

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ

The Strategies for the Development of the Cultural Tourism Potentiality in Sisaket Province

Udomlak Pengnorapat

Ubon Ratchathani Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 245 คน กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้มีความรู้และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวจำนวน 74 คน และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 24 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม แบบประเมินความพึงพอใจในการจัดตั้งศูนย์กลางการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ และแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ มี 5 ยุทธศาสตร์ 25 กลยุทธ์ 90 มาตรการ 86 ตัวชี้วัด ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การผลักดันจังหวัดศรีสะเกษเป็นศูนย์กลางความหลากหลายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเขตอีสานใต้ มีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ ผลักดันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษเป็นวาระของพื้นที่อีสานใต้ ส่งเสริมและพัฒนากิจการบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ชุมชน มีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ มีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ จัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ มาตรการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นมาตรฐานสากล เร่งรัดการดำเนินงานพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการแข่งขันเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ มีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความปลอดภัย การสร้างเรื่องราวที่สะท้อนความเป็นตัวตนของแหล่งโบราณสถานแต่ละอำเภอ และส่งเสริมพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านประเพณีวิถีชีวิต และยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชน ชุมชนและเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานของทุนทางสังคมวัฒนธรรม มีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ สร้างความเข้าใจและความตระหนักให้ชุมชนเห็นความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่และพัฒนาสู่ความยั่งยืน สร้างเครือข่ายเฝ้าระวังผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์พบว่า โดยภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและความเป็นไปได้ในระดับมาก

คำสำคัญ : ยุทธศาสตร์ การพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดศรีสะเกษ

Abstract

The research aimed to study the strategic development of the cultural tourism potentiality in Sisaket province. The subjects used in the study were 245 residents who lived in the cultural tourism area in Sisaket province. The targets in the study were 74 subjects and 24 experts who were knowledgeable and experienced in tourism. The research instruments were the survey forms for the cultural tourism potential, a focus group format, the satisfaction of establishing a center for cultural learning and an evaluation of suitability and possibility format for the strategies. The statistics used in the quantitative data analysis, was percentage, mean, standard deviation, data analysis and qualitative content analysis.

The research findings were as follows : The strategies constructed by the researcher consisted of 5 strategies, 25 tactics, 90 measures and 86 indicators. Five strategies were used in the following : Strategy one : Sisaket was elevated as the center for cultural tourism diversity in the southern part of Isan or Northeastern Thailand which consisted of the cultural tourism of the province and the Southern Isan promotion and development of the cultural tourism management systems. Strategy two : the provincial cultural tourism was promoted to be the economic creation to increase the values to the communities and to promote the use of cognitive cultural and economic value. Strategy three : supportive factors for cultural tourism were to be developed that consisted of planning and developing logistics, infrastructure, measures and facilities in the tourist-oriented culture to global standards and accelerate the development of infrastructure and facilities for tourism. Strategy four : factors for the cultural tourism were created to promote the cultural tourism activities of the province. Creating the identity of ancient sites in each district. To develop and promote the activities that offer exotic travel destinations, activities, traditions and lifestyles. Strategy five : participation should be encouraged from the state and private sectors, communities and networks to develop the cultural tourism potential based on social and cultural capitals that consisted of building the community in understanding the importance of the cultural capitals. Development of network and monitoring the impact of cultural tourism management. The results of the evaluation showed that the overall strategies were found to be suitable at the highest level and possible at a high level.

Keywords : strategic, development of the potentiality, cultural tourism, Sisaket province

บทนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศรวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น (Pinkeaw, K. and others, 2014, p.1) สำหรับประเทศไทยในฐานะที่ตั้งอยู่จุดศูนย์กลางการเข้าถึงและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนมีการคาดการณ์การเติบโตของรายได้ทางท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2557 จะเติบโตร้อยละ 13 จำนวนนักท่องเที่ยวเติบโตร้อยละ 7 (Division Marketing Strategy, 2014, p.4) และเมื่อพิจารณาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 59 วัฒนธรรมไทยและศาสนา คิดเป็นร้อยละ 43 อาหารไทย คิดเป็นร้อยละ 40 และความคุ้มค่าคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 27 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 50 หาประสบการณ์ใหม่ คิดเป็นร้อยละ 18 กิจกรรมที่ทำเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ การเที่ยวชมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 66 และการชมสถานที่ทางวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 29 (Tourism Council of Thailand, 2013, p.12) จะเห็นได้ว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นทิศทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่และกำลังได้รับความนิยมนั่นคือ การท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมหรือที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งประเทศไทยได้ถูกจัดอันดับความน่าสนใจในการท่องเที่ยวลักษณะนี้ในลำดับที่ 32 โดย World Economic Forum (2012, p.23) ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยมีแหล่งมรดกโลกที่สำคัญได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว 5 แห่งนอกจากนี้ยังมีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่รอขึ้นทะเบียนอีก 2 แห่ง ได้แก่ ปราสาทหินพิมายและเส้นทางวัฒนธรรมและอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท (Malyaporn, K., 2013, p.66)

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและโดดเด่นแตกต่างจากชาติอื่นๆ โดยเฉพาะ “วัฒนธรรม” ซึ่งมีบทบาทในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากดินแดนต่างๆ ให้เข้ามาเดินทางท่องเที่ยว ผลที่จะตามมาคือ การสร้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ในท้องถิ่น (Hongpakdee, S., 2013, p.31) สำหรับพื้นที่ทางวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษนั้นตั้งอยู่บนฐานวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายในดินแดนอีสานใต้และจัดว่าเป็นแอ่งอารยธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่ง โดยพบแหล่งชุมชนโบราณกระจายตัวอยู่หลายแห่ง ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างไทยและกัมพูชาเมื่อครั้งยังไม่มีแบ่งพื้นที่ด้วยเส้นเขตแดนเช่นในปัจจุบันปรากฏหลักฐานความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่เด่นชัดมาจนถึงปัจจุบันคือ ปราสาทหิน ซึ่งปราสาทหินในดินแดนกัมพูชาที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ได้แก่ ปราสาทหินนครวัด ปราสาทหินนครมที่ตั้งอยู่ในเมืองเสียมเรียบ ส่วนพื้นที่ดินแดนจังหวัดศรีสะเกษปรากฏพบปราสาทหินจำนวนมากมายเช่นเดียวกัน ได้แก่ ปราสาทตาเล็ง ปราสาทสระกำแพงน้อย ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทตาหนักไทร (Rungviset, T., 2007, pp.24-38) จากความแตกต่างและหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษนี้เอง ทำให้สำนักงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นประจำทุกปีและลงในปฏิทินการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โดยมีงานใหญ่ระดับประเทศคือ เดือนมีนาคม งานเทศกาลดอกกล้วยบานสืบสานประเพณีสีเฝ้าไทย งานแสดงมินิไลท์แอนด์ซาวด์ควอเตอร์ศรีพทุทเศศวรที่ปราสาทสระกำแพงใหญ่ หนึ่งในเจ็ดปราสาทที่สมบูรณ์ที่สุดในประเทศไทย เดือนมิถุนายน งานเทศกาลเงาะ-ทุเรียนของดีศรีสะเกษ เดือนธันวาคม งานวิ่งเฉลิมพระเกียรติสู่ผ้าไหมอีด่าง เป็นต้น (Thammajaree, K., 2013, pp.24-25)

จังหวัดศรีสะเกษได้รับการจัดกลุ่มจังหวัดในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 (อุบลราชธานี ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ และยโสธร) และได้มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้คือ การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวให้ได้ระดับมาตรฐานและยั่งยืนและพัฒนาเครือข่ายการเชื่อมโยงในกลุ่มและเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน แต่ในการดำเนินการที่ผ่านมายังประสบปัญหาสำคัญหลายประการ ได้แก่ ปัญหาการสร้างจุดขายหรือสัญลักษณ์ของพื้นที่การท่องเที่ยว ปัญหาการจัดลำดับแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพระยะทางความใกล้-ไกลของสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมทั้ง 4 ชนเผ่าในจังหวัด ปัญหาการบริหารจัดการเวลาในการท่องเที่ยว การสร้างความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ปัญหาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเน้นความพร้อมของเส้นทางคมนาคมรวมทั้งยังประสบปัญหาการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน ได้แก่ นักโบราณคดี นักประวัติศาสตร์ นักการตลาด นักประชาสัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ปัญหาสาเหตุต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษแล้ว ยังมีผลการสำรวจความต้องการของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า ทุกฝ่ายต่างเล็งเห็นความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชน จึงเห็นควรกระตุ้นให้หน่วยงานต่างๆ เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบลได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน ทั้งนี้เพื่อรองรับงบประมาณที่จะเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ ดังนั้นในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรมีกรอบหรือทิศทางในการพัฒนาโดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ซึ่งยุทธศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นนี้จะต้องมีความสอดคล้องกับประเด็นปัญหา โอกาสและเป้าหมายการพัฒนา กำหนดวิธีการดำเนินการกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอาเซียนในส่วนของเสาหลักที่สาม คือ การเชื่อมโยงทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของอาเซียนจะถูกยึดโยงไว้ด้วยความเชื่อ ประเพณี ศาสนา การสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยการเรียนรู้วิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ตลอดจนสถานที่สำคัญร่วมกันและกัน จะช่วยให้การเชื่อมโยงทางสังคมและวัฒนธรรมบังเกิดผลเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น (Phibulsongkram, P., 2014, p.51) เพราะเมื่อเราก้าวข้ามไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 และมีการเปิดพรมแดนระหว่าง 10 ประเทศจะก่อให้เกิดการเดินทางและการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากสถานการณ์การท่องเที่ยวอาเซียนในปี พ.ศ. 2556 ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมีการเติบโตร้อยละ 18 (Division of ASEAN, 2014, pp.46-49) ซึ่งจากสภาพการณ์เหล่านี้จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานคิดทางวัฒนธรรมร่วมระหว่างจังหวัดศรีสะเกษกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรม และก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ได้ประโยชน์สูงสุดและเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีศักยภาพที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

จะเห็นได้ว่าจากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจังหวัดศรีสะเกษจะมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องด้วยเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรทางวัฒนธรรม ศิลปะ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีชีวิต กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ และมีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะมีส่วนทำให้จังหวัดศรีสะเกษเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในอารยธรรมอีสานใต้ ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงานเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จึงเห็นว่าควรต้องมีการศึกษาเพื่อวางแผนสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ ด้วยกระบวนการวิจัยแบบผสมวิธีและบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์และร่วมตรวจสอบแนวโน้มความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังต้องการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริม อนุรักษ์มรดกทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษให้คงอยู่และเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอีสานใต้

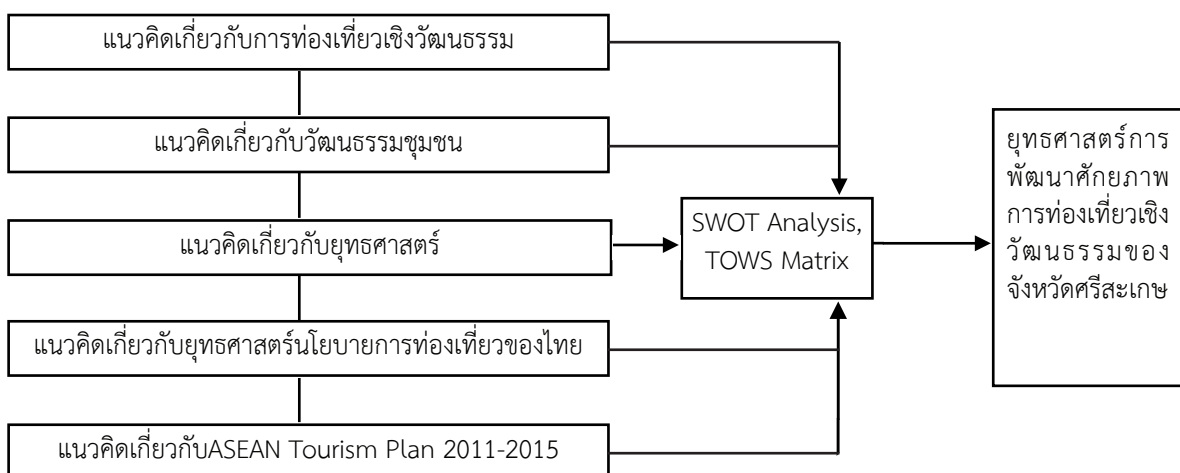
วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อสร้างและประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลการวิจัยการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษใน 4 มิติ คือ โบราณสถาน ประเพณี ชาติพันธุ์และภูมิปัญญา สามารถเป็นข้อมูลให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนายุทธศาสตร์ของจังหวัดให้ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยสามารถนำยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปใช้จริงในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis และ TOWS Matrix) ระยะที่ 2 การสร้างและประเมินยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มเพื่อพิจารณาร่างยุทธศาสตร์และการวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบประเมินชนิดมาตราส่วน 5 ระดับ จำนวน 227 ข้อ

ประชากรและตัวอย่าง

การวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 56 คน ดังนี้ (1) กลุ่มปราชญ์ท้องถิ่นเป็นผู้ให้ข้อมูลทางวัฒนธรรมของชุมชน จำนวน 11 คน (2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 15 คน (3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 10 คน (4) ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ 11 อำเภอ จำนวน 20 คน

การวิจัยระยะที่ 2 การสร้างและประเมินยุทธศาสตร์

2.1 การสร้างยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาร่างยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 18 คน ดังนี้ (1) วัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 คน (2) ผู้แทนประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 คน (3) ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 คน (4) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ (รับผิดชอบจังหวัดศรีสะเกษ) จำนวน 1 คน (5) นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 1 คน (6) ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย จำนวน 2 คน (7) ผู้แทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 8 คน (8) นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 คนและ (9) ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 2 คน

2.2 การประเมินยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน 24 คน โดยมีเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติ คือ จบการศึกษาดั้งแต่ระดับปริญญาตรีและเป็นผู้มีความรู้ความสามารถหรือมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวหรือด้านวัฒนธรรมไม่น้อยกว่า 5 ปี ประกอบด้วย (1) อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 1 คน (2) อดีตผู้ช่วยรัฐมนตรีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและอดีตปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 2 คน (3) รองปลัดกระทรวงมหาดไทย จำนวน 1 คน (4) อธิบดีกรมศิลปากร จำนวน 1 คน (5) ผู้ว่าราชการจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 คน (6) อธิการบดีว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน (7) ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน (8) ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน (9) ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและอดีตท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจำนวน 4 คน (10) ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 คน และ (11) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวจำนวน 10 คน

เครื่องมือ

การวิจัยระยะที่ 1 เครื่องมือ ได้แก่ แบบบันทึกการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

ประเด็นการวิเคราะห์					
จุดแข็ง/โอกาส	น้ำหนักคะแนน	คะแนนที่ให้	จุดอ่อน/ อุปสรรค	น้ำหนักคะแนน	คะแนนที่ให้
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
รวม	1.00		รวม	1.00	

แบบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกแบบ TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน	S จุดแข็ง	W จุดอ่อน
	S1.....	W1.....
	S2.....	W2.....
	S3.....	W3.....
	S4.....	W4.....
ปัจจัยภายนอก		
O โอกาสจากภายนอก	กลยุทธ์เชิงรุกหรือกลยุทธ์จุด แข็งกับโอกาส (SO)	กลยุทธ์พัฒนาหรือกลยุทธ์ จุดอ่อนกับโอกาส (WO)
	O1.....	1.....
	O2.....	2.....
	O3.....	3.....
	O4.....	4.....
T อุปสรรคจากภายนอก	กลยุทธ์ป้องกันหรือกลยุทธ์ จุดแข็งกับอุปสรรค (ST)	กลยุทธ์หลีกเลี่ยงหรือกลยุทธ์ จุดอ่อนกับอุปสรรค (WT)
	T1.....	1.....
	T2.....	2.....
	T3.....	3.....
	T4.....	4.....

การวิจัยระยะที่ 2 เครื่องมือ ได้แก่ 1) ร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษและแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม 2) แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยระยะที่ 1

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ กำหนดการถ่วงน้ำหนักเพื่อการประเมิน Matrix มีช่วงตั้งแต่ 0.0-1.00 คือ 0.0 หมายถึง ไม่มีความสำคัญ ส่วน 1.0 มีความสำคัญมากที่สุด จากนั้นให้คะแนนสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก กำหนดคะแนน 5-1 คะแนน 5 หมายถึง ประเด็นมีผลมากที่สุด คะแนน 1 หมายถึง ประเด็นมีผลน้อยที่สุด และดำเนินการคำนวณค่าถ่วงน้ำหนักด้วยการนำค่าการถ่วงน้ำหนักคูณด้วยการให้คะแนนโดยนำค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักรวมของสภาพแวดล้อมแต่ละด้านมากำหนดแนวทางของกลยุทธ์ จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้วยวิธีการจับคู่ระหว่าง จุดแข็งกับอุปสรรค (SO) จุดอ่อนกับโอกาส (WO) จุดแข็งกับอุปสรรค (ST) จุดอ่อนกับอุปสรรค (WT) บันทึกลงในตาราง

การวิจัยระยะที่ 2

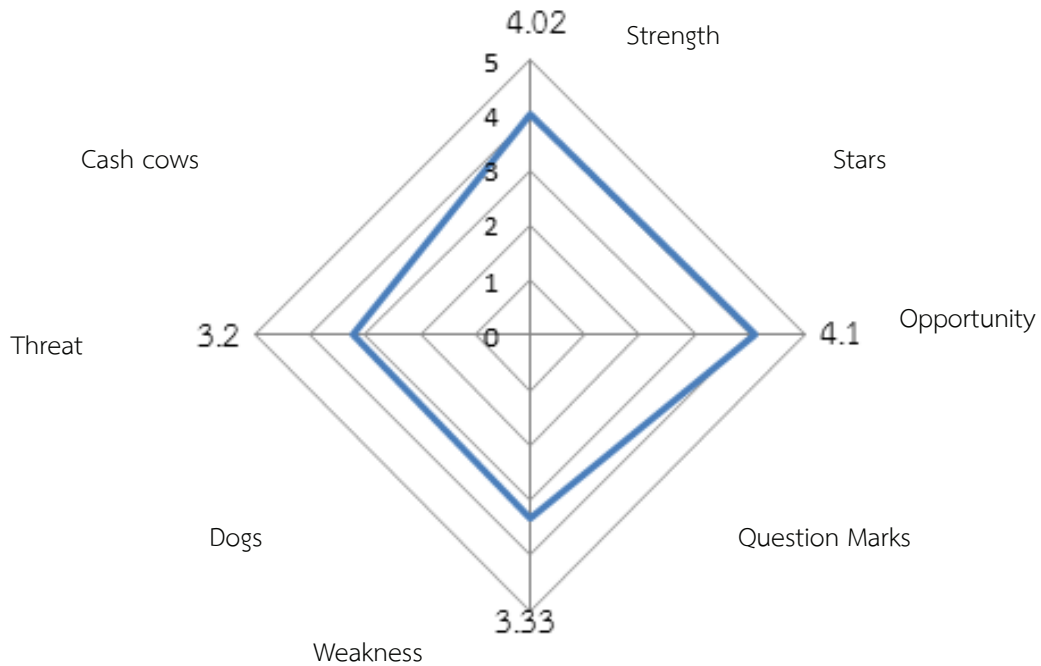
การสร้างยุทธศาสตร์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกไปจัดสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจและร่วมพิจารณา ร่างยุทธศาสตร์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดกลุ่มและตีความเปรียบเทียบข้อมูลต่างๆ เพื่อสร้างข้อสรุปของยุทธศาสตร์ในแต่ละประเด็น ในส่วนของการประเมินยุทธศาสตร์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบประเมินความเหมาะสมและเป็นไปได้มาวิเคราะห์โดยสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็นในการแปลความหมายจำนวนชั้นและคำนวณอันตรภาคชั้น ดังนี้ (Auaon, V., 2007, p.114)

4.21-5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มาก
2.61-3.40	หมายถึง	มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง	มีความเหมาะสมและเป็นไปได้น้อย
1.00-1.80	หมายถึง	มีความเหมาะสมและเป็นไปได้น้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยระยะที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ

1) ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก พบว่า จุดแข็งมีคะแนนเท่ากับ 4.02 จุดอ่อนมีคะแนนเท่ากับ 3.33 โอกาสมีคะแนนเท่ากับ 4.10 และอุปสรรคมีค่าคะแนนเท่ากับ 3.20 ผลวิเคราะห์ TOWS Matrix มีค่าสูงสุดอยู่ที่จุดแข็งและโอกาส นั่นคือ สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษอยู่ในสถานการณ์ดาวรุ่ง คือ การมีศักยภาพสูง มีจุดแข็งหรือโอกาสที่จะเอื้ออำนวยอยู่ในระดับสูง เสมือนเป็นความดาวรุ่ง ดังนั้นกลยุทธ์ที่ต้องใช้ในการพัฒนายุทธศาสตร์ครั้งนี้ จึงเป็น กลยุทธ์เชิงรุก



ภาพที่ 1 แสดง Matrix ที่ได้จากการประเมินและกำหนดค่าคะแนนสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

การวิจัยระยะที่ 2 การสร้างและประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ

2.1 การสร้างยุทธศาสตร์ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และประเด็นยุทธศาสตร์ จำนวน 5 ยุทธศาสตร์ 25 กลยุทธ์ 90 มาตรการ 86 ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่สร้างขึ้น ประกอบด้วย (1) การผลักดันศรีสะเกษเป็นศูนย์กลางความหลากหลายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเขตอีสานใต้ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ 8 มาตรการ 8 ตัวชี้วัด (2) การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ชุมชน ประกอบด้วย 11 กลยุทธ์ 41 มาตรการ 40 ตัวชี้วัด (3) การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ 6 มาตรการ 6 ตัวชี้วัด (4) การสร้างปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการแข่งขันเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ 20 มาตรการ 20 ตัวชี้วัด และ (5) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชน ชุมชนและเครือข่ายในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานของทุนทางสังคมวัฒนธรรม ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ 15 มาตรการ 12 ตัวชี้วัด

2.2 การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์พบว่า ด้านวิสัยทัศน์มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมาก ด้านพันธกิจและเป้าประสงค์มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและระดับมากและความเป็นไปได้ในระดับมาก ด้านยุทธศาสตร์ที่ 1 3 4 และ 5 มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ระดับมาก สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 2 มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดศรีสะเกษ ใน 4 มิติ คือ โบราณสถาน ประเพณี ชาติพันธุ์ และภูมิปัญญา ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์

รายการ	ความเหมาะสม		แปลผล	ความเป็นไปได้		แปลผล
	\bar{x}	S.D.		\bar{x}	S.D.	
วิสัยทัศน์ “ศรีสะเกษ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งอีสานใต้มากหลายประเพณีหลากหลายวิถีชุมชนเฝ้า”	4.12	0.17	มาก	4.00	0.57	มาก
พันธกิจที่ 1	4.25	0.66	มากที่สุด	3.91	0.64	มาก
พันธกิจที่ 2	4.29	0.67	มากที่สุด	4.20	0.57	มาก
พันธกิจที่ 3	4.16	0.74	มาก	4.12	0.66	มาก
พันธกิจที่ 4	4.20	0.70	มาก	4.08	0.57	มาก
พันธกิจที่ 5	4.25	0.77	มากที่สุด	3.83	0.79	มาก
เป้าประสงค์ที่ 1	4.29	0.67	มากที่สุด	3.87	0.59	มาก
เป้าประสงค์ที่ 2	4.37	0.63	มากที่สุด	4.12	0.78	มาก
เป้าประสงค์ที่ 3	4.33	0.62	มากที่สุด	4.20	0.70	มาก
เป้าประสงค์ที่ 4	4.16	0.70	มาก	4.13	0.66	มาก
เป้าประสงค์ที่ 5	4.41	0.71	มากที่สุด	3.95	0.73	มาก
ยุทธศาสตร์ที่ 1	4.45	0.70	มากที่สุด	4.08	0.70	มาก
ยุทธศาสตร์ที่ 2	4.50	0.70	มากที่สุด	4.25	0.77	มากที่สุด
ยุทธศาสตร์ที่ 3	4.70	0.53	มากที่สุด	4.20	0.81	มาก
ยุทธศาสตร์ที่ 4	4.58	0.64	มากที่สุด	3.87	1.05	มาก
ยุทธศาสตร์ที่ 5	4.45	0.76	มากที่สุด	3.91	0.98	มาก

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ

1.1) ด้านจุดแข็ง (S-Strength) ประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์จุดแข็งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดศรีสะเกษ (พ.ศ.2557-2560) ที่กล่าวถึงจุดแข็งของจังหวัดศรีสะเกษว่า มีแหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมโบราณ ธรรมชาติและสอดคล้องกับภาพรวมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกล่าวคือ มีแหล่งทางอารยธรรมขอมโบราณ เช่น ปราสาทโดนตวล ปราสาทสระกำแพงใหญ่ ปราสาทภูฝ้าย ปราสาทปรางค์กู๋ ปราสาทสระกำแพงน้อย ตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ยังมีเทศกาลที่สำคัญเป็นที่รู้จักกันคือ เทศกาลลำดวนบานสืบสานประเพณีสี่เฝ้าไทยเป็นต้น (Tourism Sport and Recreation Centre Sisaket Province, 2011, pp.28-32) จากการที่จังหวัดศรีสะเกษมีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มากมายหลากหลายและถือว่าเป็นต้นทุนทางการท่องเที่ยวที่ดีสอดคล้องกับกระทรวงวัฒนธรรม (Ministry of Culture, 2007, pp.15-16) ที่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยว

ทางวัฒนธรรมว่า เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของทรัพยากรการท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ที่มีลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และเป็นตัวกำหนดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

1.2) ด้านจุดอ่อน (W-Weakness) มีประเด็นสำคัญคือ การขาดเป้าหมายการบริหารจัดการทรัพยากรและพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนมีความสอดคล้องกับ Department of Tourism Ministry of Tourism and Sports (2009, pp.28-32) ที่ได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการประการที่หนึ่ง คือ การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนจะต้องจัดให้มีแนวทางการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและการจัดการด้านการท่องเที่ยวประการที่สองการจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และการจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม ชุมชนควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยการเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจการดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

1.3) โอกาส (O-Opportunity) ปัจจัยด้านโอกาสนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้ชุมชนนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างรู้คุณค่า โดยใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวของอาเซียนภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวประชาคมอาเซียน 2011-2015 (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports, 2011, pp.1-13) ที่กำหนดทิศทางการดำเนินกลยุทธ์เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การพัฒนาประสบการณ์ ผลิตภัณฑ์ การตลาดเชิงสร้างสรรค์และกลยุทธ์ในการลงทุน 2) กลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพของการบริการและทรัพยากรมนุษย์ในภูมิภาคและ 3) ยกระดับและกระตุ้นบริการด้านการเดินทางและการเชื่อมต่อในภูมิภาค

1.4) ด้านอุปสรรค (T-Threat) มีประเด็นที่สำคัญที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ที่พัก ห้องน้ำสะอาด ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านค้าของฝากของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง รถเช่า สาธารณูปโภคพื้นฐานน้ำ ไฟฟ้า สาธารณสุข การติดต่อสื่อสาร สัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เทียบได้กับดัชนีชี้วัดศักยภาพของการท่องเที่ยวสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2555-2559) ที่ได้ให้ความสำคัญและกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวกล่าวโดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบโดยเชื่อมต่อภายในจังหวัดเดียวกันหรือจังหวัดใกล้เคียง เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อให้ความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาดและมีมาตรฐานสากล

2. การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ

2.1) การสร้างยุทธศาสตร์หรือการวางแผนยุทธศาสตร์ มีขั้นตอนและกระบวนการหลากหลายวิธี โดยมักเริ่มต้นจากการตรวจสอบหรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) จากนั้นกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ ในการสร้างยุทธศาสตร์ครั้งนี้จึงกำหนดกลยุทธ์ขึ้นเรียกว่า กลยุทธ์เชิงรุก ดังแสดงในภาพที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับ Boonyathitan, E. (2010, p.105) ที่กล่าวถึง กลยุทธ์ SO (Strength-Opportunity) ซึ่งเป็นกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ที่เกิดจาก

การเอาจุดแข็งขององค์กรไปรวมกับโอกาสที่ดีจากภายนอกที่เหมาะสมกัน เป็นกลยุทธ์สร้างให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่เพื่อปกป้องจุดแข็งของตนเองและนำโอกาสที่ดีจากภายนอกมาใช้ประโยชน์ สอดคล้องกับ Mettkarunjit, M. (2013, pp.215-216) ที่กล่าวถึง การวิเคราะห์หรือประเมินข้อมูลเพื่อบ่งบอกสถานะขององค์กรหรือหน่วยงาน โดยการนำเทคนิคของบอสตันหรือ BCG Matrix มาปรับใช้กับหลักการของ SWOT Matrix โดยใช้แกน 2 แกน คือ WS กับ OT ให้ตัดกันและแปลความหมายเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจน 4 ลักษณะ ได้แก่ ดาวรุ่ง (Star) วัวนม (Cash Cow) สุนัข (Dog) และเด็กมีปัญหา (Problem Child)

2.2) การประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษใน 4 มิติคือ โบราณสถาน ประเพณี ชาติพันธุ์ และภูมิปัญญาประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ 25 กลยุทธ์ 90 มาตรการ 86 ตัวชี้วัดจะเห็นได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในประเด็นของยุทธศาสตร์ที่ 1, 3, 4 และ 5 มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยของสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กล่าวคือ การสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการในภูมิภาคบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม รวมทั้งต่อยอดสนับสนุนการสร้างมูลค่าในการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว (Office of the National Economics and Social Development Board, 2011, pp.66-68) และสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มีพันธกิจสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากลพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม สังคม และวิถีชีวิตของชุมชน (Department of Tourism Ministry of Tourism and Sports, 2011, p.25)

สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสอดคล้องวิจัยของ Pirasan, J. and others (2013, pp.232-266) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนในเขตเทศบาลนครพิบูลย์โลก โดยใช้แนวคิดการพัฒนาบนพื้นฐานการมีส่วนร่วม และการนำองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมมากำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชน เช่น ประวัติความเป็นมา ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดงศิลปหัตถกรรม เป็นต้น ผู้วิจัยเห็นว่าจังหวัดศรีสะเกษมีข้อได้เปรียบทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ที่ความหลากหลาย มีการคงอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 4 เผ่า อันได้แก่ เขมร ส่วย ลาว เยอ และยังคงดำรงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้อย่างมั่นคง ส่วนในด้านศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุที่สร้างขึ้นภายใต้อารยธรรมขอมโบราณประกอบกับการที่ชุมชนได้ให้ความสนใจและเริ่มเห็นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมมากขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่ายุทธศาสตร์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2 ลักษณะ คือ 1) ความสำคัญเชิงมูลค่า กล่าวคือ การท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยลดปัญหาความยากจน สามารถกระจายรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมความเข้มแข็งให้ชุมชน การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นสินค้าเป็นการนำรากฐานวัฒนธรรมที่มีอยู่ปรับประยุกต์เพื่อสร้างมูลค่า 2) ความสำคัญในเชิงคุณค่า นั่นคือ ก่อให้เกิดการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูเพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมแห่งยุคสมัยและพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยว

อย่างยิ่งยวดในการสร้างความเข้าใจระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนเป็นกระบวนการสร้างความสำคัญในเชิงคุณค่า เช่น แต่งกายด้วยเสื้อผ้าพื้นเมืองของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร เช่น ผ้าย้อมมะเกลือในพิธีกรรมแซนโฎนตาที่อำเภอขุขันธ์ ซึ่งเป็นงานประเพณีที่ยิ่งใหญ่ในจังหวัดศรีสะเกษ ประชาชนและนักท่องเที่ยวจะแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Department of Tourism Ministry of Tourism and Sports, 2015, pp.4-7) ที่ได้เสนอกกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวไทยโดยใช้การตลาดเชิงรุกคือ สร้างภาพลักษณ์เชิงคุณค่า (Happiness You Can Share) ของแบรนด์ประเทศไทยเน้นการสื่อสารในการรับรู้ การสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกนำเสนอคุณค่าด้านความสุขและสร้างการรับรู้กระแส “หลงรักประเทศไทย” โดยใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ และสอดคล้องกับแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ.2555-2559) ที่กำหนดเป้าหมายการพัฒนาสังคมไทยให้มีความเข้มแข็งและมั่นคงทางวัฒนธรรม คนไทยมีความภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Unity in Diversity) มีความรู้ คู่คุณธรรมตลอดจนสามารถปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสมและเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันและอนาคต (Ministry of Culture, 2007, pp.14-15)

การประเมินยุทธศาสตร์ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินยุทธศาสตร์ 2 ลักษณะ กล่าวคือ การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ ซึ่งการประเมินยุทธศาสตร์ในลักษณะดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Phagaphasvivat, S. (2008, pp.198-200) ที่กล่าวถึงหลักเกณฑ์การประเมินกลยุทธ์ไว้ว่า 1. การยึดหลักการพิจารณาความเหมาะสม (Suitability) เพื่อประเมินว่ากลยุทธ์ที่ใช้เหมาะสมเพียงไร 2. การยึดหลักการพิจารณาความเป็นไปได้ (Feasibility) กล่าวคือ เป็นการประเมินกลยุทธ์ที่นำมาใช้นั้นมีโอกาสเป็นไปได้มากแค่ไหน และ 3. การยึดหลักการพิจารณาถึงการยอมรับ (Accept Ability) กล่าวคือ เป็นการพิจารณาว่ากลยุทธ์ที่ใช้นั้นแม้ว่าจะมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ แต่ต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริงว่าผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กรนั้นจะเห็นด้วยและจะยอมรับหรือไม่ คนหรือประชาคมที่เป็นที่ตั้งขององค์กรยอมรับได้หรือไม่

ข้อค้นพบจากการวิจัยในส่วนของการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจคือระดับความเหมาะสมของกลยุทธ์ที่ 2.1 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ตัวชี้วัดที่ 3 มีแผนชุมชนในการสร้างอาชีพและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 1 แผน มีค่าเฉลี่ย 2.79 เป็นค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดในการประเมิน ผู้วิจัยเห็นว่าการสร้างแผนชุมชนในการสร้างอาชีพและรายได้เป็นสิ่งที่แต่ละชุมชนต้องให้ความสนใจและมีความตระหนักร่วมกันให้มากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เกี่ยวพันกับชุมชนอย่างแยกไม่ได้ ต้องอาศัยการพึ่งพาดังนั้นการจัดทำแผนชุมชนจึงควรเป็นไปในลักษณะของการส่งเสริมให้ชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของและบริหารจัดการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Buakwan, N. and others (2008, pp.163-168) ที่ทำการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในตลาดน้ำคลองแหและพบว่าการจัดการด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรจะมีการประสานงานระหว่างภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและควรมีเว็บไซต์ รวมทั้งไกด์นำเที่ยวควรร่วมมือกันกับองค์กรท้องถิ่นนั้นในการวางแผนวิธีการขนส่งนักท่องเที่ยว การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างตลาดน้ำและการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชุมชนคลองแห

จะเห็นได้ว่าการใช้วัฒนธรรมเป็นฐานในการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวนั้นจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นและความรู้ความเข้าใจในบริบททางสังคมหรือทุนทางสังคมของแต่ละชุมชนมีอยู่ โดยผ่านกระบวนการประชาคมเพื่อวางแผนในระดับชุมชนให้ชัดเจน ความน่าสนใจหรือสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือความบริสุทธิ์หรือตัวตนที่แท้จริงที่คงอยู่ของวัฒนธรรมที่ได้รับการสืบสานผ่านกาลเวลาอย่างเนิ่นนาน กล่าวโดยสรุปการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษได้รับการพัฒนาขึ้นจากความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นธุรกิจภาคบริการที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนในจังหวัดศรีสะเกษจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ ดังนั้นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางกระตุ้นการพัฒนาการขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการนี้ให้มีศักยภาพจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชนชาวจังหวัดศรีสะเกษ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาสำรวจและฟื้นฟูประเพณีดั้งเดิม ความหลากหลายทางภูมิปัญญามาพัฒนาเป็นนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษ

2. ควรส่งเสริมการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดศรีสะเกษและการถ่ายทอดความรู้ทางวัฒนธรรมโดยใช้พื้นที่แต่ละอำเภอเป็นตัวตั้ง เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และเชื่อมโยงวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เช่น กลุ่มประวัติศาสตร์ กลุ่มหัตถกรรมพื้นถิ่น กลุ่มวัฒนธรรมอาหาร ฯลฯ

3. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษไปใช้จริง คือ ศึกษาแบบการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ชุมชน

4. ควรส่งเสริมพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กำหนดเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวระดับสากลและมีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน รวมทั้งผลักดันให้จังหวัดศรีสะเกษเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเขตอีสานใต้ โดยเน้นการเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในทุกมิติเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

References

- Auaon, Vichit. (2007). **The Researchers Searched Business Data**. Bangkok : Print at Me (Thailand).
- Boonyathitan, Ekachai. (2010). **SWOT Analysis, Professional Guide**. Bangkok : Punyachon.
- Buakwan, Narawadee., Visuthisamajarn. Parichart., & Viriyakorn, Amporn. (2008). Cultural Tourism Guidelines in Klonghae Floating Market, Thailand. *International Journal of Management & Information System-Third Quarter*, 17(3), 163-168.
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2009). **Guidelines for Assessing the Quality of Tourism for Fiscal Year 2009**. Bangkok : Ministry of Tourism and Sports.
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2011). **The ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015**. Bangkok : ASEAN Secretariat.
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2015). **The Arena Tour in December 2014**. Bangkok : Ministry of Tourism and Sports.
- Division Marketing Strategy Tourism Authority of Thailand. (2014). Direction of the Travel Market, TAT Year 2014. *Journal of the Tourism Authority of Thailand*. (October-December 2014), 1-4.
- Division of ASEAN. (2014). ASEAN (ASEAN Economic Community-AEC). *ASEAN Highlight Journal*, 46-49.
- Hongpakdee, Seubpong. (2013). The Survey of Traditional Communities that are Significance in Culture in Ubon Ratchathani Province for the Creation of Alternative Tourism. *Journal of Cultural Approach*, 14(26), 32-43.
- Malyaporn, Kasama. (2013). World Cultural Heritage in ASEAN : the Exchange of Cultural Heritage. Cross-Culture Exchange. *TAT Tourism Journal*, 3(July-September 2013), 64-71.
- Mettkarunjit, Mett. (2013). **Development Strategy : From Theory to Practice Proactive**. Nonthaburi : Books Point.
- Ministry of Culture. (2007). **National Master Plan (2007-2016 AD)**. Bangkok : Strategist Ministry of Culture.
- Office of the National Economics and Social Development Board, The Prime Minister Office. (2011). **The 11th of the National Economic and Social Development Plan (2012-2016)**. Bangkok : Sahamit Printing Publishing.
- Phagaphasvivat, Somchai. (2008). **Strategic Business Competition**. Bangkok : Matichon.
- Phibulsongkram, Pradap. (2014). Create Linkages in the Region for the Benefit of the People of Thailand. *ASEAN Highlight Journal*, 50-53.
- Pinkeaw, Krailuek. and others (2014). **The Development Plan of Culture Tourism Policy for Ayudhya, Pathumthani and Nonthaburi**. Bangkok : The Thailand Research Fund (TRF).

- Pirasan, Jirawat. and others. (2013). **The Development of Tourist Destinations for Cultural Participation of the Community in Phitsanulok.** Bangkok : The Thailand Research Fund (TRF).
- Rungviseat, Thitaporn. (2007). **Development of the Tourism Management Khmer Civilization at the South East to Angkor Wat, Cambodia.** Bangkok : The Thailand Research Fund (TRF).
- Thammajaree, Kalayanee. (2013). **Lecture Tour the Province, in the Development of Tourism Potential.** Office of Tourism and Sports, 1st offense on July 1, 2013, at Prompiman Hotel Sisaket Province, 1-25.
- Tourism Council of Thailand. (2013). **The Business Confidence Index in Thailand.** Bangkok : Ministry of Industry.
- Tourism Sport and Recreation Centre Sisaket Province. (2011). **Tourism Strategy of Sisaket.** Sisaket : Office of Tourism and Sports.
- World Economic Forum. (2012). **The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012.** Published by World Economic Forum, Geneva.