



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาและจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์

An Action research in order to develop and manage the cluster of Khmer's civilization tourism
in Surin province

ภายใต้แผนงานวิจัยการวิจัยเชิงบูรณาการการพัฒนาและจัดการกลุ่มเครือข่าย วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
ในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

An integrated research in order to develop and manage the cluster of khmer's civilization tourism in the
lower northeastern part of Thailand : a case study of the cluster of tourism in Buriram, Surin, Sisaket province

โดย

ฐิตาภรณ์ เวียงวิเศษ

ภรณ์ หลาวทอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

กันยายน 2554



มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

439 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

ภารกิจโครงการและประสานงานวิจัย (กค.)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

196 ถ.พหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์

An Action research in order to develop and manage the cluster of Khmer's civilization tourism
in Surin province

ภายใต้แผนงานวิจัยการวิจัยเชิงบูรณาการการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่าย วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
ในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

An integrated research in order to develop and manage the cluster of khmer's civilization tourism in the
lower northeastern part of Thailand : a case study of the cluster of tourism in Buriram, Surin, Sisaket province

โดย

ฐิตาภรณ์ เวียงวิเศษ

ภรณ์ หลาวทอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

กันยายน 2554



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นผลงานจากการวิจัยที่ผู้วิจัยได้มีความภาคภูมิใจและความซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างมาก จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) โดยเฉพาะ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง และคณะผู้ตรวจสอบผลงานทุกท่าน ที่ได้ให้โอกาสการพัฒนาทางด้านวิชาการให้แก่ข้าพเจ้าที่เสมือนเป็นนักวิจัยรุ่นใหม่ จนสามารถสร้างผลงานวิจัยได้จนเป็นผลสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ยังขอขอบคุณจากความกรุณาของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และหรืออ่านผลงาน นางสาวบุญยานุช วรรณยิ่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ นางอุไรวรรณ จันทราช ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 นายอุดร ปี่ทอง คณะกรรมการและที่ปรึกษาสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ นายชิตพิงษ์ พิรุณ อดีตการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ นางสาวผาสุข จรัสวรพันธ์ อดีตประธานชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองนางรอง นายอาทร แสงโสมวงศ์ ประธานคัลส์เตอร์การท่องเที่ยวศรีบุรีรินทร์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้ เช่นกัน

อีกทั้งขอขอบคุณคณะกรรมการบริหารงานของคัลส์เตอร์ศรีบุรีรินทร์ทุกท่าน ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจากกลุ่มตัวอย่างการวิจัยนี้ ที่ได้ให้ข้อมูลทางการศึกษา และส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้สามารถสร้างองค์ความรู้ แนวทางการดำเนินการศึกษาได้จนสำเร็จ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้สืบต่อไป

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่และเพื่อนร่วมสถาบันที่ได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้เสมอมา

จิตาภรณ์ เวียงวิเศษ

ภรณ์ี หลาวทอง

1 กันยายน 2554

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3) เพื่อจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 4) เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และ 5) เพื่อศึกษาแนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมเชิงปฏิบัติการ 5 ครั้ง พบผลการศึกษาดังนี้คือ

ศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ พบมี 4 ด้าน คือ 1) ความครบถ้วนและความหลากหลายของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทาน 2) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3) การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนและชุมชน 4) ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ซึ่งผลการประเมินโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก แต่ยังมีปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว 7 ประเด็น คือ 1) ทักษะและความต้องการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวไม่เป็นทิศทางเดียวกัน 2) การขับเคลื่อนของผู้นำกลุ่มเครือข่าย 3) ความเข้าใจและแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ 4) เป้าหมาย แผนงานและกิจกรรมของกลุ่มจากวิสาหกิจโดยตรง 5) ขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมีขนาดเล็ก 6) ความเสมอภาคของการสนับสนุนของภาครัฐและ 7) การรวมกลุ่มวิสาหกิจหลักทางการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3 ประเด็น คือ 1) การพัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาสมรรถนะทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและ 3) การเพิ่มโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ

แนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มี 3 แนวทาง คือ 1) การสร้างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และ 3) การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

แผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ปี 2554 – 2559 มีวิสัยทัศน์เป็นองค์กรเครือข่ายการส่งเสริมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเลิศทางการแสดงช้าง อารยธรรมขอมและวิถีชีวิตชาวสุรินทร์ มีพันธกิจ 5 ด้าน คือ 1) กำกับ ดูแลสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว 2) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพและผลิตภาพการบริการของสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3) พัฒนาช่องทางทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว 4) พัฒนาระบบข้อมูลและการประชาสัมพันธ์กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวและ 5) เป็นตัวกลางประสานงานของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งมียุทธศาสตร์ 4 ด้าน คือ 1) การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

2) การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3) การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์มาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มี 7 แนวทาง คือ 1) การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารและโครงสร้างองค์การกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัด 2) การสร้างระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3) การกำหนดระบบและกลไกการสร้างรายได้ของกลุ่มเครือข่าย 4) การพัฒนาระดับความสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่าย 5) การพัฒนากิจกรรมทางการบริการท่องเที่ยวร่วมกับอุตสาหกรรมและชุมชนในพื้นที่ 6) การสร้างกระบวนการทัศน์ทางสังคมของเครือข่ายวิสาหกิจผู้ความสมดุลและ 7) การสร้างช่องการตลาดกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน และผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวมีความเข้มแข็งอยู่ในระดับดี

แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด มี 7 แนวทาง คือ 1) การจดทะเบียนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการระดับกลุ่มจังหวัด 2) การสร้างตัวแทนประสานงานความร่วมมือของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด 3) การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่าย 4) การสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด 5) การสร้างระบบและกลไกการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับกลุ่มจังหวัด 6) การพัฒนาและขยายฐานสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด 7) การเชื่อมโยงเชิงพันธมิตรระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดกับกลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศ

การอภิปรายผลการวิจัย จากผลการศึกษาพบแนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์นั้นจะสอดคล้องกับการจัดการเครือข่ายของ Michael E. Porter (1990) อีกทั้งยังเป็นไปตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547) และสอดคล้องกับการศึกษาของสันสนา สิริตาม (2550) ตลอดจนแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวยังไปสอดคล้องกับการศึกษาของ Adam Burke (1999), Paul Starkey (1997), สมเกียรติ ฉายไฉ่น และคณะ (2549) และพรชัย หอมชื่น (2549)

ข้อเสนอแนะทางการวิจัยคือ ศึกษาแนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่มีการประสบผลสำเร็จ การรวมพลังภาคีเครือข่ายภาคเอกชนและการสร้างระบบการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มเครือข่าย ตลอดจนศึกษาแนวทางการสร้างความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนของกลุ่มเครือข่ายและโอกาสทางการสร้างความร่วมมือและการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน

Abstract

The action research entitled *“The Develop and Manage the Cluster of Khmer’s Civilization Tourism in Surin Province”* aimed: 1) to investigate the potential, problems and want of cluster of khmer’s civilization tourism; 2) to study the guidelines in cluster of khmer’s civilization tourism setting; 3) to make the model scheme, strategy and action plan of the cluster of khmer’s civilization tourism; 4) to examine the guidelines of operation and success of the cluster of khmer’s civilization tourism; and 5) to study the integrated guidelines of the cluster of khmer’s civilization tourism. This qualitative research was employed the in-depth interview and the 5 phase focus group for data collection. Based on the research objectives raised, the findings were as follows:

1. The potential of the cluster of khmer’s civilization tourism in surin province were found in four side; 1) Integrity and diversity of tourism cluster in the supply chain concept; 2) clusters tourism in the area; 3) The network shall support the government, private and community; and 4) ability to attract tourism products and services to the cluster of khmer’s civilization tourism. The cluster tourism was at a very good level. However, The problem of integration of the tourism cluster were found in seven points; 1) the attitudes and needs of tourism enterprises, the same direction; 2) driven of cluster leaders; 3) understanding and motivation in the cluster group; 4) to plan and direct the activities of the group of enterprises; 5) the size of the international tourist market is small; 6) the equality of the support of the government; and 7) the main tourist enterprise. As a result, the want of the tourism cluster were classified into three points: 1) increase market opportunities for business; 2) the development of cooperation with partners networks tourism; and 3) development of performance business to increase competitiveness.

2. The guidelines in tourism cluster setting were found in four way: 1) create a cluster of tourism enterprises; 2) guidelines in developing the system and mechanism in the cluster management; and 3) guidelines in cluster cooperation.

3. The master plan strategic plan and action plan scheme tourism cluster year 2011-2016 was found that the vision was enterprise networks to promote products and services in tourism with the elephant show excellence, khmer civilization and way of life surin on which included five missions 5; 1) Controlling and taking care members; 2) Developing and promoting the

potential and services of member corporate images; 3) Developing the channels of tourism markets of members; 4) Developing the information system and public relation of members; and 5) Being the cooperative intermediary of members and cooperated members both private and public clusters. In addition, the developing strategic plan and action plan of tourism cluster were found in four strategies: 1) the integrated and promoted strategy in tourism cluster cooperation; 2) the strategies for creating information system and public relation of the tourism cluster; 3) the strategy for making and developing the channels of tourism markets of the Khmer civilization in surin province; and 4) the strategy for developing productivity, product and service on standards, and tourism cluster member.

4. The guidelines of operation of cluster were found in seven ways; 1) the establishment and organization of the executive committee of the provincial tourism enterprises; 2) create a system and mechanism of the tourism cluster; 3) identify and establish the mechanism of the network; 4) develop a relationship with the enterprise network and network associates; 5) development of service activities with industry and local communities; 6) the social paradigm of the enterprise network to balance; and 7) to create a marketing and public relations and communications agency. The success of the tourism cluster has strengthened the was at a good level.

5. The integrated guidelines of Khmer's civilization tourism cluster in three provinces were classified into seven ways: 1) the registration of the tourism cluster level provincial; 2) create a network of agents to coordinate the cooperation of tourism cluster in the province; 3) collaboration with a tourism cluster and travel agencies shall support the Network; 4) the route and travel program in level regions; 5) the creation of system and mechanisms management of tourism cluster in level regions; 6) the development and expansion of the tourism cluster members in level provincial and regions; and 7) the link-oriented partnership between the tourism cluster level with the provinces, regions and countries.

The discussion of result of research from study found the line to operation and result of success of joint the cluster of corporative tourist of kamer civilization from Buriram provinces are support with network management in model of Michal E. Porter (1990) and go to the line of Office of the National Economics and Social Development Board) (2547) and support with the case study of Sansana Sivitam (2550) and the line of development the cluster of corporative

tourist to support with the case study of Adam Burke (1999), Paul Starkey (1997), Somkiat Chaichon and team (2549) and Pornchai Khomchern (2549).

The suggestion of further research is to study the guidelines for setting the successful cluster, the power of the private networks, and the creating of communication system among the cluster members. Also, the guidelines for making the sustainable relationship between the cluster and the opportunity in tourism cooperation and connection among provinces, group provinces, regions and neighboring countries should be examined.



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทสรุป	7
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดด้านสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย	9
แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานทาง การท่องเที่ยว	11
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยด้านการจัดการพันธมิตรเครือข่าย วิสาหกิจการท่องเที่ยว	13
แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน	28
แนวคิดการวิเคราะห์หาจุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส และอุปสรรค	30
กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	36
ระเบียบและวิธีการวิจัย	36
แผนการดำเนินการ	48

กรอบแนวการดำเนินการแผนบริหารงานวิจัย	52
บทที่ 4 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1	53
ผลการศึกษา	53
บทสรุป	64
บทที่ 5 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2	66
ผลการศึกษา	66
บทสรุป	74
บทที่ 6 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3	76
ผลการศึกษา	76
บทสรุป	106
บทที่ 7 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4	109
ผลการศึกษา	109
บทสรุป	118
บทที่ 8 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 5	120
ผลการศึกษา	120
บทสรุป	126
บทที่ 9 บทสรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ การวิจัย	128
บทสรุปการวิจัย	128
อภิปรายผลการวิจัย	131
ข้อเสนอแนะการวิจัย	134
บรรณานุกรม	135
ภาคผนวก	
ก เครื่องมือวิจัย	137
ข ข้อมูลองค์กรและการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย	171
ค ข้อมูลสถานการณ์และแผนยุทธศาสตร์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	193
ง โครงการนำร่องและกิจกรรมความร่วมมือ	212
จ ภาพกิจกรรมการจัดทำแผนโครงการวิจัย	229
ฉ ประวัตินักวิจัย	246

สารบัญตาราง

ตาราง 4.1 การเปรียบเทียบศักยภาพตามองค์ประกอบประเภทวิสาหกิจทางการท่องเที่ยว และภาคีเครือข่ายที่พร้อมเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ตามห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	58
ตาราง 6.1 การวิเคราะห์แผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม ขอมจังหวัดสุรินทร์	88
ตาราง 6.2 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือ สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์	101
ตาราง 6.3 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์	102
ตาราง 6.4 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์	103
ตาราง 6.5 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และมาตรฐานสินค้า และบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดสุรินทร์	104
ตาราง 7.1 แสดงผลการประเมินระดับความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	116

สารบัญภาพ

รูปภาพ 2.1	โครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ปี 2551 – 2554	11
รูปภาพ 2.2	Value Chain ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว	12
รูปภาพ 2.3	Cluster Lifecycle	22
รูปภาพ 2.4	ตัวแบบ Deamond model	27
รูปภาพ 2.5	โซ่อุปทานในบริษัท โคนลูกสรแสดงถึงการจัดการผู้จัดหาสัมพันธ, การจัดการโซ่อุปทานภายในและการจัดการลูกค้าสัมพันธ	28
รูปภาพ 2.6	การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยเทคนิค TOWS MATRIX	33
รูปภาพ 2.7	แผนภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (Cluster Tourism map)	34
รูปภาพ 2.8	แผนภาพประเมินผลการดำเนินการกลุ่มด้วยเทคนิค ไดมอนด์โมเดล	35
รูปภาพ 3.1	การบรรยายจากคุณเสกสรรค์ น้ำแก้ว หัวหน้ากลุ่มงาน SME โครงการ Cluster ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 ในงานระยะที่ 1 การประชุมสัมมนาเปิดตัวและ แนะนำโครงการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว วันพุธที่ 9 ธันวาคม 2552 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	39
รูปภาพ 3.2	การเสวนาระหว่างประธาน ตัวแทนและสมาชิกที่มีความสนใจและ สมัครเข้าร่วมเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ในงานระยะที่ 1 การประชุมสัมมนาเปิดตัวและแนะนำโครงการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว วันพุธที่ 9 ธันวาคม 2552 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	40
รูปภาพ 3.3	การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและ แผนยุทธศาสตร์เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์ วันจันทร์ที่ 22 มีนาคม 2553 ณ สวนอาหารตะวันงาม อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์	42
รูปภาพ 3.4	การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและ แผนยุทธศาสตร์เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดศรีสะเกษ วันจันทร์ที่ 29 มีนาคม 2553 ณ ห้องประชุมสระกำแพงใหญ่ จังหวัดศรีสะเกษ	42
รูปภาพ 3.5	การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและ แผนยุทธศาสตร์เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดศรีสะเกษ โดยท่านรองผู้ว่าราชการจังหวัดศรีสะเกษ นายจำเริญ ทิพญพงษ์ธาดา เป็นประธาน ประชุมวันพฤหัสบดีที่ 8 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดศรีสะเกษ	43

รูปภาพ 3.6 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและ แผนยุทธศาสตร์เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดสุรินทร์ วันพุธที่ 31 มีนาคม 2553 ณ ห้องประชุมศิริขภูมิ โรงแรมทองธารินทร์ จังหวัดสุรินทร์	43
รูปภาพ 3.7 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 3 การสร้างทีมงานและการสรุปผล การดำเนินงานการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ วันพุธที่ 21 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมพุทธรักษา ชั้น 3 อาคารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	45
รูปภาพ 3.8 ระยะที่ 4 เรื่อง การสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหาร จัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันอังคารที่ 1 มิถุนายน 2553 ณ ห้องประชุม นิคมสร้างตนเองเลี้ยวใหม่จังหวัดสุรินทร์ ในพระบรมราชานุเคราะห์ ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 67 อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์	45
รูปภาพ 3.9 กรอบขั้นตอนการดำเนินการแผนบริหารงานวิจัย	52
รูปภาพ 4.1 ศักยภาพที่เอื้อต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดสุรินทร์	57
รูปภาพ 4.2 ปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์	62
รูปภาพ 4.3 ความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดสุรินทร์	64
รูปภาพ 5.1 แนวทางและขั้นตอนการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	73
รูปภาพ 6.1 ขั้นตอนการจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	77
รูปภาพ 6.2 ความสัมพันธ์ของประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักทางการท่องเที่ยว ตั้งแต่ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัดและระดับประเทศที่สอดคล้อง กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 และร่างฉบับที่ 11	81
รูปภาพ 7.1 แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ	114
รูปภาพ 8.1 แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม กลุ่มจังหวัดของจังหวัดสุรินทร์	126

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

คงจะปฏิเสธต่อไปไม่ได้ว่า “ภาวะเศรษฐกิจของอเมริกา” หรือ “วิกฤติการณ์แฮมเบอร์เกอร์” (Hamburger crisis) ซึ่งเป็นเกือบครึ่งของเศรษฐกิจของโลกนั้นอยู่ในภาวะขำแย่ กล่าวให้ถูกต้อง คือ วิกฤติที่อเมริกากำลังเผชิญนั้น เป็นวิกฤติเศรษฐกิจที่ทุกประเทศในโลกกำลังเผชิญอยู่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ละประเทศจะได้รับผลกระทบมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับว่าเศรษฐกิจของประเทศดังกล่าวพึ่งพาตนเองได้มากน้อยแค่ไหน ถ้าพึ่งพาตนเองได้มากแรงกระทบจากวิกฤตินี้ก็จะน้อย แต่ถ้าเศรษฐกิจของประเทศต้องพึ่งพาต่างชาติมาก โดยเฉพาะพึ่งพาการส่งออกหรือการท่องเที่ยวซึ่งเป็นบริการขาออกเป็นหลัก แน่แน่นอนว่าความรุนแรงต่อประเทศนั้นจะทวีมากขึ้นอย่างแน่นอน

และช่วงนี้ประเทศไทยของเราต้องประสบกับภาวะวิกฤตอย่างมาก และเป็นวิกฤติการณ์ที่ค่อนข้างส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของบ้านเรา โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบโดยตรงและรุนแรงมากที่สุด นับจากวิกฤติการณ์ภัยธรรมชาติคลื่นยักษ์สึนามิ ที่เกิดขึ้นแถบชายฝั่งทะเลอันดามันทางภาคใต้ของไทยเมื่อหลายปีที่ผ่านมา วิกฤติการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของบ้านเรา ช่วงแรกเป็นผลกระทบจากเหตุระบบการเงินในสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้เศรษฐกิจในหลายประเทศทั่วโลกเกิดภาวะชะงักงัน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศไทยยุโรป ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา นักท่องเที่ยวยุโรปต่างก็มีเงินในมือน้อยลง เลยต้องหันมาท่องเที่ยวกันเองภายในกลุ่มประเทศยุโรป ในขณะที่ประเทศยักษ์ใหญ่ทางเศรษฐกิจในแถบเอเชีย อาทิ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ได้รับผลกระทบเช่นกัน ส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบต่อการส่งออกของประเทศ แต่ด้วยประเทศไทยตั้งอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน และระยะการเดินทางมาประเทศไทยไม่ไกลมาก จึงยังมีนักท่องเที่ยวจากประเทศในแถบเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวยังบ้านเรา แต่ก็มีแนวโน้มชะลอตัวลดลงเช่นกัน

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวบ้านเรายังพอจะรับมือได้ ด้วยประเทศไทยมีความหลากหลายของสินค้าทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ป่าเขา หาดทรายชายทะเล เกาะแก่ง และทรัพยากรใต้ทะเล เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวความเป็นเมืองทันสมัย นอกจากนี้ประเพณี วัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของไทย ก็ยังเป็นที่น่าสนใจของชาวต่างชาติ ความคุ้มค่าของเงินที่นักท่องเที่ยวมาใช้จ่ายใช้สอยในประเทศไทย ก็ยังนับว่ามีความคุ้มค่าจากการบริการที่มีมาตรฐานและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมากมาย ซึ่งหากมีการปรับกลยุทธ์การตลาด จัดทำโปรโมชันที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น การจัดทำโปรโมชันการท่องเที่ยวสำหรับ

กลุ่มแต่งงาน จัดพิธีแต่งงานแบบวิถีไทยให้กับคู่แต่งงานเป็นพิเศษ หรือกลุ่มหนุ่มสาว จัดโปรโมชัน สปาสมุนไพรไทยรักษาสุขภาพและผิวพรรณตามแบบฉบับไทย ๆ หรือกลุ่มครอบครัวที่สามารถมาพักผ่อนแบบครอบครัว จัดโปรโมชันให้พ่อบ้านออกรอบตีกอล์ฟ แม่บ้านเข้าคอร์สทำอาหารไทย เด็กเล็กมีกิจกรรมสวนสนุกให้เล่นอย่างเพลิดเพลิน อีกหลายกลยุทธ์ที่จะสามารถใช้ในการตลาดเชิงรุกได้ ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ก็สามารถนำไปใช้เสนอขายในตลาดได้เป็นอย่างดี

อีกทั้งทางกลุ่มจังหวัดต่าง ๆ มีบทบาททางการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้โดยตรง อีกทั้งมีโอกาสที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวหลายประการ เช่น ช่องทางการค้าชายแดน การลงทุนและร่วมธุรกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน และยังจัดประเภทเส้นทางทางการท่องเที่ยวให้หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกันเพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว และสร้างกระแสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่ชัดเจน

ซึ่งที่ผ่านมา แต่ละจังหวัดได้มีการส่งเสริมและเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวด้วยตนเองอยู่ก่อนหน้านี้อแล้ว และต่างคนต่างดำเนินการ โดยยังไม่มีกรรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจในการจัดทำแผนเพื่อส่งเสริมและให้บริการทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างชัดเจนและจริงจัง แต่บางพื้นที่ก็มีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจและประสบความสำเร็จซึ่งยังมีจำนวนน้อย เช่น กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (นครนายก) กลุ่มการท่องเที่ยวพืชมงคล (ชลบุรี) กลุ่มการท่องเที่ยวพืชมงคล (บุรีรัมย์) กลุ่มการท่องเที่ยวเกาะช้าง (ตราด) กลุ่มการท่องเที่ยวระนอง เป็นต้น อีกทั้งในวาระแห่งชาติว่าด้วยการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเมื่อต้นเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 ได้จัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ทวิภาคและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2552 – 2555 ในกลยุทธ์ที่ 3.3 การสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยวระดับชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการส่งเสริมให้ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสร้างการมีส่วนร่วมระดับท้องถิ่น และให้คนในท้องถิ่นเป็นผู้ประกอบการให้บริการทางการท่องเที่ยว และที่สำคัญคือการเน้นการสร้างโครงข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระดับชุมชนในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) กลุ่มพื้นที่ และนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไป โดยการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวในการเดินทางและการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวหรือกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ที่มีศักยภาพนั้น และขณะนี้การรวมกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังไม่อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ดังนั้นถ้ามีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเกิดขึ้น จะสอดคล้องและตรงกับ

จุดมุ่งหมาย ยุทธศาสตร์ในการประชุมหารือการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2551 เวลา 14.00 น. ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 2 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งที่ประชุมได้หารือเกี่ยวกับนโยบายและทิศทาง การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อวางแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดที่มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับชาติ และความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นจังหวัด ตลอดจนสร้างรูปแบบแนวทางการพัฒนาเสริมสร้างขีดสมรรถนะของกลุ่มจังหวัด ตามแนวทางการบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ ซึ่งนโยบายและทิศทาง การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศ จะต้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาด้านการท่องเที่ยว เช่น การแบ่งกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวตามมติคณะรัฐมนตรี ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเหนือด้านการท่องเที่ยว โครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2551 – 2554 จำนวน 14 Cluster คือ 1) กลุ่มท่องเที่ยวหน้าพूर้อน 2) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย 3) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา 4) กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 5) กลุ่มท่องเที่ยวภูมิภาคป่าร้อนชื้น 6) กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง 7) กลุ่มท่องเที่ยว Royal Coast 8) กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร 9) กลุ่มท่องเที่ยวเลียบฝั่งแม่น้ำโขง 10) กลุ่มท่องเที่ยวเส้นทางไดโนเสาร์ 11) กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์เส้นทางบุญ 12) กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ 13) กลุ่มท่องเที่ยวเส้นทางอัญมณีและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 14) กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยเฉพาะกลุ่มที่ 12 กำหนดเป็นกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ที่มีลักษณะเด่นและเป็นเอกลักษณ์ทางอารยธรรมขอม เพราะทางจังหวัดในภูมิภาคนี้มีทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวในด้าน โบราณสถาน โบราณวัตถุและชาติพันธุ์ทาง ไทยเขมร หรือไทยขอมอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งจัดได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของภูมิภาคทางอารยธรรมขอม

ดังนั้น ถ้ามีการจัดการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอม และกำหนดการจัดการที่ดี มีคณะกรรมการดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งขณะนี้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการแบ่งเขตพื้นที่ความรับผิดชอบในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และมีสำนักงานเขตสุรินทร์ ซึ่งครอบคลุม 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์และศรีสะเกษ ที่มีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดทางการท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาเที่ยวในกลุ่มสามจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพิ่มขึ้นปีละเกือบ 1 แสนคน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ประเภทครอบครัว ซึ่งจะเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงสินค้าโอท็อปของกลุ่มจังหวัดนี้ถึง 10% ซึ่งส่งผลต่อด้านผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงทั้ง 3 จังหวัดนั้น คงจะเกิดขึ้นเพิ่มเติมแน่นอน โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจนำเที่ยว บริษัททัวร์

โรงแรม ร้านอาหารและร้านค้าทั่วไป แต่ไม่ถึงกับเพิ่มมากนักเพราะเหตุที่มีผู้ประกอบการมาก่อนหน้านี้แล้ว ส่วนโรงแรม รีสอร์ทก็จะเป็นลักษณะเล็กไม่ถึงกับระดับ 4-5 ดาว อีกทั้งแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษยังกำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวซึ่งเน้นการรวมกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร และภาคีที่จะผลักดันให้เกิดความร่วมมือแลกเปลี่ยนศักยภาพซึ่งกันและกันของสมาชิก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและลดปัญหาความพร้อมทางการบริหารจัดการ ซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพทางการดำเนินงาน

ดังนั้น ทางนักวิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการรวมกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวดังกล่าวในการศึกษาศักยภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว แนวทางที่มีสร้างโอกาสความเป็นไปได้ในการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ ตลอดจนแนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ อีกทั้งค้นหาแนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ โดยแบ่งตาม โครงสร้างเขตพื้นที่รับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของสำนักเขตสุรินทร์ โดยเป็นการรวมกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมนำร่อง ที่มีการจัดการที่ดีจะก่อให้เกิดความเข้มแข็งของภาคีทางการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ มีศักยภาพในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ต้น และเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับภาคีทางการท่องเที่ยว (ภาครัฐ เอกชนและประชาชน) ให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน อีกทั้งมีการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของหน่วยงานภาครัฐตามแนวทางของ World Competitiveness center (IMD) และเป็นไปเพื่อส่งเสริมคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมโดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสนับสนุนให้เอื้อต่อกระบวนการอนุรักษ์และพัฒนาซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับทางเศรษฐกิจของประเทศให้ยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

โครงการวิจัยครั้งนี้จะมีการบูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดสุรินทร์ในสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์พัฒนาภายในกลุ่มจังหวัดอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม และยังเป็น การสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้ภาครัฐและเอกชนได้มีส่วนร่วมในการส่งเสริม การท่องเที่ยวของไทยอย่างจริงจัง ซึ่งส่งผลให้เกิดความร่วมมือเชิงบูรณาการและเครือข่ายทาง การท่องเที่ยวให้สามารถทำงานร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
ในเขตจังหวัดสุรินทร์

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

1.2.3 เพื่อจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
ในเขตจังหวัดสุรินทร์

1.2.4 เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

1.2.5 เพื่อศึกษาแนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้
ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 **ขอบเขตการศึกษา** ซึ่งมีเน้นการศึกษาหาศักยภาพ ปัญหาและความต้องการการรวมกลุ่ม
ตลอดจนแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ อีกทั้งแนวทางและรูปแบบของการพัฒนาและ
การจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่สามารถบูรณาการเชื่อมโยงจากภาคีทุกภาคส่วน
ได้แก่ ชุมชน ภาคเอกชนและภาครัฐ ที่มีบทบาทสำคัญเข้ามาจัดตั้งคณะทำงานตามศักยภาพอย่าง
ชัดเจนและจริงจัง โดยกำหนดบทบาทหน้าที่การดำเนินการ ความรับผิดชอบและผลประโยชน์ต่อ
การดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อก่อให้เกิดการทำงานอย่างทุ่มเทและเสียสละได้อย่างแท้จริง

เครื่องมือ เทคนิค และการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ การออกแบบ
สำรวจศักยภาพ ปัญหาและความต้องการ ตลอดจนจัดการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการตาม
ขั้นตอนการพัฒนาและจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจฯ ด้วยเทคนิคการ SWOT Analysis, TOWS
Matrix, Supply Chain, อีกทั้งติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการนำร่องและการรวมกลุ่ม
วิสาหกิจท่องเที่ยวทางด้านความเข้มแข็งและ โอกาสทางการตลาด ด้วยเทคนิค Diamond Model
และ Cluster Map

การวิเคราะห์ผล ด้วยการถอดบทเรียน สังเคราะห์ความและสรุปพรรณนาความ
จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ตลอดจนนำผลคืนสู่กลุ่มฯ เพื่อมีมติและเห็นชอบกับแนวทางและ
ผลสรุปการศึกษาดังกล่าว

1.3.2 **ขอบเขตพื้นที่ศึกษา** การศึกษารั้งนี้จะเน้นการศึกษาได้ยังกลุ่มอารยธรรมขอมที่มี
เอกลักษณ์เด่นชัด จึงกำหนดเขตพื้นที่ศึกษาจำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และ
จังหวัดศรีสะเกษ

1.3.3 ขอบเขตระยะเวลาการศึกษา การซึ่งใช้เวลา 1 ปี ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ในการดำเนินการ ได้แก่ ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทศักยภาพ ปัญหา ความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และจัดทำแผนระดับต่างๆ ระยะที่ 2 การคัดเลือกโครงการนำร่อง ระยะที่ 3 ติดตามประเมินผลโครงการนำร่องและการจัดการกลุ่มฯ ระยะที่ 4 วิเคราะห์สรุปผลการศึกษาและเผยแพร่ผลงาน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เกิดกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวท้องถิ่นจำนวน 3 กลุ่ม ในจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ที่มีคณะกรรมการดำเนินงาน ทิศทางและแผนงานการปฏิบัติ ได้จริง โดยชุมชนเป็นเจ้าของ ดำเนินงานเอง และรับผลประโยชน์ร่วมกัน

1.4.2 สมาชิกกลุ่มและชุมชนมีรายได้และอาชีพที่มั่นคงเพิ่มขึ้นอีก 20 – 30 %

1.4.3 จังหวัดอื่น ๆ สามารถนำไปเป็นต้นแบบแนวทางการพัฒนาและการจัดการพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดตนได้

1.4.4 เกิดผลสำเร็จตามยุทธศาสตร์จังหวัดสุรินทร์ ประจำปี 2552 – 2554

1.4.5 เศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของจังหวัดมีแนวโน้มการพัฒนาและมีความเข้มแข็งเพิ่มสูงขึ้น

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย

1.5.1 การบูรณาการ หมายถึง การผสมผสานรูปแบบการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษในชุดเครือข่ายผู้เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว และองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ มาพัฒนาเกิดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและความร่วมมือของชุมชน

1.5.2 วิสาหกิจท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการด้านการบริการทางการท่องเที่ยว และหรือกลุ่มชุมชนที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวที่ให้บริการทั้งในเขตและนอกเขตพื้นที่แต่เกี่ยวข้องกับ การให้บริการทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ โดยแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) วิสาหกิจ/อุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ ธุรกิจชุมชนในเขตแหล่งท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบและหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวบริษัทขนส่ง โดยสาร/รับจ้างสายการบินท้องถิ่น ธุรกิจสื่อมวลชน และสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น บริษัททัวร์ส่วนกลาง/นอกเขตพื้นที่ท่องเที่ยว 2) วิสาหกิจ/ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจชุมชน ให้บริการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและหรือบริษัททัวร์ท้องถิ่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว 3) วิสาหกิจ/อุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ โรงแรมและหรือที่พัก ร้านอาหาร

สถาบันเทีงและหรือสถานประกอบการบริการสุขภาพ ร้านค้าชุมชนและหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และร้านขายของฝากของที่ระลึกและหรือสินค้าพื้นเมือง

1.5.3 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว หมายถึง การสร้างสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ โดยการสรรหาจัดตั้ง กำหนดคณะกรรมการดำเนินการและบริหารจัดการ จากด้านวิสาหกิจ/อุตสาหกรรมสนับสนุนวิสาหกิจ/ธุรกิจหลัก วิสาหกิจ/อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน หน่วยงานส่วนกลางทางการท่องเที่ยว และสมาคม/องค์กรเอกชน

1.5.4 การจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว หมายถึง การกำหนดทิศทาง พันธกิจ นโยบาย ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ แผนงานและโครงการ การจัดตั้งกลุ่ม ตลอดจนมาตรฐานการกำกับดูแลและจัดสรรผลประโยชน์

1.5.5 เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมขอม หมายถึง กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจาก 3 จังหวัดนำร่อง ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ ในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดและเขตจังหวัดใกล้เคียงในเชิงอารยธรรมขอมที่เป็นศักยภาพหลักจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เป็นสำคัญ เช่น แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและวัฒนธรรมไทยเขมรทั้งการเที่ยวชม ศึกษาเรียนรู้เชิงวิถีชีวิต (กิน เที่ยว นอนแบบไทยเขมร)

1.6 บทสรุป

การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ ภายใต้แผนงานวิจัยการวิจัยเชิงบูรณาการการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย 5 ข้อของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่ม 2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งกลุ่ม 3) เพื่อจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่ม 4) เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่ม และ5) เพื่อศึกษาแนวทางการบูรณาการกลุ่ม

และกำหนดขอบเขตของการวิจัย ประกอบด้วย 1) ขอบเขตการศึกษา ซึ่งมีเน้นการศึกษาหาศักยภาพ ปัญหาและความต้องการการรวมกลุ่ม ตลอดจนแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ อีกทั้งแนวทางและรูปแบบของการสร้าง พัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่สามารถบูรณาการเชื่อมโยงจากภาคีทุกภาคส่วน ได้แก่ ชุมชน ภาคเอกชนและภาครัฐ ที่มีบทบาทสำคัญเข้ามาจัดตั้งคณะทำงานตามศักยภาพอย่างชัดเจนและจริงจัง โดยกำหนดบทบาทหน้าที่การดำเนินการ ความรับผิดชอบและผลประโยชน์ต่อการดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อก่อให้เกิดการทำงานอย่างทุ่มเท

และเสียดสได้อย่างแท้จริง กำหนดเครื่องมือ เทคนิค และการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การออกแบบสำรวจศักยภาพ ปัญหาและความต้องการ ตลอดจนจัดการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ตามขั้นตอนการพัฒนาและจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจฯ ด้วยเทคนิคการ SWOT Analysis, TOWS Matrix, Supply Chain, อีกทั้งติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการนำร่องและการรวมกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวทางด้านความเข้มแข็งและโอกาสทางการตลาด ด้วยเทคนิค Diamond Model และ Cluster Map อีกทั้งการวิเคราะห์ผล ด้วยการถอดบทเรียน สังเคราะห์ความและสรุปพรณ ความจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ตลอดจนนำผลคืนสู่กลุ่มฯ เพื่อมีมติและเห็นชอบกับแนวทาง และผลสรุปการศึกษาดังกล่าว 2) ขอบเขตพื้นที่ศึกษาและกำหนดเขตพื้นที่ศึกษาจำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ และ3) ขอบเขตระยะเวลาการศึกษา การซึ่งใช้เวลา 1 ปี ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ในการดำเนินการ ได้แก่ ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทศักยภาพ ปัญหาความ ต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และจัดทำแผนระดับต่างๆ ระยะที่ 2 การคัดเลือกโครงการนำร่อง ระยะที่ 3 ติดตามประเมินผลโครงการนำร่องและการจัดการกลุ่มฯ ระยะที่ 4 วิเคราะห์สรุปผลการศึกษาและเผยแพร่ผลงาน

และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ มี 5 ประเด็นหลัก คือ 1) เกิดกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวท้องถิ่นจำนวน 3 กลุ่มของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ที่มี คณะกรรมการดำเนินงาน ทิศทางและแผนงานการปฏิบัติได้จริง โดยชุมชนเป็นเจ้าของ ดำเนินงานเอง และรับผลประโยชน์ร่วมกัน 2) สมาชิกกลุ่มและชุมชนมีรายได้และอาชีพที่มั่นคงเพิ่มขึ้นอีก 20 – 30 % 3) จังหวัดอื่นๆ สามารถนำไปเป็นต้นแบบแนวทางการพัฒนาและการจัดการพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวของจังหวัดตนได้ 4) เกิดผลสำเร็จตามยุทธศาสตร์จังหวัดสุรินทร์ ประจำปี 2552 – 2554 และ5) เศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของจังหวัดมีแนวโน้มการพัฒนาและมีความเข้มแข็งเพิ่มสูงขึ้น

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยย่อยประกอบด้วย แนวความคิด ในด้านสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานทางการท่องเที่ยว ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน แนวคิดการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้คือ

2.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวยังมีสภาพวิกฤติ โดยในปี 2553 (14 ล้านคน) ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยมีแนวโน้มถดถอยลงเล็กน้อยและชะลอตัวจากปี 2552 (14.15 ล้านคน) ส่งผลให้มีรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศใกล้เคียงกับปี 2552 ที่มีมูลค่าประมาณ 520,000 ล้านบาท เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตลาดต่างๆ ประสบวิกฤต ได้แก่ ตลาดยุโรป (สัดส่วนร้อยละ 40) กำลังเผชิญมรสุมจากวิกฤตหนี้ยุโรปและค่าเงินยูโรที่อ่อนตัวลง ตลาดเอเชียตะวันออก (สัดส่วนร้อยละ 35) ค่อนข้างอ่อนไหวกับเหตุการณ์สถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ ตลาดอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 10) จากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในสหรัฐฯ เริ่มแผ่วลง และอัตราการว่างงานสูงเป็นต้น ซึ่งตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาตินับเป็นแหล่งรายได้สำคัญของภาคการท่องเที่ยวของประเทศ โดยอุตสาหกรรมที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบได้แก่ ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคารและธุรกิจค้าปลีก เป็นต้น นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงไปถึงภาวการณ์การจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันจะส่งผลกระทบต่อเนื่องไปถึงระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งหลังของปี 2553 ยังคงมีปัจจัยภายในประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ได้แก่ 1) ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ยังอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะภาคการส่งออกและการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย 2) บรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศโดยรวมดีขึ้น จากหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างจัดกิจกรรมต่างๆ ในกรุงเทพฯ เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเมืองหลวง 3) การท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของไทยได้รับผลกระทบไม่รุนแรง 4) ภัยธรรมชาติรุนแรงที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ ส่งผลกระทบทำให้การเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทยมีแนวโน้มชะลอการเติบโต 5) มาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนท่องเที่ยวในประเทศ 6) กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลดราคาในรูปแบบแพ็คเกจสุดคุ้มให้เลือกหลายร้อยรายการและส่วนลดพิเศษของผู้ประกอบการท่องเที่ยว เป็นต้น (รายงานวิจัยศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553)

ในปี 2554 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เน้นการสื่อสารถึงความเชื่อมั่น ไปสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในโครงการ Amazing Thailand : Always Amazes You (ความมหัศจรรย์ที่สัมผัสได้ทุกครั้งที่มาเยือน) ผ่านสื่อหลักและสื่อใหม่ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสารถึงคุณค่าของ “ไทยเที่ยวไทย” ผ่านมุมมองใหม่ ได้แก่ สำนัก (สร้างความภาคภูมิใจ) สร้างสรรค์ (เสนอไอเดียใหม่ๆ ของการท่องเที่ยว) ด้วยกัน (ความสามัคคี) เข้าใจ (เชื่อมโยงปัญหา) และด้วยหัวใจ (มหัศจรรย์แห่งความรัก ความผูกพัน) ผ่านแคมเปญหลากหลายตลอดทั้งปี ภายใต้แนวความคิด “ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง” สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทางรัฐบาล อีกทั้งเน้น 5 กลยุทธ์ความสมดุล (Balanced) 5 ประการ ได้แก่ 1) ความคุ้มค่าเงินอารมณ์ และความรู้สึกร่วมด้วยแคมเปญ “Amazing Thailand Amazing Value” 2) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวจากตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ 3) ฟื้นความเชื่อมั่นในระยะสั้นและระยะยาว 4) ส่งเสริม “Green Tourism Product” ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งปี และ 5) รักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน อีกทั้งเน้นส่งเสริมการตลาดที่เรียกว่า Digital Marketing รุกการทำตลาดผ่านชุมชนออนไลน์ อาทิ Facebook, Twitter, E-Books เน้นข้อความว่า “Amazing Thailand Always Amazes You” ในการสื่อสารหลักควบคู่การดำเนินงานกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relations Management : CRM) ในการใช้กลยุทธ์ Celebrity Marketing และการจัดกิจกรรมระดับ Event Marketing เช่น ประเพณีสำคัญของไทย การแข่งขันกีฬาระดับโลก การแสดงดนตรีนานาชาติ รวมถึงการจัดประเภทสินค้าทางการท่องเที่ยวตามความสนใจ อาทิ กอล์ฟดำน้ำ แต่งงานและฮันนีมูน การแพทย์และสุขภาพ ขณะเดียวกัน ความพร้อมด้านอื่นๆ อาทิ มาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย และการลงทุนในอุตสาหกรรมภาคบริการ จะเป็นปัจจัยเสริมรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างดี (สุรพล เสวตเสริม, 2553)

ส่วนด้านการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสาน กำลังมีการขยายตัวระหว่างธุรกิจการท่องเที่ยวภูมิภาคอีสานกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เวียดนาม และกัมพูชา ทั้งในรูปแบบ Package Tour และขั้บรถยนต์ข้ามชายแดน เป็นต้น (อภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์, 2553)

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างจุดขายที่แตกต่าง เพื่อรองรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภายใต้เงื่อนไขราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมในลักษณะที่ยั่งยืน อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรจะต้องหันมาให้ความสำคัญในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยและควรเร่งฟื้นความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยให้กลับคืนมาในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติและฟื้นฟูภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทยที่อาจจะส่งผลดีต่อภาพรวมการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศตามมาในที่สุด

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานทางการท่องเที่ยว

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2549 – 2554 ได้กำหนดให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งมีการดำเนินการทั้งในระดับโลก (G: Global) ระดับภูมิภาค (R: Regional) และระดับท้องถิ่น (L: Local) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) และปัจจุบันได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ปี 2551 – 2554 ตามศักยภาพของพื้นที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวนทั้งสิ้น 14 กลุ่มจังหวัด และมีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวจากตัวชี้วัดร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและแต่ละกลุ่มจังหวัดได้กำหนดจุดเน้นเรื่องการท่องเที่ยวหรือกลยุทธ์ที่แตกต่างกันทั้งจุดเน้นและระดับการให้บริการ เช่น กลุ่มล้านนาเน้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม กลุ่มจังหวัดภาคใต้และกลุ่มอันดามันเน้นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ระดับโลก (G: Global) เป็นต้น ดังรูปภาพ 2.1



รูปภาพ 2.1 โครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ปี 2551 - 2554

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา http://secretary.mots.go.th/ewt_news

ทั้งนี้ในการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดและจังหวัดที่ครอบคลุมสาระและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนต่อการเพิ่มมูลค่าจากการท่องเที่ยว ตาม Value Chain ของการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่จะร่วมกันผลักดันการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ ดังรูปภาพ 2.2



รูปภาพ 2.2 Value Chain ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา http://secretary.mots.go.th/ewt_news

ซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเรียงตามลำดับห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) 5 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 1) พัฒนาระบบบริหารและจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ 1.1) อนุรักษ์ฟื้นฟูและบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมกระทรวงทรัพยากรและกระทรวงวัฒนธรรม 1.2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศกระทรวงต่างประเทศ กระทรวงท่องเที่ยว และกระทรวงพาณิชย์ 1.3) สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มจังหวัด กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกลุ่มจังหวัด สปท. 1.4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย และกลุ่มจังหวัด สปท. 1.5) จัดเก็บข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยว และกลุ่มจังหวัด สปท. เป็นต้น 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านท่องเที่ยว ได้แก่ 2.1) พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวกระทรวงท่องเที่ยว และกระทรวง IT 2.2) ปรับปรุงโครงสร้างและบริการพื้นฐานกระทรวงคมนาคม 2.3) สร้างระบบการป้องกันกำกับการดูแลรักษาความปลอดภัย

กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงคมนาคมกระทรวงสาธารณสุข และกลุ่มจังหวัด 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 3.1) พัฒนามาตรฐานสถานบริการและบริการอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกระทรวงสาธารณสุข 3.2) การพัฒนาปรับปรุงอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงวัฒนธรรม และกลุ่มจังหวัด สปท. 3.3) พัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกลุ่มจังหวัด สปท. 4) พัฒนาศักยภาพบุคลากรภาคบริการท่องเที่ยว ได้แก่ 4.1) สร้างส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงแรงงาน และกระทรวง ศึกษาธิการ 4.2) ส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงแรงงาน และกระทรวงอุตสาหกรรมและ5) พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 5.1) กำหนดกลุ่มเป้าหมายและวางแผนทางการตลาดกระทรวงการท่องเที่ยว และกระทรวงพาณิชย์ 5.2) สร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยกระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงวัฒนธรรม และกรมประชาสัมพันธ์

ส่วนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นระดับจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หลักในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ปี 2552 – 2554 โดยแยกได้คือ 1) ยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ เน้นทิศทางการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอม และมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาเครือข่ายการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว 2) ยุทธศาสตร์จังหวัดสุรินทร์ เน้นทิศทางการเปิดประตูสู่อินโดจีน และมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และการพัฒนาปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยว และ3) ยุทธศาสตร์จังหวัดศรีสะเกษ เน้นทิศทางการค้า การท่องเที่ยวสู่ดินแดนขอมโบราณ และมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.1.3 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยด้านการจัดการพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

วรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยด้านการจัดการพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (Tourism Cluster) ประกอบด้วย คือ

- ความหมายและความเข้าใจของคลัสเตอร์

United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) ได้ให้นิยามของคลัสเตอร์ในเชิงธุรกิจไว้ว่า คลัสเตอร์ คือ การกระจุกตัวหรือการรวมกลุ่มของวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่ใกล้เคียงกัน โดยที่วิสาหกิจในกลุ่มผลิตสินค้า (หรือให้บริการ) ที่มีลักษณะเหมือนกัน เกี่ยวข้องกัน หรือส่งเสริมกัน เผชิญกับปัญหา อุปสรรค โอกาสและการท้าทายทางธุรกิจที่คล้ายกัน นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง ผู้ให้บริการ (service providers) สถาบันการเงิน

(financial institutes) สถาบันสนับสนุนต่างๆ (supporting institutes) และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาของคลัสเตอร์ด้วย

คลัสเตอร์ได้รับการพัฒนาให้เป็นทฤษฎีในฐานะที่เป็นเครื่องมือการพัฒนาในระดับจุลภาค มีจุดกำเนิดมาจากทฤษฎีว่าด้วยความสามารถในการแข่งขันของชาติของศาสตราจารย์ ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ ใน ค.ศ. 1990 โดยเสนอในบทความวิชาการ "The Competitive Advantage of Nations" ว่าแนวคิดที่มีความหมายอย่างแท้จริงของความสามารถในการแข่งขันของประเทศคือ การเพิ่มผลิตภาพ (productivity) และ Porter (1998) ได้นำเสนอ ความเข้าใจเกี่ยวกับคลัสเตอร์ และ Cluster Diamond Framework (CDF) หรือ Diamond Model โดย Michael Porter "ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ Advantage of Nations" (1990) ซึ่งเป็นการประเมินศักยภาพและประสิทธิภาพคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรม และสามารถอธิบายพลศาสตร์อุตสาหกรรมที่สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัทด้านภายนอก ซึ่งเป็นเหตุการณ์สำคัญในวิวัฒนาการของแนวคิดและมีแรงผลักดันจากงานวิจัย อีกทั้งมีการนำแนวคิดคลัสเตอร์ไปใช้ในหลายๆ ประเทศเกือบทั่วโลก

Porter ยังเสนอความคิดที่สนับสนุนแนวความคิดของคลัสเตอร์ มี 3 แนวคิด สัมพันธ์เป็นผู้ดำเนินการหลัก ซึ่งเป็นผู้กำหนดหน้าที่ ดังนี้คือ 1) ผู้ดำเนินการคลัสเตอร์ (Cluster actors) ไม่ใช่ธุรกิจ แต่เป็นองค์กรและสถาบันดำเนินการหลักของคลัสเตอร์ ประกอบด้วย อุตสาหกรรม (SMEs and MNCs) สถาบันการศึกษา (Universities) ตัวแทนหน่วยงานมาตรฐาน (Standard Agencies) สมาคมการค้า (Trade Associations) สถาบันการเงิน (financial institutions) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (ระดับภูมิภาคและท้องถิ่น) (Government bodies (regional and national)) เป็นต้น 2) ผู้ดำเนินการคิดต่อระดับแนวตั้งและแนวนอน ข้อตกลงสามารถเป็นแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ 3) เป็นการเชื่อมโยงองค์กรและสถาบันสามารถสร้างความร่วมมือกับความสัมพันธ์ทางการแข่งขัน ผลประโยชน์ของคลัสเตอร์เกิดจากผู้แข่งขันมีกิจกรรมความร่วมมือกัน แนวคิดหลักของพอร์เตอร์ คือ "spillover" ผลลัพธ์ของการกระจายตัวของผู้ดำเนินการคลัสเตอร์ หรือผลของปัจจัยหลักทั่วไปของคลัสเตอร์ ซึ่งที่สำคัญคลัสเตอร์นั้นเป็นลักษณะของกลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographical Proximity) มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Commonality and Complementary) ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical Linkage) เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal Linkage) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและการฝึกอบรม สถาบันวิจัยพัฒนาตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกัน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2547) โดยการรวมกลุ่มกันตามลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ซึ่งเป็นระบบที่มีความเกี่ยวข้องและต่อเนื่องกันของธุรกิจปัจจัยการผลิต ธุรกิจค้าส่ง ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจส่งออก ธุรกิจขนส่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอย่างยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องมีการพัฒนาด้านงานวิจัยและพัฒนา (research and development; R&D) เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งความรู้ใหม่ที่ได้นี้จะไม่ก่อเกิดประโยชน์อันใดเลย หากไม่มีกระบวนการบริหารจัดการความรู้ (knowledge management; KM) เพื่อสร้างเป็น "นวัตกรรม" (innovation) ที่สามารถจัดต้องใช้ได้และเป็นรูปธรรมจริง หรือการเปลี่ยนองค์ความรู้ที่มาจากงานวิจัยหรือความคิดใหม่ๆ ให้เป็นเงินทอง ในรูปของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือกระบวนการผลิตใหม่ๆ เพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจใหม่หรือบริการแบบใหม่ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้ และผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ทั้งหมดก็จะเกิดขึ้นทั้งระบบคลัสเตอร์ (พรชัย หอมชื่น, 2549)

อีกทั้งปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานหรือหัวใจของการพัฒนาคลัสเตอร์ คือ การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน (Competition) โดยผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่าย วิสาหกิจหรือคลัสเตอร์นั้นๆ จะต้องมีการวางแผน กำหนดทิศทางเป้าหมาย และกลยุทธ์ในการพัฒนา ร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกัน เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพและผลิตภาพโดยรวมของคลัสเตอร์นั้นๆ (Collective Efficiency/Productivity) ทั้งนี้ ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานคลัสเตอร์ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย 1) การรวมกลุ่มต้องเกิดมาจาก ความคิดริเริ่มและความต้องการของภาคธุรกิจเอกชนเป็นสำคัญ โดยมีภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุน และผลักดัน 2) ในคลัสเตอร์นั้นต้องมีกลุ่มธุรกิจหลัก (Core Industry) ที่เป็นแกนนำสำคัญในการรวมกลุ่ม อุตสาหกรรม 3) คลัสเตอร์ที่รวมตัวกันนั้นควรมีศักยภาพที่พร้อมในการพัฒนาและสามารถพึ่งพา ตนเองได้ในระดับหนึ่ง 4) ทิศนคติ ความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นระหว่างสมาชิกในกลุ่ม 5) ความเข้มแข็ง ของผู้ที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาคลัสเตอร์ คือ ผู้นำกลุ่มคลัสเตอร์ ผู้ประสานงานคลัสเตอร์ (CDA : Cluster Development Agent) และที่ปรึกษาคลัสเตอร์ 6) ความเข้มแข็งของหน่วยงานให้บริการ เพื่อการพัฒนาธุรกิจ (BDS : Business Development Service) ในการให้บริการและการสร้างเครือข่าย ความเชื่อมโยงของหน่วยงานในพื้นที่ 7) มีการประสานและแบ่งปันผลประโยชน์ที่ยุติธรรมอันก่อให้เกิด ความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย (Win-Win) และ 8) นโยบายของคลัสเตอร์ควรมีความเชื่อมโยงและ สอดคล้องกับนโยบายของจังหวัด และหรือภูมิภาคนั้นๆ (สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรม ส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2553)

จากที่กล่าวมาจึงพบว่าหัวใจสำคัญของคลัสเตอร์ คือ การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ความร่วมมือกัน การแข่งขันกันและความมีประสิทธิภาพโดยรวมของกลุ่ม ซึ่งผู้ประกอบการในอดีต

จะลงทุนขยายงานทั้งแนวตั้ง ตั้งแต่อุตสาหกรรมปลายน้ำไปยังอุตสาหกรรมต้นน้ำและแนวราบที่จะขยายไปสู่ประเภทธุรกิจอื่นเพื่อกระจายความเสี่ยง แต่เนื่องจากสถานการณ์เปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการปัจจุบันได้รวมตัวกันเป็นพันธมิตรในการกำหนดกลยุทธ์พร้อมกัน และภายใต้สถานการณ์ที่แข่งขันสมบูรณ์ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเชื่อมโยงผู้ประกอบการกันสร้างเครือข่ายในประเทศร่วมมือกันผลิตเป็นกลุ่ม หากเห็นว่าการสั่งซื้อสินค้าและบริการจากภายนอกกลุ่มดีกว่าก็จะใช้บริการ โดยปัจจัยที่เอื้อในการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ ได้แก่ 1) ในกลุ่มต้องมีผู้นำที่มุ่งมั่นในความสำเร็จ 2) มีปัญหาเชื่อมโยง อุปสรรคในระหว่างสมาชิกกลุ่ม 3) สมาชิกกลุ่มมีความเข้าใจร่วมกันที่จะพัฒนาขีดความสามารถ 4) ความใจกว้าง เชื่อถือได้ของสมาชิกกลุ่ม 5) ความโปร่งใส 6) ได้รับการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานและสาธารณูปโภคจากภาครัฐ 7) มีทรัพยากรสนับสนุนด้านการเงิน 8) ความร่วมมือและช่วยเหลือจากสถาบันวิชาการที่เกี่ยวข้อง 9) มีเป้าหมาย กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนและ 10) การติดตามและประเมินผลสำเร็จของแผนดำเนินงานเป็นระยะ พร้อมการแก้ไขปรับปรุง เป็นต้น (พันธ์ศักดิ์ ศิลาวรรณกุลศิริ, 2549)

- แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

จากสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในปัจจุบันสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มให้ความตระหนักถึงปัญหาและหาทางออกด้วยการร่วมมือจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) วิชาชีพต่างๆ ในลักษณะสมาคมและชมรมตามประเภทธุรกิจขึ้นมา ได้แก่ กลุ่มชมรมและสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว ชมรมผู้ประกอบการค้าอาหาร ชมรมโรงแรม ชมรมผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว ชมรมมัคคุเทศก์ กลุ่มผู้ประกอบการรถตู้รถโดยสาร เป็นต้น แต่ที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะยังไม่มียุทธศาสตร์และการบริหารกลุ่มอย่างชัดเจนหรือวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มก็จะเป็นเฉพาะเรื่อง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มกันเพื่อจัดเลี้ยงสังสรรค์ จัดดูงานต่างประเทศ เห็นอุตสาหกรรมรวมตัวกันก็เลยรวมตัวกันตามๆ กันไป เมื่อมีปัญหาที่ประจวบกันเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งเป็นความเข้าใจผิดๆ และแทบจะไม่เกิดประโยชน์ในการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะไม่ได้นำข้อได้เปรียบของการรวมกลุ่มมาขยายผลให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดทั้งที่แนวคิดการสร้างเครือข่าย SMEs เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยการสร้างเครือข่าย (Networking) หรือการรวมกลุ่มธุรกิจ (Clustering) เท่านั้นที่จะเป็นการประสานพลังร่วมกันขับเคลื่อนความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของ SMEs เนื่องจากมีตัวอย่างการพัฒนาการรวมกลุ่มธุรกิจในหลายประเทศโดยเฉพาะทางทวีปยุโรป แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจได้แก่ ในประเทศอิตาลีที่มีการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะจากอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางที่รวมตัวกัน พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน แสวงหาวัตถุดิบ ตลอดจน

เครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ ร่วมกันและในขณะเดียวกันก็แข่งขันกันผลิตสินค้าคุณภาพตอบสนองต่อลูกค้าที่มีความต้องการซับซ้อนมากขึ้น หรือจากเครือข่ายที่จัดตั้งขึ้นในประเทศไทยโดยการริเริ่มขององค์กรความร่วมมือทางวิชาการของประเทศเยอรมันนี (GTZ) และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ภายใต้โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Scale Industrial Promotion Project - SSIPP) อาทิเช่น CR-NED (Chiangrai Network for Entrepreneur Development) NNSPSME (Northern Network of Service Providers for SMEs) K-NED (Korat Network for Entrepreneur Development) และ SP-NET (Suphanburi Network) เป็นต้น

ดังนั้น การพัฒนาคลัสเตอร์ขึ้นอย่างเต็มรูปแบบในประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่คงจะเริ่มจากการพัฒนาขึ้นจากกลุ่มต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว โดยมีภาคอุตสาหกรรมเป็นผู้นำ ด้วยความร่วมมือจากสถาบันการเงิน สถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยและพัฒนา ส่วนบทบาทของภาครัฐจะเป็นเพียงการกระตุ้นและให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดคลัสเตอร์มีความแข็งแกร่งและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกอย่างยั่งยืน โดยขั้นตอนการพัฒนาคลัสเตอร์ที่มีการนำไปใช้และประสบความสำเร็จในต่างๆ ทั่วโลก ประกอบไปด้วย 1) การกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการรวมคลัสเตอร์ (Promotion and Motivation Phase) 2) การกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของคลัสเตอร์ (Strategic Planning Phase) 3) การจัดทำโครงการนำร่อง (Pilot Project Phase) 4) การจัดทำโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของคลัสเตอร์ (Strategic Project Phase) และ 5) การดำเนินงานด้วยตัวเอง (Self-management Phase) (Porter 1990) ซึ่งการร่วมมือและแข่งขันกันในเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นการขับเคลื่อนการรวมกลุ่มธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งและก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการพัฒนาเครือข่ายที่เริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Personal relations) พุ่มพื้ความสัมพันธ์ที่ยังไม่เป็นทางการระหว่างองค์กร (Organizational relations) มุ่งสู่ความสัมพันธ์ในรูปแบบที่เป็นทางการ (Formal organizational relations) และจัดตั้งความสัมพันธ์ในรูปแบบของสถาบัน (Institutionalized relations) โดยโอกาสของความร่วมมือกันในเครือข่ายมีอยู่หลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมมือทางด้านตลาด ตลอดจนการร่วมมือด้านนโยบายและการลอบบี้ เป็นต้น ซึ่งเครือข่ายเองจะสามารถดึงดูดสมาชิกได้ก็ต่อเมื่อเกิดการเจริญเติบโตไปด้วยกัน เป็นการทำงานร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน การแบ่งปันทรัพยากรซึ่งกันและกัน หลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนในการทำงานและเสริมสร้างจุดแข็งระหว่างกัน ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จในการรวมตัวกันของวิสาหกิจคือต้องประกอบด้วย 1) การมีผู้นำแบบมีพลวัต (Dynamic Leadership) 2) การที่สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย (Ownership) 3) การมีค่านิยมและวิสัยทัศน์ร่วม (Shared values and visions) 4) การมีความต้องการในการจัดตั้งเครือข่ายที่เหมือนกัน (Common felt need to establish network) 5) การตกลงอย่างเป็นทางการ (Formal Binding Agreement) 6) ความสามารถในการหาแหล่งทุนสนับสนุน (Funding) และ 7) คณะทำงาน

แบบมืออาชีพ (Professional Secretariat) เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจยังจะมี การพบอุปสรรคที่เกี่ยวกับการร่วมมือกันในเครือข่าย ได้แก่ 1) ด้านความรู้และความเข้าใจของการ รวมกลุ่มเครือข่าย เช่น การขาดความตระหนักในประโยชน์ของการเป็นสมาชิกเครือข่าย เนื่องจาก ขาดข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับเครือข่ายที่เพียงพอจากหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานของรัฐที่ รับผิดชอบไม่สามารถกระจายข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่าย ผลประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจาก การเป็นสมาชิกได้อย่างทั่วถึง “เครือข่าย” (Network) ถือเป็นแนวคิดค่อนข้างใหม่ในประเทศไทย และ หน่วยงานของรัฐก็ยังไม่มีความเข้าใจในแนวคิดการจัดตั้งและพัฒนาเครือข่ายอย่างจริงจัง เป็นต้น 2) การบริหารเวลาของคณะทำงาน ซึ่งถูกคัดลอกโดยคณะกรรมการเครือข่ายที่ได้รับการผลักดันจาก หน่วยงานรัฐ ซึ่งไม่สามารถทุ่มเทเวลาให้กับกิจกรรมของเครือข่ายอย่างเต็มที่ และ 3) การขาดความ ไว้วางใจ เนื่องจากผู้ประกอบการยังกลัวที่จะแบ่งปันข้อมูลซึ่งอาจจะเป็นอันตรายต่อธุรกิจของ ตนแต่ไม่ได้ตระหนักว่าในปัจจุบันทุกคนมีช่องทางการเข้าถึงข้อมูลได้เช่นเดียวกันด้วยการใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าพิจารณาว่าหากการแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นกิจกรรมอย่าง หนึ่งของเครือข่ายแล้ว การไม่สามารถร่วมมือกันเพื่อผลประโยชน์รวมจะเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งใน การพัฒนาเครือข่ายแบบยั่งยืน เป็นต้น โดยความสำเร็จของการร่วมมือกันระหว่างองค์กรในเครือข่าย นั้นจะทำให้วิสาหกิจไทยสามารถสร้างนวัตกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุน ปรับตัวเองเข้าสู่โอกาส ทางการตลาดใหม่ๆ และเกิดจากการกระตุ้นจากหน่วยงานรัฐอย่างจริงจังและต่อเนื่องจะมีส่วนช่วยการพัฒนา การจัดตั้งเครือข่ายอย่างยิ่ง โดยในระยะเริ่มต้นหน่วยงานรัฐต้องสวมบทบาทของผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ในการให้การสนับสนุนทางการเงิน ข้อมูล ความรู้ การฝึกอบรมสัมมนาแก่ผู้ประกอบการ อย่างทั่วถึง แทนที่จะเป็นผู้มีบทบาทหลัก (key player) ในการตัดสินใจ ซึ่งนอกจากจะไม่ทำให้เกิด ความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของเครือข่าย (ownership) ขึ้นในกลุ่มสมาชิกแล้วยังเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ ด้วยตนเองของสมาชิกในการสร้างเครือข่ายอีกด้วย พนักงานของรัฐจะต้องมีความรู้ในเรื่องของ เครือข่ายองค์กร (Inter-organizational Network) อย่างแท้จริง เพื่อจะสามารถอำนวยความสะดวกให้ เกิดถึงแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับเครือข่ายโดยเฉพาะบรรยากาศของความไว้วางใจและมีความเป็นมือ อาชีพในการกระตุ้นและพุ่มพักเครือข่ายโดยใช้หลักการและความรู้ในการดำเนินงาน อีกทั้ง คณะทำงานจะต้องมีบุคคลบางส่วนที่ทำงานเต็มเวลาและบริหารเครือข่ายเช่นบริษัทธุรกิจ เพื่อ แสวงหาความร่วมมือในกิจกรรมใหม่ๆ สร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ แก่สมาชิกและผลักดัน วัฒนธรรมของความร่วมมือและการแข่งขันที่สร้างสรรค์ในเครือข่ายของตน โดยเน้นการบริหารและ กระบวนการตัดสินใจที่โปร่งใสมุ่งสู่เป้าหมายเพื่อประโยชน์ที่เท่าเทียมกันของสมาชิก และมี โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนสอดคล้องกับกิจกรรมหลัก ซึ่งเครือข่ายจะเป็นที่สนใจแก่สมาชิกต้อง ประกอบด้วย ทำงานร่วมกันเพื่อพลังขับเคลื่อน ทำงานร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน ทำงาน

ร่วมกันเพื่อกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ทำงานร่วมกันเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน บรรลุถึงวิสัยทัศน์ร่วมกัน แบ่งปันทรัพยากร การปฏิบัติงานและค่าใช้จ่าย ซึ่งเสริมจุดแข็ง ลดจุดอ่อนให้กันและกัน แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเราต้องการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น อีกทั้งจุดสำคัญที่สุดอยู่ที่การมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่นอันจะสร้างแรงจูงใจและพันธะสัญญา ตลอดจนการเรียนรู้ด้วยตัวเอง เครือข่ายถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญและเป็นกลยุทธ์แห่งทศวรรษในการที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของวิสาหกิจในเวทีการค้าโลกและเครือข่ายถือว่าจะเป็นจุดเริ่มต้นของการไปสู่การพัฒนาการรวมกลุ่มธุรกิจ (cluster development) ซึ่งเป็นความร่วมมือภายในกลุ่มอุตสาหกรรมเฉพาะด้านต่อไป (สันสนา สิริตาม, 2550)

โดยเฉพาะกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2550) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) 4 ขั้นตอน คือ 1) กระตุ้นจิตสำนึกให้เกิดการรวมกลุ่ม (Promotion and Mobilization) ได้แก่ 1.1) กระตุ้นให้สมาชิกเกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่ม 1.2) สร้างความเข้าใจในทิศทาง เป้าหมายและกระบวนการทำงานร่วมกันของกลุ่ม 1.3) จัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (Team-building) เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีในกลุ่มสมาชิกและ 1.4) จัดวางโครงสร้างและการบริหารงานของกลุ่มอย่างเป็นระบบ เป็นต้น 2) วิเคราะห์สถานภาพของคลัสเตอร์ (Diagnosis) ได้แก่ 2.1) การศึกษาวิเคราะห์ สถานภาพของกลุ่มอุตสาหกรรม (SWOT Analysis) 2.2) สํารวจ วิเคราะห์วินิจฉัยขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมตามแผนภูมิ Diamond Model โดยจัดทำเป็นแผนภาพคลัสเตอร์ (Cluster Map) และ 2.3) การวิเคราะห์สถานภาพของคลัสเตอร์เพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกคลัสเตอร์เป็นสำคัญ เป็นต้น 3) การจัดทำยุทธศาสตร์ (Collaborative Strategy) ได้แก่ 3.1) การจัดทำแผนแม่บท (Master Plan) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ PCM (Project Cycle Management Method) โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) กลยุทธ์ (Strategy) 3.2) การจัดทำโครงการ (Project) ต่างๆ โดยมีการกำหนดรายละเอียดที่ชัดเจนถึงวัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลลัพธ์ที่ต้องการ ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาและงบประมาณและ 3.3) ยุทธศาสตร์ของกลุ่มควรมีความสอดคล้องกันและเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของจังหวัดของภูมิภาคนั้นๆ เป็นต้น และ 4) นำไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) ได้แก่ 4.1) นำโครงการนำร่อง (Pilot Project) มาปฏิบัติจริงให้เห็นผล โดยเลือกจากโครงการที่มีความสำคัญเร่งด่วน โครงการที่มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ โครงการที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกในกลุ่มได้มากที่สุดและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อนำมาเป็นบทเรียนในการพัฒนา กลุ่มต่อไป

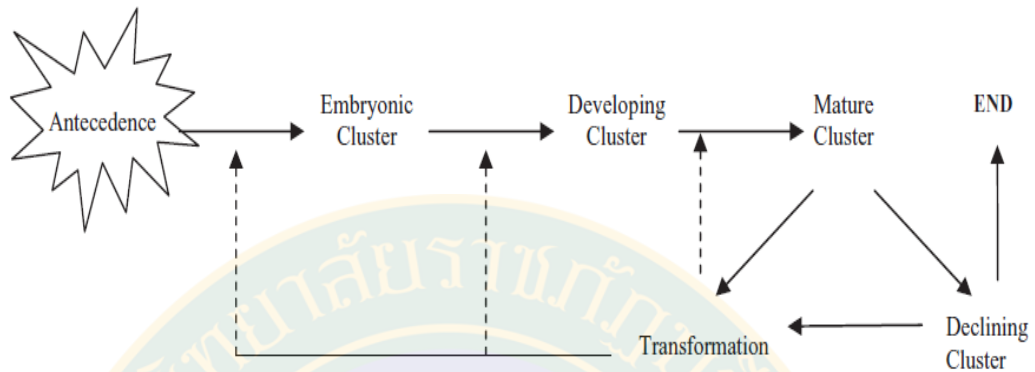
Adam Burke (1999) ได้เสนอแนวทางการสร้างและพัฒนาเครือข่ายที่มุ่งรักษาความสมดุลระหว่างความต้องการของหน่วยงานสนับสนุนและเครือข่าย คือ 1) บังคับนำเข้า

จากภายนอก 2) ความเป็นเอกภาพ 3) คำนิยาม/กำหนดวัตถุประสงค์ และขอบเขตประเด็นหรือขอบเขตพื้นที่ 4) ความเกี่ยวข้องในวงกว้าง 5) การมีส่วนร่วม 6) ความขัดแย้งภายใน 7) รางวัล 8) ความยืดหยุ่น 9) ทำประสบการณ์ให้เป็นเรื่องเป็นราว 10) การให้เงินอุดหนุน 11) ความถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนแนวทางการพัฒนาเครือข่ายและรูปแบบกระบวนการจัดทำเครือข่ายกลุ่มองค์กรประชาชนและการบริหารจัดการเครือข่ายให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน (สมเกียรติ ฉายาโชน และคณะ, 2549) ได้แก่ 1) กลุ่มเครือข่ายแบ่งเป็นกลุ่มธุรกิจและกลุ่มที่ไม่เน้นธุรกิจ 2) เครือข่ายที่ผู้นำหรือสมาชิกในกลุ่มมีปัญหาเดียวกันและอยากจะมาพบกัน เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยกัน 3) กลุ่มคัดเลือกผู้นำและตัวแทนสมาชิกจัดเสวนาอดีตก่อนการรวมกลุ่ม แนวคิดที่รวมเป็นกลุ่ม ปัญหา วัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหา วิธีการจูงใจให้สมาชิกในกลุ่มมาร่วมกัน เพื่อกระทำในสิ่งที่กลุ่มต้องการ การตั้งความหวังในอนาคต การกำหนดบทบาทภาครัฐที่จะให้เข้ามาเกื้อกูลช่วยเหลือกลุ่ม 4) การสร้างเครือข่ายที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 4.1) ผู้นำเสียสละ สมาชิกเกิดจิตสำนึกในการพึ่งตนเอง ใช้กิจกรรมในกลุ่มเป็นตัวเชื่อมในการพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 4.2) ผู้นำเครือข่าย มาพบปะ ประชุมเกิดการเรียนรู้กันและกันสมาชิกในกลุ่มเกิดทักษะในการแก้ปัญหา 4.3) เกิดขบวนการบริหารจัดการเมื่อมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข่าวสารการแบ่งประโยชน์จากการทำกิจกรรมร่วมกันและกิจกรรมมีความต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างสมาชิกรุ่นหลังคอยรับช่วงการเป็นผู้นำเพื่อสืบทอดแทนคนเก่า 4.4) ขยายเครือข่ายระดับจังหวัดและกำหนดบทบาทและประสานกิจกรรมกับเครือข่ายในพื้นที่ 4.5) การช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ 4.6) มีที่ปรึกษาใกล้ชิดในพื้นที่ 5) ดึงกิจกรรมอื่นๆ ให้เป็นเครือข่ายทั้งจังหวัด 6) ภาครัฐหรือหน่วยงานสนับสนุนอื่น ต้องให้ความสำคัญและกระตุ้นให้ผู้นำกลุ่มหลายๆ กลุ่มได้มีโอกาส พบปะ พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันให้มาก และมีความต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มและพัฒนาการเชื่อมโยงเครือข่ายและให้เกิดพันธมิตรระหว่างกลุ่มต่างๆ และ 7) มีการประชุมกำหนดการสัมมนาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งโดยใช้งบประมาณของเครือข่าย เป็นต้น

Paul Starkey (1997) เสนอแนวทางในการสร้างเครือข่าย คือ 1) เชิญองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียมาร่วมประชุม มอบหน้าที่ในการบริหารจัดการและการหาข้อตกลงร่วมในกิจกรรมที่เป็นผลประโยชน์ร่วม 2) กำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเครือข่าย ทิศทาง กิจกรรมหลักและคุณสมบัติของสมาชิกให้ชัดเจน โดยให้สมาชิกส่วนใหญ่มีส่วนร่วมและมีการทบทวนเป็นระยะๆ เพื่อปรับให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ของสังคมและความต้องการของสมาชิก 3) จัดตั้งกลุ่มแกนของเครือข่ายที่ปวารณาตัวเข้ามาทำหน้าที่ประสานงาน จัดการและส่งกำลังบำรุงให้กับสมาชิก และต้องมีการหมุนเวียนเปลี่ยนกลุ่มผู้นำเครือข่ายเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำของสมาชิกและป้องกันการผูกขาดอำนาจ 4) ความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของและความผูกพันที่เหนียวแน่น มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การเลือกกิจกรรมและวิธีการทำงานของเครือข่ายในลักษณะประชาธิปไตย 5) เครือข่ายต้องมีวิธีการ

จัดหาและจัดการทรัพยากร เพื่อความมีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนกิจการของเครือข่ายและความสามารถในการพึ่งตนเอง 6) ทำให้เครือข่ายมีสถานภาพถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้เครือข่ายและผู้นำเครือข่ายได้รับการสนับสนุนและความไว้วางใจจากสมาชิกเครือข่าย 7) ควรสนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย เพื่อเสริมให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งมากขึ้น ซึ่งมีได้ทั้งทางแนวนอน แนวตั้ง หรือในภูมิภาคต่างระดับกัน การเชื่อมเครือข่ายทำได้ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยการมีกิจกรรมร่วมกันหรือเป็นตัวแทนร่วมกันในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องและการร่วมกันประสานงานการประชุม 8) ควรมีการติดตามผลและประเมินผลเป็นประจำสม่ำเสมอและถี่ถ้วน โดยพิจารณาความสอดคล้องของแผนการทำงานกับวัตถุประสงค์ ความก้าวหน้าและความสำเร็จของเครือข่ายในแต่ละระยะ ทั้งนี้ควรให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดวิสัยและเครื่องชี้วัดประสิทธิภาพของกิจกรรมเครือข่ายและร่วมเรียนรู้ตลอดกระบวนการติดตามและประเมินผล 9) ควรมีการจัดหลักสูตรฝึกอบรมด้านการจัดการเครือข่ายให้กับองค์กรแกนและผู้นำเครือข่ายสม่ำเสมอและ 10) ถ้าวัตถุประสงค์ของเครือข่ายดี การเชื่อมโยงภายในเครือข่ายเหมาะสม เอื้อให้เกิดความเคลื่อนไหวของกิจกรรมและความแข็งแกร่งของสมาชิก โครงการหรือกิจกรรมมีลักษณะกระจายอำนาจไปให้กับมวลสมาชิกที่ได้รับประโยชน์ การดำเนินงานของเครือข่ายจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

อีกทั้งวงจรชีวิตคลัสเตอร์ (Cluster Lifecycles) และกระบวนการคลัสเตอร์ มีจุดหลัก 4 จุด คือ มีการดำเนินการก่อน (Antecedence) แล้วนำสู่ขั้นริเริ่มของคลัสเตอร์ (Embryonic cluster) จากกลุ่มเศรษฐกิจและผู้ดำเนินการที่มีผลประโยชน์มาเกิดการเชื่อมโยงและเป็นเครือข่ายพัฒนาขั้นการพัฒนาของคลัสเตอร์ (Developing cluster) จนกระทั่งถึงขั้นการเติบโตเต็มที่ของคลัสเตอร์ (Mature cluster) การเติบโตและผลการดำเนินงานเริ่มลดถอยลงจนถึงขั้นการเสื่อมของคลัสเตอร์ (Declining clusters) ซึ่งต้องเริ่มค้นหาจุดเน้นใหม่ ตลาดใหม่หรือริเริ่มเจเนอเรชันใหม่ หรือเกิดการค้นหาคลัสเตอร์ใหม่ ซึ่งนำไปสู่ระยะการเปลี่ยนแปลง (Transformation) เป็นการแปรสภาพของการจัดการกลุ่มในส่วนปัจจัยการเติบโตใหม่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้เข้ามาใหม่ของคลัสเตอร์ (New entrants to the cluster) เทคโนโลยีใหม่ (New technology) ส่วนแบ่งทางการตลาดใหม่ (New market segments) วิธีการขนส่งสินค้าใหม่ (New methods of delivery of goods) เป็นต้น โดยเกิดจากการแทรกแซงนโยบาย (Policy intervention) กิจกรรมการวิจัยและพัฒนา (R&D activities (cluster-based or individual in-house investments leading to spillovers)) หรือผลกระทบจากการเข้ามาใหม่ของสมาชิก (The impacts of major new entrants) เป็นต้น (Andersson 2004) ดังแสดงที่รูปภาพที่ 2.3



รูปภาพ 2.3 Cluster Lifecycle

ที่มา : Andersson (2004)

- นโยบายของการพัฒนาคลัสเตอร์กับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ

ในการพัฒนาคลัสเตอร์นั้นจะไม่ใช้การกำหนดรูปแบบ ยุทธศาสตร์และวิธีการดำเนินการของแต่ละคลัสเตอร์ แต่บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาของคลัสเตอร์นั้นจะเป็นการกระตุ้นและให้การสนับสนุนในการพัฒนาคลัสเตอร์ รูปแบบ ยุทธศาสตร์และวิธีการดำเนินการของแต่ละคลัสเตอร์จะมาจากสมาชิกของคลัสเตอร์นั้นร่วมกันคิดและสร้างขึ้นมา ดังนั้นคลัสเตอร์แต่ละแห่งจะมีความเป็นตัวของตัวเอง (Uniqueness) อีกทั้งการมีประสิทธิภาพโดยรวมเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่ได้จากการรวมกันของระบบเศรษฐกิจภายนอกประเทศและการดำเนินการร่วมค้า (Schmitz & Nadvi 1999) โดยยังมีความแตกต่างของแนวคิดระหว่างประสิทธิภาพและใช้งานร่วมกัน การแสดงความจริงที่ว่าผลประโยชน์บางอย่างต้องดำเนินการร่วมกันให้เกิดขึ้น ซึ่งจะได้มาจากความร่วมมือในแนวนอน (ระหว่างแข่งขัน) หรือความร่วมมือตามแนวตั้ง (ระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย) ทั้งระดับทวิภาคีหรือพหุภาคี เช่น กลุ่มของธุรกิจในรูปแบบสมาคมธุรกิจหรือกลุ่มผู้ผลิต

The Global Cluster Initiative Survey (GCIS 2003) มีการแบ่งกลุ่มคลัสเตอร์เป็น 6 กลุ่มส่วนตลาด ได้แก่ 1) กลุ่มการวิจัยและเครือข่าย (Research and Networking) 2) กลุ่มคลัสเตอร์ส่งออก (Cluster Expansion) 3) กลุ่มนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation and Technology) 4) กลุ่มการศึกษาและฝึกอบรม (Education and Training) 5) กลุ่มความร่วมมือทางการค้า (Commercial Cooperation) และ 6) กลุ่มนโยบายเชิงปฏิบัติการ (Policy Action) อีกทั้งนำเสนอผลลัพธ์สุดท้ายของนโยบายคลัสเตอร์ ซึ่งมีความต้องการ 3 ส่วน คือ 1) การส่งเสริมการสร้างเครือข่าย 2) การเพิ่มประสิทธิผลของเครือข่ายทางเลือกที่แน่นอน 3) การเพิ่มระดับนวัตกรรมในกลุ่มคลัสเตอร์ (Boekholt and Thuriaux (1999)) และ Raines (2002) หลักสำคัญของนโยบายคลัสเตอร์ มี 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ความรู้สึกเป็นเจ้าของคลัสเตอร์ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันของคลัสเตอร์ 3) ความตระหนัก

ส่วนตัวของกลุ่มคลัสเตอร์ และสรุปนโยบายคลัสเตอร์สามารถแบ่งได้ 5 ประเภทคือ 1) นโยบายตัวแทน (Broker Policies) 2) นโยบายอุปสงค์ (Demand-side Policies) 3) นโยบายการฝึกอบรม (Training Policies) 4) การส่งเสริมการโยงระดับชาติ (Promotions of International Linkages) และ 5) นโยบายกรอบโครงสร้าง (Framework Policies)

แต่ Andersson (2004) อภิปรายถึงความสัมพันธ์ของนโยบายหรือความสัมพันธ์ 3 ประเด็นหลักในความล้มเหลว คือ 1) ความล้มเหลวทางการตลาดในการเชื่อมโยงการสร้างและการสนับสนุน 2) ความล้มเหลวของนโยบายภาครัฐระหว่างผลย้อนกลับของมือคิด ความกดดันจากพรรคพวกและการพิจารณาผิดพลาด และ 3) ความล้มเหลวของระบบ เกิดจากผลทางการเงิน ความแตกต่างการจับคู่ไม่เหมาะสมและความไม่สอดคล้องระหว่างการปฏิบัติกับกรอบโครงสร้าง

และ Porter (1998) เสนอการเชื่อมนวัตกรรมด้วยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ “การได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทด้วยการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดนวัตกรรมนั้น ประกอบด้วยทั้งเทคโนโลยีใหม่และความคิดทางการปฏิบัติของทางเลือกใหม่” โดย Andersson (2004) ได้กำหนดตัวชี้วัดของนวัตกรรมของคลัสเตอร์ คือ การลงทุนวิจัยและพัฒนา สิทธิบัตร สินค้าใหม่ บริการใหม่ การเติบโตของบริษัท หลักการโฆษณาและกิจกรรมการเปลี่ยนแปลงขององค์การ ซึ่งมีเงื่อนไขดังนี้ 1) ระบบการเปิดเผยการจัดสรร (A clear appropriation system) 2) การเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ (ศาสตร์ เทคโนโลยี และตลาด) (Access to information and knowledge (science technology and markets)) 3) กิจกรรม (Active interactions) การเปลี่ยนแปลง (Exchange) และการเชื่อมโยง (Linkages) 4) วัฒนธรรมการประกอบการด้วยกิจกรรมผู้จัดการเครือข่าย (An entrepreneuring culture with active entrepreneurship) 5) สิ่งแวดล้อม (An environment that is conducive—open and accepting) 6) ทรัพย์สินทางปัญญาและทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน (Presence of intellectual capital and other intangible assets) 7) โครงสร้างทางการเงินที่ดี-บัญชีกองทุนสาธารณะ (Good financial structure—access to public funding) นักลงทุน (Investors) ธุรกิจเพื่อสังคม (Business angels) กิจกรรมความเสี่ยงด้านทุนทางการตลาด (Active venture capital markets) และกระบวนการส่งเสริมนวัตกรรม (ผลประโยชน์) เป็นต้น โดยระบบคลัสเตอร์นั้น สามารถเห็นผลเป็นรูปธรรมได้ชัดเจน (พรชัย หอมชื่น, 2549) หรือจากการนำนวัตกรรมมาชักนำให้เกิดเป็นคลัสเตอร์ และการนำนวัตกรรมเข้าไปแทรกแซงในคลัสเตอร์ที่มีอยู่แล้ว (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.), 2549) โดยแนวทางดังกล่าวได้ก่อให้เกิดนัยยะสำคัญในการพัฒนาระบบนวัตกรรมของประเทศเป็นอย่างมากและอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาที่ตามจะพบว่าอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จมิได้เกิดจากบริษัทหรือกิจการใดกิจการหนึ่งเพียงลำพัง หากแต่เกิดจากกิจการหลายๆ กิจการที่แข่งขัน โดยการรวมกลุ่มกันในลักษณะคลัสเตอร์ เช่น อุตสาหกรรมเครื่องหนังใน

ประเทศอิตาลี อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในซิลิคอนวัลเลย์ (Silicon Valley) ทางตอนใต้ของรัฐคาลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกาและอุตสาหกรรมเหล้าวิสกี้ (whisky) ใน สก๊อตแลนด์ (Scotland) ทางตอนเหนือของประเทศอังกฤษ เป็นต้น

โดยการแข่งขันระหว่างสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ สามารถช่วยลดโอกาสการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจส่วนเกินด้วยการตั้งราคาสูงเกินหรือการแอบลดคุณภาพ ซึ่งเป็นการทำลายชื่อเสียงของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางอ้อม ในขณะที่การมีกิจการหลายรายแข่งขันกันนั้นช่วยลดต้นทุนการค้นหาและเปรียบเทียบคุณภาพและราคาในด้านของผู้ซื้อ การรักษาความสมดุลในหลายๆ ด้าน ทั้งในแง่อุปสงค์ อุปทาน ธุรกรรมภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ โดยการแข่งขันยังมีผลในการผลักดันให้กิจการในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจพยายามรักษาระดับขีดความสามารถแข่งขัน โดยไม่ติดในกับดักกลยุทธ์ (Strategic trap) ที่อาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจได้ในลักษณะเดียวกับที่เกิดขึ้นกับกิจการ (Sujit and Mukherjee 2004)

และนโยบายที่สำคัญประการหนึ่งของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมามี คือ การส่งเสริมพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster Development) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยมีคลัสเตอร์ (Cluster) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทในการปฏิบัติและขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างและพัฒนาคลัสเตอร์ ตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ลงวันที่ 10 มิถุนายน 2547 ภายใต้กรอบของคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (NCC: National Committee on Competitive Advantage) โดยได้เริ่มดำเนินการส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 และในปี พ.ศ. 2547 – 2548 ได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (JICA) ดำเนินงาน โครงการศึกษาแนวทางพัฒนาการให้บริการปรึกษาแนะนำเพื่อส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรม SME และพัฒนาภูมิภาค (The Study on Development of Consulting Services to Promote SME Cluster and Regional Development – CSCD) อีกทั้งยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งรัฐบาลชุดปัจจุบันได้กำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนาของไทย ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการก้าวไปสู่การมีระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ ที่มีสมรรถนะ (Modern/ High Performance Economy) ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) การเพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน 2) การสร้างธรรมาภิบาลทั้งภาครัฐและเอกชน 3) โครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ 4) การบริหารด้านเศรษฐกิจที่รอบคอบและ 5) ทูทางสังคมที่มีคุณภาพ โดยการพัฒนาในรูปแบบของเครือข่ายวิสาหกิจ หรือที่เรียกว่า Cluster นั้น เป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดความ

เชื่อมโยง ความร่วมมือ เกื้อหนุนและเสริมระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจรในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ถือเป็นกลไกหนึ่ง ที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของหลายประเทศในโลก ซึ่งพลวัตของคลัสเตอร์จะส่งสัญญาณถึงโอกาสช่องว่างหรืออุปสงค์ที่ยังไม่มีการตอบสนอง โดยเปิดโอกาสให้เกิดการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้น มิติของการสร้างธุรกิจใหม่ในกลุ่มที่รวมตัวกันนี้ ยังรวมถึงโอกาสที่จะช่วยขยายคลัสเตอร์ทั้งในแนวกว้างและแนวลึก เป็นการเพิ่มความได้เปรียบของคลัสเตอร์มากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงถึงเวลาแล้วที่จะต้องหันมามุ่งมั่นอย่างไม่มีเงื่อนไขเพื่อนำไปสู่การรวมตัวในรูปแบบของคลัสเตอร์เพราะเป็นการรวมตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจตนเองอย่างแท้จริงภายใต้ความต้องการที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมไทยอย่างยั่งยืน อีกทั้งเพื่อให้ผู้ประกอบการไทยเกิดการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันด้วยการรวมตัวกันสร้างพันธมิตรและพัฒนาเครือข่ายทั้งภายในจังหวัดและระหว่างภูมิภาค เพื่อเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยต่อการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคต (ASEAN Economic Community: AEC) และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างเข้มแข็ง

ดังนั้น จากที่กล่าวมาแล้วสรุปว่าหัวใจของคลัสเตอร์คือ “ความร่วมมือ” และ “นวัตกรรม” ของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้คลัสเตอร์จะมีอุปสงค์เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ มียุทธศาสตร์ที่แน่ชัด มีการเชื่อมโยงทั้งในแนวดิ่งและแนวนอนและต้องส่งเสริมการเปิดกว้างทางการค้า โดยมีหัวใจอยู่ที่ “ความร่วมมือ” ของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประเด็นสำคัญในการร่วมมือในลักษณะของคลัสเตอร์คือ ตรงไหนที่ร่วมมือกันได้ (เพื่อไปแข่งกับผู้อื่น) ก็ร่วมกัน ตรงไหนที่ยังต้องแข่งขันก็ยังแข่งกันต่อไป เพียงแต่จะต้องแข่งขันกันอย่างสร้างสรรค์ เช่น แข่งขันกันพัฒนารูปแบบสินค้าหรือแข่งขันกันปรับปรุงกระบวนการผลิต มิใช่แข่งขันกันด้วยการตัดราคาคู่แข่งโดยที่ไม่ได้ลดต้นทุน การที่บริษัทหรือองค์กรเข้าร่วมอยู่ในกลุ่ม ซึ่งในลักษณะของคลัสเตอร์จะมีข้อได้เปรียบกว่าการดำเนินธุรกิจอยู่เพียงลำพังในหลายประการที่เห็นได้อย่างชัดเจน ได้แก่ 1) สามารถจัดห่วงโซ่ประกอบพิเศษสำหรับการผลิตได้ง่าย 2) เข้าถึงแหล่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญเฉพาะด้านได้ง่าย 3) เป็นกิจกรรมการผลิตที่เสริมซึ่งกันและกัน (Complementarities) 4) ผู้ประกอบการในคลัสเตอร์สามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่าย 5) ทำให้เกิดการพัฒนาด้านนวัตกรรม 6) การแข่งขันภายในคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพอย่างต่อเนื่องและ 7) ส่งเสริมให้เกิดการเริ่มและขยายตัวของธุรกิจใหม่ๆ ในคลัสเตอร์

ตลอดจนจะเห็นได้ว่า คลัสเตอร์จัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ และยังเป็นกลไกในการเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจระดับจุลภาคหรือในระดับกิจการและกลุ่มอุตสาหกรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับมหภาคหรือในระดับภาคการผลิตและระดับประเทศอีกด้วย การที่ประเทศประกอบไปด้วยคลัสเตอร์หลายๆ

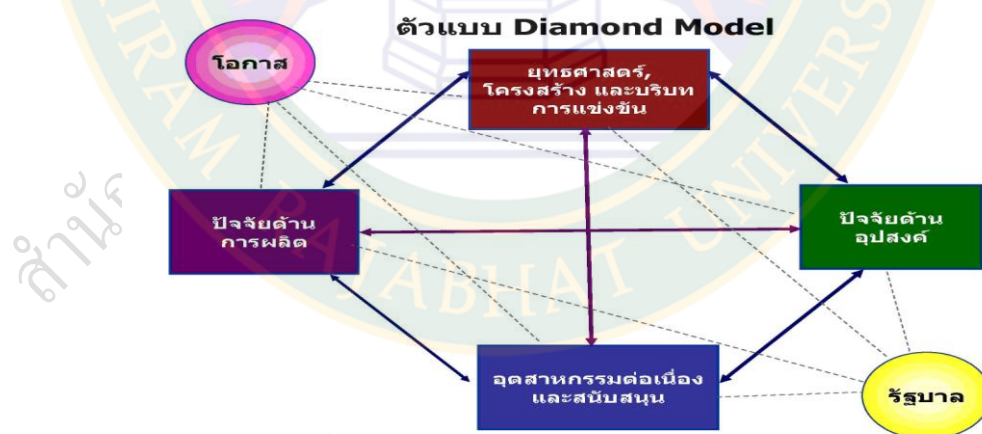
กลุ่มที่มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันสูง เกิดความสามารถต่อสู้กับคู่แข่งในระดับนานาชาติได้ ย่อมจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของประเทศไปด้วยนั่นเอง

- กรอบโครงสร้างคลัสเตอร์ไดมอนด์ (Cluster Diamond Framework)

Porter (1998) เสนอ Cluster Diamond Framework (CDF) ที่นำไปใช้ได้หลายทาง คือ 1) กรอบโครงสร้างการวิเคราะห์ (analytical framework) 2) ฐานการวิเคราะห์หรืออภิปรายหรือกำหนดตำแหน่งด้านความสามารถทางนวัตกรรมและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (<http://www.oregonbusinessplan.org>) 3) เครื่องมือกำหนดนโยบาย 4) ฐานการสร้างนโยบายทางการพัฒนาเศรษฐกิจ และ 5) การสร้างระบบและทฤษฎีการทำงานเป็นกลุ่ม เป็นต้น และพอร์เตอร์ ยังกล่าวถึงแนวความคิดของคลัสเตอร์ว่า คลัสเตอร์เป็นการเชื่อมโยงองค์การและสถาบันและแนวปฏิบัติต่อเนื่องจากระดับแนวนอนและแนวตั้ง ซึ่งข้อตกลงที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยการเชื่อมโยงองค์การและสถาบันนั้นเป็นการรวมจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ใกล้ชิดกันหรือในพื้นที่เดียวกัน อาจจะส่งเสริมให้เกิดผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน (The competitive diamond) เสมือนกับการสร้างข้อมูลสำหรับการเชื่อมโยง การเชื่อมโยงองค์การและสถาบันสามารถสร้างความร่วมมือด้วยความสัมพันธ์ทางการแข่งขัน ผลประโยชน์ของคลัสเตอร์เกิดจากผู้แข่งขันมีกิจกรรมความร่วมมือกัน ซึ่งผลลัพธ์ของการกระจายตัวของผู้ดำเนินการคลัสเตอร์ (spillover) หรือผลของปัจจัยหลักทั่วไปของคลัสเตอร์ และผู้ดำเนินการคลัสเตอร์ขององค์การและสถาบันที่ดำเนินการในคลัสเตอร์ ประกอบด้วย อุตสาหกรรม (ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่ผสมผสานกัน) (Small to Medium enterprises and multinationals) สถาบันการศึกษา (Universities) ตัวแทนหน่วยงานมาตรฐาน (Standard agencies) สมาคมทางการค้า (Trade associations) สถาบันการเงิน (Financial institutions) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (ภูมิภาคและประเทศ) (Government bodies (regional and national) เป็นต้น ซึ่งกรอบโครงสร้างคลัสเตอร์มีการวิเคราะห์ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับมหภาคและจุลภาค โดยการวิเคราะห์ระดับมหภาค คือ The Cluster Lifecycle model เป็นการจัดทำนโยบายความเข้าใจดั้งเดิมของคลัสเตอร์และกระบวนการพัฒนา เสมือนการพยากรณ์ของการพัฒนาคลัสเตอร์ระยะยาว ส่วนการวิเคราะห์ระดับจุลภาค คือ The Cluster Performance Pyramid เป็นการวิเคราะห์สำหรับคลัสเตอร์ คุณสมบัติการพลวัต ผู้ดำเนินการและผลการดำเนินการ ซึ่งกรอบโครงสร้างนี้มีความหมายของการวิเคราะห์ปฏิบัติการที่เหนือกว่าระดับธุรกิจ (Cluster Diamond Framework : CDF)

สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), (2550) อ้างถึง Michael E. Porter Diamond Model คือ กรอบแนวคิด หรือตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ โดยเป็นการพิจารณาและประเมินสภาพการณ์ปัจจุบัน

ของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้านที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของบริษัทที่อยู่ในพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจ อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจนั้นๆ โดยรวมในท้ายที่สุดว่าสภาวการณ์เหล่านั้นมีลักษณะที่จะเป็นการเอื้อหรือจะเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภาพของธุรกิจในพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจนั้นๆ หรือไม่ อย่างไร และมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐที่จะมีผลต่อปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทั้ง 4 ด้านนั้นด้วย ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย 1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions) ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากร ธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แหล่งเงินทุนที่จะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท 2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ได้แก่ ทัศนคติและรสนิยมของผู้บริโภค ระดับความพึงพอใจและความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการของบริษัท ลักษณะและโครงสร้างการแบ่งส่วนการตลาดสำหรับสินค้าและบริการของบริษัท ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละส่วนการตลาดเป็นที่คาดเดาได้ในระดับใด 3) บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context) ได้แก่ ลักษณะและบรรยากาศของการแข่งขันทางธุรกิจ กลไกการตลาด ฯลฯ ที่จะมีการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท และ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) ได้แก่ การมีอยู่ของกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันในสายของห่วงโซ่อุปทานมีความครบถ้วนมากน้อยเพียงใด และมีระดับของความสัมพันธ์ร่วมมือระหว่างกันเพียงใด เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ระหว่างกัน วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลาดร่วมกันและมีปัจจัยภายนอกเพิ่มเติมอีก 2 ปัจจัย คือ การเปลี่ยนแปลงในอนาคต และกฎระเบียบและนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลักทั้งสี่ด้าน ดังภาพที่ 2.4



รูปภาพ 2.4 ตัวแบบ Deamond model

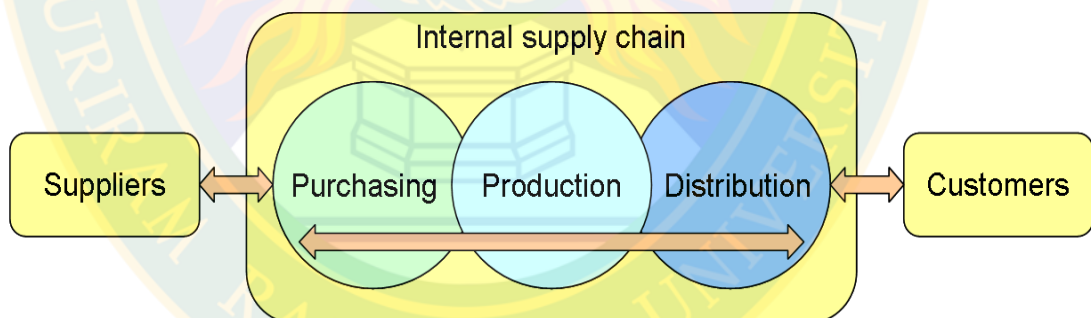
ที่มา : Michael E. Porter (1990)

ดังนั้นองค์ประกอบของคลัสเตอร์ โดยการที่จะให้คลัสเตอร์แต่ละกลุ่มสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง 4 องค์ประกอบ ดังนี้คือ 1) ภาคเอกชน : ประกอบไปด้วยสมาชิกซึ่งดำเนินธุรกิจอันเป็นแกนหลักของคลัสเตอร์นั้น และมีความร่วมมือจากธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ 2) สถาบันการเงิน : เพื่อเป็นพื้นฐานด้านทรัพยากรทุน 3) สถาบันการศึกษา องค์กรผู้ให้บริการ และสถาบันวิจัยและพัฒนา : เพื่อการพัฒนาและเสริมสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์และนวัตกรรมของอุตสาหกรรม และ 4) ภาครัฐบาล : ให้การสนับสนุนและร่วมมือผ่านทาง นโยบาย/มาตรการ/กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

วรรณกรรมแนวคิดห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย คือ

Chen/Paulraj (2004) กล่าวถึง ห่วงโซ่อุปทาน หรือ ห่วงโซ่อุปทานหรือเครือข่ายลอจิสติกส์ คือ การใช้ระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสารและทรัพยากร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ จากผู้จัดหาไปยังลูกค้า กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทาน จะแปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบและวัสดุอื่นๆ ให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จแล้วส่ง ไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย (ผู้บริโภคร หรือ End Customer) ในเชิงปรัชญาของห่วงโซ่อุปทานนั้น วัสดุที่ถูกใช้แล้ว อาจจะถูกนำกลับมาใช้ใหม่ที่จุดไหนของห่วงโซ่อุปทานก็ได้ ถ้าวัสดุนั้นเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recyclable Materials) ห่วงโซ่อุปทานมีความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่า



รูปภาพ 2.5 ห่วงโซ่อุปทานในบริษัท โดนลูกศรแสดงถึงการจัดการผู้จัดหาสัมพันธ์

การจัดการห่วงโซ่อุปทานภายในและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ที่มา : cf. Chen/Paulraj (2004)

การเรียงลำดับส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทาน คือ 1) ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ/ส่วนประกอบ (Raw Material/ component suppliers) 2) ผู้ผลิต (Manufacturers) 3) ผู้ค้าส่ง/ผู้กระจายสินค้า (Wholesalers/

distributors) 4) ผู้ค้าปลีก (Retailers) และ 5) ผู้บริโภค (Customer) แต่อย่างไรก็ตาม ในห่วงโซ่อุปทานของแต่ละบริษัท ไม่จำเป็นต้องมีส่วนประกอบเหล่านี้ทุกตัวก็ได้ ตัวอย่างเช่น เผล็คคอมพิวเตอร์ที่ถูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ของบริษัทซึ่งเป็นผู้ผลิต จะผลิตและจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าโดยตรงเลย โดยไม่ผ่านมือผู้ค้าส่ง/ผู้กระจายสินค้า หรือผู้ค้าปลีกเลย

ในช่วงปี 1980 คำว่า "การจัดการห่วงโซ่อุปทาน" ถูกสร้างและพัฒนาขึ้น เพื่อสนองต่อความต้องการในการสนธิกระบวนการหลักทางธุรกิจเข้าด้วยกัน จากผู้บริโภครายสุดท้าย ย้อนไปจนถึงผู้จัดหาต้นน้ำ (ผู้จัดหาทรายแรกสุด) จากผู้จัดหาต้นน้ำ ที่จัดหาสินค้า บริการและข้อมูลมาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในบริษัท แนวคิดพื้นฐานของการจัดการห่วงโซ่อุปทานคือ การที่บริษัททั้งหลายในห่วงโซ่อุปทานเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน โดยคำนึงถึงความผันผวนของตลาดและกำลังการผลิต ซึ่งเป้าหมายพื้นฐานของการจัดการห่วงโซ่อุปทานคือ การเติมเต็มความต้องการของลูกค้าโดยใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งรวมไปถึงกำลังในการกระจายสินค้า วัสดุคงคลังและแรงงาน โดยทฤษฎีห่วงโซ่อุปทานมีความมุ่งหมายที่จะสนองความต้องการของตลาด และใช้วัสดุคงคลังให้น้อยที่สุด ส่วนประกอบของการสร้างจุดศูนย์กลางของห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย 1) การร่วมมือระหว่างบริษัท เพื่อกำจัดคอขวด 2) การจัดหาเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างจุดสมดุลระหว่างราคาวัสดุต่ำสุดกับการขนส่ง 3) การนำเทคนิค Just in Time เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อทำให้เกิดจุดศูนย์กลางของการผลิต 4) การรักษาจุดเหมาะสมในการตั้งโรงงานและคลังวัสดุ เพื่อการบริการลูกค้า การใช้การวางตำแหน่งทางธุรกิจและการวิเคราะห์เส้นทางการขนส่ง (Dynamic programming) และ 5) การสร้างคุณภาพในระบบลอจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของฝั่งจุดจ่าย

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2550) กล่าวถึง ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เป็นการเชื่อมต่อของหน่วยหรือจุดต่างๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่เริ่มต้นจากวัตถุดิบไปยังจุดสุดท้ายคือลูกค้า โดยทั่วไปแล้วห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วย 1) ผู้ส่งมอบ (Suppliers) เป็นผู้ที่ส่งวัตถุดิบให้กับโรงงานหรือหน่วยบริการ เช่น เกษตรกรที่ปลูกมันสำปะหลังหรือปาล์ม โดยที่เกษตรกรเหล่านี้จะนำหัวมัน ไปส่งโรงงานทำแป้งมันหรือโรงงานทำกลูโคสหรือนำผลปาล์มไปส่งที่โรงงานผลิตน้ำมันปาล์ม เป็นต้น 2) โรงงานผู้ผลิต (Manufacturers) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรสภาพวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้ส่งมอบให้มีคุณค่าสูงขึ้น 3) ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centers) เป็นจุดที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ศูนย์กระจายสินค้าหนึ่งๆ อาจจะมีสินค้าที่มาจากหลายโรงงานการผลิต เช่น ศูนย์กระจายสินค้าของซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ จะมีสินค้ามาจากโรงงานที่ต่างๆกัน เช่น โรงงานผลิตยาสระผม โรงฆ่าสัตว์ เบเกอรี่ เป็นต้น และ 4) ร้านค้าย่อยและลูกค้าหรือผู้บริโภค (Retailers or Customers) เป็นจุดปลายทางสุดท้ายของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็น

จุดที่สินค้าหรือบริการต่างๆ จะต้องถูกใช้จนหมดมูลค่าและโดยที่ไม่มีเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้นๆ

โดยความสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน คือ สินค้าหรือบริการต่างๆ ที่ผลิตออกสู่ตลาดจะต้องผ่านทุกจุดหรือหน่วยต่างๆ ตลอดทั้งสายของห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้นคุณภาพของสินค้าและบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับทุกหน่วยมิใช่หน่วยใดหน่วยหนึ่ง โดยเฉพาะด้วยเหตุผลนี้เองจึงทำให้มีแนวความคิดในการบูรณาการทุกๆ หน่วยเพื่อให้การผลิตสินค้าหรือบริการเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งกิจกรรมหลักในห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ 1) การจัดหา (Procurement) เป็นการจัดหาวัตถุดิบหรือวัสดุที่ป้อนเข้าไปยังจุดต่างๆ ในสายของห่วงโซ่อุปทาน จากตัวอย่างข้างต้น หากโรงงานได้ผลปาล์มที่มีคุณภาพต่ำ ถึงแม้ว่าจะมีเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย ก็จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและต้นทุน ฉะนั้นการจัดหาถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและต้นทุนการผลิต 2) การขนส่ง (Transportation) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าของสินค้าในแง่ของการย้ายสถานที่ หากน้ำมันปาล์มประกอบอาหารถูกขายอยู่ที่หน้าโรงงานผลิตอาจจะไม่มีลูกค้ามาซื้อเลยก็ได้ อีกประการหนึ่งก็คือ หากการขนส่งไม่ดี สินค้าอาจจะได้รับความเสียหายระหว่างทางจะเห็นว่าการขนส่งก็มีผลต่อต้นทุนโดยตรง 3) การจัดเก็บ (Warehousing) เป็นกิจกรรมที่มีได้เพิ่มคุณค่าให้กับตัวสินค้าเลย แต่ก็เป็นกิจกรรมที่ต้องมีเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่ไม่คงที่ รวมทั้งประโยชน์ในด้านของการประหยัดเมื่อมีการผลิตของจำนวนมากในแต่ละครั้งหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีปริมาณวัตถุดิบที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและสภาพลม ฟ้า อากาศ 4) การกระจายสินค้า (Distribution) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าจากจุดจัดเก็บส่งต่อไปยังร้านค้าปลีกหรือซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

2.1.5 แนวคิดการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT ANALYSIS)

วรรณกรรมแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบด้วย คือ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2546) กล่าวถึง การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์ โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอกองค์กร ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) เป็นจุดที่องค์กรมีความชำนาญเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น ซึ่งเป็นความแข็งแกร่งจากสิ่งแวดล้อมภายใน เช่น ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการผลิต การบริหารงาน เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น ให้มีประสิทธิภาพ ความชำนาญ เพื่อให้มีความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค 2) จุดอ่อน (Weaknesses) เป็นจุดที่องค์กรขาดหรือมีน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นซึ่งเป็นปัญหาจากสิ่งแวดล้อมภายในซึ่งจะต้องแก้ปัญหาเหล่านั้นๆ เช่น การขาดประสิทธิภาพ ขาดความเข้าใจผู้บริโภค 3) การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) เป็นข้อ

ได้เปรียบที่มาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งจะสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมขณะนั้น เช่น จุดอ่อนของกลุ่มแข่งภาวะการแข่งขัน ตลาด ลูกค้า เป็นต้น และ4) การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) เป็นอุปสรรคที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องและแก้ปัญหาต่างๆ โดยการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อให้รู้ตนเอง (ผู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (ผู้เขา) ชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ ในด้านจุดแข็งและจุดอ่อนบนความสามารถด้านต่างๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กร ตลอดจนมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป ซึ่งขั้นตอนและวิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis โดยมีขั้นตอนคือ 1) การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุกๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือ ระบบข้อมูลเพื่อทำงานและทรัพยากรในการบริหารคน เงิน วัสดุ การจัดการ รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้าน โครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการมาขององค์กร เพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย โดยประกอบด้วย 1.1) จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรและ1.2) จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร 2) การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก โดยภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราผู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรีและสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เป็นกรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย 2.1) โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities)

เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาคและองค์กรสามารถฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้และ2.2) อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้ 3) ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง-จุดอ่อน และ โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้วให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้ องค์กร จะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบคือ 3.1) สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส SO STRATEGIES) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้นผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive - Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่ 3.2) สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค WO STRATEGIES) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์ การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนจหนามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด 3.3) สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส ST STRATEGIES) สถานการณ์นี้องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้น ทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-Oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่างๆ ให้ พร้อมทั้งจะฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดให้ และ3.4) สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค WT STRATEGIES) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้นแทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่นๆ แทน

Scenario Driven ↓	Strengths, Resources Competencies	Weaknesses
Opportunities	SO strategies	WO
Threats	ST	WT

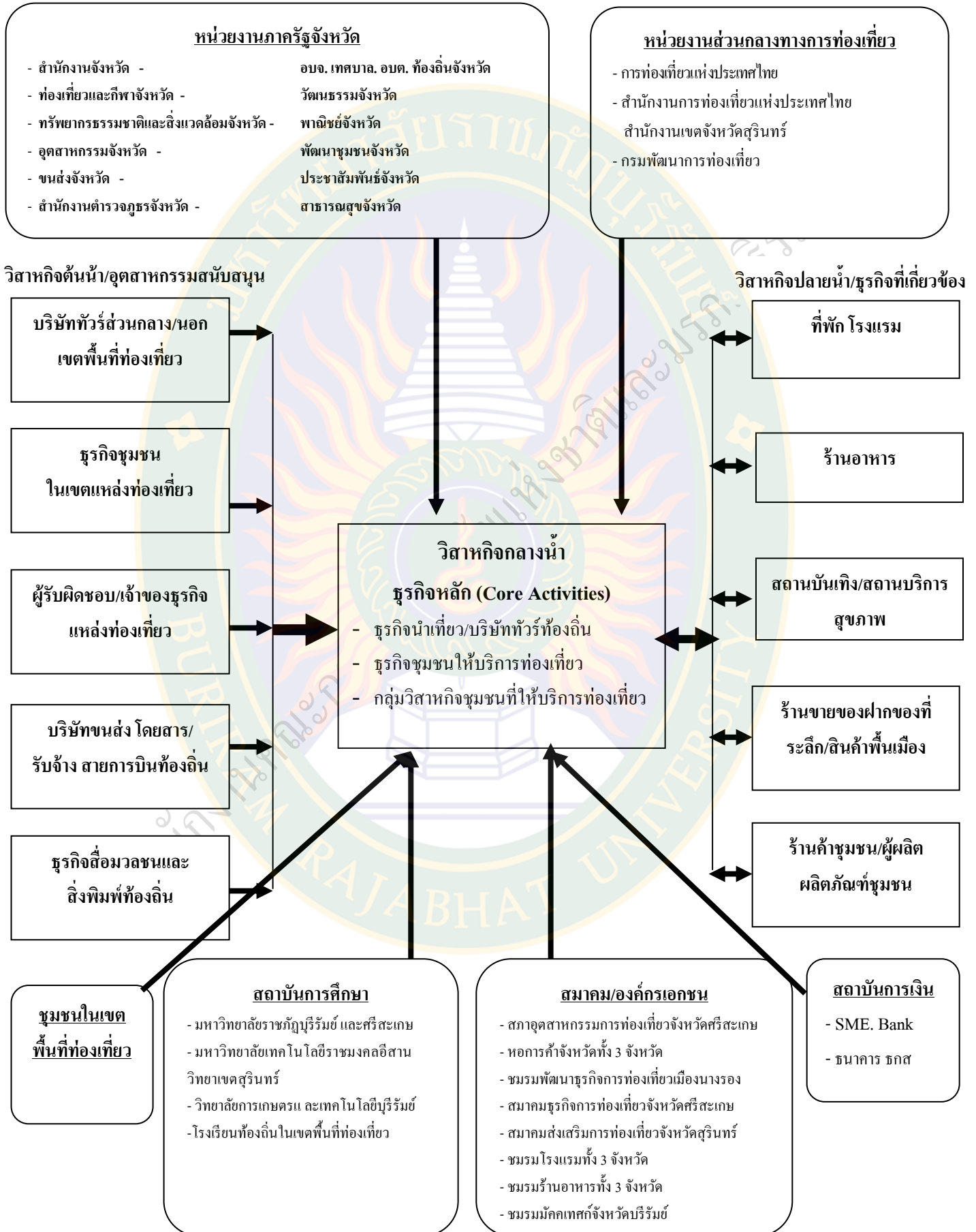
รูปภาพ 2.6 การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยเทคนิค TOWS MATRIX

ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2546)

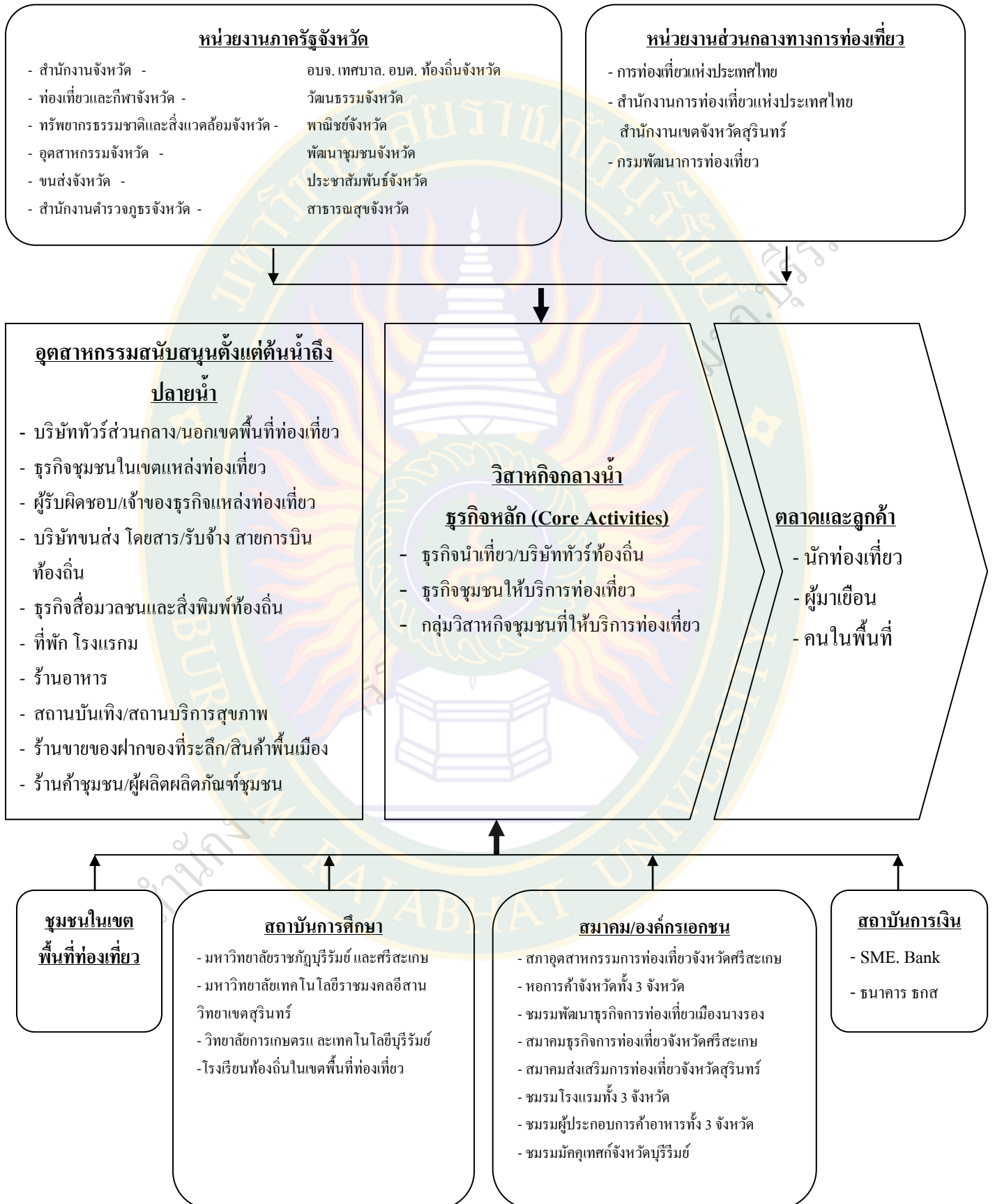
ดังนั้นจึงสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ว่า การวิเคราะห์ SWOT แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ปัจจัยภายในองค์กร โดยการวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) เป็นการมองภาพของกิจการด้วยสายตาที่เป็นกลาง เพื่อค้นหาปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบ หรือเสียเปรียบในการแข่งขัน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง หลังจากการวิเคราะห์แล้วสามารถปรับปรุงแก้ไขด้วยการเสริมจุดแข็งให้โดดเด่นขึ้นหรือลดจุดอ่อนดังกล่าวได้ เพราะเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ ซึ่งมีการวิเคราะห์จะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน 2) ปัจจัยภายนอกองค์กร โดยการวิเคราะห์หาโอกาส (Opportunities) ที่จะเสริมหรือสนับสนุนให้กิจการเติบโตได้ดีในอนาคต และค้นหาอุปสรรค (Threats) ที่จะทำให้กิจการไม่รุ่งเรืองหรือเติบโตช้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้องค์กรไม่สามารถควบคุมได้และระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม 4 รูปแบบ คือ 1) SO STRATEGIES การนำข้อได้เปรียบของจุดแข็งภายในและโอกาสภายนอกมาใช้หรือใช้ประโยชน์จากโอกาสโดยอาศัยจุดแข็งภายในองค์กร 2) WO STRATEGIES การแก้ไขจุดอ่อนภายในโดยพิจารณาจากโอกาสภายนอกที่เป็นผลดีต่อองค์กรหรือลบสิ่งข้อจำกัดโดยอาศัยโอกาสที่เกิดขึ้น 3) ST STRATEGIES การแก้ไขหรือลดอุปสรรค ภายนอกโดยนำจุดแข็งภายในมาใช้ หรือหลีกเลี่ยงข้อจำกัดโดยอาศัยจุดแข็ง 4) WT STRATEGIES การแก้ไขหรือลดความเสี่ยงของธุรกิจอันเกิดจากจุดอ่อนภายในองค์กรและอุปสรรคภายนอก หรือลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงข้อจำกัด

2.3 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

รูปภาพ 2.7 แผนภาพการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม



รูปภาพ 2.8 แผนภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (Cluster Tourism map)



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยในแผนวิจัยและโครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ตลอดจนกรอบขั้นตอนการดำเนินการของแผนบริหารงานวิจัย ดังนี้

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้นำและตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) โรงแรม ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านค้าชุมชน สมาคมชมรมธุรกิจการท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรมและมัคคุเทศก์ ตัวแทนสถาบันการศึกษา สื่อมวลชน ประชาสัมพันธ์จังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด เกษตรจังหวัด สำนักงานศิลปากร หอการค้า สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวแทนชุมชนพื้นที่เขตแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิแยกตามรายจังหวัดและสุ่มแบบเจาะจงจากวิสาหกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สมัครใจและให้ความร่วมมือการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมประมาณ 3 เครือข่ายรายจังหวัด และ 1 เครือข่าย 3 จังหวัด แต่ละเครือข่ายจะมีทุกภาคส่วนอย่างน้อยประมาณ 30-40 หน่วยงานเป็นอย่างน้อย

3.1.2 เครื่องมือการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

โดยการกำหนดประเด็นการศึกษาและออกแบบเครื่องมือการวิจัย ตลอดจนการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัย สามารถแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้

1. การศึกษาศักยภาพ ปัญหา ความต้องการของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ เช่น เอกสารวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูลเว็บไซต์ จากการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ ชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองนางรอง ชมรมธุรกิจการท่องเที่ยว โนนดินแดงและตามศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เป็นต้น และยังได้รับข้อมูลจากเอกสารหลักฐานการจัดตั้งกลุ่ม รายละเอียดการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด

- **แบบคำถามการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง การสัมภาษณ์และFocus group**

ผู้นำและตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยว สมาคมและชมรมธุรกิจการท่องเที่ยว หน่วยงานทางการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ การท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น รวมทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ

และจากการตอบแบบสัมภาษณ์นางสาวบุญญาฯ วรรณยิ่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายธิตพงษ์ พิรุณ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ นางสาวผาสุข จรัสวรพันธ์ ประธานชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองนางรอง และนายวิชา ฤทธิเดช ที่ปรึกษาชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองนางรอง นายอนุภรณ์ รัตนศิริวิมล ประธานชมรมร้านอาหารจังหวัดบุรีรัมย์ และนายสนิท แสนรัมย์ ประธานมัคคุเทศก์จังหวัดบุรีรัมย์ นายไพฑูรย์ ศิริบุรินทร์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ นายอุดร ปัทอง นักวิชาการอิสระและรองประธานสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ นางสาวขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง เลขานุการและกรรมการสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล ประธานชมรมผู้ประกอบการค้าอาหารจังหวัดสุรินทร์ นายศรีภูวงค์ จันทร์ชมภู ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ นางกัลยาณีย์ ธรรมจารีย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ และสรุปข้อมูลจากแบบสอบถามตามเครื่องมือวิจัย ชุดที่ 1 แบบสำรวจความคิดเห็นและการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษและ เครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ แนวคำถามการสนทนากลุ่มและประชุมเพื่อศึกษาศักยภาพ ปัญหา ความต้องการของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ ตลอดจนการสนทนากลุ่มตัวแทน (รายละเอียดดังเอกสารภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย)

- **จัดการประชุมสัมมนาโครงการการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ (กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ) ระยะที่ 1 การประชุมสัมมนาเปิดตัวและแนะนำโครงการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว** ในวันพุธที่ 9 ธันวาคม 2552 ณ ห้องประชุมสุพรรณนิการ์ ชั้น 2 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 15 ชั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งนี้ได้ร่วมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 นางอุไรวรรณ จันทราช ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 ซึ่งเป็นที่ปรึกษาแผนงานวิจัยและที่ปรึกษาเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรินทร์ (ที่แผนงานวิจัยได้จัดตั้งขึ้น) โดยผ่านการสนับสนุนฝ่ายงาน Cluster คือ คุณ เสกสรรค์ น้ำแก้ว ดำเนินการบรรยายเรื่อง “การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยกลยุทธ์การรวมกลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอม (จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัด

สุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ)” และการสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและตอบสนองภารกิจงานด้านการพัฒนาเครือข่าย Cluster ของศูนย์ฯ และยังได้รับความอนุเคราะห์จาก นายอดิศักดิ์ คันธกุลคุษฎีและนางขวัญทิวิ ไทยยิ่ง นายกและเลขานุการสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ อีกทั้งคุณผาสุข จรัสบรรพพันธ์ และเลขานุการชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว นางรอง ร่วมเสวนา “การรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ให้อะไรกับผู้ประกอบการ” และ“กรณีศึกษา ความสำเร็จในการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์” โดยทั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมประชุมที่ได้มีการเรียนเชิญเข้าร่วม ประชุมและเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมตามความสมัครใจ และความร่วมมือทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ กลุ่มตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) โรงแรม ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านค้าชุมชน สมาคมและชมรมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคม และชมรมร้านอาหาร ชมรมโรงแรมและมัคคุเทศก์ ตัวแทนสถาบันการศึกษา สื่อมวลชน ประชาสัมพันธ์จังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด เกษตรจังหวัด สำนักงานศิลปากร หอการค้า สภาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด องค์การบริหาร ส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและตัวแทนชุมชนพื้นที่เขตแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น รวมประมาณ 40-50 หน่วยงาน

2. การจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายและการกำหนดแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ โดยเป็นระยะเริ่มต้นในการพัฒนา ซึ่งจะมีการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ มีกิจกรรมสัมพันธ์ เน้นสร้างความตระหนักในการรวมกลุ่มและมุ่งให้มีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีคณะกรรมการในการบริหารของกลุ่ม การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนแม่บทและแผนปฏิบัติการ และเริ่มดำเนินกิจกรรมด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว เสริมสร้างทักษะความรู้ความชำนาญตามที่กลุ่มต้องการ รวมไปถึงการศึกษาดูงานกับชมรม สมาคมในพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด และคลัสเตอร์การท่องเที่ยวล้านนาจังหวัดลำปางร่วมกัน โดยระยะเวลาดำเนินงานจะอยู่ในช่วงแรกของการพัฒนาการรวมกลุ่ม เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.1 การสรุปความต้องการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายระยะที่ 1 การกระตุ้นจิตสำนึกให้เกิดการรวมกลุ่ม (Promotion and Mobilization) ด้วยวิธีการจากการตอบรับและการเข้าร่วมในการจัดประชุมระยะที่ 1 การประชุมสัมมนาเปิดตัวและแนะนำโครงการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว และมีการสำรวจการเข้าร่วมประชุม โดยการส่งแบบตอบรับพร้อมโครงการเชิญชวนวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตามกลุ่มตัวอย่างที่คาดหมายไว้เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม เป็นรายกลุ่มจังหวัดทั้ง 3 จังหวัด และเป็นกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

การท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดด้วยอีกครั้ง ด้วยเครื่องมือวิจัยชุดที่ 1 แบบสำรวจศักยภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ และเครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ แนวคำถาม การสนทนากลุ่มและประชุมเพื่อศึกษาศักยภาพ ปัญหา ความต้องการของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ (รายละเอียดเอกสารภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย)

จากนั้นนำผลการตอบรับและความต้องการมาวิเคราะห์ผลเชิงพรรณนาความ เพื่อสรุปจำนวนสมาชิกเครือข่ายรายจังหวัด และรวมทั้ง 3 จังหวัดเพื่อดำเนินการขออนุมัติการจัดตั้งอย่างเป็นทางการกับหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งก่อให้เกิดการเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน



รูปภาพ 3.1 การบรรยายจากคุณเสกสรรค์ น้ำแก้ว หัวหน้ากลุ่มงาน SME โครงการ Cluster ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 ในงานระยะที่ 1 การประชุมสัมมนาเปิดตัวและแนะนำโครงการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว วันพุธที่ 9 ธันวาคม 2552 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



รูปภาพ 3.2 การเสวนาระหว่างประธาน ตัวแทนและสมาชิกที่มีความสนใจและสมัครเข้าร่วม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวฯ ในงานระยะที่ 1 การประชุมสัมมนาเปิดตัวและแนะนำโครงการ
กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว วันพุธที่ 9 ธันวาคม 2552 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

2.2 การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม เป็นรายจังหวัดและทั้ง 3 จังหวัดร่วมกัน จากการจัด
ประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 2 เรื่อง การจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์เครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอม รายจังหวัด ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ
โดยตามเครื่องมือวิจัยชุดที่ 3 การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษากลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขต
จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (รายละเอียดเอกสารภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย) ซึ่งมี
ประเด็นดังนี้

2.2.1 วิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
(Diagnosis) โดยศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มอุตสาหกรรม (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์
สถานการณ์ของคลัสเตอร์เพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกคลัสเตอร์เป็น
สำคัญ

2.2.2 จัดทำยุทธศาสตร์ (Collaborative Strategy) คือ

- **จัดทำแผนแม่บท (Master Plan) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan)** ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ PCM (Project Cycle Management Method) โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) กลยุทธ์ (Strategy) ซึ่งมีความสอดคล้องกันและเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของจังหวัด

- **จัดทำโครงการ (Project)** โดยมีการกำหนดรายละเอียดที่ชัดเจนถึงวัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลลัพธ์ที่ต้องการ ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาและงบประมาณ และมีการวิเคราะห์ผลการศึกษาด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและถอดบทเรียนจากการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการรายจังหวัด

โดยจากการตอบแบบสอบถาม สนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการการประชุมระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์เครือข่ายวิสาหกรรมการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์ วันจันทร์ที่ 22 มีนาคม 2553 ณ สวนอาหารตะวันงาม อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ อีกทั้งจังหวัดศรีสะเกษ ในวันจันทร์ที่ 29 มีนาคม 2553 ณ ห้องประชุมสระกำแพงใหญ่ อาคารศาลากลางจังหวัดศรีสะเกษ นายจำเริญ ทิพญพงศ์ธาดา เป็นประธานประชุมและนำเสนอแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการการท่องเที่ยวของจังหวัด และในวันพฤหัสบดีที่ 8 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดศรีสะเกษ ตลอดจนจังหวัดสุรินทร์ในวันพุธที่ 31 มีนาคม 2553 ณ ห้องประชุมสิริขุมมิ โรงแรมทองธารินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ตามเครื่องมือการวิจัยชุดที่ 3 การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกรรมการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ ภูมิศึกษากลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ของกลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดที่สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องสมัครเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกรรมการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมตามรายจังหวัด โดยได้เสนอข้อเท็จจริงและสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้



รูปภาพ 3.3 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์
วันจันทร์ที่ 22 มีนาคม 2553 ณ สวนอาหารตะวันงาม อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์



รูปภาพ 3.4 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดศรีสะเกษ
วันจันทร์ที่ 29 มีนาคม 2553 ณ ห้องประชุมสระกำแพงใหญ่ อาคารศาลากลางจังหวัดศรีสะเกษ



รูปภาพ 3.5 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะเวลาที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดศรีสะเกษ
โดยท่านรองผู้ว่าราชการจังหวัดศรีสะเกษ นายจำเริญ ทิพญพงศ์ธาดา เป็นประธานประชุม
วันพฤหัสบดีที่ 8 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดศรีสะเกษ



รูปภาพ 3.6 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะเวลาที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดสุรินทร์
วันพุธที่ 31 มีนาคม 2553 ณ ห้องประชุมสิริขภูมิ โรงแรมทองธารินทร์ จังหวัดสุรินทร์

2.3 การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายและแนวทางบริหารงานกลุ่มเครือข่ายกำหนดแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ ทั้ง 3 จังหวัด และการนำไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) ด้วยวิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 3 การสร้างทีมงานและการสรุปผลการดำเนินงานการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 4 เรื่อง การสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) ตามเครื่องมือชุดที่ 3 การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษาเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เครื่องมือชุดที่ 6 แบบประชุมกลุ่ม แนวทาง การดำเนินงานสู่ผลความสำเร็จ และการบูรณาการของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ (รายละเอียดเอกสารภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย)ซึ่งแนวทางการศึกษาดังนี้

- **นำโครงการนำร่อง (Pilot Project) มาปฏิบัติจริงให้เห็นผล** โดยเลือกจากโครงการที่มีความสำคัญเร่งด่วน โครงการที่มีความเหมาะสมกับสถานการณ์และโครงการที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกในกลุ่มได้มากที่สุด ซึ่งโครงการนำร่องของการศึกษานี้มี 2 เรื่อง คือ 1) โครงการพัฒนาความร่วมมือและศักยภาพการบริหารจัดการคลัสเตอร์ระหว่างคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวล้านนาจังหวัดลำปางและ2) โครงการจัดสร้างเว็บไซต์ E-Marketing คลัสเตอร์ศรีบุรีรัมย์

- **ประเมินผลการดำเนินงานเพื่อนำมาเป็นบทเรียน (Lesson Learn)** ในการพัฒนากลุ่มต่อไป

และโดยจากการสัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถาม สนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการการประชุมระยะที่ 3 เรื่อง การสร้างทีมงานและสรุปผลการดำเนินงานการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ในวันที่ 21 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมพุทธรักษา ชั้น 3 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 15 ชั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ และระยะที่ 4 เรื่อง การสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันอังคารที่ 1 มิถุนายน 2553 ณ ห้องประชุม นิคมสร้างตนเองเถิงใหม่จังหวัดสุรินทร์ ในพระบรมราชานุเคราะห์ ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 67 อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์



รูปภาพ 3.7 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระยะที่ 3 การสร้างทีมงานและการสรุปผล
การดำเนินงานการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัด
สุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ วันพุธที่ 21 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมพุทธรักษา ชั้น 3
อาคารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



รูปภาพ 3.8 ระยะที่ 4 เรื่อง การสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
(กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์) วันอังคารที่ 1 มิถุนายน 2553
ณ ห้องประชุม นิคมสร้างตนเองเลี้ยงไหมจังหวัดสุรินทร์ ในพระบรมราชานุเคราะห์
ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 67 อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์

ตามเครื่องมือชุดที่ 4 แบบสอบถามวิสาหกิจการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ของกลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดที่สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องสมัครเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์

และด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 5 เรื่อง การจัดทำแผน โครงการและดำเนินการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์) วันพฤหัสบดีที่ 10 มิถุนายน 2553 ณ ห้องประชุมสระกำแพงใหญ่ ศาลากลางจังหวัดศรีสะเกษ ประชุม “การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการแผนงานและโครงการ MOU กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์) ร่วมกับ คลัสเตอร์ล้านนาจังหวัดลำปาง” และระยะที่ 6 เรื่องการเชื่อมโยงกับคลัสเตอร์ทางการท่องเที่ยวพันธมิตรเครือข่ายการท่องเที่ยวของคลัสเตอร์ศรีบุรีรินทร์ ในการประชุม “การกำหนดการต้อนรับโครงการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวของท่านผู้ว่าราชการจังหวัดลำปางและคลัสเตอร์การท่องเที่ยวล้านนาจังหวัดลำปาง (ผู้ว่าพายนรอรยอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์) ในวันที่ 23 สิงหาคม 2553 ณ ห้องประชุม โรงแรมเพชรเกษมการ์เด้น จังหวัดสุรินทร์

อีกทั้งใช้เครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 5 แบบประเมินความเข้มแข็งและโอกาสทางการตลาด/ระดับการพัฒนาของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ และเครื่องมือชุดที่ 6 แนวทางการดำเนินงานสู่ผลความสำเร็จ และการบูรณาการของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ (คลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์) และสังเคราะห์จากผลการสนทนาและการประชุมเวทีเชิงปฏิบัติการของกลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องสมัครเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดบุรีรัมย์ และคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์ (รวมทั้ง 3 จังหวัด) (รายละเอียดดังเอกสารภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย)

ตลอดจนใช้เครื่องมือชุดที่ 6 แนวทางการดำเนินงานสู่ผลความสำเร็จ และการบูรณาการของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ (คลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์) และสังเคราะห์จากผลการสนทนาและการประชุมเวทีเชิงปฏิบัติการของกลุ่มตัวแทนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้อง

สมัครเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษหรือคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมศรีบูรินทร์

3.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงคุณภาพ โดยการถอดคำสัมภาษณ์ และ Focus group และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา อีกทั้งถอดบทเรียนการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อหาคำตอบด้านศักยภาพ ปัญหาและความต้องการของการรวมกลุ่มเครือข่าย การจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์เครือข่าย และการสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ เขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

3.2 แผนการดำเนินการ

แผนงานวิจัยนี้มีการวางแผนและดำเนินการ ดังนี้

3.2.1 แผนการบริหารแผนงานวิจัยและดำเนินงาน มีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

ระยะที่ 1 การประชุมหารือและชี้แจงแผนดำเนินการและดำเนินงานวิจัยโครงการย่อย โดยการจัดการประชุมชี้แจงโครงการและแผนการดำเนินงานแก่หัวหน้าและนักวิจัยโครงการย่อย ทั้ง 3 โครงการ พร้อมตัวแทนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดตั้งกลุ่มฯ ในระหว่างเดือนที่ 1 ของการอนุมัติโครงการ

ระยะที่ 2 การดำเนินการศึกษาวิจัยโครงการย่อยระยะที่ 1 ในระยะเวลาระหว่างเดือนที่ 2 -3 เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ของโครงการให้แล้วเสร็จในระดับ 50%

โดยมีการกำหนดแผนการบริหารและดำเนินงาน โครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ ซึ่งมีการกำหนดแผนการบริหารและดำเนินการ ดังนี้

1. การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลและการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บทและแผนปฏิบัติการ ซึ่งขั้นตอนและประเด็นการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทและศักยภาพ ตลอดจนปัญหาทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ โดยเน้นรายละเอียดของจังหวัดเป็นหลัก ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกของฝาก เป็นต้น

2. ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ หน่วยงานการท่องเที่ยวท้องถิ่น และหน่วยงานท้องถิ่น

3. ด้านศักยภาพด้านการรวมกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบันของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ ในด้านผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยว

โดยสำรวจและรวบรวมข้อมูลลักษณะทรัพยากรด้านต่างๆ ที่จะประเมินความเป็นไปได้ในการจัดการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ที่มีอยู่ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตจากทั้งภาคชุมชน ภาคเอกชนและภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจและศึกษาความต้องการ ตลอดจนความเป็นไปได้ในการสร้างและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ โดยการวิเคราะห์ SWOT คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ประเมินสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ ภาครัฐ ภาคราชการ ภาคเอกชนและภาครัฐที่จะจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อหาประเด็นที่ยืนยันผลการศึกษา เช่น การสัมมนา การระดมสมองจากผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งหมดจากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ หรือกิจกรรมในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งประเมินความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวกับชุมชนและอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาการกระจุกตัวทางภูมิศาสตร์ หรือการรวมกลุ่มในรูปแบบอื่นๆ

2. การจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายต้นแบบ วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มและการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ โดยการจัดสัมมนาและการประชุมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนและกิจกรรมการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 3 การจัดการสัมมนาเปิดตัวและแนะนำโครงการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการรวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนากลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว (Cluster) เกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายทางธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 4 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Process Communication Model : PCM Workshop) เพื่อร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวและขีดความสามารถและสมรรถนะของเครือข่ายการท่องเที่ยวและปัญหาที่ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ด้วยเทคนิควิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) เทคนิค TOWS Matrix และเทคนิคห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 5 การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการการสร้างทีมงาน (Team-building) ในรูปแบบคณะกรรมการเครือข่ายวิสาหกิจ จากผู้ประกอบการและตัวแทนทุกภาคส่วนสมัครใจเข้าร่วมโครงการ เพื่อสร้างความคุ้นเคย ความสามัคคี ความไว้วางใจซึ่งกันและกันและผู้มีส่วนได้เสียใน

การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันเป็นทีมรวมทั้งการกำหนดโครงสร้างบทบาทของกลุ่มให้เป็นระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการประสานงานกลุ่ม โดยตั้งคณะกรรมการชุดต่างๆ และกำหนด ตำแหน่งงานสำคัญๆ ในการบริหารกลุ่มพันธมิตรเครือข่าย รวมทั้งจัดให้มีผู้ประสานงานกลุ่มด้วย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

ขั้นตอนที่ 6 การจัดประชุมกลุ่มสมาชิกเครือข่าย เพื่อร่วมกันพิจารณาโดยการกำหนดทิศทาง เป้าหมายและกลยุทธ์ รวมทั้งแผนปฏิบัติการ โครงการและกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มเครือข่าย และจัดลำดับความสำคัญของโครงการ กิจกรรม โดยใช้หลักเกณฑ์คือ กิจกรรมซึ่งมีความจำเป็นเร่งด่วน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเห็นผลเป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 7 การจัดสัมมนาสรุปผลการดำเนินงานในระยะที่ 1 โดยจัดทำเป็นแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการและขอความเห็นที่ประชุม

ระยะที่ 3 การดำเนินการศึกษาวิจัยโครงการย่อยช่วงระยะที่ 2 ในระยะเวลาระหว่างเดือนที่ 5 – 9 เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ของโครงการให้แล้วเสร็จในระดับ 80% ซึ่งมีการกำหนดแผนการบริหารและดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 8 การประชุมบูรณาการและเชื่อมโยงโครงการ โดยมีการจัดประชุมหัวหน้าโครงการวิจัย นักวิจัยโครงการ และตัวแทนกลุ่มเครือข่ายที่ดำเนินการหารือและกำหนดรายละเอียดของการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด ให้ได้แผนแม่บทแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรม ในระยะเวลาระหว่างเดือน 10 เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 5

ขั้นตอนที่ 9 ศึกษารวบรวมข้อมูลที่จำเป็นและจัดทำรายละเอียดของการปฏิบัติการโครงการนำร่อง รวมถึงการให้คำปรึกษาแนะนำแก่วิสาหกิจ ในระหว่างการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อให้การพัฒนากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (Cluster) บรรลุวัตถุประสงค์และแผนงานที่กำหนดไว้ตามโครงการนำร่อง

ขั้นตอนที่ 10 การคัดเลือกโครงการนำร่องมาปฏิบัติจริง โดยการนำโครงการนำร่อง (โครงการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว) มาดำเนินการอย่างน้อย 2 โครงการ ร่วมกับสมาชิกกลุ่มเครือข่าย รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำแก่กลุ่มเพื่อให้สามารถดำเนินงานตามโครงการนำร่องจนประสบผลสำเร็จ ซึ่งขั้นตอนคัดเลือกโครงการนำร่องมาปฏิบัติจริงจะประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้

1. การจัดการสัมมนาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ เพื่อเปิดตัวโครงการนำร่องและสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือในการดำเนินการโครงการนำร่องระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการวิสาหกิจ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนรวมทั้งสถาบันการศึกษาและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง

2. การจัดการประชุมและกำหนดรายละเอียดของแผนการดำเนินงาน

มีกิจกรรมอะไรบ้าง มีแนวทางการดำเนินงานอย่างไรในแต่ละกิจกรรม กำหนดผู้รับผิดชอบ กำหนดงบประมาณที่ต้องใช้ และแหล่งที่สามารถสนับสนุนงบประมาณ ผลที่คาดว่าจะได้รับ ตลอดจนกำหนดรายละเอียดในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

3. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการนำร่องและการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม ด้วยเทคนิค Cluster Map และ Diamond Model ที่ประเมินผลความสำเร็จจากศักยภาพ 2 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้มแข็ง (Cluster Strength) 2) โอกาสทางการตลาด (Market Opportunity) และแยกได้เป็น 4 มุมมอง ได้แก่ 1) การบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ 2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ 3) เงื่อนไขปัจจัยการผลิต และ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 11 การจัดประชุมสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมดของโครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงเครือข่าย โดยมีการแสดงขั้นตอนการดำเนินงาน แผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการที่มีกลยุทธ์และโครงการนำร่อง แสดงผลของการดำเนินงานของโครงการนำร่อง รวมทั้งผลสำเร็จที่ได้รับ ได้แก่ บทเรียนและประสบการณ์ ปัญหาอุปสรรคของความร่วมมือ แนวทางการแก้ไขและข้อเสนอแนะของการดำเนินงานเพื่อพัฒนากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ให้มีความยั่งยืนและต่อเนื่องต่อไป เป็นต้น รวมทั้งมีการจัดทำแบบสอบถาม เพื่อประเมินผลสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนาและหรือ โครงการ

ขั้นตอนที่ 12 การประชุมเพื่อสังเคราะห์และสรุปผลการศึกษา โดยมีการจัดประชุมหัวหน้าโครงการวิจัย นักวิจัยโครงการ และตัวแทนกลุ่มเครือข่ายที่ดำเนินการหารือและกำหนดรายละเอียดของการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด ให้ได้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ทั้ง 5 ข้อของการวิจัย ในระยะเวลาระหว่างเดือน 11

ขั้นตอนที่ 13 การจัดทำรายงานสรุปผลที่ได้รับ และเสนอแนะแนวทางการดำเนินการในอนาคต ในระยะเวลาระหว่างเดือน 12 ด้วยการถอดบทเรียนจากการจัดประชุมและสัมมนาเครือข่าย สังเคราะห์ผลการศึกษาตามกระบวนการสร้างเครือข่ายและทดลองโครงการนำร่อง นำสู่การพรรณนาความสรุปรายงานผลการศึกษา

ระยะที่ 4 การรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์และเผยแพร่งานวิจัย โดยมีการจัดประชุมหัวหน้าโครงการวิจัย นักวิจัยโครงการ และตัวแทนกลุ่มเครือข่ายที่ดำเนินการหารือและกำหนดรายละเอียดของการเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด ส่งรายงานวิจัย

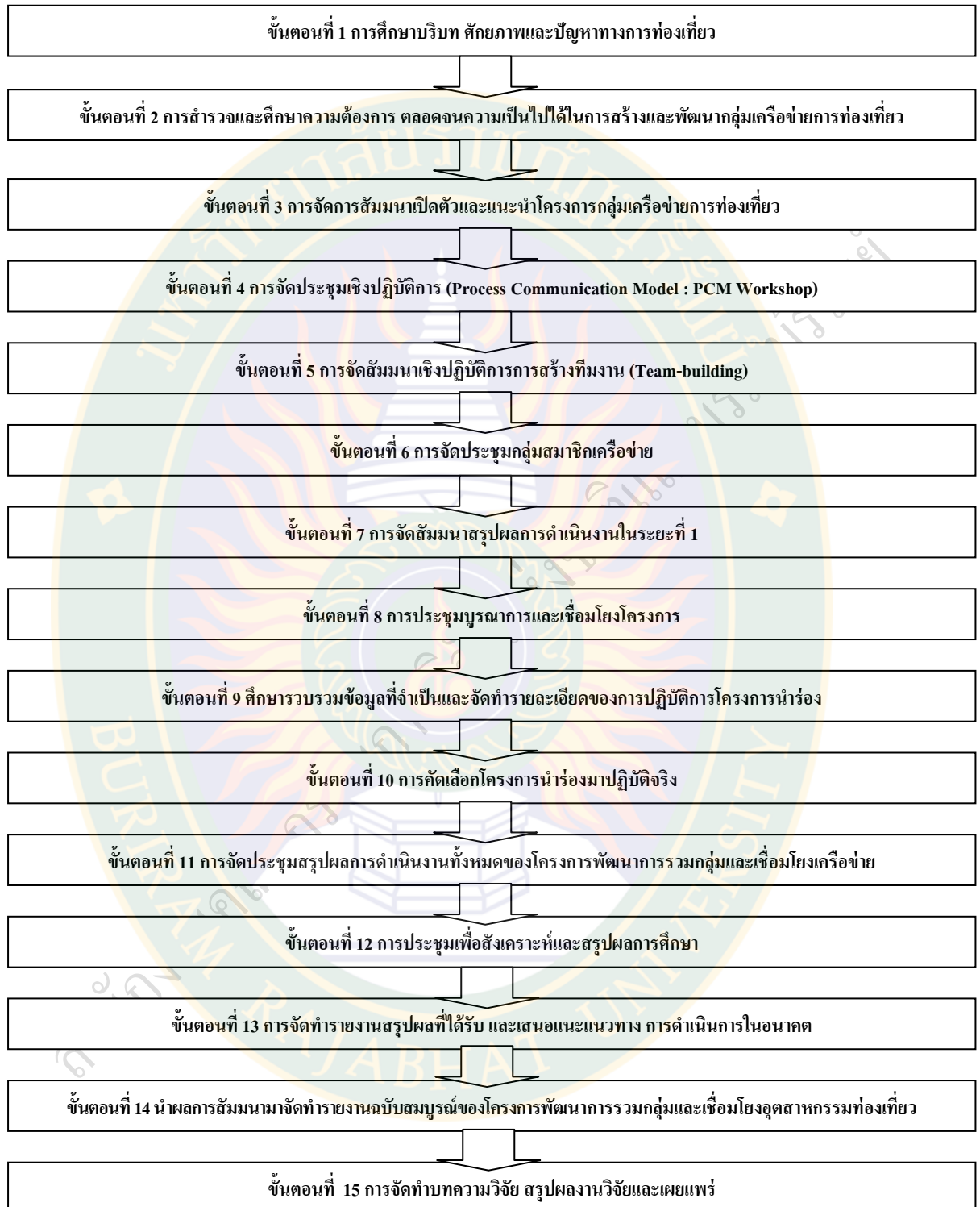
ฉบับสมบูรณ์ที่พร้อมต่อการส่งรายงานให้สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ และพร้อมเผยแพร่ผลงานสู่ชุมชน
ในระยะเวลาเดือนที่ 12

ขั้นตอนที่ 14 นำผลการสัมมนาจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ของโครงการ
พัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์
ความเป็นมาของโครงการ รายละเอียดในการดำเนินงานทุกขั้นตอนและผลลัพธ์ที่ได้รับประสบการณ์
และบทเรียนที่ได้รับ ลักษณะของจุดเด่นและข้อจำกัดของกลุ่ม Cluster รวมทั้งข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน
พัฒนากลุ่มวิสาหกิจให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ขั้นตอนที่ 15 การจัดทำบทความวิจัย สรุปผลงานวิจัยและเผยแพร่ โดย
จัดทำเป็นบทความวิจัย หรือคู่มือ หรือสื่อนำเสนอและเผยแพร่งานประชุมสัมมนาวิชาการทางการวิจัย
ของสถาบันการศึกษา และหน่วยงานทางวิชาการต่างๆ



3.3 กรอบขั้นตอนการดำเนินการแผนบริหารงานวิจัย



รูปภาพ 3.9 แสดงกรอบขั้นตอนการดำเนินการแผนบริหารงานวิจัย

บทที่ 4

ศักยภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

4.1 ผลการศึกษาศักยภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

จากมติการประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มผู้นำและตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับผู้บริหาร
หน่วยงาน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด¹ การประชุมเชิงปฏิบัติการ
การจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์² อีกทั้งสอดรับคำสัมภาษณ์ผู้นำ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ
องค์กรทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์³ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมที่สามารถค้นพบประเด็น
ศักยภาพ ปัญหาและความต้องการของวิสาหกิจที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวอารย
ธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้

4.1.1 ด้านศักยภาพของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบคือ

**1. ความครบถ้วนและความหลากหลายของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแนวคิด
ห่วงโซ่อุปทาน** โดยจังหวัดสุรินทร์มีวิสาหกิจที่มีศักยภาพทางธุรกิจที่สามารถเชื่อมโยงกันทั้งระดับ
แนวตั้งและแนวนอนตามแนวคิดของห่วงโซ่อุปทาน (Porter, 1990) ประกอบด้วย วิสาหกิจกลางน้ำ
หลัก คือ วิสาหกิจนำเที่ยว วิสาหกิจต้นน้ำหรืออุตสาหกรรมสนับสนุน คือ วิสาหกิจนำเที่ยวนอก
พื้นที่ วิสาหกิจเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ส่วนวิสาหกิจปลายน้ำหรือวิสาหกิจ
ที่เกี่ยวข้อง คือ วิสาหกิจโรงแรมที่พัก วิสาหกิจร้านอาหาร วิสาหกิจจำหน่ายของฝากของที่ระลึก
วิสาหกิจขนส่งโดยสาร โดยจะมีความเชื่อมโยงกันตามเส้นทางและ โปรแกรมท่องเที่ยว ซึ่งสามารถ

¹ ประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 1 การประชุมสัมมนาปิดหัวและแนะนำโครงการกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว ในวันพุธที่ 9 ธันวาคม 2552 จังหวัดบุรีรัมย์

² ประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 2 การประชุมจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ในวันพุธที่ 31 มีนาคม 2553 จังหวัดสุรินทร์

³ นางสาวอนุชานุช วรรณชิง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ นายไพฑูรย์ ศิริบูรณ์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
สุรินทร์ นางสาววัลย์วิ ไทยยิ่ง เลขานุการและกรรมการสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 23 พฤศจิกายน 2552 นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล
ประธานชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารจังหวัดสุรินทร์ นายศรีภูวงค์ จันทร์ชมภู ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ, 2 ธันวาคม 2552 นายอาทร
แสงไสมวงค์ นายอุคร ปัทอง นักวิชาการอิสระและรองประธานสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, นายสุวัฒน์ คุณวัฒน์นายษ์ ประธานสภา
อุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์ ผศ.โกเมท จันทร์สมโกชนน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ นางวิมลมาศ บุญหล้า ประธานกลุ่ม OTOP
จังหวัดบุรีรัมย์ นางดาวสวรรค์ วรรณทอง นายภิรมย์ อังกุลดี ผู้ประกอบการกริมซ์-อารีย์ เฮ้าส์/PIROM'S TOUR, 31 มีนาคม 2553

ประเมินศักยภาพด้านความครบถ้วนและความหลากหลายของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทานอยู่ในระดับดีมาก

2. มีกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยมีการรวมกลุ่มวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในรูปแบบสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวและชมรมต่างๆ ตามประเภทธุรกิจ ได้แก่ ชมรมผู้ประกอบการค้าอาหารจังหวัดสุรินทร์ ชมรมธุรกิจโรงแรม และกลุ่มเครือข่ายผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น โดยได้รับการสนับสนุนภายใต้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ หอการค้าจังหวัดสุรินทร์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เช่น การสนับสนุนโครงการจัดตั้งกลุ่มและพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจทุกๆ ปี โดยสามารถเรียงลำดับจากที่มีการดำเนินงานอย่างเข้มแข็งและเป็นรูปธรรม (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุดร ปีทอง, 31 มีนาคม 2553 นางขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552) ดังนี้

2.1 สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยมีสมาชิกประมาณ 50 ราย มีความหลากหลายของวิสาหกิจที่เข้ามาเป็นสมาชิก เพราะเป็นกลุ่มเครือข่ายที่มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และเป็นกลุ่มองค์กรภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรในรูปแบบคณะกรรมการ โดยมีการแต่งตั้งนายกสมาคม คณะกรรมการ ที่ปรึกษาและเลขานุการของกลุ่มเครือข่าย ซึ่งกำหนดบทบาทหน้าที่กำกับดูแลและประสานงานระหว่างสมาชิกวิสาหกิจกับการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ และมีโอกาสขยายพื้นที่และได้รับสิทธิจัดตั้งเป็นสภาอุตสาหกรรมจังหวัด และเข้าเป็นสมาชิกสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการดำเนินกิจกรรมชมรม ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ จัดหมายข่าวและรับข้อมูลข่าวสารกับสมาชิก งานด้านธุรการ ประสานการประชุม (ประจำเดือน) และสรุปรายงานนโยบายและจัดทำแผนดำเนินการของสมาคม จัดกิจกรรมออกบูธแสดงสินค้าร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ และงานประจำปีต่างๆ ของจังหวัด มีการจัดทำวารสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจการของสมาชิกแต่ละรายร่วมการให้ข้อมูลข่าวสารบริการทางการท่องเที่ยว การจัดทำเวปไซด์ การจัดโครงการอบรมยุวมัคคุเทศก์ กิจกรรมสัญจรโดยเชื่อมโยงร่วมกับผู้ประกอบการประเทศกัมพูชาจัดโปรแกรมพิเศษทางการท่องเที่ยวปีละครั้ง เป็นต้น ส่วนใหญ่จะมีการจัดหารายได้ เพื่อนำเงินรายได้ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวของสมาคม เช่น การจัดทัวร์พิเศษ การขายตั๋วที่นั่งชมงานช้าง และงานแสงสีเสียง เป็นต้น โดยแบ่งเปอร์เซ็นต์เข้าสมาคม และได้จากค่าสมัครสมาชิกรายละ 1,000 บาท (ตลอดชีพ) (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552)

2.2 ชมรมผู้ประกอบการค้าอาหาร โดยปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 100 ราย มีความหลากหลายสามารถรองรับและบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ แต่ส่วนใหญ่ร้อยละ 70 เป็นผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ มีการจัดตั้งในรูปแบบชมรมกึ่งทางการ กำหนดโครงสร้างบริหารงานกลุ่มในรูปแบบคณะกรรมการ มีการดำเนินกิจกรรมชมรม ได้แก่ การรวมกลุ่มจัดจำหน่ายสินค้าร่วมกัน การทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ของกิจการสมาชิกร่วมกับสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์และสมาคมผู้ประกอบการค้าอาหารแห่งประเทศไทย เป็นต้น และชมรมฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายฯ โดยแต่ละปีจะมีสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการค้าแต่ละจังหวัดเชื่อมความสัมพันธ์กัน ผลัดเปลี่ยนกันเป็นเจ้าภาพต้อนรับ (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล, 9 ธันวาคม 2552)

2.3 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าโอท็อป (OTOP) จังหวัดสุรินทร์ โดยปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 30 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง มีการจัดตั้งในรูปแบบชมรมกึ่งทางการ กำหนดโครงสร้างบริหารงานกลุ่มในรูปแบบคณะกรรมการ มีการดำเนินกิจกรรมชมรม ได้แก่ การออกร้านและจัดนิทรรศการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ร่วมกับสินค้า 4 ภาคของระดับจังหวัดและระดับชาติ (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางวิมลมาศ บุญหล้า, 31 มีนาคม 2553)

2.4 ชมรมโรงแรมจังหวัดสุรินทร์ โดยปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 20 ราย เป็นผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง มีการจัดตั้งในรูปแบบชมรมกึ่งทางการ กำหนดโครงสร้างบริหารงานกลุ่มในรูปแบบคณะกรรมการ มีการดำเนินกิจกรรมชมรม ได้แก่ เข้าร่วมโครงการฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจการท่องเที่ยวกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552)

2.5 หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงชุมชน โดยปัจจุบันมีหมู่บ้านที่มีศักยภาพให้บริการได้ ได้แก่ กลุ่มโฮมสเตย์บ้านตากกลาง (หมู่บ้านช้าง) กลุ่มทอผ้าไหมยกทองบ้านท่าสว่าง กลุ่มผลิตเครื่องเงินบ้านเขวาสีรินทร์ เป็นหมู่บ้านในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและมีหัตถกรรมเด่นในจังหวัด มีการจัดตั้งในกลุ่มชุมชน กำหนดโครงสร้างบริหารงานกลุ่มในรูปแบบคณะกรรมการ มีการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ นำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว สาธิตหัตถกรรมพื้นบ้าน (การผลิตผ้าไหม) ภูมิปัญญาด้านการเกษตรวิถีชีวิตตามแนวหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง การจัดทำอาหารและให้บริการที่พัก (โฮมสเตย์) มีการแสดงศิลปะพื้นบ้านจากเยาวชนในชุมชน เป็นต้น

2.6 สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจสมาคมและชมรมการท่องเที่ยวทุกกลุ่มรวมเป็นสมาชิก โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการจากตัวแทนทุกกลุ่มเข้าร่วมบริหารและดำเนินงาน ระบบและโครงสร้างการบริหารตามระเบียบของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีนายอดิศักดิ์ คันธกุลคุชฎี เป็นประธานสภาฯ (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุคร ปี่ทอง, 29 มิถุนายน 2554)

2.7 กลุ่มมัคคุเทศก์ โดยท่องเที่ยวและกีฬาพร้อมกับสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ได้มีการสนับสนุน โครงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ และมีการตั้งชมรมมัคคุเทศก์ โดยกระจายตามเยาวชนในหมู่บ้านในเขตแหล่งท่องเที่ยว สามารถบริการได้เกือบทุกจุด ซึ่งปัจจุบัน มีมัคคุเทศก์ที่มีใบรับรอง จำนวน 5-10 ราย แต่ไม่มีการจัดตั้งเป็นชมรม (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุคร ปีทอง, 31 มีนาคม 2553)

ซึ่งสามารถประเมินศักยภาพด้านกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ อยู่ในระดับดี

3. การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนและชุมชน กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวที่ตั้งขึ้นส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะหน่วยงานราชการ ในลักษณะการริเริ่มจัดตั้งกลุ่มขึ้นแล้วให้กลุ่มบริหารจัดการสมาชิกอย่างอิสระ ซึ่งจากการสอบถามและ สังเกตแบบมีส่วนร่วม พบหน่วยงานที่สนับสนุนมีดังนี้

3.1 การสนับสนุนและความร่วมมือของภาคีเครือข่ายภาครัฐ วิสาหกิจทาง การท่องเที่ยวจะมีหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวกำกับดูแลและสนับสนุนแนวทางการพัฒนา ได้แก่ กรมศิลปากรคอยดูแลตัวปราสาทอยู่เสมอ และมีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติด้านอารยธรรม ขอมและศูนย์การศึกษา มีหน่วยงานทางการท่องเที่ยวที่เป็นหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตจังหวัดสุรินทร์ และการท่องเที่ยวและกีฬาให้การสนับสนุนการจัดตั้งสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์อย่างเป็นทางการและสำนักงานที่ตั้งดำเนินการของกลุ่ม การสนับสนุน โครงการ พัฒนาลีนค้าและบริการ ช่องทางการตลาด สำนักงานจังหวัดมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและมี ยุทธศาสตร์ของจังหวัดสุรินทร์ แหล่งอารยธรรมขอมและเชื่อมโยงไปประเทศเพื่อนบ้าน องค์การบริหาร ส่วนจังหวัดและท้องถิ่นให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงชุมชน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม การสนับสนุนสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีโครงการสินเชื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

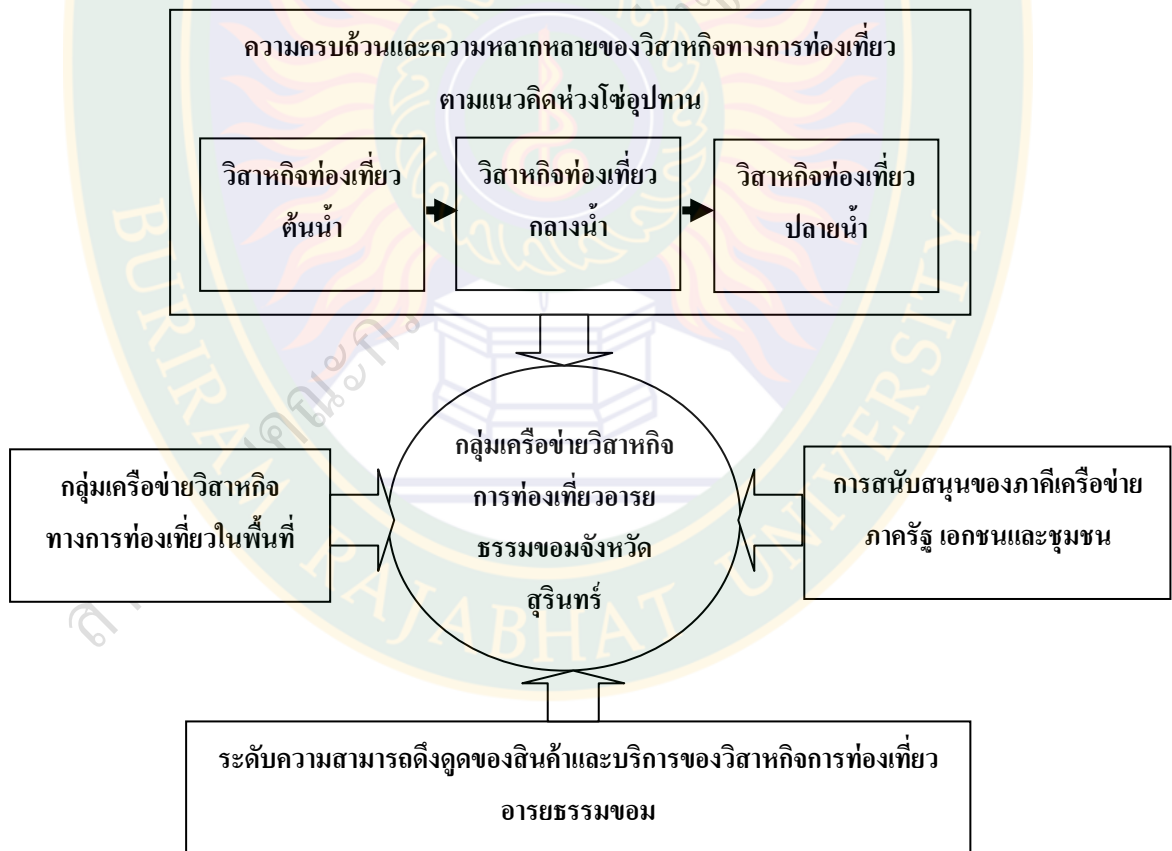
3.2 การสนับสนุนและความร่วมมือของภาคีเครือข่ายเอกชน มีหอการค้า จังหวัดสุรินทร์กำกับดูแลวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เพราะมีคณะกรรมการหอการค้าเข้าร่วม เป็นคณะกรรมการบริหารสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

3.3 การสนับสนุนและความร่วมมือของภาคีเครือข่ายชุมชน วิสาหกิจการท่องเที่ยว จะมีความร่วมมือกับภาคชุมชนค่อนข้างมาก โดยได้รับการส่งเสริมร่วมกับองค์การบริหารส่วน จังหวัดที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

ซึ่งสามารถประเมินศักยภาพด้านการสนับสนุนของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชน และชุมชนอยู่ในระดับดีมาก

4. ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมของจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจากการศึกษาสารสนเทศและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับผู้นำและคณะกรรมการกลุ่มสมาคมฯ พบว่าจังหวัดสุรินทร์มีวิสาหกิจ โรงแรมที่มีขนาดใหญ่ระดับ 4 ดาว หลายแห่งและมีโรงแรมขนาดกลางและที่พักหลากหลายรูปแบบ มีวิสาหกิจร้านอาหารขนาดใหญ่และได้มาตรฐานจำนวนมาก วิสาหกิจร้านอาหารจำหน่ายของฝากของที่ระลึกขนาดใหญ่และยังมีศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง (OTOP) ของจังหวัด วิสาหกิจสนับสนุนต่างๆ ก็มีหลากหลายและจำนวนมาก พร้อมทั้งบริการทางการท่องเที่ยวได้ ภาคีเครือข่ายส่วนต่างๆ ก็มีความร่วมมือกันเป็นอย่างดี และมีปราสาทหินขอมขนาดเล็กจำนวนมาก แต่กระจายตัวตามเขตอำเภอต่างๆ แต่ยังคงมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ซึ่งประเมินด้านศักยภาพความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวระดับดีมาก

ซึ่งสามารถแสดงศักยภาพของจังหวัดทั้ง 4 ด้าน ที่เอื้อต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ วิทยานามวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายดังภาคผนวก ข และผังรูปภาพที่ 4.1



รูปภาพ 4.1 ศักยภาพที่เอื้อต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

และจากการศึกษาแบบมีส่วนร่วมและคณะผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ร่วมกันประเมินศักยภาพทางรวมกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวออกเป็นรายจังหวัด โดยแบ่งตาม ประเภทกลุ่มวิสาหกิจทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจการนำเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจ โรงแรมที่พัก กลุ่มวิสาหกิจอาหาร กลุ่มวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก (OTOP) กลุ่มวิสาหกิจ สนับสนุน (รถโดยสาร-รับจ้าง ธุรกิจท่องเที่ยวนอกพื้นที่ กลุ่มมัคคุเทศก์อิสระ) มีการกำหนด รายการประเมินศักยภาพ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ จำนวนวิสาหกิจ ระดับความสามารถดึงดูดของ สินค้าและบริการของวิสาหกิจ ระดับความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจและระดับความเข้มแข็งการรวมกลุ่ม ปัจจุบัน และกลุ่มภาคีเครือข่าย แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการทางการท่องเที่ยวและสถาบันการศึกษาพื้นที่ มีการกำหนดรายการประเมินศักยภาพ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ระดับการสนับสนุนเชิงการพัฒนาและระดับการมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจ โดยมีการกำหนดระดับการประเมิน 3 ระดับ และผลการประเมินรายกลุ่มวิสาหกิจและภาคีเครือข่าย ตามเกณฑ์ประเมินแต่ละด้านแสดงดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 การเปรียบเทียบศักยภาพตามองค์ประกอบประเภทวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวและภาคี เครือข่ายที่พร้อมเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ตามห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ประเภทกลุ่มวิสาหกิจ	รายการประเมินศักยภาพ	ระดับการประเมิน ศักยภาพจังหวัดสุรินทร์
1. กลุ่มวิสาหกิจการนำเที่ยว	จำนวนวิสาหกิจ	ปรับปรุง
	ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจ	ปรับปรุง
	ระดับความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจ	ดี
	ระดับความเข้มแข็งการรวมกลุ่มปัจจุบัน	ปรับปรุง
2. กลุ่มวิสาหกิจ โรงแรมที่พัก	จำนวนวิสาหกิจ	ดีมาก
	ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจ	ดีมาก
	ระดับความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจ	ดีมาก
	ระดับความเข้มแข็งการรวมกลุ่มปัจจุบัน	ดี
3. กลุ่มวิสาหกิจอาหาร	จำนวนวิสาหกิจ	ดีมาก
	ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจ	ดีมาก
	ระดับความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจ	ดี
	ระดับความเข้มแข็งการรวมกลุ่มปัจจุบัน	ดีมาก
4. กลุ่มวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก (สินค้า OTOP)	จำนวนวิสาหกิจ	ดีมาก
	ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจ	ดีมาก

ประเภทกลุ่มวิสาหกิจ	รายการประเมินศักยภาพ	ระดับการประเมินศักยภาพจังหวัดสุรินทร์
	ระดับความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจ	ดี
	ระดับความเข้มแข็งการรวมกลุ่มปัจจุบัน	ดีมาก
5. กลุ่มวิสาหกิจสนับสนุน (รถโดยสาร-รับจ้าง ธุรกิจท่องเที่ยว นอกพื้นที่ กลุ่มมัคคุเทศก์อิสระ)	จำนวนวิสาหกิจ	ดี
	ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจ	ปรับปรุง
	ระดับความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจ	ปรับปรุง
	ระดับความเข้มแข็งการรวมกลุ่มปัจจุบัน	ปรับปรุง
6. องค์กรภาครัฐ	ระดับการสนับสนุนเชิงการพัฒนา	ดีมาก
	ระดับการมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจ	ดีมาก
7. องค์กรภาคเอกชน	ระดับการสนับสนุนเชิงการพัฒนา	ดีมาก
	ระดับการมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจ	ดีมาก
8. ชุมชน	ระดับการสนับสนุนเชิงการพัฒนา	ดีมาก
	ระดับการมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจ	ดี
9. นักวิชาการทางการท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษาพื้นที่	ระดับการสนับสนุนเชิงการพัฒนา	ปรับปรุง
	ระดับการมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจ	ปรับปรุง
ระดับศักยภาพโดยรวมรายวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวสุรินทร์		ดีมาก

หมายเหตุ ระดับการประเมินศักยภาพ มี 3 ระดับคือ ระดับดีมาก ระดับดี ระดับปรับปรุง ผลการประเมินจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากตาราง 4.1 สามารถสรุปผลการประเมินโดยภาพรวมพบว่า ระดับศักยภาพโดยรวมรายวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสามารถประเมิน โดยแยกเป็นรายกลุ่มวิสาหกิจที่มีศักยภาพพร้อมรวมกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวรายจังหวัดสุรินทร์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจที่มีศักยภาพระดับดีมากคือ กลุ่มวิสาหกิจ โรงแรมที่พัก กลุ่มวิสาหกิจอาหารและกลุ่มวิสาหกิจของฝากของที่ระลึก (สินค้า OTOP) กลุ่มวิสาหกิจที่มีศักยภาพระดับปรับปรุง คือ กลุ่มวิสาหกิจการนำเที่ยวและกลุ่มวิสาหกิจสนับสนุน (รถโดยสาร-รับจ้าง ธุรกิจท่องเที่ยวนอกพื้นที่ กลุ่มมัคคุเทศก์อิสระ) ภาคีเครือข่ายระดับดีมาก คือ องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชนและชุมชน ภาคีเครือข่ายระดับปรับปรุง คือ นักวิชาการทางการท่องเที่ยวและสถาบันการศึกษาพื้นที่

4.1.2 ด้านปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

จากสภาพการดำเนินงานที่ผ่านมาทางการท่องเที่ยวของจังหวัด เป็นสาเหตุให้เกิดปัญหาที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบของการรวมกลุ่มเครือข่าย พบ 7 ประเด็นคือ

1. **ทัศนคติและความต้องการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวไม่เป็นทิศทางเดียวกัน** เพราะแต่ละรายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจะมีความต้องการสนับสนุนในปัญหาของอุตสาหกรรมธุรกิจของตนมากกว่ามองในภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุดร ปี่ทอง, 31 มีนาคม 2553)

2. **การขาดการขับเคลื่อนของผู้นำกลุ่มเครือข่าย** กลุ่มเครือข่ายที่เคยมีรวมกลุ่มส่วนใหญ่จะมีการมีการแต่งตั้งผู้นำจากวิสาหกิจผู้ที่มีศักยภาพสูงและมีอิทธิพลกับหน่วยงานราชการในพื้นที่ แต่ไม่ขับเคลื่อนส่วนใหญ่จะเป็นคณะกรรมการและเลขานุการเพียงไม่กี่ราย และเป็นการแต่งตั้งและกำหนดโครงสร้างขึ้นอย่างเป็นทางการ แต่จะไม่มีมีการดำเนินการในภาพรวมของกลุ่มมากนัก สาเหตุอาจเกิดจากผู้นำไม่ค่อยมีเวลามากำกับดูแลและกลุ่มไม่มีแผนปฏิบัติการอย่างเป็นทางการ (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุดร ปี่ทอง, 31 มีนาคม 2553)

3. **การขาดความเข้าใจและแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ** โดยวิสาหกิจส่วนใหญ่ที่ยังไม่เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายนั้น จะยังไม่เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการต้องรวมกลุ่มเครือข่าย ประกอบการอยู่ในปัจจุบันก็เพียงพอแล้ว อีกทั้งนักท่องเที่ยวต่างถิ่นที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ที่มีจำนวนน้อย ถ้ามีการจัดงานส่วนใหญ่จะเป็นเพียงคนในพื้นที่ที่เกี่ยวกันเอง การจัดงานแต่ละครั้งไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากนัก (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุดร ปี่ทอง, 31 มีนาคม 2553 นางขวัญทวี ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552)

4. **การขาดเป้าหมายแผนงานและกิจกรรมของกลุ่มจากวิสาหกิจโดยตรง** แต่ส่วนใหญ่กลุ่มจะดำเนินการตามโครงการสนับสนุนของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยกลุ่มวิสาหกิจส่วนใหญ่จะตอบสนองกิจกรรมตามแนวทางสนับสนุนของหน่วยงานการท่องเที่ยวท้องถิ่นเป็นหลัก และดำเนินการเพื่อมีส่วนร่วมทางการตลาดของวิสาหกิจ (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุดร ปี่ทอง, 31 มีนาคม 2553)

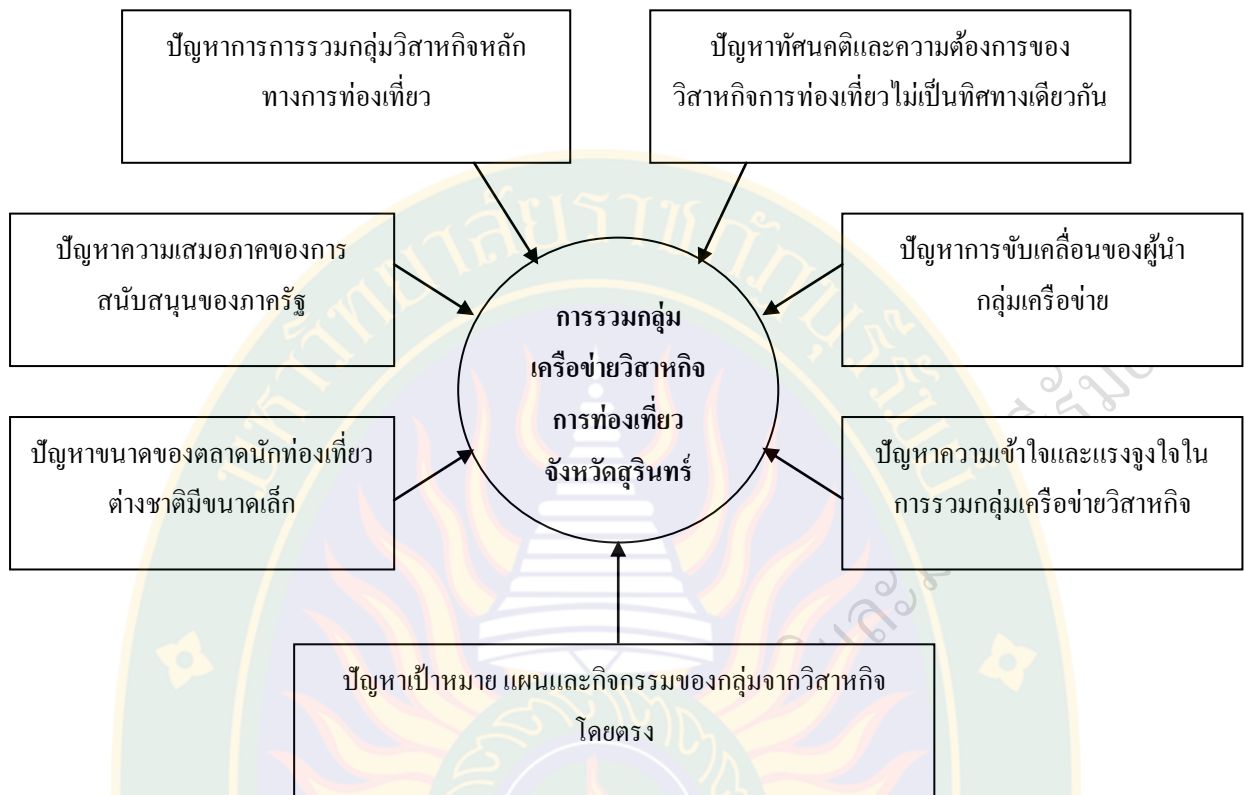
5. **ขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมีขนาดเล็ก** โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัดนั้น ที่ผ่านมายังมีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยและไม่มีตลอดปี อาจเกิดจากศักยภาพทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ ซึ่งทำให้วิสาหกิจส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการรวมกลุ่มที่จะทำ

กิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันบางช่วงเวลาที่มีการจัดงานของทางหน่วยงานจังหวัดเพียงเท่านั้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางสาวบุญญาฯ วรรณยิ่ง นายอุดร ปี่ทอง, 31 มีนาคม 2553)

6. การขาดความเสมอภาคของการสนับสนุนของภาครัฐ โดยการสนับสนุนแผนงานพัฒนาจะมีการประสานงานบางรายวิสาหกิจที่มีความสัมพันธ์และวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่ในพื้นที่ เพราะเกิดจากอิทธิพลการเมืองท้องถิ่นสนับสนุนวิสาหกิจบางรายที่เป็นกลุ่มเดียวกัน และที่ผ่านมาโครงการพัฒนาหลายๆ โครงการมีการให้วิสาหกิจรายใหญ่บางรายได้รับการสนับสนุน โดยอาจเกิดจากกลุ่มอิทธิพลการเมืองท้องถิ่น โดยความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้บริหารหน่วยงานท้องถิ่น จึงปิดการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์โครงการ จึงทำให้วิสาหกิจหลายๆ รายที่มีศักยภาพพร้อมไม่ได้รับการสนับสนุน (สอดคล้องคำสัมภาษณ์จากคุณขวัญทวี ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552)

7. การไม่มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจหลักทางการท่องเที่ยว วิสาหกิจนำเที่ยวของจังหวัดไม่มีการรวมกลุ่มเฉพาะ จึงไม่เกิดความเข้มแข็งเท่ากับกลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ อาจเกิดจากมีจำนวนวิสาหกิจน้อยรายและเน้นการท่องเที่ยวในลักษณะนำนักท่องเที่ยวในพื้นที่ไปเที่ยวต่างถิ่น (Out bound) และไม่นำพานักท่องเที่ยวต่างถิ่นเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ (In bound) สาเหตุจากความสามารถทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งที่เป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าหรืออุตสาหกรรมหลักของการท่องเที่ยวโดยตรง และการนำเที่ยวของจังหวัดส่วนใหญ่เป็นการนำเที่ยวของคนในพื้นที่และต่างถิ่นจัดนำเที่ยวต่างประเทศ เช่น นครวัด-นครธม ประเทศกัมพูชา ประเทศลาว ประเทศเวียดนาม และประเทศจีน เป็นต้น และมีการจัดนำเที่ยวคนในพื้นที่ไปเที่ยวเขตจังหวัดอื่นแถบภาคตะวันออกและภาคเหนือ เป็นต้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางสาวบุญญาฯ วรรณยิ่ง นายอุดร ปี่ทอง, 31 มีนาคม 2553)

ปัญหาที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์สามารถแสดง
 ดังรูปภาพ 4.2



รูปภาพ 4.2 ปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

4.1.3 ด้านความต้องการของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

วิสาหกิจท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่จะมีการรวมกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดแล้ว แต่เมื่อมีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ ใน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เสมือนเป็นการสร้างร่วมมือระดับเครือข่ายในภาพระหว่างจังหวัด ส่งผลต่อความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมเชื่อมโยงกันทั้ง 3 จังหวัด โดยเรียงลำดับความต้องการเชิงการพัฒนาจากการรวมกลุ่มเครือข่ายพบ 3 ประเด็นหลักคือ

1. การพัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว วิสาหกิจส่วนใหญ่มีความต้องการรวมกลุ่มเครือข่ายที่มีภาคีภาคส่วนต่างๆ เข้ามาร่วมสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้นจากที่ผ่านมามีเพียงหน่วยงานทางการท่องเที่ยวหน่วยงานเดียวที่สนับสนุน ซึ่งเห็นว่ายังไม่ครบถ้วนทุกด้านทางการท่องเที่ยว เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน องค์กรชุมชน หน่วยงานอื่นในระดับจังหวัด เป็นต้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุคร ปี่ทอง นายสุรัตน์ คุณวัฒนาพงษ์ นายอาทร แสงโสมวงศ์ ผศ. โกเมท จันทรสม โภชน์, 31 มีนาคม 2553)

2. การพัฒนาสมรรถนะทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน พบคือ

2.1 การพัฒนาทักษะการบริการของบุคลากรของวิสาหกิจ โดยส่วนใหญ่วิสาหกิจมีความต้องการจากการรวมกลุ่มเพื่อได้รับการพัฒนาทักษะการบริการของบุคลากรตามประเภทของวิสาหกิจ เช่น การฝึกอบรมทักษะทางภาษาและการสื่อสารเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ การฝึกอบรมพัฒนาอาหารพื้นเมือง การฝึกอบรมมัคคุเทศก์ เป็นต้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางวิมลมาศ บุญหล้า นางดาวสวรรค์ วรรณทอง นายภิรมย์ อังกุลดี, 31 มีนาคม 2553)

2.2 การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการธุรกิจ วิสาหกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจครอบครัว ทำให้การดำเนินการยังไม่ถึงระดับมาตรฐาน ซึ่งต้องการหน่วยงานหรือองค์กรเข้ามาเป็นพี่เลี้ยงด้านบริการให้เป็นมาตรฐานขึ้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายภิรมย์ อังกุลดี, 31 มีนาคม 2553)

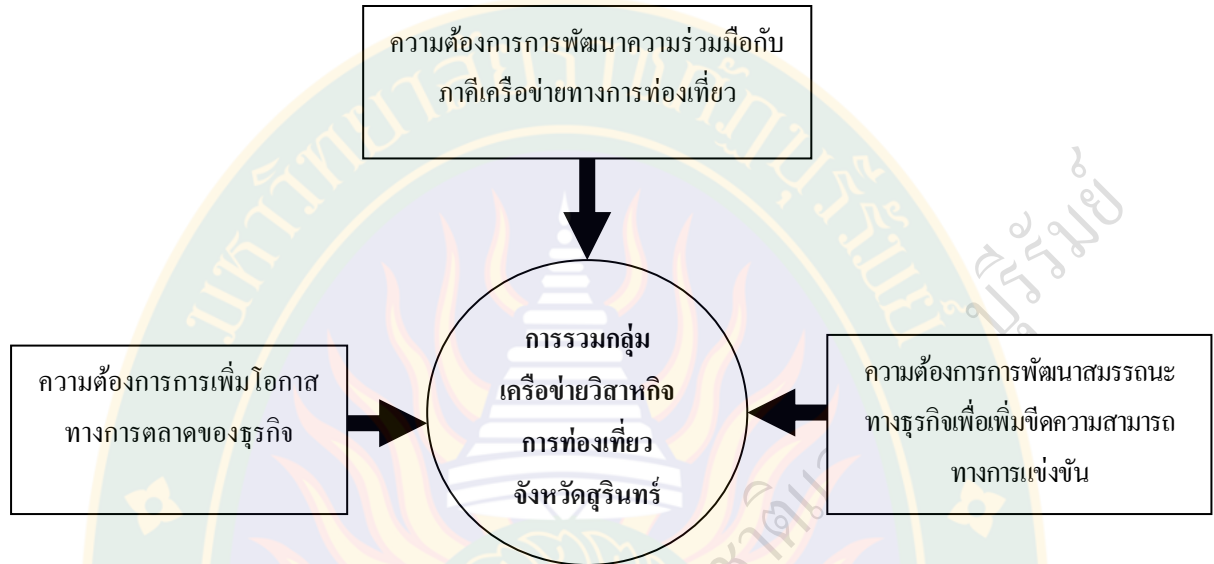
3. การเพิ่มโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ พบคือ

3.1 การยกระดับศักยภาพทางการตลาดของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ วิสาหกิจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดทักษะความเชี่ยวชาญในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการยังไม่สามารถดึงดูดและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ด้วยการนำศักยภาพและประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนามาสร้างเส้นทางและ โปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกันในเขตพื้นที่จังหวัดและใกล้เคียงร่วมกัน

3.2 การสร้างความร่วมมือพันธมิตรทางธุรกิจ โดยการสร้างและร่วมมือกันในรูปแบบพันธมิตรทางธุรกิจ เชื่อมโยง เกื้อกูลและประสานประโยชน์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันในระดับจังหวัดและภูมิภาค ได้แก่ การแบ่งปันลูกค้าและทรัพยากรร่วมกัน โดยการแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนแนวความคิด องค์กรความรู้และทรัพยากรต่างๆ เกิดประโยชน์ในการแชร์ลูกค้าและบริการลูกค้าร่วมกัน ร่วมใช้ทรัพยากรร่วมกัน ลดต้นทุนของธุรกิจและการเพิ่มโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ โดยการสนับสนุนร่วมกันใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน สร้างโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มช่องทางการตลาดของธุรกิจมากขึ้นและการได้รับโอกาสการเชื่อมต่อธุรกิจทางการท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยวร่วมกับร้านอาหารและโรงแรม เพื่อเกิดการร่วมค้าอย่างยั่งยืน

3.3 การเพิ่มช่องทางการตลาดธุรกิจจากการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ โดยวิสาหกิจส่วนใหญ่มีความต้องการรวมกลุ่มเพื่อสามารถใช้ประโยชน์ของเครือข่ายเชื่อมโยงเส้นทางและ โปรแกรมทางการท่องเที่ยวกับทั้ง 3 จังหวัดและหรือระหว่างภูมิภาคและระหว่างประเทศได้ เพื่อให้เกิดช่องทางการตลาดใหม่ และมีความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจในพื้นที่อื่นๆ

วิสาหกิจมีความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
จังหวัดสุรินทร์สามารถแสดงดังรูปภาพ 4.3



รูปภาพ 4.3 ความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
จังหวัดสุรินทร์

4.2 บทสรุป

ศึกษาภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม
ขอมจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์
พบมี 4 ด้าน คือ

1.1 ความครบถ้วนและความหลากหลายของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแนวคิด
ห่วงโซ่อุปทาน

1.2 กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

1.3 การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนและชุมชน

1.4 ระดับความสมารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารย
ธรรมขอม

และผลการประเมินโดยภาพรวมพบว่า ระดับศักยภาพโดยรวมรายวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับดีมาก

2. ปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบมี 7 ประเด็น คือ

- 2.1 ทักษะคิดและความต้องการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวไม่เป็นทิศทางเดียวกัน
- 2.2 การขับเคลื่อนของผู้นำกลุ่มเครือข่าย
- 2.3 ความเข้าใจและแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
- 2.4 เป้าหมาย แผนงานและกิจกรรมของกลุ่มจากวิสาหกิจโดยตรง
- 2.5 ขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมีขนาดเล็ก
- 2.6 ความเสมอภาคของการสนับสนุนของภาครัฐ
- 2.7 การรวมกลุ่มวิสาหกิจหลักทางการท่องเที่ยว

3. ความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบมี 3 ประเด็นหลัก คือ

- 3.1 การพัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว
- 3.2 การพัฒนาสมรรถนะทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน
- 3.3 การเพิ่มโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ

บทที่ 5

แนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

5.1 ผลการศึกษาแนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

จากมติการประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 3¹ ระยะที่ 4² และระยะที่ 5³ กับกลุ่มผู้นำและตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างผู้บริหารหน่วยงาน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด อีกทั้งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ผู้นำ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญองค์กรทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์⁴ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและร่วมพัฒนากลุ่มเครือข่ายร่วมกันทั้ง 3 จังหวัดที่มีแนวทางสอดคล้องกัน ซึ่งพบแนวทางจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ 3 แนวทาง 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสร้างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว เป็นแนวทางเพื่อกระตุ้นและสร้างความเข้าใจให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่าย โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนากลุ่มเครือข่าย ชักชวนและจูงใจให้เข้าร่วมกลุ่ม การทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิก ซึ่งจากการศึกษาสามารถกำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่ายในรูปแบบคลัสเตอร์ทางการท่องเที่ยว (Cluster Tourism Mapping) โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1.1 การกำหนดและคัดเลือกวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการเลือกวิสาหกิจที่มีความตั้งใจ มีศักยภาพทางธุรกิจและมีความเกี่ยวพันในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นตามหลักของ Porter (1990) 4 เกณฑ์คือ 1) อยู่ในแหล่งหรือพื้นที่ประกอบการเดียวกัน

¹ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 3 เรื่อง การสร้างทีมงานและสรุปผลการดำเนินงานการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ในวันพุธที่ 21 เมษายน 2553 จังหวัดบุรีรัมย์

² ระยะที่ 4 เรื่อง การสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันอังคารที่ 1 มิถุนายน 2553 จังหวัดสุรินทร์

³ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 5 เรื่อง การจัดทำแผนโครงการและดำเนินการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันพฤหัสบดีที่ 10 มิถุนายน 2553 จังหวัดศรีสะเกษ

⁴ นางสาวบุญชาน วรณชิ่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 24 พฤศจิกายน 2552 นายไพฑูริย์ ศิริบุรณซ์ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ นางสาวขวัญวิ ไทยอึ้ง เลขานุการและกรรมการสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 23 พฤศจิกายน 2552 นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล ประธานชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารจังหวัดสุรินทร์ นายศรีภูวงค์ จันทร์ชมภู ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ, 2 ธันวาคม 2552 นายอาทร แสงโสมวงศ์ นายอดุร ปัทอง นักวิชาการอิสระและรองประธานสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, นายสุรัตน์ อุณวัฒน์นายษ์ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์ ผศ.โกเมท จันทรสมโภชน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ นางวิมลมาศ บุญหล้า ประธานกลุ่ม OTOP จังหวัดบุรีรัมย์ นางดาวสวรรค์ วรรณทอง นายภิรมย์ อังกุลดี ผู้ประกอบการภิรมย์-อริย์ เฮ้าส์/PIROM'S TOUR, 31 มีนาคม 2553

2) เป็นวิสาหกิจที่ต่อเนื่องในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน 3) มีอุปสงค์และมีตลาดต้องการคล้ายคลึงกัน และ 4) มีบุคคลที่มีภาวะผู้นำและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

1.2 การรวบรวมวิสาหกิจและภาคีเครือข่าย โดยการกำหนดและแบ่งประเภทวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายตามแนวทางของแผนที่เครือข่าย (Cluster Map) เพื่อประสานงานและชักชวนเข้าร่วมพัฒนาคลัสเตอร์วิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยประกอบด้วย

1.2.1 วิสาหกิจค้ำจุนและอุตสาหกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย วิสาหกิจทัวร์ส่วนกลางและนอกเขตพื้นที่ท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนในเขตแหล่งท่องเที่ยว วิสาหกิจแหล่งท่องเที่ยวเอกชน วิสาหกิจขนส่ง รถโดยสารและรับจ้าง สายการบินท้องถิ่น วิสาหกิจสำนักพิมพ์และสิ่งพิมพ์เอกชน

1.2.2 วิสาหกิจกลางนำธุรกิจหลัก ประกอบด้วย วิสาหกิจนำเที่ยวและธุรกิจทัวร์ท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนให้บริการท่องเที่ยว

1.2.3 วิสาหกิจปลายน้ำและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย วิสาหกิจโรงแรมและที่พัก วิสาหกิจร้านอาหาร วิสาหกิจสถานบันเทิง วิสาหกิจสถานบริการสุขภาพ วิสาหกิจร้านขายของฝากของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองและวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

1.2.4 ภาคีเครือข่ายและหน่วยงานสนับสนุน ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ/ระดับจังหวัด ได้แก่ สำนักงานจังหวัดอบจ. เทศบาล. อบต. ท้องถิ่นจังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด พาณิชยจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด ขนส่งจังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด สำนักงานตำรวจภูธรจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด เกษตรจังหวัดและแรงงานจังหวัด เป็นต้น หน่วยงานส่วนกลางทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตจังหวัดสุรินทร์ กรมพัฒนาการท่องเที่ยว ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 6 เป็นต้น ชุมชนในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว ได้แก่ หมู่บ้านและชุมชนที่ตั้งในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและหรือมีกิจกรรมเอื้อต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น สถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานวิทยาเขตสุรินทร์และโรงเรียนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น สมาคม/องค์กรเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดสุรินทร์ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ชมรมโรงแรมจังหวัดสุรินทร์ ชมรมผู้ประกอบการค้าอาหาร เป็นต้น สถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME. Bank) สาขาสุรินทร์ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สาขาสุรินทร์ โดยรายนามสมาชิกวิสาหกิจเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ แสดงดังภาคผนวก ข

1.3 การประสานและสร้างความร่วมมือระหว่างผู้นำองค์กรภาคเอกชนและภาครัฐ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่จัดตั้งปัจจุบันและชุมชนในพื้นที่ โดยมีการประสานและ

ขอความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ได้แก่ 1) ผู้บริหารหน่วยงานทางการท่องเที่ยวภาครัฐ ประกอบด้วย 1.1) สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง นายกองจัดการบริหารส่วนท้องถิ่นในเขตแหล่งท่องเที่ยวหลัก เป็นต้น เพราะเป็นหน่วยงานหลักที่จะเข้ามามีบทบาทหน้าที่และรับผิดชอบทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่โดยตรง และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 เพราะมีกลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP หน่วยงานประชาสัมพันธ์จังหวัด สื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุรินทร์ สวท.สุรินทร์ เป็นต้น เพื่อนำเสนอข่าวสารและเชิญชวนเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่าย 2) ผู้นำองค์กรภาคเอกชนและผู้นำกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัด เป็นต้น เพราะมีการรวมกลุ่มและมีวิสาหกิจสมาชิกที่เป็นวิสาหกิจอุตสาหกรรมเป้าหมายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และ 3) ผู้นำชุมชนและกลุ่มอาชีพในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้านคากลาง ประธานกลุ่มทอผ้าไหมยกทอง ประธานกลุ่มโฮมสเตย์บ้านค่อม เป็นต้น เพราะเป็นอุตสาหกรรมเสริมทั้งต้นและปลายน้ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางสาวบุญยานุช วรรณยิ่ง, 24 พฤศจิกายน 2552)

1.4 การเชิญชวนผ่านความเป็นทางการและมีหน่วยงานทางราชการและสถาบันการศึกษาดำเนินการ เพื่อรับรองและสร้างความน่าเชื่อถือต่อการดำเนินการ ดังนี้

1.4.1 การออกหนังสือแนะนำและเชิญประชุมผ่านหน่วยงาน เช่น สถาบันการศึกษา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมและชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวที่จัดตั้งปัจจุบัน เป็นต้น

1.4.2 การประสานทางโทรศัพท์จากผู้อำนวยการและประธานชมรมต่างๆ

1.4.3 การนำเสนอและประชุมโดยให้ผู้บริหารและตัวแทนหน่วยงานทางการท่องเที่ยวเป็นผู้ชี้แจงนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนงาน โครงการ ตลอดจนงบประมาณที่กำลังดำเนินการและส่งเสริมต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่รอบปีงบประมาณ และระยะเวลาช่วงปีพัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 การกระตุ้นและสร้างความเข้าใจในการรวมกลุ่มเครือข่าย โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

2.1 การประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการรวมกลุ่มเครือข่ายกับวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

2.1.1 การพบปะและชี้แจงเป้าหมายของการรวมกลุ่มกับผู้นำกลุ่มวิสาหกิจและผู้บริหารองค์กรภาคีเครือข่าย โดยการพบปะและชี้แจงรายละเอียดเป้าหมาย นโยบายและ

กิจกรรมของ โครงการพัฒนาและจัดการทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว พร้อมทั้ง แสดงเจตจำนงต่อความตั้งใจที่จะร่วมพัฒนาอย่างจริงจังต่อผู้นำ ประสานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ที่มีอยู่ในปัจจุบันและผู้บริหารองค์กรภาคีเครือข่ายภาครัฐและชุมชน ซึ่งสามารถเป็นแรงจูงใจต่อ ความร่วมมือประสานและประชาสัมพันธ์เชิญชวนวิสาหกิจและหน่วยงานในเครือข่ายนั้นๆ เข้าร่วมมือเพิ่มขึ้น

2.1.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายเชิง ประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ โดยการจัดเวทีเน้นการให้ ความรู้ความเข้าใจด้านการรวมกลุ่มเครือข่ายและชักจูงใจต่อการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่าย โดยเน้น ประเด็นใน 5 ด้านดังนี้ 1) ด้านสถานการณ์ ปัญหาและแนวโน้ม โอกาสทางการลงทุนในปัจจุบัน 2) ด้านข้อดีข้อเสีย โอกาสและอุปสรรคกรณีมีและไม่มีกรรวมกลุ่มเครือข่าย 3) ด้านแนวทางการสร้าง ความร่วมมือกับวิสาหกิจและภาคีเครือข่าย 4) ด้านการสร้างจิตสาธารณะ การเสียสละและแบ่งปัน ทรัพยากรในรูปแบบพันธมิตรธุรกิจและ5) ด้านการนำเสนอและทัศนศึกษากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่ ประสบความสำเร็จแล้ว โดยเน้นให้เห็นถึงผลลัพธ์ ประโยชน์และแนวทางการดำเนินการสู่ความสำเร็จ ของการรวมกลุ่มเครือข่าย (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุตร ปีทอง, 31 มีนาคม 2553)

2.2 การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่าย ของวิสาหกิจ โดยการจัดประชุมเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสนอความต้องการของวิสาหกิจ ที่สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายได้ร่วมสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจ เกิดความตระหนักและเห็นถึง ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อเข้าร่วมเครือข่าย โดยร่วมคิด ร่วมทำและร่วมรับผลประโยชน์เสมือนเป็น เจ้าของร่วมกัน (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายสุรัตน์ คุณวัฒน์พงษ์, 31 มีนาคม 2553)

2. การพัฒนาระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว เป็นแนวทางการสร้างระบบและกลไกทางการบริหารกลุ่มเครือข่ายมีการดำเนินงานอย่างเป็นทางการและเป็น รูปธรรม ซึ่งจากการศึกษาสามารถกำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างทีมงานคณะกรรมการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1.1 คัดเลือกผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม เพื่อเป็นแกนนำใน การดำเนินการและขับเคลื่อน โดยพยายามเปิดโอกาสให้วิสาหกิจสมาชิกได้มีสิทธิและส่วนร่วมใน การสรรหาและเลือกตั้ง มีการกำหนดเกณฑ์การสรรหาและเลือกตั้งอย่างชัดเจนและหรืออิงตาม ระเบียบการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิชาชีพหรืออุตสาหกรรมเป็นหลัก

1.2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรและคณะกรรมการบริหาร ที่ปรึกษากลุ่มเครือข่าย ในรูปแบบกึ่งทางการเชิงสัมพันธ์ โดยมีการกำหนดกรอบภาระหน้าที่ฝ่ายงานต่างๆ พร้อมกับปฏิบัติ

และผู้รับผิดชอบระเบียบทางการเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่าย ระบบการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงาน แต่ทั้งหมดบนพื้นฐานความสัมพันธ์และเป้าหมายเดียวกัน (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นางสาวขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552)

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มเครือข่าย โดยพิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในด้านการดำเนินงาน เทคโนโลยี นวัตกรรม รวมถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำมาสู่การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา อีกทั้งควรพิจารณาจากปัญหาและความต้องการของสมาชิกเครือข่ายประกอบ

2.2 การกำหนดทิศทางและแผนดำเนินการ โดยนำผลจากการวิเคราะห์สถานการณ์เครือข่ายมากำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ สร้างแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ซึ่งควรเน้นการกำหนดวัตถุประสงค์และสร้างเป้าหมายร่วมของกลุ่มให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการหาประโยชน์เฉพาะราย เช่น กำหนดคู่แข่ง ตลาดการแข่งขันรวมถึงวงรอบการดำเนินงานอย่างชัดเจน ต่อเนื่องและสามารถประเมินผลได้

2.3 การกำหนดแผนปฏิบัติงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยควรมีการประเมินความเป็นไปได้จากศักยภาพของกลุ่มด้านทรัพยากร ความเข้มแข็งของสมาชิกและการสนับสนุนของภาคีเครือข่าย อีกทั้งมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ของกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 3 การถ่ายโอนจากแผนงานไปสู่การปฏิบัติการของกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

3.1 การกำหนดและคัดเลือกโครงการนำร่องสู่การปฏิบัติของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยการกำหนดเป้าหมายและประโยชน์ร่วมกัน เพื่อเป็นเกณฑ์การคัดเลือกโครงการนำร่องจากแผนปฏิบัติการที่มีลักษณะ โครงการที่ต้องร่วมมือและเชื่อมโยงประโยชน์ร่วมกัน เช่น การกำหนดแผนโครงการกิจกรรมประสานความสัมพันธ์และการแบ่งปันด้านข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ จำหน่ายสินค้าและบริการ ผ่านช่องทางเว็บไซต์ (E-Marketing)

3.2 การดำเนินการโครงการนำร่องกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยมีการนำโครงการนำร่องมาสู่การปฏิบัติอย่างชัดเจน มีการกำหนดกิจกรรมและผู้รับผิดชอบตามโครงสร้างองค์การกลุ่มเครือข่ายที่ได้สร้างขึ้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุคร ปี่ทอง, 31 มีนาคม 2553)

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามและการประเมินความเข้มแข็งกลุ่มเครือข่าย โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

4.1 การติดตามและกำหนดตัวชี้วัดผลการรวมกลุ่มเครือข่ายจากโครงการนำร่อง โดยมีการร่วมกันกำหนดเครื่องมือชี้วัดเพื่อการประเมินผลในด้านขีดความสามารถทางการแข่งขันและความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่าย ด้วยเทคนิค Diamond Model และทำแผนที่กลุ่มเครือข่าย (Cluster Mapping) เพื่อให้สามารถปรับปรุงแก้ไขแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติงานได้ในครั้งต่อไป

4.2 การประเมินผลจากการดำเนินการตามโครงการนำร่อง โดยการนำผลการดำเนินงานโครงการนำร่องที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานก่อนนำไปสู่การปฏิบัติจริงที่บังเกิดผลอันมีประสิทธิภาพสูงสุดต่ออุตสาหกรรมที่เลือกดำเนินการตามรูปแบบเครือข่ายนั้นต่อไป

3. การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาสามารถกำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างพลังการขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1.1 การสร้างแรงจูงใจและแรงขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่าย คือ ผู้นำและคณะกรรมการกลุ่มเครือข่ายต้องพยายามกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจที่เกิดความต้องการและความคาดหวังต่อการเข้าร่วมเครือข่าย ด้วยการกำหนดบทบาทหน้าที่ที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานเพื่อให้โอกาสแสดงความสามารถ ความเสียสละและการสร้างภาพลักษณ์ต่อสังคมธุรกิจและอุตสาหกรรมเดียวกัน

1.2 การสร้างความเชื่อมั่นต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการรวมกลุ่มเครือข่าย คือ ผู้นำและคณะกรรมการต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาชิกว่าการรวมกลุ่มเครือข่ายจะเป็นผลดีกับตนเองและธุรกิจของตน ด้วยกำหนดสิทธิและประโยชน์อย่างเสมอภาคและยุติธรรมอย่างเป็นทางการ อีกทั้งตนเองและธุรกิจของตนก่อเกิดประโยชน์แก่อุตสาหกรรม สังคมและชุมชนได้จริงและเป็นรูปธรรม (สอได้รับคำสัมภาษณ์นางสาวขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552)

ขั้นตอนที่ 2 การจัดการกลุ่มเครือข่ายด้วยระบบเชื่อมโยงแบบห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดตั้งเครือข่ายควรเป็นความร่วมมือระหว่างสมาชิกวิสาหกิจเอกชนทางการท่องเที่ยวทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อีกทั้งร่วมประสานภาคีเครือข่ายทางหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องตามพันธกิจหน้าที่ขององค์กร โดยสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนดำเนินการดังนี้

2.1 การกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของงานกลุ่มเครือข่ายอย่างเป็นทางการ คือ การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจต้องมีการแบ่งงาน กำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่เชิงการปฏิบัติและดำเนินการอย่างเป็นทางการจากสมาชิกให้เข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เพื่อสร้าง

ความสำคัญต่อการมีส่วนผลักดันและสนับสนุน ส่วนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องมีบทบาทหน้าที่เชิงนโยบายและวิชาการสนับสนุนการดำเนินการ

2.2 การกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย คือ การกำหนดยุทธศาสตร์และศักยภาพการรวมกลุ่มอย่างชัดเจน จึงประสานงานเพื่อรับการสนับสนุนและต่อยอดร่วมกับหน่วยงานราชการ

2.3 การสร้างความร่วมมือองค์กรทางวิชาการและวิชาชีพทางการท่องเที่ยว คือ การร่วมกับสถาบันการศึกษา และหน่วยงานวิชาชีพทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ และการจัดการความรู้ด้านการจัดการกลุ่มเครือข่ายอย่างถูกต้อง

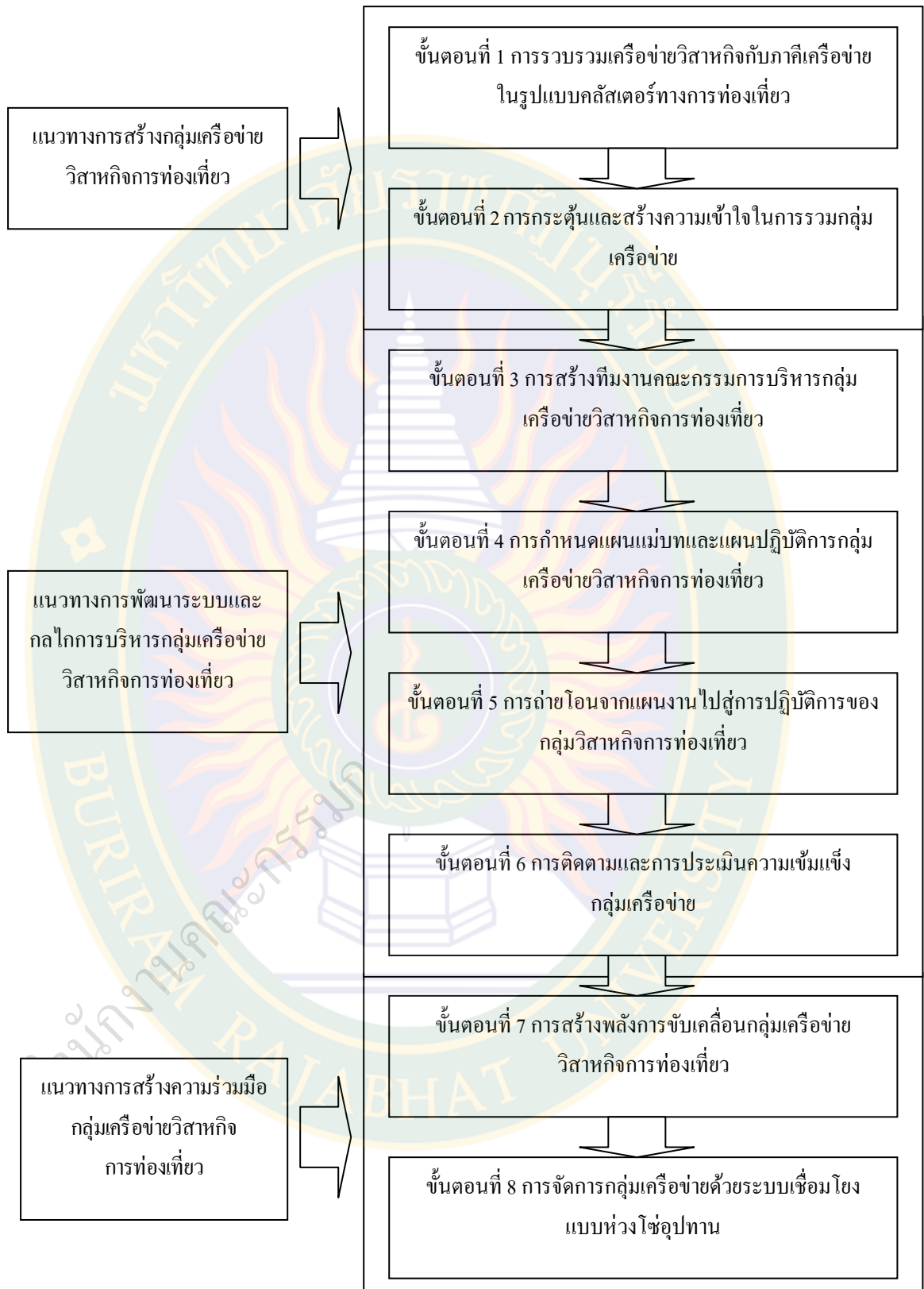
2.4 การจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อสนับสนุนการดำเนินการ คือ กลุ่มเครือข่ายสามารถเสริมความเข้มแข็งได้ด้วยการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งสามารถในแต่ละภาคีสวนต่าง ๆ ดังนี้คือ

2.4.1 ผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์ เป็นที่ปรึกษากลุ่มเครือข่าย เพื่อการประสานความร่วมมือหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง และการสนับสนุนทางงบประมาณเพื่อสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

2.4.2 ผู้อำนวยการและหรือตัวแทนขององค์กรภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ สภาอุตสาหกรรม หอการค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชมรมโรงแรม ชมรมผู้ประกอบการค้าอาหาร กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นต้น และหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด เกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์ อุตสาหกรรมจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด ขนส่งจังหวัด ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด ท่องถิ่นจังหวัด สำนักงานตำรวจจังหวัด เป็นต้น จังหวัดสุรินทร์และกลุ่มจังหวัด

2.4.3 ผู้นำและหรือตัวแทนภาคชุมชน ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายและชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์และกลุ่มจังหวัด (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอาทร แสงโสมวงศ์, 31 มีนาคม 2553)

2.4.4 ตัวแทนวิสาหกิจรายบุคคล ที่มีศักยภาพต่อการประสานงานและส่งเสริมความร่วมมือและทรัพยากร



รูปภาพ 5.1 แนวทางและขั้นตอนการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

5.2 บทสรุป

แนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. การสร้างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาสามารถกำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่ายในรูปแบบคลัสเตอร์ทางการท่องเที่ยว (Cluster Tourism Mapping) มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 1.1 การกำหนดและคัดเลือกวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว
- 1.2 การรวบรวมวิสาหกิจและภาคีเครือข่าย โดยประกอบด้วย
 - 1.2.1 วิสาหกิจต้นน้ำและอุตสาหกรรมสนับสนุน
 - 1.2.2 วิสาหกิจกลางน้ำธุรกิจหลัก
 - 1.2.3 วิสาหกิจปลายน้ำและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
 - 1.2.4 ภาคีเครือข่ายและหน่วยงานสนับสนุน
- 1.3 การประสานและสร้างความร่วมมือระหว่างผู้นำองค์กรภาคเอกชนและภาครัฐ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่จัดตั้งปัจจุบันและชุมชนในพื้นที่
- 1.4 การเชิญชวนผ่านความเป็นทางการและมีหน่วยงานทางราชการและสถาบันการศึกษาดำเนินการ เพื่อรับรองและสร้างความน่าเชื่อถือต่อการดำเนินการ

ขั้นตอนที่ 2 การกระตุ้นและสร้างความเข้าใจในการรวมกลุ่มเครือข่าย มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 2.1 การประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการรวมกลุ่มเครือข่ายกับวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้
 - 2.1.1 การพบปะและชี้แจงเป้าหมายของการรวมกลุ่มกับผู้นำกลุ่มวิสาหกิจและผู้บริหารองค์กรภาคีเครือข่าย
 - 2.1.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายเชิงประชาสัมพันธ์ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
- 2.2 การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายของวิสาหกิจ

2. การพัฒนาระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาสามารถกำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างทีมงานคณะกรรมการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 1.1 คัดเลือกผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม
- 1.2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรและคณะกรรมการบริหาร ที่ปรึกษากลุ่มเครือข่ายในรูปแบบกึ่งทางการเชิงสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 2.2 การกำหนดทิศทางและแผนดำเนินการ
- 2.3 การกำหนดแผนปฏิบัติงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 การถ่ายโอนจากแผนงานไปสู่การปฏิบัติการของกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 3.1 การกำหนดและคัดเลือกโครงการนำร่องสู่การปฏิบัติของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 3.2 การดำเนินการโครงการนำร่องกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามและการประเมินความเข้มแข็งกลุ่มเครือข่าย มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 4.1 การติดตามและกำหนดตัวชี้วัดผลการรวมกลุ่มเครือข่ายจากโครงการนำร่อง
- 4.2 การประเมินผลจากการดำเนินการตามโครงการนำร่อง

3. การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาสามารถกำหนดเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างพลังการขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 1.1 การสร้างแรงจูงใจและแรงขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่าย
- 1.2 การสร้างความเชื่อมั่นต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการรวมกลุ่มเครือข่าย

ขั้นตอนที่ 2 การจัดการกลุ่มเครือข่ายด้วยระบบเชื่อมโยงแบบห่วงโซ่อุปทาน มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

- 2.1 การกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของงานกลุ่มเครือข่ายอย่างเป็นทางการ
- 2.2 การกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย
- 2.3 การสร้างความร่วมมือองค์กรทางวิชาการและวิชาชีพทางการท่องเที่ยว
- 2.4 การจัดตั้งที่ปรึกษาเพื่อสนับสนุนการดำเนินการ

บทที่ 6

การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

6.1 ผลการศึกษาการจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

จากมติการประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 2¹ กับกลุ่มผู้นำและตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยว ร่วมกันระหว่างผู้บริหารหน่วยงาน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัด อีกทั้งสอดรับคำสัมภาษณ์ผู้นำ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญองค์กรทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์² การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการศึกษา มีการกำหนดขั้นตอนการจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา และการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 5 ขั้นตอน รายละเอียดดังแสดงภาคผนวก ก และแสดงดังรูปภาพ 6.1 และผลการศึกษาสามารถสรุปตามขั้นตอนการจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบดังนี้

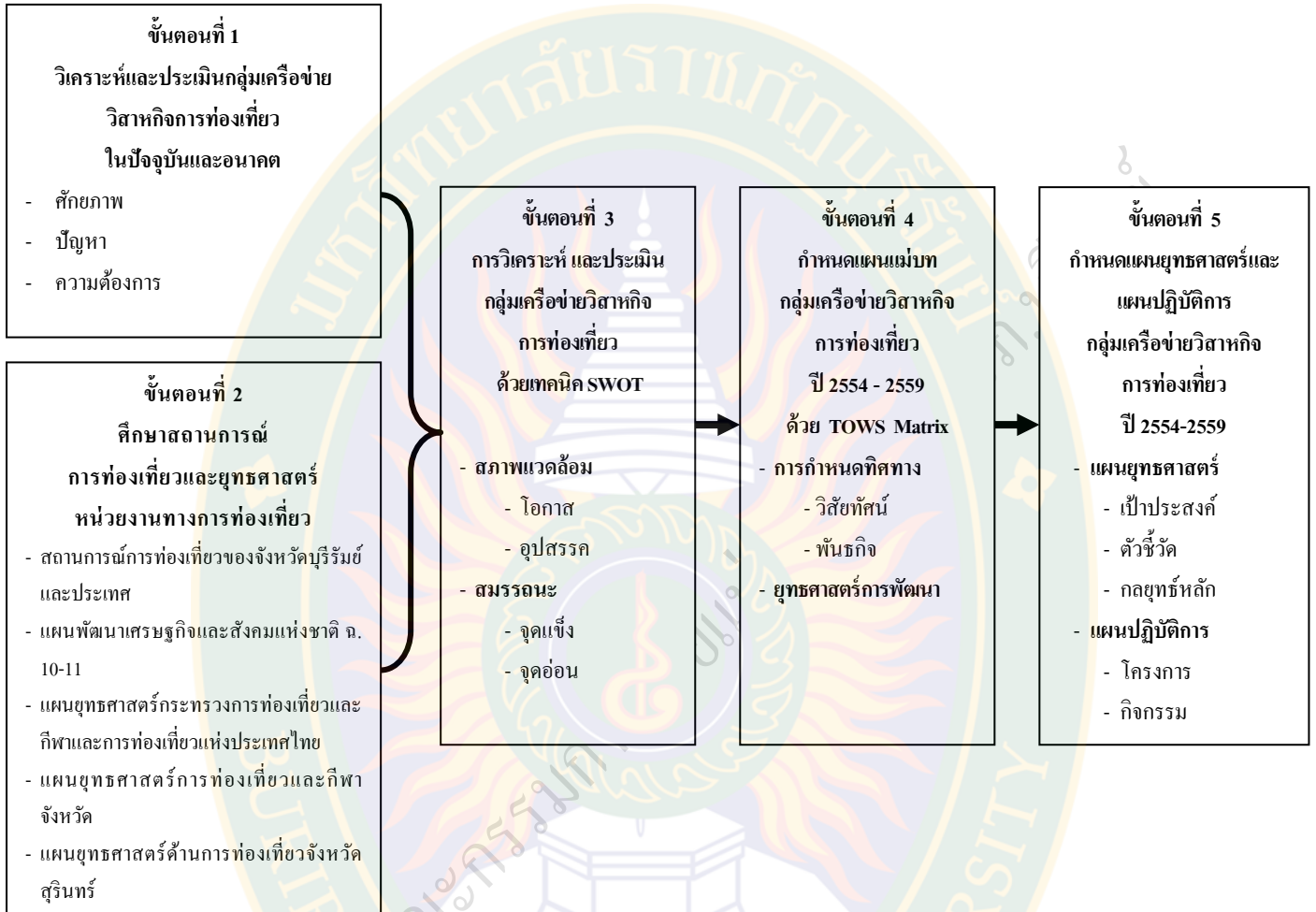
ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์และประเมินกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต
ซึ่งผลการศึกษาอ้างอิงจากบทที่ 4 พบดังนี้คือ

ศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ พบมี 4 ด้าน คือ 1) ความครบถ้วนและความหลากหลายของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทาน 2) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3) การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนและชุมชนและ 4) ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ซึ่งผลการประเมินโดยภาพรวมพบว่า ระดับศักยภาพโดยรวม

¹ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 3 เรื่อง การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ วันพุธที่ 31 มีนาคม 2553 จังหวัดสุรินทร์

² นางสาวบุญชานัฐ วรรณอึ้ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 24 พฤศจิกายน 2552 นายไพฑูรย์ ศิริบุรณ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ นางสาวขวัญวิ ไทยอึ้ง เลขานุการและกรรมการสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 23 พฤศจิกายน 2552 นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล ประธานชมรมผู้ประกอบการค้าอาหารจังหวัดสุรินทร์ นายศรีภูวงค์ จันทร์ชมภู ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ, 2 ธันวาคม 2552 นายอาทร แสงโสมวงค์ นายอุดร ป້ทอง นักวิชาการอิสระและรองประธานสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, นายสุรัตน์ ภูณวัฒนาภรณ์ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์ ผศ.โกเมท จันทร์สมโกษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ นางวิมลมาศ บุญหล้า ประธานกลุ่ม OTOP จังหวัดบุรีรัมย์ นางดาวสวรรค์ วรรณทอง นายภิรมย์ อังกุลดี ผู้ประกอบการกริมซ์อารีย์ เฮ้าส์/PIROM'S TOUR, 31 มีนาคม 2553

รายวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
จังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับดีมาก



รูปภาพ 6.1 ขั้นตอนการจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

แต่ยังมีปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบ
มี 7 ประเด็น ได้แก่ 1) ทักษะและความต้องการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวไม่เป็นทิศทางเดียวกัน 2)
การขับเคลื่อนของผู้นำกลุ่มเครือข่าย 3) ความเข้าใจและแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ 4)
เป้าหมาย แผนงานและกิจกรรมของกลุ่มจากวิสาหกิจโดยตรง 5) ขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมี
ขนาดเล็ก 6) ความเสมอภาคของการสนับสนุนของภาครัฐและ 7) การรวมกลุ่มวิสาหกิจหลักทางการท่องเที่ยว
แต่ยังมีความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ความต้องการ

การพัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว 2) ความต้องการการพัฒนาสมรรถนะทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและ3) ความต้องการการเพิ่มโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์หน่วยงานทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยประเด็นดังนี้

2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ

การท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศในปัจจุบันปี 2553 และอนาคตปี 2554 มีสถานการณ์ ดังนี้คือ

2.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์

ช่วงปลายปี 2552 จังหวัดสุรินทร์ได้มีการจัดงานช้างแฟร์ ตักบาตรบนหลังช้าง และงานแสงสีเสียงซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาได้ค่อนข้างมาก สามารถช่วยเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ จากที่มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ตั้งแต่ต้นปีค่อนข้างน้อยในรอบปี 2552 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากการจะมีโครงการคาราวานเส้นทางอารยธรรม โครงการประกวดหมู่บ้านทอผ้าไหม โครงการชมเงาะทุเรียนศรีสะเกษและโครงการทิวทัศน์ต่างๆ ที่ทางสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้นในปี 2553 ซึ่งจะเพิ่มรายได้จากทางการท่องเที่ยวได้อีก 10 – 20 เปอร์เซ็นต์ ทั้งจังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดศรีสะเกษ (จากคำสัมภาษณ์ นางบุญยานุช วรรณยิ่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ วันที่ 5 ธันวาคม 2552)

2.1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศ สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2553 คาดการณ์ปี 2554 ไว้ดังนี้

1) **สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2553** นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (2552) คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 และจำนวนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศปี 2553 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยวมาจาก 3 กลุ่ม โดยส่วนใหญ่มาจากประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย (ยกเว้นเอเชียใต้) ได้แก่ มาเลเซีย จีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ส่วนรองลงมาคือกลุ่มยุโรป ได้แก่ ประเทศอังกฤษ และนักท่องเที่ยวในกลุ่มสแกนดิเนเวีย และประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาไทยเพิ่มขึ้นมากได้แก่ รัสเซีย จีน กัมพูชา เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย อินเดีย บังกลาเทศ เนปาล อาร์เจนตินา บราซิล ประเทศอิตาลีและประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรต เป็นต้น อีกทั้งกรุงเทพฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2) **คาดการณ์ปี 2554** จะมีการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8-10 คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ระหว่าง 17.01-17.32 ล้านคน เพิ่มขึ้นต่ำกว่าการเพิ่มขึ้นในปี 2553-2552

2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554 และฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - 2559 จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

2.2.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554 มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศหลัก เป็น 5 ด้าน ดังนี้คือ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ 2) ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ 3) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมและ 5) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ มุ่งเสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคมอย่างยั่งยืน

2.2.2 ร่างกรอบทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2554 - 2555 ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนา ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้คือ 1) ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน 3) ยุทธศาสตร์การสร้างสมดุลและมั่นคงของอาหารและพลังงาน 4) ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และการสร้างปัจจัยแวดล้อม 5) ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาคและ 6) ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

2.3 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศและระดับกลุ่มจังหวัด ดังนี้คือ

2.3.1 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยนำยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้และยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน

2.3.2 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการกำหนดจังหวัดที่มีศักยภาพท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หลัก มีจำนวนทั้งสิ้น 14 กลุ่มจังหวัด ซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเรียงตามลำดับห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มี 5 ด้าน ดังนี้คือ 1) พัฒนาระบบบริหารและจัดการการท่องเที่ยว 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านท่องเที่ยว 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 4) พัฒนาศักยภาพบุคลากรภาคบริการท่องเที่ยวและ 5) พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์

2.4 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ

การท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มจังหวัด และระดับจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ มีแนวทางดังนี้

2.4.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนล่าง 1 ประจำปี 2551-2554 (ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ อุบลราชธานี) คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

2.4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนล่าง 2 ปี 2551-2554 (นครชัยบุรีรัมย์ ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์) คือ 1.1) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (ยกระดับมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวตามเส้นทางอารยธรรมขอม “นครชัยบุรีรัมย์”) 1.2) การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 “นครชัยบุรีรัมย์” และ 1.3) การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม

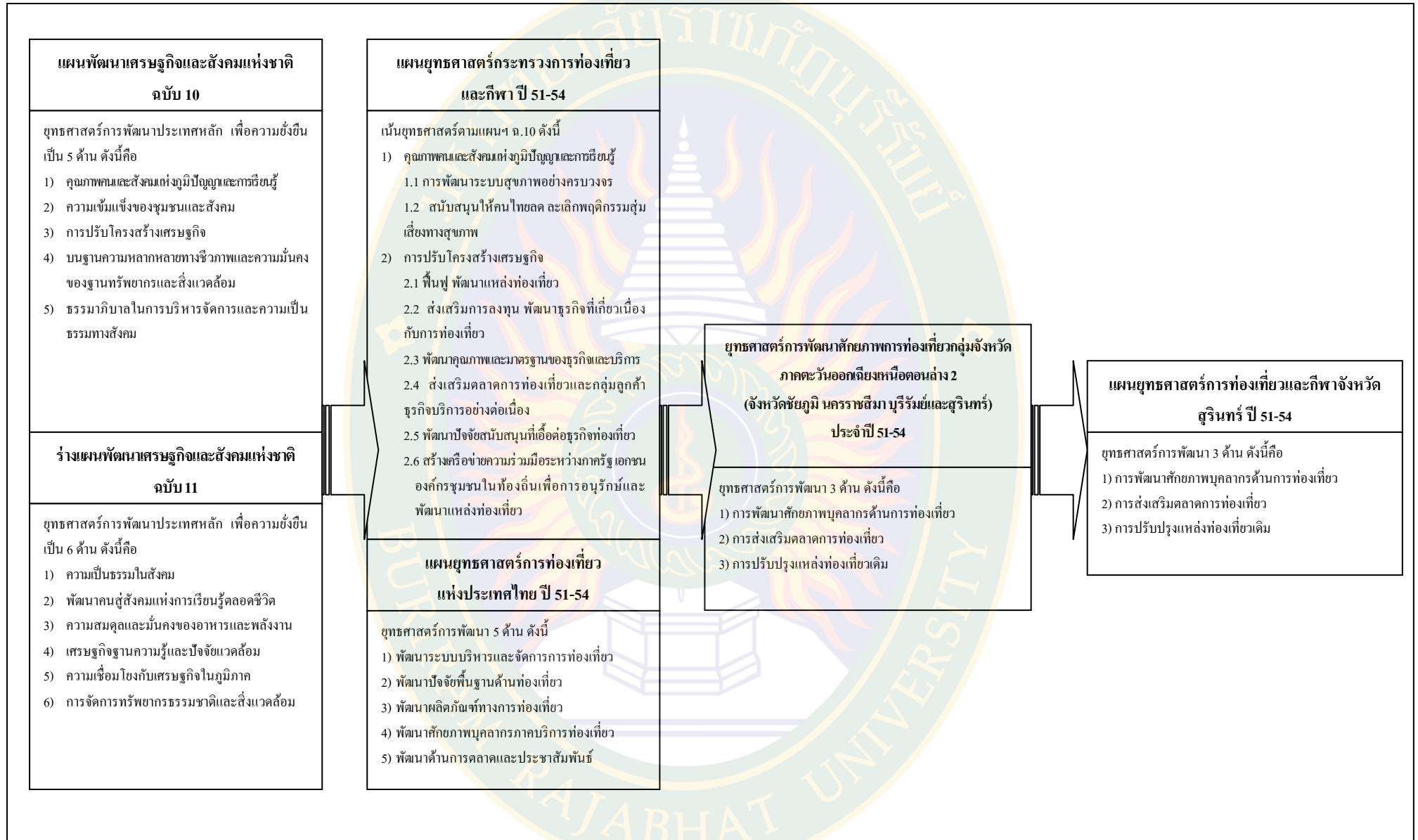
2.4.3 ยุทธศาสตร์สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ ปี 2551-2554 มีแนวทาง

เดียวกับกลุ่มนครชัยบุรีรัมย์

2.5 แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ปี 2552-2554 มีทิศทางวิสัยทัศน์คือ “เกษตรอินทรีย์เป็นเลิศ เปิดประตูสู่อินโดจีน” และประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และ 2) พัฒนาปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยว

ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมีรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ค และสามารถสรุปดังแผนภาพ 6.2



รูปภาพ 6.2 ความสัมพันธ์ของประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักทางการท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัดและระดับประเทศ
ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 และร่างฉบับที่ 11

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ และประเมินกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ด้วยเทคนิค SWOT ซึ่งผลการศึกษাপบตามรายละเอียดดังนี้

3.1 การประเมินสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวต่อกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยมีการแยกประเด็นการศึกษา 2 ส่วน ได้แก่ โอกาสและอุปสรรค ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปโดยเรียงลำดับตามความสำคัญพบดังนี้คือ

3.1.1 โอกาส (Opportunities) ประกอบด้วย 1) ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวภาครัฐ ได้แก่ 1.1) นโยบายกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคและ 1.2) นโยบายเปิดเสรีอาเซียน เป็นต้น 2) ด้านลูกค้าและตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ 2.1) นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ แนวโน้มเพิ่มขึ้นและ 2.2) นักท่องเที่ยวมีความต้องการเที่ยวชมการแสดงช้างและการข้ามแดนช่องจอม เป็นต้น 3) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้แก่ 3.1) ความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมและทางธรรมชาติ 3.2) มีด้านการค้าชายแดนและเชื่อมโยงเส้นทางสู่นครวัดนครธม 3.3) มีกลุ่มชุมชนและแหล่งผลิตสินค้าพื้นบ้าน 3.4) มีภูมิปัญญาและแหล่งความรู้ทางวัฒนธรรมและหัตถกรรมท้องถิ่น และ 3.5) มีความพร้อมทางการท่องเที่ยวเชิงชุมชน เป็นต้น 4) ด้านการส่งเสริมพัฒนาและบริหารของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและท้องถิ่น ได้แก่ 4.1) จังหวัดมีนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาการลงทุนภาคการเกษตรและการท่องเที่ยวและ 4.2) มีการสนับสนุนจากหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น 5) ด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจเอกชนและภาคีเครือข่าย ได้แก่ 5.1) ผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวมีการขยายตัวและ 5.2) มีผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวขนาดใหญ่และมีศักยภาพจำนวนมาก เป็นต้น

3.1.2 อุปสรรค (Threats) ประกอบด้วย 1) ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวภาครัฐ ได้แก่ 1.1) นโยบายการบริหารจังหวัดมีการปรับเปลี่ยนและขาดความต่อเนื่องและ 1.2) นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์รองจากทางการเกษตร เป็นต้น 2) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้แก่ 2.1) ภูมิประเทศแหล่งท่องเที่ยวกระจายตัว 2.2) สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดส่วนใหญ่ยังไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน 2.3) ภูมิอากาศร้อนไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว 2.4) เส้นทางและการเข้าถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่สะดวกและขาดคุณภาพและ 2.5) ข้อจำกัดของฤดูกาลทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น 3) ด้านลูกค้าและตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ 3.1) เป็นเพียงจุดผ่านและแวะเที่ยวพักของเส้นทางท่องเที่ยว 3.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวนน้อยและ 3.3) นักท่องเที่ยวจำนวนมากบางกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น 4) ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ 4.1) ราคาน้ำมันผันผวนและมีแนวโน้มสูงขึ้น 4.2) วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอเมริกาและ 4.3) สถานการณ์วิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นต้น

5) ด้านการเมือง ได้แก่ 5.1) อิทธิพลและผลประโยชน์ทางการเมืองของท้องถิ่น 5.2) ความขัดแย้งกับประเทศเพื่อนบ้าน 5.3) ความขัดแย้งและการขาดเสถียรภาพทางการเมืองและ 5.4) ความไม่สงบ การก่อการร้ายของ 3 จังหวัดชายแดนทางภาคใต้ เป็นต้น 6) ด้านการส่งเสริมพัฒนาและบริหารของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและท้องถิ่น ได้แก่ 6.1) ความไม่ชัดเจนและต่อเนื่องของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ 6.2) งบประมาณการพัฒนาทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ 6.3) การบูรณาการของหน่วยงานการท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นยังขาดประสิทธิภาพ 6.4) หน่วยงานการท่องเที่ยวขาดศักยภาพและ 6.5) ขาดความไว้วางใจและเชื่อมั่นต่อการบริหารงานของหน่วยงานท้องถิ่น เป็นต้น 7) ด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจเอกชน ได้แก่ 7.1) ข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวและการเดินทางไม่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน 7.2) ขาดระบบช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย 7.3) สภาวะการณ์การแข่งขันทางการให้บริการท่องเที่ยวท้องถิ่นรุนแรง 7.4) ผู้ประกอบการนำเที่ยวบริการท่องเที่ยวแบบ Out bound 7.5) การจัดการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและท้องถิ่นยังขาดประสิทธิภาพและ 7.6) ความร่วมมือของหน่วยงานท้องถิ่นและหน่วยงานเอกชนต่อการร่วมมือทางการจัดการและพัฒนาทางการท่องเที่ยวยังไม่ดีเท่าที่ควร

3.2 การประเมินสมรรถนะของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งมีการแยกประเด็นการศึกษา 2 ส่วน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปโดยเรียงลำดับตามความสำคัญพบดังนี้คือ

3.2.1 จุดแข็ง (Strengths) ประกอบด้วย 1) ด้านบุคลากรและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ 1.1) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและ 1.2) มีที่ปรึกษาในแต่ละภาคส่วนเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายอย่างเป็นทางการ เป็นต้น 2) ด้านการจัดการกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบัน ได้แก่ 2.1) มีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวหลายกลุ่ม 2.2) กลุ่มเครือข่ายมีการกำหนดโครงสร้างและคณะกรรมการดำเนินการอย่างเป็นทางการและ 2.3) กลุ่มเครือข่ายมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทางการบริการท่องเที่ยวของธุรกิจสมาชิก เป็นต้น 3) ด้านความร่วมมือและความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่าย ได้แก่ 3.1) มีกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีการบริหารจัดการที่เข้มแข็งอยู่ในปัจจุบันและ 3.2) กลุ่มเครือข่ายมีการเชื่อมโยงกันและมีวิสาหกิจสมาชิกรายเดียวกัน

3.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses) ประกอบด้วย 1) ด้านบุคลากรและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ 1.1) บุคลากรทางการนำเที่ยวที่ได้มาตรฐานยังไม่เพียงพอ 1.2) ขาดบุคลากรบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายโดยตรง 1.3) สมาชิกขาดการตระหนักต่อการพัฒนาตนเองทางวิชาการและการประกอบธุรกิจ 1.4) ขาดความเข้าใจหลักการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย 1.5) ไม่มีที่ปรึกษาและผู้ประสานงานกลุ่มเครือข่ายที่มีศักยภาพ และ 1.6) ผู้ประกอบการในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ เป็นต้น

2) ด้านการจัดการกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบัน ได้แก่ 2.1) ขาดผู้นำที่มีความทุ่มเทและเสียสละจริงจังต่อ งานบริหารกลุ่มเครือข่าย 2.2) การโปร่งใสในการให้สิทธิและประโยชน์จากการรวมกลุ่ม 2.3) เกิด ความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่าย 2.4) งบประมาณดำเนินการของกลุ่ม เครือข่ายไม่เพียงพอ 2.5) ขาดทิศทางและเป้าหมายการดำเนินการร่วมกันอย่างชัดเจน 2.6) ขาด แผนงานและกิจกรรมดำเนินการประจำปีอย่างชัดเจน 2.7) การประสานงานและการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารกลุ่มเครือข่ายไม่ทั่วถึง 2.8) การปิดโอกาสและกีดกันในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก และ 2.9) ชมรมและกลุ่มเครือข่ายยังมีขนาดเล็ก เป็นต้น 3) ด้านความร่วมมือและความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่าย ได้แก่ 3.1) ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจและความเชื่อมั่นต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการกลุ่ม 3.2) ระดับความสัมพันธ์ของสมาชิกกับกลุ่มเครือข่ายค่อนข้างต่ำ 3.3) ผู้ประกอบการที่ เป็นสมาชิกไม่ทุ่มเทและเสียสละกับกิจกรรมของชมรม และ 3.4) สมาชิกมีความต้องการประโยชน์ ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม

ขั้นตอนที่ 4 กำหนดแผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ปี 2554 – 2559 ด้วย เทคนิค TOWS Matrix

4.1 ทิศทางแผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554 – 2559

โดยการกำหนดทิศทางเพื่อกำหนดแผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554–2559 สามารถวิเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix ดังตาราง 6.1 และการกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์เชิงนโยบายของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 4 แนวทาง ดังนี้

4.1.1 นโยบายเชิงรุก (Strengths - Opportunities : SO) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบคือ

1) การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่าย (Cluster)

1.1) บูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวกับภาคีเครือข่ายระดับ ชุมชนและระดับจังหวัด

1.2) สร้างการเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจสินค้าและบริการทาง การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอม

1.3) สร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงสินค้าและบริการของวิสาหกิจและ ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

2) พัฒนาผลิตภาพสินค้าและบริการวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอม

2.1) พัฒนาและสร้างสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเอกลักษณ์ และนวัตกรรมเส้นทางอารยธรรมขอมโบราณ หัตถกรรมท้องถิ่น สมุนไพรและภูมิปัญญาชุมชนของ วิสาหกิจสมาชิกกลุ่มเครือข่าย

2.2) พัฒนาสินค้าและบริการบนฐานความร่วมมือของสมาชิกกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

2.3) การพัฒนาผลิตภาพวิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว

2.4) มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว

4.1.2 นโยบายเชิงพัฒนา (Weaknesses - Opportunities : WO) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบคือ

1) การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนากลุ่มเครือข่าย

1.1) การทัศนศึกษาเชิงบริหารและศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

1.2) การสัมมนาการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม

ของจังหวัดสุรินทร์สู่ความยั่งยืน

1.3) การพัฒนาเจตคติและประสิทธิภาพการจัดการกลุ่มเครือข่าย

1.4) การพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย

2) พัฒนามาตรฐานวิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยว

2.1) ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานบุคลากรและวิสาหกิจการท่องเที่ยว
สมาชิกกลุ่มเครือข่ายร่วมกับหน่วยงานท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

2.2) ส่งเสริมการจัดทำระบบมาตรฐานสินค้าและบริการของวิสาหกิจ
สมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

2.3) ส่งเสริมวิสาหกิจสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ
ตามประเภทการประกอบการและหน่วยงานมาตรฐานอุตสาหกรรม

3) พัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเชิงองค์กรเครือข่าย

3.1) การสร้างระบบจัดการแนวทางธรรมาภิบาล

3.2) สร้างแผนงานและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น
และระดับจังหวัดอย่างเป็นทางการ

3.3) สร้างปฏิทินแผนและกิจกรรมประจำปีของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

3.4) สร้างระบบการจัดการและควบคุมรายได้และงบประมาณของ
กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

3.5) การขยายจำนวนสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวบนฐานศักยภาพ
และทรัพยากร

3.6) จัดหาที่ปรึกษาทางวิชาการด้านการท่องเที่ยว และผู้บริหาร
ภาคราชการระดับท้องถิ่นและจังหวัด

4.1.3 นโยบายตั้งรับ (Strengths -Threats : ST) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบคือ

1) พัฒนากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องการตลาดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

1.1) สร้างส่วนผสมโปรแกรมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
บนฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด

1.2) สร้างช่องทางตลาดและการสื่อสารทางการตลาดสินค้าและ
บริการของกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

1.3) สร้างและพัฒนาความร่วมมือกับการบริหารทางการท่องเที่ยว
ระหว่างวิสาหกิจชายแดนประเทศกัมพูชา ลาวและเวียดนาม

2) ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มีความร่วมมือ
ทางการตลาดและช่องทางการจำหน่าย

2.1) การรวมกลุ่มระดับสมาชิกเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มี
ความร่วมมือด้านการผลิตและบริการทางการท่องเที่ยวรายจังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อสร้างสินค้า
และบริการ สร้างตราสินค้าเชื่อมโยงกัน

2.2) การความร่วมมือทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว
เชื่อมโยงกันระดับกลุ่ม 3 จังหวัด

3) พัฒนาคือความร่วมมือระดับชุมชนท้องถิ่นและระดับจังหวัด

3.1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสินค้าและบริการเชิงชุมชนระหว่าง
กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับชุมชนท้องถิ่น

3.2) การมีส่วนร่วมเชิงคณะกรรมการระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด
กับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว

4.1.4 นโยบายแก้ปัญหา (Weaknesses - Threats : WT) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบคือ

1) พัฒนาระบบสารสนเทศสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่ม
เครือข่าย

1.1) การศึกษาสำรวจข้อมูลสารสนเทศทางทรัพยากรและผู้ประกอบการ
ทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

1.2) สร้างระบบฐานข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
และกลุ่มวิสาหกิจผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่ายจังหวัดสุรินทร์

1.3) สร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงและต่อเนื่องตลอดปีของกลุ่มเครือข่ายจังหวัดสุรินทร์

2) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวสุรินทร์

2.1) การจัดทำและพัฒนาสื่อและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมของกลุ่มเครือข่ายจังหวัดสุรินทร์

โดยสรุปรายละเอียดผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ดังตาราง 6.1 และสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มของผลการวิเคราะห์ได้ดังภาคผนวก ก



ตาราง 6.1 การวิเคราะห์แผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

เชิงพัฒนา (WO)	โอกาส (O)	เชิงรุก (SO)
<p>1) การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนาเครือข่าย</p> <p>1.1) การศึกษาเชิงบริหารและศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว</p> <p>1.2) การสัมมนาการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ผู้ความยั่งยืน</p> <p>1.3) การพัฒนาจิตคิดและประสิทธิภาพการจัดการกลุ่มเครือข่าย</p> <p>1.4) การพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย</p> <p>2) พัฒนามาตรฐานวิสาหกิจและบุคลากรบริการการท่องเที่ยว</p> <p>2.1) ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานบุคลากรและวิสาหกิจการท่องเที่ยวสมาชิกกลุ่มเครือข่ายร่วมกับหน่วยงานท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2.2) ส่งเสริมการจัดทำระบบมาตรฐานสินค้าและบริการของวิสาหกิจสมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์</p> <p>2.3) ส่งเสริมวิสาหกิจผู้ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการตามประเภทการประกอบและหน่วยงานมาตรฐานอุตสาหกรรม</p> <p>3) พัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเชิงองค์กรเครือข่าย</p> <p>3.1) การสร้างระบบจัดการแนวทางธรรมาภิบาล</p> <p>3.2) สร้างแผนงานและกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัดอย่างเป็นทางการ</p> <p>3.3) สร้างปฏิทินแผนและกิจกรรมประจำปีของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์</p> <p>3.4) สร้างระบบการจัดการและควบคุมรายได้และงบประมาณของกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์</p> <p>3.5) การขยายจำนวนสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวบนฐานศักยภาพและทรัพยากร</p> <p>3.6) จัดหาที่ปรึกษาทางวิชาการด้านการท่องเที่ยว และผู้บริหารภาคราชการระดับท้องถิ่นและจังหวัด</p>	<p>1) ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวภาครัฐ</p> <p>1.1) นโยบายกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาค</p> <p>1.2) นโยบายเปิดเสรีอาเซียน</p> <p>2) ด้านลูกค้าและตลาดการท่องเที่ยว</p> <p>2.1) นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติแนวโน้มเพิ่มขึ้น</p> <p>2.2) นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่ชมการแสดงช้างและการข้ามแดนช่องจอม</p> <p>3) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของการท่องเที่ยวของจังหวัด</p> <p>3.1) ความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมและทางธรรมชาติ</p> <p>3.2) มีด้านการค้าชายแดนและเชื่อมโยงเส้นทางสู่นครวัดนครธม</p> <p>3.3) มีกลุ่มชุมชนและแหล่งผลิตสินค้าพื้นบ้าน</p> <p>3.4) มีภูมิปัญญาและแหล่งความรู้ทางวัฒนธรรม และหัตถกรรมท้องถิ่น</p> <p>3.5) มีความพร้อมทางการท่องเที่ยวเชิงชุมชน</p> <p>4) ด้านการส่งเสริมพัฒนาและบริหารของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและท้องถิ่น</p> <p>4.1) จังหวัดมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาการลงทุนภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว</p> <p>4.2) มีการสนับสนุนจากหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง</p> <p>5) ด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจเอกชนและภาคีเครือข่าย</p> <p>5.1) ผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวมีการขยายตัว</p> <p>5.2) มีผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวขนาดใหญ่และมีศักยภาพจำนวนมาก</p>	<p>1) การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่าย (Cluster)</p> <p>1.1) บูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจท่องเที่ยวกับภาคีเครือข่ายระดับชุมชนและระดับจังหวัด</p> <p>1.2) สร้างการเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอม</p> <p>1.3) สร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงสินค้าและบริการของวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค และระดับประเทศ</p> <p>2) พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอม</p> <p>2.1) พัฒนาและสร้างสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงเอกลักษณ์และนวัตกรรมเส้นทางอารยธรรมขอม โบราณ หัตถกรรมท้องถิ่นและสมุนไพรสุขภาพชุมชนของวิสาหกิจสมาชิกกลุ่มเครือข่าย</p> <p>2.2) พัฒนาสินค้าและบริการบนฐานความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว</p> <p>2.3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว</p> <p>2.4) มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว</p>
<p>จุดอ่อน (W)</p>	<p>วิสัยทัศน์ (VISION)</p>	<p>จุดแข็ง (S)</p>
<p>1) ด้านบุคลากรและผู้ประกอบการท่องเที่ยว</p> <p>1.1) บุคลากรทางการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานยังไม่เพียงพอ</p> <p>1.2) ขาดบุคลากรบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายโดยตรง</p>	<p>องค์กรเครือข่ายการส่งเสริมสินค้าและบริการ</p> <p>ทางการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเลิศ</p>	<p>1) ด้านบุคลากรและผู้ประกอบการท่องเที่ยว</p> <p>1.1) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว</p> <p>1.2) มีที่ปรึกษาในแต่ละภาคส่วนเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายอย่างเป็นทางการ</p>

<p>1.3) สมาชิกขาดการตระหนักต่อการพัฒนาตนเองทางวิชาการและการประกอบธุรกิจ</p> <p>1.4) ขาดความเข้าใจหลักการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย</p> <p>1.5) ไม่มีที่ปรึกษาและผู้ประสานงานกลุ่มเครือข่ายที่มีศักยภาพ</p> <p>1.6) ผู้ประกอบการในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ</p> <p>2) ด้านการจัดการกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบัน</p> <p>2.1) ขาดผู้นำที่มีความทุ่มเทและเสียสละจริงจังต่องานบริหารกลุ่มเครือข่าย</p> <p>2.2) การโปร่งใสในการให้สิทธิและประโยชน์จากรวมกลุ่ม</p> <p>2.3) เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่าย</p> <p>2.4) งบประมาณดำเนินการของกลุ่มเครือข่ายไม่เพียงพอ</p> <p>2.5) ขาดทิศทางและเป้าหมายการดำเนินการร่วมกันอย่างชัดเจน</p> <p>2.6) ขาดแผนงานและกิจกรรมดำเนินการประจำปีอย่างชัดเจน</p> <p>2.7) การประสานงานและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารกลุ่มเครือข่ายไม่ทั่วถึง</p> <p>2.8) การปิดโอกาสและกีดกันในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก</p> <p>2.9) ชมรมและกลุ่มเครือข่ายยังมีขนาดเล็ก</p> <p>3) ด้านความร่วมมือและความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่าย</p> <p>3.1) ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจและความเชื่อมั่นต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่ม</p> <p>3.2) ระดับความสัมพันธ์ของสมาชิกกับกลุ่มเครือข่ายค่อนข้างต่ำ</p> <p>3.3) ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกไม่ทุ่มเทและเสียสละกับกิจกรรมของชมรม</p> <p>3.4) สมาชิกมีความต้องการประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม</p>	<p>ทางการแสดงช้าง อารยธรรมขอมและวิถีชีวิตชาวสุรินทร์</p> 	<p>2) ด้านการจัดการกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบัน</p> <p>2.1) มีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวหลายกลุ่ม</p> <p>2.2) กลุ่มเครือข่ายมีการกำหนดโครงสร้างและคณะกรรมการดำเนินการอย่างเป็นทางการ</p> <p>2.3) กลุ่มเครือข่ายมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทางการบริการท่องเที่ยวของธุรกิจสมาชิก</p> <p>3) ด้านความร่วมมือและความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่าย</p> <p>3.1) มีกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีการบริหารจัดการที่เข้มแข็งอยู่ในปัจจุบัน</p> <p>3.2) กลุ่มเครือข่ายมีการเชื่อมโยงกันและมีวิสาหกิจสมาชิกรายเดียวกัน</p>
แก้ปัญหา (WT)	ข้อจำกัด/อุปสรรค (T)	ตั้งรับ (ST)
<p>1) พัฒนาระบบสารสนเทศสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย</p> <p>1.1) การศึกษาสำรวจข้อมูลสารสนเทศทางทรัพยากรและผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์</p> <p>1.2) สร้างระบบฐานข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและกลุ่มวิสาหกิจผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายจังหวัดสุรินทร์</p> <p>1.3) สร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงและต่อเนื่องตลอดปีของกลุ่มเครือข่ายจังหวัดสุรินทร์</p> <p>2) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของคัสเตอร์สุรินทร์</p> <p>2.1) การจัดทำและพัฒนาสื่อและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมกลุ่มเครือข่ายจังหวัดสุรินทร์</p>	<p>1) ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการท่องเที่ยวภาครัฐ</p> <p>1.1) นโยบายการบริหารจังหวัดมีการปรับเปลี่ยนและขาดความต่อเนื่อง</p> <p>1.2) นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์รองจากทางเกษตร</p> <p>2) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติการท่องเที่ยวของจังหวัด</p> <p>2.1) ภูมิประเทศแหล่งท่องเที่ยวกระจายตัว</p> <p>2.2) สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดส่วนใหญ่ยังไม่มีความหลากหลายและมาตรฐาน</p> <p>2.3) ภูมิอากาศร้อนไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว</p> <p>2.4) เส้นทางและการเข้าถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่สะดวกและขาดคุณภาพ</p> <p>2.5) ข้อจำกัดของฤดูกาลทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>3) ด้านลูกค้าและตลาดการท่องเที่ยว</p> <p>3.1) เป็นเพียงจุดผ่านและแวะเที่ยวพักของเส้นทางท่องเที่ยว</p>	<p>1) พัฒนากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางตลาดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว</p> <p>1.1) สร้างส่วนผสมโปรแกรมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวบนฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>1.2) สร้างช่องทางตลาดและการสื่อสารทางการตลาดสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ</p> <p>1.3) สร้างและพัฒนาความร่วมมือกับการบริหารทางการท่องเที่ยวระหว่างวิสาหกิจชายแดนประเทศกัมพูชา ลาวและเวียดนาม</p> <p>2) ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มีความร่วมมือทางการตลาดและช่องทางการจำหน่าย</p> <p>2.1) การรวมกลุ่มระดับสมาชิกเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มีความร่วมมือด้านการผลิตและบริการทางการท่องเที่ยวรายจังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อสร้างสินค้าและบริการ</p>

	<p>3.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวนน้อย</p> <p>3.3) นักท่องเที่ยวจำนวนมากบางกิจกรรมการท่องเที่ยว</p> <p>4) ด้านเศรษฐกิจ</p> <p>4.1) ราคาน้ำมันผันผวนและมีแนวโน้มสูงขึ้น</p> <p>4.2) วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอเมริกา</p> <p>4.3) สถานการณ์วิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศ</p> <p>5) ด้านการเมือง</p> <p>5.1) อิทธิพลและผลประโยชน์ทางการเมืองของท้องถิ่น</p> <p>5.2) ความขัดแย้งกับประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>5.3) ความขัดแย้งและการขาดเสถียรภาพทางการเมือง</p> <p>5.4) ความไม่สงบ การก่อการร้ายของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้</p> <p>6) ด้านการส่งเสริมพัฒนาและบริหารของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและท้องถิ่น</p> <p>6.1) ความไม่ชัดเจนและต่อเนื่องของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่</p> <p>6.2) งบประมาณการพัฒนาทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ</p> <p>6.3) การบูรณาการของหน่วยงานการท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นยังขาดประสิทธิภาพ</p> <p>6.4) หน่วยงานการท่องเที่ยวขาดศักยภาพ</p> <p>6.5) ขาดความไว้วางใจและเชื่อมั่นต่อการบริหารงานของหน่วยงานท้องถิ่น</p> <p>7) ด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจเอกชน</p> <p>7.1) ข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวและการเดินทางไม่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน</p> <p>7.2) ขาดระบบช่องทางสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย</p> <p>7.3) สภาพการณ์แข่งขันทางการให้บริการท่องเที่ยวท้องถิ่นรุนแรง</p> <p>7.4) ผู้ประกอบการนำเที่ยวบริการท่องเที่ยวแบบ Out board</p> <p>7.5) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและท้องถิ่นยังขาดประสิทธิภาพ</p> <p>7.6) ความร่วมมือของหน่วยงานท้องถิ่นและหน่วยงานเอกชนต่อการร่วมมือทางการจัดการและพัฒนาทางการท่องเที่ยวยังไม่ดีเท่าที่ควร</p>	<p>สร้างตราสินค้าเชื่อมโยงกัน</p> <p>2.2) การความร่วมมือทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันระดับกลุ่ม 3 จังหวัด</p> <p>3) พัฒนาความร่วมมือระดับชุมชนท้องถิ่นและระดับจังหวัด</p> <p>3.1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสินค้าและบริการเชิงชุมชนระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับชุมชนท้องถิ่น</p> <p>3.2) การมีส่วนร่วมเชิงคณะกรรมการระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัดกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว</p>
--	--	--

4.2 แผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554 – 2559

โดยจากผลของการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix จึงทำให้กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์มีการกำหนดทิศทางกลุ่มเครือข่ายและยุทธศาสตร์การพัฒนา ซึ่งผลการศึกษาแบ่งตามประเด็นดังนี้

4.2.1 ทิศทางของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

4.2.1.1 วิสัยทัศน์ โดยวิสัยทัศน์ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ คือ “องค์กรเครือข่ายการส่งเสริมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเลิศทางการแสดงช้าง อารยธรรมขอมและวิถีชีวิตชาวสุรินทร์”

4.2.1.2 พันธกิจ โดยพันธกิจหรือบทบาทหน้าที่ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มี 5 ด้าน ดังนี้

- 1) กำกับ ดูแลสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 2) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพและผลิตภาพสินค้าและบริการของสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 3) พัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 4) พัฒนาระบบข้อมูลและการประชาสัมพันธ์กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 5) เป็นตัวกลางประสานงานของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

4.2.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยแผนแม่บทของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554 – 2559 มีจำนวน 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาหลัก ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ขั้นตอนที่ 5 กำหนดแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ปี 2554-2559

จากการกำหนดแผนแม่บทของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม
ขอนแก่นสุรินทร์ มีการกำหนดแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ในแผนแม่บท
โดยแยกประเด็นผลการศึกษาดังนี้คือ

5.1 แผนยุทธศาสตร์ โดยประเด็นยุทธศาสตร์ของกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรม
ขอนแก่นสุรินทร์ ในปี 2554-2559 มี 4 ประเด็นดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารย
ธรรมขอนแก่นสุรินทร์**

1.1 เป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

- 1) สร้างเครือข่าย (Cluster) ระดับกลุ่มจังหวัดทางการท่องเที่ยวร่วมกับภาครัฐ
และเอกชนที่เกี่ยวข้อง
- 2) กลุ่ม (Cluster) วิสาหกิจการท่องเที่ยว มีการแบ่งปันทรัพยากรในการดำเนินการ

1.2 ตัวชี้วัดและเป้าหมาย อิงตามเป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 2554 - 2559
1. จำนวนการรวมกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัดอย่างน้อย 1 กลุ่ม	ปี 54 - 55
2. เกิดการแบ่งปันทรัพยากรทางการดำเนินการร่วมกัน อย่างน้อย 1 เรื่องต่อปี	ปี 54 - 59

1.3 กลยุทธ์หลัก มีดังนี้คือ

- 1) การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนาเครือข่าย
- 2) การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการจัดการท่องเที่ยวอารยธรรมขอนแก่น
สุรินทร์
- 3) การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่าย (Cluster) ของ
พื้นที่ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ

**ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอนแก่นสุรินทร์**

2.1 เป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

- 1) การเพิ่มประสิทธิภาพด้านสารสนเทศและองค์ความรู้การบริการทาง
การท่องเที่ยว

2) การเผยแพร่สารสนเทศและองค์ความรู้การบริการและการลงทุนกับ
วิสาหกิจเครือข่ายการท่องเที่ยว

2.2 ตัวชี้วัดและเป้าหมาย อิงตามเป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 2554 - 2559
1. วิสาหกิจมีข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้การบริการและการลงทุนอย่างน้อย 1 ชุดข้อมูล	ปี 54 - 56
2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจได้รับการเผยแพร่สารสนเทศและการบริการและการลงทุนอย่างน้อย 2 สื่อ	ปี 55 - 59

2.3 กลยุทธ์หลัก มีดังนี้คือ

1) การส่งเสริมการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์
ทางการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอมจังหวัด
สุรินทร์

3.1 เป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

- 1) พัฒนาช่องทางการตลาดทางการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิผล
- 2) สร้างช่องทางการตลาดทางการท่องเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้น

3.2 ตัวชี้วัดและเป้าหมาย อิงตามเป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 2554 - 2559
1. เกิดช่องทางการตลาดเดิมเพิ่มรายได้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20	ปี 55 - 59
2. เกิดช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้นอีก 2 ช่องทาง	ปี 55 - 59

3.3 กลยุทธ์หลัก มีดังนี้คือ

1) ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มีความร่วมมือ
ทางการตลาดและช่องทางการจำหน่าย

2) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์

**ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการ
ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์**

4.1 เป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

1) พัฒนาประสิทธิภาพสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรการท่องเที่ยว
(วิสาหกิจทัวร์ ที่พักและร้านอาหาร ผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกของฝาก ฯลฯ)

2) ผลผลิตของวิสาหกิจได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ

4.2 ตัวชี้วัดและเป้าหมาย อิงตามเป้าประสงค์ มีดังนี้คือ

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 2554 - 2559
1. วิสาหกิจบริการการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์ ที่พักและร้านอาหาร ผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกของฝาก) ได้รับการพัฒนาไม่น้อยกว่า 10 ราย	ปี 56 - 59
2. เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจที่มีคุณภาพสูงขึ้นอย่างน้อย 10 ชนิด	ปี 56 - 59
3. วิสาหกิจบริการท่องเที่ยวสามารถลดต้นทุนลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	ปี 57 - 59
4. ผลิตภัณฑ์และบริการได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างน้อยร้อยละ 30 ของสมาชิกวิสาหกิจเครือข่าย	ปี 56 - 59

4.3 กลยุทธ์หลัก มีดังนี้คือ

1) การพัฒนาผลิตภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

2) การพัฒนาผลิตภาพวิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว

3) การพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว

5.2 แผนปฏิบัติการ โดยแผนปฏิบัติการมีการกำหนดโครงการและกิจกรรมตามประเด็นยุทธศาสตร์ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ในปี 2554-2559 ดังนี้คือ

5.2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีกลยุทธ์นำสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

1) การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีโครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

1.1) โครงการทัศนศึกษาเชิงบริหารและศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

1.1.1) การจัดทัศนศึกษางานกลุ่มคลัสเตอร์ทางการท่องเที่ยว
ที่ประสบความสำเร็จ (ล้านนาจังหวัดลำปาง)

1.1.2) การจัดทัศนศึกษาและสำรวจศักยภาพทางการท่องเที่ยว
ในพื้นที่

1.2) โครงการสัมมนาการรวมกลุ่มและบริหารเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์สู่ความยั่งยืน

1.3) โครงการพัฒนาเจตคติและประสบการณ์การจัดการกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

1.3.1) การฝึกอบรมพัฒนาภาวะผู้นำและการจัดการของ
คณะกรรมการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

1.3.2) การฝึกอบรมการสร้างความตระหนักรู้ด้านจิตสาธารณะ
และมนุษยสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1.4) โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

1.4.1) การพัฒนาระบบการบริหารกลุ่มเครือข่ายภิบาล
(Cluster Governance Management System)

1.4.2) การพัฒนาระบบการบริหารกลุ่มเครือข่ายคุณภาพ
(Cluster Balance Scorecard Management System)

2) การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่ายของพื้นที่
ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ มีโครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

2.1) โครงการจัดตั้งเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและ
ระดับกลุ่มจังหวัด

2.2) โครงการขอรับการสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทาง
การท่องเที่ยวกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และหรือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2.3) โครงการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวกับภาคีเครือข่าย
ระดับชุมชนและระดับจังหวัด เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย (Cluster) ทางการท่องเที่ยว
ระดับจังหวัด

2.3.1) สร้างการเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจสินค้าและ
บริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมเชิงวิถีชีวิตชุมชนและ
วัฒนธรรมท้องถิ่น

2.3.2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสินค้าและบริการเชิงชุมชน ระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับชุมชนท้องถิ่น

2.3.3) สร้างความร่วมมือทางการพัฒนาผลิตภาพของกลุ่ม เครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

3) การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการจัดการท่องเที่ยวอารยธรรม ขอมจังหวัดสุรินทร์ มีโครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

3.1) โครงการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายระดับท้องถิ่น ระดับ จังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

3.1.1) การสร้างร่วมมือกับการศึกษาดูงาน การจัดสัมมนา ทางวิชาการระดับท้องถิ่นร่วมกับ โรงเรียนสถาบันการศึกษา องค์กรหรือหน่วยงานท้องถิ่นทั้งในและ นอกเขตพื้นที่

3.1.2) การสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นและชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและเชิงสุขภาพ

3.1.3) ส่งเสริมวิสาหกิจกลุ่มเครือข่ายร่วมกับตลาดการค้า ชายแดนช่องจอม

3.1.4) การสร้างความร่วมมือระหว่างภูมิภาคและระหว่าง ประเทศด้วยการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงชายแดน ไทย-กัมพูชาและ ไทย-ลาว

5.2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่าย วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีกลยุทธ์นำสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

1) การส่งเสริมการพัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ทางการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่าย มีโครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

1.1) โครงการการจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว ใน 3 จังหวัด

1.1.1) การศึกษาและสำรวจสถานการณ์ นโยบายและยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับประเทศ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด จังหวัดและระดับท้องถิ่น

1.1.2) การศึกษาและสำรวจตลาดการท่องเที่ยวการวางแผน และการเข้าสู่เส้นทางตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

1.1.3) การศึกษาและการรวบรวมข้อมูลทางด้านแหล่ง ท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น เรื่องราวและตำนานของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยว วิสาหกิจและสถานประกอบการทางการบริหารท่องเที่ยว เส้นทางและ โปรแกรม

ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่ขายได้ และทะเบียนกลุ่มสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1.2) โครงการจัดทำข้อมูลทางการตลาดสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1.2.1) การจัดทำระบบฐานข้อมูลพัฒนาสินค้าและบริการ
ทางการท่องเที่ยวใหม่สอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว

**5.2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรม
ขอมจังหวัดสุรินทร์** มีกลยุทธ์นำสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

**1) ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจที่มีความร่วมมือทางการตลาด
และช่องทางการจำหน่าย** มีโครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

1.1) โครงการการรวมกลุ่มระดับสมาชิกเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network)
ที่มีความร่วมมือด้านการผลิตและบริการทางการท่องเที่ยว

1.1.1) การจัดรวมกลุ่มสมาชิกผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจ
ตามรายประเภท ได้แก่ ด้านการนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ผู้ให้บริการขนส่ง สถานบันเทิง ร้านจำหน่าย
ของฝากและของที่ระลึก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าของฝากและของที่ระลึก OTOP และแยกตามรายจังหวัด

1.1.2) การสร้างตราสินค้า (Brand) และเครื่องหมายการค้า
และบริการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์และศรีบุรีรินทร์

1.2) โครงการความร่วมมือทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายทาง
การท่องเที่ยว

1.2.1) การเปิดบูธและการออกงานแสดงสินค้าและบริการ
ทางการท่องเที่ยว โครงการจัดการลานอาหาร และหรือการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์เชื่อม
เวียง 3 จังหวัด

1.2.2) การจัดงานอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์แฟร์ระดับกลุ่ม
3 จังหวัด

**2) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์และกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์** มี
โครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

2.1) โครงการจัดทำและพัฒนาสื่อและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

2.1.1) การเปิดจุดประชาสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายภาครัฐและแหล่งท่องเที่ยวตามแหล่งพื้นที่การท่องเที่ยวหลัก

2.1.2) การจัดสร้างเว็บไซต์ E-Marketing “คลังสตอรี่การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์” และร่วมกับเครือข่ายเว็บไซต์ของกระทรวง ICT

2.1.3) การผลิตสื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ วารสารและเอกสารทางการบริการและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ร่วมกัน

2.1.4) การจัดทำหนังสือ Tourism Guide Book แผ่นพับประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์และกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวศรีบูรินทร์

2.1.5) การจัด Road Show และจัดนิทรรศการอารยธรรมศรีบูรินทร์ร่วมกับหน่วยงานทางการท่องเที่ยว

2.1.6) การฝากประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงาน ภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัดและระดับประเทศ

5.2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีกลยุทธ์นำสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

1) การพัฒนาผลิตภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีโครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

1.1) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่าย

1.1.1) สร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเส้นทางปราสาทขอม เส้นทางภูมิปัญญาพื้นบ้าน เส้นทางพุทธ เส้นทางวิถีชุมชนและสุขภาพ เส้นทางนิเวศเส้นทางอาหาร เส้นทางหัตถกรรม 3 จังหวัด และหรือเขตอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1.1.2) การพัฒนาแหล่งและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายภาคส่วนราชการ เอกชนและชุมชน

1.1.3) การสร้างรูปแบบกิจกรรมการนำเที่ยวและเส้นทางบริการขนส่งโดยสารชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว 3 จังหวัด

2) การพัฒนาผลิตภาพวิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว มีโครงการและกิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

2.1) โครงการการเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนกับผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

2.1.1) การสร้างช่องทางการรับบริการข่าวสารและข้อมูลทาง
 ลินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และหรือธนาคารเพื่อ
 การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาจังหวัดสุรินทร์

2.1.2) การสนับสนุนลินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการเพื่อการท่องเที่ยว
 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โครงการส่งเสริมและการพัฒนาผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว
 ของสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.2) โครงการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการ บุคลากรทางการผลิต
 และบริการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์สู่ระดับมาตรฐานสากล

2.2.1) การฝึกอบรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์
 สินค้าของฝากและของที่ระลึกจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

2.2.2) การฝึกอบรมภาษาอังกฤษสำหรับการจำหน่ายและ
 บริการทางการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรทางการตลาดสถานประกอบการ

2.2.3) การปรับปรุงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ
 ของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว

2.2.4) การฝึกอบรมพัฒนาวิสาหกิจสู่การรับรองมาตรฐาน
 ผลิตภัณฑ์และบริการ

2.2.5) การฝึกอบรมและพัฒนามาตรฐานการบริการของ
 โรงแรมที่พักและร้านอาหาร

2.2.6) การสร้างและพัฒนามัคคุเทศก์และบุคลากรนำ
 เที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์และทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ใน 3 จังหวัด

2.2.7) การฝึกอบรมผู้นำชุมชน เยาวชนของกลุ่มชุมชนที่
 เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายด้านความเข้าใจในการนำเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว

3) มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว มีโครงการและ
 กิจกรรมสู่การปฏิบัติดังนี้คือ

3.1) โครงการส่งเสริมมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
 ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

3.1.1) การวิเคราะห์และการทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์
 และบริการทางการท่องเที่ยว มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และ
 หรือสำนักงานพัฒนาชุมชน

3.1.2) การจัดศูนย์ประสานการขอการรับรองมาตรฐาน

สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

โดยโครงการและกิจกรรมเชิงปฏิบัติการมีการกำหนดช่วงเวลาดำเนินการและผู้รับผิดชอบ โดยกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ดังแสดงในตาราง 6.2 – 6.5



ตาราง 6.2 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	54	55	56	57	58	59	ผู้รับผิดชอบ
1. การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์	1.1) โครงการทัศนศึกษาเชิงบริหารและศึกษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.1) การจัดทัศนศึกษางานกลุ่มคลัสเตอร์ทางการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ (ล้านนาจังหวัดลำปาง)							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.2) การจัดทัศนศึกษาและสำรวจศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.2) โครงการสัมมนาการรวมกลุ่มและบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์สู่ความยั่งยืน							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.3) โครงการพัฒนาเจตคติและประสบการณ์การจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.3.1) การฝึกอบรมพัฒนาภาวะผู้นำและการจัดการของคณะกรรมการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.3.2) การฝึกอบรมการสร้างความตระหนักด้านจิตสาธารณะและมนุษยสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.4) โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.4.1) การพัฒนาระบบการบริหารกลุ่มเครือข่ายภิบาล							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.4.2) การพัฒนาระบบการบริหารกลุ่มเครือข่ายคุณภาพ							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
2. การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่าย (Cluster) ของพื้นที่ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ	2.1) โครงการจัดตั้งเครือข่าย (Cluster) ทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและระดับกลุ่มจังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2) โครงการขอรับการสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และหรือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.4) โครงการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวกับภาคีเครือข่ายระดับชุมชนและระดับจังหวัด เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย (Cluster) ทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.3.1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสินค้าและบริการเชิงชุมชนระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับชุมชนท้องถิ่น							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.3.2) สร้างการเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมเชิงวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.3.3) สร้างความร่วมมือทางการพัฒนาผลผลิตภาพของกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	3. การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการจัดการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมสุรินทร์	3.1) โครงการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ						
3.1.1) การสร้างความร่วมมือกับการศึกษาฐาน การจัดสัมมนาทางวิชาการระดับท้องถิ่นร่วมกับ								กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	54	55	56	57	58	59	ผู้รับผิดชอบ
	โรงเรียนสถาบันการศึกษา องค์กรหรือหน่วยงานท้องถิ่นทั้งในและนอกเขตพื้นที่							
	3.1.2) การสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและเชิงสุขภาพ							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	3.1.3) ส่งเสริมวิสาหกิจกลุ่มเครือข่ายร่วมกับตลาดการค้าชายแดนช่องสะง่า							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	3.1.4) การสร้างความร่วมมือระหว่างภูมิภาคและระหว่างประเทศด้วยการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงชายแดนไทย-กัมพูชา และ ไทย-ลาว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ตาราง 6.3 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์คลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	54	55	56	57	58	59	ผู้รับผิดชอบ
1. การส่งเสริมการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มคลัสเตอร์	1.1) โครงการจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.1) การศึกษาและสำรวจสถานการณ์ นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับประเทศ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด จังหวัดและระดับท้องถิ่น							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.2) การศึกษาและการรวบรวมข้อมูลทางด้านแหล่งท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น เรื่องราวและตำนานของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว วิสาหกิจและสถานประกอบการทางการบริหารท่องเที่ยว เส้นทางและ โปรแกรมทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่ขยายได้ และทะเบียนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.3) การศึกษาและสำรวจตลาดการท่องเที่ยว การวางตำแหน่งและการเข้าสู่เส้นทางตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.2) โครงการจัดทำข้อมูลทางการตลาดสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.2.1) การจัดทำระบบฐานข้อมูลพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวใหม่สอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ตาราง 6.4 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอนแก่นจังหวัดสุรินทร์

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	54	55	56	57	58	59	ผู้รับผิดชอบ
1. ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจที่มีความร่วมมือทางการตลาดและช่องทางการจำหน่าย	1.1) โครงการการรวมกลุ่มระดับสมาชิกเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มีความร่วมมือด้านการผลิตและบริการทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.1) การจัดรวมกลุ่มสมาชิกผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจตามรายประเภท ได้แก่ ด้านการนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ผู้ให้บริการขนส่ง สถานบันเทิง ร้านจำหน่ายของฝากและของที่ระลึก กลุ่มผู้ผลิตสินค้าของฝากและของที่ระลึก OTOP และแยกตามรายจังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.2) การสร้างตราสินค้า (Brand) และเครื่องหมายการค้าและบริการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.2) การความร่วมมือทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.2.1) การเปิดบูธและการออกงานแสดงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โครงการจัดคาราวานอาหาร และหรือการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์เยี่ยมเยือน 3 จังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.2.2) การจัดงานอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์แฟร์ระดับกลุ่ม 3 จังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
2. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์	2.1) โครงการจัดทำและพัฒนาลือและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.1) การเปิดจุดประชาสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายภาครัฐและแหล่งท่องเที่ยวตามแหล่งพื้นที่การท่องเที่ยวหลัก							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.2) การจัดสร้างเว็บไซต์ E-Marketing “คลังสตอรี่การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์” และร่วมกับเครือข่ายเว็บไซต์ของกระทรวง ICT							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.3) การผลิตสื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ วารสารและเอกสารทางการบริการและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ร่วมกัน							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.4) การจัดทำหนังสือ Tourism Guide Book แผ่นพับประชาสัมพันธ์วิสาหกิจกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์และกลุ่มเครือข่ายศรีบูรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.5) การจัด Road Show และจัดนิทรรศการอารยธรรมศรีบูรินทร์ร่วมกับหน่วยงานทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.6) การฝากประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงาน ภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัดและระดับประเทศ							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ตาราง 6.5 แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และมาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมของจังหวัดสุรินทร์

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	54	55	56	57	58	59	ผู้รับผิดชอบ
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมของจังหวัดสุรินทร์	1.1) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.1) สร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงเส้นทางปราสาทขอม เส้นทางภูมิปัญญาพื้นบ้าน เส้นทางพุทธ เส้นทางวิถีชุมชนและสุขภาพ เส้นทางนิเวศ เส้นทางอาหาร เส้นทางหัตถกรรม 3 จังหวัด และหรือเขตอารยธรรมศรีบูรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.2) การพัฒนาแหล่งและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายภาคส่วนราชการ เอกชนและชุมชน							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	1.1.3) การสร้างรูปแบบกิจกรรมการนำเที่ยวและเส้นทางบริการขนส่งโดยสารชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว 3 จังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว	2.1) โครงการการเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนกับผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่าย							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.1) โครงการสร้างช่องทางบริการรับบริการข่าวสารและข้อมูลทางสินค้าของธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และหรือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบุรีรัมย์ สาขาจังหวัดสุรินทร์ และสาขาศรีสะเกษ							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.1.2) โครงการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการเพื่อการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โครงการส่งเสริมและการพัฒนาผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2) โครงการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการ บุคลากรทางการผลิตและบริการสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวสู่ระดับมาตรฐานสากล							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2.1) การฝึกอบรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของฝากและของที่ระลึกจำหน่ายทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2.2) การฝึกอบรมภาษาอังกฤษสำหรับการจำหน่ายและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรทางการตลาดสถานประกอบการ							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2.3) การปรับปรุงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	54	55	56	57	58	59	ผู้รับผิดชอบ
	2.2.4) การฝึกอบรมพัฒนาวิสาหกิจผู้รองรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2.5) การฝึกอบรมและพัฒนามาตรฐานการบริการของ โรงแรมที่พักและร้านอาหาร							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2.6) การสร้างและพัฒนาแม่ค้าและบุคลากรนำเที่ยวทางอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ และทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ใน 3 จังหวัด							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	2.2.7) การฝึกอบรมผู้นำชุมชน เยาวชนของกลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายด้านความเข้าใจในการนำเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
3. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว	3.1) โครงการส่งเสริมมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	3.1.1) การวิเคราะห์และการทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหรือสำนักงานพัฒนาชุมชน							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	3.1.2) การจัดศูนย์ประสานการรองรับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว							กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

6.2 บทสรุป

แผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554 – 2559

1. ทิศทางของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

1.1 วิสัยทัศน์ คือ องค์กรเครือข่ายการส่งเสริมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเลิศทางการแสดงช้าง อารยธรรมขอมและวิถีชีวิตชาวสุรินทร์

1.2 พันธกิจ มี 5 ด้าน คือ

- 1) กำกับ ดูแลสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 2) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพและผลิตภาพการบริการของสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 3) พัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 4) พัฒนาระบบข้อมูลและการประชาสัมพันธ์กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
- 5) เป็นตัวกลางประสานงานของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

2. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554 – 2559 มีจำนวน 4 ยุทธศาสตร์ คือ

- 2.1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์
- 2.2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์
- 2.3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์
- 2.4 การพัฒนาผลิตภาพ มาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

3. แผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554 – 2559 โดยแบ่งตามยุทธศาสตร์ 4 ด้าน คือ

3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

3.1.1 การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีโครงการนำสู่การปฏิบัติ ได้แก่

- 1) โครงการทัศนศึกษาเชิงบริหารและศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

2) โครงการสัมมนาการรวมกลุ่มและบริหารคลัสเตอร์การท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์สู่ความยั่งยืน

3) โครงการพัฒนาเจตคติและประสบการณ์การจัดการกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

4) โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

3.1.2 การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่ายของพื้นที่
ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่

1) โครงการจัดตั้งเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและระดับ
กลุ่มจังหวัด

2) โครงการขอรับการสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว
กับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และหรือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3) โครงการเชื่อมโยงวิสาหกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาคีเครือข่ายระดับ
ชุมชนและระดับจังหวัด เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย (Cluster) ทางการท่องเที่ยวระดับ
จังหวัด

3.1.3 การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการจัดการท่องเที่ยวอารยธรรม
ขอมจังหวัดสุรินทร์ มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่

1) โครงการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายระดับท้องถิ่น ระดับ
จังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

3.2.1 การส่งเสริมการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์
ทางการท่องเที่ยวกลุ่มเครือข่าย มีโครงการสู่การปฏิบัติ คือ

1) โครงการการจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว
ใน 3 จังหวัด

2) โครงการจัดทำข้อมูลทางการตลาดสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรม
ขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

3.3.1 ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มีความร่วมมือทางการตลาดและช่องทางการจำหน่าย มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่

- 1) โครงการการรวมกลุ่มระดับสมาชิกเป็นเครือข่ายธุรกิจ (Network) ที่มีความร่วมมือด้านการผลิตและบริการทางการท่องเที่ยว
- 2) โครงการความร่วมมือทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

3.3.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์และศรีบูรินทร์ มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่

- 1) โครงการจัดทำและพัฒนาสื่อและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

3.4.1 การพัฒนาผลิตภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่

- 1) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายฯ

3.4.2 การพัฒนาผลิตภาพวิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่

- 1) โครงการการเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนกับผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์
- 2) โครงการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการ บุคลากรทางการผลิตและบริการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์สู่ระดับมาตรฐานสากล

3.4.3 มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่

- 1) โครงการส่งเสริมมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

บทที่ 7

แนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้

กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

7.1 ผลการศึกษาแนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

7.1.1 แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

จากมติการประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 3¹ ระยะที่ 4² และระยะที่ 5³ กับกลุ่มผู้นำและตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างผู้บริหารหน่วยงาน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด อีกทั้งสอดรับคำสัมภาษณ์ผู้นำ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญองค์กรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์⁴ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและร่วมพัฒนากลุ่มเครือข่ายร่วมกันทั้ง 3 จังหวัด ซึ่งพบแนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ที่สอดคล้องกัน 7 แนวทางหลัก ดังนี้

1. การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารและโครงสร้างองค์กรกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ซึ่งการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายที่มีโอกาสประสบความสำเร็จ ต้องมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรดังนี้คือ (สอดรับคำสัมภาษณ์นายอุดร ปีทอง, 21 เมษายน 2553)

1.1 การสรรหาและแต่งตั้งผู้นำกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ควรได้มาจากวิสาหกิจที่มีศักยภาพสูงในพื้นที่ เพราะมีการยอมรับในขนาดธุรกิจที่จะสนับสนุนกลุ่มเครือข่ายได้

¹ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 3 เรื่อง การสร้างทีมงานและสรุปผลการดำเนินงานการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ในวันพุธที่ 21 เมษายน 2553 จังหวัดบุรีรัมย์

² ระยะที่ 4 เรื่อง การสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันอังคารที่ 1 มิถุนายน 2553 จังหวัดสุรินทร์

³ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 5 เรื่อง การจัดทำแผนโครงการและดำเนินการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันพฤหัสบดีที่ 10 มิถุนายน 2553 จังหวัดศรีสะเกษ

⁴ นางสาวบุญชานู วรรณอึ้ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 24 พฤศจิกายน 2552 นายไพฑูรย์ ศิริบุรณ ผู้ชำนาญการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ นางสาวขวัญทิพย์ ไทยอึ้ง เลขานุการและกรรมการสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 23 พฤศจิกายน 2552 นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล ประธานชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารจังหวัดสุรินทร์ นายศรีภูวงค์ จันทร์ชมภู ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ, 2 ธันวาคม 2552 นายอาทรแสงไสวงค์ นายอุดร ปีทอง นักวิชาการอิสระและรองประธานสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, นายสุรัตน์ ภูมวัฒน์พรมย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์ ผศ.โกเมท จันทร์สมโภชน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ นางวิมลมาศ บุญหล้า ประธานกลุ่ม OTOP จังหวัดบุรีรัมย์ นางฉวีวรรณ สวรรค์ วรรณทอง นายภิรมย์ อังกุลดี ผู้ประกอบการภิรมย์-อารีย์ เฮ้าส์/PIROM'S TOUR, 31 มีนาคม 2553

โดยกำหนดให้มีบทบาทเชิงนโยบาย แต่เชิงปฏิบัติต้องมีการมอบหมายให้แก่ทีมคณะกรรมการจากตัวแทนวิสาหกิจหลักที่ศักยภาพพร้อมทำงานเพื่อส่วนรวม

1.2 การกำหนดคณะกรรมการแต่ละฝ่ายของกลุ่มเครือข่าย ควรได้มาจากผู้นำกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจแต่ละประเภทอุตสาหกรรม อีกทั้งควรให้ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวและผู้บริหารท้องถิ่นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการหัวหน้าฝ่ายต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมของสินค้าและบริการวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแผนงานและกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายฯ ได้ครบถ้วน

1.3 การกำหนดที่ปรึกษากลุ่มเครือข่าย ควรได้มาจากผู้ที่มีอิทธิพลทางการเมืองท้องถิ่น ผู้บริหารจังหวัด ผู้บริหารหน่วยงานท่องเที่ยวและเกี่ยวข้อง หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ ผู้บริหารหน่วยงานท้องถิ่น ผู้บริหารสถาบันการเงินและตัวแทนนักวิชาการทางการท่องเที่ยว เพื่อนำศักยภาพและบทบาทหน้าที่ของบุคคลดังกล่าวผลักดันและขับเคลื่อนความร่วมมือได้มากขึ้น

1.4 การกำหนดโครงสร้างองค์กรของกลุ่มเครือข่าย ควรเป็นรูปแบบคณะกรรมการประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม 2 คน คณะกรรมการดำเนินงานมี 4 ฝ่าย ได้แก่ คณะกรรมการฝ่ายจัดกิจกรรม สินค้าและบริการ คณะกรรมการฝ่ายพัฒนาศักยภาพ คุณภาพและมาตรฐาน คณะกรรมการฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการฝ่ายบริหารและการเงิน ฝ่ายทะเบียน/เลขานุการ โดยมีจำนวนคณะกรรมการฝ่ายละประมาณ 4-5 ท่าน และมีการแต่งตั้งคณะที่ปรึกษา 2 กลุ่ม ได้แก่ คณะที่ปรึกษาเชิงนโยบายและปฏิบัติการ โดยวาระการดำเนินงาน 2 ปี

2. การสร้างระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยการบริหารของกลุ่มเครือข่ายฯ ควรต้องหลักการบริหารและแนวปฏิบัติทางการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 บริบทกลุ่มเครือข่าย โดยมีการกำหนดรายละเอียดประกอบด้วย ชื่อกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและชื่อย่อ ตรายี่ห้อและเครื่องหมายการค้า สโลแกนและคำขวัญ เป็นต้น เพื่อการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มเครือข่ายฯ

2.2 ระเบียบการปฏิบัติงาน โดยมีการกำหนดระเบียบของระเบียบการปฏิบัติงานกลุ่มเครือข่าย ประกอบด้วย 7 เรื่อง ดังนี้คือ

- **เรื่องที่ 1** เกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม **จอมจันท์สุรินทร์** ได้แก่ ความหมาย การจัดตั้ง วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง สำนักงานติดต่อและศูนย์ ประสานงานกลุ่มเครือข่าย วันทำการและการติดต่อประสานงาน

- **เรื่องที่ 2** คณะกรรมการบริหารงานและโครงสร้างการบริหารงาน **กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมจอมจันท์** ประกอบด้วย หน้าที่และความรับผิดชอบ

ตามภาระงานในการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายฯ ได้แก่ คณะกรรมการ กลุ่มปฏิบัติการและดำเนินการ และที่ปรึกษา และกำหนดที่มาและวาระของคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ตลอดจนโครงสร้าง ตำแหน่ง และบุคคลของคณะกรรมการบริหารงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

- **เรื่องที่ 3 ภาระงานตามโครงสร้าง และตำแหน่งของคณะกรรมการบริหารงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์** ประกอบด้วย ฝ่ายจัดกิจกรรม สินค้าและบริการ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ คุณภาพและมาตรฐาน ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริหารและการเงิน และกรรมการและเลขานุการ เป็นต้น

- **เรื่องที่ 4 การสมัครเป็นสมาชิกและการคงสภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์** ประกอบด้วย คุณสมบัติผู้ที่จะเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ เอกสารประกอบการสมัคร ค่าสมัครการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ สถานที่รับสมัคร และการแจ้งผลการสมัคร เป็นต้น

- **เรื่องที่ 5 สิทธิประโยชน์สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์** ประกอบด้วย สิทธิการซื้อขายสินค้าระหว่างสมาชิกกลุ่มเครือข่าย สิทธิการเข้าร่วมกิจกรรมการจำหน่ายส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ สิทธิการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่กลุ่มเครือข่ายเป็นผู้ดำเนินการ สิทธิการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ <http://clustersriburin.org> สิทธิการได้รับการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ สิทธิการได้รับการเข้าร่วมการฝึกอบรม สิทธิการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมใหม่ที่กลุ่มเครือข่ายเป็นผู้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น สิทธิการเป็นตัวแทนของกลุ่มเครือข่ายในการเข้าขอรับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ที่จะสนับสนุน โดยสิทธิประโยชน์ทั้งหมดให้เป็นไปตามอำนาจการอนุมัติของคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย เป็นต้น

- **เรื่องที่ 6 การขาดสภาพสมาชิกและการคงสภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์** ประกอบด้วย เงื่อนไขการพ้นสภาพจากการเป็นสมาชิก (กรณีการลาออกและการให้ออกจากสมาชิก) การปฏิบัติกรณีการพ้นสภาพจากการเป็นสมาชิก เป็นต้น

- **เรื่องที่ 7 การแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบการปฏิบัติงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์**

และสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจากมติของคณะกรรมการบริหารและสมาชิกของกลุ่มเครือข่ายและภาคีเครือข่าย ได้จัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ขึ้นเป็น “กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์” โดยแยกเป็นด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมเขตจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งสามารถแยกตามด้านสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัด โดยแยกตามภาคเอกชน ภาครัฐและภาคชุมชน ประกอบด้วยด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายภาคเอกชน ได้แก่ 1) วิสาหกิจกลางน้ำ/ธุรกิจหลัก 2) วิสาหกิจต้นน้ำ/ธุรกิจสนับสนุน 3) วิสาหกิจปลายน้ำ/ธุรกิจเกี่ยวข้อและต่อเนื่อง 4) หน่วยงานส่วนกลางทางการท่องเที่ยว 5) สมาคม/องค์กรเอกชน และ 6) สถาบันการเงิน ส่วนด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายภาครัฐ ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ/ระดับจังหวัด 2) สถาบันการศึกษา และสุดท้ายด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายภาคชุมชน และปัจจุบันสามารถสรุปรวมสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 65 ราย ส่วนรายละเอียดดังเอกสารภาคผนวก ข

3. การกำหนดระบบและกลไกการสร้างรายได้ของกลุ่มเครือข่าย โดยการจัดหางบประมาณและรายได้ในการบริหารงานกลุ่มเครือข่าวนั้น เดิมสามารถเก็บจากค่าสมาชิกตลอดชีพ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิสาหกิจสนับสนุน เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเฉพาะและงานท่องเที่ยวจังหวัด การร่วมจัดงานนิทรรศการกับหน่วยงานภาครัฐราชการในพื้นที่ได้ แต่ไม่เพียงพอต่อการขับเคลื่อนและขยายกลุ่มเครือข่ายได้ (สอดคล้องสอดคล้องคำสัมภาษณ์จากนางขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552) จึงเห็นว่าควรมีการจัดทำแผนการสร้างรายได้ของกลุ่มอย่างชัดเจนและมีการกำหนดแนวปฏิบัติและเกณฑ์การจัดเก็บอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะก่อให้เกิดกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกและยังเป็นการจัดหางบประมาณมาดำเนินงานทางการบริหารกลุ่มเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารกลุ่มได้ในเชิงรุกต่อไป

4. การพัฒนาระดับความสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่าย โดยการเชิญวิสาหกิจที่มีศักยภาพในจังหวัดเข้าร่วมเป็นผู้นำและคณะกรรมการกลุ่ม เพราะส่วนใหญ่มีศักยภาพทางเครือข่ายอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ ทั้งในและนอกพื้นที่ ซึ่งจะสร้างโอกาสและความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานได้ในระดับจังหวัด ภูมิภาคและประเทศ อีกทั้งระดับความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารส่วนราชการระดับจังหวัด จึงเกิดการสนับสนุนและความร่วมมืออย่างชัดเจน โดยเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ ทั้งในและนอกเขตพื้นที่ตามช่วงเทศกาลท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในรูปแบบรายจังหวัดและรวมทั้ง 3 จังหวัดร่วมกัน (สอดคล้องสอดคล้องคำสัมภาษณ์นางสาวบุญยานุช วรรณยิ่ง, 9 ธันวาคม 2552)

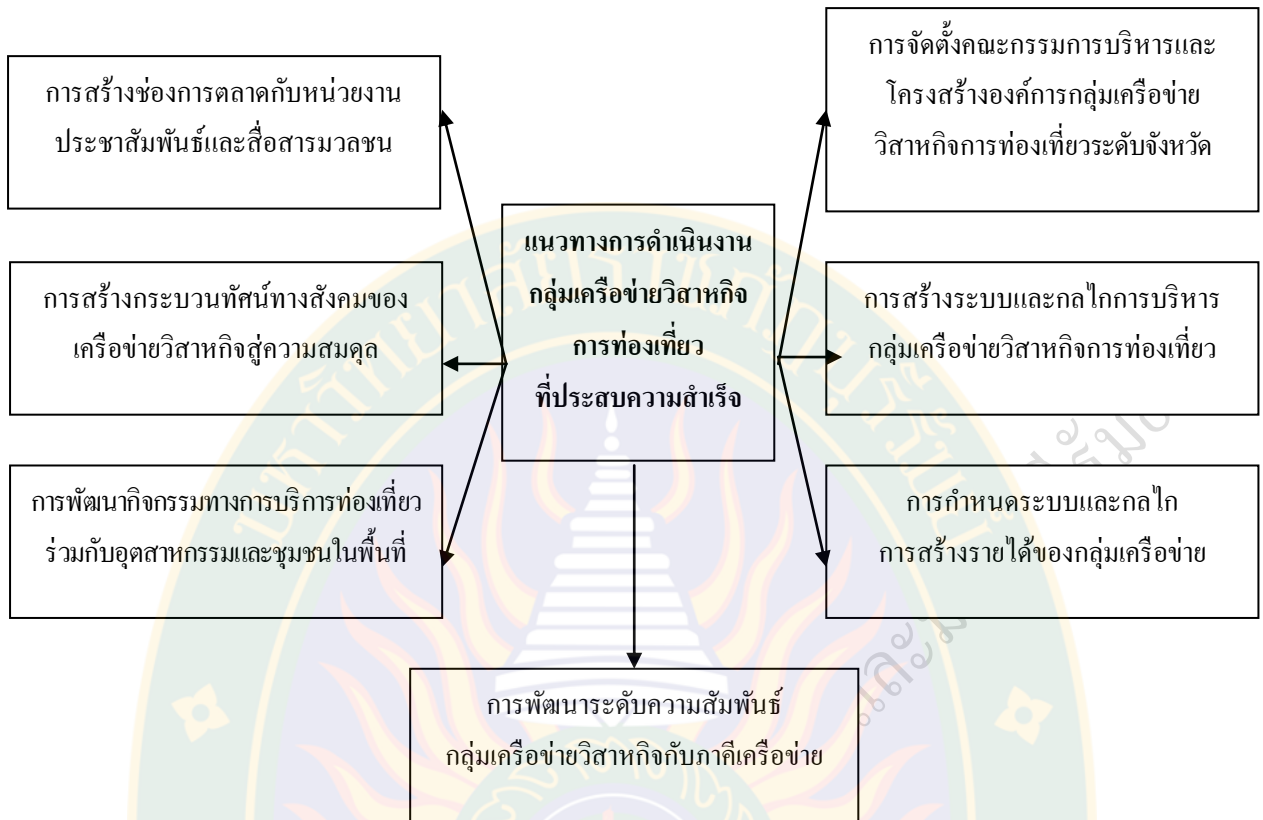
5. การพัฒนากิจกรรมทางการบริการท่องเที่ยวร่วมกับอุตสาหกรรมและชุมชนในพื้นที่ โดยกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวสามารถเพิ่มศักยภาพและแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวด้วยการเชื่อมโยง

กับกลุ่มชุมชนและกลุ่มอุตสาหกรรมที่สำคัญในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงชุมชน การท่องเที่ยวเชิงศึกษา ภูมิปัญญาและแหล่งเรียนรู้ทางอุตสาหกรรม เช่น การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการผลิตเส้นไหมกับ นิคมสร้างตนเองเลี้ยวใหม่จังหวัดสุรินทร์ การเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้านทำสาว การเรียนรู้วิถีชีวิตคน เลี้ยวช้างและชาวภูยกบ้านตากกลาง เป็นต้น อีกทั้งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวร่วมกับ โครงการท่องเที่ยวเส้นทางสายไหมนครชัยบุรีรินทร์ (จากสอศรรับสอศรรับคำสัมภาษณ์นายอาทร แสงโสมวงศ์, 31 มีนาคม 2553)

6. การสร้างกระบวนการทัศน์ทางสังคมของเครือข่ายวิสาหกิจสู่ความสมดุล โดยการสร้าง เครือข่ายวิสาหกิจบนกระบวนการทัศน์ทางสังคม ซึ่งการพัฒนาด้วยหลักสูตรการสร้างทัศนคติผู้ประกอบการ ทางสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการสัมมนาเรื่อง “การแข่งขันสู่การแบ่งปัน หรือ การเปลี่ยนศัตรูสู่พันธมิตร” ในลักษณะของพันธมิตรการค้า เพื่อนร่วมค้า แשרความคิดและ ผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อช่วยขับเคลื่อนระบบการแข่งขันของผู้ประกอบการให้สามารถอยู่รอดและ เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงรักษาสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือผู้มีส่วนได้ เสียทั้งหมด ดังคำกล่าวของ Porter (1998) “โลกยุคใหม่ การค้ายุคใหม่ จะมาจับเป็นศัตรูกัน คงไม่มีใคร อยู่รอด การพลิกวิกฤติให้เป็น โอกาส ด้วยการจับมือกันสู้ด้วยกัน คงไม่ใช่เป็นเพียงแค่ทางเลือก แต่อาจเป็นทางรอดทางเดียวที่เราไม่มีสิทธิ์เลือก” ตลอดจนการสร้างความเข้าใจที่แท้จริงของ เครือข่ายวิสาหกิจส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวม (Collective Efficiency) ของเครือข่ายวิสาหกิจ เพิ่มขึ้น

7. การสร้างช่องการตลาดกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน โดยการสร้าง ความร่วมมือและสนับสนุนทางการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัดและ ระดับประเทศ ได้แก่ การนำเสนอประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ กระทรวง ICT ภายใต้ศูนย์การเรียนรู้และเผยแพร่ข่าวสาร ICT ที่กระจายในชุมชน โดยอาศัยกลุ่มอาสาสมัครวิทยากรไอซีทีชุมชนทั่วประเทศ ผ่านโครงการ E-Marketing อีกทั้งสร้างความร่วมมือกับสื่อสารมวลชนระดับต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ เพื่อนำเสนอข่าวสารการให้บริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย

แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสำเร็จได้ แสดง ดังรูปภาพ 7.1



รูปภาพ 7.1 แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

7.1.2 ผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ผลการประเมินระดับความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในด้านโอกาสทางการตลาดและระดับการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด⁵ โดยใช้เครื่องมือการวิจัย⁶ ที่พัฒนามาจาก

⁵ นางสาวบุณยานุช วรรณยิ่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ นายอุคร ปัทมบัณฑิตกุล นักวิชาการอิสระและรองประธานสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ นายอดิศักดิ์ พิรุณ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ นางสาวศาวรินทร์ จรัสวรพันธ์ รักษาการประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และอดีตประธานชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองนางรองและนางวิชา ฤทธิเดช ที่ปรึกษาชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองนางรอง

⁶ เครื่องมือวิจัย ชุดที่ 5 แบบประเมินความเข้มแข็งและโอกาสทางการตลาด/ระดับการพัฒนาจากกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้

แนวคิดระบบเพชร (Diamond Model) ของ Porter (1998) และจากมติการประชุมระยะที่ 6⁷ อีกทั้ง ประเมินด้วยโครงการนำร่องจำนวน 2 โครงการ คือ

1. โครงการพัฒนาความร่วมมือและศักยภาพการบริหารจัดการคลัสเตอร์ระหว่าง คลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์กับคลัสเตอร์การท่องเที่ยวล้านนาจังหวัดลำปาง
2. โครงการการจัดทำระบบข้อมูล องค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว วิชาธุรกิจและภาคี เครือข่ายการท่องเที่ยว และพัฒนาในรูปแบบ E-Marketing ในเว็บไซต์ //Clustersiburin.org
3. กิจกรรมและข่าวสารประชาสัมพันธ์ความร่วมมือของกลุ่มเครือข่ายวิชาธุรกิจ การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์และที่ร่วมกันทั้ง 3 จังหวัด จำนวน 9 กิจกรรม (รายละเอียดแต่ละ โครงการและกิจกรรมดังภาคผนวก ง) พบดังนี้คือ

ระดับความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิชาธุรกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม ขอมจังหวัดสุรินทร์ที่มีการประเมินจากโครงการนำร่องและกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ พบว่าอยู่ใน ระดับดี ($X = 4.02$ $SD = 0.1373$) โดยส่วนใหญ่จะมีความเข้มแข็งด้านระดับการพัฒนาเครือข่าย อยู่ในระดับดี ($X = 4.37$ $S.D = 0.1361$) จากศักยภาพระดับสูงมากที่สุดคือ ความตระหนักของ ผู้ประกอบการและทัศนคติในการร่วมมือกันในรูปแบบกลุ่มเครือข่าย สถานะผู้นำภายในกลุ่มเครือข่าย โครงสร้างผู้ประกอบการของกลุ่มเครือข่ายเข้าตามลักษณะห่วงโซ่อุปทาน ระดับความร่วมมือกัน ภายในกลุ่มเครือข่าย มีสถาบันเฉพาะทาง (สมาคมการค้า สถาบันวิชาชีพฯ) ให้การสนับสนุนแก่ กลุ่มเครือข่าย และการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเครือข่าย ($X = 4.60$) รองลงมาคือ ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย ความครบถ้วนของกิจกรรม/อุตสาหกรรมสนับสนุนใน พื้นที่ต่อกลุ่มเครือข่าย ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนของกลุ่มเครือข่าย ($X = 4.40$) และด้าน โอกาสทางการตลาดอยู่ในระดับระดับดี ($X = 3.67$ $SD = 0.1431$) จากศักยภาพระดับสูงมาก ที่สุดคือ ความสามารถในการเข้าถึงตลาด (ตัวสินค้าและบริการ เครือข่ายการตลาด) ของกลุ่มเครือข่าย ($X = 4.40$) ลักษณะสินค้า/บริการหลักของวิชาธุรกิจเครือข่าย ($X = 4.40$) รองลงมาคือ ระดับ เทคโนโลยีการผลิตสินค้าและให้บริการของวิชาธุรกิจเครือข่ายและแนวโน้มการเติบโตตลาด ต่างประเทศ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ของกลุ่มเครือข่าย ($X = 4.20$) ตามลำดับ รายละเอียดศักยภาพ ด้านอื่นๆ แสดงผลดังตาราง 7.1

⁷ การประชุมระยะที่ 6 เรื่องการเชื่อมโยงกับคลัสเตอร์ทางการท่องเที่ยวพันธมิตรเครือข่ายการท่องเที่ยวของคลัสเตอร์ศรีบูรินทร์ ในการประชุม “การกำหนดการ คัดสรรโครงการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานราชการจังหวัดลำปางและคลัสเตอร์การท่องเที่ยวล้านนาจังหวัดลำปาง (ผู้ว่าฯเยือนอารยธรรมขอมศรี บูรินทร์) ในวันที่ 23 สิงหาคม 2553 ณ ห้องประชุม โรงแรมเพชรเกษมการ์เด้น จังหวัดสุรินทร์

ตาราง 7.1 แสดงผลการประเมินระดับความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
จังหวัดสุรินทร์

ข้อ	หัวข้อประเมินระดับความเข้มแข็งของ การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว	X	SD	แปลความหมาย
1	ด้านโอกาสทางการตลาด	3.67	0.1431	ระดับดี
1.1	ลักษณะสินค้า/บริการหลักของวิสาหกิจเครือข่าย	3.80	0.4472	สินค้าและบริการหลากหลายมาก
1.2	ระดับเทคโนโลยีการผลิตสินค้าและให้บริการของวิสาหกิจเครือข่าย	4.20	0.4472	ระดับสูง/ซับซ้อนมาก
1.3	ความสามารถในการเข้าถึงตลาด (ตัวสินค้าและบริการ เครือข่าย การตลาด) ของกลุ่มเครือข่าย	4.40	0.5477	ขายทั้งในประเทศและต่างประเทศระดับสูง
1.4	ศักยภาพในด้านการศึกษาวิจัยที่จะผลักดันการสร้างนวัตกรรมสินค้า และบริการของวิสาหกิจเครือข่าย	2.80	0.4472	มีน้อยและความเชื่อมโยงกันปานกลาง
1.5	การอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจเครือข่าย	3.80	0.4472	อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นจนสร้างมูลค่าสินค้าได้สูง
1.6	ระดับการพัฒนา นวัตกรรมสินค้าและบริการของวิสาหกิจเครือข่าย	3.00	0.7071	ระดับปานกลาง
1.7	ความรู้/ความสนใจในตัวสินค้าและบริการของลูกค้าในประเทศ (ทั้ง คนไทยและต่างชาติ) ของวิสาหกิจเครือข่าย	4.00	0.7071	ความสนใจของลูกค้ากับสินค้าและบริการของกลุ่มมี ระดับสูง
1.8	บทบาทของลูกค้า/ผู้ซื้อสินค้า/บริการของวิสาหกิจเครือข่าย	3.40	0.5477	มีอิทธิพลต่อการปรับปรุงสินค้าและบริการค่อนข้าง ปานกลาง
1.9	ประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค ของวิสาหกิจเครือข่าย	4.00	0.7071	มีมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคระดับสูง
1.10	ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดสำหรับสินค้าและบริการ ของกลุ่มเครือข่าย	3.40	0.5477	ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาด ระดับปานกลาง
1.11	ความแตกต่างของสินค้าและบริการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับของกลุ่มคู่แข่งที่อยู่นอกกลุ่มพันธมิตรเครือข่าย	3.60	0.8944	ความแตกต่างของสินค้าและบริการกับคู่แข่งมีมาก
1.12	แนวโน้มการเติบโตในภาพรวมของอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันกับ กลุ่มเครือข่ายในช่วง 1-3 ปีข้างหน้า	3.60	0.5477	มีแนวโน้มการเติบโตอยู่ระดับสูง
1.13	ส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศของกลุ่มเครือข่าย	3.40	0.5477	มีส่วนแบ่งตลาด 6.8 %
1.14	แนวโน้มการเติบโตตลาดในประเทศ (นักท่องเที่ยวชาวไทย) ของกลุ่ม เครือข่าย	3.40	0.5477	มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย
1.15	แนวโน้มการเติบโตตลาดต่างประเทศ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ของกลุ่ม เครือข่าย	4.20	0.8367	มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก
2	ด้านระดับการพัฒนาของกลุ่มเครือข่าย	4.37	0.1361	ระดับดี
2.1	ความตระหนักของผู้ประกอบการและทัศนคติในการร่วมมือกัน ในรูปแบบกลุ่มเครือข่าย	4.60	0.5477	มีระดับสูงมาก
2.2	ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย	4.40	0.5477	มีการบริหารจัดการเป็นระบบและมีบุคลากรที่มี ความสามารถระดับสูง
2.3	ลักษณะการแข่งขันของวิสาหกิจภายในกลุ่มเครือข่าย	3.80	0.4472	มีการแข่งขันที่คุณภาพและความแตกต่างของสินค้า และบริการสูง

ข้อ	หัวข้อประเมินระดับความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว	X	SD	แปลความหมาย
2.4	สภาวะผู้นำภายในกลุ่มเครือข่าย	4.60	0.5477	มีกิจกรรมและผู้ประกอบที่เป็นแกนนำมีจำนวนมากและมีประสิทธิภาพ
2.5	โครงสร้างผู้ประกอบการของกลุ่มเครือข่ายเข้าตามลักษณะห่วงโซ่อุปทาน	4.60	0.5477	เข้าตามลักษณะห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพสูงมาก
2.6	ความครบถ้วนของกิจกรรม/อุตสาหกรรมสนับสนุนในพื้นที่ต่อกลุ่มเครือข่าย	4.40	0.5477	มีอุตสาหกรรม/กลไกสนับสนุนค่อนข้างครบถ้วนมาก
2.7	ระดับความร่วมมือกันภายในกลุ่มเครือข่าย	4.60	0.5477	มีกิจกรรมและความร่วมมือกันสูงมาก
2.8	ลักษณะและวิธีการทำกิจกรรมของกลุ่มเครือข่าย	4.20	0.8367	ริเริ่มและดำเนินการจากผู้ประกอบการแกนนำของกลุ่มสูง
2.9	มีสถาบันเฉพาะทาง (สมาคมการค้า สถาบันวิชาชีพฯ) ให้การสนับสนุนแก่กลุ่มเครือข่าย	4.60	0.5477	มีสถาบันเฉพาะทางและกลไกสนับสนุนค่อนข้างครบถ้วน
2.10	การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเครือข่าย	4.60	0.5477	มีการแลกเปลี่ยนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกสูงมาก
2.11	ความเพียงพอของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ของกลุ่มเครือข่าย	4.20	0.8367	มีสูงและค่อนข้างเพียงพอ
2.12	ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนของกลุ่มเครือข่าย	4.20	0.4472	สามารถเข้าถึงได้สูง
2.13	ความพร้อมและการพัฒนาของโครงสร้างพื้นฐาน(ถนน ฝาย มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของกลุ่มเครือข่าย	4.20	0.8367	มีความพร้อมมาก
2.14	ความพร้อมและศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์วิสาหกิจเครือข่าย	4.20	0.4472	มีผู้อำนวยการเฉพาะสาขาและแรงงานฝีมือค่อนข้างมาก
2.15	ความสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเครือข่าย	4.40	0.5477	มีความพร้อมและมีระบบประเมินคิดตามที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพ
ระดับความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเครือข่ายจังหวัดสุรินทร์		4.02	0.1373	ความเข้มแข็งของกลุ่มอยู่ในระดับดี

หมายเหตุ : เกณฑ์การประเมิน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้คือ

ระดับคะแนน	1.00 – 1.50	หมายถึง	ศักยภาพระดับต่ำมาก/น้อยมาก/ขาดหรือไม่มี
ระดับคะแนน	1.51 – 2.50	หมายถึง	ศักยภาพระดับต่ำ/น้อย/ขาดหรือมีบางส่วน
ระดับคะแนน	2.51 – 3.50	หมายถึง	ศักยภาพระดับปานกลาง/มีและไม่มีเท่าๆ กัน
ระดับคะแนน	3.51 – 4.50	หมายถึง	ศักยภาพระดับสูง/มาก/มีจำนวนมาก/ค่อนข้างครบถ้วน
ระดับคะแนน	4.51 – 5.00	หมายถึง	ศักยภาพระดับสูงมาก/ครบถ้วน/มี ประสิทธิภาพ

จากผลประเมินตามตาราง 7.1 ผลสรุปพบว่า การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์มีความเข้มแข็งอยู่ในระดับดี จากความเข้มแข็งด้านระดับการพัฒนา กลุ่มเครือข่ายอยู่ในระดับดี ซึ่งหมายความว่า การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวมีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ และความเข้มแข็งด้าน โอกาสทางการตลาดอยู่ในระดับดี แต่ไม่ได้ค่า

คะแนนไม่สูงมากนัก หมายความว่าควรต้องมีการพัฒนาด้านการตลาดสำหรับกลุ่มเครือข่ายเพื่อส่งผลต่อความสำเร็จได้

7.2 บทสรุป

แนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้คือ

1. แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์สู่ความสำเร็จ ซึ่งผลการศึกษาคือ

1.1 การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารและ โครงสร้างองค์การกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

1.2 การสร้างระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.2.1 บริบทกลุ่มเครือข่าย

1.2.2 ระเบียบการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 7 เรื่อง ดังนี้คือ

- เรื่องที่ 1 เกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

- เรื่องที่ 2 คณะกรรมการบริหารงานและโครงสร้างการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัด

- เรื่องที่ 3 ภาระงานตามโครงสร้าง และตำแหน่งของคณะกรรมการบริหารงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

- เรื่องที่ 4 การสมัครเป็นสมาชิกและการคงสภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

- เรื่องที่ 5 สิทธิประโยชน์สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

- เรื่องที่ 6 การขาดสภาพสมาชิกและการคงสภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

- เรื่องที่ 7 การแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบการปฏิบัติงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1.3 การกำหนดระบบและกลไกการสร้างรายได้ของกลุ่มเครือข่าย

1.4 การพัฒนาระดับความสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่าย

- 1.5 การพัฒนากิจกรรมทางการบริการท่องเที่ยวร่วมกับอุตสาหกรรมและชุมชนในพื้นที่
- 1.6 การสร้างกระบวนการทัศน์ทางสังคมของเครือข่ายวิสาหกิจสู่ความสมดุล
- 1.7 การสร้างช่องการตลาดกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

2. ความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

จากการประเมินด้วยโครงการนำร่องและกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ พบว่า การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์มีความเข้มแข็งอยู่ในระดับดี จากความเข้มแข็งด้านระดับการพัฒนาเครือข่ายอยู่ในระดับดี ซึ่งหมายความว่า การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวมีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ และความเข้มแข็งด้านโอกาสทางการตลาดอยู่ในระดับดี แต่ไม่ได้ค่าคะแนนไม่สูงมากนัก หมายความว่าควรต้องมีการพัฒนาด้านการตลาดสำหรับกลุ่มเครือข่ายเพื่อส่งผลต่อความสำเร็จได้



บทที่ 8

แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

8.1 ผลการศึกษาแนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์

จากมติการประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 3¹ ระยะที่ 4² และระยะที่ 5³ กับกลุ่มผู้นำและตัวแทนวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างผู้บริหารหน่วยงาน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด อีกทั้งจากคำสัมภาษณ์ผู้นำ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญองค์กรทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับมติการประชุม⁴ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและร่วมพัฒนากลุ่มเครือข่ายร่วมกันทั้ง 3 จังหวัด ตลอดจนการสังเคราะห์จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 – 4 ซึ่งพบแนวทางการบูรณาการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษที่ส่งผลสู่ความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายฯ เป็นแนวทางเดียวกันทั้งหมดของจังหวัดสุรินทร์มี 7 แนวทางหลัก ดังนี้

¹ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 3 เรื่อง การสร้างทีมงานและสรุปผลการดำเนินงานการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ในวันที่ 21 เมษายน 2553 จังหวัดบุรีรัมย์

² ระยะที่ 4 เรื่อง การสร้างทีมงานและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันอังคารที่ 1 มิถุนายน 2553 จังหวัดสุรินทร์

³ การประชุมเชิงปฏิบัติการระยะที่ 5 เรื่อง การจัดทำแผนโครงการและดำเนินการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ (กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์) วันพฤหัสบดีที่ 10 มิถุนายน 2553 จังหวัดศรีสะเกษ

⁴ นางสาวบุญบุษ วรรณยิ่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์, 24 พฤศจิกายน 2552 นายดิถีพงษ์ พิรุณ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์, 4 ธันวาคม 2552 นางสาวมาวรินทร์ จรัสสวรรค์ รักษาการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์และอดีตประธานชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองนางรองและนายวิชาฤทธิ์เดช ที่ปรึกษาชมรมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองนางรอง, 22 พฤศจิกายน 2552 นายสนิท แสนรัมย์ ประธานมัคคุเทศก์จังหวัดบุรีรัมย์ นายรัชพล ประดับยศและนายวิวัฒน์ ไรจน์วรรณ ประธานและคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์, 9 ธันวาคม 2552 นายอนุภรณ์ รัตนศิริวิมล ประธานชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารจังหวัดบุรีรัมย์, 20 พฤศจิกายน 2552 นายวสันต์ เทพนคร ประธานชมรมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์, 21 เมษายน 2553 นายสมศักดิ์ ลิ่มสุวรรณ ประธานชมรมธุรกิจท่องเที่ยวโนนดินแดง นายปริญญา กอประสิทธิ์พัฒน์ ประธานชมรมพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเมืองนางรอง, 1 มิถุนายน 2553 นายไพฑูริย์ ศิริบุรุษ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ นางสาววิญญา ไทยยิ่ง เลขานุการและกรรมการสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, 23 พฤศจิกายน 2552 นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล ประธานชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารจังหวัดสุรินทร์ นายศรีภูวงค์ จันทร์ขมภู ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ, 2 ธันวาคม 2552 นายอาทร แสงโสมวงค์ นายอุคร ปัทม นักวิชาการอิสระและรองประธานสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, นายสุรรัตน์ คุณวัฒนาพงษ์ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์ ผศ.โกเมธ จันทร์สมโกชน มหาวิทชายลัย เทคโนโลยีราชชมภรณ์ศึกษา วิทยาเขตสุรินทร์ นางวิมลมาศ บุญหล้า ประธานกลุ่ม OTOP จังหวัดบุรีรัมย์ นางดาวสวรรค์ วรรณทอง นายภิรมย์ อังกุลดี ผู้ประกอบการภิรมย์-อริย์ เฮ้าส์/PIROM'S TOUR, 31 มีนาคม 2553 นายจำเริญ ทิพญพงศ์ชาดา รองผู้ว่าราชการจังหวัดศรีสะเกษ นางอิสริยา อังคสกุลเกียรติ อดีตนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ นางวรรณนิภา น้อยพรหม คณะกรรมการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ นายสุชี มณีนิล ผู้ประกอบการร้านอาหารสุริโยชนา นายเอกพันธ์ ชาดาวาร ผู้ประกอบการศูนย์อาหารสงขลา นายชาญวิทย์ ธานี ผู้ประกอบการบริษัทคาทาร์และนายชาดา ลิมป์จันทน์ ผู้ประกอบการโรงแรมเกษศิริ, 29 มีนาคม 2553 และ 8 เมษายน 2553 นายศรีภูวงค์ จันทร์ขมภู ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ นางกัลยาณี ธรรมเจริญ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ, 25 พฤศจิกายน 2552

1. การจดทะเบียนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการระดับกลุ่มจังหวัด
โดยกำหนดให้มีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวรายจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษและดำเนินการในรูปแบบชมรม เพื่อความคล่องตัวทางการบริหารงานและระเบียบแนวการปฏิบัติของส่วนราชการแล้วรวมเป็นกลุ่มจังหวัดในนาม “กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์” (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายวิชา ฤทธิเดช นายสนิท แสนรัมย์, 21 พฤษภาคม 2553) แต่ถ้ามีการได้รับการดำเนินงานอย่างเป็นทางการในลักษณะนิติบุคคล ต้องมีการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุดร ปี่ทอง, 21 พฤษภาคม 2553 นางขวัญทิพย์ ไทยยิ่ง, 23 พฤศจิกายน 2552) และถ้าต้องการให้ได้รับการสนับสนุนและเชื่อมโยงในระดับประเทศควรมีการรวมกลุ่มเครือข่ายในรูปแบบสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดในสังกัดสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่กำลังพัฒนาตัวเป็นสมาพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งมีโอกาสได้รับการสนับสนุนและเชื่อมโยงเครือข่ายได้ในระดับประเทศ (คำสัมภาษณ์นางกัลยาณีย์ ธรรมจารีย์, 25 พฤศจิกายน 2552)

อีกทั้งสามารถผลักดันกลุ่มเครือข่ายให้มีการจดทะเบียนและสนับสนุนตาม โครงการพัฒนา Cluster Mapping ของสำนักงานการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในรูปแบบคลัสเตอร์และได้รับการสนับสนุนตาม โครงการพัฒนาและจัดตั้งกลุ่ม Cluster ของศูนย์อุตสาหกรรมภาค 6 และ 7 (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายเสกสรร น้ำแก้ว, 9 ธันวาคม 2552)

2. การสร้างตัวแทนประสานงานความร่วมมือของเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด
โดยแต่ละจังหวัดควรมีการค้นหาผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจ ตัวแทนขับเคลื่อนความร่วมมือเครือข่ายวิสาหกิจ โดยการสร้างผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Development Agent: CDA) เปรียบเสมือนกลไกสำคัญที่ประสานเชื่อมโยงกลไกทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจเข้าด้วยกันหรือเป็นกาวเชื่อมทุกภาคส่วนทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่ CDA จะต้องมีศักยภาพสังคมของพื้นที่ สามารถสร้างแรงจูงใจในความร่วมมือระหว่างทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ มีความอิสระและทุ่มเทเวลาในการทำงานกับกลุ่มได้

อีกทั้งต้องมีการพัฒนาผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจ (CDA) โดยการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจนี้เป็นบทบาทที่สำคัญในการเชื่อมโยงและขยายฐานสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจ จึงต้องมีความเข้าใจหลักการและรูปแบบของการประสานงานบนความหลากหลายทั้งความคิดและความต้องการของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจ และความสามารถสร้างแรงจูงใจในความร่วมมือของทุกภาคส่วน

3. การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่ร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่าย โดยการพัฒนาและความร่วมมืออิงตามการสนับสนุนของหน่วยงาน

ทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายในลักษณะของการสร้างแผนงานร่วมกับหน่วยงานทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด โดยกลุ่มเครือข่ายแต่ละจังหวัดต้องเข้าร่วมยุทธศาสตร์การพัฒนาทางการท่องเที่ยวของรายจังหวัดกับหน่วยงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ หน่วยงานท้องถิ่นจังหวัด กลุ่มชุมชนในเขตแหล่งท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด สมาคมและชมรมการท่องเที่ยวและสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัด ซึ่งต้องสร้างความร่วมมือร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัดด้วยการนำเสนอแผนโครงการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเพื่อประสานความร่วมมือ

4. การสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด ซึ่งมีแนวทางสำคัญดังนี้คือ

4.1 การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 3 จังหวัด (จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ) โดยกำหนดและการคัดเลือกสินค้าและบริการของวิสาหกิจตามเส้นทางและ โปรแกรมทางการท่องเที่ยว 3 จังหวัด เพื่อสร้างความร่วมมือเชื่อมโยงทั้งแหล่งท่องเที่ยวและวิสาหกิจสมาชิกผู้ให้บริการตามพื้นที่ในเส้นทางและโปรแกรม ได้แก่ เส้นทางไหว้พระ 9 วัดทั้ง 3 จังหวัด เส้นทางคาราวานย้อนรอยอารยธรรมขอม 3 จังหวัด เส้นทางเส้นทางสายไหมและผ้าพื้นบ้าน โบราณ 3 จังหวัด เส้นทางเส้นทางวิถีชีวิตวัฒนธรรมชาติพันธุ์ไทยเขมร ลาว ส่วย 3 จังหวัด เป็นต้น

4.2 การจัดชุดกลุ่มบริการทางการท่องเที่ยวของเครือข่ายวิสาหกิจ (Tourism Program Set: TPS) โดยการกำหนดเส้นทางและ โปรแกรมการบริการทางการท่องเที่ยวร่วมกับวิสาหกิจสมาชิกเครือข่ายๆ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก กำหนดราคาบริการทางการท่องเที่ยวเป็นชุดต่างๆ ตามคุณลักษณะและเป้าหมายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีการกำหนดวิสาหกิจสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจได้รวมบริการในโปรแกรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามรูปแบบและลักษณะของโปรแกรม

4.4 การสร้างเส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสิ่งมรดกธรรมชาติและย้อนรอยแหล่งท่องเที่ยวด้วยตำนานโบราณ (Story) เช่น โครงการท่องเที่ยวตามประวัติศาสตร์ขอมโบราณ โดยนำเสนอจุดขายการท่องเที่ยววัฒนธรรมและปราสาทหินด้วยการนำเสนอเรื่องราว (Story) และโครงการ Unseen ของแหล่งท่องเที่ยว และหาจุดขายของปราสาทและวัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ เช่น ความที่สุดของปราสาทขอมในประเทศไทย ได้แก่ ปราสาทหินพิมาย คือ ปราสาทที่ใหญ่ที่สุด ปราสาทหินพนมรุ้ง คือ ปราสาทที่สวยงามที่สุด ปราสาทหินภูมิโปน คือ ปราสาทที่เก่าแก่ที่สุด ปราสาทหินสระกำแพงใหญ่ คือปราสาทที่มีทับหลังสมบูรณ์ที่สุด และปราสาทเขาพระวิหาร คือ ปราสาทที่เสมือนยอดมงกุฎของปราสาทหิน เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

5. การสร้างระบบและกลไกการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับกลุ่มจังหวัด ซึ่งมีแนวทางสำคัญดังนี้คือ

5.1 การคัดสรรผู้นำและทีมงานระดับกลุ่มจังหวัด โดยมีการคัดเลือกผู้นำและคณะกรรมการระดับกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพเชิงอิทธิพลกลุ่มหรือบุคคลที่ได้รับการยอมรับในพื้นที่ มาเป็นตัวแทนของกลุ่มเครือข่ายทั้ง 3 จังหวัด ซึ่งมีการกำหนดวาระทางการบริหารลักษณะหมุนเวียน เปลี่ยนถ่าย และรอบปีตามรายจังหวัด และกำหนดผู้ประสานงานทีมคณะกรรมการรายจังหวัดที่เป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อและประสานแผนงานปฏิบัติการและการดำเนินการระหว่างจังหวัด

5.2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรกลุ่มเครือข่ายระดับกลุ่มจังหวัด โดยกำหนดโครงสร้างและการดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการ ประกอบด้วย ประธานกลุ่มเครือข่าย รองประธานกลุ่มเครือข่าย 2 ตำแหน่ง ซึ่งได้มาจากประธานกลุ่มเครือข่ายรายจังหวัด คณะกรรมการคณะกรรมการฝ่ายจัดกิจกรรม สินค้าและบริการ คณะกรรมการฝ่ายพัฒนาศักยภาพ คุณภาพและมาตรฐาน คณะกรรมการฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการฝ่ายบริหารและการเงิน ฝ่ายทะเบียนและเลขานุการ ซึ่งได้มาจากคณะกรรมการและสมาชิกแต่ละจังหวัดฝ่ายละ 4-5 ราย และที่ปรึกษากลุ่มเครือข่ายฯ ซึ่งได้มาจากผู้บริหารหน่วยงานท้องถิ่นระดับจังหวัด สถาบันการศึกษา ผู้นำชุมชนและวิสาหกิจที่มีศักยภาพสูงในพื้นที่ เป็นต้น โดยต้องมีการกำหนดกรอบภาระหน้าที่ บทบาทและอำนาจการบริหาร สายการบังคับบัญชาและระเบียบการดำเนินงานอย่างเป็นทางการ

5.3 การกำหนดแผนความร่วมมือทางการตลาดและการจัดหารายได้ของกลุ่มเครือข่าย โดยการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่ายและการจัดสรรจากสมาชิกเครือข่ายที่ร่วมแผนงาน กิจกรรมและโครงการที่กลุ่มเครือข่ายดำเนินการ การสร้างแผนงานและกิจกรรมจัดหารายได้ของกลุ่มเครือข่าย โดยความร่วมมือของสมาชิกเครือข่ายในด้านต่างๆ ของทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ การจัด โปรแกรมท่องเที่ยว 3 จังหวัดสำหรับสมาชิกเครือข่าย การจัดพาแลนด์สินค้าและบริการ OTOP และหรือจัดมหกรรมอาหารของดีของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ เป็นคาราวานตามรายจังหวัด เป็นต้น เพื่อให้เกิดรายได้จากสัดส่วนเปอร์เซ็นต์รายได้จากสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และได้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ของทั้ง 3 จังหวัด อีกทั้งการประชาสัมพันธ์และโฆษณาทุกช่องทางของการจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวรายจังหวัด และหรือทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ ผ่านสื่อมวลชน โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ คัดเอาต์ตามสถานที่แหล่งชุมชนและสถานีขนส่งโดยสาร เป็นต้น ในรูปแบบ 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตลอดจนการสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารและซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร เว็บไซต์ E-mail และศูนย์บริการทางการท่องเที่ยวตามรายจังหวัด เป็นต้น ทั้งหมดผ่านกลุ่มเครือข่าย

5.4 การสร้างระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยการทำให้เกิดความสัมพันธ์และการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของเครือข่ายวิสาหกิจหรือเพื่อนสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจด้วยกันนั้น คงต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและง่าย ไม่มีค่าใช้จ่ายมากนัก นั่นคือ การที่นำระบบอินเทอร์เน็ตมา

พัฒนาสู่การใช้งาน ด้วยการสื่อสารผ่านโปรแกรมสื่อสารออนไลน์ เช่น Face book Twitter E-mail และMSN เป็นต้น ซึ่งอยู่บนฐานข้อมูลหรือเว็บไซต์ E-Marketing หรือ//clustersriburin.org ของเครือข่ายวิสาหกิจที่สามารถเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจและช่องทางการตลาดสำหรับสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจกับลูกค้าได้ (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอนุกร รัตนศิริวัฒน นายสมศักดิ์ ลิ้มสุวรรณ, 1 มิถุนายน 2553)

5.5 การจัดทำระบบฐานข้อมูลสมาชิกสินค้าและบริการและองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด โดยการจัดทำระบบข้อมูล ฐานข้อมูล ฐานองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดให้ชัดเจน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ผู้จำหน่ายสินค้าและให้บริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้านต่างๆ กิจกรรมและเส้นทางเดินทางท่องเที่ยว อัตลักษณ์และสิ่งดึงดูดต่างของพื้นที่ แหล่งหรือศูนย์ประสานงาน ติดต่อสอบถามและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อให้เป็นแหล่งศึกษาและค้นหาข้อมูลในการดำเนินการและการตัดสินใจของลูกค้าและกลุ่มเครือข่ายในรูปแบบ E-Marketing Cluster Sriburin

6. การพัฒนาและขยายฐานสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยการประกาศรับสมัครและรับสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายหลายช่องทางและรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สมัครผ่านการประชุม ผ่านจดหมายแนะนำโครงการ ผ่านเว็บไซต์เครือข่าย ผ่านทางสมาชิกและคณะกรรมการเครือข่าย ผ่านทางการนำเสนอโดยตรงกับกิจการ เป็นต้น แต่ทุกช่องทางต้องสร้างความเข้าใจของการรวมกลุ่ม บทบาทหน้าที่ สิทธิประโยชน์และแผนงานของกลุ่มเครือข่าย ซึ่งแนวทางหลักมีดังนี้คือ

6.1 การกระจายพื้นที่สมาชิกเครือข่าย โดยการส่งเสริมและสร้างสมาชิกเครือข่ายตามรายอำเภอ ตำบลที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว การขยายฐานสมาชิกเครือข่ายเป็นส่วนที่ควรนำมาสู่การกระจายตามศักยภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ที่สามารถเอื้อประโยชน์ได้ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะไม่เกิดการแข่งขันและแย่งชิงกันในอนาคต (สอดคล้องคำสัมภาษณ์ นายวิวัฒน์ โรจน์วรรณ, 21 พฤษภาคม 2553)

6.2 การสร้างเครือข่ายสายใยแมงมุมหรือระบบห่วงโซ่ โดยการขยายฐานสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความเข้มแข็งและเหนียวแน่นนั้น ควรจะอยู่บนรูปแบบใยแมงมุมหรือระบบห่วงโซ่ เพราะการที่จะทำให้การขยายตัวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเกิดขึ้นและมีความเข้มแข็งจะต้องประกอบด้วยการสร้างฐานผู้นำและทีมงานที่มีศักยภาพ มีความพร้อมและความมุ่งมั่นต่อการสร้างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ อีกทั้งมีจิตสาธารณะที่เอื้อประโยชน์ต่อเพื่อนสมาชิกอย่างแท้จริง ซึ่งวิธีการแบบสายใยหรือใยแมงมุมจะเริ่มจากตัวแทนสมาชิกเป็นผู้คัดสรรและสรรหาเพื่อนสมาชิกรายใหม่ให้เข้ามาสู่ความร่วมมือในการทำงานกับเครือข่ายวิสาหกิจ คนละ 1 ราย หรือคนละ 1 กลุ่ม และ 1 ราย หรือ 1 กลุ่มย่อย สรรหาและคัดสรรเพิ่มอีกอย่างนี้เรื่อยๆ ไป โดยแต่ละกลุ่มสร้างตัวแทนของตน

ขึ้นมาเพื่อบริหารจัดการกลุ่มของตน ซึ่งมันจะขยายในลักษณะเลขยกกำลัง หรือคล้ายระบบเครือข่ายห่วงโซ่ของธุรกิจขายตรง (MLM)

6.3 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอิงตามสภาพภูมิศาสตร์ โดยการพิจารณาตามหลักของสภาพภูมิศาสตร์หรือที่ตั้งของเครือข่ายวิสาหกิจที่จะเป็นปัจจัยเอื้อให้เกิดความร่วมมือกันอย่างต่อเนื่อง นั้นควร เช่น อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน (จังหวัด อำเภอ หรือภาคเดียวกัน) ใกล้แหล่งวัตถุดิบ มีแรงงานสนับสนุนอย่างเพียงพอ มีสภาพแวดล้อม สาธารณูปโภคที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจอยู่ ใกล้บริษัทใหญ่ที่สามารถเกื้อกูลซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีสถาบันการศึกษาวิจัย และสถาบันการเงินสนับสนุนในพื้นที่ สิ่งเหล่านี้จะอำนวยความสะดวกในการรวมกลุ่มแบบเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดความคุ้นเคยกันเป็นหมู่คณะ สามารถดำเนินงานหรือร่วมกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายวิสาหกิจได้ง่ายขึ้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายชิตพงษ์ พิรุณ, 4 ธันวาคม 2552)

7. การเชื่อมโยงเชิงพันธมิตรระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดกับกลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศ โดยการผลักดันสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงทางสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มเครือข่ายจังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาคหรือข้ามภูมิภาค เพื่อสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและดึงดูดความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ได้แก่ การทำความร่วมมือ (MOU) กับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจล้านนาจังหวัดลำปาง เชื่อมมาสู่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ เป็นต้น (สอดคล้องคำสัมภาษณ์นายอุคร ปี่ทอง นางสาวบุญยานุช วรรณยิ่ง, 1 มิถุนายน 2553)

แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมกลุ่มจังหวัด แสดงดังรูปภาพ 8.1





รูปภาพ 8.1 แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมกลุ่มจังหวัดของจังหวัดสุรินทร์

8.2 บทสรุป

แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด หรือเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ของจังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการศึกษาพบ 7 แนวทางหลัก ดังนี้คือ

1. การจดทะเบียนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการระดับกลุ่มจังหวัด
2. การสร้างตัวแทนประสานงานความร่วมมือของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด
3. การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่าย
4. การสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด ประกอบด้วย
 - 4.1 การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 3 จังหวัด
 - 4.2 การจัดชุดกลุ่มบริการทางการท่องเที่ยวของเครือข่ายวิสาหกิจ (Tourism Program Set: TPS)
 - 4.4 การสร้างเส้นทางและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสิ่งมหัสจรรย์และย้อนรอยแหล่งท่องเที่ยวด้วยตำนาน โบราณ (Story)
5. การสร้างระบบและกลไกการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับกลุ่มจังหวัด ประกอบด้วย
 - 5.1 การคัดสรรผู้นำและทีมงานระดับกลุ่มจังหวัด
 - 5.2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรกลุ่มเครือข่ายระดับกลุ่มจังหวัด การกำหนดแผนความร่วมมือทางการตลาดและการจัดหารายได้ของกลุ่มเครือข่าย
 - 5.3 การสร้างระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 5.4 การจัดทำระบบฐานข้อมูลสมาชิกสินค้าและบริการและองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด
6. การพัฒนาและขยายฐานสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ประกอบด้วย
 - 6.1 การกระจายพื้นที่สมาชิกเครือข่าย
 - 6.2 การสร้างเครือข่ายสายใยแมงมุมหรือระบบห่วงโซ่
 - 6.3 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอิงตามสภาพภูมิศาสตร์
7. การเชื่อมโยงเชิงพันธมิตรระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดกับกลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศ

บทที่ 9

บทสรุป การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย

9.1 บทสรุปผลการวิจัย

บทสรุปทางการวิจัยการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ โดยแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัย 5 ข้อ ดังนี้คือ

ศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ พบ มี 4 ด้าน คือ 1) ความครบถ้วนและความหลากหลายของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทาน 2) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3) การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชน และชุมชนและ 4) ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ซึ่งผลการประเมิน โดยภาพรวมพบว่า ระดับศักยภาพโดยรวมรายวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับดีมาก แต่ยังมีปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายฯ 7 ประเด็น คือ 1) ทักษะและความต้องการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวไม่เป็นทิศทางเดียวกัน 2) การขับเคลื่อนของผู้นำกลุ่มเครือข่าย 3) ความเข้าใจและแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ 4) เป้าหมาย แผนงานและกิจกรรมของกลุ่มจากวิสาหกิจโดยตรง 5) ขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมีขนาดเล็ก 6) ความเสมอภาคของการสนับสนุนของภาครัฐและ 7) การรวมกลุ่มวิสาหกิจหลักทางการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงส่งผลต่อความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายฯ 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ความต้องการการพัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว 2) ความต้องการพัฒนาสมรรถนะทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และ 3) ความต้องการเพิ่ม โอกาสทางการตลาดของธุรกิจ

แนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ พบ 3 แนวทางหลัก คือ 1) การสร้างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่ายในรูปแบบคลัสเตอร์ทางการท่องเที่ยวและขั้นตอนที่ 2 การกระตุ้นและสร้างความเข้าใจในการรวมกลุ่มเครือข่าย 2) การพัฒนาระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างทีมงานคณะกรรมการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 3 การถ่ายโอนจากแผนงานไปสู่การปฏิบัติการของกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวและขั้นตอนที่ 4 การติดตามและการประเมินความเข้มแข็งกลุ่มเครือข่าย 3) การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนคือขั้นตอนที่ 1 การสร้างพลัง

การขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและขั้นตอนที่ 2 การจัดการกลุ่มเครือข่ายด้วยระบบเชื่อมโยงแบบห่วงโซ่อุปทาน

แผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ จากผลการศึกษาพบดังนี้คือ

1. แผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี 2554–2559
2. วิสัยทัศน์ : องค์กรเครือข่ายการส่งเสริมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเลิศทางการแสดงช้าง อารยธรรมขอมและวิถีชีวิตชาวสุรินทร์

3. พันธกิจ : มี 5 ด้าน ได้แก่
1) กำกับ ดูแลสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
2) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพและผลิตภาพการบริการของสมาชิกวิสาหกิจ

การท่องเที่ยว

3) พัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
4) พัฒนาระบบข้อมูลและการประชาสัมพันธ์กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
5) เป็นตัวกลางประสานงานของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

4. ยุทธศาสตร์ : มี 4 ด้าน ได้แก่
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

1.1 การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีโครงการนำสู่การปฏิบัติ ได้แก่ 1) โครงการทัศนศึกษาเชิงบริหารและศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยว 2) โครงการสัมมนาการรวมกลุ่มและบริหารคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์สู่ความยั่งยืน 3) โครงการพัฒนาเจตคติและประสบการณ์การจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์และ 4) โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

1.2 การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่ายของพื้นที่

ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ มีโครงการนำสู่การปฏิบัติ ได้แก่ 1) โครงการจัดตั้งเครือข่ายทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและระดับกลุ่มจังหวัด 2) โครงการขอรับการสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และหรือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและ 3) โครงการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวกับภาคีเครือข่ายระดับชุมชนและระดับจังหวัด เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย (Cluster) ทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

1.3 การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการจัดการท่องเที่ยวอารยธรรม
 ขอมจังหวัดสุรินทร์ มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่ 1) โครงการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายระดับ
 ท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
 การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

2.1 การส่งเสริมการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์
 ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่ 1) โครงการการจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูล
 สารสนเทศทางการท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดและ2) โครงการจัดทำข้อมูลทางการตลาดสมาชิกกลุ่มเครือข่าย
 วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอม
 จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

3.1 ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจที่มีความร่วมมือทางการตลาด
 และช่องทางการจำหน่าย มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่ 1) โครงการการรวมกลุ่มระดับสมาชิกเป็นเครือข่าย
 ธุรกิจที่มีความร่วมมือด้านการผลิตและบริการทางการท่องเที่ยวและ2) โครงการความร่วมมือทางการตลาด
 ของกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

3.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
 การท่องเที่ยวจังหวัด และกลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์ มีโครงการสู่การปฏิบัติ
 ได้แก่ 1) โครงการจัดทำและพัฒนาสื่อและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภาพ มาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและ
 บุคลากรบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

4.1 การพัฒนาผลิตภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรม
 ขอมจังหวัดสุรินทร์ มีโครงการสู่การปฏิบัติ ได้แก่ 1) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรม
 ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย

4.2 การพัฒนาผลิตภาพวิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว มีโครงการสู่
 การปฏิบัติ ได้แก่ 1) โครงการการเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนกับผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยว
 อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์และ2) โครงการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการ บุคลากรทางการผลิต
 และบริการสมาชิกกลุ่มเครือข่ายสู่ระดับมาตรฐานสากล

4.3 มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว มีโครงการสู่การปฏิบัติ
 ได้แก่ 1) โครงการส่งเสริมมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
 การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ พบ 7 แนวทางหลักคือ 1) การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารและ โครงสร้างองค์การกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวระดับจังหวัด 2) การสร้างระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3) การกำหนดระบบและกลไกการสร้างรายได้ของกลุ่มเครือข่าย 4) การพัฒนาระดับความสัมพันธ์กลุ่ม เครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่าย 5) การพัฒนากิจกรรมทางการบริการท่องเที่ยวร่วมกับอุตสาหกรรม และชุมชนในพื้นที่ 6) การสร้างกระบวนการทัศน์ทางสังคมของเครือข่ายวิสาหกิจสู่ความสมดุลและ 7) การสร้างช่องการตลาดกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน และผลความสำเร็จของการรวมกลุ่ม เครือข่ายฯ จากการประเมินด้วยโครงการนำร่องและกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ พบว่า การรวมกลุ่ม เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์มีความเข้มแข็งอยู่ในระดับดี จากความเข้มแข็ง ด้านระดับการพัฒนาเครือข่ายอยู่ในระดับดี ซึ่งการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวมี ความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ และความเข้มแข็งด้าน โอกาสทางการตลาดอยู่ในระดับดี แต่ไม่ได้ค่าคะแนนไม่สูงมากนัก ซึ่งควรต้องมีการพัฒนาด้านการตลาดสำหรับกลุ่มเครือข่ายเพื่อ ส่งผลต่อความสำเร็จได้

แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด พบ 7 แนวทางหลัก คือ 1) การจดทะเบียนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการระดับกลุ่มจังหวัด 2) การสร้างตัวแทนประสานงานความร่วมมือของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด 3) การสร้าง ความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนทางการท่องเที่ยวและ ภาคีเครือข่าย 4) การสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด 5) การสร้างระบบและกลไก การบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับกลุ่มจังหวัด 6) การพัฒนาและขยายฐานสมาชิก กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและกลุ่มจังหวัดและ 7) การเชื่อมโยงเชิงพันธมิตร ระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัดกับกลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศ

9.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแผนงานวิจัยการวิจัยเชิงบูรณาการการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่าย วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขต จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ ซึ่งจากผลการศึกษาพบความต้องการและแนวทางการพัฒนา และจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจนถึงเกิดผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่าย วิสาหกิจการท่องเที่ยวนั้นจะสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการพันธมิตรกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (clustering) ของ Michael E. Porter (1990) ที่ประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการมารวมกัน ประกอบด้วย 1) การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน 2) ความร่วมมือ และ 3) การแข่งขัน และแนวคิดสัมพันธ์เป็นผู้ดำเนินการหลัก

ได้แก่ 1) ผู้ดำเนินการคลัสเตอร์ (Cluster actors) ไม่ใช่ธุรกิจ แต่เป็นองค์กรและสถาบันดำเนินการหลักของคลัสเตอร์ 2) ผู้ดำเนินการติดต่อด้านแนวตั้งและแนวนอน ข้อตกลงสามารถเป็นแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ 3) เป็นการเชื่อมโยงองค์กรและสถาบันสามารถสร้างความร่วมมือกับความสัมพันธ์ทางการแข่งขัน ผลประโยชน์ของคลัสเตอร์เกิดจากผู้แข่งขันมีกิจกรรมความร่วมมือกัน อีกทั้งยังเป็นไปตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547) ที่บ่งบอกว่าคลัสเตอร์เป็นกลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันมีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจรทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้งเป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงในแนวนอนเป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการสมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันคือ การเพิ่มผลิตภาพ และการสร้างนวัตกรรมร่วมกันของกลุ่มซึ่งตรงกับแนวความคิดของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2547) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) (2549) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของพันธศักดิ์ ลีลาวัฒนกุลศิริ (2549) และศันสนา สิริตาม (2550) ว่าการสร้างเครือข่าย SMEs ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จในการรวมตัวกันของ SMEs คือ 1) ผู้นำแบบมีพลวัต (Dynamic Leadership) 2) การที่สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย (Ownership) 3) การมีค่านิยมและวิสัยทัศน์ร่วม (Shared values and visions) 4) การมีความต้องการในการจัดตั้งเครือข่ายที่เหมือนกัน (Common felt need to establish network) 5) การตกลงอย่างเป็นทางการ (Formal Binding Agreement) 6) ความสามารถในการหาแหล่งทุนสนับสนุน (Funding) 7) คณะทำงานแบบมืออาชีพ (Professional Secretariat) และเครือข่ายจะเป็นที่สนใจแก่สมาชิก ต้องประกอบด้วยคือ 1) ทำงานร่วมกันเพื่อพลังขับเคลื่อน 2) ทำงานร่วมกันเพื่อผลประโยชน์เท่าเทียมกัน 3) ทำงานร่วมกันเพื่อกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน 4) ทำงานร่วมกันเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน 5) บรรลุถึงวิสัยทัศน์ร่วมกัน 6) แบ่งปันทรัพยากร การปฏิบัติงานและค่าใช้จ่าย 7) เสริมจุดแข็ง ลดจุดอ่อนให้กันและกัน เป็นต้น

ตลอดจนแนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจากผลการศึกษาสอดคล้องกับขั้นตอนในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2550) ที่มี 4 ขั้นตอน คือ 1) กระตุ้นจิตสำนึกให้เกิดการรวมกลุ่ม (Promotion and Mobilization) 2) วิเคราะห์สถานภาพของคลัสเตอร์ (Diagnosis) 3) การจัดทำยุทธศาสตร์ (Collaborative Strategy) และ 4) นำไปสู่การปฏิบัติ (Implementation)

อีกทั้งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2551-2554 ในรูปแบบห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) พัฒนาระบบบริหารและจัดการการท่องเที่ยว 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านท่องเที่ยว 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 4) พัฒนาศักยภาพบุคลากร

ภาคบริการท่องเที่ยว 5) พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการศึกษาทางแผนแม่บทใน ส่วนยุทธศาสตร์พบว่าสอดคล้องและเป็นไปในแนวทางของกระทรวง กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ ของคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ ได้แก่ 1) การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือ สมาชิก 2) การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ 3) การสร้างและพัฒนาช่องทาง การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และมาตรฐานสินค้าและ บริการวิสาหกิจและบุคลากรบริการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

จากการศึกษายังพบว่า แนวทางการพัฒนาและจัดการเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวยังไป สอดคล้องกับการศึกษาของ Adam Burke (1999) Paul Starkey (1997) และสมเกียรติ ฉายไช่น และคณะ (2549) โดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายที่ยั่งยืน คือ 1) ผู้นำเสียสละ 2) ผู้นำเครือข่ายมาพบกัน ประชุม เกิดการเรียนรู้กันและกันสมาชิกในกลุ่มเกิดทักษะในการแก้ปัญหา อีกทั้งเมื่อได้เห็นการพัฒนาของ เครือข่ายอื่นๆ 3) สร้างเครือข่ายกิจกรรม เกิดขบวนการบริหารจัดการจัดการเมื่อมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยน ข่าวสาร การแบ่งประ โยชน์จากการทำกิจกรรมร่วมกัน และกิจกรรมมีความต่อเนื่องตลอดจนสร้างสมาชิก รุ่นหลังคอยรับช่วงการเป็นผู้นำเพื่อสืบทอดแทนคนเก่า 4) เครือข่ายระดับจังหวัดที่ใหญ่กว่า กำหนด บทบาทและประสานกิจกรรมกับเครือข่ายอำเภอ หรือกลุ่มในระดับตำบลและระดับหมู่บ้าน 5) การช่วยเหลือ จากหน่วยงานของรัฐ 6) มีที่ปรึกษาใกล้ชิดในพื้นที่ และการศึกษาของ พรชัย หอมชื่น (2549) คลัสเตอร์ เป็นการรวมกลุ่มกันตามลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) และอีกทั้งนโยบายที่สำคัญ ประการหนึ่งของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา คือ การส่งเสริมพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster Development) การเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันของประเทศ โดยมีคลัสเตอร์ (Cluster) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถ การแข่งขันและพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศ ซึ่งสอดคล้องว่าการพัฒนาและจัดการกลุ่ม เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของแผนงานวิจัยนี้เป็นเครื่องมือสำหรับวิสาหกิจที่สามารถยอมรับ ในแนวทางปฏิบัติที่ก่อให้เกิดศักยภาพและสมรรถนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ อย่างแท้จริงและก่อให้เกิดความยั่งยืนของวิสาหกิจการท่องเที่ยว

9.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะทางการวิจัยของแผนงานวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

9.3.1 ข้อเสนอแนะทางการวิจัยระดับกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้คือ

1. แนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ควรต้องมีการขับเคลื่อนด้วยผู้นำและคณะกรรมการทั้ง 3 จังหวัด รวมหารือและวางแผนทางปฏิบัติร่วมกัน ให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

2. การประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายขึ้นอยู่กับเป้าหมายและแผนงานที่ชัดเจน จึงควรมีการกำหนดและวางแผนร่วมกัน

3. การรวมพลังภาคีเครือข่ายภาคเอกชนที่มีกิจกรรมเน้น นวัตกรรมของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสู่การรองรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4. การสร้างระบบการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มเครือข่ายอย่างสะดวก รวดเร็วและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์และแรงจูงใจสู่การทำงานร่วมกัน

9.3.2 ข้อเสนอแนะทางการวิจัยในอนาคตต่อไป ดังนี้คือ

1. การศึกษาแนวทางการสร้างความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนของกลุ่มเครือข่าย
2. การศึกษาโอกาสทางการความร่วมมือและการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการขยายฐานโอกาสทางการตลาดและขีดความสามารถทางการแข่งขัน

บทสรุปผู้บริหาร

การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาพบองค์ความรู้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 5 ข้อสามารถสรุปได้ดังนี้คือ

1. ศักยภาพ ปัญหาและความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1.1 ศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ พบมี 4 ด้าน คือ

- 1) ความครบถ้วนและความหลากหลายของวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทาน
- 2) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 3) การสนับสนุนของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนและชุมชน
- 4) ระดับความสามารถดึงดูดของสินค้าและบริการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

และผลการประเมินโดยภาพรวมพบว่า ระดับศักยภาพโดยรวมรายวิสาหกิจและภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์อยู่ในระดับดีมาก

1.2 ปัญหาของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบมี 7 ประเด็นคือ

- 1) ทักษะและความต้องการของวิสาหกิจการท่องเที่ยวไม่เป็นทิศทางเดียวกัน
- 2) การขับเคลื่อนของผู้นำกลุ่มเครือข่าย
- 3) ความเข้าใจและแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
- 4) เป้าหมาย แผนงานและกิจกรรมของกลุ่มจากวิสาหกิจโดยตรง
- 5) ขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมีขนาดเล็ก
- 6) ความเสมอภาคของการสนับสนุนของภาครัฐ
- 7) การรวมกลุ่มวิสาหกิจหลักทางการท่องเที่ยว

1.3 ความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ พบมี 3 ประเด็นหลัก คือ

- 1) การพัฒนาความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว
- 2) การพัฒนาสมรรถนะทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน
- 3) การเพิ่มโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ

2. แนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

พบ 3 แนวทาง คือ

1) การสร้างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนคือ
ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่ายในรูปแบบคลัสเตอร์ทาง
การท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การกระตุ้นและสร้างความเข้าใจในการรวมกลุ่มเครือข่าย
2) การพัฒนาระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย
4 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างทีมงานคณะกรรมการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 การถ่ายโอนจากแผนงานไปสู่การปฏิบัติการของกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามและการประเมินความเข้มแข็งกลุ่มเครือข่าย

3) การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างพลังการขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การจัดการกลุ่มเครือข่ายด้วยระบบเชื่อมโยงแบบห่วงโซ่อุปทาน

3. แผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม
ขอมจังหวัดสุรินทร์ จากผลการศึกษาพบดังนี้คือ

3.1 แผนแม่บทกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ปี
2554 – 2559

3.2 วิสัยทัศน์ : องค์กรเครือข่ายการส่งเสริมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มี
ความเป็นเลิศทางการแสดงช้าง อารยธรรมขอมและวิถีชีวิตชาวสุรินทร์

3.3 พันธกิจ : มี 5 ด้าน ได้แก่

1) กำกับ ดูแลสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
2) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพและผลิตภาพการบริการของสมาชิกวิสาหกิจ
การท่องเที่ยว

3) พัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว

4) พัฒนาระบบข้อมูลและการประชาสัมพันธ์กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว

5) เป็นตัวกลางประสานงานของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคี
เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

3.4 ยุทธศาสตร์ : มี 4 ด้าน ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบูรณาการและส่งเสริมความร่วมมือสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

1.1 การสร้างทัศนคติและแรงจูงใจการสร้างและพัฒนา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1.2 การบูรณาการเชื่อมโยงวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบเครือข่ายของพื้นที่ท่องเที่ยว
และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ

1.3 การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านการจัดการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
จังหวัดสุรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

2.1 การส่งเสริมการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์
ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างและพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมขอม
จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

3.1 ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายธุรกิจที่มีความร่วมมือทางการตลาด
และช่องทางการจำหน่าย

3.2 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มาตรฐานสินค้าและบริการ วิสาหกิจและบุคลากร
บริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย

4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
จังหวัดสุรินทร์

4.2 การพัฒนาผลิตภาพวิสาหกิจและบุคลากรทางการท่องเที่ยว

4.3 มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว

4. แนวทางการดำเนินงานและผลความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้คือ

4.1 แนวทางการดำเนินงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม
จังหวัดสุรินทร์ พบ 7 แนวทาง คือ

1) การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารและโครงสร้างองค์กรกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวระดับจังหวัด

2) การสร้างระบบและกลไกการบริหารกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

3) การกำหนดระบบและกลไกการสร้างรายได้ของกลุ่มเครือข่าย

4) การพัฒนาระดับความสัมพันธ์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับภาคีเครือข่าย

5) การพัฒนากิจกรรมทางการบริการท่องเที่ยวที่ร่วมกับอุตสาหกรรมและชุมชน

ในพื้นที่

6) การสร้างกระบวนการทัศน์ทางสังคมของเครือข่ายวิสาหกิจสู่ความสมดุล

7) การสร้างช่องการตลาดกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

4.2 ผลความสำเร็จของกรรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

จังหวัดสุรินทร์ จากการประเมินด้วยโครงการนำร่องและกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ พบว่า การรวมกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์มีความเข้มแข็งอยู่ในระดับดี จาก
ความเข้มแข็งด้านระดับการพัฒนาเครือข่ายอยู่ในระดับดี ซึ่งการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
มีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ และความเข้มแข็งด้านโอกาสทางการตลาดอยู่ในระดับดี
แต่ไม่ได้ค่าคะแนนไม่สูงมากนัก ซึ่งควรต้องมีการพัฒนาด้านการตลาดสำหรับกลุ่มเครือข่ายเพื่อ
ส่งผลต่อความสำเร็จได้

5. แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด พบ 7 แนวทาง คือ

1) การจดทะเบียนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการระดับกลุ่มจังหวัด

2) การสร้างตัวแทนประสานงานความร่วมมือของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวกลุ่ม

จังหวัด

3) การสร้างความร่วมมือกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานสนับสนุน

ทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่าย

4) การสร้างเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด

5) การสร้างระบบและกลไกการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับ

กลุ่มจังหวัด

6) การพัฒนาและขยายฐานสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

และกลุ่มจังหวัด

7) การเชื่อมโยงเชิงพันธมิตรระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

กับกลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศ

โดยจากการศึกษาที่ผ่านมา มีข้อเสนอแนะทางการวิจัยคือ ศึกษาแนวทางการจัดตั้งกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่มีการประสบผลสำเร็จ การรวมพลังภาคีเครือข่ายภาคเอกชนและ
การสร้างระบบการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มเครือข่าย ตลอดจนศึกษาแนวทางการสร้างความสัมพันธ์
อย่างยั่งยืนของกลุ่มเครือข่ายและ โอกาสทางการสร้างความร่วมมือและการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว
ระหว่างจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2549). ข่าวเศรษฐกิจ. อังคารที่ 14 พฤศจิกายน 2549 14:48:54 น.
- ชุมพล ศิลปอาชา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และนายสุรพล เสวตเสริม ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บทสัมภาษณ์ ฉบับที่ 1115 ประจำวันที่ 10-7-2010 ถึง 13-7-2010
- http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413346176
- ชุมพล ศิลปอาชา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และเสกสรร นาควงศ์ ผู้อำนวยการ สพท. บทสัมภาษณ์ หนังสือเดลินิวส์ THURSDAY, 13 MAY 2010 08:46
- <http://www.stockwave.in.th/top-headline/10687-news-130510.html>
- ธนวรรณ พลวิชัย (2009) บทความวิชาการ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” : คนไทยยัง “ละเลย” ที่จะเรียนรู้ ที่มา : มติชน September 23, 2009 <http://www.siamintelligence.com/creative-ignorance/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) บทความวิจัยใน นสพ.เสรีชัย โดยธนาคารกสิกรไทย สาขาแอลเอ มองเศรษฐกิจฉบับที่ 2833 : มิถุนายน 2553
- พรชัย หอมชื่น (2549). สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. <http://www.ftawatch.org/node/214>
- พันธ์ศักดิ์ ศิลาวรรณกุลศิริ (2549) เรื่องคลังสเตอร์ รวมกลุ่ม โลก. นิตยสารผู้จัดการรายสัปดาห์ 27 กุมภาพันธ์ 2549 หน้า 7
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2546). การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค. ค้นสนา สิริตาม (2550). การวิจัยเรื่อง Key Success Factors for Inter-organizational Network Collaboration. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปีที่ 16 ฉบับที่ 2219 วันที่ 14 มิถุนายน 2553
- <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/finance/research/20100614/337410/กระตุ้นไทยเที่ยวไทย--สร้างรายได้ชดเชยตลาดต่างชาติที่ชะลอตัว.html>
- สมเกียรติ ฉายไชน์ และคณะ. (2549). โครงการวิจัยแนวทางการพัฒนาเครือข่ายกลุ่ม/องค์กรประชาชนในพื้นที่จังหวัดตรัง.
- สุรพล เสวตเสริม ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บทสัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2553 วันที่ประกาศข่าว : 14 ก.ย. 2553 ภายในงาน Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to Mekong Subregion ณ ห้อง Sapphire 5 อิมแพคคอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ เมืองทองธานี
- <http://www.tatnewsthai.org/newsdetail.php?newsID=1730&NEWS=1>

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2552 จาก

http://secretary.mots.go.th/ewt_news.

สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2553). ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2554

จาก <http://info.dip.go.th/cluster>.

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2546). กรุงเทพฯธุรกิจ. 21 พฤษภาคม 2546.

ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2552

จาก <http://www.nidambel1.net/ekonomiz/2003q2/article2003may22p2.htm>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2552 จาก

<http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/attach/data47>

อภิชาติ อินทร์พงษ์พันธุ์ ผอ. ททท.ภูมิภาคอีสาน บทสัมภาษณ์ วันที่ประกาศข่าว : 14 ก.ย. 2553.

ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2554 จาก

<http://www.tatnewsthai.org/newsdetail.php?newsID=1734&NEWS=1>

Andersson, T. (2004). *The cluster policies whitebook*. Sweden: IKED.

Andersson, U., & Forsgren, M. (2002). Integration in the multinational corporation: The problem of subsidiary embeddedness. In R. McNaughton & M. Green (Eds.), *Global competition and local networks* (pp. 343–365). London: Gower.

Porter, M. E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. Worcester: Billing and Sons Ltd.

Porter, M. E. 1998. “Clusters and the New Economics of Competition.” *Harvard Business Review* 76(6): 77-90.

Porter, M. E. 2000. “Locations, Clusters, and Company Strategy.” In G. L. Clark, M. P. Feldman, and M.S. Gertler (eds.) *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press: 253-74.

Siritarm, Sansana. “Key Success Factors for Inter-organizational Network Collaboration”

(Research, March, 2003)

Sujit, K.S., and Mukherjee, B. 2004. “How Much Does R&D Decision Depend on Firm, Industry,

Raines, P. (2002). Cluster policy—Does it exist? In P. Raines (Ed.), *Cluster development and policy* (pp. 21–36). Burlington, UK: Ashgate.



ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย ชุดที่ 1

แบบสำรวจความคิดเห็น และการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้

กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความหรือทำเครื่องหมาย / ลงในวงเล็บตามสถานภาพหรือความคิดเห็นของท่าน
ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของสมาชิกที่ต้องการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

1. ชื่อกิจการวิสาหกิจ/หน่วยงาน

-
- ประเภท**
- () 1.1 ธุรกิจชุมชนให้บริการท่องเที่ยว
 - () 1.2 ธุรกิจนำเที่ยวและหรือบริษัททัวร์ท้องถิ่น
 - () 1.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ทางบริการท่องเที่ยว
 - () 1.4 โรงแรมและหรือที่พัก
 - () 1.5 ร้านอาหาร
 - () 1.6 สถานบันเทิงและหรือสถานประกอบการบริการสุขภาพ
 - () 1.7 ร้านค้าชุมชนและหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
 - () 1.8 ร้านขายของฝากของที่ระลึกและหรือสินค้าพื้นเมือง
 - () 1.9 หน่วยงานภาครัฐ
 - () 1.10 สถาบันการศึกษา
 - () 1.11 สถาบันการเงิน
 - () 1.12 หน่วยงานส่วนกลางทางการท่องเที่ยว
 - () 1.13 สมาคม/องค์กรเอกชน
 - () 1.14 ชุมชนในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว

2. ที่อยู่/สถานที่ตั้ง เลขที่..... หมู่..... ถนน.....

ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์..... เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร.....

เบอร์มือถือ..... E-mail

3. ท่านได้เข้าร่วม/เคยเข้าร่วมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคม/ชมรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือไม่

- ถ้าไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มสมาชิกสมาคม/ชมรม เพราะ.....

.....

- ถ้าเข้าร่วมสมาคม/ชมรม ชื่อ.....

ที่อยู่/สถานที่ตั้ง เลขที่..... หมู่..... ถนน.....

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....เบอร์โทรศัพท์/โทรสาร.....

เบอร์มือถือ.....E-mail

- ท่านมีบทบาท/หน้าที่/การมีส่วนร่วมในเรื่องใด และด้านใดของสมาคม/ชมรม

.....

.....

- ท่านได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิกสมาคม/ชมรมต่าง ๆ หรือไม่

() ได้ประโยชน์ (โปรดระบุว่าได้รับประโยชน์อย่างไร).....

.....

() ไม่ได้รับประโยชน์ เพราะ.....

.....

- หรือคาดหวังและต้องการจากการเป็นสมาชิกสมาคม/ชมรมต่าง ๆ หรือไม่

() คาดหวังและต้องการ เรื่อง.....

.....

() ไม่คาดหวังและต้องการ เพราะ.....

.....

- ในการรวมกลุ่มดังกล่าวมีปัญหา/อุปสรรคหรือไม่

() มีอย่างไร.....

.....

() ไม่มี เพราะ.....

.....

- ท่านมีแนวคิดและวิธีการที่จะบริหารจัดการ และพัฒนากลุ่มให้มีศักยภาพหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

4. ท่านเห็นด้วยที่จะมีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษหรือไม่

() 4.1 เห็นด้วย เพราะ.....

.....

() 4.2 ไม่เห็นด้วย เพราะ.....

.....

5. ถ้ามีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ ท่านต้องการเข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือไม่

() 5.1 เข้าร่วม เพราะ.....

() 5.2 ไม่เข้าร่วม เพราะ.....

คณะนักวิจัยขอขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้



สำนักงานคณะกรรมการแห่งชาติ
ด้านการศึกษา

เครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 2

แบบสัมภาษณ์ แนวคำถามการสนทนากลุ่มและประชุมเพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่าย
 วิชาการศึกษาท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้
 กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิชาการศึกษาท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ตอนที่ 1 ทิศทางและความต้องการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิชาการศึกษาท่องเที่ยว

1.1 หน่วยงาน/วิชาการศึกษาของท่านมีการกำหนดทิศทาง เป้าหมาย โครงสร้างการทำงาน รูปแบบการบริหาร
 จัดการ สินค้าและบริการ งบประมาณ บุคลากร องค์กรความรู้ การประสานงาน การพัฒนาใน
 ด้านต่างๆ หรือไม่ อย่างไร

1.2 ท่านมีการรวมกลุ่มการจัดตั้งเครือข่ายหรือไม่

- ถ้ามี มีการรวมกลุ่มอย่างไร มีประโยชน์อย่างไร
- มีปัญหา/อุปสรรคหรือไม่ อย่างไร
- ถ้าต้องการให้มีการพัฒนาการรวมกลุ่มให้ดียิ่งขึ้นควรจะมีการดำเนินการอย่างไร ใคร

บ้างที่จะต้องมีส่วนเกี่ยวข้อง

1.3 ท่านเห็นด้วยที่จะมีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิชาการศึกษาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัด
 สุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ หรือไม่ เพราะเหตุใด

ตอนที่ 2 แนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิชาการศึกษาท่องเที่ยว

2.1 ท่านเห็นว่าแนวทางการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิชาการศึกษาท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตจังหวัด
 บุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ควรเป็นอย่างไรในแต่ละด้าน

- วิสัยทัศน์
- พันธกิจ
- ยุทธศาสตร์
- แผนงาน/โครงการ
- วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง
- โครงสร้างของกลุ่ม
- งบประมาณดำเนินการ
- ทรัพยากรกลุ่ม เช่น ด้านบุคลากร ด้านข้อมูล องค์กรความรู้
- อื่นๆ (ถ้ามี).....

2.2 ถ้ามีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ท่านมีความต้องการประโยชน์ของการรวมกลุ่มเรื่องใด ด้านใด

2.3 ท่านเห็นว่าศักยภาพ หรือแนวทางที่จะก่อให้เกิดกลุ่มประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป ควรมีอะไร และลักษณะอย่างไร

ตอนที่ 3 รูปแบบการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

3.1 กำหนดแผนภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (Cluster Tourism map)

3.1.1 ส่วนหลัก (Core)

- อุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้/สร้างคุณค่าในอุตสาหกรรม

3.1.2 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

- อุตสาหกรรมอื่นที่สนับสนุนส่วนอุตสาหกรรมหลัก
- ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มของ supplier ใน supply chain

3.1.3 สถาบันที่ช่วยในการยกระดับอุตสาหกรรม (Upgrading Institutions)

- มหาวิทยาลัย/สถาบันวิจัย/หน่วยงานให้บริการ ฯลฯ

3.1.4 ปัจจัยและบริการพื้นฐาน (Infrastructure/Infraservice)

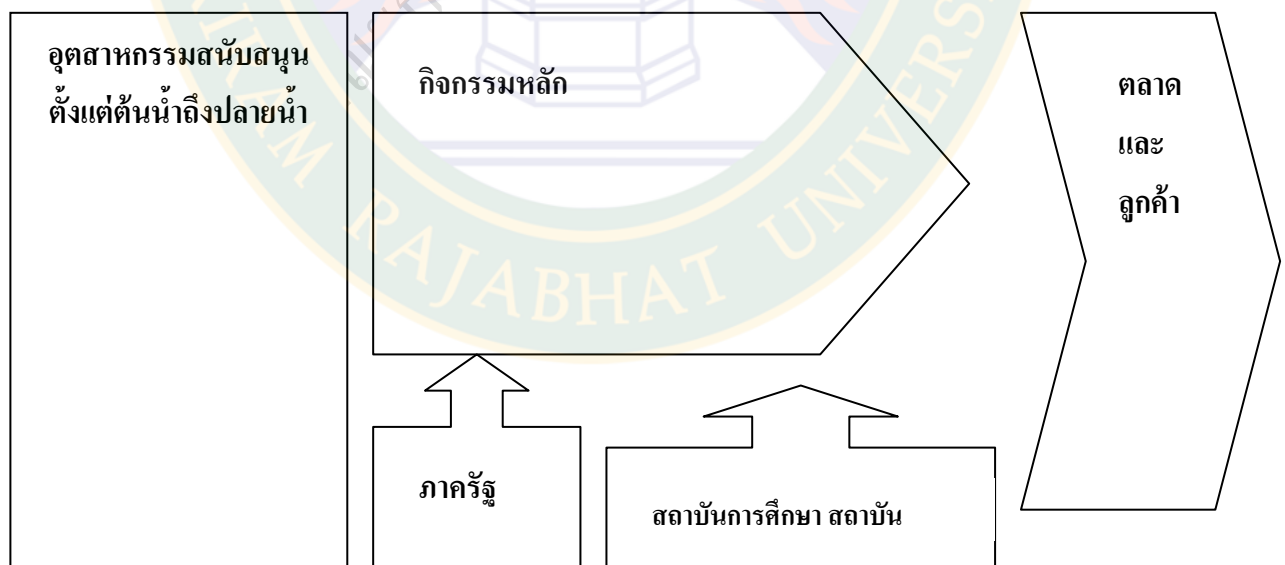
- บริการและปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมหลักในการที่จะดำเนินงาน

อย่างมีประสิทธิภาพ

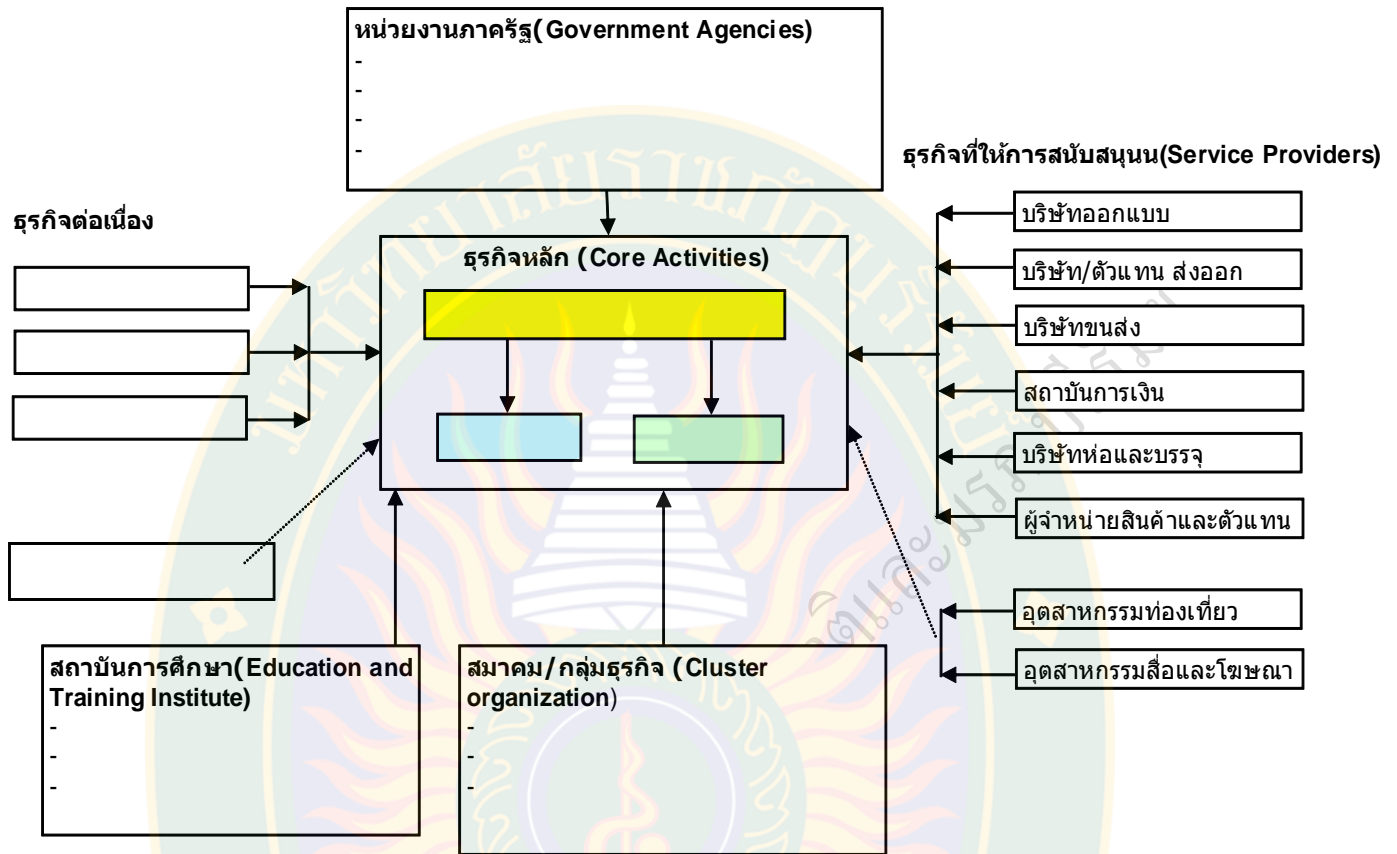
3.1.5 ตลาดและลูกค้า (Markets and Customer)

- ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.2 แบบแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (Cluster Tourism map)



3.3 การจัดกลุ่มเครือข่ายด้วยเทคนิคแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (Cluster Tourism Map)



เครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 3

การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้
กรณีศึกษากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1. การจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์หน่วยงานการท่องเที่ยว

1.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอดีต และแนวโน้มในอนาคตของจังหวัด

1.2 วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ

1.3 ยุทธศาสตร์สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์

1.4 ภารกิจหลักกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ศักยภาพและกำหนดนโยบายของกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวด้วยเทคนิค SWOT และ TOWS Matrix

2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน/สมรรถนะของกลุ่ม

2.1.1 จุดแข็ง/ข้อได้เปรียบ (Strengths)

- วัฒนธรรม
- โครงสร้างองค์กร
- ระบบ
- คน
- ประสิทธิภาพ
- คุณภาพ
- นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ใหม่
- เทคโนโลยี
- ส่วนแบ่งตลาด

2.1.2 จุดอ่อน/จุดด้อย (Weaknesses)

- วัฒนธรรม
- โครงสร้างองค์กร

- ระบบ
- คน
- ประสิทธิภาพ
- คุณภาพ
- นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ใหม่
- เทคโนโลยี
- ส่วนแบ่งตลาด

2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

2.2.1 โอกาส (Opportunities)

- ตลาด/ลูกค้า
- ประชากร
- การแข่งขัน
- เทคโนโลยี
- เศรษฐกิจ
- รัฐบาล/การเมือง
- องค์กรประกอบการผลิต

2.2.2 อุปสรรค (Threats)

- ตลาด/ลูกค้า
- ประชากร
- การแข่งขัน
- เทคโนโลยี
- เศรษฐกิจ
- รัฐบาล/การเมือง
- องค์กรประกอบการผลิต

2.3 กำหนดนโยบาย

2.3.1 แข็งรุก (Strengths- Opportunities : SO)

2.3.2 แข็งพัฒนา (Weaknesses -Opportunities : WO)

2.3.3 ตั้งรับ (Strengths -Threats : ST)

2.3.4 แก้ปัญหา (Weaknesses -Threats : WT)

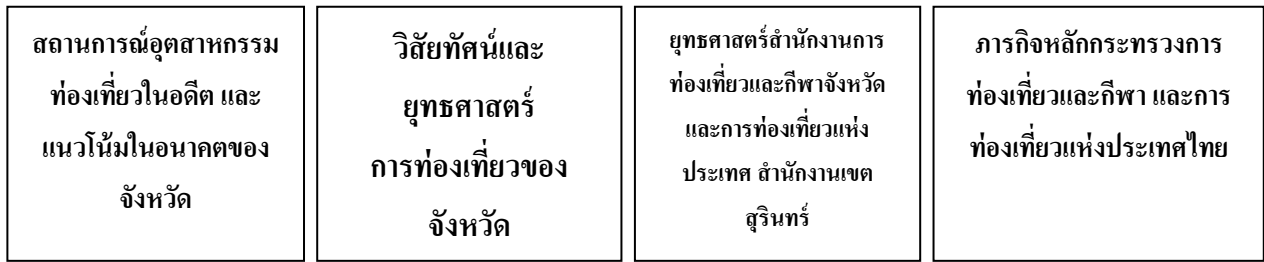
ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดทิศทางกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

- 3.1 วิสัยทัศน์
- 3.2 พันธกิจ
- 3.3 เป้าหมายและวัตถุประสงค์
- 3.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ
- 3.5 โครงสร้างการบริหาร

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดยุทธศาสตร์กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

- 4.1 ประเด็นยุทธศาสตร์
 - 4.1.1 เป้าประสงค์
 - 4.1.2 ตัวชี้วัด
 - 4.1.3 กลยุทธ์หลัก
- 4.2 โครงการดำเนินการ
 - 4.2.1 ชื่อโครงการ (กิจกรรมหลัก+เป้าหมาย+ผลลัพธ์)
 - 4.2.2 หลักการและเหตุผล
 - 4.2.3 วัตถุประสงค์ (เป้าหมาย/ผลลัพธ์)
 - 4.2.4 กลุ่มเป้าหมาย (ใคร)
 - 4.2.5 เป้าหมาย (จำนวน)
 - 4.2.6 วิธีการดำเนินงาน (กิจกรรมหลัก/ย่อย/Grant chart)
 - 4.2.7 ระยะเวลาดำเนินการ
 - 4.2.8 บุคคลหรือหน่วยงานรับผิดชอบ (หน่วยงานร่วม/สนับสนุน)
 - 4.2.9 งบประมาณ+แหล่งงบประมาณ

ดังแสดงในรูปภาพภาคผนวกที่ 1 กรอบแนวคิดขั้นตอนการจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กลุ่มจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ



วิเคราะห์ศักยภาพและกำหนดนโยบายของกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวด้วยเทคนิค SWOT
และ TOWS Matrix

1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

- จุดแข็ง/ข้อได้เปรียบ

- จุดอ่อน/จุดด้อย

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

- โอกาส -

- อุปสรรค

3. กำหนดนโยบาย

- เจริญรุ่ง (SO) - เจริญพัฒนา (WO) - ตั้งรับ (ST) - แก้ปัญหา (WT)

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ โครงสร้างการบริหารกลุ่มพันธมิตร
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

ยุทธศาสตร์กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

- ประเด็นยุทธศาสตร์

- เป้าประสงค์ -

ตัวชี้วัด -

กลยุทธ์หลัก

โครงการ

- ชื่อโครงการ (กิจกรรมหลัก+เป้าหมาย+ผลลัพธ์)
- หลักการและเหตุผล
- วัตถุประสงค์ (เป้าหมาย/ผลลัพธ์)
- กลุ่มเป้าหมาย (ใคร)
- เป้าหมาย (จำนวน)
- วิธีการดำเนินงาน (กิจกรรมหลัก/ข้อ/Grant chart)
- ระยะเวลาดำเนินการ
- บุคคลหรือหน่วยงานรับผิดชอบ (หน่วยงานร่วม/สนับสนุน)
- งบประมาณ+แหล่งงบประมาณ

แบบจัดทำแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอม

ส่วนที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์หน่วยงานทางการท่องเที่ยว

- 1.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอดีต และแนวโน้มในอนาคตของจังหวัด
- 1.2 วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ
- 1.3 ยุทธศาสตร์สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์
- 1.4 ภารกิจหลักกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ SWOT

1. การประเมินสถานะแวดล้อม

โอกาส (Opportunities)
<ul style="list-style-type: none"> ● ตลาด/ลูกค้า ● ประชากร ● การแข่งขัน ● เทคโนโลยี ● เศรษฐกิจ ● รัฐบาล/การเมือง ● องค์ประกอบการผลิต

อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ● ตลาด/ลูกค้า ● ประชากร ● การแข่งขัน ● เทคโนโลยี ● เศรษฐกิจ ● รัฐบาล/การเมือง ● องค์ประกอบการผลิต

2. การประเมินสมรรถนะของกลุ่มฯ

จุดแข็ง (Strengths)
<ul style="list-style-type: none"> ● วัฒนธรรม ● โครงสร้างองค์กร ● ระบบ ● คน ● ประสิทธิภาพ ● คุณภาพ ● นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ใหม่ ● เทคโนโลยี ● ส่วนแบ่งตลาด
จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ● วัฒนธรรม ● โครงสร้างองค์กร ● ระบบ ● คน ● ประสิทธิภาพ ● คุณภาพ ● นวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์ใหม่ ● เทคโนโลยี ● ส่วนแบ่งตลาด

3. การวิเคราะห์ศักยภาพยุทธศาสตร์กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

เชิงพัฒนา (WO)	โอกาส (O)	เชิงรุก (SO)
จุดอ่อน (W)	วิสัยทัศน์ (VISION)	จุดแข็ง (S)
แก้ปัญหา (WT)	ข้อจำกัด/อุปสรรค (T)	ตั้งรับ (ST)

4. การกำหนดทิศทางกลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมอม
วิสัยทัศน์

พันธกิจ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ประเด็นยุทธศาสตร์

5. แผนยุทธศาสตร์กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	โครงการ
1.				
2.				

- ระยะเวลาดำเนินการ

.....
.....
.....

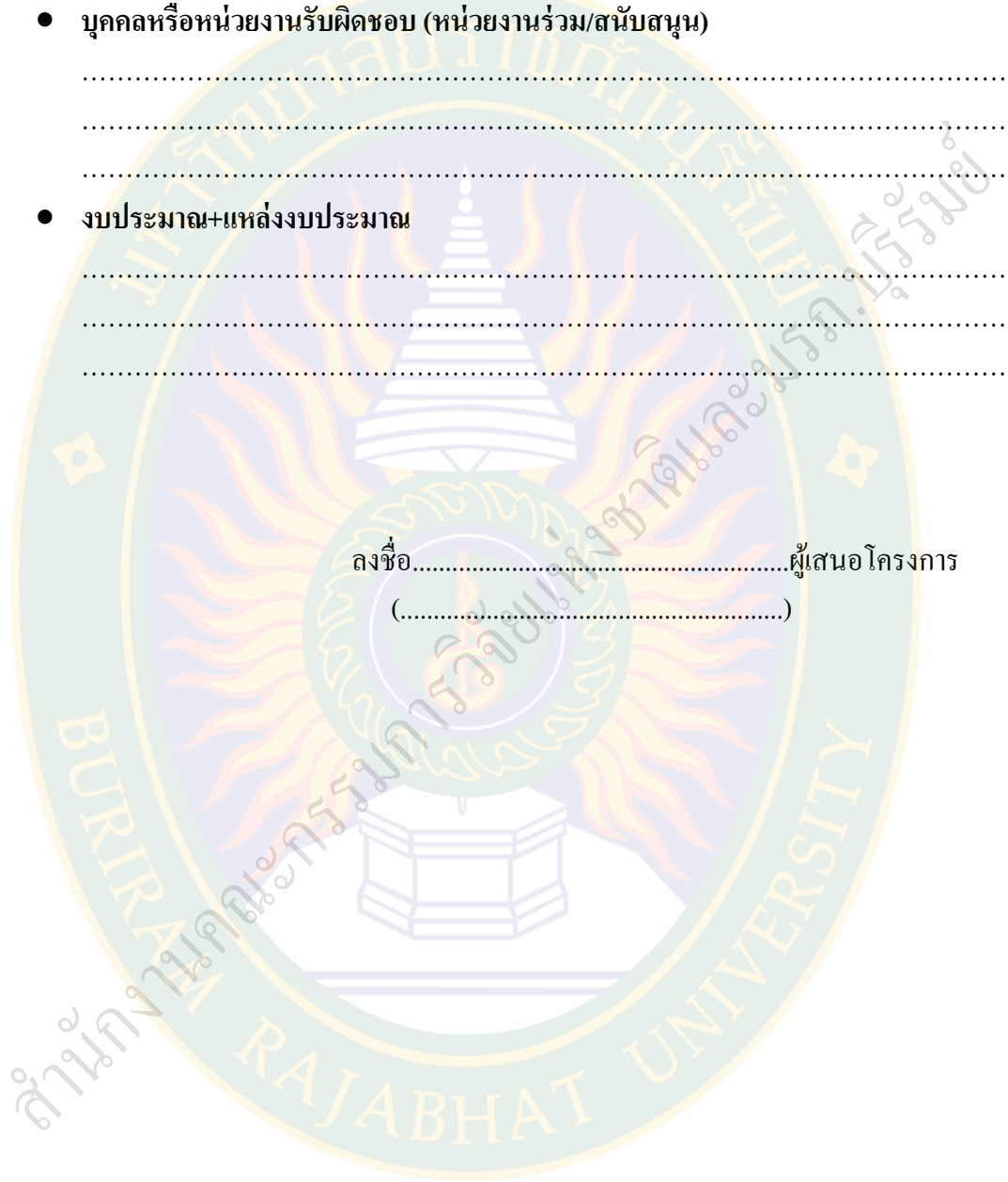
- บุคคลหรือหน่วยงานรับผิดชอบ (หน่วยงานร่วม/สนับสนุน)

.....
.....
.....

- งบประมาณ+แหล่งงบประมาณ

.....
.....
.....

ลงชื่อ.....ผู้เสนอโครงการ
(.....)



เครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 4

แบบสอบถามวิสาหกิจการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้
กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ-สกุล:.....ตำแหน่ง/หน่วยงาน:.....

เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อสะดวก:.....

กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว:.....

(ระบุสถานที่ หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ)

ประเภท

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ผู้กำหนดนโยบาย | <input type="checkbox"/> 4. ผู้ประกอบการ |
| <input type="checkbox"/> 2. หน่วยงาน/องค์กรสนับสนุน | <input type="checkbox"/> 5. สมาคมธุรกิจการค้า |
| <input type="checkbox"/> 3. สถาบันการเงิน | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวมีบุคคล/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้ (เรียงลำดับจากน้อยไปหามาก)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ผู้กำหนดนโยบาย | <input type="checkbox"/> 4. ผู้ประกอบการ |
| <input type="checkbox"/> 2. หน่วยงาน/องค์กรสนับสนุน | <input type="checkbox"/> 5. สมาคมธุรกิจการค้า |
| <input type="checkbox"/> 3. สถาบันการเงิน | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

ตอนที่ 2 ประเมินความตระหนักและความเข้าใจ (Awareness and Understanding)

1. ท่านคิดว่าอะไรคือปัจจัยสำคัญที่ช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของ "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว"

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1.1 การกำหนดนโยบายและความช่วยเหลือจากรัฐบาล |
| <input type="checkbox"/> 1.2 ความสามารถของผู้ประกอบการโดยลำพัง |
| <input type="checkbox"/> 1.3 การสนับสนุนของสถาบันเฉพาะทาง (สมาคมธุรกิจ องค์กรการค้า) |
| <input type="checkbox"/> 1.4 การสนับสนุนของสถาบันการศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 1.5 อื่น ๆ |

2. ท่านคิดว่าอะไรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้เกิดพัฒนา "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว"

- () 2.1 รัฐต้องเพิ่มบทบาทและให้การสนับสนุนงบประมาณมากขึ้น
- () 2.2 ผู้ประกอบการเอกชนต้องมีความตื่นตัวและริเริ่มรวมกลุ่มกันเองมากขึ้น
- () 2.3 องค์กรการค้าและสมาคมธุรกิจต้องมีบทบาทและเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น
- () 2.4 สถาบันการศึกษาจะต้องเข้ามามีบทบาทและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจมากขึ้น
- () 2.5 อื่น ๆ

3. ท่านมีความเข้าใจในเป้าหมายของการพัฒนา "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" อย่างไร

- () 3.1 เพื่อเป็นไปตามนโยบายของรัฐ
- () 3.2 เพื่อขยายผลผลิตและตลาด
- () 3.3 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- () 3.4 เพื่อแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน
- () 3.5 เพื่อแข่งขันกับต่างประเทศ (หรือตลาดโลก)
- () 3.6 เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรม/ธุรกิจนั้น ๆ
- () 3.7 อื่น ๆ

4. ท่านเข้าใจว่า "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" กับกลุ่มการผลิตและบริการทั่วไปเช่น SME, OTOP เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ฯลฯ มีความแตกต่างกันอย่างไร หรือไม่

- () 4.1 แตกต่างกันที่ขนาดและจำนวนสมาชิกของกลุ่ม
- () 4.2 แตกต่างกันที่วัตถุประสงค์การจัดตั้งและเป้าหมายการดำเนินงาน
- () 4.3 แตกต่างกันที่การเชื่อมโยงของกลุ่มอื่น ๆ อาจไม่ครบทั้ง Supply Chain หรือไม่ครบทุกพันธมิตร
- () 4.4 ไม่แตกต่างกันเพราะมีการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน
- () 4.5 อื่น ๆ

5. ท่านได้รับทราบ/รู้จักคำว่า "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" มาจากที่ใด

- () 5.1 จากการให้ข่าว/บทความของรัฐบาลผ่านสื่อสารมวลชน
- () 5.2 จากการประชุมชี้แจง/ฝึกอบรม/สัมมนา/ ที่จัดโดยหน่วยงานรัฐ
- () 5.3 จากการพูดคุยกันระหว่างข้าราชการ/ผู้ประกอบการด้วยกัน
- () 5.4 อื่น ๆ

ตอนที่ 3 การยอมรับและความร่วมมือ (Receptivity and Collaboration)

6. ท่านคิดว่าการพัฒนา "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" ที่ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

- () 6.1 เป็นไปได้ยากเพราะ.....
- () 6.2 มีความเป็นไปได้เพราะ.....
- () 6.3 ไม่แน่ใจเพราะ.....

7. ท่านคิดว่าท่านสามารถให้ความร่วมมือในการพัฒนา "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" ในลักษณะใด

- () 7.1 เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่
- () 7.2 ช่วยขยายแนวคิดและความเข้าใจให้กับบุคคลต่าง ๆ
- () 7.3 เปิดใจตนเองและยอมรับฟังความคิดเห็นผู้อื่นมากขึ้น
- () 7.4 พร้อมที่จะปรับปรุงเพื่อประโยชน์ส่วนรวม
- () 7.5 อื่น ๆ

8. "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" ที่ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องมีการพบปะหารือกันในลักษณะที่เป็นทางการบ่อยครั้งเพียงใด

- () 8.1 มากกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน
- () 8.2 เฉลี่ยเดือนละครั้ง
- () 8.3 นานกว่าหนึ่งเดือนขึ้นไป
- () 8.4 อื่น ๆ

9. "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" ที่ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องมีการพบปะหารือกันลักษณะที่ไม่เป็นทางการ บ่อยครั้งเพียงใด

- () 9.1 มากกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน
- () 9.2 เฉลี่ยเดือนละครั้ง
- () 9.3 นานกว่าหนึ่งเดือนขึ้นไป
- () 9.4 อื่น ๆ

10. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมของ "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" มากน้อยเพียงใด

- () 10.1 เป็นบางครั้ง
- () 10.2 เข้าร่วมทุกครั้ง
- () 10.3 ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- () 10.4 อื่น ๆ

11. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการร่วมกิจกรรมของ "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" อย่างไร

- () 11.1 ได้รับประโยชน์มากในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน
- () 11.2 เป็นการช่วยกันแก้ไขปัญหา
- () 11.3 ไม่ค่อยมีประโยชน์เพราะยังไม่มีควมไว้วางใจกัน
- () 11.4 ไม่ค่อยมีประโยชน์เพราะขาดงบประมาณดำเนินการ
- () 11.5 อื่น ๆ

12. สมาชิก "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" มีกิจกรรมร่วมกันในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 12.1 ร่วมกันจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ
- () 12.2 พัฒนาฝีมือแรงงานและบุคลากรร่วมกัน
- () 12.3 ทำการวิจัยพัฒนาาร่วมกัน
- () 12.4 กำหนดเป้าประสงค์และแผนงานร่วมกัน
- () 12.5 อื่น ๆ

13. สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นใคร

- () 13.1 ผู้ผลิต
- () 13.2 ตัวแทนจำหน่าย
- () 13.3 ผู้ให้บริการ
- () 13.4 เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ
- () 13.5 อื่น ๆ

14. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ส่งเสริมความร่วมมือของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 14.1 การสนับสนุนเงินงบประมาณจากหน่วยงานรัฐ
- () 14.2 ความตระหนักในสภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการ
- () 14.3 ความเข้าใจในแนวคิดของการพัฒนากลุ่มพันธมิตรเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวของทุกฝ่าย
- () 14.4 มีผู้ทำหน้าที่ประสานการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- () 14.5 การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายและงบประมาณ
การพัฒนาท้องถิ่น
- () 14.6 อื่น ๆ

ตอนที่ 4 ระดับความสามารถและศักยภาพ (Capability and Potentiality)

15. ลักษณะสินค้า/บริการของกลุ่ม/เครือข่ายของท่านอยู่ในระดับใด

- () 15.1 ระดับทั่วไปไม่แตกต่างจากที่อื่น
 () 15.2 มีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร (อธิบายเหตุ)
 () 15.3 อื่น ๆ

16. ท่านมีบทบาทในการร่วมกิจกรรมของ "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 16.1 เข้าร่วมประชุมทุกครั้งและให้ความร่วมมือในทุกเรื่อง
 () 16.2 ช่วยรับภาระค่าใช้จ่ายดำเนินการในบางครั้ง
 () 16.3 แลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ
 () 16.4 เป็นแกนนำในการพัฒนากลุ่มและสร้างความรู้ความเข้าใจ
 () 16.5 อื่น ๆ

17. "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" ของท่านต้องการความสนับสนุนอะไรเป็นลำดับแรก

- () 17.1 เงินงบประมาณ
 () 17.2 การส่งเสริมตลาด
 () 17.3 การพัฒนาผู้ประกอบการ
 () 17.4 การวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้า/บริการ
 () 17.5 อื่น ๆ

18. ใครเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ/แกนนำในการพัฒนากลุ่ม/เครือข่ายของท่าน

- () 18.1 ผู้นำชุมชน (อบต. อบจ.)
 () 18.2 ผู้ประกอบการ
 () 18.3 หน่วยงานภาครัฐ (ระบุชื่อ)
 () 18.4 หน่วยงานภาคเอกชน (ระบุชื่อ)
 () 18.5 อื่น ๆ

19. ท่านหรือกิจการของท่านได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างในการเข้าร่วม

"กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 19.1 มีการพัฒนาสินค้า/บริการเพิ่มขึ้น
 () 19.2 มีการพัฒนาความรู้และประสบการณ์เพิ่มขึ้น
 () 19.3 มีพันธมิตรมากขึ้น
 () 19.4 มีความช่วยเหลือจากภาครัฐมากขึ้น

() 19.5 อื่น ๆ

20. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความร่วมมือภายใน "กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว" อย่างไร

() 20.1 ยังมีความหวาดระแวงซึ่งกันและกันอยู่

() 20.2 เริ่มที่จะมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

() 20.3 ต้องมีบุคคลที่ทำหน้าที่ประสานจึงจะสำเร็จ

() 20.4 ต้องมีผู้นำที่มีความเสียสละ

21. อื่น ๆ

.....

.....

.....

คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ ที่ท่านเสียสละเวลาและให้ข้อมูลที่มีค่าต่อการศึกษา ในครั้งนี้



เครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 5

แบบประเมินความเข้มแข็งด้านโอกาสทางการตลาดและระดับการพัฒนาของกลุ่มเครือข่าย

วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้

กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ประเมิน

ชื่อ-สกุลผู้ประเมิน

ที่อยู่ที่ตั้ง: เลขที่..... ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....

ตำแหน่ง..... หน่วยงาน.....

ที่อยู่ผู้ถูกสัมภาษณ์ เลขที่..... หมู่ที่..... หมู่บ้าน..... ตำบล.....

อำเภอ..... จังหวัด..... เบอร์โทรศัพท์.....

ชื่อกลุ่มที่ประเมิน ช่วงเวลาประเมิน(ว/ค/ป).....

ตอนที่ 2 เกณฑ์ประเมินความเข้มแข็งของกลุ่มจากลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจสมาชิกกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

จงทำเครื่องหมาย / ในช่องระดับคะแนนที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด เพียง 1 ตัวเลือกเท่านั้น

ค่าคะแนน เรียงลำดับจากต่ำที่สุด 1 ไปสูงที่สุด 5

2.1 ด้านโอกาสทางการตลาด

1. ลักษณะสินค้า/บริการหลักของกลุ่มเครือข่าย

ผลิตภัณฑ์ดูดี/ระดับต้นน้ำ 1 2 3 4 5 สินค้าสำเร็จรูป/ระดับปลายน้ำ

2. ระดับเทคโนโลยีการให้บริการ

ระดับต่ำ/ไม่ซับซ้อน 1 2 3 4 5 ระดับสูง/ซับซ้อน

3. ความสามารถในการเข้าถึงตลาด (ตัวสินค้า ชุมชน เครือข่ายการตลาด)

ขายในประเทศเป็นหลัก 1 2 3 4 5 ขายทั้งในประเทศและ
ต่างประเทศ

4. ศักยภาพในด้านงานศึกษาวิจัยที่จะผลักดันการสร้างนวัตกรรมสินค้าและบริการของวิสาหกิจเครือข่าย

มีน้อยมากและขาดความเชื่อมโยงกัน 1 2 3 4 5 มีการศึกษาวิจัยใน
ลักษณะที่เชื่อมโยงกัน

5. การอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจเครือข่าย

ไม่มี/มีน้อยมาก 1 2 3 4 5 อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นจนสามารถสร้างมูลค่าสินค้า

6. ระดับการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการ

อยู่ในระดับต่ำ 1 2 3 4 5 อยู่ในระดับสูง

7. ความรู้/ความสนใจในตัวสินค้าของลูกค้าในประเทศ (ทั้งคนไทยและต่างชาติ)

ไม่มี/มีน้อยมาก 1 2 3 4 5 ลูกค้าให้ความสนใจในคุณภาพสินค้าและบริการ/มีความพึงพอใจในการบริโภค

8. บทบาทของลูกค้า/ผู้ซื้อสินค้า/บริการของกลุ่ม

ไม่มีอิทธิพลต่อการปรับปรุงสินค้า/บริการ 1 2 3 4 5 มีอิทธิพลต่อการปรับปรุงคุณภาพคุณภาพสินค้า/บริการ

9. ประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค

ไม่มี/มีน้อยมาก 1 2 3 4 5 มีมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคและบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

10. ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดสำหรับสินค้าของกลุ่มเครือข่าย

มีการแข่งขันในระดับสูง 1 2 3 4 5 การแข่งขันไม่รุนแรงนัก

11. ความแตกต่างของสินค้า และ/หรือบริการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับของกลุ่มที่อยู่นอกกลุ่มพันธมิตรเครือข่าย

ไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง 1 2 3 4 5 มีความแตกต่างอย่างโดดเด่น

12. แนวโน้มการเติบโตในภาพรวมของอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในช่วง 1-3 ปีข้างหน้า

มีแนวโน้มลดลง 1 2 3 4 5 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

13. ส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

มีส่วนแบ่งไม่ถึง 1% 1 2 3 4 5 มีส่วนแบ่งเกินกว่า 10%

14. แนวโน้มการเติบโตตลาดในประเทศ (นักท่องเที่ยวชาวไทย) ของกลุ่มเครือข่าย

มีแนวโน้มลดลง 1 2 3 4 5 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

15. แนวโน้มการเติบโตตลาดต่างประเทศ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

มีแนวโน้มลดลง 1 2 3 4 5 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.2 ด้านระดับการพัฒนาของกลุ่มเครือข่าย

16. ความตระหนักของผู้ประกอบการและทัศนคติในการร่วมมือกัน

ไม่มี/น้อยมาก 1 2 3 4 5 มีมาก

17. ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขาดทั้งระบบและบุคลากร 1 2 3 4 5 มีการบริหารจัดการเป็นระบบ
และมีบุคลากรที่มีความสามารถ

18. ลักษณะของการแข่งขันภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

แข่งกันด้วยราคาถูกเป็นหลัก 1 2 3 4 5 แข่งกันที่คุณภาพและ
ความแตกต่างของสินค้า/บริการ

19. สถานะผู้นำภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ขาดกิจการและผู้ประกอบการที่เป็นแกนนำ 1 2 3 4 5 มีกิจการและ
ผู้ประกอบการที่เป็นแกนนำ

20. โครงสร้างผู้ประกอบการของกลุ่มเข้าตามลักษณะห่วงโซ่อุปทานหรือไม่

ต่างเป็นอิสระไม่เกี่ยวข้องกัน 1 2 3 4 5 เข้าตามลักษณะห่วงโซ่อุปทาน

21. ความครบถ้วนของกิจกรรม/อุตสาหกรรมสนับสนุนในพื้นที่

ไม่มีหรือมีน้อยมาก 1 2 3 4 5 มีอุตสาหกรรม/กลไกสนับสนุน
ค่อนข้างครบถ้วน

22. ระดับความร่วมมือกันภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ไม่มีกิจกรรมร่วมกัน 1 2 3 4 5 มีกิจกรรมและความร่วมมือกันดีมาก

23. ลักษณะและวิธีการทำกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ริเริ่มและกำหนดจากหน่วยงานภาครัฐ 1 2 3 4 5 ริเริ่มและดำเนินการ
จากผู้ประกอบการแกนนำของกลุ่ม

24. มีสถาบันเฉพาะทาง (สมาคมการค้า สถาบันวิชาชีพฯ) ให้การสนับสนุน

ไม่มี 1 2 3 4 5 มีสถาบันเฉพาะทางและกลไก
สนับสนุนค่อนข้างครบถ้วน

25. การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ไม่มี 1 2 3 4 5 มีการแลกเปลี่ยนเผยแพร่ข้อมูล
ข่าวสารทั้งภายในและภายนอก

26. ความเพียงพอของวัตถุดิบในประเทศ

ขาดแคลน 1 2 3 4 5 มีเพียงพอ

27. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนของกลุ่มเครือข่าย

ไม่สามารถเข้าถึง 1 2 3 4 5 สามารถเข้าถึงได้

28. ความพร้อมและการพัฒนาของโครงสร้างพื้นฐานของวิสาหกิจเครือข่าย

ขาดแคลนเป็นส่วนใหญ่ 1 2 3 4 5 มีครบถ้วน

29. ความพร้อมและศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์วิสาหกิจสมาชิกเครือข่าย

ไม่มี/มีน้อยมาก 1 2 3 4 5 มีเพียงพอทั้งผู้ชำนาญการเฉพาะ
สาขาและแรงงานฝีมือ

30. ความสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเครือข่าย

ขาดแคลน/เข้าถึงยาก 1 2 3 4 5 มีพร้อมและมีระบบประเมินคิด
ตามที่มีประสิทธิภาพ

ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรคที่พบของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และข้อคิดเห็นและ
ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

3.1 ปัญหา อุปสรรคที่พบของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ ที่ท่านเสียสละเวลาและให้ข้อมูลที่มีค่าต่อการศึกษา ในครั้งนี้

เครื่องมือชุดที่ 6

แนวทางการดำเนินงานสู่ผลความสำเร็จ และการบูรณาการ

ของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้

กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ

โปรดแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางในการรวมกลุ่มเครือข่ายได้ประสบความสำเร็จได้อย่างแท้จริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 ชื่อ – สกุล (นาย/นาง/นางสาว)
- 1.2 ตำแหน่งงาน.....
- 1.3 ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/วิสาหกิจ.....
- 1.4 สถานที่ตั้ง เลขที่..... หมู่ที่..... ถนน..... ตำบล.....
- 1.5 อำเภอ..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
เบอร์โทรศัพท์..... โทรสาร..... มือถือ.....
E-mail
- 1.6 ตำแหน่ง/บทบาทในคลัสเตอร์ที่ท่านเกี่ยวข้อง.....
.....
- 1.7 ความคิดเห็นของท่านเมื่อได้เข้าร่วมงานเป็นคณะกรรมการ และหรือสมาชิกคลัสเตอร์การท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมศรีบุรีรัมย์
 - ก่อนเข้าร่วม
 -
 -
 -
 - ขณะเข้าร่วม (โปรดระบุบทบาทและกิจกรรมที่ท่านได้เข้าร่วมประกอบการ)
 -
 -
 -
 - ภายหลังการเข้าร่วม (โปรดระบุแนวทางการร่วมมือของท่านและการพัฒนาคลัสเตอร์ต่อไป)
 -
 -

1.8 ท่านได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างในการเข้าร่วมคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ในครั้งนี้

.....
.....
.....
.....
.....

1.9 ท่านเห็นว่า คลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ควรมีการเสริมความเข้มแข็งของคลัสเตอร์อะไรบ้าง อย่างไรบ้าง (โปรดเรียงลำดับตามความสำคัญ)

.....
.....
.....
.....
.....

1.10 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ทางทีมงานวิจัยได้ดำเนินการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวได้ทำถูกต้องและมีโอกาสประสบความสำเร็จก่อเกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายได้จริง

.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ

(.....)

(หมายเหตุ เพื่อใช้ประกอบผลงานวิจัย และแนวทางการพัฒนาและการสนับสนุนในโอกาสต่อไป)

**ตอนที่ 2 แนวทางการดำเนินงานสู่ความสำเร็จของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมของจังหวัด.....(ตามรายจังหวัดที่ท่านสังกัดกลุ่มย่อย)**

2.1 ใครควรจะมีส่วนเกี่ยวข้อง และมีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องอย่างไร จึงจะทำให้เกิดการรวมกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดประสบความสำเร็จได้

.....
.....
.....
.....
.....

2.2 กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2.3 กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรมีแนวทางการดำเนินงานอย่างไร จึงจะทำ
ให้กลุ่มเครือข่ายประสบความสำเร็จ

.....
.....
.....
.....
.....

2.4 กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของจังหวัด อาจมีปัญหา/อุปสรรคที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ
หรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2.5 แนวทางแก้ไขปัญหาที่ควรดำเนินการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร เพื่อจะทำให้กลุ่มเครือข่ายประสบความสำเร็จ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด (จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ)

3.1 กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด ควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 โครงสร้างและรูปแบบของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการทั้ง 3 จังหวัด ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3.3 แผนยุทธศาสตร์การบูรณาการกลุ่มเครือข่ายทั้ง 3 จังหวัด ควรมีอะไรบ้าง และมีรายละเอียดอย่างไรในรูปแบบแผนงานและโครงการที่ดำเนินการ

.....

.....

.....

.....

3.4 วิสาหกิจผู้ประกอบการ หน่วยงานองค์กร สมาคม หรือใครบ้าง ควรเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย ในการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว 3 จังหวัด

.....

.....

.....

3.5 ปัญหา อุปสรรคที่อาจจะส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด และ แนวทางแก้ไขควรเป็นเช่นไร

- 5.1 ปัญหา อุปสรรค.....
แนวทางแก้ไข.....
- 5.2 ปัญหา อุปสรรค.....
แนวทางแก้ไข.....
- 5.3 ปัญหา อุปสรรค.....
แนวทางแก้ไข.....
- 5.4 ปัญหา อุปสรรค.....
แนวทางแก้ไข.....
- 5.5 ปัญหา อุปสรรค.....
แนวทางแก้ไข.....

3.6 ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดผลสำเร็จในการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทั้ง 3 จังหวัด

.....

.....

.....

3.7 แนวทางและวิธีการใดที่จะส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการการรวมกลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัดให้เกิดผลสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรมและขับเคลื่อนต่อไปได้

.....

.....

3.8 ข้อเสนอแนะและคิดเห็นอื่นๆ ที่ท่านต้องการเพิ่มเติม

.....

.....

คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ ที่ท่านเสียสละเวลาและให้ข้อมูลที่มีค่าต่อการศึกษา ในครั้งนี้



ภาคผนวก ข ข้อมูลองค์กรและการบริหารจัดการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1. ข้อมูลองค์กรและการบริหารจัดการของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

จากการศึกษาและจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ได้มีการดำเนินการและกำหนดจากแนวทางบริหารจัดการ ซึ่งเป็นรายละเอียดขององค์การกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม โดยแยกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

- ตรายี่ห่อและเครื่องหมายการค้า



กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

รูปภาพภาคผนวก ข 1 ตรายี่ห่อและเครื่องหมายการค้ากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

- วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ประจำปี 2554-2559 คือ “องค์กรเครือข่ายการส่งเสริมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเลิศทางการแสดงช้าง อารยธรรมขอมและวิถีชีวิตชาวสุรินทร์”

- พันธกิจ

พันธกิจและบทบาทหน้าที่ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเน้นอัตลักษณ์การแสดงช้างและวิถีชีวิตขอมสุรินทร์ ประจำปี 2554-2559 มีแนวทางการร่วมกัน 5 ด้าน ดังนี้คือ

1. กำกับ ดูแลสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
2. พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพและผลิตภาพการบริการของสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว

3. พัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
4. พัฒนาระบบข้อมูลและการประชาสัมพันธ์กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยว
5. เป็นตัวกลางประสานงานของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคี

เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

- ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ คือ “ความพร้อมผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจจากความพิเศษทางศิลปะการแสดงช้าง และวิถีชีวิตขอมสุรินทร์”

- ระเบียบการปฏิบัติงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ พ.ศ. 2553

ระเบียบนี้ เรียกว่า ระเบียบการปฏิบัติงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน ในการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ที่ประกอบไปด้วยสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีรายละเอียดดังนี้

เรื่องที่ 1 เกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1.1 ความหมายของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ หมายถึง การรวมกลุ่มวิสาหกิจผู้ประกอบการด้านการบริการทางการท่องเที่ยว และหรือกลุ่มชุมชนที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวที่ให้บริการทั้งในเขตและนอกเขตพื้นที่แต่เกี่ยวข้องกับกาให้บริการทางการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์ โดยแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) วิสาหกิจ/อุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ ธุรกิจชุมชนในเขตแหล่งท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบและหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว บริษัทขนส่ง โดยสารรับจ้างสายการบินท้องถิ่น ธุรกิจสื่อมวลชนและสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น บริษัททัวร์ ส่วนกลาง/นอกเขตพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น 2) วิสาหกิจ/ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจชุมชนให้บริการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว และหรือบริษัททัวร์ท้องถิ่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น 3) วิสาหกิจ/อุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ โรงแรมและหรือที่พัก ร้านอาหาร สถานบันเทิงและหรือสถานประกอบการบริการสุขภาพ ร้านค้าชุมชนและหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และร้านขายของฝากของที่ระลึกและหรือสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น อีกทั้งชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน หน่วยงานส่วนกลางทางการท่องเที่ยว และสมาคม/องค์กรเอกชน ซึ่งสามารถเชื่อมโยง สนับสนุน เกื้อกูล โดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกันเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันใน

ธุรกิจการท่องเที่ยวและการรวมกลุ่มนี้จะทำให้กลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่และเครือข่ายมีการพัฒนาและเกิดผลิตภาพ (Productivity) ร่วมกันอย่างยั่งยืน

1.2 การจัดตั้งกลุ่มเครือข่าย ได้รับการสนับสนุนภายใต้แผนงานวิจัย การวิจัยเชิงบูรณาการการพัฒนาและการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และ ศรีสะเกษ” นักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ และรับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ โดยจัดตั้งภายใต้ “โครงการพัฒนาคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบุรีรินทร์ (Sriburin Khmer Civilization Tour Cluster)” โดยเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจในรูปแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ตั้งแต่ วิสาหกิจต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำทางการท่องเที่ยว และรวมทั้งหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในรูปแบบชมรม

1.3 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง

1. เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจทางการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรและพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจอุตสาหกรรมร่วมกัน
2. เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว มีการดำเนินงานร่วมกันโดยนำศักยภาพของกลุ่มออกมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด โดยร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ แผนแม่บท แผนปฏิบัติการ กลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการดำเนินงานต่างๆ
3. เพื่อส่งเสริมให้เกิดคลัสเตอร์อุตสาหกรรมหรือเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ (จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ) รวมทั้งหน่วยงาน BDS (Business Development Services) เช่น สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ และสมาคมเอกชนที่เกี่ยวข้องให้เป็นเครือข่าย (Network) ที่แข็งแกร่งที่พร้อมจะสนับสนุนการขับเคลื่อนของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและมั่นคงต่อไป
4. เพื่อเสริมสร้างให้มีการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ในการดำเนินงานร่วมกันอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของกลุ่มอุตสาหกรรมและวิสาหกิจการท่องเที่ยว

1.4 สำนักงานติดต่อและศูนย์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดสุรินทร์



รูปภาพภาคผนวก ข 2 ป้ายศูนย์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ที่ตั้งภายใน สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตจังหวัดสุรินทร์
355/3-6 ถนนเทศบาล 1 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000
โทรศัพท์ 0-4451-4447-8 โทรสาร 0-4451-8530 มือถือ 08-18791360 (คุณอาทร
แสงโสมวงศ์ ประธานกลุ่มเครือข่ายสุรินทร์) 08-98466221 (คุณวิมลมาศ บุญหล้า เลขานุการกลุ่ม)
e-mail : tatsurin@tat.or.th WWW.tourismthailand.org/surin

ruenmai@yahoo.com คุณอาทร

เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน การเจรจาธุรกิจของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ และเป็นที่ต้อนรับการเยี่ยมชม ศึกษาดูงาน สำหรับบุคคลที่สนใจทั่วไป

1.5 วันทำการ

กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมของจังหวัดสุรินทร์
วันทำการ คือ วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ คือ ระหว่างเวลา 07.00 – 20.00 น.

1.6 การติดต่อประสานงาน

หมายเลขโทรศัพท์ 044-514447- 8

เลขโทรสาร 044-518530

Website <http://www.tourismthailand.org/surin>

Website <http://clustersriburin.org> (ชั่วคราว)

E-mail Sriburin@hotmail.com

- เรื่องที่ 2 คณะกรรมการบริหารงาน และโครงสร้างการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

2.1 หน้าที่และความรับผิดชอบ ตามภาระงานในการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย

โดยหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารงานของคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย ผู้ดำเนินการและปฏิบัติการ ที่ปรึกษาการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ มีรายละเอียดดังนี้

- คณะกรรมการบริหาร

- 1) กำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ
- 2) จัดให้มีการประชุมร่วมกันทุก 2 เดือน เว้นแต่กรณีมีวาระเร่งด่วน เพื่อการวางแผนงาน ติดตามและควบคุมการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่าย โดยมีสาระของการประชุมควรประกอบด้วย การร่วมมือกันในการพัฒนาขีดความสามารถการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การสนับสนุนการตลาดระหว่างกัน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในกลุ่ม ด้วยความยุติธรรม และความเสมอภาคของสมาชิกกลุ่มเครือข่าย เป็นต้น
- 3) จัดให้มีการบันทึกการประชุมทุกครั้งที่มีการประชุม และเผยแพร่ให้สมาชิกกลุ่มเครือข่ายได้รับทราบ
- 4) ก่อนที่จะจัดให้มีการประชุมทุกครั้ง จะต้องแจ้งให้ ผู้ประสานงานพัฒนากลุ่มเครือข่ายทราบเพื่อจะได้เสนอเรื่องที่จะบรรจุเข้าในระเบียบวาระการประชุม
- 5) จัดให้มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายหลังการประชุมคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์
- 6) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ได้รับทราบข้อมูลและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ
- 7) พัฒนาเว็บไซต์ รวมถึงพัฒนาสารสนเทศที่สำคัญ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเว็บไซต์
- 8) ดำเนินการทบทวน และปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ และกิจกรรมหรือโครงการของกลุ่มเครือข่าย เป็นประจำทุกปี ตลอดจนพัฒนาและสร้างแผนการส่งเสริมมาตรฐานการบริการของสมาชิก ผลผลิตภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเครือข่าย
- 9) ผลักดันแผนงาน โครงการและกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายฯ ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ
- 10) จัดให้มีแผนงานหรือโปรแกรม ของหลักสูตร และการดำเนินงานศึกษาอบรมความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาบุคลากรของกลุ่มเครือข่าย ทั้งทางด้านความคิด ความรู้ และทักษะที่ใช้ในการขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่าย

11) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานต่างๆ ของกลุ่มเครือข่าย
 12) จัดทำรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูลที่สำคัญๆ ในการขับเคลื่อนกลุ่มเครือข่าย
 13) จัดให้มีการพิทักษ์และจัดสรร สิทธิประโยชน์ หรือผลประโยชน์ต่างๆ ให้แก่สมาชิก
 14) บริหารองค์กรและงบประมาณ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และสามารถ
 ตรวจสอบได้

15) บริหารจัดการกับความขัดแย้ง ร่วมกับผู้ประสานงานพัฒนากลุ่มเครือข่าย
 16) สนับสนุนนโยบาย และแผนงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยว
 แห่งประเทศไทย และจังหวัดที่จะสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่าย ทั้งทางตรงและทางอ้อม

- กลุ่มปฏิบัติการและดำเนินการ

1) ดำเนินการตามกรอบภารกิจหน้าที่ตามฝ่ายที่รับผิดชอบกำกับดูแล
 2) ประสานและเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกและภาคีเครือข่ายและภายนอก
 เครือข่าย

3) เป็นตัวแทนของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัด
 สุรินทร์ ในการประสานงานหน่วยงานราชการต่างๆ สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน ภาคธุรกิจ
 องค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อการพัฒนากลุ่มเครือข่ายฯ

4) ประสานงานกิจกรรมและโครงการเชิงปฏิบัติการตามแผนงานที่กำหนด

- ที่ปรึกษาโครงการ

1) ให้ข้อมูล ข่าวสารและองค์ความรู้ทางการพัฒนากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
 2) พัฒนาและส่งเสริม โอกาสความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว
 3) ให้คำปรึกษา แนะนำการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาของกลุ่มเครือข่าย
 วิสาหกิจการท่องเที่ยว

2.2 ที่มาและวาระของคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1) ประธานและคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย จะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการอบรม
 หลักสูตรผู้ประสานงานพัฒนากลุ่มเครือข่าย ศูนย์อุตสาหกรรมภาคที่ 6

2) ประธานและคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
 อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ จะต้องได้รับการคัดเลือกจากผู้ประสานงานพัฒนากลุ่มเครือข่าย ทำ
 การลงคะแนนเลือกตั้งในตำแหน่งของกรรมการที่ว่างลง

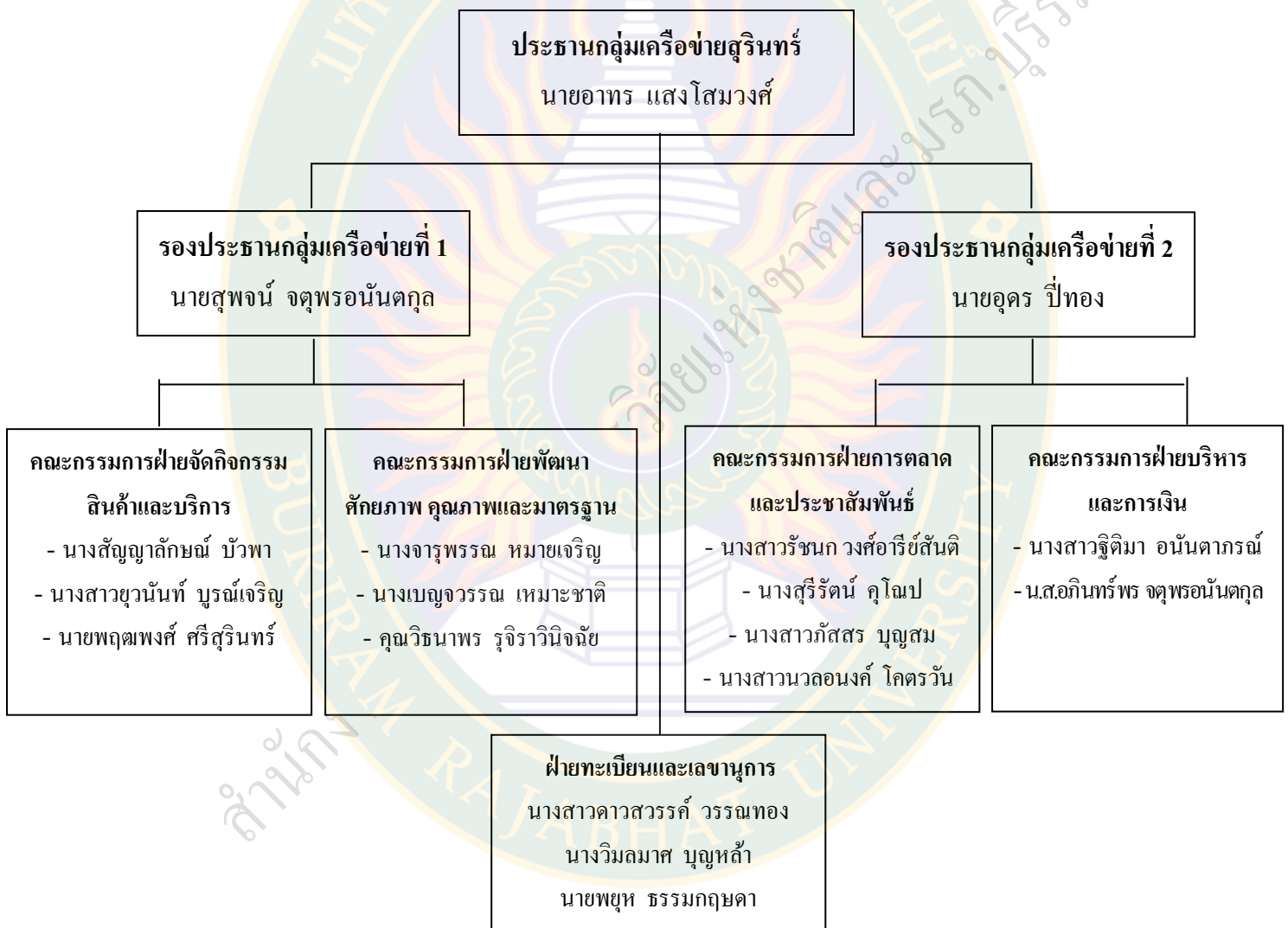
3) ประธานและคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
 อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ กำหนดให้มีวาระ 2 ปี และเมื่อหมดวาระจะต้องจัดให้มีการดำเนินการ

เลือกตั้ง โดยสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเป็นผู้ลงคะแนนเลือกตั้ง โดยยึดเสียงข้างมาก โดยจัดให้มีการเลือกตั้ง คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายฯ ชุดใหม่ ภายใน 30 วัน หลังจากการครบวาระ

2.3 โครงสร้าง ตำแหน่ง และบุคคลของคณะกรรมการบริหารงานของกลุ่มเครือข่าย วิชาสหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

โครงสร้าง และตำแหน่งของคณะกรรมการบริหารงานของกลุ่มเครือข่าย วิชาสหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ แสดงดังภาพ

รูปภาพภาคผนวก 3 แผนผังโครงสร้างคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายวิชาสหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์



- ที่ปรึกษากลุ่มฯ**
- | | |
|---|--|
| 1. ผู้ว่าราชการจังหวัดสุรินทร์ | 8. อุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์ |
| 2. นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ | 9. พาณิชย์จังหวัดสุรินทร์ |
| 3. นายกเทศมนตรีเมืองสุรินทร์ | 10. ผศ.โกเมท จันทราสมโภชน์ |
| 4. ผู้อำนวยการ ททท. สำนักงานสุรินทร์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานวิทยาเขตสุรินทร์ |
| 5. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ | 11. ผู้จัดการธนาคาร SME จังหวัดสุรินทร์ |
| 6. ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุรินทร์ | 12. ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์ |
| 7. พัฒนาการจังหวัดสุรินทร์ | 13. ประธานเครือข่าย OTOP จ.สุรินทร์ (นางประนอม ขาวงาม) |

- เรื่องที่ 3 ภาระงานตามโครงสร้าง และตำแหน่งของคณะกรรมการบริหารงานของกลุ่มเครือข่าย
วิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ภาระงานของฝ่ายงานต่างๆ ตามโครงสร้างของคณะกรรมการบริหารงานกลุ่ม
เครือข่าย มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ฝ่ายจัดกิจกรรม สินค้าและบริการ มีภาระหน้าที่ดังนี้

1) สร้างและพัฒนากิจกรรม สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

- สนับสนุนและผลักดันให้เกิดโปรแกรม กิจกรรม สินค้าและบริการทาง
การท่องเที่ยวใหม่ๆ และเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวกับ โปรแกรม กิจกรรม สินค้าและบริการทาง
การท่องเที่ยวเดิม

- สร้างโปรแกรมสินค้าและบริการด้วยการประสานความร่วมมือกับสมาชิก
วิสาหกิจการท่องเที่ยวเครือข่าย

- เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม สถาบัน หน่วยงานและกลุ่ม
วิสาหกิจทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพื่อการพัฒนากิจกรรม สินค้าและบริการ ถ่ายทอดให้แก่
สมาชิกวิสาหกิจเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

- การกำหนดมาตรฐานการบริการ เช่น การกำหนดสิทธิประโยชน์ของ
ลูกค้า การกำหนดมาตรฐาน และระเบียบข้อบังคับในการให้บริการลูกค้า และการประเมินและ
ติดตามผลของการให้บริการลูกค้า

2) การวิจัย และพัฒนา

- การสำรวจและวิจัยความต้องการของตลาด สถานการณ์ทางการท่องเที่ยว
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- วิจัยและพัฒนากระบวนการผลิต และเทคนิคการให้บริการ
- วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสินค้า
และบริการด้านอื่นๆ

3.2 ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ คุณภาพและมาตรฐาน มีภาระหน้าที่ดังนี้

1) พัฒนาศักยภาพทางทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

- จัดทำฐานข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจสมาชิกเครือข่ายและบันทึกให้เป็นปัจจุบัน
- สร้างและพัฒนาฐานความรู้ องค์ความรู้ เช่น ทางการท่องเที่ยว วัฒนธรรม
ประเพณี ชาติพันธุ์ท้องถิ่น อารยธรรมขอม เป็นต้น

2) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของการผลิตสินค้าและบริการ

- จัดทำแผนและโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการ บุคลากร เจ้าหน้าที่วิชาชีพ สถานประกอบการสมาชิกเครือข่าย เช่น ด้านฝึกอบรมมาตรฐานการบริการที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร นำเที่ยว มัคคุเทศก์ การผลิตสินค้าของฝากของที่ระลึก พัฒนาทีมงานขาย เทคนิคและเครื่องมือการขาย เป็นต้น

- โครงการผลักดันวิสาหกิจสู่การสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

- สนับสนุนและประสานการจดทะเบียนรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

3.3 ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ มีภาระหน้าที่ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์กลุ่มเครือข่าย

- การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกลุ่มเครือข่าย
- การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และดำเนินการสื่อสารข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย
ทุกกลุ่ม

2) การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

- การจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้า เช่น การแบ่งกลุ่ม/จัดระดับชั้นลูกค้า และประวัติลูกค้า การจัดทำระบบสารสนเทศทางการตลาด
- การกำหนดกลยุทธ์ในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และแต่ละระดับชั้น การติดตามลูกค้า
- การรับข้อร้องเรียน และแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า

3) การจัดการการตลาด และการขาย

- การจัดตั้งหน่วยงานการตลาด และการขายของกลุ่มเครือข่าย
- พัฒนากลยุทธ์การตลาด ระบบการจัดจำหน่าย จัดทำแผนการตลาด และการขาย
- กำหนดนโยบายค่านายหน้าในการขาย
- จัดสรรทรัพยากรการตลาด และการขาย

3.4 ฝ่ายบริหารและการเงิน มีภาระหน้าที่ดังนี้

1) งานสารสนเทศ

- การระบบสารสนเทศ และเว็บไซต์
- งานข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่าย
- ฐานข้อมูลองค์ความรู้สมาชิก
- คู่มือสมาชิก

- คู่มือผู้รับบริการ
- สื่อและเครื่องมือในการรับบริการ
- สื่อและเครื่องมือในการพัฒนาบริการ และสมาชิก
- ช่องทางรับการเรียนรู้ และวิธีจัดการเรื่องข้อร้องเรียน

2) งานบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย และภาคีเครือข่าย

- การจัดทำระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มเครือข่าย
- การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย และภาคีเครือข่าย
- การจัดตั้งคณะทำงานสำหรับกิจกรรมต่างๆ
- การจัดตั้งหน่วยงานภายในกลุ่มเครือข่ายฯ

3) การสร้างเครือข่าย และการเชื่อมโยงเครือข่าย

- เครือข่ายหน่วยงาน งบประมาณ และทุนอุดหนุน
- เครือข่ายสถาบันทางเทคโนโลยี และสถาบันการศึกษา
- เครือข่ายสถาบันการเงิน
- เครือข่ายกลุ่มลูกค้า
- เครือข่ายการประชาสัมพันธ์
- เครือข่ายหน่วยนโยบาย
- เครือข่ายอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายเห็นชอบ

3.4 กรรมการและเลขานุการ ภาระงานมีรายละเอียดดังนี้

1) งานเลขานุการ

- การสนับสนุนงานของประธานคณะกรรมการฯ
- การอำนวยความสะดวก
- การอำนวยความสะดวกตั้งคณะกรรมการฯ
- การจัดทำ/ปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ของกลุ่มเครือข่าย
- การควบคุมกระบวนการภายในกลุ่มเครือข่าย
- การจัดทำรายงานต่าง ๆ ของกลุ่มเครือข่าย

2) งานบัญชี และการเงิน

- การจัดทำบัญชี และจัดการระบบการเงินบัญชี
- การจัดซื้อ และทำสัญญาจ้าง
- การจัดเก็บค่าสมาชิก

3) งานด้านกฎหมาย และการบริหารงานบุคคล

- การดำเนินการทางกฎหมาย
- การจดทะเบียนต่างๆ เช่น สิทธิประโยชน์ เป็นต้น
- การออกบัตร และใบรับรองต่างๆ
- การฝึกอบรม และพัฒนา
- การจัดทำแผนพัฒนาบุคคลของกลุ่มเครือข่าย
- การติดตาม และประเมินผลการพัฒนาบุคคล
- การสนับสนุนอัตราค่าจ้าง
- งานพนักงานสัมพันธ์

- เรื่องที่ 4 การสมัครเป็นสมาชิกและการคงสภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

การเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่าย มีแนวปฏิบัติดังนี้

4.1 คุณสมบัติผู้ที่จะเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่าย

1) เป็นผู้ประกอบวิสาหกิจ กลุ่มชุมชนภายในประเทศไทยและเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
และสนับสนุนกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

2) มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมเพื่อสนับสนุน เกื้อกูล ภายในกลุ่มเครือข่าย

3) มีเอกสารการอนุมัติให้เข้าร่วม

- กรณีวิสาหกิจต้องมีเอกสารอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการของกลุ่ม
เครือข่าย พร้อมตราประทับกิจการ

4) มีเอกสารการรับรองจากสมาชิกกลุ่มเครือข่าย อย่างน้อย 3 แห่ง ลงนาม

5) ได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย

4.2 เอกสารประกอบการสมัคร

1) แบบฟอร์มใบสมัคร

2) ใบขออนุญาตจัดตั้งกิจการ

3) ให้ออนุมัติให้เข้าร่วมจากผู้มีอำนาจ

4.3 ค่าสมัครการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่าย

1) ค่าสมัครสมาชิก 500 บาท

2) ค่าบำรุงกลุ่มเครือข่ายฯ ปีละ 1,000 บาท

4.4 สถานที่รับสมัคร

สมัครได้ในวันและเวลาราชการ ที่

ศูนย์ประสานงานคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์
 และศูนย์ประสานงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์
 ที่อยู่ : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตจังหวัดสุรินทร์
 355/3-6 ถนนเทศบาล 1 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000

หมายเลขโทรศัพท์ 044-514447- 8

หมายเลขโทรสาร 044-518530

Website <http://www.tourismthailand.org/surin>

Website <http://clustersriburin.org> (ชั่วคราว)

4.5 การแจ้งผลการสมัครสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม จังหวัดสุรินทร์

แจ้งผลถึงผู้สมัครโดยตรงทางโทรศัพท์ที่แจ้งไว้ในใบสมัคร ภายในระยะเวลา 1 เดือน
หลังจากวันสมัคร

- เรื่องที่ 5 สิทธิประโยชน์สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัด สุรินทร์

- 1) สิทธิการซื้อขายสินค้าระหว่างสมาชิกกลุ่มเครือข่าย โดยสามารถซื้อขายสินค้าและบริการจากสมาชิกในราคาแบบพึงพอใจทั้งสองฝ่าย ภายใต้เงื่อนไขคุณภาพตามมาตรฐาน
- 2) สิทธิการเข้าร่วมกิจกรรมการจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มเครือข่าย
- 3) สิทธิการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่กลุ่มเครือข่าย เป็นผู้ดำเนินการ หรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนดำเนินการผ่านกลุ่มเครือข่าย
- 4) สิทธิการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ <http://clustersriburin.org> เช่น การจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ
- 5) สิทธิการได้รับการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้านในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ
- 6) สิทธิการได้รับการเข้าร่วมการฝึกอบรม เพิ่มพูนความรู้ ฝึกทักษะให้แก่ผู้ปฏิบัติงานของกลุ่มเครือข่าย
- 7) สิทธิการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมใหม่ที่กลุ่มเครือข่าย เป็นผู้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น
- 8) สิทธิการเป็นตัวแทนของกลุ่มเครือข่าย ในการเข้าขอรับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ที่จะสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ทั้งนี้การอนุมัติให้ใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้เป็นไปตามอำนาจการอนุมัติของ คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย

- **เรื่องที่ 6 การขาดสภาพสมาชิกและการคงสภาพการเป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมสุรินทร์**

6.1 เงื่อนไขการพ้นสภาพจากการเป็นสมาชิก เกิดจากสาเหตุดังนี้

6.1.1 ลาออก

6.1.2 ให้ออก

เงื่อนไขการพ้นสภาพจากการเป็นสมาชิก ตามรายละเอียดดังนี้

6.1.1 กรณีลาออก มีเงื่อนไขการปฏิบัติดังนี้

1) บันทึกรายการลาออก โดยประธานกรรมการกลุ่มเครือข่ายลงนาม และ คณะกรรมการบริหารกลุ่มเครือข่ายมติในที่ประชุม

2) การอนุมัติให้ลาออกเป็นอำนาจของประธานคณะกรรมการบริหารงาน กลุ่มเครือข่าย

3) การยื่นบันทึกรายการลาออกให้ยื่นเสนอผ่านทางผู้ประสานงานพัฒนากลุ่มเครือข่าย

4) ผลการพ้นสภาพมีผลทันทีเมื่อมีการลงนามอนุมัติให้ลาออก

6.1.2 กรณีให้ออก มีเงื่อนไขการปฏิบัติดังนี้

1) ไม่ชำระค่าบำรุงการรักษาสภาพการเป็นสมาชิกภายใน 60 วัน จากวันหมด เขตชำระเงิน

2) ไม่เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเครือข่าย จำนวน 3 ครั้ง ต่อเนื่องกัน โดยไม่มี สาเหตุอันควร

3) กระทำการใดๆ ที่ทำให้กลุ่มเครือข่าย เสื่อมเสียชื่อเสียง

4) กระทำการใดๆ ที่ทำให้เกิดความแตกแยก หรือเกิดความขัดแย้งเป็นประจำ

5) กระทำการใดๆ ที่คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายฯ ไม่อนุมัติ จะเป็นการฝ่าฝืนโดยเจตนา หรือไม่เจตนาก็ตาม

6) การไม่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ อย่างไม่มีเหตุผลเป็นประจำ

7) กระทำการใดๆ ที่ทำให้กลุ่มเครือข่ายเกิดความแตกแยก หรือขัดแย้งให้ คณะฯ พิจารณาข้อพิพาทอนุมัติเห็นควรลาออกเสียก่อนค่อยดำเนินการให้ออก

6.2 การปฏิบัติกรณีการพ้นสภาพจากการเป็นสมาชิก

1) คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายฯ ประชุมพิจารณา และมีมติการพ้นสภาพ กรณีที่ 6.1.1 และ กรณีที่ 6.1.2

2) ให้ทำหนังสือแจ้งถึงประธานกรรมการภายใน 15 วัน หลังจากที่ประธานกรรมการฯ มีมติ

3) แจ้งถึงผู้ประสานงานพัฒนากลุ่มเครือข่าย ทุกท่าน

- เรื่องที่ 7 การแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบการปฏิบัติงานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว อารยธรรมจอมจังหวัดสุรินทร์ ให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่าย ให้คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มเครือข่ายเป็นผู้รักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป

2. รายนามสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมจอมจังหวัดสุรินทร์ และภาคีเครือข่าย

2.1 ด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมจอมจังหวัดสุรินทร์ มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ด้านสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยแยกตามภาคเอกชน ภาครัฐและภาคชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายภาคเอกชน

1. วิสาหกิจกลางน้ำ/ธุรกิจหลัก
2. วิสาหกิจต้นน้ำ/ธุรกิจสนับสนุน
3. วิสาหกิจปลายน้ำ/ธุรกิจเกี่ยวข้อและต่อเนื่อง
4. หน่วยงานส่วนกลางทางการท่องเที่ยว
5. สมาคม/องค์กรเอกชน
6. สถาบันการเงิน

2.1.2 ด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายภาครัฐ

1. หน่วยงานภาครัฐ/ระดับจังหวัด
2. สถาบันการศึกษา

2.1.3 ด้านสมาชิกและบทบาทหน้าที่กลุ่มเครือข่ายภาคชุมชน

1. ชุมชนในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว

ซึ่งรายนามสมาชิกที่สมัครเข้าร่วมเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมจอมจังหวัดสุรินทร์ โดยสามารถสรุปรวมสมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมจอมจังหวัดสุรินทร์ มีจำนวนทั้งสิ้น 65 ราย ซึ่งสามารถแจกรายนามได้ดังตารางภาคผนวก ข 1 และ

ดังตารางภาคผนวกรายนามสมาชิกเครือข่าย รายนามดังกล่าวเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รวบรวมจากการสมัครและการเข้าร่วม แต่ขณะนี้กำลังดำเนินการจัดตั้งทีมงานคณะกรรมการและการสมัครสมาชิกเครือข่ายเพิ่มเติม



ตารางภาคผนวก ข 1 รายนามสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแยกตามส่วนหน่วยงานภาคเอกชน ภาครัฐและภาคชุมชนของจังหวัดสุรินทร์

ชนิดวิสาหกิจ/หน่วยงาน	ลำดับ	ชื่อ-สกุล	วิสาหกิจ/หน่วยงาน
1. วิสาหกิจกลางน้ำ/ธุรกิจหลัก			
ธุรกิจนำเที่ยว/บริษัททัวร์ท้องถิ่น	1	นายศุภวิทย์ ศรีพาณิชย์ศุภนต์	หจก.เมืองช้างทัวร์
ธุรกิจชุมชนให้บริการท่องเที่ยว	-		
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้บริการท่องเที่ยว	-		
บริษัททัวร์ส่วนกลาง/นอกเขตพื้นที่ท่องเที่ยว	-		
2. วิสาหกิจต้นน้ำ/ธุรกิจสนับสนุน			
ธุรกิจชุมชนในเขตแหล่งท่องเที่ยว	-		
ผู้รับผิดชอบ/เจ้าของธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว	-		
บริษัทขนส่ง โดยสาร/รับจ้าง สายการบินท้องถิ่น	-		
ธุรกิจสื่อมวลชนและสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น	1	นางสาวเบญจรัตน์ แก้วแบน	
3. วิสาหกิจปลายน้ำ/ธุรกิจเกี่ยวข้อและต่อเนื่อง			
ที่พัก โรงแรม	1	นายเลิศฤทธิ์ หล่อเกษมสานต์	โรงแรมเพชรเกษมแกรนด์
	2	นางสาวปติรัตน์ เกิดบุตร	โรงแรมนิวไฮเต็ล
	3	นางสาวจิราภรณ์ บุญมาศ	สวนปารีสอร์ท
	4	นายวิษณุ สุดสวัสดิ์	โรงแรมกรุงศรี
	5	นายภิรมย์ อังกุลดี	ภิรมย์-อารีย์ เฮ้าส์/PIROM'S TOUR
	6	นายฉลองชัย พลศักดิ์	โรงแรมทองธารินทร์
	7	นางสาวรัชชก วงศ์อริย์สันติ	โรงแรมทองธารินทร์
	8	คุณสุรรัตน์ คุโณป	โรงแรมเกษมการ์เด้น
	9	นายพฤตพงศ์ ศรีสุรินทร์	โรงแรมสุรินทร์มาเจสติก
	10	นางสาวภัสสร บุญสม	โรงแรมมณีโรจน์

ชนิดวิสาหกิจ/หน่วยงาน	ลำดับ	ชื่อ-สกุล	วิสาหกิจ/หน่วยงาน
	11	นางสาวจิตติมา อนันตากรณ์	โรงแรมมณีโรจน์
ร้านอาหาร	1	นางจารุณี ทรัพย์ครองชัย	ร้านอาหารเพชรปราสาท
	2	นายวิวัฒน์ ไกรปัญญาพงศ์	ร้านอาหารสำหรับต้นเครื่อง
	3	นายสุริยา ทองคุณ	ร้าน ส.ปลาเผาป้อมปดท.ราชมงคลสุรินทร์
	4	นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล	ร้านอาหารโคคา
	5	น.ส.อกินทร์พร จตุพรอนันตกุล	ร้านอาหารโคคา
สถานบันเทิง/สถานบริการสุขภาพ	1	นางสาวนวลอนงค์ โคตรจัน	สวนป่า รีสอร์ท (สวนป่า สป่าไทย)
	2	นางสาวอมอร รัชมีร์ถยาธรรม	บริษัท สุรินทร์ราชากรุ๊ป จำกัด (สปีด มิวสิคฮอลล์ 3 สุรินทร์)
ร้านขายของฝากของที่ระลึก/สินค้าพื้นเมือง	1	นายอาทร แสงโสมวงศ์	หจก.เรือนใหม่ - ไบม่อน
	2	นางสัญญาลักษณ์ ปัดยา	ร้านกรอบไม้
	3	นางสาวยุวรัตน์ บุรณ์เจริญ	ร้านเสื้อยุวรัตน์
	4	นางจารุพรรณ หมายเจริญ	ร้านกล้วยไม้
	5	นางเบญจวรรณ เหมชาติ	ร้านขนมไทย (กลุ่มขนมไทยขนมอบ)
	6	คุณวิชนาพร รุจิราวินิจชัย	เจ๊กมิ่งไหมไทย
ร้านค้าชุมชน/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน	1	นางวิมลมาศ บุญหล้า	ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP สุรินทร์
4. หน่วยงานภาครัฐ/ระดับจังหวัด			
สำนักงานจังหวัด	1		สำนักงานงานจังหวัดสุรินทร์
ท้องถิ่นจังหวัด	2		สำนักงานท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์
องค์การบริหารส่วนจังหวัด	3		นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	4	นายไพฑูรย์ ศิริบูรณ์	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์
	5	นางดาวสวรรค์ วรรณทอง	เจ้าหน้าที่ กกท.สุรินทร์
สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด	6		สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสุรินทร์

ชนิดวิสาหกิจ/หน่วยงาน	ลำดับ	ชื่อ-สกุล	วิสาหกิจ/หน่วยงาน
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด	7		สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	8	นายทวีศักดิ์ ชีวะสุโท	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุรินทร์
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด	9		สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด	10		สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานขนส่งจังหวัด	11		สำนักงานขนส่งจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด	12	นายศักดิ์ลา เชื้ออินทร์	สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุรินทร์
สำนักงานตำรวจภูธรจังหวัด	13		สำนักงานตำรวจภูธรจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด	14		สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานเกษตรจังหวัด	15		สำนักงานเกษตรจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานแรงงานจังหวัด	16		สำนักงานแรงงานจังหวัดสุรินทร์
สำนักงานวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัด	17		สำนักงานวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์
เทศบาลเมือง	18		เทศบาลเมืองสุรินทร์
องค์การบริหารส่วนตำบล	19	นายสมอง เหมือนปิ่น	องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไพล
5. หน่วยงานส่วนกลางทางการท่องเที่ยว			
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1		การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
กรมพัฒนาการท่องเที่ยว	2		กรมพัฒนาการท่องเที่ยว
สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตจังหวัด สุรินทร์	3	นางสาวบุญยานุช วรรณยิ่ง	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุรินทร์
	4	นายพยุห ธรรมกฤษดา	ผู้ช่วย ททท. สุรินทร์
	5	คุณสิริยา	ผู้ช่วย ททท. สุรินทร์
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6	6	คุณเสกสรร น้ำแก้ว	ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6
สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุรินทร์	7	นายสุรัตน์ คุณวัฒนาพงษ์	สภาอุตสาหกรรมสุรินทร์

ชนิดวิสาหกิจ/หน่วยงาน	ลำดับ	ชื่อ-สกุล	วิสาหกิจ/หน่วยงาน
6. สมาคม/องค์กรเอกชน			
หอการค้าจังหวัดสุรินทร์	1		ประธานหอการค้าจังหวัดสุรินทร์
สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	2	นายอุดร ปัทอง	กรรมการสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
	3	นางสาวขวัญทิพย์ ไทยอึ้ง	เลขานุการสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
ชมรมโรงแรมจังหวัดสุรินทร์	4		ประธานชมรมโรงแรม
ชมรมร้านอาหารจังหวัดสุรินทร์	5	นายสุพจน์ จตุพรอนันตกุล	ชมรมผู้ประกอบการค้าอาหาร จ.สุรินทร์
ชมรมมัคคุเทศก์จังหวัดศรีสะเกษ	-		
7. สถาบันการเงิน			
ธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาสุรินทร์	1	นายชัยยุทธ พิพัฒน์ภานุกุล	ธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาสุรินทร์
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสุรินทร์	2		ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาจังหวัดสุรินทร์
8. สถาบันการศึกษา			
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์	1	ดร.เฉลิมพล คงจันทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
	2	ผศ. โกเมธ จันทรมโกชน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
	3	อ.ภรณ์ หลาวทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
9. ชุมชนในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว			
	-		



รูปภาพภาคผนวก ข 4 สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดบุรีรัมย์
จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ วันพุธที่ 21 เมษายน 2553 ณ ห้องประชุมพุทธรักษา ชั้น 3
อาคารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



รูปภาพภาคผนวก ข 5 ตัวแทนคณะกรรมการและที่ปรึกษาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรม
ขอมจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ หรือคลัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรม
ขอมศรีบุรีรินทร์ วันอังคารที่ 1 พฤษภาคม 2553
ณ ห้องประชุม ณ ห้องประชุม นิคมสร้างตนเองเลี้ยงไหมจังหวัดสุรินทร์ ในพระบรมราชานุเคราะห์
ศูนย์พัฒนาสังคมหน่วยที่ 67 อำเภอทาบเชิง จังหวัดสุรินทร์



รูปภาพภาคผนวก ข 6 สมาชิกคัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์ ในโครงการ
ความร่วมมือและเชื่อมโยงระหว่างคัสเตอร์การท่องเที่ยวอารยธรรมขอมศรีบูรินทร์กับคัสเตอร์
การท่องเที่ยวล้านนาจังหวัดลำปาง
ในวันระหว่างวันที่ 30 กรกฎาคม - 2 สิงหาคม 2553 ณ จังหวัดลำปาง



รูปภาพภาคผนวก ข 7 สมาชิกคัสเตอร์ศรีบูรินทร์ร่วมต้อนรับการมาเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว
ของนายศุภกิจ บุญญฤทธิพงษ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดลำปางและคณะคัสเตอร์การท่องเที่ยวล้านนา
จังหวัดลำปาง

ในระหว่างวันที่ 4 - 7 กันยายน 2553 ณ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ



ภาคผนวก ค ข้อมูลสถานการณ์และแผนยุทธศาสตร์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและ
ผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว
อารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

ข้อมูลสถานการณ์และแผนยุทธศาสตร์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์

1. วิเคราะห์และประเมินกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งผลการศึกษาอ้างอิงจากบทที่ 4 พบดังนี้

1.1 ศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาพบว่า การประเมินทางศักยภาพเชิงคุณภาพในการศึกษาข้อมูลทั้งหมดจังหวัดสุรินทร์ จึงสามารถสรุปได้ว่าศักยภาพของด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ ดีมาก ศักยภาพด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ ดีมาก ศักยภาพด้านการรวมกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบัน อยู่ในระดับ ดี

1.2 ปัญหาในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่มีผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน โดยผลการศึกษารเรียงตามระดับความสำคัญของปัญหาพบดังนี้คือ 1. ปัญหาด้านการจัดการกลุ่ม ได้แก่ 1) ขาดผู้สนใจเป็นผู้นำและคณะกรรมการกลุ่มเครือข่าย 2) ผู้ประกอบการสมาชิกขาดความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่าย 3) ไม่มีการจัดทำแผนงานปฏิบัติการของกลุ่มเครือข่ายอย่างชัดเจน 4) การประสานงานและการเอื้อประโยชน์ของกลุ่มเครือข่ายยังไม่ชัดเจนและทั่วถึง เป็นต้น 2. ปัญหาด้านการมีส่วนร่วมและความร่วมมือของสมาชิก ได้แก่ 1) ขาดความทุ่มเทและเสียสละของผู้นำและคณะกรรมการกลุ่มเครือข่าย 2) สมาชิกขาดความทุ่มเทและความร่วมมือต่อกิจกรรมของกลุ่มเครือข่าย เป็นต้น และ 3. ปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาคี และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐยังไม่ทั่วถึง และ 2) ทิศทางของแผนงานด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไม่สอดคล้องกัน เป็นต้น

1.3 ความต้องการในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ กรณีศึกษา กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาพบว่า ด้านความต้องการการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมจังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเครือข่าย 3 จังหวัดนั้น แบ่งออกเป็น 2 ภาคใหญ่ ได้แก่ 1. ความต้องการเชิงธุรกิจและส่วนบุคคล (ภาคธุรกิจ) ได้แก่ 1) การแต่งตั้งคณะกรรมการเครือข่ายและการจัดการโครงสร้างองค์กรใหม่ 2) ความทุ่มเทและเสียสละของคณะกรรมการและสมาชิก 3) การเข้าระบบการสื่อสารและฐานข้อมูลระบบออนไลน์ 4) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างสมาชิกเครือข่าย เป็นต้น 2. ความต้องการเชิงสังคมและส่วนรวม (ภาคราชการ) ได้แก่ 1) การสนับสนุนและความร่วมมือการบริการทางการท่องเที่ยวกับ

หน่วยงานท้องถิ่น 2) การไม่มีการเมืองท้องถิ่นเข้ามาแทรกแซง 3) การได้รับการสนับสนุนงบประมาณ การพัฒนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจากภาครัฐ 4) การเพิ่มขีดความสามารถทางการบริการทางการท่องเที่ยวของธุรกิจ 5) การเพิ่มโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ และ 6) มีฐานข้อมูลเชื่อมโยงธุรกิจทางการท่องเที่ยว 3 จังหวัด เป็นต้น

2. ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์หน่วยงานทางการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยประเด็นดังนี้

2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษและของประเทศ

การท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษและของประเทศในปัจจุบันปี 2553 และอนาคตปี 2554 มีสถานการณ์ ดังนี้คือ

2.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์

ช่วงปลายปี 2552 จังหวัดสุรินทร์ได้มีการจัดงานช้างแฟร์ ตักบาตรบนหลังช้างและงานแสงสีเสียงซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาได้ค่อนข้างมาก สามารถช่วยเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ประมาณ 20 เพอร์เซ็นต์ จากที่มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ตั้งแต่ต้นปีค่อนข้างน้อยในรอบปี 2552 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากการจะมีโครงการคาราวานเส้นทางอารยธรรมธรรม โครงการประกวดหมู่บ้านทอผ้าไหม โครงการชมเงาะทุเรียนศรีสะเกษและโครงการทิวทัศน์ต่างๆ ที่ทางสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้นในปี 2553 ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้จากทางการท่องเที่ยวได้อีก 10 – 20 เพอร์เซ็นต์ ทั้งจังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดศรีสะเกษ (จากการสัมภาษณ์ นางบุญยานุช วรรณยิ่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ วันที่ 5 ธันวาคม 2552)

2.1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศ

นางปิยะมาน เตชะไพบูลย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ในการประชุมคณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วันที่ 22 ธันวาคม 2553 ได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2553 คาดการณ์ปี 2554 ไว้ดังนี้

1) สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2553 มีข้อมูลจากการสำรวจคือ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2553 เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (2552) คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 และจำนวนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศปี 2553 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยวมาจาก 3 กลุ่ม โดยส่วนใหญ่มาจากประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย (ยกเว้นเอเชียใต้) ได้แก่ มาเลเซีย จีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ส่วนรองลงมาคือกลุ่มยุโรป ได้แก่ ประเทศอังกฤษ และนักท่องเที่ยวในกลุ่มสแกนดิเนเวีย และประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาไทยเพิ่มขึ้นมากได้แก่ รัสเซีย จีน กัมพูชา

เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย อินเดีย บังคลาเทศ เนปาล อาร์เจนตินา บราซิล ประเทศอาฟริกาใต้และประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรต เป็นต้น อีกทั้งกรุงเทพฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ รองลงมาคือ ภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานีและหาดใหญ่ ภาคตะวันออกคือ พัทยา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ ภาคใต้ ได้แก่ หาดใหญ่ นครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี และภาคตะวันออก ได้แก่ พัทยาและบางแสน ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (เกือบร้อยละ 80) ปัจจุบันนิยมเดินทางแบบ No package และเป็นการเดินทางเป็นกลุ่มเล็กๆ กับเพื่อนหรือครอบครัว ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาซ้ำ (Repeater) แหล่งข้อมูลหลักในการวางแผนการท่องเที่ยว การจองบัตรโดยสารและที่พักของนักท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก รองลงมาคือ คำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน และเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น

2) **คาดการณ์ปี 2554** มีข้อมูลจากการสำรวจคือ การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8-10 คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ระหว่าง 17.01-17.32 ล้านคน เพิ่มขึ้นต่ำกว่าการเพิ่มขึ้นในปี 2553-2552 และผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการปรับตัว โดยการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ และใช้วิธีการลดราคาค่าบริการลง

2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554 และฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - 2559 จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศไว้ดังนี้

2.2.1 **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554** มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศหลัก เป็น 5 ด้าน ดังนี้คือ

1) **ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้** ได้แก่ การพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ เกิดภูมิคุ้มกัน การเสริมสร้างสุขภาพของคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ และการเสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข เป็นต้น

2) **ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ** ได้แก่ การบริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน และการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูล เป็นต้น

3) **ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน** ได้แก่ การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็น

ไทย การสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ และการสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม เป็นต้น

4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรักษาฐานทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และการพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

5) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ มุ่งเสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การเสริมสร้างและพัฒนาวัฒนธรรมประชาธิปไตยและธรรมาภิบาลให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมไทย เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้สามารถเข้าร่วมในการบริหารจัดการประเทศ สร้างภาคราชการที่มีประสิทธิภาพและมีธรรมาภิบาล เน้นการบริการแทนการค้ากับควบคุม และทำงานร่วมกับหุ้นส่วนการพัฒนา การกระจายอำนาจการบริหารจัดการประเทศสู่ภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่งเสริมภาคธุรกิจเอกชนให้เกิดความเข้มแข็ง สุจริตและมีธรรมาภิบาล การปฏิรูปกฎหมาย กฎระเบียบ และขั้นตอนกระบวนการเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อสร้างความสมดุลในการจัดสรรประโยชน์จากการพัฒนา และการรักษาและเสริมสร้างความมั่นคงเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการประเทศสู่ดุลยภาพและความยั่งยืน เป็นต้น

2.2.2 ร่างกรอบทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2554 – 2555 ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนา ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ คือ

1) ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ได้แก่ การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมให้ทุกคนในสังคมไทยสามารถจัดการความเสี่ยงและสร้างโอกาสในชีวิตให้แก่ตนเอง การจัดบริการทางสังคมให้ทุกคนตามสิทธิพึงมีพึงได้ เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันระดับปัจเจกและสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในการพัฒนาประเทศ การเสริมสร้างพลังให้ทุกคนสามารถเพิ่มทางเลือกการใช้ชีวิตในสังคมและสร้างการมีส่วนร่วมในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองได้อย่างมีคุณค่าและศักดิ์ศรี และเสริมสร้างความสัมพันธ์ของคนในสังคมให้แน่นแฟ้นเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เป็นต้น

2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน ได้แก่ การส่งเสริมคนไทยให้มีการเกิดที่มีคุณภาพ มีการกระจายที่สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสของพื้นที่ พัฒนาคุณภาพคนไทยทุกช่วงวัย มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาประเทศในอนาคต ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเสริมสร้างค่านิยมที่ดีและวัฒนธรรมไทยที่ดี เป็นต้น

3) ยุทธศาสตร์การสร้างความปลอดภัยและมั่นคงของอาหารและพลังงาน ได้แก่ พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นฐานการผลิตภาคเกษตรให้เข้มแข็งและยั่งยืน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

ภาคเกษตรและสร้างมูลค่า สร้างความมั่นคงในอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร สร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงานในระดับครัวเรือนและชุมชน สร้างความมั่นคงด้านพลังงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศและความเข้มแข็งภาคเกษตร และปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐเพื่อเสริมสร้างความสมดุลด้านอาหารและพลังงาน เป็นต้น

4) ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และการสร้างปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ พัฒนาการผลิตภาคเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร พัฒนาภาคอุตสาหกรรม พัฒนาภาคบริการ พัฒนาภาคการค้าและการลงทุน พัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ และปฏิรูปกฎหมายเศรษฐกิจและกฎ ระเบียบต่างๆ ให้เอื้อประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม เป็นต้น

5) ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาค ได้แก่ สร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ขยายความร่วมมือภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ และความเป็นหุ้นส่วนกับประเทศคู่ค้าของไทยในภูมิภาคต่างๆ ปรับปรุงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคการพัฒนาดังแต่ระดับชุมชนท้องถิ่น สนับสนุนการเปิดการค้าเสรีและวางแนวทางป้องกันผลเสียที่จะเกิดขึ้น พัฒนาฐานลงทุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาค สร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในภูมิภาคด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานไทยในต่างประเทศ เสริมสร้างความร่วมมือที่ดีระหว่างประเทศในการสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีจริยธรรมไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และป้องกันภัยจากการก่อการร้ายและอาชญากรรม ยาเสพติด ภัยพิบัติและเชื้อโรค

6) ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การอนุรักษ์ ฟื้นฟูและสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การปรับกระบวนการทัศน์การพัฒนาและพฤติกรรมผู้บริโภคสู่สังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของภาคการผลิตและบริการเพื่อนำไปสู่สังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองและโครงสร้างพื้นฐาน การยกระดับขีดความสามารถในการปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ เพื่อให้สังคมมีความยืดหยุ่นและมีภูมิคุ้มกัน และพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและเป็นธรรม เป็นต้น

2.3 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศและระดับกลุ่มจังหวัด ดังนี้คือ

2.3.1 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยนำยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และยุทธศาสตร์การปรับ โครงสร้าง

เศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน มาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนฯ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ ซึ่งยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

- วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อเสริมสร้างระบบสุขภาพที่มีคุณภาพอย่างครบวงจร ตั้งแต่การส่งเสริมการป้องกันและการฟื้นฟูสมรรถภาพ สามารถลดการเจ็บป่วยและค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล

- แนวทางการพัฒนา ข้อที่ 3.2 การเสริมสร้างสุขภาพคนไทยให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและใจและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ โดยมุ่งสร้างความมั่นคงด้านอาหารและการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน โดย (1) การพัฒนาระบบสุขภาพอย่างครบวงจร (2) สนับสนุนให้คนไทยลด ละเลิกพฤติกรรมเสี่ยงทางสุขภาพ

2) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน

- แนวทางการพัฒนา ข้อที่ 3 ปรับโครงสร้างภาพบริการ ให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค โดยมีแนวทางดังนี้

- 1) ฟื้นฟู พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 3) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการ
- 4) ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง
- 5) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อธุรกิจท่องเที่ยว
- 6) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน องค์กรชุมชน

ในท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2.3.2 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการกำหนดจังหวัดที่มีศักยภาพท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หลัก มีจำนวนทั้งสิ้น 14 กลุ่มจังหวัด ซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเรียงตามลำดับห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มี 5 ด้าน ดังนี้คือ

1) พัฒนาระบบบริหารและจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ อนุรักษ์ฟื้นฟูและบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มจังหวัด ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านท่องเที่ยว ได้แก่ วัฒนธรรมระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงโครงสร้างและบริการพื้นฐาน และสร้างระบบการป้องกันกำกับการดูแลรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนามาตรฐานสถานบริการและบริการอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว พัฒนาปรับปรุงอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

4) พัฒนาศักยภาพบุคลากรภาคบริการท่องเที่ยว ได้แก่ สร้างส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

5) พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กำหนดกลุ่มเป้าหมายและวางแผนทางการตลาด และสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นต้น

2.4 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์

การท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มจังหวัด (นครชัยบุรีรินทร์) และระดับจังหวัดศรีสะเกษ มีแนวทางดังนี้

2.4.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ปี 2551-2554 (นครชัยบุรีรินทร์ ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์) ดังนี้คือ

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนา 3 ด้าน ดังนี้คือ

- 1.1) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- 1.2) การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว
- 1.3) การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม

2.4.2 ยุทธศาสตร์สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยว ปี 2552-2554 ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนา 3 ด้าน ดังนี้คือ

- 1.1) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- 1.2) การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว
- 1.3) การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม

2.5 แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

กำหนดวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยว ปี 2552-2554 ดังนี้

2.5.1 วิสัยทัศน์ คือ “เกษตรอินทรีย์เป็นเลิศ เปิดประตูสู่อินโดจีน”

2.5.2 ประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว
- 2) พัฒนาปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยว

3. การวิเคราะห์ และประเมินกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ด้วยเทคนิค SWOT

ซึ่งผลการศึกษาค้นพบตามรายละเอียดดังนี้

3.1 การประเมินสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวต่อกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยมีการแยกประเด็นการศึกษา 2 ส่วน ได้แก่ โอกาสและอุปสรรค ซึ่งผลการศึกษามีสรุปโดยเรียงลำดับตามความสำคัญพบดังนี้คือ

3.1.1 โอกาส (Opportunities) โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1) ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวภาครัฐ

1.1) นโยบายกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาค คือ รัฐบาลมีนโยบายด้านการต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ด้วยการส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาค เช่น ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS) แผนงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) แผนงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) และความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ (BIMSTEC) เป็นต้น

1.2) นโยบายเปิดเสรีอาเซียน คือ รัฐบาลมีนโยบายความร่วมมือกลุ่มประเทศอาเซียน และการเปิดเสรีการค้าและการลงทุน แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ มีการเปิดประเทศ ลดขั้นตอนและภาษีที่นำเข้าและอำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนต่างชาติ

2) ด้านลูกค้าและตลาดการท่องเที่ยว

2.1) นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติแนวโน้มเพิ่มขึ้น คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในปี 54 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 10-20 เปอร์เซ็นต์ รายได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ใช่รายได้หลักของบริษัทนำเที่ยว แต่เป็นรายได้จากการนำเที่ยวต่างประเทศ เช่น นครวัด-นครธม ประเทศกัมพูชา และประเทศจีน เป็นต้น และนำเที่ยวคนในพื้นที่ไปเที่ยวเขตจังหวัดอื่น แถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น

2.2) นักท่องเที่ยวมีความต้องการเที่ยวชมการแสดงช้างและการข้ามแดนช่องจอม คือ นักท่องเที่ยวมีในช่วงงานเทศกาลประจำปี หรืองานแสดงช้างและเที่ยวชมการแสดงช้างบ้านตากกลางเป็นส่วนใหญ่ ไม่นิยมเที่ยวปราสาทและอารยธรรมขอมที่มีของจังหวัด แต่จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งมีความต้องการผ่านด่านช่องจอมไปเล่นพนันที่บ่อนคาสีโน ประเทศกัมพูชา

3) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของการท่องเที่ยวของจังหวัด

3.1) ความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมและทางธรรมชาติ คือ จังหวัดมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและโบราณสถาน วัฒนธรรมขอมของภูมิภาคเขตนี้อินได้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะการแสดง แหล่งท่องเที่ยวเขตชายแดน แหล่งท่องเที่ยวซื้อขายสินค้าของฝาก แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลายที่มีชื่อเสียง และสามารถเชื่อมโยงจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดศรีสะเกษได้

3.2) มีด้านการค้าชายแดนและเชื่อมโยงเส้นทางสู่นครวัดนครธม คือ เป็นจังหวัดชายแดนมีด้านการค้าระหว่างชายแดนไทย-กัมพูชา (ช่องจอม) ที่เชื่อมเส้นทางการเดินทางทางบกไปสู่ประเทศกัมพูชาได้อย่างสะดวก และมีเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งอารยธรรมขอมที่ติดอันดับสิ่งมหัศจรรย์ของโลก (นครวัด-นครธม) ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาแวะพักและเดินทางผ่านทางไปช่องสง่าจังหวัดศรีสะเกษ

3.3) มีกลุ่มชุมชนและแหล่งผลิตสินค้าพื้นบ้าน คือ จังหวัดมีแหล่งผลิตผ้าไหม ผ้าพื้นเมืองและผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง ได้แก่ เครื่องเงินบ้านเขวาสีรินทร์ ผ้าไหมมัดหมี่หอมมือ ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ จักสานหวายบ้านบุทุม เป็นต้น

3.4) มีภูมิปัญญาและแหล่งความรู้ทางวัฒนธรรมและหัตถกรรมท้องถิ่น คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดสุรินทร์ หมู่บ้านช่าง หมู่บ้านทอไหมจัน โสมา หมู่บ้านเครื่องหินเขวาสีรินทร์ เป็นต้น และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ศูนย์หม่อนไหมจังหวัดสุรินทร์ ศูนย์ทดลองพันธุ์ข้าวหอมมะลิจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

3.5) มีความพร้อมทางการท่องเที่ยวเชิงชุมชน คือ ชุมชนมีความพร้อมที่เอื้อต่อการจัดการและจำหน่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนปราสาทศรีขุมมิ หมู่บ้านคึม (ปราสาทภูมิโปน) หมู่บ้านตาเหมือน (ปราสาทตาเหมือน) เป็นต้น

4) ด้านการส่งเสริมพัฒนาและบริหารของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและท้องถิ่น

4.1) จังหวัดมีนโยบายการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ภาคการเกษตรและการท่องเที่ยว คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดจะเน้นการพัฒนาทางการเกษตรและการท่องเที่ยวเป็นหลัก และมอบหมายให้หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องดำเนินการ

4.2) มีการสนับสนุนจากหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง คือ หน่วยงานทางการท่องเที่ยวและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องหลายส่วนหลายฝ่ายได้มีการสนับสนุนในแต่ละด้าน ได้แก่ หน่วยงานทางการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์มีแผนงานด้านการพัฒนาทางการท่องเที่ยว

ของจังหวัด ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอีแบงก์) เน้นต่อ ยอดช่วย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง ให้การสนับสนุนเงินกู้ยืม อัตราดอกเบี้ยต่ำและความรู้และ คำปรึกษาทางธุรกิจและการลงทุน มีกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา ที่สนับสนุนการกู้ยืมเงินสำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและกีฬาแก่หน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและกีฬา และสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด สถานีวิทยุ กระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดบุรีรัมย์ โดยการช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม ของผู้ประกอบการกลุ่มเครือข่ายและสมาชิกผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และวารสารท้องถิ่น คลื่นวิทยุ หอการค้าจังหวัดและสภาอุตสาหกรรมจังหวัดส่งเสริมด้านการตลาด เป็นต้น

5) ด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจเอกชนและภาคีเครือข่าย

5.1) ผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวมีการขยายตัว คือ วิสาหกิจ ประเภทโรงแรม ร้านอาหารและของที่ระลึกมีการขยายการลงทุนเพิ่มเติม 10-20 เปอร์เซ็นต์

5.2) มีผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวขนาดใหญ่และมีศักยภาพ จำนวนมาก คือ จังหวัดมีผู้ประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านของฝากและบริการสถานบันเทิงที่มี ขนาดใหญ่และกลางเป็นจำนวนมากเพียงพอและมีศักยภาพสูงต่อการบริการทางการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่

3.1.2 อุปสรรค (Threats) โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1) ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการท่องเที่ยวภาครัฐ

1.1) นโยบายการบริหารจังหวัดมีการปรับเปลี่ยนและขาดความต่อเนื่อง คือ จังหวัดมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและผู้นำจังหวัดมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างบ่อย จึงเกิด ปัญหาหยุดชะงักโครงการ และมีนโยบายเปลี่ยนแปลงตามนโยบายของผู้นำ

1.2) นโยบายการพัฒนากิจการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์รองจากทาง การเกษตร คือ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์จังหวัดให้ความสำคัญไปในด้านการเกษตรและการสร้าง ผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น มากกว่าการท่องเที่ยวของจังหวัด หรือแผนงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง ในยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจของจังหวัด ยังไม่ได้เป็นยุทธศาสตร์หลักที่จริงจัง เมื่อมีการนำเสนอ โครงการจะได้รับการพิจารณาในลำดับหลังๆ และมีแนวคิดว่าเป็นงานเสริมของการพัฒนาพื้นที่ มากกว่าทางด้านเกษตรที่เป็นอาชีพหลักของทางประชาชน

2) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติการท่องเที่ยวของจังหวัด

2.1) ภูมิประเทศแหล่งท่องเที่ยวกระจายตัว คือ ลักษณะของภูมิประเทศ มีการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้เส้นทางคมนาคมมีระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ค่อนข้างไกล และยังไม่สามารถเข้าถึงได้สะดวก สร้างโปรแกรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงยาก

2.2) **สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดส่วนใหญ่ยังไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน** คือ กิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน และยังไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

2.3) **ภูมิอากาศร้อนไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว** คือ ลักษณะภูมิอากาศพื้นที่ค่อนข้างร้อน อบอ้าว ส่งผลต่อการเที่ยวชมของกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว

2.4) **เส้นทางและการเข้าถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่สะดวกและขาดคุณภาพ** คือ เส้นทางคมนาคมยังไม่สะดวกต่อการเดินทาง การบริการขนส่งโดยสารยังไม่เพียงพอ ป้ายและสื่อประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวยังขาดข้อมูลที่ถูกต้องและปัจจุบัน

2.5) **ข้อจำกัดของฤดูกาลทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว** คือ ไม่สามารถดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

3) ด้านลูกค้าและตลาดการท่องเที่ยว

3.1) **เป็นเพียงจุดผ่านและแวะเที่ยวพักของเส้นทางท่องเที่ยว** คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวมองเป็นเพียงการผ่าน หรือแวะเข้ามาชมแหล่งท่องเที่ยวทางแหล่งท่องเที่ยวปราสาทขอมมีจำนวนไม่ถึงร้อยละ 5 ของนักท่องเที่ยวที่เที่ยวจังหวัดสุรินทร์ แล้วมีเป้าหมายไปท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษและอุบลราชธานี เพื่อเข้าไปประเทศเพื่อนบ้านผ่านด่านช่องสะง่า ผ่านไปประเทศกัมพูชาและด่านช่องเม็กผ่านไปประเทศลาวต่อไป นอกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตามงานเทศกาล ประเพณีของจังหวัด เช่น งานแสดงช้าง หรือชมการแสดงช้างหมู่บ้านดากกลาง งานเทศกาลข้าวหอมมะลิสุรินทร์ เที่ยวชมการทอผ้าไหมเส้นทองบ้านท่าสว่าง และเที่ยวซื้อเครื่องเงินบ้านเขวาสีรินทร์ เป็นต้น

3.2) **นักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนน้อย** คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีประมาณร้อยละ 5-10 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดประจำปี

3.3) **นักท่องเที่ยวจำนวนมากบางกิจกรรมการท่องเที่ยว** คือ นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนมากช่วงงานช้างแพร์ วันข้าวหอมมะลิ นอกจากนั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดเล็ก และเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อแวะผ่านมาพักและชมแหล่งท่องเที่ยว หรือเป็นกลุ่มหน่วยงานสถาบันการศึกษาที่มาเที่ยวชมศึกษาเป็นครั้งคราวเท่านั้น เช่น หมู่บ้านช้าง ปราสาทศรีขรภูมิ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นต้น

4) ด้านเศรษฐกิจ

4.1) **ราคาน้ำมันผันผวนและมีแนวโน้มสูงขึ้น** คือ การที่สภาวะการณ์แนวโน้มของราคาน้ำมันสูงขึ้น และมีการผันผวนของราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว

ของทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพราะต้นทุนการเดินทางจะเพิ่มสูงขึ้น และลดปริมาณความต้องการท่องเที่ยวลง

4.2) **วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอเมริกา** คือ การที่เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาแล้วส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ เกือบทั่วโลกนั้น ยังมีผลต่อการชะลอตัวทาง การลงทุนและการท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มนักท่องเที่ยวอเมริกาและยุโรป

4.3) **สถานการณ์วิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศ** คือ ค่า GDP มีแนวโน้มต่ำกว่าในภาวะปกติ ภาวะเศรษฐกิจฝืนฝวนและมีผลกระทบโดยรวมกับผู้ประกอบการท้องถิ่น

5) ด้านการเมือง

5.1) **อิทธิพลและผลประโยชน์ทางการเมืองของท้องถิ่น** คือ กลุ่มการเมืองท้องถิ่นเข้ามาแทรกแซงนโยบายและการบริหารจัดการของ โครงการพัฒนาทางการท่องเที่ยว และเข้ามารับสิทธิและผลประโยชน์ของงบประมาณและผลจากโครงการ

5.2) **ความขัดแย้งกับประเทศเพื่อนบ้าน** คือ การเกิดข้อพิพาทของปราสาทเขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศกัมพูชา ส่งผลต่อการข้ามผ่านด่านช่องจอม ความไม่เชื่อมั่นต่อการเข้ามาท่องเที่ยวตลาดช่องจอมหรือไม่กล้าข้ามไปซื้อสินค้าฝั่งตลาดกัมพูชา มีเพียงบางกลุ่มที่ข้ามไปบ่อนคาลิโน

5.3) **ความขัดแย้งและการขาดเสถียรภาพทางการเมือง** คือ การเกิดความขัดแย้งทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น จากมีเหตุการณ์ชุมนุมประท้วงรัฐบาลของกลุ่มเสื้อแดง และมีความรุนแรงจนทำให้เกิดจลาจลและสลายการชุมนุม มีการบาดเจ็บล้มตาย จนข่าวเผยแพร่ไปสู่ประเทศต่างๆ จนมีการแจ้งเตือนไม่ให้มีการเดินทางเข้ามาประเทศไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้มีการจองซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวและที่พักก็ได้มีการระงับยกเลิกไป โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน

5.4) **ความไม่สงบ การก่อการร้ายของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้** คือ ปัญหาความขัดแย้งและการก่อการร้ายของกลุ่มโจรใน 3 จังหวัดภาคใต้นั้นส่งผลถึงความรู้สึกไม่เชื่อมั่นต่อความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

6) ด้านการส่งเสริมพัฒนาและบริหารของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและท้องถิ่น

6.1) **ความไม่ชัดเจนและต่อเนื่องของยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่** คือ การสนับสนุนของหน่วยงานที่รับผิดชอบตามแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ โบราณสถานและหน่วยงานท้องถิ่นต่างๆ ที่ขาดความจริงจัง ชัดเจนและต่อเนื่อง ซึ่งอาจเป็นไปได้ตามนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสภาวะการณ์ทางการเมืองของประเทศ ข้อมูลและฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวไม่เป็นปัจจุบันและขาดความน่าเชื่อถือของ

ข้อมูล เพราะไม่มีหน่วยงานที่จัดเก็บอย่างชัดเจนและข้อมูลขาดหลักฐานมาอ้างอิง ผู้ประกอบการไม่สามารถนำไปใช้ด้านการประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2) **งบประมาณการพัฒนาทางการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ** คือ หน่วยงานทางการท่องเที่ยวท้องถิ่นยังขาดงบประมาณมาส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวของส่วนภูมิภาคไม่เพียงพอ เพราะการจัดสรรงบประมาณการพัฒนาจังหวัดจัดสรรด้านการพัฒนาทางการท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยวค่อนข้างได้จำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับสัดส่วนของงบประมาณด้านอื่นๆ

6.3) **การบูรณาการของหน่วยงานการท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นยังขาดประสิทธิภาพ** คือ หน่วยงานราชการจังหวัดยังไม่ประสานงานกันอย่างจริงจังและยังความร่วมมือ บูรณาการระหว่างหน่วยงานและมีความสับสนเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่องค์กรที่ทับซ้อนกัน และการบูรณาการแผนงาน โครงการระหว่างหน่วยงาน ไม่เข้มแข็ง

6.4) **หน่วยงานการท่องเที่ยวขาดศักยภาพ** คือ การท่องเที่ยวและกีฬา มีภารกิจ 2 ด้าน ซึ่งทำให้เกิดการบริหารจัดการไม่เด่นชัดด้านการท่องเที่ยวมากนัก เป็นเพียงการทำหน้าที่คอยกำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น หน่วยงานการท่องเที่ยวของภาครัฐมีบุคลากรจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อการทำงานอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐยังไม่มีความรู้ทางด้านการประกอบการธุรกิจเท่าที่ควร จึงทำให้การกำหนดและวางแผนงานด้านธุรกิจการท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6.5) **ขาดความไว้วางใจและเชื่อมั่นต่อการบริหารงานของหน่วยงานท้องถิ่น** คือ จากการได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมมาในอดีตที่ผ่านมา มีการพัฒนายังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จึงทำให้ความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร

7) ด้านการบริการทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจเอกชน

7.1) **ข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวและการเดินทางไม่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน** คือ การจัดทำข้อมูลสารสนเทศ ได้แก่ สื่อแผ่นพับ การประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนที่การเดินทาง ป้ายบอกทาง เป็นต้น ยังไม่ถูกต้อง ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน เพราะไม่จัดการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังไม่เป็นระบบหลายภาษา ส่วนใหญ่มีเพียงภาษาไทย ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำหรับการสื่อสารและการรับทราบข่าวสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

7.2) **ขาดระบบช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย** คือ วิสาหกิจผู้ประกอบการท่องเที่ยวยังขาดช่องทางนำเสนอสินค้าและบริการและประชาสัมพันธ์ธุรกิจต่อลูกค้านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีแต่การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของหน่วยงานทางราชการที่มีการสำรวจและศึกษาแต่ขาดความถูกต้องและเป็นปัจจุบัน

7.3) สถานการณ์การแข่งขันทางการให้บริการท่องเที่ยวท้องถิ่นรุนแรง คือ มีผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวจำนวนมาก ต่างคนต่างแข่งขันและแย่งชิงลูกค้านักท่องเที่ยวกันเอง ซึ่งสภาพการแข่งขันของตลาดมีค่อนข้างสูง ทั้งจากคู่แข่งเอกชน โดยตรงและหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบ

7.4) ผู้ประกอบการนำเที่ยวบริการท่องเที่ยวแบบ Out board คือ ผู้ประกอบการที่ให้บริการการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) โดยมีนำเสนอขายโปรแกรมท่องเที่ยวในพื้นที่น้อย แต่เป็นการขายทัวร์เที่ยวจังหวัดอื่นๆ และหรือพานักท่องเที่ยวไทยไปต่างประเทศแทนการนำเที่ยวใน

7.5) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและท้องถิ่นยังขาดประสิทธิภาพ คือ ชุมชนยังขาดความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวและการนำเสนอกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน และยังไม่ดึงดูดใจ หรือยังไม่มีประสิทธิภาพทางการนำเสนอเพื่อจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว

7.6) ความร่วมมือของหน่วยงานท้องถิ่นและหน่วยงานเอกชนต่อการร่วมมือทางการจัดการและพัฒนาทางการท่องเที่ยวยังไม่ดีเท่าที่ควร คือ ความร่วมมือของหน่วยงานท้องถิ่นและหน่วยงานเอกชนต่อการร่วมมือทางการจัดการและพัฒนาทางการท่องเที่ยวยังไม่ดีเท่าที่ควร และความร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการยังมีน้อย เพราะขาดความไว้วางใจต่อหน่วยงานภาครัฐ

3.2 การประเมินสมรรถนะของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งมีการแยกประเด็นการศึกษาดังนี้

3.2.1 จุดแข็ง (Strengths) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านบุคลากรและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

1.1) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว คือ ทั้งแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านสินค้าของที่ระลึกเพียงพอต่อการดึงดูดและอำนวยความสะดวกต่อการบริการทางการท่องเที่ยว

1.2) มีที่ปรึกษาในแต่ละภาคส่วนเข้ามาร่วมกลุ่มเครือข่ายอย่างเป็นทางการ คือ กลุ่มเครือข่ายต่างๆ จะมีที่ปรึกษาทั้งทางหน่วยงานทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขตสุรินทร์ นักวิชาการและผู้บริหารจังหวัดเข้ามาร่วมเป็นที่ปรึกษาและให้การสนับสนุนอย่างเป็นทางการ

2) ด้านการจัดการกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบัน

2.1) มีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทางการท่องเที่ยวหลายกลุ่ม คือ ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดได้มีการรวมกลุ่มเครือข่ายในรูปแบบสมาคมและชมรมต่างๆ ตามประเภทของธุรกิจ ได้แก่ สมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัด ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารจังหวัด ชมรมผู้ประกอบการโรงแรม ชมรมมัคคุเทศก์ กลุ่มสินค้าและผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นต้น

2.2) กลุ่มเครือข่ายมีการกำหนดโครงสร้างและคณะกรรมการดำเนินการอย่างเป็นทางการ คือ กลุ่มชมรมต่างๆ มีโครงสร้างกลุ่มและแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการทางเป็นทางการ คือ ซึ่งมีความถูกต้องและชัดเจนประมาณ 5-6 ปีที่ผ่านมา

2.3) กลุ่มเครือข่ายมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทางการบริการท่องเที่ยวของธุรกิจสมาชิก คือ กลุ่มชมรมจะมีการจัดทำเวปไซด์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชมรม และจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองนางรอง ประเพณีวัฒนธรรมและปราสาทขอม โดยการสนับสนุนงบประมาณจากค่าสมาชิกกลุ่ม

3) ด้านความร่วมมือและความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่าย

3.1) มีกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีการบริหารจัดการที่เข้มแข็งอยู่ในปัจจุบัน คือ ผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวยังมีความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมและดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานทางการท่องเที่ยวและจังหวัดอยู่เป็นประจำ ซึ่งมีโอกาสขยายพื้นที่และได้รับสิทธิการจดทะเบียนเข้าเป็นสมาชิกสมาคมพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้งเจ้าหน้าที่สมาคมมีความทุ่มเทและรับผิดชอบต่องาน อีกทั้งมีทิศทางและเป้าหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผู้บริหารสมาคมฯ และสมาคมมีแผนและกิจกรรมดำเนินการ เช่น การสนับสนุนการออกบูธ มีการจัดทำเวปไซด์ www.surintourism.com มีการจัดโครงการอบรมมัคคุเทศก์ กำหนดกิจกรรมสัญจร โดยเชื่อมโยงร่วมกับผู้ประกอบการประเทศกัมพูชาจัด Tip พิเศษทางการท่องเที่ยวปีละครั้ง สมาคมมีการจัดหารายได้ เพื่อนำเงินรายได้ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวของสมาคม เช่น การจัดทัวร์พิเศษ การขายตั๋วที่นั่งชมงานช้าง งานแสงสีเสียง เป็นต้น โดยแบ่งเปอร์เซ็นต์เข้าสมาคม และได้จากค่าสมัครสมาชิกรายละ 1000 บาท (ตลอดชีพ) และการจัดทำเอกสารข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

3.2) กลุ่มเครือข่ายมีการเชื่อมโยงกันและมีวิสาหกิจสมาชิกรายเดียวกัน คือ ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวต่างๆ จะเป็นสมาชิกของกลุ่มเครือข่ายประเภทธุรกิจของตน และยังเป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว จึงสามารถสร้างความร่วมมือได้ง่าย

3.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านบุคลากรและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

1.1) บุคลากรทางการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานยังไม่เพียงพอ คือ บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ที่มีคุณภาพและมาตรฐานยังมีเพียง 4-5 ราย มีชมรมมัคคุเทศก์ที่มีสมาชิกจำนวนน้อย มีเพียงไม่ถึง 10 ราย ที่ได้ดำเนินการ (มีใบประกอบวิชาชีพ) และการสร้างอาสาสมัครการท่องเที่ยวของจังหวัดทำได้ยาก และมีจำนวนน้อย

1.2) ขาดบุคลากรบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายโดยตรง คือ กลุ่มเครือข่ายยังไม่มีบุคลากร เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของกลุ่มเครือข่ายโดยตรง มีแต่คณะกรรมการดำเนินการและประธานกลุ่มจะต้องให้คนงานในธุรกิจเข้ามาช่วยงานร่วมกับเลขานุการกลุ่ม

1.3) สมาชิกขาดการตระหนักรู้ต่อการพัฒนาตนเองทางวิชาการและการประกอบธุรกิจ คือ ผู้ประกอบการสมาชิกส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจและพัฒนาตนเองทางด้านวิชาการเท่าที่ควร

1.4) ขาดความเข้าใจหลักการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่าย คือ คณะกรรมการและสมาชิกขาดความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายที่ถูกต้อง เป็นเพียงการจัดการกลุ่มและการระดมความคิดและทรัพยากรร่วมกันเท่านั้น

1.5) ไม่มีที่ปรึกษาและผู้ประสานงานกลุ่มเครือข่ายที่มีศักยภาพ คือ กลุ่มชมรมเครือข่ายส่วนใหญ่ไม่มีที่ปรึกษาที่มีความสามารถและความเข้าใจต่อการจัดการกลุ่มเครือข่าย อีกทั้งยังเน้นผู้ประสานงานกลุ่มเครือข่าย ส่วนใหญ่มอบหมายให้ประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่มเป็นผู้ประสานงานกิจกรรมต่างๆ เพียงเท่านั้น

1.6) ผู้ประกอบการในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ คือ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดยังมีจำนวนไม่เพียงพอ ขาดการประสานงานชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเข้าร่วมเป็นกลุ่มเครือข่ายอย่างจริงจัง

2) ด้านการจัดการกลุ่มเครือข่ายในปัจจุบัน

2.1) ขาดผู้นำที่มีความทุ่มเทและเสียสละจริงจังต่องานบริหารกลุ่มเครือข่าย คือ กลุ่มเครือข่ายส่วนใหญ่ยังขาดผู้นำที่เข้ามาบริหารจัดการกลุ่มอย่างจริงจัง และทุ่มเทเสียสละเวลาและงบประมาณเข้าร่วม เช่น การใช้ทรัพยากร เวลาร่วมงาน และดำเนินงานกิจกรรมการเข้าร่วมประชุม เป็นต้น

2.2) การโปร่งใสในการให้สิทธิและประโยชน์จากการรวมกลุ่ม คือ ผู้ประกอบการสมาชิกบางรายที่มีโอกาสได้ร่วมกิจกรรมและการสนับสนุนจากหน่วยงานทางการท่องเที่ยวภาครัฐ

2.3) เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่าย คือ ผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มเครือข่ายบางส่วนมีความขัดแย้งทางการบริหารจัดการกับผู้นำและ

คณะกรรมการกลุ่ม ซึ่งอาจเกิดจากการบริหารจัดการกลุ่มและการให้สิทธิและประโยชน์ต่อการรวมกลุ่ม ยังไม่เหมาะสม

2.4) งบประมาณดำเนินการของกลุ่มเครือข่ายไม่เพียงพอ คือ กลุ่มชมรมมีรายได้จากค่าสมัครสมาชิกและหรือค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจเท่านั้น แต่มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการประชุม จัดทำสื่อและโครงการพัฒนาสมาชิก จึงทำให้งบประมาณบริหารจัดการกลุ่มเครือข่ายไม่เพียงพอ

2.5) ขาดทิศทางและเป้าหมายการดำเนินการร่วมกันอย่างชัดเจน คือ ผู้ประกอบการมีเป้าหมายและการดำเนินการไปคนละทิศทาง และความมุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจของตนเองต่อการรวมกลุ่มชมรมมากเกินไป ไม่มีการเสถียรอย่างแท้จริง จึงเกิดการร่วมมือเชื่อมโยงธุรกิจและการรวมกลุ่มเครือข่ายยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร

2.6) ขาดแผนงานและกิจกรรมดำเนินการประจำปีอย่างชัดเจน คือ กลุ่มชมรมส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำแผนงานและปฏิทินดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นทางการ มีเพียงการจัดกิจกรรมตามช่วงเวลาเทศกาลและตามหน่วยงานท้องถิ่นประสานโครงการมาให้ และกิจกรรมการดำเนินการของแต่ละชมรมและกลุ่มเครือข่ายมีไม่มาก จำนวน 3-5 กิจกรรมในรอบปี อีกทั้งเป็นลักษณะสมาชิกยังดำเนินการเป็นรายธุรกิจอยู่ และการรวมกลุ่มเป็นเพียงเอกชนเท่านั้น เข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มเท่านั้น

2.7) การประสานงานและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารกลุ่มเครือข่ายไม่ทั่วถึง คือ กลุ่มชมรมเครือข่ายจะมีการแจ้งข่าวสารและประสานงานแก่สมาชิกไม่กระจายและทั่วถึงสมาชิก ส่วนใหญ่จะแจ้งและประสานถึงสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน

2.8) การปิดโอกาสและกีดกันในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก คือ การบริการและต้อนรับนักท่องเที่ยวยังไม่กระจายธุรกิจ มีการกระจุกตัวเพียงกลุ่มผู้ประกอบการสมาชิกบางรายเท่านั้น และยังขาดการประสานชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเข้าร่วมเป็นกลุ่ม เป็นเพียงการเข้าร่วมเฉพาะผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงในระดับหนึ่งเท่านั้น

2.9) ชมรมและกลุ่มเครือข่ายยังมีขนาดเล็ก คือ จำนวนสมาชิกของชมรมและกลุ่มเครือข่ายแต่ละกลุ่มยังมีจำนวนน้อย ประมาณ 20-40 รายเท่านั้น

3) ด้านความร่วมมือและความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่าย

3.1) ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจและความเชื่อมั่นต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่ม คือ วิสาหกิจขาดความเชื่อมั่นในการจัดการและความร่วมมือในการรวมกลุ่มเครือข่าย และจะไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควร เพราะเกิดจากความไม่ชัดเจนของการบริหารจัดการกลุ่ม

อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐยังให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวอย่างไม่เพียงพอลักษณะความต่อเนื่อง จึงทำให้มีทัศนคติและแรงจูงใจในการจัดตั้งกลุ่มและความคาดหวังจากประโยชน์ที่จะได้รับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายชมรม

3.2) ระดับความสัมพันธ์ของสมาชิกกับกลุ่มเครือข่ายค่อนข้างต่ำ คือ สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มชมรมส่วนใหญ่มีความต้องการเข้าร่วมเพื่อเปิดโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ และการสิทธิร่วมการสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่น

3.3) ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกไม่ทุ่มเทและเสียสละกับกิจกรรมของชมรม คือ สมาชิกส่วนใหญ่ขาดความทุ่มเทและความร่วมมือต่อกิจกรรมของกลุ่มเครือข่าย เพราะอาจจะขาดความตระหนักทางสังคมและการแข่งขันทางธุรกิจ หรือผู้ประกอบการยังขาดแรงจูงใจต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการชมรม และความคาดหวังจากประโยชน์ที่จะได้รับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายชมรมผู้ประกอบการไม่มีเวลาที่ต้องเข้าร่วมทำกิจกรรมของกลุ่มเครือข่าย

3.4) สมาชิกมีความต้องการประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม คือ สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มส่วนใหญ่มีความต้องการหวังผลทางการค้าและธุรกิจของตนมากกว่าการที่จะเสียสละและช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก และหรือกลุ่มให้เกิดการพัฒนาให้เข้มแข็งมากขึ้น หรือผู้ประกอบการสมาชิกบางส่วนมีความคาดหวังและความต้องการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวมที่จะช่วยพัฒนากลุ่มสมาชิกด้วยกัน



ภาคผนวก ฉ ประวัตินักวิจัย

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและวิทยาศาสตร์
กระทรวงศึกษาธิการ
บุรีรัมย์

ประวัติผู้รับผิดชอบหัวหน้างานวิจัย

1. ชื่อ-สกุล นางฐิตาภรณ์ เวียงวิเศษ
Mrs.Thitaporn Wiengwiset
2. หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน 319900054816
3. ตำแหน่งปัจจุบัน ข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัย ตำแหน่งอาจารย์ระดับ 7
สังกัดคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ที่อยู่ 439 ถนนจิระ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
31000
โทรศัพท์/โทรสาร : 08 37371755 0 4461 1221 0 4461 2858
E-mail : Thitapo15@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี ค.บ. การวัดผลการศึกษา วิทยาลัยครูบุรีรัมย์
ปริญญาโท กศ.ม. การวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
กำลังศึกษาต่อระดับปริญญาเอกสาขาการบริหารการศึกษา
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
การบริหารการศึกษา, การวัดผลการศึกษา, การจัดการการท่องเที่ยว
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
 - 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย
-
 - 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย และงานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว
 1. การพัฒนาเส้นทางการจัดการท่องเที่ยวแหล่งอารยธรรมขอมในเขตอีสานใต้ถึงปราสาทนครวัด ประเทศกัมพูชา ทุน สกว. (หัวหน้าโครงการ)
 2. การวิจัยเพื่อวางระบบติดตามและประเมินผลการพัฒนาครูเพื่อปฏิรูปการเรียนรู้ โรงเรียนหัวราชพิทยาคม จังหวัดบุรีรัมย์ (วิจัยร่วม)
 3. การวิจัยโครงการพัฒนาครูและโรงเรียนเพื่อเป็นโรงเรียนร่วมพัฒนาวิชาชีพครู (วิจัยร่วม)
 4. การติดตามและประเมินผล (ระหว่างดำเนินโครงการ) เพื่อพัฒนาครูและผู้บริหารประจำการให้ได้รับวุฒิปริญญาตรีทางการศึกษา และประกาศนียบัตรบัณฑิตทางการบริหารการศึกษา (วิจัยร่วม)

5. การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาหลักสูตรบูรณาการ : กรณีศึกษาโรงเรียนนาโพธิ์พิทยาคมจังหวัดบุรีรัมย์ (หัวหน้าโครงการ) ทุน สกอ.

6. การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง อารยธรรมขอมสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ (หัวหน้าโครงการ) ทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ (ผ่านการประเมินโครงการของ วช ปี 2552)

2. นักวิจัยโครงการ

1. ชื่อ - นามสกุล นางสาวกรณี หลาวทอง
Miss Poranee Laotong
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3331000815996
3. ตำแหน่งปัจจุบัน พนักงานราชการ
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
145 ม.15 ถ.สุรินทร์-ปราสาท ต.นอกเมือง อ. เมือง จ.สุรินทร์ 32000
โทรศัพท์ 0-4415-3097, 08-1549-4010 โทรสาร 0-4415-3097
E-mail: poranee11@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา ศศ.บ. การจัดการงานทั่วไป สถาบันราชภัฏสุรินทร์
บธ.ม. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
การจัดการ, การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, การบริหารธุรกิจ
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
 - 7.1 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อ โครงการวิจัย
 1. การศึกษาปัญหาการส่งนักศึกษาออกฝึกงานในสถานประกอบการของคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
 2. การศึกษาปัญหาการส่งนักศึกษาออกฝึกงานในสถานประกอบการของคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์