

ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาด การท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ Competitive Advantage of Tourism Marketing in Nakorn Chai Burin Province Group

ข้าวจ้าว คุณวุฒิ (Khaokhwan Kunnawut)*
อารีย์ นัยพิณิจ (Aree Naipinit)**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป และวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ เพื่อเสนอยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยว และเก็บแบบสอบถาม พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีนทร์ 400 คน พบว่า นครชัยบุรีนทร์มีความโดดเด่นด้านอารยธรรมขอม แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ หมู่บ้านเลียงช้าง การท่องเที่ยววิถีฟ้า และมุ่งเน้นพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามอารยธรรมขอม มีรูปแบบร้านอาหาร ที่พักที่หลากหลาย ด้านโอกาส เทคโนโลยี มีการพัฒนามากขึ้น มีโอกาสสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างจังหวัด และรัฐบาลมีโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จึงกำหนดยุทธศาสตร์ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวได้ 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ส่งเสริมศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มนครชัยบุรีนทร์ 2) ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงของกลุ่มนครชัยบุรีนทร์

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์
- 4) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยวของกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์

คำสำคัญ : ขีดความสามารถ การแข่งขัน การตลาด การท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this research were to study general environment, analyze of competitive advantage of tourism marketing, and to propose the strategies for increasing competitive advantage of tourism marketing in Nakorn Chai Burin group. This qualitative and quantitative research obtained secondary data from official information of tourist site, festival, traditional custom, activity and development plan. The primary data obtained through behaviors and satisfaction survey carried out in 400 Thai tourists traveled in Nakorn Chai Burin. The results were many perspectives as follows; Nakorn Chai Burin had remarkable Khmer civilization, natural attractions, elephant village, and sports tourism. And focus on the development of tourism along the Khmer civilization, associated businesses; restaurants, various types of accommodation. The development of technology would bring about the coordination and activities among provinces. The government also promoted the development of tourism attractions in Nakorn Chai Burin province group. Finally, the study proposed four strategies which consisted of 1) Improving of capability and public relations of Nakorn Chai Burin tourism sites 2) Improving the tourism connecting routs among the group 3) Promoting participation in tourism development and 4) Supporting the tourism activities of the group.

Keywords : advantage, competitive, marketing, tourism

บทนำ

เศรษฐกิจไทยในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2557 เริ่มฟื้นตัวจากการใช้จ่ายในประเทศและการท่องเที่ยวที่ปรับตัวดีขึ้นภายหลังสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลายลง ประกอบกับการขยายการลงทุนของธุรกิจไตรมาสแรกและค่าปลีกเพื่อรองรับการเติบโตของความต้องการในตลาดในอนาคต โดยในปี พ.ศ. 2558 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้น โดยที่ราคาน้ำมันภายในประเทศลดลงและการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศ ประกอบกับการใช้จ่ายของภาครัฐจะกลับมาเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้มากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 หรือกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ โดยมีจังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางการบริหารกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในด้านพื้นที่ ประเพณีวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวให้มีการบริหารงานที่สอดคล้องและพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน โดยกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์มีวิสัยทัศน์ในปี พ.ศ. 2557 - 2560 คือ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย ศูนย์กลางผลิตภัณฑ์ใหม่ และการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม (สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1, 2557) จากผลสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2557 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในนครชัยบุรีนทร์ เป็นนักท่องเที่ยวคนไทย ร้อยละ 98.20 และนักท่องเที่ยวคนต่างชาติ ร้อยละ 1.80 จังหวัดนครราชสีมาเป็นนักท่องเที่ยวมากที่สุดในนครชัยบุรีนทร์ ร้อยละ 65.97 รองลงมาคือ จังหวัดชัยภูมิ ร้อยละ 12.50 จังหวัดบุรีรัมย์ ร้อยละ 11.61 และจังหวัดสุรินทร์ ร้อยละ 9.92 ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว, 2558) จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดใกล้เคียงน้อย ส่งผลให้รายได้ในการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกันกระจายรายได้ไม่ทั่วถึง

ผู้วิจัยเห็นว่านครชัยบุรีนทร์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น เส้นทางอารยธรรมขอม หมู่บ้านเลียงช้างที่ใหญ่ที่สุดในโลก ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และมีแหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา เป็นต้น และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในโครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558 คือ

เที่ยวเมืองปราสาทสองยุค จังหวัดบุรีรัมย์ ในโครงการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองทางเลือก การท่องเที่ยวทุ่งเบญจมาศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในเดือนมกราคม และเที่ยวทุ่งดอกกระเจียว อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ ในเดือนกรกฎาคม ในโครงการ Dream Destination 2015 กาลครั้งนั้นความผันผิลิบัน อีกทั้งกระแส ความนิยมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) นักท่องเที่ยวต้องการ สัมผัสประสบการณ์ตรงจากวิถีชีวิตของคนในชุมชน ชนบทธรรมเนียมและประเพณี วิถีวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น (กองประสานการลงทุน การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย, 2556) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการวิเคราะห์ขีดความสามารถ ทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์ เพื่อเสนอยุทธศาสตร์ ในการทำการตลาดท่องเที่ยว กระตุ้นเศรษฐกิจให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวและมีรายได้ จากการท่องเที่ยวกระจายไปยังแต่ละจังหวัดในนครชัยบุรีรินทร์เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปด้านการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์
2. วิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยว ของนครชัยบุรีรินทร์
3. เสนอยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาด การท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีความสำคัญในการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1. **ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว** (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 **ทรัพยากรทางธรรมชาติ** ได้แก่ ประเภทภูมิอากาศ ทิวทัศน์ สัตว์ป่าตามธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา น้ำตกตาดโตน จังหวัดชัยภูมิ เป็นต้น

1.2 **ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์** ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

1.3 **ทรัพยากรศิลปวัฒนธรรม** ได้แก่ วิถีชีวิต ประเพณี กิจกรรม เช่น ศูนย์ศึกษาห่มบ้านช้าง จังหวัดสุรินทร์ ประเพณีรำผีฟ้า จังหวัดชัยภูมิ ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดนครราชสีมา ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

2. **พฤติกรรมผู้บริโภค** (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) คือ พฤติกรรมที่บุคคลค้นหากำไร การใช้การประเมินผลและการใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการโดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการได้โดยใช้คำถามเพื่อค้นหาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

3. **ส่วนประสมทางการตลาดบริการ** (7Ps) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2556) คือ กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ให้กับผู้บริโภค โดยจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ โดยมีส่วนประสมดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

4. **ปัจจัยแวดล้อม** (PESTLE Analysis) (เอกชัย บุญยาทิษฐาน, 2553) คือ การศึกษาปัจจัยแวดล้อมในภาพรวม ที่ทำให้เข้าใจสถานการณ์ของธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสภาพสังคม ปัจจัยทางเทคโนโลยี ปัจจัยด้านกฎหมาย และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

5. **Diamond Model** (Porter, 1990) คือ กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันที่สำคัญ 4 ด้าน คือ ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และด้านอุปสงค์ รวมถึงอีก 2 ปัจจัย คือ โอกาสและรัฐบาล ที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

วิธีดำเนินการศึกษา

1. แบบของการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ผสมทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรี เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย หนังสือ บทความ ข้อมูลออนไลน์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปด้านการท่องเที่ยว ขีดความสามารถทางการแข่งขัน และกำหนดยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรี

2. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวคนไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่นครชัยบุรี จำนวน 10,505,914 คน (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว, 2557) (ตารางที่ 1)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวคนไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลักในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อุทยานแห่งชาติตาบอดินและอุทยานแห่งชาติภูแล่นคา จังหวัดชัยภูมิ สนามนิว ไช โมบายสเตเดียม จังหวัดบุรีรัมย์ และศูนย์ศึกษาหุบบ้านช้าง จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 400 คน ตามสูตรของทาร์ยามาเน่ ขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05 และแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา ตามสัดส่วนสถิตินักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีแยกรายจังหวัด ใช้วิธีเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ระหว่างวันที่ 15 กันยายน - 15 ตุลาคม 2558

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จากแบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรี แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล สอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา ที่อยู่ปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ กำหนดคำถามจากพฤติกรรมผู้บริโภค สอบถามเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล ประเพณี กิจกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ กำหนดคำถามโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 คำแนะนำและข้อเสนอแนะ เป็นความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์

การสร้างและหาคุณภาพแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีนทร์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.783

3.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย หนังสือ บทความ ข้อมูลออนไลน์ เกี่ยวกับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล ประเพณี แต่ละจังหวัดในนครชัยบุรีนทร์ ข้อมูลแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของหน่วยงานราชการและสถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบันของนครชัยบุรีนทร์ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว เป็นต้น

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จากแบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีนทร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ใช้แบบสอบถามปลายปิดชนิดแบบตรวจสอบรายการ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

ใช้แบบสอบถามปลายปิดชนิดแบบตรวจสอบรายการ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

ใช้แบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่า ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 คำแนะนำและข้อเสนอแนะ

เป็นความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์วิเคราะห์โดยใช้การบรรยายสรุปประเด็นสำคัญ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีรินทร์ และข้อมูลเชิงคุณภาพที่ศึกษานำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์โดยใช้ Diamond Model ผลที่ได้จากการวิจัยนำมาวิเคราะห์เพื่อเสนอยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

ผลการศึกษา

1. สภาพแวดล้อมทั่วไปด้านการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม ทำให้สามารถทำความเข้าใจสถานการณ์ของธุรกิจ ดังนี้

1.1 ปัจจัยทางนโยบายการเมือง

นครชัยบุรีรินทร์มีแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด ปีพ.ศ. 2557 - พ.ศ. 2560 โดยเน้นการท่องเที่ยวเส้นทางอารยธรรมขอม และมีแผนพัฒนาที่สอดคล้องกับแผนการท่องเที่ยวแห่งชาติ และปีการท่องเที่ยววิถีไทย มีโครงการและกิจกรรมในปี 2558 ได้แก่ โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองตามเส้นทางอารยธรรมขอม โครงการพัฒนายกระดับคุณภาพและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการ

ท่องเที่ยว โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว โครงการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โครงการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีรัมย์ ในปี พ.ศ. 2555-2557 มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยที่จังหวัดนครราชสีมาเป็น จังหวัดที่มีรายได้มากที่สุดในกลุ่มนครชัยบุรีรัมย์ รองลงมา คือ จังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ และชัยภูมิ จำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีรัมย์ ปี พ.ศ. 2555 - 2557 มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยจังหวัดนครราชสีมามีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์

1.3 ปัจจัยทางสภาพสังคม

นครชัยบุรีรัมย์ แต่ละจังหวัดมีวิถีความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน จังหวัดนครราชสีมามีความเป็นอยู่แบบวิถีชุมชนเมือง มีแหล่งโรงงานอุตสาหกรรม ตั้งอยู่จำนวนมาก นอกเหนือจากนั้นมีความเป็นอยู่แบบผสมผสานธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติขนาดใหญ่ที่เป็นที่นิยม จังหวัดบุรีรัมย์มีความโดดเด่นด้านอารยธรรมขอม และปัจจุบันประชาชนในพื้นที่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวประเภทกีฬา มีการร่วมมือร่วมใจใส่เลือดที่มฟุตบอลของจังหวัด สร้างความรักความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จังหวัดชัยภูมิและจังหวัดสุรินทร์ มีวิถีความเป็นอยู่ที่คล้ายกัน คือ อยู่กับธรรมชาติ การทำการเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้าไหม เป็นต้น

1.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี

มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น มีแอปพลิเคชัน ในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว เช่น Google map, TourismThailand หรือ แอปพลิเคชันในการค้นหาร้านอาหารใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่น Wong nai เป็นต้น นครชัยบุรีรัมย์ เริ่มใช้แอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มความสะดวกในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก ของที่ระลึก จังหวัดนครราชสีมา มีแอปพลิเคชัน ชื่อ Koratcity จังหวัดชัยภูมิมีแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า วันนี้ที่ชัยภูมิ และจังหวัดบุรีรัมย์ มีแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า Go2Buriram , Hug Buriram เป็นต้น

1.5 ปัจจัยทางด้านกฎหมาย

ในปี 2558 กรมสรรพากรได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เกี่ยวกับเรื่องมาตรการภาษีส่งเสริมเที่ยวทั่วไทย เพื่อให้ใบเสร็จรับเงิน หรือใบกำกับภาษีค่าซื้อแพ็คเกจทัวร์ หรือค่าที่พักโรงแรมจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ สามารถนำมาใช้เป็นค่าลดหย่อนคำนวณภาษีได้ถึง 15,000 บาทต่อปี เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 16 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558

1.6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

นครชัยบุรีรินทร์มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อุทยานแห่งชาติตาคลีและวังน้ำเย็น จังหวัดนครสวรรค์ อุทยานแห่งชาติภูแลนคา อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติไทรทอง จังหวัดชัยภูมิ แหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอมที่โดดเด่น เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ พระธาตุหนองสามหมื่น จังหวัดชัยภูมิ เป็นต้น อีกทั้งยังมีประเพณี การท่องเที่ยววิถีชุมชนที่มีชื่อเสียง เช่น ศูนย์ศึกษาห่มบ้านช้าง จังหวัดชัยภูมิ ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดนครราชสีมา ประเพณีแห่กระบุง ประเพณีรำผีฟ้า จังหวัดชัยภูมิ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น และนครชัยบุรีรินทร์ยังสามารถเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงอารยธรรมขอมไปยังประเทศกัมพูชาได้โดยผ่านจุดผ่านแดนถาวรช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ได้

2. ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

จากการวิเคราะห์ Diamond model ทำให้สามารถทราบขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์

การท่องเที่ยวภายในนครชัยบุรีรัมย์มีแนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มขึ้นจากแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรัมย์ มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรองรับเส้นทางอารยธรรมขอม แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดเน้นความโดดเด่นที่แตกต่างกัน จังหวัดนครราชสีมา ต้องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อกระจายรายได้เพิ่มมากขึ้น จังหวัดชัยภูมิ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวธรรมชาติ จังหวัดบุรีรัมย์ เน้นเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม และจังหวัดสุรินทร์ เน้นการสนับสนุนการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและวิถีช้างไทย เกิดการแข่งขันระหว่างกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน

2.2 ด้านปัจจัยการผลิต

นครชัยบุรีรัมย์มีความพร้อมในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า นครชัยบุรีรัมย์มีจำนวนประชากรวัยทำงานอยู่มากที่สุด แต่ละจังหวัดมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น เครื่องปั้นดินเผา ด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา การทอผ้าไหม จังหวัดชัยภูมิ การทอผ้าขิด จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิตในนครชัยบุรีรัมย์ได้ ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีโดดเด่นหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ อารยธรรมขอม การกีฬา ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกสบาย มีการปรับปรุงเส้นทางการคมนาคมอยู่เสมอ ทั้งทางบก รถไฟ และเครื่องบิน

2.3 ด้านอุปสงค์

จากแบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 79.50

วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนในวันหยุด โดยเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และท่องเที่ยวเดือนธันวาคมมากที่สุด ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนรู้จัก เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ที่พักส่วนใหญ่เป็นบ้านตนเอง/ญาติ/เพื่อน และวางแผนค่าใช้จ่ายประมาณ 1,001-2,000 บาทต่อคน แหล่งท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปมากที่สุด 3 อันดับ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วังน้ำเขียว และปราสาทหินพิมาย (ตารางที่ 2) และเทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการไปมากที่สุด 3 อันดับ คือ ประเพณีแห่เทียนพรรษา งานฉลองชัยท้าวสุรนารี และเบญจมาศบานในม่านหมอก (ตารางที่ 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อนครชัยบุรีนทร์พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พึงพอใจระดับปานกลาง โดยในภาพรวมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมาก (ตารางที่ 4)

2.4 ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

ประชาชนในท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และหน่วยงานเอกชน หรือนักธุรกิจ มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก ที่หลากหลาย ซึ่งการพัฒนาไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สินค้า ของที่ระลึก ไม่ได้แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

2.5 ด้านโอกาส

ปัจจุบันผู้คนรับรู้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้เกิดการปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในนครชัยบุรีนทร์ ให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารให้สะดวกและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้รวดเร็ว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวประเภทกีฬา และการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตกำลังเป็นที่นิยม เป็นโอกาสที่นครชัยบุรีนทร์จะส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวในพื้นที่เพิ่มขึ้น และเป็นโอกาสที่จะสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือสร้างกิจกรรมร่วมกันระหว่างจังหวัดภายในนครชัยบุรีนทร์ เพื่อสร้างความสะดวกและสร้างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2.6 ด้านรัฐบาล

การกำหนดแผนโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานราชการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในนครชัยบุรีรัมย์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของนครชัยบุรีรัมย์ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น การพัฒนาโครงการต่างๆ ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานของราชการ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามอารยธรรมขอมส่วนแผนการท่องเที่ยวของประเทศที่สนับสนุนการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรัมย์ ได้แก่ การท่องเที่ยวเมืองปราสาทสองยุค คือ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และสนามนิเวศ-โมบาย สเตเดียม และการท่องเที่ยวชมเทศกาลดอกไม้ เบญจมาศบาน ที่อำเภอน้ำเหือง และเที่ยวชมทุ่งดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ

3. ยุทธศาสตร์เพิ่มความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรัมย์

นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปและการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรัมย์ เพื่อมาวิเคราะห์เสนอยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรัมย์

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรัมย์ พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อีกทั้งจากการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านโอกาส พบว่า ผู้คนรับรู้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จึงได้แนวทางพัฒนาของยุทธศาสตร์ที่ 1 ดังนี้

1) จัดทำและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์รวบรวมแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล กิจกรรม ประเพณี ร้านอาหาร ที่พัก ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักในนครชัยบุรีรัมย์

- 2) จัดทำและเผยแพร่สื่อเพลง โฆษณาที่รวบรวมจุดเด่น แหล่งท่องเที่ยว ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการถ่ายทำละคร หรือภาพยนตร์ในพื้นที่ การท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์
- 3) พัฒนาการจัดเทศกาลดนตรีในแหล่งท่องเที่ยวโดยควบคุมการเดินชม วัฒนธรรม การจำลองวิถีชีวิต และจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นของนครชัยบุรีรินทร์
- 4) จัดทำแอปพลิเคชันรวบรวมเส้นทางการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก ของนครชัยบุรีรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์ พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความพึงพอใจปานกลาง และจากผลการศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัด พบว่า จังหวัดนครราชสีมา มีนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นๆ ในนครชัยบุรีรินทร์ จึงได้แนวทางพัฒนาของยุทธศาสตร์ที่ 2 ดังนี้

- 1) ปรับปรุง พัฒนา เส้นทางการคมนาคมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในนครชัยบุรีรินทร์ให้สะดวก ปลอดภัย
- 2) สร้างจุดแวะพักที่รวบรวมร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ และศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือไว้บริการนักท่องเที่ยว
- 3) สนับสนุนให้หน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการภาคเอกชน ให้จัดทำรถบริการเส้นทางการท่องเที่ยวในนครชัยบุรีรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์ พบว่า ด้านบุคลากร มีความพึงพอใจปานกลาง เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันของหน่วยงานต่างๆ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน จึงได้แนวทางพัฒนาของยุทธศาสตร์ที่ 3 ดังนี้

- 1) จัดการประชุมร่วมกันระหว่างสมาคมการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัด เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์

2) สร้างพันธมิตรระหว่างกันของแต่ละจังหวัดและร่วมกันกำหนดโครงการส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

3) ส่งเสริมการผลิตของฝาก ของที่ระลึก ที่มีวัตถุดิบจากท้องถิ่นและเป็นผู้มีของคนในชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยวนครชัยบุรีนทร์

จากแบบสอบถามแบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวน้อย อีกทั้งยังส่วนใหญ่ยังเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในวันธรรมดาเพิ่มขึ้น จึงได้แนวทางพัฒนาของยุทธศาสตร์ที่ 4 ดังนี้

1) จังหวัดนครราชสีมา สามารถจัดกิจกรรม เช่น การจัดเส้นทางทางเดินชมธรรมชาติ เรียนรู้การเกษตรและการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ท่องเที่ยวเชิงศาสนา เส้นทางในการทำบุญ ท่องเที่ยววิถีชีวิต เป็นต้น ควรจัดสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงามโดดเด่นไม่เหมือนใคร บรรยากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อน และถ่ายภาพที่ระลึก

2) จังหวัดชัยภูมิ สามารถจัดกิจกรรม เช่น การท่องเที่ยวผจญภัยเดินป่า การจัดเส้นทางปั่นจักรยานหรือรถยนต์ การจัดกิจกรรมเที่ยวชมเส้นทางธรรมชาติ พักที่พักเอกชนที่เป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นต้น

3) จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถจัดกิจกรรม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอม เส้นทางถ่ายภาพสวยงามในแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวทำบุญ ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวประเภทกีฬา เกิดความรักในจังหวัดบุรีรัมย์ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจซื้อของที่ระลึก ที่เป็นเอกลักษณ์ของบุรีรัมย์ เช่น เสื้อฟุตบอลบุรีรัมย์ไนต์ เป็นต้น

4) จังหวัดสุรินทร์ สามารถจัดกิจกรรม เช่น การท่องเที่ยวทำบุญ การเรียนรู้การเกษตร สร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวมีการใช้ชีวิตร่วมกับช้าง การท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังประเทศกัมพูชา เป็นต้น

5) ส่งเสริม จัดทำปฏิทินส่งเสริมการท่องเที่ยวกิจกรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวครบทั้ง 12 เดือน ให้เที่ยวทั่วนครชัยบุรีนทร์ ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้มาเลือกท่องเที่ยวได้ทุกเดือน

สรุป และอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ สามารถอภิปรายผลการศึกษา ตามประเด็นที่สอดคล้อง ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์มีความหลากหลาย โดดเด่นทั้งการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยววัฒนธรรม การท่องเที่ยวเทศกาล กิจกรรม ประเพณีต่างๆ มีประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับเพื่อนบ้านที่มีอาณาเขตติดต่อกัน คือ ประเทศกัมพูชา สอดคล้องข้อมูลการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้ (สมภาพ คล้ายวิเชียร และคณะ, 2550) ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชา

2) การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในนครชัยบุรีนทร์ สอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทางด้านการตลาดของตลาดการท่องเที่ยวและบริการ (Meng et al., 2008) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมักท่องเที่ยวในวันหยุดระยะสั้นกับครอบครัว เพื่อหยุดพักผ่อนและหาข้อมูล โดยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากเพื่อนและครอบครัว สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (สิริชัย ปัญญาวงศ์งาม, 2554) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวคนไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการท่องเที่ยว คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านอาหาร การบริการ ด้านบรรยากาศ สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก และมีความสอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, 2559) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมาก สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย และสิ่งอำนวยความสะดวกมีให้บริการเพียงพอ ทั้งที่พักแรม ร้านอาหารและธุรกิจน้ำเที่ยว

3) การวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการตลาด การท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา มากที่สุด คือ รัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยการวิเคราะห์อุตสาหกรรมโรงแรม ในโครเอเชียโดยประยุกต์ใช้ Diamond Model (Litvinova, 2011) ที่พบว่า อุตสาหกรรมการโรงแรมของโครเอเชียขึ้นอยู่กับรัฐบาล และสอดคล้องกับผลการ วิจัยเรื่องปัจจัยที่เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวจีน กรณีศึกษา เขตมณฑลยูนนานและเจ้อเจียง (wang, 2010) รัฐบาลกลางเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะมียุทธพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น

4) แผนยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้น มีความสอดคล้องกับผลการวิจัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน : กรณีศึกษา 3 ชุมชนบริเวณอุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่ (นพวรรณ ปิสิริกันต์, 2551) และการมีส่วนร่วมของชุมชน บึงพลานุชัย ในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (รุ่งวิทย์ ตรีกุล, 2558) พบว่า ถ้าต้องการให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนแหล่งท่องเที่ยวต้องอาศัยการมีส่วนร่วม กับชุมชน ทั้งในด้านการตัดสินใจ การปฏิบัติการ การร่วมรับผลประโยชน์ การติดตามและตรวจสอบโดยมีหน่วยงานราชการเป็นฝ่ายประสานงาน สอดคล้อง กับผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยง จังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเม็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป.ลาว (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549) ว่าควรเน้นความเป็นธรรมชาติของแหล่ง ท่องเที่ยว ปรับปรุงสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรเน้นเรื่องวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร การส่งเสริมสินค้าประจำจังหวัด และสิ่งที่ดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวในทั้งสองประเทศ คือ อธิปไตยของคนในพื้นที่ วัฒนธรรม ประเพณีที่ดั้งเดิม และสอดคล้องกับผลการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนของจังหวัดนครราชสีมา (ภูมิชัย มั่งเมืองสกุล, 2555) ที่กล่าวว่ายุทธศาสตร์ การพัฒนาควรได้รับความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาชนและองค์กร ท้องถิ่นและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวของนครชัยบุรีนทร์ที่มุ่งเน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **คู่มือแนวทางการจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองประสานการลงทุน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). **สรุปภาวะเศรษฐกิจการเงินปี 2557**. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- นพวรรณ ปิสิริกันต์. (2551). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน : กรณีศึกษา 3 ชุมชน บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภูมิชัย มั่งเรืองสกุล. (2555). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 6 (3), 55-66.
- รุ่งวิทย์ ตรีกุล, กมล เสวตสมบุญ และธนาชาติ เราประเสริฐ. (2558). การมีส่วนร่วมของชุมชนบึงปลาอุบในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.**, 8(1)(2), 133-150.
- ลิชัย ปัญญาวงศ์งาม. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. **วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร: วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**, 19(2), 64-71.
- ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, โอษฐ์ญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.**, 9 (1), 234-259.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็ก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2549). **การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเท็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป. ลาว**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศ (รายจังหวัด)**. ค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 เข้าถึงได้จาก <http://tatic.tourismthailand.org/articles/701>.
- สมาพร คล้ายวิเชียรและคณะ. (2550). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในอีสานใต้**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1. (2551). **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์) ระยะ 4 ปี พ.ศ.2557-2560**. ค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2558 เข้าถึงได้จาก www.osmnotheast-s1.moi.go.th/plan_develop.php.
- เอกชัย บุญยาทิชฐาน. (2553). **คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- Litvinova, E. (2011). **An analysis of the hotel industry in Croatia. : Apply Porter's Diamond Model**. Degree Programme in Facility Management, School of Tourism,Catering and Domestic Services, Jamk University of applied sciences, Finland.
- Meng et al. (2008). **Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation : The case of a nature-based resort. Journal of Vacation Marketing, 14(1), 41-56.**
- Porter, M. E. (1990). **Competitive Advantage of Nations**. New York : The free press.

Wang, L. (2010). What matters in the regional competitiveness of the tourism in China? : A case study of Yunnan & Zhejiang Provinces based on Porter's Diamond Model. Master programme in Economic Growth, Innovation and Spatial Dynamics Lund University, Sweden.

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนการจัดเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวคนไทยในนครชัยบุรีรินทร์

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยวคนไทย*		จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	จำนวน	สัดส่วน (ร้อยละ)	
นครราชสีมา	6,930,725	66	264
ชัยภูมิ	1,313,150	13	52
บุรีรัมย์	1,219,589	11	44
สุรินทร์	1,042,450	10	40
รวม	10,505,914	100	400

* ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว, 2557

ตารางที่ 2 แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวมากที่สุดแต่ละจังหวัดในนครชัยบุรีรินทร์

ลำดับ	นครราชสีมา	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	สุรินทร์
1	อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	อุทยานแห่งชาติตาดโตน (น้ำตกตาดโตน)	ปราสาทหินพนมรุ้ง	ศูนย์ศึกษาห่มบ้านช้าง
2	วังน้ำเขียว	อุทยานแห่งชาติภูแลนคา (มอหินขาว)	ปราสาทหินเมืองต่ำ	ตลาดการค้าช่องจอม
3	ปราสาทหินพิมาย	เขื่อนจุฬาภรณ์	สนามนิเวศ-โมบายสเตเดียม	วนอุทยานพนมสวาย

ตารางที่ 3 เทศกาล ประเพณี กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวมากที่สุด
แต่ละจังหวัดในนครชัยบุรินทร์

ลำดับ	นครราชสีมา	ชัยภูมิ	บุรีรัมย์	สุรินทร์
1	ประเพณีแห่เทียน พรรษา	เที่ยวทุ่งดอก กระเจียว	ประเพณีขึ้น เขาพนมรุ้ง	มหัศจรรย์งานช้าง สุรินทร์
2	งานฉลองชัยชนะ ท้าวสุรนารี	งานฉลองอนุสาวรีย์ เจ้าพ่อพญาแล	มหกรรมว่าว อีสาน	แห่เทียนดักบาตร บนหลังช้าง
3	เบญจมาศบาน ในม่านหมอก	ประเพณีรำผีฟ้า	งานแข่งเรือ ที่สตึก	งานพระเพณีขึ้น เขาพนมสวาย

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนครชัยบุรินทร์โดยภาพรวม 7 ด้าน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของนครชัยบุรินทร์	ค่าสถิติ		ระดับ ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	3.84	0.822	มาก
ด้านราคา	3.93	0.742	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.56	0.784	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.39	0.948	ปานกลาง
ด้านบุคลากร			
พนักงานเจ้าหน้าที่ภาครัฐ	3.40	0.945	ปานกลาง
พนักงานเจ้าหน้าที่ภาคเอกชน	3.34	1.025	ปานกลาง
คนในชุมชน	3.71	0.816	มาก
รวมด้านบุคลากร	3.48	0.946	ปานกลาง
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.59	1.038	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
ความปลอดภัย	3.50	1.002	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก	3.12	1.119	ปานกลาง
ความสะอาด	3.36	0.943	ปานกลาง
รวมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.40	1.045	ปานกลาง
รวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ของนครชัยบุรินทร์	3.55	0.961	มาก