิยมซึ่งได้มาจากประสบการณ์ ข้อสังเกต ที่สั่งสมมานาน ความรู้แฝงอยู่ในกระบวนการทำงาน คู่มือ กฎเกณฑ์ กติกา ข้อตกลง ตารางการทำงาน บันทึกจากการทำงานและความรู้ที่สามารถรับรู้กันทั่วไป หรือเป็นความรู้ที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไปในหนังสือตำราและสื่อต่าง ๆ

ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสรุปเป็นแนวคิดสำหรับกรวิจัยในครั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะใช้ความรู้มาประยุกต์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของแต่ละพื้นที่ อาทิ ความรู้ที่ฝังอยู่ในความคิด ความเชื่อ และค่านิยมซึ่งได้มาจากประสบการณ์ ข้อสังเกต ที่สั่งสมมานาน ความรู้แฝงอยู่ในกระบวนการทำงาน คู่มือ กฎเกณฑ์ กติกา ข้อตกลง ตารางการทำงาน บันทึกจากการทำงานและความรู้ที่สามารถรับรู้กันทั่วไป หรือเป็นความรู้ที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไปในหนังสือตำราและสื่อต่าง ๆ

1.2 ความหมายของการจัดการความรู้

ปัจจุบัน โลกได้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy – KBE) งานต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น การจัดการความรู้เป็นคำกว้าง ๆ ที่มีความหมายครอบคลุมเทคนิค กลไกต่างๆ มากมาย เพื่อสนับสนุนให้การทำงานของแรงงานความรู้ (Knowledge Worker) มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น กลไกดังกล่าว ได้แก่ การรวบรวม

ความรู้ที่กระจัดกระจายอยู่ที่ต่าง ๆ มารวมไว้ที่เดียวกัน การสร้างบรรยากาศให้คนคิดค้น เรียนรู้ สร้างความรู้ใหม่ ๆ ขึ้น การจัดระเบียบความรู้ในเอกสารและทำสมุดหน้าเหลือง รวบรวมรายชื่อผู้มี ความรู้ในด้านต่าง ๆ และที่สำคัญที่สุด คือการสร้างช่องทาง และเงื่อนไขให้คนเกิดการแลกเปลี่ยน ความรู้ระหว่างกัน เพื่อนำไปใช้พัฒนางานของตนให้สัมฤทธิ์ผล ในเรื่องของความหมายของการ จัดการความรู้ นั้น ได้มีผู้เสนอแนวคิดที่น่าสนใจไว้หลายท่าน หลากหลายทัศนะ ซึ่งพอที่จะทำการ สรุปได้ ดังนี้คือ

สโลแมน (Sloman. 1994 : 21) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) หมายถึง กระบวนการ/ระบบใน การสรรหาความรู้ที่ถูกต้องสำหรับบุคคลที่เหมาะสมและช่วยให้มีการแบ่งปันความรู้ตามความ เหมาะสม เพื่อช่วยให้องค์การธุรกิจพัฒนาและปรับปรุงความสามารถในการดำเนินงาน ซึ่งกิจกรรม ต่อไปนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้ อัน ได้แก่ การพัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า (Developing Data Base) โดยศึกษาจากปัญหาที่พบบ่อยและหาแนวทางแก้ปัญหาและกำหนด ผู้เชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่ง (Setting Experts) โดยทำตารางรายชื่อและวิธีติดต่อ

แทรปปี้ (Trapp. 1999 : 12) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการที่ประกอบด้วยงานต่าง ๆ จำนวนมาก ขึ้น มีการบริหารจัดการในลักษณะบูรณาการเพื่อก่อให้เกิดคุณประโยชน์ที่คาดหวังไว้ การจัดการ ความรู้ จึงเป็นแนวคิดองค์รวมที่จะบริหารจัดการทรัพยากรที่เป็นความรู้ในองค์การธุรกิจ

กระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกา(2001 : 17) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบสำหรับการ ใ้ได้รับ การสร้าง การบูรณาการ การแบ่งปัน และการใช้สารสนเทศ รวมทั้งความเข้าใจอย่าง ลึกซึ้ง และประสบการณ์เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การธุรกิจ

คัตซา (Kucza. 2001 : 7) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการของการจัดการความรู้ การจัดเก็บ และการแบ่งปันความรู้ กล่าวโดยทั่วไปจะรวมถึงการระบุสภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการ และการแก้ไขปรับปรุงกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ให้ดีขึ้นเพื่อบรรลุถึงความ ต้องการ

ทานเนมรัม (Tannemlaum. 2003 : 8) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวม การจัดระเบียบ การจัดเก็บ การเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็น ความรู้และทำให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม และการแบ่งปันความรู้ ซึ่งในการแบ่งปัน

ความรู้นี้ต้องอาศัยวัฒนธรรมองค์กรเป็นสำคัญ เพราะบุคคลที่ความรู้/ความฉลาด ย่อมมีอิทธิพลอย่างสูงต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

โบห์น (Bouan. 2003 : 9) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการความรู้เป็นกลุ่มของกระบวนการต่าง ๆ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับการสร้าง การแพร่กระจาย และการใช้ประโยชน์จากความรู้

มอลโฮตรา (Malhotra. 2003 : 3 ; อ้างถึงใน Business Management Asia, September, 2003) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการการนำเอาความรู้ไปปรับประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานและสร้างสรรค์ความรู้ โดยต้องมีการนำไปใช้ในการปฏิบัติจริง มิใช่รู้เพื่อรู้แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น รู้แล้วจะต้องสามารถที่จะถ่ายทอดต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้อย่างมีศักยภาพ จึงจะถือได้ว่า เป็นการจัดการความรู้ที่ดีและมีประสิทธิผล

สวีลบี (Sveiby. 2003 : 8) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง ศิลปะของการสร้างคุณค่าจากทรัพย์สินที่แตะต้องไม่ได้ (Intangible Assets) ขององค์การธุรกิจ

อเดกุนลี (Adekunle. 2003 : 9) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการที่มุ่งสร้างพลังเสริมระหว่างความสามารถของมนุษย์ในการสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในกระบวนการประมวลข้อมูลและสารสนเทศ โดยที่ความรู้ที่นั่นเกิดขึ้น ได้มาจากมิติทั้ง 5 แบบ อันได้แก่ การปฏิบัติจริง ทฤษฎีปัญญา การพูดคุย จิตวิญญาณ และความรู้ที่ไม่สนใจหรือความรู้ที่ได้มาโดยบังเอิญ

เฮนรี และเฮดจ์เพท แห่งมหาวิทยาลัยแอองเคอริจ อลาสกา (Henrie and Hedgepeth of University of Alaska Anchorage. 2003 : 19) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง ระบบการบริหารทรัพย์สิน ความรู้ขององค์การธุรกิจจะมีทั้งที่เป็นความรู้โดยนัยและความรู้ที่เห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งสามารถเตรียมการเข้าและถึงความรู้ให้กับผู้ใช้ได้ ทั้งนี้โดยมีหลักการที่สำคัญคือ การทำให้ความรู้ถูกใช้ ถูกปรับเปลี่ยน และถูกยกระดับให้สูงขึ้น

บิสซิเนส คอลเลจ แห่งมหาวิทยาลัยเท็กซัส (Business College of The University of Texas. 2004 : 24) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการที่เป็นระบบของการค้นหา การเลือกการจัดการระบบการสกัด และการนำเสนอสารสนเทศ เพื่อทำให้ความรู้ความเข้าใจของพนักงานในเรื่องที่สนใจเป็นพิเศษ

ดีขึ้น การจัดการความรู้จะทำให้องค์การธุรกิจได้รับความเข้าใจอย่างลึกซึ้งด้วยประสบการณ์ของตนเอง กิจกรรมของการจัดการความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดหา จัดเก็บ และใช้ความรู้ ให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อแก้ปัญหาการเรียนรู้ที่ไม่มีที่สิ้นสุด (Dynamic Learning) นอกจากนี้ยังใช้เพื่อการวางแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจอีกด้วย

เบอ์เทล (Bertels. 2004 : 28) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การบริหารจัดการองค์การธุรกิจเพื่อมุ่งไปสู่การสร้างฐานความรู้แห่งองค์การธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่ การสร้างโครงสร้างองค์การธุรกิจที่ให้การสนับสนุนการจัดการความรู้ การอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกที่อยู่ในองค์การธุรกิจหรือแม้กระทั่งการสร้างเครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้โดยให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมและการวางแผนเผยแพร่ความรู้

วีรุธ มาพะสิรานนท์ (2542 : 5) การจัดการความรู้เป็นกระบวนการบริหาร รูปแบบใหม่ที่เน้นด้านการพัฒนากระบวนการ ควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ โดยทุกกระบวนการจะต้องสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นผลมาจากการขยายวงของความรู้และการประสานความรู้ที่มีตลอดทั่วทั้งองค์การตลอดเวลา องค์การที่มีการบริการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบก็จะเกิดโอกาสสำคัญต่อการพัฒนาให้เป็นองค์การที่เปี่ยมไปด้วยการทำงานอย่างสร้างสรรค์ และองค์การนั้นสามารถเผชิญกับการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงได้ทุกรูปแบบ

วิจารณ์ พานิช (2546 : 3) ได้กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่ซับซ้อน และกว้างขวาง ไม่สามารถให้นิยามได้ด้วยถ้อยคำสั้น ๆ ได้ ดังนั้นจึงให้คำนิยามไว้หลายข้อ ได้แก่

1. การจัดการความรู้ คือ การรวบรวม การจัดระบบ จัดเก็บและการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้ โดยอาศัยเทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้

2. การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ ทั้งนี้การจัดการความรู้จะไม่ประสบผลสำเร็จถ้าไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งพฤติกรรมภายในองค์การเกี่ยวกับวัฒนธรรม รวมถึงพลวัตและวิธีการปฏิบัติมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมและสังคมมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้อย่างยิ่ง

3. การจัดการความรู้ต้องอาศัยผู้รู้ในการตีความ และประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างนวัตกรรมและเป็นผู้นำทางในองค์การ รวมถึงต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่ง แนะนำวิธีประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้นกิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงดูดคนดีและคนเก่ง การพัฒนาคน และการติดตามความก้าวหน้าของคนก็มีส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้

4. การจัดการความรู้เป็นเรื่องของการเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร การจัดการความรู้เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยในเรื่องการสร้างควมมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้องค์กร รวมทั้งช่วยในการประเมินต้นทุนทางปัญญา และผลสำเร็จของ การประยุกต์ใช้การจัดการความรู้เป็นดัชนีบอกกว่าองค์กรมีการจัดการความรู้อย่างได้ผลหรือไม่

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2549 : 5-7) การจัดการความรู้ (อังกฤษ: Knowledge management - KM) คือ การรวบรวม สร้าง จัดระเบียบ แลกเปลี่ยน และประยุกต์ใช้ความรู้ในองค์กร โดยพัฒนาระบบจาก ข้อมูล ไปสู่ สารสนเทศ เพื่อให้เกิด ความรู้ และ ปัญญา ในที่สุด ดังนั้นการจัดการความรู้คือวิธีการจัดการสร้างความรู้ให้เป็นสินทรัพย์ขององค์กร ทั้งที่เป็น ความรู้สาธารณะและความรู้ที่ฝังแน่นหรือตกผลึกอยู่ที่ตัวบุคลากร โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาช่วยในการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ความรู้เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้งานได้จริง ของบุคลากรทุกระดับในองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและประโยชน์สูงสุดให้แก่องค์กร

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของการจัดการความรู้ สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) นั้นเป็นกระบวนการ ที่ซับซ้อนมีหลายขั้นตอนในการนำความรู้ที่อยู่ในองค์กรทั้งความรู้ที่ชัดแจ้ง เช่น ความรู้ที่อยู่ในรูปของเอกสาร และความรู้ที่ไม่ชัดแจ้ง เช่น ความรู้ในงาน ประสบการณ์ที่สะสมอยู่ในตัวบุคลากร ซึ่ง ส่วนแต่เป็นความรู้หรือข้อมูลที่มีคุณค่าทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ได้ ความรู้เหล่านั้นจะต้องผ่านกระบวนการ อันได้แก่ การระบุความรู้หรือตรวจสอบความรู้ที่ต้องการ และจำเป็นต่อองค์กรรวบรวมเพื่อให้ได้เป็นข้อมูล ทำการประมวลวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศ และนำความรู้เหล่านั้นมาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ และสิ่งที่จะทำให้องค์กร ได้ใช้ประโยชน์ เหล่านั้น คือจะต้องจัดกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้กันระหว่างสมาชิกในองค์กร เพื่อให้ความรู้ นั้น ถูกประยุกต์ใช้ ก่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กร

2. กระบวนการจัดการความรู้

มาร์ควอร์ด (Marquardt. 1996 : 23-29) ได้เสนอแนวคิดกระบวนการจัดการความรู้ไว้ ดังนี้

1. การแสวงหาความรู้ วิธีการให้ได้มาซึ่งความรู้ องค์กรธุรกิจควรแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์ และมีผลต่อการดำเนินงานจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพทาง การแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งความรู้ที่มีประโยชน์และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งจากแหล่งภายในและภายนอก อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความคิด การกระทำ และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ในบุคลากรแต่ละส่วน แต่ในบางครั้งความรู้ที่แสวงหามาได้นั้นอาจจะยัง

ไม่สามารถที่จะนำมาใช้ได้ทันที อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนความรู้ดังกล่าวนั้นให้เข้ากับศักยภาพเดิมของบุคลากร หรืออาจจะต้องทำการพัฒนาความรู้ที่ได้รับมานั้นใหม่ ทั้งนี้โดยที่บุคลากร ทุก ๆ คน ทุก ๆ ฝ่ายต่างก็สามารถที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้ได้ ซึ่งรูปแบบของการพัฒนาความรู้ อาจจะเกิดขึ้นมาจากภายใน หรืออาจจะอยู่ในรูปแบบอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป อาทิ จากการที่บุคคลให้ความรู้ที่ตนมีอยู่แก่ผู้อื่น จากการนำความรู้ที่องค์การธุรกิจมีอยู่ผนวกเข้ากับความรู้ของแต่ละบุคคล จากการเรียนรู้โดยการปฏิบัติและการทดลอง และจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมามาในอดีต เป็นต้น

2. การสร้างความรู้ เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับแรงผลักดัน การหยั่งรู้ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ควรอยู่ภายใต้หน่วยงานหรือบุคลากรในองค์การธุรกิจ ซึ่งหมายความว่าทุก ๆ คนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้ โดยมีรูปแบบต่าง ๆ ในการสร้างความรู้ ดังนี้ การที่บุคคลให้ความรู้ที่ตนมีอยู่แก่ผู้อื่น การนำความรู้ที่องค์การธุรกิจมีอยู่ผนวกเข้ากับความรู้ของแต่ละบุคคล การเรียนรู้โดยการปฏิบัติและการทดลอง และการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมามาในอดีต

3. การจัดเก็บและการค้นหาความรู้ ในการจัดการความรู้ องค์การธุรกิจต้องกำหนดสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้ และต้องพิจารณาถึงวิธีการในการเก็บรักษา และการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่องานในอนาคตตามความต้องการขององค์การธุรกิจอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ต้องเก็บรักษาสิ่งซึ่งองค์การธุรกิจเรียกว่าเป็นความรู้ไว้ให้ดีที่สุด และสามารถค้นหา เข้าถึง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานต่อไปได้อย่างสะดวก ด้วยการผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศ ผลสะท้อนกลับ การวิจัยและการทดลอง การจัดเก็บเกี่ยวข้องกับด้านเทคนิค เช่น การบันทึกเป็นฐานข้อมูล (Database) หรือการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน เป็นต้น ตลอดจนกระบวนการทางมนุษย์ เช่น การสร้างและการจดจำของปัจเจกบุคคล เป็นต้น

4. การกระจายความรู้และการใช้ประโยชน์ การทำให้ความรู้สามารถเข้าถึงบุคลากรในองค์กรทุกคนได้ง่ายและทั่วถึงอย่างเป็นระบบ โดยผ่านเทคโนโลยีที่เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ มีความจำเป็นสำหรับองค์การธุรกิจ เนื่องจากองค์การธุรกิจจะเรียนรู้ได้ดีขึ้น เมื่อความรู้มีการกระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์กร การเผยแพร่และการใช้ประโยชน์จากความรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลไกด้านอิเล็กทรอนิกส์และเป็นเรื่องของการเคลื่อนที่ของสารสนเทศและความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเป็นไปได้โดยตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ

วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 79-80) อธิบายไว้ว่า กระบวนการจัดการความรู้ คือ กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูลสารสนเทศความคิดการกระทำตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรมและจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูล

ที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์การจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและการถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์การอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์การ ได้เสนอองค์ประกอบการจัดการความรู้ 4 ประการ

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) เป็นการแสวงหาและรวบรวมจากแหล่งภายในองค์กร (Internal Collection of Knowledge) การได้มาซึ่งความรู้ต่าง ๆ จากภายในองค์กรสามารถทำได้ ได้แก่ การให้ความรู้กับพนักงาน การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการลงมือปฏิบัติ การดำเนินการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการปฏิบัติงานต่าง ๆ การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายนอกองค์กร (External Collection of Knowledge)

การแข่งขันขององค์กรต้องอาศัยความคิด และการสร้างสรรค์ด้วยข้อมูลสารสนเทศ จากสภาพแวดล้อมภายนอกด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การใช้มาตรฐานเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น

1.2 การจ้างที่ปรึกษา

1.3 การเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายสื่อ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ e-mail บทความ โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

1.4 การตรวจสอบแนวโน้มทาง เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี

1.5 การรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า คู่แข่งขันและแหล่งอื่น ๆ

1.6 การจ้างพนักงานใหม่

1.7 การร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ เพื่อสร้างพันธมิตรและการร่วมลงทุน

2. การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) การสร้างความรู้ใหม่เกี่ยวข้องกับแรงผลักดัน การหยั่งรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคลการสร้างความรู้ใหม่ควรอยู่ภายใต้หน่วยงานหรือคนในองค์กร ซึ่งหมายความว่าทุก ๆ คนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้รูปแบบต่าง ๆ ในการสร้างความรู้มีดังนี้

2.1 บุคคลให้ความรู้ที่ตนมีอยู่กับผู้อื่น

2.2 การนำความรู้ที่องค์การมีอยู่ผนวกเข้ากับความรู้ของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดเป็นความรู้ใหม่และมีการแบ่งปันทั่วทั้งองค์การ

2.3 ความรู้ที่ได้จากการรวบรวมและสังเคราะห์ความรู้ที่มีอยู่เข้าด้วยกัน รูปแบบนี้อาจจำกัดอยู่ที่ความรู้ที่มีอยู่แล้ว

2.4 ความรู้ที่เกิดขึ้นเป็นการภายใน โดยการค้นพบของสมาชิกขององค์กรเอง และมีกิจกรรมมากมายที่องค์การสามารถดำเนินการเพื่อสร้างความรู้

2.5 การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ

2.6 การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

2.7 การทดลอง ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจและโอกาสสำหรับการเรียนรู้

2.8 การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต

3. การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval) ในการจัดการความรู้ องค์กรต้องกำหนดสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้และต้องพิจารณาถึงวิธีการในการเก็บรักษาและการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ องค์กรต้องเก็บรักษาส่งต่อที่องค์การเรียกว่า ความรู้ ไว้ให้ดีที่สุดไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศ ตลอดจน ผลสะท้อนกลับ การวิจัยและการทดลอง ทั้งนี้การเก็บสะสมความรู้ขององค์กรควรคำนึงถึงสิ่ง เหล่านี้

3.1 โครงสร้างและการจัดเก็บความรู้ควรเป็นระบบที่สามารถค้นหาและส่งมอบได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

3.2 จัดให้มีการจำแนกรายการต่าง ๆ

3.3 อาศัยการจัดการที่สามารถส่งมอบให้กับผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง ทันเวลา และเหมาะสมกับความต้องการ

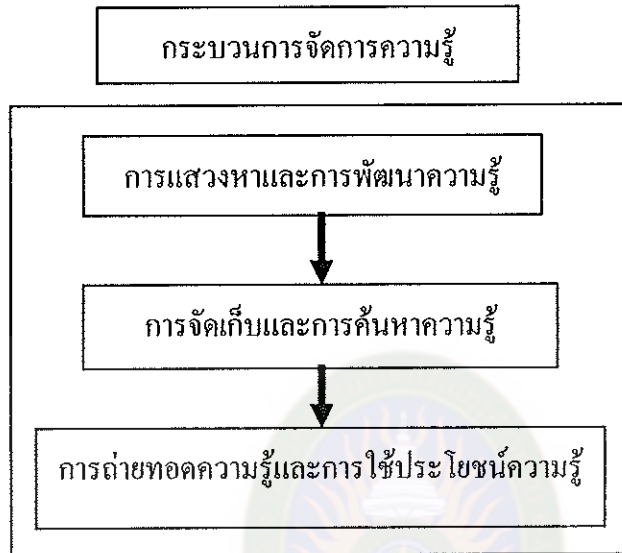
4. การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization)

การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้มีความจำเป็นสำหรับองค์กร เนื่องจากองค์กรจะได้เรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น เมื่อความรู้มีการกระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์การ การถ่ายทอดความรู้โดยตั้งใจมีวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารด้วยการเขียน การฝึกอบรม การประชุมภายใน การสรุปข่าวสาร การสื่อสารภายในขององค์กร การเยี่ยมชมงานต่าง ๆ ที่จัดเป็นกลุ่มตามความจำเป็น การหมุนเวียน / เปลี่ยนงาน และระบบพี่เลี้ยง

ส่วนการถ่ายทอดความรู้โดยไม่ตั้งใจนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้น โดยอาจจะไม่รู้ตัวหรือเป็นการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เกิดขึ้นในหน้าที่ที่ทำงานประจำอย่างไม่มีแบบแผน เช่น การหมุนเวียนงาน ประสบการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เล่าต่อกันมา ขณะทำงาน เครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ

จะเห็นได้ว่า กระบวนการของการจัดการความรู้ประกอบไปด้วยแนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้โดยต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ ทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก เพื่อเป็นการแยกแยะว่า ความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์กรธุรกิจ แล้วนำความรู้นั้นมากำหนดขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้แต่ก่อนที่จะนำมาผลิตและเผยแพร่โดยการบริหารกระบวนการนั้น ผู้บริหารจะต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนว่าองค์กรธุรกิจต้องการให้บรรลุเป้าหมายอะไร สอดคล้องกับแนวคิดของวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2550 : 79) ที่กล่าวว่า กระบวนการจัดการความรู้ คือ ขั้นตอนของการพัฒนาองค์ความรู้ในลักษณะองค์รวมอย่างเป็นระบบ ซึ่งประกอบไป

ด้วยการแสวงหาและการพัฒนาความรู้ การจัดเก็บและการค้นหาความรู้และการถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์ความรู้ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ดังรายละเอียดในแผนภาพที่ 2 ดังนี้



แผนภาพที่ 2 ขั้นตอนกระบวนการจัดการความรู้

ที่มา : วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 79-80)

จากที่ได้ศึกษากระบวนการจัดการความรู้ สรุปได้ว่า กระบวนการจัดการความรู้ คือ การรวบรวมความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) และความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) อย่างเป็นระบบ และการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์การจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การแสวงหาและการพัฒนาความรู้ การจัดเก็บและการค้นหาความรู้ การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์ความรู้ ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์การอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และองค์การ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับการจัดการความรู้ มาใช้ในการตั้งแบบสอบถามนักท่องเที่ยวน เพื่อให้ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งในองค์กรและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด “ร้อยแก่นสาร” และทำการการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์การจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้

ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การแสวงหาและการพัฒนาความรู้ การจัดเก็บและการค้นหาความรู้ การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์ความรู้ ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์การต่อไปในอนาคต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนักวิชาการและนักการศึกษา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

1. งานวิจัยในประเทศ

ศุภวงศ์ โหมวานิช (2543 : 97-100) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์และประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวออสเตรเลียในประเทศไทย พบว่า องค์การ ฯ ใช้แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยกำหนดให้ประเทศออสเตรเลียเป็นสินค้ามีตราสินค้าว่า ตราออสเตรเลีย (Brand Australia) มีหน้าที่หลักในการนำประเทศออสเตรเลียออกสู่ตลาดนานาชาติ เพื่อเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวประเทศเลือกเดินทางไปเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชาวออสเตรเลียทุกคน มีแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แสดงความเป็นผู้นำ ความเป็นมืออาชีพ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และความเป็นเลิศทุกด้าน รวมทั้งการอบรมประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและสังคมอันเป็นเอกลักษณ์ของออสเตรเลีย องค์การ ฯ ใช้ยุทธศาสตร์ในการสื่อสารการตลาด โดยแบ่งกิจกรรมการสื่อสารเป็น 2 ส่วน คือ กิจกรรมที่ทำกับกลุ่มผู้บริโภคโดยผ่านสื่อมวลชน และจัดกิจกรรมพิเศษประสิทธิภาพขององค์การ โดยแบ่งประเมินของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พบว่า สื่อมวลชนประเมินว่าองค์การ ฯ ทำงานมีประสิทธิภาพดี มีกิจกรรมการสื่อสารการตลาดอย่างต่อเนื่อง บริษัทท่องเที่ยวประเมินว่าองค์การ ฯ ทำงานได้ในระดับดีและดีมาก ให้ความช่วยเหลือข้อมูลข่าวสารครบถ้วน ทำกิจกรรมหลากหลายประเภทและมีความต่อเนื่อง กลุ่มนักท่องเที่ยวประเมินว่ามีความรู้ความเข้าใจ ความชอบและความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลียในอัตราที่สูง

บุรณศักดิ์ อุภย์สารวจ (2544 : 79-85) ได้ศึกษาการประเมินผลนโยบายขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย 2543 : ศึกษาเฉพาะสำนักงานภาคกลางเขต 5 ผลการศึกษาพบว่า องค์การของ ททท. สำนักงานภาคกลาง เขต 5 มีการปรับปรุงในด้านบุคลากร ได้แก่ การปรับปรุงในด้านการทำงาน การปรับปรุงในด้านการมีส่วนร่วมและการเข้ากับสภาวะแวดล้อม

ได้ดีปานกลาง สำหรับการประเมินผลนโยบายขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การประเมินผลในด้านการบริหารจัดการ การวางแผน การจัดกิจกรรม และโครงการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับนโยบาย และเป้าหมายของโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2543 พบว่า มีการเตรียมความพร้อมขององค์กร และมีการดำเนินงานจนบรรลุเป้าหมาย ทำให้ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย 2543 โดยภาพรวมทั้งจังหวัดตราด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการประเมินผลนโยบายขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่อย่างจำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับภาระงานและขนาดพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงาน และขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย 2543

สุดารัตน์ นาคประกอบ (2546 : 88-92) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทยานแห่งชาติป่าหินงามเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัย สรุปได้ว่าลักษณะพื้นที่อุทยานแห่งชาติป่าหินงามเหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชัยภูมิ ความรู้ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก เนื่องจากได้รับข่าวสารจาก NGO และสื่อโทรทัศน์และชุมชนต้องการให้มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ ต้องการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นและต้องการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนสำหรับการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานหลักคือ เจ้าหน้าที่ป่าไม้และองค์การบริหารส่วนตำบลอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากขาดบุคลากร งบประมาณและอุปกรณ์ การเข้าไปมีส่วนร่วมของชุมชนตามบทบาทหน้าที่ พบว่าผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลยังไม่มีส่วนร่วมมากนักในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติป่าหินงามดังนั้นเพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรที่จะมีการดำเนินการใน 3 ลักษณะ คือ (1) จัดตั้งคณะกรรมการจัดทำกรอบแผนงานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2) จัดตั้งคณะทำงานจัดทำแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (3) การนำแผนไปสู่การปฏิบัติโดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งประยุกต์หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ IUCN และหลักการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติ ได้แก่ การเข้าร่วมทางด้านแหล่งท่องเที่ยวการคมนาคมขนส่ง การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ที่พัก/ร้านอาหาร ของฝากที่ระลึก และการเป็นมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่น

อรรถพล จันทรสาขา (2547 : 91-96) ศึกษาความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ผลการศึกษา พบว่า ความ

คาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ อายุและระดับการศึกษา และปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

จิตติมา คนตรง (2547 : 101-103) ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นไปในเชิงบวก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว และการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วน อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพความนิยมทางการท่องเที่ยวประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ททท. และประสบการณ์หรือความเกี่ยวข้อง กับ ททท. ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัทมเนตร นาคพันธ์ (2547 : 76-80) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อระดับความเหมาะสมในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพศชาย มีอายุช่วง 15-25 ปี สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า 1 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวเคยเดินทางไปเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติอื่น 1-5 ครั้ง จำนวนครั้งสูงสุดที่เคยมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ คือ 50 ครั้ง มากับกลุ่มเพื่อน สมาชิกในกลุ่ม 2-5 คน พักค้างแรม 2 คืน มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและตั้งค่ายพักแรม เลือกรมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพราะการคมนาคมสะดวกที่พักรและสิ่งอำนวยความสะดวกดี นักท่องเที่ยวเห็นควรปรับปรุงมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติควรปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มงวดและบริการด้วยความสุภาพ สำหรับระดับความเหมาะสมในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาเพื่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สัมพันธ์กับการนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้ในการก่อสร้างมากที่สุด การอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวในการประกอบกิจกรรมนั้นทนทานการสัมพันธ์กับการนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้รองลงมา การป้องกันผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสัมพันธ์กับการรักษาสภาพเดิมของพื้นที่/เอกลักษณ์ท้องถิ่น และการเรียนรู้ศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมสัมพันธ์กับการรักษาสภาพเดิมของพื้นที่/เอกลักษณ์ของท้องถิ่นรอง ตามลำดับ นักท่องเที่ยวเห็นว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 4 ประเภท มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง โดยระดับการพัฒนาเพื่อการเรียนรู้ศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาการพัฒนาเพื่อ

การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ การพัฒนาเพื่อป้องกันผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว และการพัฒนาเพื่อความสะดวกรสบายในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

นันทิศา ภคฐานพสุ (2547 : 90-94) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดอิน โดจีนจังหวัดมุกดาหาร ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวที่ตลาดอิน โดจีนมุกดาหาร ในรอบ 1 ปี จำนวน 1-3 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อชมทัศนียภาพลุ่มแม่น้ำโขง และเลือกซื้อสินค้า โดยจะใช้ช่วงวันธรรมดาในการเดินทางมาท่องเที่ยว เดินทางมาโดยรถทัวร์นำเที่ยวพร้อมกับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง และไม่นิยมพักค้างคืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาทางภาคอีสาน ซึ่งจะพิจารณาให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาตลาดอิน โดจีนในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาตลาดอิน โดจีนในระดับน้อย จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยทางการตลาด พบว่า อายุที่แตกต่างกันรายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

อรุโณทัย สิงหราช (2549 : 80-89) ได้ศึกษา การจัดการความรู้ของ บริษัท ธนาकारกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตอุครธานี ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้ 1. บุคลากรบริษัท ธนาकारกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตอุครธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของ บริษัท ธนาकारกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตอุครธานี โดยรวม และเป็นรายด้าน 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ด้านการกำหนดความรู้และแหล่งความรู้ ด้านการพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ และด้านการนำความรู้ไปใช้ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือด้านการถ่ายทอดความรู้ 2. ผู้บริหารมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ น้อยกว่า พนักงานแต่เห็นด้วยด้านการนำความรู้ไปใช้มากกว่าพนักงานบุคลากรธนาकारพิเศษชาย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการความรู้โดยรวม และรายด้าน 2 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่ และด้านการจัดเก็บความรู้ มากกว่าบุคลากรพิเศษหญิง บุคลากรที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการความรู้โดยรวมและรายด้าน 4 ด้านคือ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการพัฒนาและสร้างความรู้ ด้านการถ่ายทอดความรู้ และด้านการจัดเก็บความรู้ มากกว่าบุคลากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป และบุคลากรที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ และด้านการนำความรู้ไปใช้ มากกว่าบุคลากรที่มีประสบการณ์ 6 – 10 ปี ($p < 0.5$) ส่วนบุคลากรที่มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการความรู้เพียงด้านการนำความรู้ไปใช้ มากกว่าบุคลากรที่มี

ประสบการณ์ 6 – 10 ปี สำหรับบุคลากรที่มีสถานภาพ และอายุต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของบริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตอุครธานี โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน($p>0.5$)

โดยสรุป บุคลากรบริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีการจัดการเรียนรู้ที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อเสนอแนะที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการหาแนวทางการปรับปรุงการจัดการความรู้ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อการทำงานของธนาคารมากขึ้น

จิราพร ชายสวัสดิ์ (2550 : 75-78) ได้ศึกษาการจัดการความรู้ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่น เขต 1. ผลการศึกษา พบว่า บุคลากรทางการศึกษามีความคิดเห็นต่อขั้นตอนการจัดการความรู้ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่น เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “ปานกลาง” เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเรียนรู้และการค้นหาความรู้ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ “มาก” ส่วนด้านการเข้าถึงความรู้, ด้านการสร้างและแสวงหาความรู้, ด้านการจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ ด้านการประมวลและกลั่นกรองความรู้และด้านการแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้อยู่ในระดับ “ปานกลาง”

พงษ์ศิลป์ สูงแจ้งราช (2551 : 67-80) ได้ศึกษาการจัดการความรู้ในหน่วยธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ร้อยเอ็ด บมจ.ธนาคารกสิกรไทย. ผลการศึกษาค้นคว้าปรากฏดังนี้ 1. ด้านการบริการความรู้ทางธุรกิจแก่ลูกค้า ก่อนการดำเนินการพัฒนาพนักงานในทีมธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ร้อยเอ็ด ไม่มีการให้บริการความรู้แก่ลูกค้าหรือการให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินธุรกิจทำให้จำนวนลูกค้ามาใช้บริการน้อย หลังการพัฒนา พบว่า การออกให้บริการความรู้แก่ลูกค้า สามารถดำเนินการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการความรู้ โดยนำสารสนเทศของธนาคารมาช่วยเสริมการบริการ และการเตรียมความพร้อมด้านเอกสารทางธุรกรรมของลูกค้าธนาคารในขณะที่พนักงานออกให้บริการในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ทำให้สามารถบริการได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาใช้บริการของธนาคารมากขึ้น 2. ด้านการบริการหลังการขาย ก่อนการดำเนินการพัฒนาพนักงานในทีมธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ร้อยเอ็ด มีการติดตามหลังการขายไม่เป็นระบบทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณในการติดตามหนี้ และเกิดความรู้สึกทางด้านลบของลูกค้าต่อการติดตามหลังการขาย พนักงานที่มีประสบการณ์สูงกว่าจะให้บริการได้ดีกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์น้อยกว่า และไม่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างพนักงานทำให้ทีมธุรกิจพัฒนาได้ช้า เมื่อดำเนินการพัฒนาตามกระบวนการจัดการความรู้แล้ว พบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานเกี่ยวกับความรู้ด้านการบริการหลังการขาย ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมทั้งการนำระบบสารสนเทศทางการสื่อสารมาช่วยในการบริการหลังการขาย ทำให้พนักงานสามารถบริการหลังการขายได้ดีขึ้น ทำงานเป็นระบบและส่งเสริมธุรกิจของ

ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานทุกคนในทีมธุรกิจมีฐานความรู้ในการให้บริการหลังการขาย ลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการ

โดยสรุป การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถให้บริการ ความรู้แก่ลูกค้าทั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดีขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ ในการทำงานด้านการบริการความรู้ทางธุรกิจแก่ลูกค้าและการบริการหลังการขาย บุคลากรมี ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินงานธุรกิจธนาคาร ในการ พัฒนาทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมาหากมีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้มากขึ้น จะสามารถช่วยให้ การพัฒนาทีมธุรกิจทำได้อย่างรวดเร็วประหยัดเวลาในการดำเนินการสร้างองค์ความรู้การทำงาน เกิดความสามัคคีและการช่วยเหลือกัน สิ่งที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมต่อไป คือ การพัฒนาการ ส่งเสริมการสร้างฐานความรู้ของพนักงานในกาปฏิบัติงานด้านอื่น ๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายการให้บริการแบบครบวงจร

2. งานวิจัยต่างประเทศ

ลักซ์ (Luk, 1997 : 79-83) ได้ทำการศึกษาเรื่อง An examination of the role of marketing culture in service quality ซึ่งในการวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างภายในประเทศฮ่องกงออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) สํารวจจากพนักงานบริษัทนำเที่ยวประเทศต่างประเทศ (Outbound) ที่มีพนักงานในองค์กร มากกว่า 20 คน ขึ้นไป จำนวน 100 บริษัท 2) สํารวจจากลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมา จากการเดินทาง โดยใช้บริการ นำเที่ยวแบบเหมาจ่าย แบบ Outbound เป็นเวลาไม่เกินสองอาทิตย์ เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยการสุ่มแบบบังเอิญโดยการสัมภาษณ์ สำหรับ พนักงานบริษัทนำเที่ยว และสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สำหรับลูกค้า พบว่า นำบริษัทนำเที่ยว ที่ ประสบความสำเร็จในการบริหารงาน จะให้ความสำคัญการเข้าใจวัฒนธรรมของลูกค้า และการ สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทนำเที่ยว โดยฝึกฝนพนักงาน ให้สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้า ให้มากที่สุด สังเกตวัฒนธรรม บุคลิกลักษณะเด่นของลูกค้า เพื่อนำมาประยุกต์ในการสร้าง มาตรฐาน ในการบริการ ในลูกค้ามีความพอใจมากที่สุด พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ พนักงานต้องสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็น อย่างดี ในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยวต้องใส่ใจถึง คุณภาพงานบริการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักนอกจากนี้พนักงานต้องมีการสื่อสารที่ดี, มีความสามารถในการตอบคำถามต่าง ๆ พร้อมตอบสนองลูกค้าได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะคำถามหรือ การขอร้องที่เหนือความคาดหมาย

คลีโนสกีและโกเทลสัน (Klenosky and Gitelson, 1998 : 66-70) ได้ศึกษาเรื่อง Travel agents' destinations โดยทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว ผ่านระบบ

โทรศัพท์ จำนวน 260 บริษัทใน ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเป็นบริษัทนำเที่ยวที่เป็นตัวแทน
 เจ้าหน้าที่ของสายการบินและเป็นสมาชิก ของ American Society Travel Agent การเก็บข้อมูล
 เน้นคำถามเรื่องการแนะนำการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวให้กับลูกค้า โดยผลการศึกษา พบว่า
 ประเภทของการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง และคำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว
 ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจในการเลือกมากขึ้นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่เจาะจง เช่น การท่องเที่ยว
 ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม,การท่องเที่ยวคู่แต่งงานใหม่ หรือการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
 ที่แตกต่างจะได้รับการตอบกลับจากลูกค้าที่ดีและการจัดแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนใครทำให้
 มีประโยชน์ต่อการจัดรายการส่งเสริมการขายได้ดีกว่า คู่แข่งการแนะนำของบริษัทนำเที่ยวขึ้นอยู่กับ
 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อลูกค้า เช่น อายุของนักท่องเที่ยว ความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว
 หรืองบประมาณในการท่องเที่ยวของลูกค้า การแนะนำ สามารถทำได้หลายวิธี คือ การแนะนำโดย
 บุคคล, โทรศัพท์, จดหมาย และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ซาฟีฟี (Zappi, 2001 : 66-68) "German Travel Behavior and its Influence on International
 Tourism Trends" ตามที่ WTO คาดการณ์ว่าในปี 2020 เยอรมันจะเป็นชาติที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุด
 ผู้ศึกษาจึงศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของชาวเยอรมันและอิทธิพลของชาวเยอรมันที่มีผลต่อแบบ
 แผนการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะสิ่งที่ทำให้ชาวเยอรมันจัดอยู่ในกลุ่มเปิดเผย (Allocentric)
 นอกจากนี้ยังเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและของชาวเยอรมัน
 และใช้ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการวิเคราะห์การเลือกจุดหมายปลายทาง เนื่องจาก การ
 เข้าใจถึงรูปแบบการท่องเที่ยวของชาวเยอรมันจะสามารถเข้าใจถึงรูปแบบการท่องเที่ยวของ โลก ได้
 และในทางตรงกันข้ามการศึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวเยอรมัน ไม่เลือก แสดงว่าแหล่ง ท่องเที่ยว
 นั้นควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงต่อไป

บัสเลอร์ คาร์เทอร์และบรันน์ (Butler, Carter and Brunn, 2002 : 59-64) ศึกษาเรื่อง African
 American Travel Agents Travails 6 บริษัท ซึ่งเป็นสมาชิก Inter American and Survival โดยเก็บ
 ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน Travel Agents Society (ITAS) โดยทั้ง 6 บริษัท เป็นการบริหาร
 งาน โดย จัดนำเที่ยวให้กับชาว อเมริกัน- แอฟริกัน ที่ประสบความสำเร็จเป็นเวลานาน พบว่า บริษัท
 นำเที่ยวประสบความสำเร็จใน การบริหารงานค่อนข้างยาก และมีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย ต้องมีการ
 แก้ไขปัญหาในการบริหารงาน ของบริษัทนำเที่ยวตลอด ดังนี้ 1. สำรวจ และจัดบันทึก จำนวน
 บริษัทนำเที่ยวที่กลุ่มเป้าหมายเดียวกันและที่อยู่ของ ลูกค้าและแหล่งท่องเที่ยวที่ลูกค้าเดินทางมา
 ท่องเที่ยว 2. ต้องศึกษาวิธีการซื้อตั๋วโดยสารและวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว 3. ต้องใช้
 ระบบอินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์คุณภาพการบริการของบริษัทให้มากขึ้นรวมทั้งการจัด
 รายการส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเดินทางคนเดียว, กรุ๊ปทัวร์,

การจัดเตรียมการต่าง ๆ และการเป็นผู้ติดต่อประสานงานที่ดี 4. ต้องติดตามบริษัทที่มีขนาดเล็ก โดยการจัดลำดับมาตรฐานให้เห็นอย่างชัดเจน โดย สมาคมที่น่าเชื่อถือ เพื่อขจัดปัญหาเรื่องราคาของสินค้าทางการท่องเที่ยว 5. ต้องมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

พูนและอดัมส์ (Poon and Adams. 2002 : 74-76) ศึกษาเรื่อง “How Germans Will Travel 2005” พบว่า ชาวเยอรมันเป็นกลุ่มตลาดที่มีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด แรงจูงใจในการเดินทางที่สำคัญคือเพื่อการพักผ่อน หลีกหนีจากชีวิตประจำวันและต้องการมีเวลาให้ตัวเองมากขึ้น กิจกรรมที่ชาวเยอรมันสนใจคือ ปีนเขา (Hiking), ปั่นจักรยาน (Biking), เล่นกอล์ฟ (Golf), การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health and Fitness), การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel), ล่องเรือสำราญ (Cruises), กีฬาทางน้ำ (Water Sports) เป็นต้น กีฬาที่ได้รับความนิยมมากคือกอล์ฟ ในปี 1991 มีคนเล่นกอล์ฟ จำนวน 600,000 คน และคาดว่าในปี 2005 จะเพิ่มถึง 3,000,000 คน ซึ่งถือเป็นโอกาสทางการตลาดของประเทศที่มีค่าใช้จ่ายในการเล่นกอล์ฟสูงกว่า เช่น ประเทศอเมริกาเหนือ ออสเตรเลีย และเอเชียแปซิฟิก

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบว่า การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจคือการรู้จักธรรมชาติของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะเข้าใจแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวของเขา ความชอบ การรับรู้จุดหมายปลายทาง และเข้าถึงการเลือกจุดหมาย ปลายทางการท่องเที่ยวของเขา และที่สำคัญ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาก ในการวางแผนการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวจึงควรพิจารณาถึงความสวยงามของธรรมชาติและความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสำคัญ นอกจากนั้นยังชี้ให้เห็นว่าการออกแบบและการจัดการผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่ม “ร้อย แก่น มหา กาศ” อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อการท่องเที่ยวอย่างสูงยิ่งและยั่งยืน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้นำมากล่าวอ้างนี้ ผู้วิจัยใคร่ที่จะนำมาใช้ประกอบในส่วนของ การวิเคราะห์ สรุป และอภิปรายผล โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด “ร้อย แก่น มหา กาศ” ได้แก่ 1) สำรวจ ค้นหา สถานที่ และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน รวบรวมข้อมูล เส้นทาง ประวัติ ความสำคัญ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ 2) วางแผนพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกทำแผนพัฒนาทุกด้าน การอนุรักษ์ การป้องกันทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมด้านนันทนาการตามแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารพัฒนาบุคลากร 3) จัดให้มีการดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว วางระบบในการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สินและสุขภาพอนามัย

โดยเฉพาะที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม 4) การบริการและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คู่มือบริการ สาธารณะทุกด้านรวมทั้งระบบการจัดเก็บหรือทำลายขยะ การบำบัดน้ำเสีย การจัดเก็บผลประโยชน์ การจัดทำของที่ระลึกชุมชน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น อาสาสมัครประจำท้องถิ่น ที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยว 5) การทำประชาสัมพันธ์และการตลาดการท่องเที่ยว เผยแพร่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้แก่สาธารณชนผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ จดหมาย แผ่นพับ เป็นต้น ซึ่งนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในอนาคต

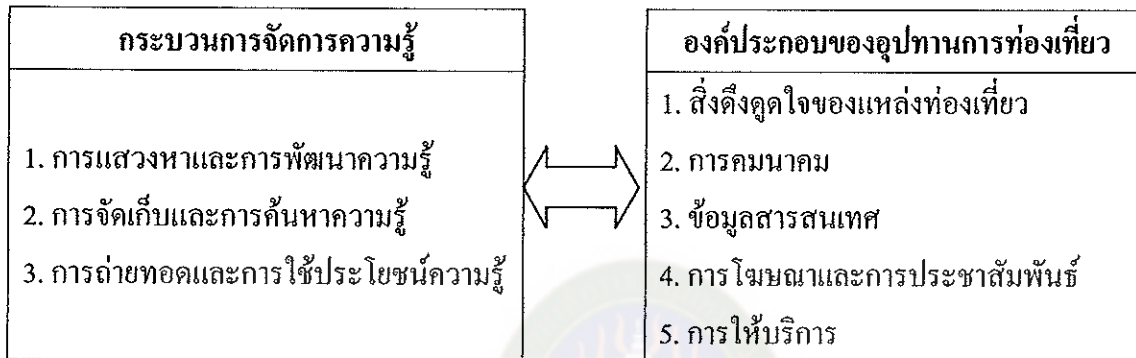
กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการนำการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ในกลุ่ม “ร้อย แก่น มหา กาพ” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้องจาก นักวิชาการหลายท่าน มากำหนดเป็นกรอบในการศึกษา โดยนำกระบวนการจัดการความรู้ ของ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 79-80) ที่ประกอบด้วย การแสวงหาและการพัฒนาความรู้ การจัดเก็บและการค้นหาความรู้ การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์ความรู้ และองค์ประกอบของอุปทาน การท่องเที่ยว ศึกษาจาก หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย และอุปีพัน พรหมโยธี (2527 : 78-83) ; จดลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 19-20) ที่ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม ข้อมูล สารสนเทศ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการให้บริการ

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการ วิจัยครั้งนี้ สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่จะประสบผลสำเร็จไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้นั้นต้องมีการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ตามแนวทางการอนุรักษ์ มีการบริหารจัดการที่ดีที่ต้องอาศัย ความร่วมมือจากหลายฝ่ายทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชน มีการพิจารณาถึงขีดความสามารถ สามารถที่จะรองรับได้ของพื้นที่และผลกระทบที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัด “ร้อย แก่น มหา กาพ” จำเป็นต้องอาศัยหลักการจัดการเป็นแนวทางในการ พัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งการนำหลักการแบ่งเขตจัดการพื้นที่มาใช้นั้น ทำให้สามารถกำหนด รูปแบบกิจกรรมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม โดยปัจจุบัน ได้มีแหล่งท่องเที่ยวหลาย แห่ง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้นำหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ไปใช้เป็นแนวทาง จัดการพื้นที่ โดยมุ่งเน้นถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญที่จะ สร้างและส่งเสริมให้ผู้ใช้ประโยชน์ จากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการหรือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ให้ความสนใจถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้เป็นไปในทางที่ยั่งยืน ซึ่ง

หากพื้นที่ใดได้นำหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปใช้ในการปฏิบัติอย่างเหมาะสมจะเกิดประโยชน์ต่อพื้นที่และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายและยังนำไปสู่การพัฒนาที่มีความยั่งยืนไปด้วย

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย
ดังแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย